

جامعه‌شناسی فضاهای همگانی: مطالعه‌ی تأثیرات جامعه‌شناسی و

ماده‌گرایی بر شکل‌گیری معماری^۱

مهشید معتمد

دانشجوی دکتری معماری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مهرداد متین^۲

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

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۱/۳۱ تاریخ صدور پذیرش: ۱۳۹۹/۴/۲۷

چکیده

تجربه‌ی اجتماعی افراد در فضاهای همگانی، از بکارگیری آگاهانه‌ی معماری و جزئیات طراحی ناشی می‌شود. در این فضاهای جمعی، امکان تغییر و بهسازی در فضا از سوی ساکنین 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.

کلیدواژگان: برداشت فضایی، جامعه‌شناسی معماری، سلیقه‌ی معماری، فضاهای همگانی.

^۱. این مقاله برگرفته از رساله دکتری معماری با عنوان «نقش برداشت‌های فضایی در شکل‌گیری فضاهای خدماتی همگانی؛ مطالعه‌ی موردی: افراد ۲۰ الی ۶۰ ساله در محدوده‌ی چهارراه زند شیراز» به راهنمایی دکتر مهرداد متین در گروه معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده معماری و شهرسازی است.

^۲. (نویسنده مسئول): meh. matin@iauctb. ac.ir

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 اندرزها^۲ می‌نویسد: «حمله به سلیقه‌های ما، بیش از حمله به عقاید ما، غرورمان را جریحه‌دار می‌کند» (بوردیو، ۱۳۹۵: ۳۵۱). 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» (جنکز، ۱۳۹۷: ۷۲). 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 (لوکاس، ۱۳۹۶: ۱۸). 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 فضاها را 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 به عنوان 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.

^۱ La Rochefoucauld

^۲ Maxims

معماری فضاهای همگانی، فرصتی برای حضور تنوع فرهنگی و جریان‌های متفاوت اجتماعی در کنار یکدیگر است. در این فضاهای جمعی، امکان نوآوری و تکرار 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^۱، که شیوه‌ای برای فهم روایت‌های مردم درباره ازجاکندگی و فردی شدن است، می‌توان به بررسی دلالت‌های مفهومی نظام‌مندی پرداخت که چنین روایت‌هایی را مرور می‌کنند. از این دیدگاه، جامعه‌شناسی معماری با بررسی مفهوم محیط اجتماعی، به عنوان «پیکربندی 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 (دورشمیت، ۱۳۹۶: ۵۴).

روش انجام این 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 زمینه‌ی 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. 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. مشخصات تفصیلی جامعه‌ی آماری در جدول شماره‌ی ۱ ارایه شده است. حوزه‌ی شهری مورد پژوهش، محدوده‌ی خیابان کریم‌خان زند شیراز، حد فاصل میدان نمازی تا میدان شهرداری، انتخاب شده که از منظر اقتصادی و فرهنگی شهری، بافت میانه محسوب می‌گردد و تنوع جمعیتی لازم را در خود جای داده است. تحلیل داده‌های فوق به دلیل حجم زیاد آن به وسیله‌ی زبان برنامه‌نویسی پایتون^۲ مورد ارزیابی و تحلیل قرار گرفته است که وجود ارتباط میان مشخصات افراد و سلاقی معماری را نمایش می‌دهد. بر همین اساس، داده‌ها پس از تحلیل و پایش، به صورت ماتریسی ۶۳×۶۳ تبدیل شده است.

جدول ۱: مشخصات جامعه‌ی آماری مورد پایش

مشخصات جامعه‌ی آماری	درصد	مشخصات جامعه‌ی آماری	درصد
۱۵ الی ۲۵ سال	۳۴,۴	محل اقامت ساکن شیراز	۷۶,۸

^۱ Extended Milieux

^۲ Python

۴۸۴ فصلنامه علمی - پژوهشی جغرافیا (برنامه ریزی منطقه‌ای)، سال دهم، شماره سوم، تابستان ۱۳۹۹

بازوی	۲۶ الی ۳۵ سال	۳۸	ساکن خارج از شیراز	۲۳,۲
سنی	۳۶ الی ۴۵ سال	۱۳,۴	تعداد	۳۷,۶
	۴۶ الی ۵۵ سال	۴,۸	دفعات	۲۲,۴
	بیشتر از ۵۵ سال	۲,۸	استفاده از	۱۹,۵
جنسیت	آقایان	۴۶,۹	فضا	۲۰,۵
	خانم‌ها	۵۳,۱	همراهان	۳۸,۲
تحصیلات	کمتر از دیپلم	۲۰,۱	افراد	۳۱,۳
	دیپلم یا فوق دیپلم	۳۳,۴	همراه خانواده	۳۰,۵
	کارشناسی	۳۹	انتخاب	۴۹,۸
	کارشناسی ارشد یا بالاتر	۵,۷	مجموعه‌ها	۲۵,۷
	معماری	۱,۸	با دیدن تابلو یا نمای	۲۴,۵
			مجموعه	
نوع شغل	شاغل در	۵۶,۳		
	بخش‌های آزاد			
	کارمند	۲۰,۲		
	در حال تحصیل	۲۳,۵		

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

موارد استنتاج شده شامل شناخت واکنش و تمایل کاربران در فضاهای عمومی، شناخت دیدگاه‌های معمارانه و طراحی جامعه‌ی عمومی و کنش‌های اجتماعی در محل است. در نتایج حاصل از پرسشنامه‌ها، مصاحبه‌ها و پایش اقدامات کاربران و هم‌چنین اطلاعات برگرفته از برداشت‌های میدانی موارد زیر به عنوان مؤلفه‌های طراحی در معماری فضاهای همگانی مشخص شد.

مبانی نظری

پژوهش‌های میان‌رشته‌ای تعریفی متفاوت از ارتباط نظام‌های مختلف فکری ارائه می‌کنند و در سال‌های گذشته بسیار مورد توجه قرار گرفته‌اند. اگر دیدگاه کلاسیک نسبت به معماری را بازخوانی نماییم، ساختار (وجه تکنیکی)، کارایی (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). علوم دنیای جدید در فضایی برآمده از علوم طبیعی و دانش اجتماعی توسعه یافته‌اند و همین موضوع نشان‌دهنده‌ی آن است که جای نگرش‌های انسان‌شناختی در آن‌ها خالی مانده است. این 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» (فریتاگ، ۲۰۰۴: ۲۱).

جدول ۲: تشریح فضای اجتماعی از منظر جامعه‌شناسان

عنوان	نظریه پرداز	مفاهیم کلیدی	متن / نظریه
بستری برای مطالعه‌ی تمایزات اجتماعی، تضاد و اختیارات فردی	جرج زیمل ^۱	فضا در بطن نگرش‌های زیمل قرار گرفته است؛ جامعه‌شناسی زیمل شامل چهار مفهوم از جامعه است؛ جامعه به عنوان یک کلیت، فرایندی از کنش‌های متقابل یا اجتماع، به‌عنوان موضوعی زیباشناختی و در نهایت به مثابه زمینه تجربیات روزمره و دانش شرکت‌کنندگان در آن. (ژیلینتس، ۱۳۹۳، ۵۴) با چنین مفاهیمی، نظریه زیمل در جامعه‌شناسی فضا، برخلاف نظریه پردازان 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» (زیمل، ۱۹۵۹، ۳۱۴).	

هنری لوفور^۱ فضا فرآورده‌ی «در فضا هر چیزی که زودتر به وجود می‌آید به عنوان شالوده و مادی روابط اساس پدیده‌های بعدی عمل می‌کند. پیش‌شرط‌های فضاهای اجتماعی (امر) اجتماعی در زمینه پایداری و بقای واقعی در داخل یک فضای انضمامی) و خاص، شیوه‌های خاص خود را دارند. وظیفه معماران [همان‌گونه نمود روابط که لوفور پروژه‌اش را تشریح می‌کند] تشریح و تحلیل این نوع (امر انتزاعی) پایداری است که در آن اغلب به دنبال تعبیر استعاره‌ای از لایه‌ها، ته‌نشست‌ها و نظایر آن است». (لوفور، ۱۹۹۱، ۲۲۱)

دیوید هاروی^۲ اهمیت فضای «پرسش درباره فضا چیست؟ جای خود را به این پرسش می‌دهد که چگونه شیوه‌های متفاوت عمل انسانی مفاهیم خاصی از فضا را ساخت فضا در ساخته و مورد استفاده قرار می‌دهند؟... درک شهرگرایی و فرایندهای شهرنشینی اجتماعی همراه با موضوع فرم فضایی، نیازمند این است که ما امروز و بفهمیم چگونه فعالیت انسانی نیاز به مفاهیم خاص فضایی را ایجاد فضاهای امید 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» (هاروی، ۱۹۷۳، ۱۴).

منبع: ژیلنیتس، ۱۳۹۳.

در حالی‌که نظریات وبلن، زیمل، لوفور و هاروی در سطح نظریاتی قابل پذیرش باقی می‌ماند، بوردیو به ارتباط بین طبقه‌ی اجتماعی و عملکردهای مصرفی به شکل جزئی و به شیوه‌ای عملی می‌پردازد؛ لذا این پژوهش نیز چارچوب نظری و مطالعاتی را بر مبنای دیدگاه بوردیو قرار داده است. یکی از چالش‌های این حوزه‌ی مطالعاتی، بکارگیری مفهوم «سرمایه‌ی فرهنگی» از دیدگاه بوردیو در بستر اجتماعی مورد بررسی بوده است که منجر به تولید موقعیت‌های اجتماعی و فضای سبک زندگی می‌شود. آنچه از این راه روشن می‌شود این است که گروه‌های اجتماعی مختلف به ظاهر متفاوت زندگی می‌کنند، اما در دنیایی بدون تناقض و آمیزشی خاص از عملکردهای فرهنگی حضور دارند. آن‌ها هم‌چنین متأثر از دنیایی نسبتاً خودکفا هستند که پیوسته در حال ایجاد حسی خاص از واقعیت در میان ترکیبات خاصی از چیزها و روش‌هایی است که مصرف می‌کنند. به بیان دیگر، هر کنش مصرفی،

^۱ Henri Lefebvre

^۲ David Harvey

تفاوت‌های اجتماعی را بازتولید می‌کند و فایده‌ی این تمایز، «متناسب کردن آن با کمیابی معناهایی است که نیاز تولیدات فرهنگی مختلف و مناسب است» (کورینگان، ۱۳۹۷: ۶۳). در این‌جا موقعیت میانه‌ای در بازی اجتماعی پدید می‌آید که همان خرده‌بورژواهای جدید هستند؛ کنش آن‌ها به شکل مشروعیت بخشیدن به حوزه‌های جدید روشنفکری در تخصص‌هایی مانند موسیقی عوامانه، مد، طراحی، تعطیلات، ورزش، فرهنگ مردمی و ... است که مسئله‌ی اصلی ترویج آن سبک‌های خاص نبوده، بلکه بیشتر تهیه و ترویج علاقه‌ی عموم به سبک خویش، نوستالژی برای سبک‌های پیشین و جذابیت سبک‌های جدید است (همان: ۶۶).

پژوهش‌های جامعه‌شناسی معماری

از میانه دهه ۱۹۶۰ تئوری معماری حقیقتاً به یک پدیده میان‌رشته‌ای تبدیل شده و به گستره‌ی وسیعی از پارادایم‌های انتقادی وابسته شده است (نسبیت، ۱۳۹۶: ۱۵). پژوهش‌هایی در مورد جامعه‌شناسی و سلیقه معماری صورت گرفته‌اند؛ از جمله کتاب سلیقه‌ای که می‌ماند^۱ (۲۰۱۲)، که مجموعه مقالاتی به کوشش کنت کلینمن^۲، جوانا مروود-سالزبری^۳ و لوئیس وینتهال^۴ است و به موضوعاتی از قبیل مسئله سلیقه، روش‌ها و تعالیم سلیقه، کار حرفه‌ای پس از آموختن سلیقه می‌پردازد. در این کتاب تمرکز بر طراحی داخلی بوده و سلیقه در مواجهه با زیبایی‌شناسی مورد تحلیل قرار می‌گیرد. مطالعات انتقادی درباره طراحی داخلی و ارایه چارچوب نظری بر مبنای دیدگاه حرفه‌مندان چارچوب کتاب را شکل داده و قصد دارد تا عدم توازن زیبایی‌شناسی با سلیقه معماری را در گذر تاریخ تحلیل نماید.

مولر و ریشمن^۵ (۲۰۱۵) در کتابی با نام معماری، ماهیت و جامعه؛ ارتباط جامعه‌شناسی معماری و مطالعات علمی و تکنولوژی، به بررسی جامعه‌شناسی معماری نموده‌اند. لینو بیانکو^۶ (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^۷ و یئونگ کیم^۸ (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

^۱ After Taste

^۲ Kent Kleinman

^۳ Joanna Merwood-Salisbury

^۴ Lois Weinthal

^۵ Anna-Lisa Müller & Werner Reichmann

^۶ Lino Bianco

^۷ Myung Eun Cho

^۸ Mi Jeong Kim

چندحسی تولید می‌کند و علاوه بر این، رابط‌های فضایی ایجاد شده و تجربه کاربر بسط می‌یابد. یانا سافرانکوف^۱ (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. پژوهش مهم دیگر در موضوع سلیقه از سوی یوکا گرونو^۲ با نام «جامعه‌شناسی سلیقه^۳» است که بر هویت و منزلت افراد، طبقات اجتماعی و میل به قرارگیری در جایگاه برتر و سبک‌های زندگی متمرکز است.

پرسش این پژوهش چنین 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 است 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.

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^۴ بوده و مطالعات جامع وی با عنوان «تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی^۵» 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 سلاقی 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 پیش‌هنگارهای هنری، می‌توان معلوم نمود که این سلاقی 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 کالبدشناسی

^۱ Jana Šafránková

^۲ Jukka Gronow

^۳ The Sociologie of Taste

^۴ Pierre Bourdieu

^۵ Distinction : A Social Critique of the Judgement of Taste

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. بوردیو 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). بوردیو بر این نظر است که بازتولید ساختار اجتماعی از عادت‌واره‌های افراد منتج می‌شود (بوردیو، ۱۹۸۷). 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.

محدوده‌ی مورد مطالعه

در این ارزیابی، از معیارهای طرح شده در شیوه‌ی POE (ارزیابی پس از تصرف) برای مواردی هم‌چون طرح پایه و چیدمان فضاها، روش درک فرم کلی ساختمان، مشخصات فیزیکی فضای داخلی و عوامل رفتاری (استفاده از فضا، خلوت، ارتباط اجتماعی، موقعیت فضایی و غیره) مورد مطالعه قرار گرفته است؛ لذا سلیقه‌ی معماری به عنوان یک متغیر غیروابسته تعریف شده است، یعنی به طور مستقل مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و همبستگی آن با مشخصات فردی کاربران مورد بررسی قرار گرفته است. 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 سلاقی معماری پدید می‌آورند. حوزه‌ی عملکردی دیگر، حوزه‌ی اوقات فراغت با تمرکز بر فضاهای تغذیه‌ای نظیر رستوران‌ها، کافه‌ها، کافی‌شاپ‌ها و ... است که فضاهای به شدت قشریندی شده و تفکیک شده بر اساس مشخصات

^۱ Anatomie du goût (the Anatomie of Taste)

۴۹۰ فصلنامه علمی - پژوهشی جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، سال دهم، شماره سوم، تابستان ۱۳۹۹

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.

یافته‌های پژوهش

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 ۱ و ۲).

نمودار ۱: وجود رابطه میان مشخصات فردی و سلیقه‌ی عمومی در انتخاب موارد طراحی معماری فضاهای

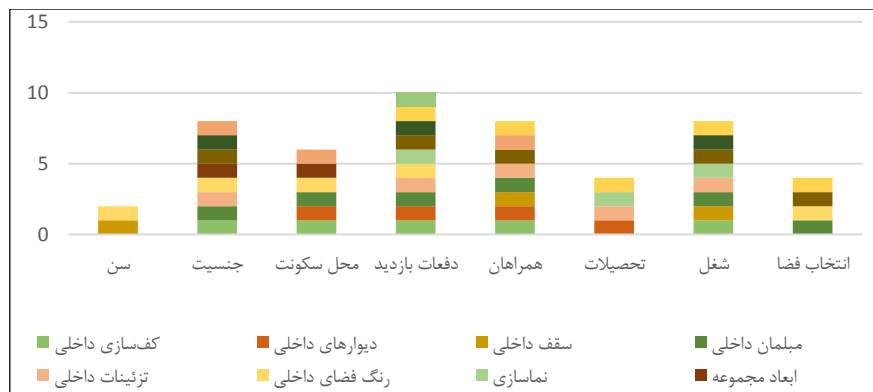
همگانی (ماتریس تولیدشده بوسیله زبان برنامه‌نویسی پایتون)

	سن	جنسیت	محل سکونت	دفعات بازدید	همراهان	تعمیرات	شغل	انتخاب فضا	کفسازی داخلی	دیوارهای داخلی	سقف داخلی	مبلان داخلی	تزیینات داخلی	رنگ فضای داخلی	نماسازی	ایجاد مجموعه	ترکیب فضاهای مجموعه	گسترش مجموعه	فضای سبز	شیوهی انتخاب	دسترسی شهری
سن	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
جنسیت	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	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	1	0	1	1	0	0
تعمیرات	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
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	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0
کفسازی داخلی	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
دیوارهای داخلی	0	0	1	1	1	0	0	1	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	1	1	1
مبلان داخلی	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
تزیینات 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	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
نماسازی	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	1	0	0	1	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	1	0	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	1	0	1	1	1
شیوهی 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	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

(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 ۲: وجود ارتباط میان هر کدام از مشخصات فردی با عوامل سلیقه‌ی معماری عمومی

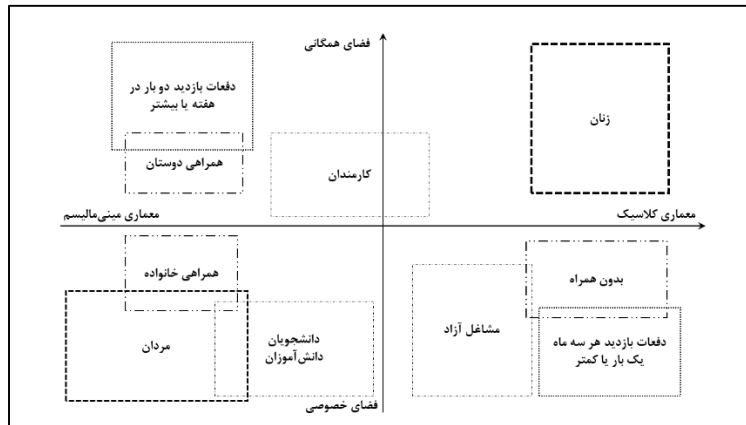


منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

نتیجه‌گیری و دستاورد علمی پژوهشی

بنا بر داده‌های دریافتی از کاربران حاضر در فضاهای همگانی می‌توان نتایج ذیل را از دسته‌بندی کاربران اتخاذ نمود: 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 خصوصی‌تر 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 اقتصادی) فضاهایی با حریم خصوصی، طراحی تجملاتی و همراه با جزئیات و تمرکز بر نمایشی بودن را انتخاب کرده‌اند. در میان افراد کارمند (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 (فاقد درآمد مستقل) نیز فضاهایی با مشخصات معماری مدرن، نورپردازی شده و با تمرکز بر حریم خصوصی را بیشتر انتخاب نموده‌اند.

نمودار ۳: تنوع سلیقه‌ها مبتنی بر شاخصه‌ی کاربران و اولویت‌های انتخاب در فضاهای همگانی



منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

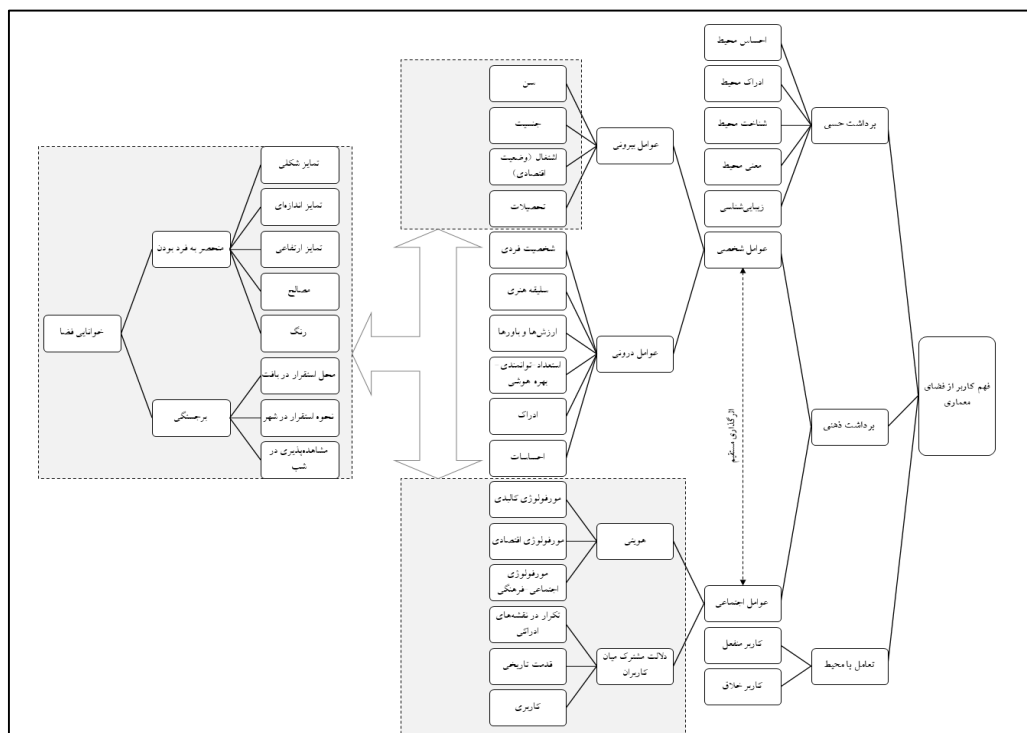
با تحلیل جداول و نمودارهای مربوطه می‌توان چنین برداشت کرد که عامل شکل‌دهنده و پیوند میان سلیقه‌ی معماری و مشخصات فردی، در چهارچوبی بینابینی از ذهن که نشان‌دهنده گذار از امر آشنا به ناآشناست، شروع شده و پایان می‌پذیرد. کاربران حاضر در فضای جمعی نمونه‌ی کهن‌الگوی شهر معاصر هستند که بازتابی از شرایط ناپایدار 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 از سنت‌های مرسوم و دیرین تبعیت کرده و بسته به سرمایه‌ی اقتصادی (نگرش فئودالی)، جنسیت (نگرش 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 ۴ تصویر شده است:

نمودار ۴: مدل متغیرهای مؤثر بر شکل‌گیری سلیقه‌ی معماری در فضاهای خدماتی همگانی



منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

راهکار برون‌رفت از وضعیت فعلی، دوری از روایت‌های کلان و مبتنی بر مطالعات غیربومی، حداقل در سطوح مدیریت خرد، 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 خرد، می‌تواند فضاهای جمعی، خدمات و روابط اجتماعی را از حیطة 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.

فهرست منابع فارسی و انگلیسی

۱. ایمانی، نادیه و ظفرمندی، سوویل (۱۳۹۶)، «مبادی سلیقه در معماری»، مجله علمی-پژوهشی پژوهشکده هنر، معماری و شهرسازی نظر، سال چهاردهم، شماره ۵۳، ۳۳-۴۰.
۲. بوردیو، پی‌یر (۱۳۹۵)، تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی، ترجمه حسن چاوشیان. تهران: نشر ثالث.
۳. بهزادفر، مصطفی و طهماسبی، ارسلان (۱۳۹۲)، «شناسایی و ارزیابی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تعاملات اجتماعی»، مجله علمی-پژوهشی پژوهشکده هنر، معماری و شهرسازی نظر، سال دهم، شماره ۲۵، ۱۷-۲۸.
۴. پارکر، سیمون (۱۳۹۷)، نظریه شهری و تجربه شهری، ترجمه حمیدرضا تلخابی و فرخ مهرآیین. تهران: انتشارات تیسرا.
۵. جنکز، چارلز و کرویف، کارل (۱۳۹۷)، نظریه‌ها و مانیفیست‌های معماری معاصر، ترجمه احسان حنیف. تهران: نشر فکر نو.

۶. دورشمیت، یورگ (۱۳۹۶)، زندگی روزمره در شهرهای جهانی، ترجمه علیرضا مرادی و ساوش قلی‌پور. تهران: نشر تیسرا.
۷. روحی، زهره (۱۳۹۰)، «بوردیو در مواجهه با «تمایز»»، ماهنامه جهان کتاب، شماره ۲۷۱ - ۲۷۰.
۸. ژیلنیتس، آندژی یان لئون (۱۳۹۳)، فضا و نظریه اجتماعی، ترجمه محمود شورچه. تهران: انتشارات مدیران امروز.
۹. فلاحت، محمدصادق (۱۳۸۵). «مفهوم حس مکان و عوامل شکل‌دهنده‌ی آن»، مجله علمی-پژوهشی هنرهای زیبا، شماره ۲۶، تابستان، صص ۵۷-۶۶.
۱۰. کوریگان، پیت (۱۳۹۷)، درآمدی بر جامعه‌شناسی مصرف، ترجمه شایسته مدنی لواسانی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات.
۱۱. گرونو، یوکا (۱۳۹۲)، جامعه‌شناسی سلیقه، ترجمه مسعود کیانپور. تهران: نشر مرکز.
۱۲. گل، یان و اسوار، بیگیت (۱۳۹۴)، بررسی زندگی فضای عمومی، ترجمه محمدسعید ایزدی و سمانه محمدی و سمانه خیبری. تهران: انتشارات اول و آخر.
۱۳. لوکاس، رای (۱۳۹۶)، روش‌های پژوهش معماری، ترجمه رضا سامه. تهران: طحان.
۱۴. مایلز، استیون و مایلز، مالکوم (۱۳۹۲)، شهرهای مصرفی، ترجمه مرتضی قلیچ و محمدحسن خطیبی بایگی. تهران: نشر تیسرا.
۱۵. نزیبت، کیت (۱۳۹۶)، تئوری معماری پست‌مدرن، ترجمه پویان روحی. مشهد: نشر کتابکده کسری.
۱۶. نیوتن، اریک (۱۳۶۶)، معنی زیبایی، ترجمه پرویز مرزبان. تهران: انتشارات علمی فرهنگی.
۱۷. وبستر، هلنا (۱۳۹۶)، بوردیو برای معماران، ترجمه احسان حنیف. تهران: نشر فکر نو.
۱۸. هاروی، دیوید (۱۳۹۲)، پاریس پایتخت مدرنیته، ترجمه عارف اقوامی مقدم. تهران: پژوهشگاه.
۱۹. هیل، جان‌تان (۱۳۹۶)، رخدادهای معماری؛ معماران و مخاطبان خلاق، ترجمه مهشید معتمد. مشهد: کتابکده معماری و شهرسازی کسری.
۲۰. ون در ووت، ون و گان (۱۳۹۲)، معماری کیفیت‌گرا: درآمدی بر برنامه‌ریزی طراحی و ارزیابی کیفیت عملکردی، ترجمه مهیار باستانی. مشهد: کتابکده معماری و شهرسازی کسری.

21. Bianco, Lino. (2017). Architecture, values and perception: Between rhetoric and reality. *Frontiers of Architectural Research* (2018) 7, 92-99.

22. 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.

23. Campbell, J. Y. (1987), Does saving anticipate declining labor income? An alternative test of the permanent income hypothesis, *Econometrica*, 55, 1249-1273.
24. Carmona, M., Tiesdell, S., Heath, T., Ocas, T. (2003). Public Places, Urban Spaces, The Dimensions of Urban Design. Routledge, pp. 122-123.
25. Corsi'n Jime'nez, Alberto. (2003). On space as a capacity. *Royal Anthropological Institute* 9. 137-153.
26. 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.
27. Freitag, M. (2004). *Arquitectura e Sociedade*. Spain, Casal de Cambra: Don Quixote.
28. 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.
29. 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.
30. Lynch, Kevin. (1976). *Managing the Sense of a Region*. Cambridge: MIT Press.
31. Petrescu, Doina, editor. Trogal, Kim, editor. (2017). *The Social (Re)Production of Architecture: Politics, Values and Actions in Contemporary Practice*. New York: Routledge.
32. Šafránková, Jana. (2006). Sociological and Psychological Aspects of Architecture and Urban Space. *Teka Kom. Arch. Urb. Stud. Krajobr.* - OL PAN, 2006, 15-22.