

تبیین ارتباط میان برداشت معمارانه و مؤلفه‌های فردی کاربر در کالبد فضاهای عمومی (مورد مطالعه: خیابان زند شیراز)

مهشید معتمد

گروه معماری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مهرداد متین^۱

گروه معماری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

هادی کشمیری

گروه معماری، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۲/۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۴/۱۵

چکیده

معماری فضاهای همگانی، جایگاهی برای یکپارچگی تنوع فرهنگی و حضور جریان‌های متفاوت اجتماعی است. در این فضاهای جمعی، امکان نوآوری و تکرار آراء هنری وجود دارد و از همین روی، فضاهای جمعی به نشانه‌ای از سلیقه‌ی رایج معماری در بستر خود بدل شده‌اند. این پژوهش درصدد آن است تا با دریافت داده‌های میدانی و تحلیل جامعه‌شناختی، روندی تکمیلی برای طراحی فضاهای خدمات همگانی تولید کرده و نگرش عمومی به حوزه‌ی تخصصی معماری را پایش نماید. در غالب پژوهش‌ها به نقش معماری بر رفتارهای انسانی پرداخته شده که از آن با نام «روانشناسی محیط» یاد می‌شود؛ اما نگرش به معماری به‌عنوان عادت‌واره و محصولی، که پس از گذشت زمان و حضور کاربر، دچار دگرگونی می‌شود و می‌تواند برآمده از رفتارهای جمعی دچار تغییر ماهیت (ادراکی/عینی) شود، موضوعی است که کمتر مورد بحث قرار گرفته است. حال این سؤال مطرح می‌شود که برداشت و ادراک معمارانه و مؤلفه‌های مؤثر در فهم فضای عمومی از دیدگاه کاربران از چه الگویی پیروی می‌کند؟ تدوین الگوی برداشت و ادراک عمومی از معماری، می‌تواند در زمان طراحی و در تولید روش‌های طراحی مبتنی بر حضور فعال کاربران، مؤثر واقع گردد. با توجه به مطالعه‌ی این پژوهش بر روی جامعه‌ی آماری ۱۲۰۰ نفری و پایش برداشت‌های افراد از موضوع معماری فضاهای همگانی، می‌توان گفت هویت‌های اجتماعی، در فضای ادراکی متفاوتی از موضوع معماری به سر می‌برند. شاخص‌های فردی و گروهی، خوانش‌های مختلفی از مسئله‌ی معماری دارند که گونه‌بندی آن‌ها، از منظر پارامترهای موجود در ساختمان، به الگویی برای طراحی فضاهای عمومی تبدیل می‌گردد.

واژگان کلیدی: جامعه‌شناسی معماری، سلیقه‌ی معماری، فضاهای همگانی.

مقدمه

«سرمایه‌ی فرهنگی» و به تبعیت از آن موضوع «سلیقه‌ی هنری»، مسئله‌ای است که به تنهایی قابل تولید یا مصرف نبوده و هرکسی به شیوه‌ای خاص و مناسب آن را شکل بخشیده و با صرف هزینه‌ی اقتصادی-زمانی آن را به کار می‌بندد. از همین رو، لاروشفوکو^۱ در کتاب اندرزاها^۲ می‌نویسد: «حمله به سلیقه‌های ما، بیش از حمله به عقاید ما، غرورمان را جریحه‌دار می‌کند» (Bourdieu, 2016: 351). سلیقه و برداشت شخصی از موضوعات پیرامونی، بر سبک زندگی افراد دلالت نموده و نشانه‌ای از طبقات اجتماعی آنان به شمار می‌رود. کیفیت نهایی اثر معماری از رابطه‌ی میان محصول با کاربر معین می‌گردد و به تبع آن، معماران، با وجود اثرگذاری صریح پیش از ارایه‌ی نهایی، تعیین‌کننده‌ی قطعی موقعیت فضا نخواهند بود. زیرا وجهه‌ی نهایی و ضمنی ساختمان برآمده از تعامل میان کاربر و کالبد بوده و همین پیوستگی، شاکله‌ی ذهنی و اجتماعی از معماری را پدید خواهد آورد. هرچند «معماران ترجیح می‌دهند که محیط موجود را تغییر دهند تا آنچه موجود است را بهبود ببخشند» (Jenks, 2018: 72). علوم اجتماعی معمارانه، معماری را به شکل مجموعه‌ای از روش‌ها به ما می‌فهماند. این مسأله فرصت‌هایی را در اختیار طراحان قرار می‌دهد تا رویکردهای خود را طوری تغییر دهند که الزامات صاحب کار و مصرف‌کنندگان را برآورده سازند و فرآیند شروع، طراحی و تصرف ساختمان‌ها را دوباره ترسیم کنند (Lucas, 2017: 18). از همین رو، معماری در دو ماهیت خود را می‌نمایاند: هم به عنوان محصولی اجتماعی شناخته می‌شود و هم به روابط اجتماعی شکل می‌بخشد. این پژوهش درصدد آن است تا با دریافت داده‌های میدانی و تحلیل جامعه‌شناختی از کاربران حاضر در فضاهای همگانی، روندی تکمیلی برای طراحی و ارزیابی این گونه فضاهای تولید نموده و نگرش عمومی به حوزه‌ی تخصصی معماری را پایش نماید تا مکان‌های جمعی، متناسب با خواست جامعه‌ی کاربران و برآمده از اصول معماری، ایجاد شده و مورد استفاده قرار گیرند. معماری با هدف برآوردن نیازهای عموم افراد ایجاد می‌شود؛ همین مسئله پرسش‌های پژوهشی متنوعی از این قبیل را طرح می‌کند: چگونه می‌توان میزان ادراک و دریافت جامعه‌ی عمومی از معماری را مورد پایش قرار داد؟ در غالب پژوهش‌ها به تأثیر معماری بر رفتارهای انسانی پرداخته شده که از آن با نام «روانشناسی محیط» یاد می‌شود. اما نگرش به معماری به‌عنوان محصولی، که پس از گذشت زمان و حضور کاربر، دچار دگرگونی می‌شود و می‌تواند اساس رفتارهای جمعی دچار تغییر ماهیت (ادراکی/عینی) شود، موضوعی است که کمتر مورد بحث قرار گرفته است.

معماری فضاهای همگانی، فرصتی برای حضور تنوع فرهنگی و جریان‌های متفاوت اجتماعی در کنار یکدیگر است. در این فضاهای جمعی، امکان نوآوری و تکثر آراء هنری وجود دارد و از همین روی، فضاهای جمعی بدل به نشانه‌ای از سلیقه‌ی رایج معماری در بستر خود شده‌اند. از منظر پدیدارشناسی محیط اجتماعی مبسوط^۳، که شیوه‌ای برای فهم روایت‌های مردم درباره ازجاکندگی و فردی شدن است، می‌توان به بررسی دلالت‌های مفهومی نظام‌مندی

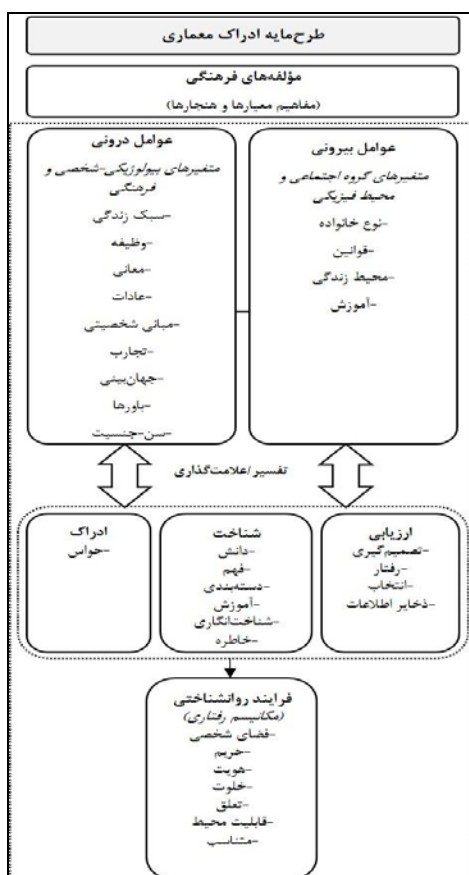
¹ La Rochefoucauld

² Maxims

³ Extended Milieux

پرداخت که چنین روایت‌هایی را مرور می‌کنند. از این دیدگاه، جامعه‌شناسی معماری با بررسی مفهوم محیط اجتماعی، به عنوان «بیکربندی نسبتاً پایداری از کنش‌ها و معناها که فرد در آن بر مبنای استمرار و پایداری وضعیت شخصی، عادت‌واره‌ها و امور معمولی را حفظ می‌نماید و به عنوان حسی از وضعیت‌مندی تجربه می‌کند»، به ارایه راهکارهایی در تدوین فضا می‌پردازد (Dorshamit, 2017: 54).

ساخت فضاهای جمعی بر ارزش‌های مختلفی استوار است؛ بر مبنای دیدگاه یوکابی^۱، ارزش‌های طراحی و مفاهیم مرتبط با پروژه معماری همگانی بر پنج اصل زیبایی‌شناسی، جامعه‌مداری، زیست‌محیطی، سنت و اقتصاد استوار است (Yukabi, 2015: 10). این پژوهش به موضوع نقش متقابل اصل دوم، یعنی جامعه و معماری می‌پردازد. هم‌چنین آسیب‌شناسی موقعیت کنونی شهر و معماری از طریق پایش برداشت‌های عمومی نسبت به موضوع معماری قابل دریافت است. نمودار ۱ چهارچوبی را ارائه می‌کند که روابط مفهومی میان مبانی جامعه‌مداری یوکابی را بر پایه‌ی این تعامل نشان می‌دهد. بطور خلاصه، طرح مایه‌ی ادراک فرهنگی، تفسیری از مؤلفه‌های فرهنگی (مفاهیم و معانی) است که در فرایندهای شناختی قرار دارد. علاوه بر این، تمام این فرایندها به مکانیسم‌های رفتاری تبدیل می‌شوند که اقدامات طراحی را به نمایش می‌گذارند. بدین ترتیب، طرح مایه‌ی فرهنگی ساختارهایی مفهومی برای اثرگذاری بر آموختن و طراحی فردی است.

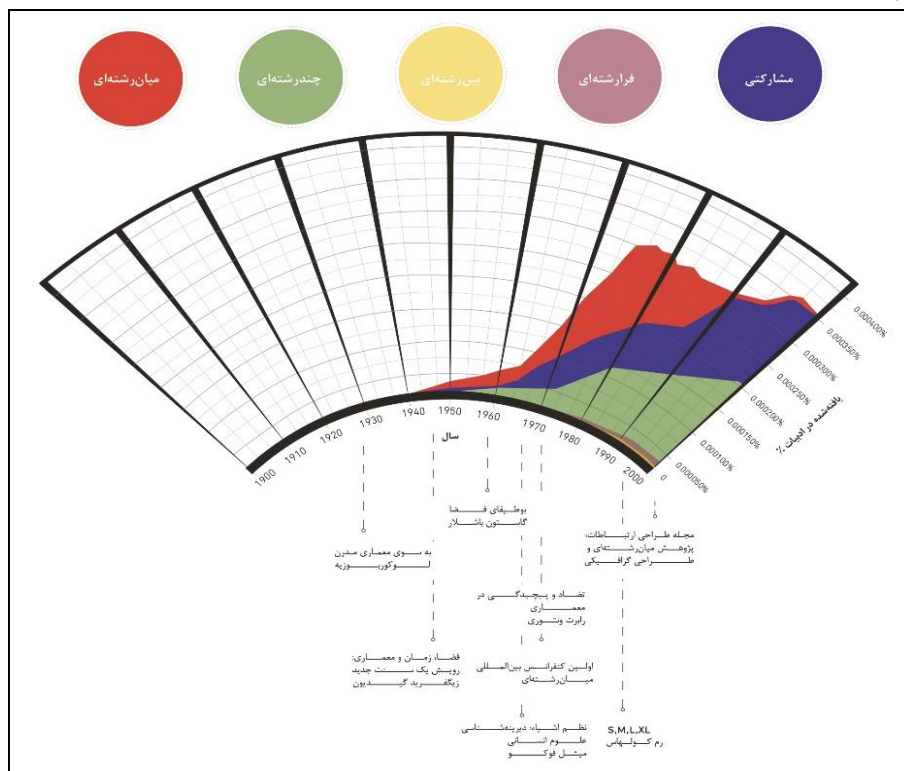


نمودار ۱: طرح مایه‌ی شیوه‌ی ادراک معماری بر مبنای مشخصات فردی (Onal and Turgot, 2017). Source:

¹ Ejeng Ukabi

پرسش پژوهش به این ترتیب عنوان شده است: برداشت و سلیقه‌ی معمارانه و مؤلفه‌های مؤثر در فهم فضای عمومی از دیدگاه کاربران از چه الگویی پیروی می‌کند؟ فرض بر آن بوده که میان متغیر مستقل سلیقه معماری (شامل عوامل زیبایی، تمیزی، رنگ، نور، صدا، طراحی داخلی، تهویه، عملکرد و شیوه‌های توسعه و ارتقاء فضا) و مؤلفه‌های مؤثر در ادراک فضا (مشخصه‌های فردی شامل سن، جنسیت، محل سکونت، دفعات بازدید، همراهان، تحصیلات، شغل و شیوه‌ی انتخاب فضا و مشخصه‌های اجتماعی شامل تناسب با فرهنگ، خاطره‌انگیزی، حضور سایر افراد، تمایل به حضور بیشتر و مراجعه) و الگوهای ذهنی از معماری، رابطه‌ی معنادار وجود دارد.

روش پژوهش به شیوه‌ی کیفی و مبتنی بر مطالعه‌ی مستندات مربوط به تحقیق میدانی صورت گرفته در زمینه‌ی جامعه‌شناسی معماری است و به اهمیت اولیه‌ی فرد در محیط اجتماعی جهت شکل‌بخشی به معماری می‌پردازد. بررسی زمینه اجتماعی به عنوان یک صورت مورد مطالعه، امکان شکل‌گیری یک گونه‌شناسی را فراهم می‌سازد. لذا جهت پیمایش جامعه‌ی آماری مد نظر، از روش مقطعی جهت توصیف متغیرهای مورد نظر استفاده شده است؛ به همین منظور پرسشنامه‌ای با نظر کارشناسان تهیه و پس از پایش آزمایشی، بصورت جامع از طریق نمونه‌گیری از جامعه انجام پذیرفته است. با استفاده از فرمول شارل کوکران و جدول مورگان، برآورد حجم نمونه در متغیرهای کیفی انجام شد که معادل ۴۰۰ نفر برای هر کاربری و بطور کلی ۱۲۰۰ نفر تعیین شد. کاربری‌های مورد مطالعه شامل حوزه‌ی اقتصاد خرد (مراکز تجاری، فروشگاه‌های بزرگ و مجموعه‌های تجاری) و حوزه‌ی فراغتی (شامل فضاهای تغذیه، رستوران‌ها و کافه‌ها، کافی‌شاپ‌ها و ...) و فضاهای فرهنگی (شامل سالن‌های تئاتر و سینماها) انتخاب شدند. حوزه‌ی شهری مورد پژوهش، محدوده‌ی خیابان کریم‌خان زند شیراز، حد فاصل میدان نمازی تا میدان شهرداری انتخاب شده است که از منظر اقتصادی و فرهنگی شهری، بافت میانه محسوب می‌گردد و تنوع جمعیتی لازم را در خود جای داده است.



نمودار ۲: پایش مطالعات موجود در حوزه‌های میان‌رشته‌ای معماری Source: Michelle, 2010

پژوهش‌های میان‌رشته‌ای تعریفی متفاوت از ارتباط نظام‌های مختلف فکری ارایه می‌کنند و در سال‌های گذشته بسیار مورد توجه قرار گرفته‌اند. در نمودار ۲ روند استفاده از عبارت میان‌رشته‌ای در حوزه‌ی معماری و علوم انسانی در پایگاه داده‌های آنلاین را در برابر نشریات و کتب مهم این محدوده نشان می‌دهد.

اگر دیدگاه کلاسیک نسبت به معماری را بازخوانی نماییم، ساختار (وجه تکنیکی)، کارآیی (وجه عملکردی) و زیبایی (وجه زیبایی‌شناختی) نمی‌تواند بیانگر تمامی ابعاد معماری باشد. معماری تنها پاسخی به نیازهای مقدماتی کاربران نیست، بلکه مسئول ساخت فضایی انسانی بوده، یا بطور خلاصه «هدف اصلی معماری ساخت فضایی اجتماعی برای استفاده‌ی انسانی است... تجربه‌ی فضای فرهنگی و مقررات نهادهای انسانی، جایی که جامعه صورتی حقیقی می‌یابد» (فریتاگ، ۲۰۰۴: ۱۷). تمرکززدایی از ماهیت انسانی در ارتباط با جامعه است که تناقض‌ها را در معماری و شهرسازی مدرن را توضیح می‌دهد؛ «معماری مدرن قرار بوده «عملکردی»، «واقع‌گرا»، «علمی» یا «متناسب» باشد، که با عبارات خلوص فضایی یا تناسبات منطقی تعریف می‌شود» (Freitag, 2004: 21). در جدول ۱ مفاهیم کلیدی از فضای اجتماعی از منظر نظریه‌پردازان این حوزه بیان شده است.

جدول ۱: تشریح فضای اجتماعی از منظر جامعه‌شناسان

نظریه‌پرداز	عنوان متن/نظریه	مفاهیم کلیدی
جرج زیمل ^۱	بستری برای مطالعه‌ی تمایزات اجتماعی، تضاد و اختیارات فردی	نظرگاه زیمل در جامعه‌شناسی فضا، برخلاف نظریه‌پردازان پیشین خود، نقد مدرنیسم مبتنی بر آگاهی ما از فضا است و از این رو می‌توانیم او را تنها بنیان‌گذاری بدانیم که در جستجوی یک تحلیل اجتماعی و نقادانه در درک اهمیت فضا است. به اعتقاد او «جامعه، آن جایی است که عده‌ای از افراد در ارتباط متقابل با یکدیگر قرار می‌گیرند» (Simmel, 1959, 314).
هنسری لوفور ^۲	فضا فرآورده‌ی مادی روابط اجتماعی (امر انضمامی) و نمود روابط (امر انتزاعی)	«در فضا هر چیزی که زودتر به وجود می‌آید به عنوان شالوده و اساس پدیده‌های بعدی عمل می‌کند. پیش‌شرط‌های فضاهای اجتماعی در زمینه پایداری و بقای واقعی در داخل یک فضای خاص، شیوه‌های خاص خود را دارند. وظیفه معماران [همان‌گونه که لوفور پروژه‌اش را تشریح می‌کند] تشریح و تحلیل این نوع پایداری است که در آن اغلب به دنبال تعابیر استعاره‌ای از لایه‌ها، ته‌نشست‌ها و نظایر آن است.» (Lofor, 1991, 221)
دیوید هاروی ^۳	اهمیت فضای فیزیکی، تجدید ساخت فضا در شهرنشینی امروز و فضاهای امید	«درک شهرگرایی و فرایندهای اجتماعی همراه با موضوع فرم فضایی، نیازمند این است که ما بفهمیم چگونه فعالیت انسانی نیاز به مفاهیم خاص فضایی را ایجاد و چگونه عمل اجتماعی روزانه را به همراه تسهیل به ظاهر عمیق اسرار فلسفی پیرامون ماهیت فضا و روابط بین فرایندهای اجتماعی و فرم‌های فضایی، حل می‌نماید» (Harvey, 1973, 14).

Source: Gillenits, 2014.

رویکرد نظری

از میانه دهه ۱۹۶۰ تئوری معماری حقیقتاً به یک پدیده میان‌رشته‌ای تبدیل شده و به گستره‌ی وسیعی از پارادایم‌های انتقادی وابسته شده است (Nesbit, 2017, 15). پژوهش‌هایی در مورد جامعه‌شناسی و سلیقه معماری صورت گرفته‌اند؛ از جمله کتاب سلیقه‌ای که می‌ماند^۴ (۲۰۱۲)، که مجموعه مقالاتی به کوشش کنت کلینمن^۵، جوانا مروود-سالزبری^۶ و لوئیس ویتتهال^۷ است و به موضوعاتی از قبیل مسئله سلیقه، روش‌ها و تعالیم سلیقه، کار حرفه‌ای پس از آموختن سلیقه می‌پردازد. مولر و ریشمن^۸ (۲۰۱۵) در کتابی با نام معماری، ماهیت و جامعه؛ ارتباط جامعه‌شناسی

¹ Georg Simmel

² Henri Lefebvre

³ David Harvey

⁴ After Taste

⁵ Kent Kleinman

⁶ Joanna Merwood-Salisbury

⁷ Lois Weinthal

⁸ Anna-Lisa Müller & Werner Reichmann

معماری و مطالعات علمی و تکنولوژی، به بررسی جامعه‌شناسی معماری در نموده‌اند. لینو بیانکو^۱ (۲۰۱۷) در مقاله‌ای با عنوان «معماری، ارزش‌ها و ادراک: میان واقعیت و بیان‌گری»، به بررسی ادراک و ارزش‌های معماری معاصر از سوی معماران و جامعه‌ی شهری می‌پردازد. اون چو^۲ و یئونگ کیم^۳ (۲۰۱۷) در مقاله خود با عنوان «سنجش احساسات و تجارب کاربر در تعامل با فضا»، به موضوع طراحی فضایی پرداخته‌اند که احساسات کاربر را به اندازه کارکرد فرم‌ها مد نظر داشته و فضایی چندحسی تولید می‌کند و علاوه‌براین، رابط‌های فضایی ایجاد شده و تجربه کاربر بسط می‌یابد (On Chow and Kim, 2017). یانا سافرانکوف^۴ (۲۰۰۶) در پژوهشی با عنوان «وجوه جامعه‌شناسی و روان‌شناسی در معماری و فضای شهری»، آورده است که کمیت‌های جامعه‌شناسی و روان‌شناسی در فضای معماری و شهری، توسعه‌ی پایدار شهرهای آتی را شکل می‌بخشند و با بررسی معماری در بستر اجتماعی، ارتباط با کاربران و نیازهای آنان، و اثرگذاری بر کیفیت زیست جامعه، ارتباط میان معماری و جامعه‌شناسی را تبیین نموده است (Safrankov, 2006). پژوهش مهم دیگر در موضوع سلیقه از سوی یوکا گرونو^۵ با نام «جامعه‌شناسی سلیقه^۶» است که بر هویت و منزلت افراد، طبقات اجتماعی و میل به قرارگیری در جایگاه برتر و سبک‌های زندگی متمرکز است. از دید گرونو، سلیقه توسط گروهی آوانگارد و حاکم بر جامعه تولید می‌شود و نیاز به تنوع و مصرف، ضامن تولید سلیق و مصرف و اضمحلال آن‌هاست (Gruno, 2013).

الگوی برداشت و ادراک عمومی از فضای معماری

نظریات شکل گرفته در حوزه سلیقه‌ی معماری و تعامل کاربر با محیط، در داخل یا خارج از کشور کمتر انجام پذیرفته و در بیشتر موارد ارزیابی فضای معماری جای برداشت‌های سلیقه‌ای را گرفته است. مهم‌ترین نظریه‌ای که مدون شده است توسط پی‌یر بوردیو^۷ بوده و مطالعات جامع وی با عنوان «تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی^۸» که در سال ۱۹۹۹ منتشر شده، نقش مهمی در شکل‌گیری الگوهای اجتماعی از سلیقه داشته است. او در این اثر به آشکار ساختن رابطه‌ی غیرقابل تفکیک «موقعیت‌های اجتماعی» و «قضاوت‌های ذوقی» پرداخته که از سه بخش تشکیل شده است: «نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی»، «اقتصاد عمل»، و «سلیقه‌های طبقاتی و سبک‌های زندگی» (بوردیو، ۱۳۹۵). از دیدگاه بوردیو، یک نوع سلیقه‌ی عام و همه‌شمول وجود نداشته و سلیق و قریح هنری، در طبقات مختلف اجتماعی، متمایز هستند. هرچند این تکرر برآمده از تمایزات طبقاتی و توزیع نابرابر منابع است، اما قلمروهای فرهنگی پوشیده از ارزش‌هایی است که نشانه‌های آن به نماد فرهنگی هویت اجتماعی هریک تبدیل شده‌اند. با پایش هنجارهای هنری، می‌توان معلوم نمود که این سلیق موهبتی طبیعی هستند یا محصول یادگیری؛ و به این ترتیب شرایط پنهان توزیع طبقاتی درک آثار هنری (و به ویژه معماری) را عیان ساخت. بوردیو در

^۱ Lino Bianco

^۲ Myung Eun Cho

^۳ Mi Jeong Kim

^۴ Jana Šafránková

^۵ Jukka Gronow

^۶ The Sociologie of Taste

^۷ Pierre Bourdieu

^۸ Distinction : A Social Critique of the Jugement of Taste

کالبدشناسی ذائقه^۱ به ارائه یافته‌های خود از بیش از هزار پرسشنامه و مصاحبه انجام شده، طی سال‌های ۱۹۶۳، ۱۹۶۷ و ۱۹۶۸ و نیز اطلاعات آماری رسمی دولت می‌پردازد. این مطالعه نمودی کامل از ذائقه‌ها و اعمال فرهنگ فرانسوی و نحوه تقویت تقسیمات اجتماعی فرهنگی جامعه فرانسه توسط نهادهای فرهنگی و مشخصاً مدارس ارائه می‌کند. بورديو از عادت‌واره، ریختار، خصلت، ملکه یا طبیعت ثانوی سخن می‌گوید که مجموعه‌ای از سرشت‌های مجسم و امیال است و چگونگی ادراک شخص از جهان اجتماعی اطراف خود و واکنش شخص به آن را ساماندهی می‌کند (وبستر، ۱۳۹۶: ۱۱)؛ عادت‌واره نشان می‌دهد که چگونه فرهنگ گروهی و سرگذشت شخص، ذهن و جسم را شکل می‌دهد. معمولاً افراد به واسطه پیشینه و زمینه‌های مشابه، در برابر امر فرهنگی کنش و واکنش‌های مشابه نشان می‌دهند، چراکه عادت‌واره از طریق تقلید به دست می‌آید و بازتابی از تجارب شخصی، واقعیتی که در آن زیسته‌اند و فرایند اجتماعی شدن‌شان است.

جامعه‌شناسی فضاهای خدمات همگانی

فضاهای جمعی، پدیده جامعه‌شناختی

جامعه‌شناسی به مکان‌های کالبدی شهر و کنش‌های روزمره شهروندان توجه بیشتری نشان داده است. فضای عمومی بیش از آن‌که بر مبنای امکان وجود گفتمان و مناظره سنجیده شود، بر اساس دسترسی فیزیکی و روانی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد (Joseph, 1998). این تصور به طور قابل توجهی گستره فضایی که عمومی تلقی می‌شود را به هر گونه فضایی که برای افراد قابل دسترسی است بسط می‌دهد، که دسترسی به آن بر مبنای نوعی عضویت نیست. بنابراین علاوه بر فضاهای کلاسیکی مانند خیابان‌ها و پارک‌ها، طیف وسیعی از فضاهای تحرک مانند تسهیلات حمل و نقل (ایستگاه‌های مترو و قطار، فرودگاه‌ها، بزرگراه‌ها، پارکینگ‌ها) یا فضاهای متعلق به مصرف انبوه (مراکز خرید) می‌توانند بر طبق معیار جامعه‌شناسانه تحلیل شوند. دسترسی امری است که گردش آزاد اشخاص و کالاها را تضمین می‌کند. هم‌چنین به ظهور نمودهای جمعی که تصاویر شهر از آن‌ها تولید می‌شود، می‌انجامد. فضاهای ارایه‌کننده خدمات همگانی در جایگاهی میان فضای شهری و معماری شخصی (فضای مسکونی، کاری و ...) قرار دارند: از الگوهای پویایی تبعیت کرده، ساختار اقتصادی در معماری را نمایان می‌سازند و ارزش‌های فرهنگی و روابط اجتماعی تولید می‌نمایند.

گوناگونی رویکردهای جامعه‌شناختی فضای جمعی

معماران از دهه‌ی ۱۹۶۰ آن‌ها این پرسش را مطرح کردند که معماری تا چه اندازه مثل زبان قراردادی است و آیا مردم بیرون از معماری، می‌دانند که این قراردادها چگونه به ساخت معنا کمک می‌کند؟ بسیاری از جمله دایانا اگرس^۲ و همکارش ماریو گندلسوناس^۳ در «نشانه‌شناسی معماری»، و جفری برودبنت^۴ در «راهنمای نشانه‌شناسی

^۱ Anatomie du goût (the Anatomie of Taste)

^۲ Diana I. Agrest

^۳ Mario Gandelsonas

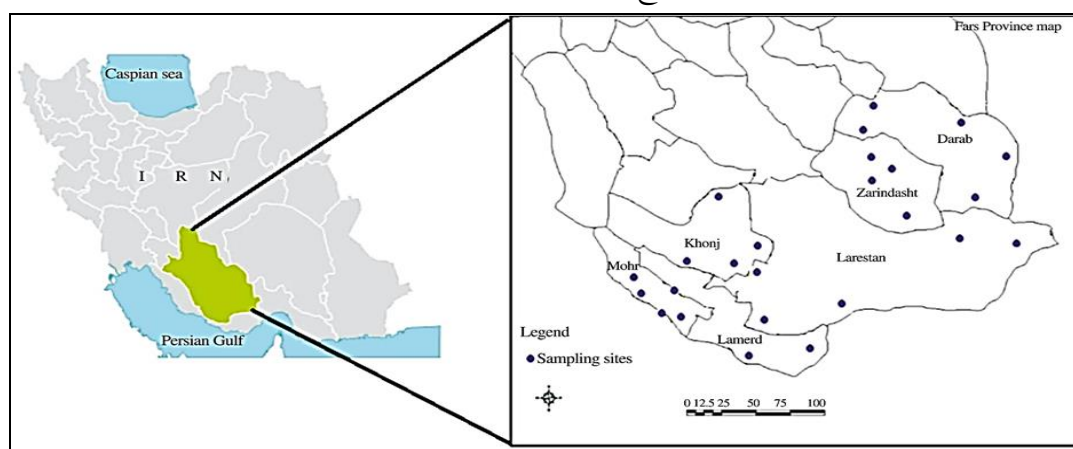
^۴ Geoffrey Broadbent

معماری برای انسان عادی^۱، این پرسش را طرح کردند که آیا قراردادی اجتماعی برای معماری وجود دارد؟ از دیدگاه زبان‌شناسی این بحث به عنوان چالشی برای عملکردگرایی مدرن به عنوان تعیین‌کننده‌ی فرم مطرح شد که موضوعات معماری معنایی ذاتی ندارند، اما می‌توانند از طریق قراردادی فرهنگی به معنا برسند (Nazbit, 2017, 40). موضوعی که در پی مسئله‌ی زبان جمعی معماری مطرح می‌شود قراردادهای فرهنگی معماری است. درحقیقت نشانه‌های معماری نیازمند تفسیرهای عمومی هستند تا بتوانند در بافت فرهنگی خوانده شده و باقی بمانند. مطابق پژوهش‌های پیشین، با ایجاد نفوذپذیری، غنای حسی، توجه به نمای ساختمان‌ها، نمادها و نشانه‌های بومی، خوانایی در فرم کالبدی و توجه به زمینه طراحی، می‌توان موجب ارتقای هویت محیط و افزایش حس تعلق شهروندان گردید. **برداشت همگانی، سلیقه معماری**

به نظر می‌رسد از هر فضای مفروضی، ذهنیتی عمومی وجود دارد که حاصل همپوشانی ذهنیت متفاوت افراد است؛ یا مجموعه‌ای از دیدگاه‌ها به معماری شکل بخشیده‌اند که به بخش قابل توجهی از شهروندان متعلق هستند. با وجود انحصار ذهنیت‌های فردی، هر شخصی تلاش می‌کند تا خود را به آن ذهنیت جمعی نزدیک کند که در محیط‌های متفاوت، کم‌وبیش قابل قبول و پذیرفته شده است (Lynch, 1976, 46). محدودیت این تصویر به تأثیر ابژه‌های فیزیکی ادراک‌پذیر، منجر به تحقیق درباره‌ی مسائل دیگری شده که بر توانایی ادراک جمعی اثرگذار هستند. لذا این پژوهش به کنکاش درباره‌ی این موارد، شامل معنای اجتماعی یک محدوده، کارکرد، تاریخ و یا حتی نام آن، در راستای تقویت معنای معماری پرداخته است.

منطقه مورد مطالعه

شهر شیراز مرکز استان فارس است و در جنوب غربی ایران قرار گرفته است. شیراز از شمال به مرودشت و اردکان، از غرب به ممسنی و کازرون، از جنوب به فراشبند، فیروزآباد، جهرم و فسا و از شرق به استهبان، نیریز و ارسنجان محدود می‌رسد. مساحت شیراز ۱۷۸/۸۹۱ کیلومتر مربع است و طول آن ۴۰ کیلومتر و عرض آن ۱۵ تا ۳۰ کیلومتر است و در منطقه‌ای به وسعت ۱۲۶۸ کیلومتر مربع گسترده شده است.

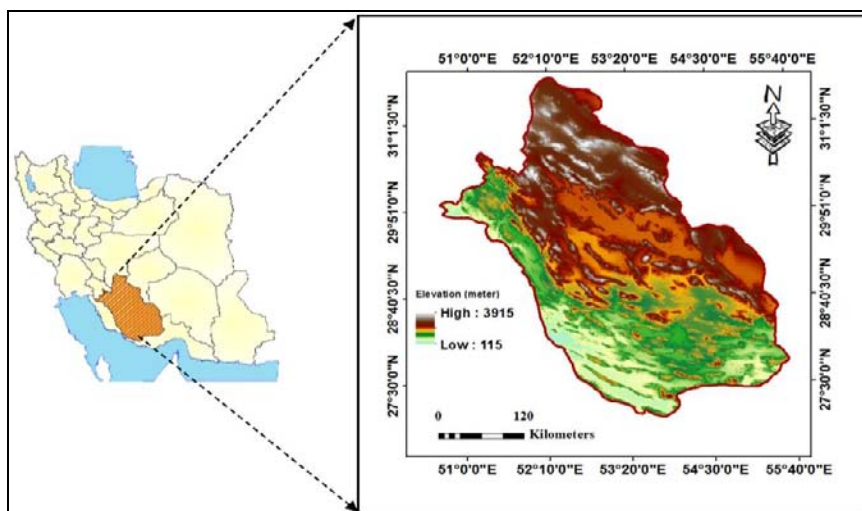


نقشه ۱: موقعیت استان فارس Source: <https://scinapse.io>

¹ A Plain Man's Guide to the Theory of Signs in Architecture

شهر شیراز مرکز استان فارس و یکی از شهرهای قدیمی و تاریخی کشورمان است، این شهر در ۵۲ درجه و ۳۲ دقیقه طول و ۲۹ درجه و ۲۶ دقیقه عرض جغرافیایی قرار گرفته و همسایگان آن را از شمال آباد، از شرق فسا، نی ریز و استهبان، از جنوب فیروز آباد و از غرب کازرون تشکیل می دهند. شواهد به دست آمده از کاوش هایی که با مجوز میراث فرهنگی و گردشگری در تپه پوستچی واقع در جنوب بلوار رحمت انجام شده حاکی از آن است که قدمت شهر شیراز به ۶۵۰۰ سال پیش می رسد. شیراز در طول تاریخ ایران زمین بارها به عنوان پایتخت انتخاب شده و نام آن در لوح های به دست آمده از تخت جمشید نیز وجود دارد. به همین دلیل این شهر بسیاری از آثار تاریخی کشورمان را در خود جای داده و هر ساله میزبان گردشگرانی از کشورمان و سایر نقاط جهان است.

میانگین دمای سالیانه ی شیراز به صورت متوسط ۱۸ درجه، بارش سالیانه ۳۳۷ میلی متر و تعداد روزهای یخبندان ۲۹ روز است. شیراز در منطقه ی معتدل شمالی قرار دارد و آب و هوای آن سرد است ولی به سبب ارتفاع زیاد از سطح دریا از نقاط هم عرض خود، مانند کازرون و گناوه بسیار خنک تر است. بارندگی آن در فصل های پاییز و زمستان و اوایل بهار است. از قدیم جغرافی دانان، فارس را به دو بخش گرمسیر و سردسیر تقسیم کرده اند. به یاد داشته باشید که برای سفر به شیراز، بهترین زمان سفر به این شهر، ماه اردیبهشت است. در این ماه نه از شلوغی های نوروز خبری هست و نه از گرمای تیر و مرداد. در نخستین سرشماری رسمی ایران که در سال ۱۳۳۵ خورشیدی انجام گرفت، شهر شیراز با ۱۷۰،۶۵۹ تن جمعیت ششمین شهر پرجمعیت ایران بود. در سرشماری سال ۱۳۵۵ خورشیدی این شهر با پیشی گرفتن بر آبادان به پنجمین شهر پرجمعیت ایران تبدیل شد؛ و تا سرشماری سال ۱۳۷۵ خورشیدی همین جایگاه را در اختیار داشت. در آخرین سرشماری انجام گرفته در سال ۱۳۸۵ خورشیدی، کرج با رشد سریع خود بر شیراز پیشی گرفت. براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ خورشیدی، جمعیت شهرستان شیراز در این سال بالغ بر ۱،۰۸۶۹،۰۰۱ تن بوده است که از این تعداد ۹۴۲،۴۴۴ تن مرد و ۹۲۶،۵۵۷ تن زن بوده اند. همچنین تعداد خانوارهای ساکن این شهر، ۵۶۷،۵۶۷ خانوار بوده است که ازین تعداد ۱،۰۵۶۵،۵۷۲ تن در شهر شیراز زندگی می کنند.



نقشه ۲: وضعیت جغرافیایی استان فارس

Source: <https://www.mdpi.com>

یکی از طویل‌ترین بلوارهای شیراز که جزو خیابان‌های معروف شیراز می‌باشد، بلوار کریم خان زند می‌باشد. این خیابان از میدان نمازی آغاز می‌شود، از میدان امام حسین شیراز عبور می‌کند، به میدان شهدای شیراز می‌رسد و با یک زیر گذر طولانی به خیابان زند می‌رسد و تا انتهای بلوار زندیه ادامه پیدا می‌کند. بلوار کریم خان زند را می‌توان مهمترین و معروف ترین خیابان شیراز از جهت فعالیت‌های اقتصادی و تجاری هم دانست. خیابان زند و بازار وکیل از قدیمی‌ترین خیابان‌های شهر شیراز است. گذری تاریخی که از میدان نمازی تا میدان ولیعصر ادامه دارد و بسیاری از آثار باستانی شیراز مانند ارگ کریمخانی، بازار وکیل، حمام وکیل، نارنجستان قوام و .. در اطراف آن بنا شده‌اند. خیابان زند هویت شیراز است. خیابانی که در زمان حکومت امام قلی خان به تقلید از چهارباغ اصفهان بنا شد و در دوران زندیه و قاجاریه تکمیل گردید. خیابانی با بافتی قدیمی و پر از خانه‌های قاجاری و بناهایی متعلق به پهلوی اول و دوم. در چند سال گذشته که تب ساخت اقامتگاه‌های بوم‌گردی بالا گرفت در اطراف خیابان زند صاحبان خانه‌های قدیمی دست به مرمت ملک‌های خود زدند. اقامتگاه‌های بوم‌گردی یک‌به‌یک ساخته شد و مسافرینی که تعطیلات را در شهر تاریخی شیراز می‌گذرانند، مهمان خیابان زند شدند. گذر تاریخی زند مرکز تجاری و دادوستد شیراز هم هست. وجود بازار وکیل از قدیم الایام تا به امروز باعث رونق این محل است و از طرف دیگر ساخت پاساژهای تازه بسیاری از کسبه شیرازی را به این خیابان کشانده است. در سال‌های گذشته ساخت مراکز پزشکی نیز وجهی تازه به این خیابان بخشیده است. بیمارستان نمازی و بیمارستان شهید فقیهی از جمله این مراکز درمانی است. گذر تاریخی زند در قسمت جنوبی شیراز قرار دارد و قیمت خانه نسبت به باقی مناطق شهر در آن جا پایین‌تر است.

داده‌های پژوهش

تحلیل داده‌های پژوهش به وسیله‌ی زبان برنامه‌نویسی پایتون^۱ مورد ارزیابی و تحلیل قرار گرفته است که وجود ارتباط میان مشخصات افراد و سلاقی معماری را به شرح نمودارهای ذیل نمایش می‌دهد. بر همین اساس، داده‌ها پس از تحلیل و پایش، به صورت ماتریسی ۶۳×۶۳ تبدیل شده که برحسب موارد مد نظر مورد استفاده قرار گرفته است.

جدول ۲: مشخصات جامعه‌ی آماری مورد پایش

مشخصات جامعه‌ی آماری	درصد	مشخصات جامعه‌ی آماری	درصد
بازه‌ی سنی ۱۵ الی ۲۵ سال	۳۴٫۴	محل اقامت ساکن شیراز	۷۶٫۸
۲۶ الی ۳۵ سال	۳۸	ساکن خارج از شیراز	۲۳٫۲
۳۶ الی ۴۵ سال	۱۳٫۴	تعداد دفعات استفاده از یک بار یا بیشتر در هفته	۳۷٫۶
۴۶ الی ۵۵ سال	۴٫۸	فضا دو بار در ماه	۲۲٫۴
بیشتر از ۵۵ سال	۲٫۸	یک بار در ماه	۱۹٫۵
جنسیت آقایان	۴۶٫۹	یک بار در هر سه ماه	۲۰٫۵
خانم‌ها	۵۳٫۱	همراه دوستان	۳۸٫۲
تخصیلات کمتر از دیپلم	۲۰٫۱	تنها	۳۱٫۳
دیپلم یا فوق‌دیپلم	۳۳٫۴	همراه خانواده	۳۰٫۵
کارشناسی	۳۹	انتخاب مجموعه‌ها بر حسب تجربه‌ی قبلی	۴۹٫۸
کارشناسی ارشد یا بالاتر	۵٫۷	با پیشنهاد دیگران	۲۵٫۷
معماری	۱٫۸	با دیدن تابلو یا نمای مجموعه	۲۴٫۵
نوع شغل شاغل در بخش‌های آزاد	۵۶٫۳		
کارمند	۲۰٫۲		
در حال تحصیل	۲۳٫۵		

Source: Research Findings, 2020

¹ Python

جمع‌بندی پایش‌های میدانی

ارزیابی پروژه‌های معماری عمدتاً بر تعیین ارزش تمام یا بخشی از محیط ساخته شده (محصول) یا فرآیند ساخت و مدیریت (ارزیابی فرآیند) متمرکز می‌شود؛ در این پژوهش ارزیابی فضاهای معماری بر مبنای برداشت و دریافت کاربران شکل گرفته تا مشخص گردد درک و برداشت همگانی از طراحی داخلی در ارتباط با مشخصات فردی کاربران چگونه تغییر می‌کند (نمودار ۶ و ۷).

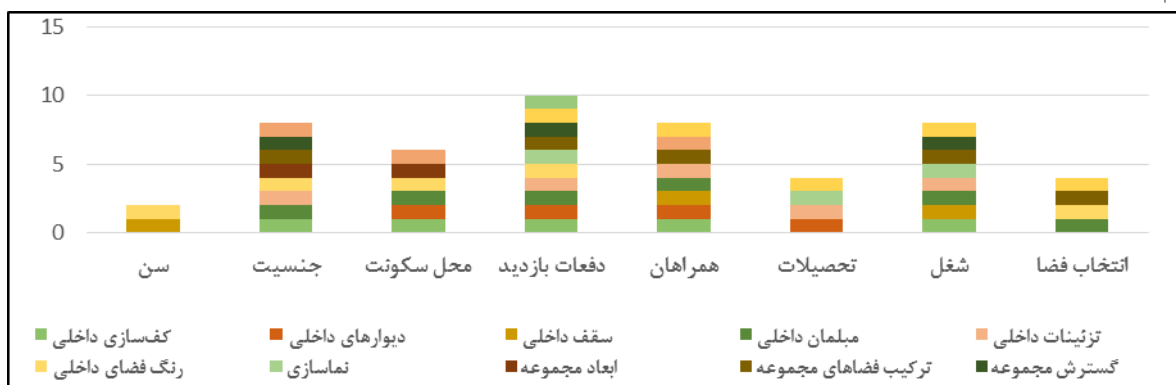
	سن	جنسیت	محل سکونت	دفعات بازدید	همراهان	تحصیلات	شغل	انتخاب فضا	کف‌سازی داخلی	دیوارهای داخلی	سقف داخلی	مبلمان داخلی	تزئینات داخلی	رنگ فضای داخلی	نمایشی	ایجاد مجموعه	ترکیب فضاهای مجموعه	گسترش مجموعه	فضای سبز	شیوه انتخاب	دسترسی شهری
سن	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
جنسیت	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0
محل سکونت	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0
دفعات بازدید	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1
همراهان	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0
تحصیلات	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
شغل	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0
انتخاب فضا	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1
کف‌سازی داخلی	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
دیوارهای داخلی	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0
سقف داخلی	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1
مبلمان داخلی	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
تزئینات داخلی	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
رنگ فضای داخلی	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
نمایشی	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ایجاد مجموعه	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ترکیب فضاهای مجموعه	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
گسترش مجموعه	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
فضای سبز	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
شیوه انتخاب	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
دسترسی شهری	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1

نمودار ۶: وجود رابطه میان مشخصات فردی و سلیقه‌ی عمومی در انتخاب موارد طراحی معماری فضاهای همگانی

(ماتریس تولیدشده بوسیله زبان برنامه‌نویسی پایتون)

Source: Research Findings, 2020

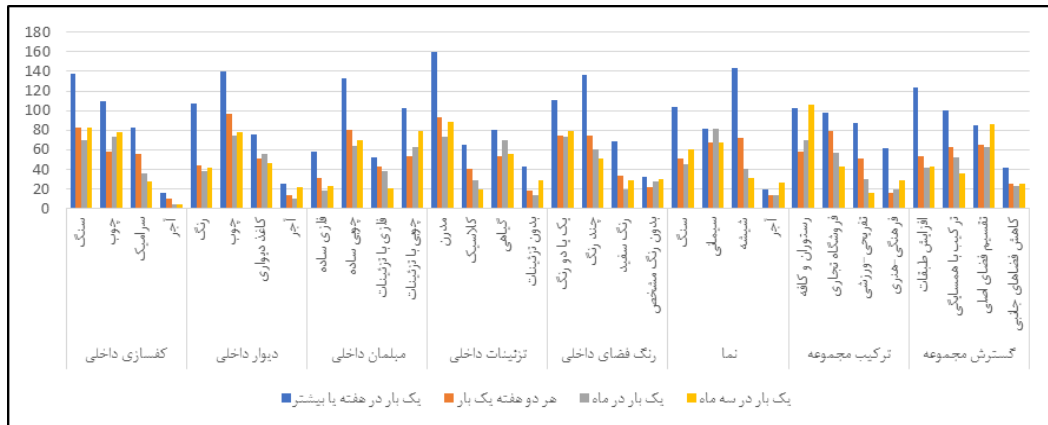
(در ماتریس فوق و با تحلیل روابط میان داده‌ها، عدد ۱ به معنای وجود ارتباط میان دو پارامتر و عدد ۰ به معنای عدم وجود ارتباط میان دو پارامتر است)



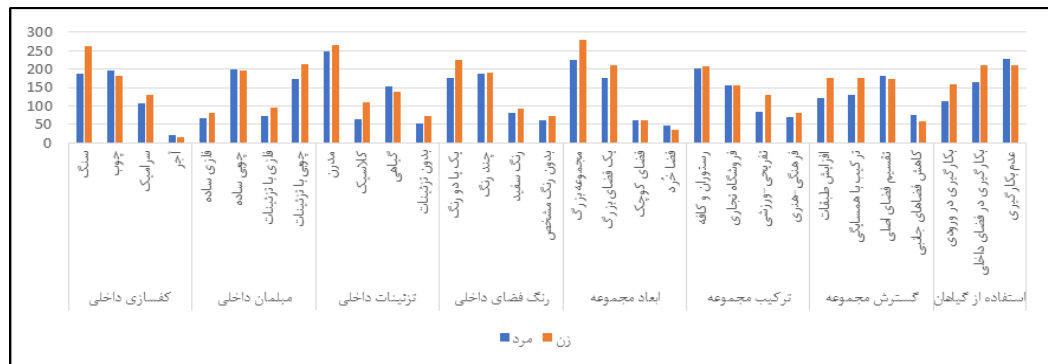
نمودار ۷: وجود ارتباط میان هر کدام از مشخصات فردی با عوامل سلیقه‌ی معماری عمومی

Source: Research Findings, 2020

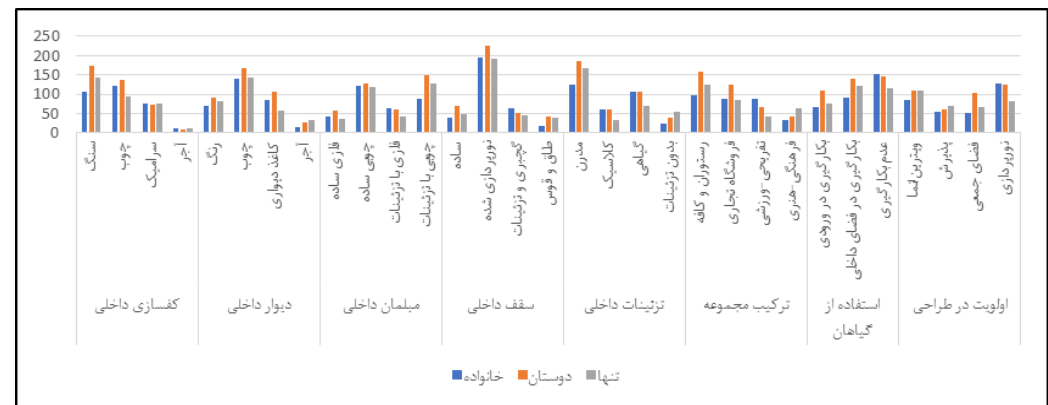
ارزیابی فضای معماری جمعی در محدوده‌ی خیابان زند شیراز، پس از ساخت و حضور کاربران، نشان‌گر آن است که سلیقه‌ی عمومی در ادراک فضا، ارتباط مستقیمی با «دفعات بازدید از فضا، جنسیت، شغل و همراهان افراد» دارد. در نمودارهای ۸ الی ۱۱ این ارتباط به تفکیک به نمایش درآمده است.



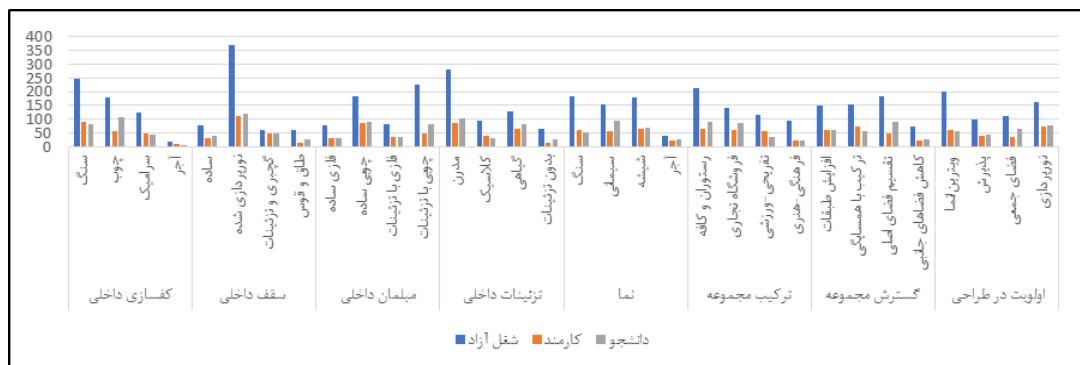
نمودار ۸: وجود ارتباط میان تعداد دفعات حضور کاربران در فضا با عوامل سلیقه‌ی معماری عمومی Source: Research Findings, 2020



نمودار ۹: وجود ارتباط میان جنسیت کاربران در فضا با عوامل سلیقه‌ی معماری عمومی Source: Research Findings, 2020



نمودار ۱۰: وجود ارتباط میان همراهان کاربر در فضا با عوامل سلیقه‌ی معماری عمومی Source: Research Findings, 2020



نمودار ۱۱: وجود ارتباط میان اشتغال کاربران در فضا با عوامل سلیقه‌ی معماری عمومی Source: Research Findings, 2020

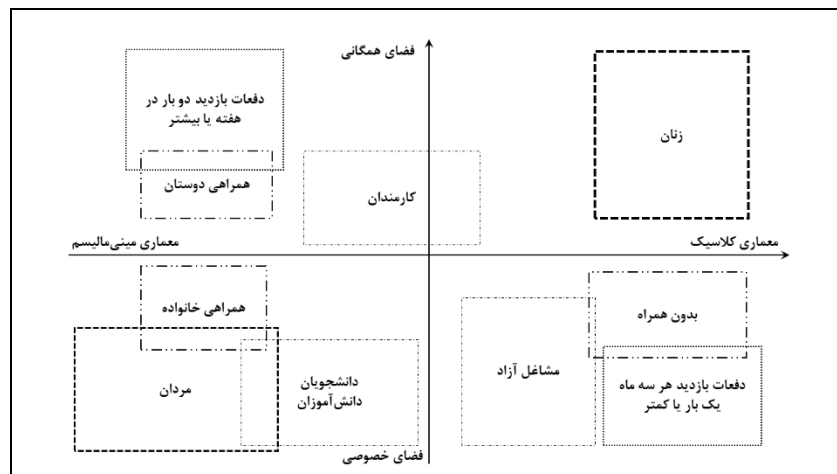
نتیجه‌گیری و دستاورد علمی پژوهشی

در دهه‌های اخیر با گسترش شهرنشینی و شکل‌گیری مراکز اجتماعی، روابط فضایی و زمانی افراد جامعه در اثر عوامل گزینش، توزیع و سازگاری وابسته به محیط شکل گرفته و در ترکیب با نوآوری‌های جامعه، به ماهیت جدیدی دست یافته است. لذا فضاهای همگانی، نه به عنوان یک پروژه‌ی بزرگ مقیاس معماری، بلکه به مثابه‌ی نوعی اندام اجتماعی تلقی می‌شوند. ارزیابی این دسته از فضاها با اهداف متفاوتی متناظر است؛ در این پژوهش هدف نهایی از برداشت سلیقه معماری در جامعه، جهت دستیابی به طرز تلقی افراد غیرمتخصص نسبت به فضاهای جمعی بوده است تا این نگرش اجتماعی در طراحی پروژه‌های خدماتی همگانی مورد استفاده قرار گیرد.

فضاهایی که جهت مطالعه انتخاب شدند در دو حوزه‌ی عملکردی قرار دارند: اول، حوزه‌ی کاری-اقتصادی، زیرا توزیع ثروت در شهر تا حد زیادی بر تقسیم کار اجتماعی و توسعه‌ی فضاهای کاربردی اثرگذار است. مراکز تجاری، هم‌چون فروشگاه‌های بزرگ و مراکز تجاری مرکب از واحدهای کوچک خرده‌فروشی و توزیع خردکالاهای مصرفی هستند و مکان آن‌ها معمولاً بر اساس امکان دسترسی سریع انتخاب می‌شود. این فضاهای مصرفی معمولاً با شکل‌گیری فضاهای درونی و هویت‌های فرهنگی مختص خود، معماری متفاوتی نسبت به مابقی بافت پیرامونی خود دارند. در این مراکز همجواری با حوزه‌های کاری متفاوت و بافت مسکونی و اوقات فراغتی و هم‌چنین با جمعیت‌های سیال و ناپایدار و متغیر (رهگذرها) و جمعیت ساکن (کارگران و فروشندگان) وجود دارد که روان‌شناسی و موقعیت‌های فرهنگی متفاوتی، به خصوص در حیطه‌ی سلیق معماری پدید می‌آورند. حوزه‌ی عملکردی دیگر، حوزه‌ی اوقات فراغت با تمرکز بر فضاهای تغذیه‌ای نظیر رستوران‌ها، کافه‌ها، کافی‌شاپ‌ها و ... است که فضاهای به شدت قشربندی شده و تفکیک شده بر اساس مشخصات فرهنگی اجتماعی مصرف‌کنندگان خود هستند و بارهای معنایی خاص و نشانه‌گذاری‌های سنگین و قابل مطالعه دارند. هم‌چنین دسته‌ی دیگری در این حوزه مورد مطالعه قرار گرفت که می‌توان از آن به نام فضاهای فرهنگی نام برد، نظیر سالن‌های تئاتر، سینماها، نمایشگاه‌ها و ... این فضاها غالباً دارای جمعیت سیال ناپایدار هستند که مطالعه بر آن‌ها کاری مشکل است.

بنا بر داده‌های دریافتی از کاربران حاضر در فضاهای همگانی (نمودار ۶)، می‌توان نتایج ذیل را از دسته‌بندی کاربران اتخاذ نمود (نمودار ۱۲): هرچه تعداد دفعات بازدید از یک فضا بیشتر باشد، تمایل به فراهم آمدن محیط اجتماعی بیشتر شده و سلیقه‌ی معماری به سلیقه‌ی مرسوم میان معماران و معماری مدرن نزدیک‌تر خواهد شد، و بالعکس هرچه کاربران تعداد کمتری به محیط مراجعه نمایند، بیشتر تمایل دارند که فضا خصوصی شده و سلیقه‌ی معماری به سمت تجملات و افزودن جزئیات پیش می‌رود. هم‌چنین زنان بیشتر تمایل دارند که فضا تجملاتی، فرهنگی و اجتماعی شود و مردان بیشتر به ساده‌سازی طراحی فضا و حفظ حریم خصوصی پرداخته‌اند. افرادی که همراه با خانواده به فضای جمعی مراجعه می‌کنند از طراحی با مصالح طبیعی و فضاهای پرسروصدا استقبال کرده‌اند، افرادی که با دوستان خود به فضای جمعی مراجعه کرده‌اند فضاهای با طراحی مدرن با تکیه بر نورپردازی را انتخاب کرده‌اند و افرادی که تنها به مجموعه‌ها مراجعه کرده‌اند فضاهای تجملاتی و فرهنگی را بیشتر مورد استقبال قرار

داده‌اند. افراد با مشاغل آزاد (و برخورداری بیشتر) فضاهایی با حریم خصوصی، طراحی تجمعاتی و همراه با جزئیات و تمرکز بر نمایشی بودن را انتخاب کرده‌اند. در میان افراد کارمند (با برخورداری کمتر)، اولویت‌بخشی با تفاوت زیادی صورت نپذیرفته و صرفاً می‌توان اذعان نمود که فضاهای مدرن با تزئینات میانه بیشتر انتخاب شده است. دانشجویان و محصلین (عدم بهره‌گیری از درآمد مستقل) نیز فضاهایی با مشخصات معماری مدرن، نورپردازی شده و با تمرکز بر حریم خصوصی را بیشتر انتخاب نموده‌اند.

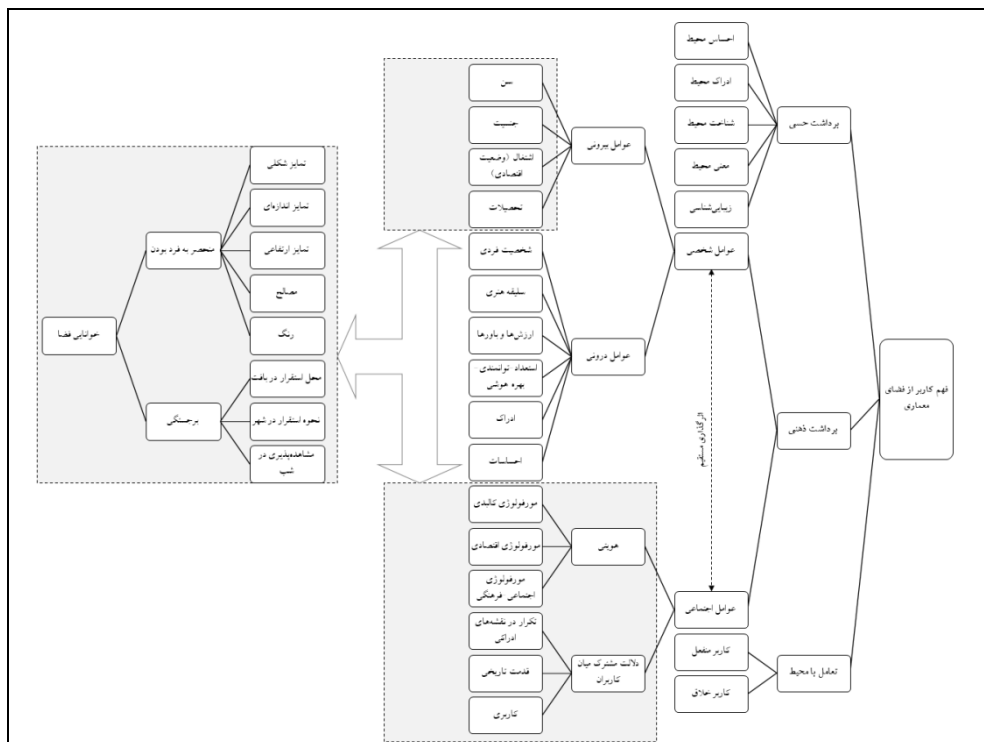


نمودار ۱۲: تنوع سلیقه‌ها مبتنی بر شاخصه‌ی کاربران و اولویت‌های انتخاب در فضاهای همگانی

Source: Research Findings, 2020

با تحلیل جداول و نمودارهای مربوطه می‌توان چنین برداشت کرد که عامل شکل‌دهنده و پیوند میان سلیقه‌ی معماری و مشخصات فردی، در چهارچوبی بینابینی از ذهن که نشان‌دهنده گذار از امر آشنا به ناآشناست، شروع شده و پایان می‌پذیرد. کاربران حاضر در فضای جمعی نمونه‌ی کهن‌الگوی شهر معاصر هستند که بازتابی از شرایط ناپایدار شهری به شمار می‌روند. تصورات افراد از فضای جمعی عرصه‌ای برای ستیز مکان و فضاست. این تصورات امیال ناخودآگاه اجتماعی را بازتاب داده و بدیل‌هایی برای فضای جمعی تولید می‌کند که بخشی از سنت دیرین آرمان‌شهری را شکل می‌دهد. به رغم حکمرانی مناسبات دیداری و مجازی در رسانه‌های مدرن، تأکید بر مناسبات جسمانی در معماری معاصر از اهمیت کم‌ناشدنی تجربه‌ی چهره به چهره در عرصه‌ی عمومی حکایت دارد. آنچه در این میان حائز اهمیت است عدم وجود تفاوت چشمگیر میان افراد جامعه‌ای است که برحسب طبقه‌بندی «سرمایه‌ی فرهنگی» بوردیو تفکیک می‌شوند؛ در مطالعه‌ی جامعه‌ی آماری فوق‌الذکر، برخورداری از سرمایه‌ی فرهنگی (که به تعبیر بوردیو شامل تحصیلات، مصرف محصولات فرهنگی و ارتباط با هنر است) و سلیقه‌ی معمارانه ارتباط مشخص یا قابل اثباتی نداشته و برخورداری از تحصیلات بالاتر متضمن برخورداری از ذائقه‌ی فرهنگی نزدیکتر به هنرمندان نیست. از همین روی شاید بتوان گفت جامعه‌ی میانی مورد مطالعه از سنت‌های مرسوم و دیرین تبعیت کرده و بسته به سرمایه‌ی اقتصادی (نگرش فئودالی)، جنسیت (نگرش جوامع مردسالاری) و حمایت خانواده (قومیت) به موضوع معماری نیز می‌پردازند.

لذا با توجه به پژوهش صورت پذیرفته در عرصه‌ی شهری شیراز، باید اذعان نمود که شکل معماری، متأثر از کمیت‌ها و در راستای توسعه‌ی بلندمدت، دچار فاصله از واقعیت ادراکی افراد شده است. کیفیت عملکردی (معیار کاربردی بودن) و کیفیت فضایی بصری (معیار تجربی) برآمده از فضای ذهنی افراد، سلیقه، مؤلفه‌های مؤثر در فهم فضا و الگوهای ذهنی از معماری است و هریک از کاربران، در مقام طراح، این سلیقه را در فضای همگانی اعمال می‌کنند. بر مبنای مطالعات صورت پذیرفته، روابط میان متغیرهای مؤثر بر فهم فضایی و شکل‌گیری سلیقه‌ی معماری در موقعیت‌های معماری همگانی، در نمودار ۱۳ تصویر شده است:



نمودار ۱۳: مدل متغیرهای مؤثر بر فهم فضایی و شکل‌گیری سلیقه‌ی معماری مبتنی بر فضاهای خدماتی همگانی

Source: Research Findings, 2020

ارایه راهکارهای کاربردی

راهکار برون‌رفت از وضعیت فعلی، دوری از روایت‌های کلان و مبتنی بر مطالعات غیربومی، حداقل در سطوح مدیریت خُرد، و ایجاد فرصت برای افزایش مشارکت‌های شهروندی است، که البته خود نیازمند نگرش برنامه‌ریزان شهری و قوانین و ساختارهای تصمیم‌گیری آن است. آنچه در این راه کمک شایانی به هم‌خوانی معماری، شهر و شهروندان خواهد کرد، شناسایی هویت‌های موجود و متعدد در شهر و اولویت‌بخشی به سلايق خرد و کلان است. هویت‌های خرد، توان بالایی برای مشارکت در فعالیت‌های کوچک شهری دارند و هویت‌های کلان نیز امکان شناسایی مراجع شکل‌دهنده به برداشت‌های معماری جامعه را فراهم می‌آورند. هم‌چنین دموکراسی مشارکتی در سطوح خُرد، می‌تواند فضاهای جمعی، خدمات و روابط اجتماعی را از حیطه‌ی سرمایه‌داری خصوصی خارج نماید

و تحت نظارت و مدیریت و مشارکت سرمایه‌های مردمی قرار دهد. لذا راهبرد اصلی می‌تواند «بازتعریف سطوح مشارکتی و تدوین فرایندهای آن» در عرصه‌ی شهر و معماری باشد.

ارایه راهکارهای اجرایی

- لزوم فرهنگ‌سازی از طریق رسانه و نهادهای ذی‌ربط برای شکل‌گیری مطالبات مردمی و موضوع حق به شهر-معماری؛
- شناسایی و گفت‌وگو با نهادهای شکل‌دهنده و تأثیرگذار در برداشتهای جامعه از موضوع معماری؛
- افزایش و ارتقاء شیوه‌های مشارکت مردمی در تصمیم‌گیری‌های مدیریت شهر و معماری؛
- لزوم آموزش همگانی درباره‌ی معماری و تعریف کیفیت فضایی از طریق مدارس و دانشگاه‌ها؛
- پایش نظرات کاربران و اعمال آن پیش از ساخت پروژه‌های عمومی و در طول فرآیندهای طراحی؛
- بازبینی و بهسازی فضاهای همگانی موجود با توجه به خواسته‌های کاربران.

References

- Bianco, Lino. (2017). "Architecture, values and perception: Between rhetoric and reality". *Frontiers of Architectural Research* (2018) 7, 92-99.
- Blau, Judith. (1991). "The Context and Content of Collaboration: Architecture and Sociology". *Journal of Architectural Education*, Vol. 45, No. 1 (Nov., 1991), pp. 36-40.
- Bourdieu, P. (1984) *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. Translated by Hassan Chavoshian. Tehran, Sales Press. (in Persian)
- Campbell, J. Y. (1987), "Does saving anticipate declining labor income? An alternative test of the permanent income hypothesis", *Econometrica*, 55, 1249-1273.
- Carmona, M., Tiesdell, S., Heath, T., Ocas, T. (2003). *Public Places, Urban Spaces, The Dimensions of Urban Design*. Routledge, pp. 122-123.
- Corrigan, P. (1997) *The Sociology of Consumption*. Translated by Shayesteh Madani Lavasani. Tehran, Research Center for Culture, Art and Communications Press. (in Persian)
- Corsi'n Jime'nez, Alberto. (2003). "On space as a capacity". *Royal Anthropological Institute* 9. 137-153.
- Eco, Umberto. (1989). *The Open Work*, translated by Anna Concogni; with an introduction by David Robey, Cambridge, Harvard University Press, Massachusetts.
- Eun Cho, Myung & Kim, Mi jeong. (2017). "Measurement of User Emotion and Experience in Interaction with Space". *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*. 16. 99-106. 10.3130/jaabe.16.99.
- Freitag, M. (2004). *Arquitectura e Sociedade*. Spain, Casal de Cambra: Don Quixote.
- Gehl, J. (2013) *How to Study Public Life*. Translated by M. Saeed Izadi, Samaneh Mohammadi, Samaneh Khabiri. Tehran, Aval-o-Akhar Press. (in Persian)
- Gronow, J. (2002) *The Sociology of Taste*. Translated by Masoud Kianpour. Tehran, Markaz Press. (in Persian)
- Harvey, D. (2003) *Paris, Capital of modernity*. Translated by A'ref Aghvami Moghadam. Tehran, Pejvak Press. (in Persian)
- Hatch, Henry J. (Chairman), Federal Facilities Council. (2001). *LEARNING FROM OUR BUILDINGS, A State-Of-The-Practice Summary of Post-Occupancy Evaluation*. Washington, D.C., National Academy Press.
- Hay, Rowena & Samuel, Flora & Watson, Kelly J. & Bradbury, Simon. (2017). "Post-Occupancy Evaluation in Architecture: Experiences and Perspectives from UK Practice". *Building Research & Information*, 46:6, 698-710.

- Hill, J. (2003) *Actions of architecture: architects and creative users*. Translated by Mahshid Motamed. Mashad, Kasra Press. (in Persian)
- Jencks, C. (2011) *The Story of Post-Modernism: Five Decades of the Ironic, Iconic and Critical in Architecture*. Translated by Ehsan Hanif. Tehran, Fekr-e-No Press. (in Persian)
- Lucas, R. (2015) *Research Methods for Architecture*. Translated by Reza Sameh. Tehran, Tahan Press. (in Persian)
- Lynch, Kevin. (1976). *Managing the Sense of a Region*. Cambridge: MIT Press. (2nd ed. 1980).
- Mendes, Maria Manuela & Sá, Teresa & Cabral, João. (2017). *Architecture and the Social Sciences: Inter- and Multidisciplinary Approaches between Society and Space*. Berlin: Springer.
- Miles, S., Miles, M. (2004) *Consuming Cities*. Translated by Morteza Ghalich, M. Hassan Khatibi. Tehran, Teesa Press. (in Persian)
- Müller, Anna-Lisa & Reichmann, Werner. (2015). *Architecture, Materiality and Society Connecting Sociology of Architecture with Science and Technology Studies*. Palgrave Macmillan UK.
- Nesbitt, K. (1997) *Theorizing a new agenda for architecture: an anthology of architectural theory, An Anthology of Architectural Theory 1965 – 1995*. Translated by Pouyan Rouhi. Mashad, Kasra Press. (in Persian)
- Önal, Gökçe Ketizmen & Turgut, Hülya. (2017). “Cultural Schema and Design Activity in an Architectural Design Studio”. *Frontiers of Architectural Research*, Volume 6, Issue 2, June 2017, pp. 183-203.
- Parker, S. (2003) *Urban theory and the urban experience: encountering the city*. Translated by Hamidreza Talkhabi, Farokh Mehr-Aeen. Tehran, Teesa Press. (in Persian)
- Petrescu, Doina, editor. Trogal, Kim, editor. (2017). *The Social (Re)Production of Architecture: Politics, Values and Actions in Contemporary Practice*. New York: Routledge.
- Rouhi, Z. (2012) “Bourdieu in facing with distinction”, *Jahan Ketab Journal*, No. 270-271, pp 25-28. (in Persian)
- Šafránková, Jana. (2006). “Sociological and Psychological Aspects of Architecture and Urban Space”. *Teka Kom. Arch. Urb. Stud. Krajobr. – OL PAN*, 2006, 15-22.
- Ukabi, Ejeng. (2015). “Conserving the Architects’ Jewel in the 21st Century”. *Architecture Research* 2015, 5(1): 10-15.
- Voordt, D. J. M. van der (2007) *Architecture in use: an introduction to the programming, design and evaluation of buildings*. Translated by Mahyar Bastani. Mashad, Kasra Press. (in Persian)
- Webster, H. (2011) *Bourdieu for architects*. Translated by Ehsan Hanif. Tehran, Fekr-e-No Press. (in Persian)
- Zieleniec, A. (2007) *Space and Social Theory (BSA New Horizons in Sociology)*. Translated by Mahmoud Shourcheh. Tehran, Modiran emrooz Press. (in Persian)

**Explaining the relationship between architectural perception and individual components of the user in the body of public spaces
(Case study: Zand St., Shiraz)**

Mahshid Motamed

Ph.D. student of Architecture, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Mehrdad Matin*

Associate Prof., Dept. of Architecture, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Hadi Kashmiri

Department of Architecture, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran

Abstract

The architecture of public spaces is a place for the integration of cultural diversity and the presence of different social currents. In these collective spaces, there is the possibility of innovation and plurality of artistic ideas, and therefore, collective spaces have become a sign of the common architectural taste in their context. This research aims to receive a complementary process for designing public service spaces by receiving field data and sociological analysis and to monitor the general attitude towards the specialized field of architecture. Most studies have focused on the role of architecture in human behavior, which is called "environmental psychology"; But the view of architecture as a habit and a product, which changes over time and the presence of the user and can change the nature (perceptual / objective) resulting from collective behaviors, is a topic that is less discussed. Now the question arises that what pattern follows the architectural perception and components that are effective in understanding the public space from the users' point of view? Developing a pattern of public perception of architecture can be effective at the time of design and in the production of design methods based on the active presence of users. According to the study of this study on the statistical population of 1200 people and monitoring people's perceptions of the subject of architecture of public spaces, it can be said that social identities live in a different perceptual space of the subject of architecture. Individual and group features have different readings of the architectural problem, the sorting of which, in terms of the parameters in the building, becomes a model for the design of public spaces.

Keywords: Sociology of Architecture, Architectural Taste, Public Spaces.

* . (Corresponding Author) meh.matin@iauctb.ac.ir