

## تبیین مؤلفه‌های امر نمایشی در نسبت با فرهنگ و معماری (مبنتی بر آراء اندیشمندان انتقادی و غیرانتقادی)\*

مهندس سمیه نورائی\*\*، دکتر هیرو فرکیش\*\*\*، دکتر احمد میرزا کوچک خوشنویس\*\*\*\*، دکتر محمد تاجی\*\*\*\*\*،  
دکتر حسین مرادی نسب\*\*\*\*\*

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۱۲/۱۶ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۸/۱۰/۰۲

### مکیده

تغییرات ناهمگون در عرصه معماری امروز ایران، بیشتر از آن که ناشی از ذائقه‌ای زیباشناختی و یا ضرورتی مبتنی بر اقتضانات مهندسی باشد، متغیری وابسته به عناصر فرهنگی و جامعه‌شناختی است. از عوامل تأثیرگذار فرهنگی-اجتماعی بر کالبد معماری، متغیر «امر نمایشی» است. از این‌روی فهم نسبت امر نمایشی با معماری، بخشی از فهم نسبت مطالعات فرهنگی با معماری است. هدف این تحقیق شناسایی مؤلفه‌های متغیر امر نمایشی، در نسبت با فرهنگ و معماری است. روش تحقیق تحلیلی - تفسیری بوده، بدین‌صورت که ابتدا مفاهیم مرتبط با امر نمایشی مبتنی بر دو قطب انتقادی و غیر انتقادی استخراج شده و در نهایت مدل مفهومی مربوطه بحث و بررسی شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد امر نمایشی مرتبط با فرهنگ نمایشی امروز، در اثر «وادادگی» متأثر از «رشد تعمیقی رسانه» مبتنی بر قدرت و بازار سرمایه‌داری، وجهی از تمایز را بر جامعه تحمیل می‌کند که در نسبت با سنت‌ها و عرف‌های فرهنگی و دینی جامعه ما در تعارض است.

### واژه‌های کلیدی

امر نمایشی، امر فرهنگی، معماری، انتقادی، غیر انتقادی.

\* این مقاله بر اساس بخشی از رساله دکتری نگارنده اول با عنوان «ارزیابی مؤلفه‌های امر نمایشی در معماری مسکن معاصر ایرانی (جامعه مورد مطالعه شهرستان شاهرود)» هست که به راهنمایی نگارندگان دوم و سوم و مشاوره نگارندگان سوم و چهارم در دانشگاه آزاد واحد سمنان انجام پذیرفته است.

Email: s\_nourai@yahoo.com

\*\*\* دانشجوی دکتری معماری، گروه معماری، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

Email: hero.farkisch64@gmail.com

\*\*\*\* استادیار گروه معماری، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران (مسئول مکاتبات).

Email: a.m.khoshevis@gmail.com

\*\*\*\*\* استادیار پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری، ایران.

Email: taji@Ymail.com

\*\*\*\*\* استادیار گروه معدن، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران.

Email: moradinasab\_h@yahoo.com

\*\*\*\*\* استادیار گروه معماری، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

## مقدمه

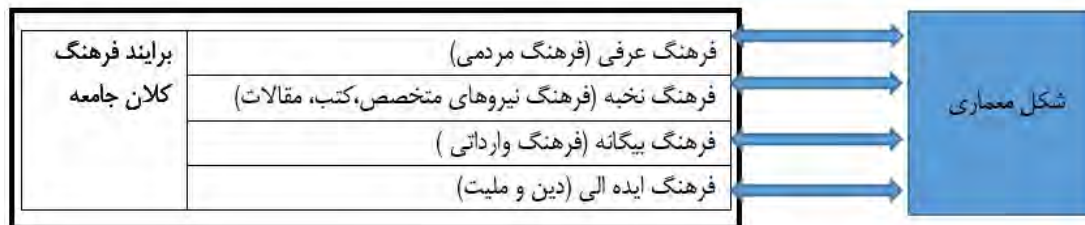
می‌کنند در واقع اغلب بخشی از آن چیزی است که افراد در واقعیت خود هستند. لازم به ذکر است که این اقدامات ممکن است همیشه آگاهانه نبوده و به صورت ناخودآگاه انجام شود؛ البته گافمن معتقد است افراد قادر به انتخاب هر نمایی را که آرزو دارند نیستند چراکه با توجه به زمینه اجتماعی و موقعیت خود در دنیای فرهنگی اجتماعی، دارای محدودیت می‌باشند<sup>۷</sup> (گافمن، ۱۳۹۶، ۲۷۰)؛ بنابراین امر نمایی تابع امر فرهنگی بوده که متأثر از زمان و زمینه، لایه‌های مختلف فرهنگ را آشکار می‌سازد. تأثیرپذیری شکل معماری از برآیند این وجوه فرهنگی در شکل ۱ ارائه شده است.

امر نمایی در معماری، به مثابه جزئی از فرهنگ مادی بوده و آن بخش از ضرورت‌های معماری را در برمی‌گیرد که برآمده از خود کاربر -واقع- نیست، بلکه در پاسخ به نسبت با دیگری است که کاربر خود را محتاج و یا مجبور به پاسخگویی به آن، با کالبد معماری می‌داند؛ بنابراین درک ارتباط امر نمایی با معماری، بخشی از فهم نسبت فرهنگ و معماری است. شکل ۲ این رابطه را نشان می‌دهد.

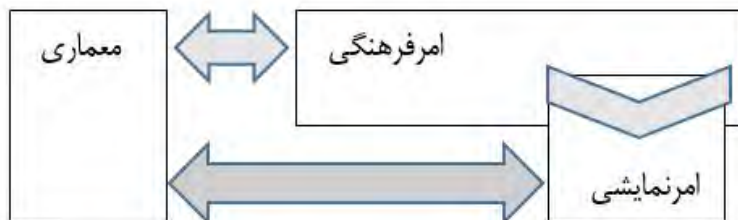
این پژوهش به معرفی مؤلفه‌های امر نمایی در قالب فکری دو دیدگاه فلسفی، به تفکیک می‌پردازد؛ زیرا تلقی زبانی از معماری یک امر بدیهی نبوده و یک برداشت خاص فلسفی است. دیدگاه نخست مربوط به متفکرین قطب انتقادی است که چارچوب نظری این متفکرین، اتفاق نظر اندیشمندان بر روی میراث هگلی یعنی «تضاد دیالکتیکی» است. این متفکرین به دلیل مخالفت بنیادی با ذات‌انگاری، تنها راه ممکن هستی‌شناسی را از طریق «تضاد» می‌دانند. در چهارچوب انتقادی، فرهنگ یک برساخته اجتماعی بوده و یک امر غیر اصیل و محدودکننده است؛ بنابراین نمی‌توان در این چارچوب نظری داعیه حفاظت فرهنگی داشت بلکه به دنبال لحظات تخریب در جزء زندگی روزمره هستیم و این‌که چگونه این تخریب‌های دائمی یک کلیت موقت را حفظ می‌کند و تغییر می‌دهد.

در دیدگاه فلسفی دیگر که شامل نظریه پردازان قطب غیر انتقادی معتقد به اندیشه هستی‌شناسی «ذات‌انگاری» است؛ امر نمایی، نه

امر نمایی<sup>۱</sup> آن‌چنان‌که از متون علوم اجتماعی درک می‌شود، فرایندی است که افراد برای دیگران (مخاطبین)، معنای وضعیت اجتماعی خود را نمایش می‌دهند (William & Darity, 2008, 207). امر نمایی که از زمینه تئاتری منشأ گرفته است، در زمینه‌های مختلف و رشته‌هایی مانند هنر، ادبیات، علوم اجتماعی و نیز معماری تا حدود زیادی ورود پیدا کرده است. نمایش همواره با انسان همراه بوده و این استعاره بصری در نیمه دوم قرن بیستم به یک موضوع دانشگاهی تبدیل شد که نخستین بار در سال ۱۹۵۹، امر نمایی با موضوع «نمایش فرهنگی»<sup>۲</sup> با استفاده از مفهوم نمایش، به عنوان استعاره‌ای از تمایل به ظاهر فرهنگی در جوامع بروز یافت. نمایش فرهنگی موضوعی بود که مورد توجه و علاقه محققین حوزه مردم‌شناسی از سال ۱۹۶۰ قرار گرفت. ترنر<sup>۳</sup> به عنوان مردم‌شناس، مهم‌ترین سهم را برای تبیین همگرایی فرهنگ و تئاتر با مفهوم نمایش اجتماعی دارد. این مفهوم در اوایل قرن بیستم توسط ون جنپ<sup>۴</sup> پایه‌ریزی شده است. او با همکاری با اسچتره<sup>۵</sup> و ترنر، استفاده از مفهوم نمایش را به عنوان یک استعاره از تظاهرات فرهنگ غیر تئاتری بسط داد (William & Darity, 2008, 207). گافمن<sup>۶</sup> در سال ۱۹۵۶ در کتاب «نمود خود در زندگی روزمره» بسیاری از ایده‌های پیشگامان خود را گسترش داده و زندگی اجتماعی را به مانند نمایش تئاتری فرض می‌کند که همه ما بازیگران آن هستیم. وی در پاسخ به این سؤال که چرا همه ما به جای اینکه خودمان باشیم، نمایش می‌دهیم؟ می‌گوید: «در ما این تمایل وجود دارد که در زمان ارزیابی توسط دیگران، ضمانت و به بیانی «تأیید» آن‌ها را دریافت کنیم. بدین معنا که ما به دنبال تعریف جمعی و متقاعد کردن دیگران، برای پذیرفتن احساس مثبت در خودمان هستیم. به این جهت است که در تعامل با دیگران انواع متفاوت نقش‌ها بازی می‌شود». همچنین این پرسش که چرا مردم به دنبال فریب دیگران هستند را گافمن چنین پاسخ می‌دهد: او معتقد است که هیچ چیزی ذاتاً جعلی وجود ندارد و نقش‌هایی که مردم بازی



شکل ۱. برآیند فرهنگ کلان جامعه با تبیین ابعاد فرهنگ در نسبت با شکل کالبد معماری



شکل ۲. نسبت امر نمایشی و معماری از طریق حلقه‌ی مشترک امر فرهنگی

مردم تمایل به تغییر در فرهنگ خوددارند، به علت تأثیر فرهنگ‌های همسایه، مستعمراتی بودن سرزمینشان و یا هر پارامتر دیگر، تغییرات را پذیرفته تا نیاز فعلی‌شان برآورده شود. در همین راستا معماری بومی که بر اساس فرهنگ ساخته شده است نیز تغییرات را پذیرفته و از این رو انعطاف‌پذیر هست (Jayasudha & Nisha, 2016). در پژوهشی دیگر با عنوان «تبعیت تأثیرات پارادایم بر تغییرات فرم در معماری معاصر» به نقش بازتابی فرم و شکل معماری از دیدگاه غالب فلسفی در هر دوره اشاره شده و در نهایت «جهان‌بینی» به‌عنوان مهم‌ترین لایه معرفی می‌شود که به‌صورت مستقیم و یا غیرمستقیم موجب تغییر در سطوح پایین‌تر گردیده و فرم و شکل معماری همواره نمودی از این تأثیرات هست (صفدریان، ۱۳۹۶). در همین راستا معظمی در رساله خود با عنوان «رابطه میان معماری و فرهنگ؛ تبیین مؤلفه‌های فرهنگی مؤثر بر معماری ایران در دوره معاصر»، رابطه معماری با فرهنگ را از راه بررسی سه مؤلفه «باور و اندیشه»، «مکان» و «زمان» مورد کنکاش قرار داده است؛ یافته‌های این پژوهشگر نشان می‌دهد فرهنگ معاصر ما، فرهنگ آشفتگی (در سطوح روزمره و جاری آن) بوده و به دلیل قطع یا کاهش ارتباط آن با لایه‌های میانی و ریشه‌ای فرهنگ، گسست و گم‌گشتگی آشکاری در آن به وجود آمده است (معظمی، ۱۳۹۱). می‌توان چنین ادعا کرد که ریشه اصلی وضعیت آشفتگی کنونی معماری در ایران، آشفتگی حاکم بر اذهان و رؤیاهای جامعه ایرانی، فراموشی دانایی فرهنگی و نیز گسست‌ها و گم‌گشتگی‌های فرهنگی در جامعه ایرانی است. جامعه‌ای که مهم‌ترین ماهیت و بارزترین مشخصه آن سرعت و حجم تغییرات و تشدید تحولات، بر رؤیابینی مدام و ناتمام جامعه، اثرات اساسی داشته، به طوری که در دوره معاصر به یک بحران تبدیل شده است (معظمی، ۱۳۹۴). همچنین در زمینه انطباق معماری با فرهنگ بومی کشورمان در پژوهشی با عنوان «معماری رومی در مقابل معماری بومی»، اشاره شده است که گرایش به معماری رومی در قیاس با معماری نئوکلاسیک غرب و نئوکلاسیک پیشین در ایران

یک سرمایه یا افزوده بر امر اصیل اجتماعی، بلکه ذات امر اجتماعی تلقی شده و مابقی امر اجتماعی سرمایه آن محسوب می‌شود. این پژوهش با تحلیل نسبت بین امر نمایشی و امر فرهنگی، درصدد پاسخ به این پرسش است که مؤلفه‌های مقوله امر نمایشی در نسبت با فرهنگ، [متأثر از دو قطب انتقادی و غیر انتقادی] چه چیزهایی هستند؟ یا به بیانی دیگر با چه مؤلفه‌هایی می‌توان مقوله امر نمایشی را در نسبت با فرهنگ تعریف کرد؟ در نهایت با واکاوی مفاهیم مربوط به امر نمایشی، یافته‌های تحقیق در قالب یک مدل مفهومی ارائه گردیده و با دیدگاهی مقایسه‌ای، بحث و بررسی شده است.

## روش پژوهش

با توجه به هدف این پژوهش، روش تحقیق تحلیلی-تفسیری هست. در گام نخست، نگارندگان با بهره‌گیری از اجماع نخبگانی، عمده متفکرین قطب انتقادی مرتبط با موضوع پژوهش در غرب که شامل بوردیو، بودریار، بنیامین، دبور و از متفکرین ایرانی فلاسفی و فکوهی می‌باشند را انتخاب نموده، سپس با تکیه بر آراء اندیشمندان و صاحب‌نظران مربوطه، مفاهیم و در نهایت مؤلفه‌های امر نمایشی - اجماع نخبگانی - استخراج شده است. همین مسیر مجدداً با بهره‌مندی از آراء متفکرین قطب غیر انتقادی انجام شده است که عمده متفکرین غیرانتقادی مرتبط با موضوع پژوهش گافمن، هایدگر، مارکوس، لوسون و از متفکرین ایرانی حجت، ندیمی و ناری‌قمی انتخاب شده‌اند. در پایان مؤلفه‌های امر نمایشی متأثر از دو دیدگاه در فرهنگ نخبه غرب و ایران، در قالب مدل مفهومی مورد بحث قرار گرفته است.

## پیشینه پژوهش

بررسی آخرین پژوهش‌ها با محوریت عوامل تأثیرگذار فرهنگی در معماری، حاکی از این است که فرهنگ ثابت نبوده و علی‌رغم این که تغییرات را حفظ می‌کند، تغییرات را هم می‌پذیرد. از آنجایی که

در شرایط جدید قرار گرفته و کارایی آن تعیین می‌شود؛ در چنین شرایطی، کنشگران همواره در تلاش برای همراهی با طبقه فرادست و تمایز از طبقه فرودست، به «نمایش در وضعیت خود» مجبور می‌شوند. مهم‌ترین پیامد این وضعیت نارضایتی کلیه طبقات اجتماعی است زیرا هیچ فردی در موقعیت خود، خودآگاهی نداشته و پیوسته در تلاش برای اثبات موقعیت خویش نسبت به جامعه‌ای هست که دیگر افراد آن نیز دقیقاً در همین وضعیت ناخودآگاهی قرار دارند. در این حالت ممکن است در هر زمان ریختار تغییر کرده و نظام‌های ارزشمند فعلی بی‌ارزش و ریختاری نو پدید آید. این افراد برای حفظ پایگاه اجتماعی خود قوانین میدان جدید را پذیرفته، بدون اینکه خود صاحب نظر بوده و به صورت خودآگاه یا ناخودآگاه، نمایشی از همراهی با ریختار جدید در قالب کالبد معماری ارائه می‌دهند. در صورتی که آن‌ها نسبت به بناهای خود بیگانه بوده و رابطه‌ای با آن‌ها نداشته و فقط به ریختار جدید جامه عمل پوشانده‌اند.

دبور<sup>۱۲</sup> در مخالفت با سرشت ویتربینی فرهنگ، ریشه‌نمایش را در اقتصاد سرمایه‌داری دانسته که محصول نهایی آن سلطه بر بازار جهانی است. در نظر این اندیشمند جامعه‌ای که بر صنعت مدرن متکی است، نمایشی بودنش اتفاقی و یا سطحی نیست، چنین جامعه‌ای از بنیاد نمایش‌گراست (دبور، ۱۳۹۲، ۵۵۷). به بیانی دیگر نمایش از اساس با مصرف‌کنندگان مصرف‌کننده و مردم به‌منزله مصرف‌کنندگان محصولات بازار سرمایه‌داری به شمار می‌آیند. فرهنگ نمایشی از طریق تقویت شرایطی که منجر به منزوی کردن روزافزون انسان‌ها می‌شود، تسلط خود را بر جامعه افزایش می‌دهد. از سویی دیگر نقش نظام سرمایه‌داری تحت «پروپاگاندا رسانه‌ای» برای فروش بیشتر محصولات خود و ترویج نظام زیبایی‌شناسی مطلوب در جهان سوم نباید مورد غفلت قرار گیرد. در همین ارتباط بودریار<sup>۱۳</sup> به تأثیر رسانه و گسترش آن از گذشته تاکنون اشاره داشته و معتقد است ما در عصر «اشیا» زندگی می‌کنیم و امروزه انسان‌ها، بیش از آن که در محیط اطراف خود با دیگر انسان‌ها سروکار داشته باشند، با اشیا در ارتباط‌اند، به طوری که هرروزه در قالب آگهی‌های تجاری و رسانه‌های گروهی صدها پیام حاوی نمایش ستایش گونه از اشیا دریافت می‌کنند (بودریار، ۱۳۹۵، ۱۳). فرهنگ نمایشی، با ابزار تبلیغات رسانه‌ای خود باعث می‌شود که انسان به گونه‌ای رفتار کند که حرکات او دیگر از آن خودش نیست، بلکه تحت تأثیر تبلیغات رسانه‌ای است. در چنین حالتی انسان با کسب هویت از فرهنگ نمایشی، برای آن که بگوید چه کسی است و یا این که خود بداند کیست، نیاز به نمایش دارد. از این رو در زیست جهانی که مردم شخصیت خود را از طریق نماده (آداب، لباس، تزیینات، دارایی) و نه کلمات، نمایش می‌دهند، به شکلی فزاینده از اینکه دیگران چه

برداشتی کاملاً ظاهری و بدون هیچ مبنای اصولی بوده و نسبتی با اصل نداشته و خاستگاه آن مد، سوداگری و کالا شدن معماری، بدون توجه به معماری بومی ایرانی است (ظفرمندی و ایمانی، ۱۳۹۴). در پژوهشی با عنوان «معماری مسکونی ایران امروز شهر تهران و پروبلماتیک فرهنگ از منظر جامعه‌شناسی»، نسبت میان شکل مسکن و معماری با عناصر فرهنگی و جامعه‌شناختی مورد تحلیل قرار گرفته است که در این پژوهش «سبک زندگی» و «مصرف فرهنگی» عوامل مؤثر بر شکل مسکن امروز معرفی می‌شود (شصتی و همکاران، ۱۳۹۶). همان‌طور که اشاره گردید عموم محققین اخیر در مورد عوامل مؤثر فرهنگی بر کالبد معماری، به موارد گوناگونی اشاره کرده‌اند که به‌طور خاص در جامعه ایران، به نسیان دانایی فرهنگی و نیز گسست‌ها و گم‌گشتگی‌های فرهنگی و فرهنگ کالایی و سوداگری، اشاره شده است. از طرفی در جامعه ایران، به دلیل قوام نیافتن مقوله فردیت و به دنبال آن، ضعف در مصرف آگاهانه، «انتخاب و مصرف» غالباً جنبه نمایشی دارد (شصتی و فلامکی، ۱۳۹۳). به‌طور مثال نماها و دکوراسیون‌های داخلی، در عدم هماهنگی با فرهنگ و سبک زندگی، بیشتر ابزاری برای نمایش «موقعیت و طبقه اجتماعی» و رفیع‌تر نشان دادن آن به شمار می‌آیند (شصتی و همکاران، ۱۳۹۶). با توجه به موارد فوق، توجه به امر نمایشی می‌تواند به‌عنوان یکی دیگر از عوامل فرهنگی مؤثر بر کالبد معماری مطرح گردد که در این زمینه با کمبود تحقیقات روبرو هستیم، به همین دلیل به نظر می‌رسد واکوی و تبیین مؤلفه‌های امر نمایشی در این پژوهش، برای جامعه معماران امروز قابل توجه باشد.

### تبیین امر نمایشی از دیدگاه صاحب‌نظران

امر نمایشی از دیدگاه دو تفکر قطب انتقادی (هستی‌شناسی مبتنی بر تضاد) و قطب غیر انتقادی (هستی‌شناسی مبتنی بر ذات‌انگاری) معانی متفاوتی را دربر می‌گیرد.

#### امر نمایشی در چهارچوب نظری اندیشمندان قطب انتقادی

در ادبیات بودریو<sup>۱۴</sup> که بر اساس نقش «زخودبیگانه کننده فرهنگ» - فرضیه مارکسیستی - هست؛ فرهنگ یک ساخته اجتماعی است که توسط مکانیزم‌های اجتماعی قلب‌های سرمایه (اعم از سرمایه مادی یا فرهنگی) ساخته و حفظ می‌شود؛ وی قضاوت و ارزیابی سبک‌های زندگی را متأثر از «میدان»<sup>۱۵</sup> و محصول «ریختار»<sup>۱۶</sup> می‌داند. «نظام طبقه»<sup>۱۷</sup> دائماً ضرورت‌ها را به فضیلت تبدیل کرده و انتخاب‌هایی را به کنشگران القا می‌کند که محصول ریختار هستند (بودریو، ۱۳۹۳، ۲۳۸). هرزمان تغییری در موقعیت اجتماعی رخ دهد ریختار

خود را فراموش کند راحت‌تر هر امر نوعی را می‌پذیرد. ولی از طرفی زمینه‌های تحقیر خود را در جهت سود صاحبان قدرت فراهم ساخته و صاحبان قدرت از تحقیر انسانی که در موقعیت یک تماشاگر قرار گرفته است، تحقیر کردن خود را محقق شده می‌بینند<sup>۱۵</sup>. بدین ترتیب جامعه مصرفی که انسان تحقیر شده را در جایگاه انفعالی قرار داده، میدان را برای خودمحموری و اصالت سود مدرن و در نتیجه اسراف و مصرف تظاهری و بلنی<sup>۱۶</sup> باز میکند. حال آنکه نیازهای مصنوعی هرگز قابل ارضا نبوده و هیچ حدومرزی برای مهار نیازهای انسانی که از قیود سنت رها شده، وجود ندارد.

در جوامعی مانند ایران به دلیل وجود برخی صفات تاریخی و دیرپا، نظیر ایران جامعه کوتاه‌مدت<sup>۱۷</sup>، جامعه کژمدرن<sup>۱۸</sup> و جامعه جنبشی<sup>۱۹</sup>، انتخاب و مصرف جنبه نمایشی و غیرآگاهانه دارد (شصتی و همکاران، ۱۳۹۶). علاوه بر این نمایش ثروت برای همه اقشار جامعه ارزش محسوب شده و در کالبد معماری نیز عمدتاً زیبایی پولی جایگزین زیبایی طبیعی می‌گردد. الگوهای رفتاری در تعریف ارزش کالاها و سبک زندگی طبقه مرفه جایگزین الگوهای طبقه «نخبگانی» می‌شود. به‌طور مثال، می‌توان گفت از نظر فرهنگی، پایتخت ایران: تهران، موقعیت زمانی - مکانی‌ای است که به‌واسطه تجربه مدرنیته، جهان اجتماعی - فرهنگی خود را به منطق اقتصاد تقلیل داده و از ارزش‌های پولی برای سازمان‌دهی کنشگران استفاده می‌کند. این همان روندی

برداشتی از آن‌ها و یا پایگاه اجتماعی‌شان دارند، ابراز نگرانی کرده و به‌ناچار به «اشیائی» روی می‌آورند که نمادهایی از تلاش آن‌ها برای صعود از نردبان اجتماعی است (گافمن، ۱۳۹۶، ۴۶). بدین معنا که نخست خرید کالا تبدیل به نماد عضویت در یک پایگاه خاص و طبقه شهروندی شده و سپس مد طبقاتی شکل می‌گیرد. اعضا طبقه‌ای خاص بر اساس ویژگی‌های اجتماعی، اقتصادی و جایگاهشان در جامعه، برای معرفی خود به سراغ کالاهایی می‌روند که نقش «طبقه مرفه» با رواج سلیقه و هنجارهای خود در گسترش آن مؤثر است. این هنجارها به ساختار اجتماعی طبقات پایین بسط داده شده و کالبد معماری نیز همچون کالا، باز نمود این تفکر می‌شود و در بسیاری موارد به نمادی از پایگاه اجتماعی افراد، در طبقه‌بندی قشر فرادست و فرودست تبدیل می‌گردد. در همین ارتباط بنیامین<sup>۱۴</sup> کلان‌شهرهای امروز را خاستگاه امر نو و بت کالایی می‌داند؛ جایی که مصرف بیش از تولید، بت عصر جدید بوده و «مد»، به‌عنوان یک امر گریز از ملالت و دل‌زدگی معرفی می‌شود (تاج‌بخش، ۱۳۸۳).

از دیگر خصوصیات جامعه نمایشی - متأثر از فرهنگ مصرفی - «به فراموشی سپردن تاریخ در فرهنگ» است. نبرد سنت و نوآوری، به‌عنوان اصل توسعه درونی فرهنگ جوامع تاریخی، فقط از طریق پیروزی نوآوری بر سنت می‌تواند دنبال شود (دبور، ۱۳۹۲، ۳۲۱)؛ زیرا فرهنگ ریشه در تاریخ داشته و انسانی که تاریخ و در نتیجه فرهنگ

جدول ۱. مؤلفه‌های امر نمایشی مبتنی بر مفاهیم آراء اندیشمندان قطب انتقادی

تحلیل جو غالب فکری آراء اندیشمندان	مؤلفه امر نمایشی	اندیشمندان قطب انتقادی
امر نمایشی در تظاهرات بیرونی نمود می‌یابد و مفهوم «وادادگی» در طبقه فرودست، نسبت به فرادست، اساس تأثیرپذیری افراد هست. «رسانه» و «تعمیق» آن از گذشته تاکنون در این تأثیرپذیری نقش ویژه‌ای دارند.	امر نو و بت کالایی	بنیامین
	سرمایه	بودریو
	مدپرستی	
	طبقه‌ی اجتماعی (فرادست و فرودست)	عمده متفکرین غربی
	نمایش لازمه عصر اشیاء تحت سیطره رسانه	بودریار
	اسراف تظاهری و مصرف تظاهری	وبلن
	سرشت ویتربینی فرهنگ به فراموشی سپردن تاریخ در فرهنگ	دبور
	نیاز به نمایش برای شناخت و بیان خود	فکوهی
	جنبه غیرآگاهانه (برداشت‌های حسی و نه عقلانی)	فلامکی
		عمده متفکرین ایرانی

است که در ادبیات اقتصادی با عنوان «کالایی شدن» شناخته شده (فکوهی و همکاران، ۱۳۹۵، ۴۸۷) و این مسئله خواسته یا ناخواسته، تبدیل به مدلی برای الگوبرداری سایر شهرستان‌ها از کلان‌شهر تهران می‌شود (همان، ۴۹۰). مؤلفه‌های امر نمایشی متکی بر مفاهیم برآمده از آراء اندیشمندان قطب انتقادی در جدول ۱ بیان شده است.

### امر نمایشی در چهارچوب نظری عمده متفکرین قطب غیر انتقادی

در اندیشه متفکران قطب غیر انتقادی، امر نمایشی امری درون ذات و مبتنی بر هستی‌شناسی «ذات انگاری» تعریف می‌شود؛ در این دیدگاه زندگی اجتماعی می‌تواند از بعدی نمایشی تحلیل شود. به‌مانند صحنه تئاتری که کنشگران انسانی برای نمایش نقش‌ها و شخصیت‌های مختلف روی صحنه آن حضور می‌یابند. در اندیشه گافمن - با فلسفه فکری نیمه ذات‌پندار ساختارگرا - در نمایش «خود»، انسان‌ها بیش از هر چیز، حتی خود نمایش، نگران این‌اند که نمایششان چگونه درک می‌شود و این ادراک چه تبعاتی برای شخصیت آن‌ها در پی خواهد داشت. در واقع آگاهی از این که دیگران، در کنش متقابل چهره به چهره، فرد را چگونه ارزیابی می‌کنند نگرانی عمده‌ای برای فرد در مدیریت «خود» به وجود می‌آورد. در واقع «خود» محصول چیزی در زندگی اجتماعی است که افراد دانسته یا ندانسته با نمایش آن، سعی می‌کنند دیگران را به صورتی که برداشت مورد نظرشان محقق شود، متأثر سازند (گافمن، ۱۳۹۶، ۲). گافمن، «موقعیت» را خالق امر اجتماعی دانسته که نمایش خود، بخشی از اقتضای موقعیت است. در جهان واقعیت، هر مشارکت‌کننده احساسات واقعی خود را سرکوب کرده و در عوض نمودی از موقعیت خود را بروز می‌دهد که تصور می‌کند دیگران آن را بهتر می‌پذیرند. از این منظر می‌توان گفت معماری نیز برای فهمیده شدن از نمایش با «نما» شروع می‌کند و نما که بهانه‌ای برای فهمیدن احوال خودمان هست، صورت معماری است (ندیمی و رضائیان، ۱۳۹۴). به همین جهت است که عمدتاً امر نمایشی بر کالبد معماری در لایه نمای ساختمان‌ها و تراز قابل دید همگان بیشتر نمود پیدا می‌کند.

به‌طور مثال در خانه‌های تاریخی ایران که پوسته نما - در کالبد معماری اقشار غنی و فقیر - وجهی یکسان و پیوسته را به کنشگران عرضه می‌کرد ریشه در این باور فرهنگی داشت که نمایش، تنها برای خداوند معنا پیدا می‌کند<sup>۲۰</sup>. مصداق آن نیز در دیدگاه دینی ما با عنوان «تقوا» شناخته می‌شود. به‌زعم ناری قمی امر نمایشی درست در اسلام با عبارت تقوا، نمایشی در جهت همگونی با خلق است. تناظر معماری این وضع در موضوع «الگو» و «تکرار الگویی» نهفته

است. بدین معنا که در تکرار الگویی، تمایزها در جزئیات و در «تماس مستقیم» رخ داده اما در مواجهه از دور، همگونی، متبلور می‌شود، یعنی نفی تشخیص از دور و ایجاد تشخیص از نزدیک (ارتباط شخصی، ۱۲ اسفند ۱۳۹۷). در صورتی که در جامعه ایران امروز شاهد معماری فاقد الگوی نظم‌دهنده و آشفته‌ای هستیم که از حیث نمایش، هر کالبد، نمودی متفاوت و متمایز با سایر بناهای هم‌جوار خود را ارائه می‌دهد. نمایش بخشی از ذات طبیعی و فطری انسان است به‌طوری‌که انسان دوست دارد از خود موجودی قابل توجه ساخته و به‌نوعی بودنش را اعلام کند. این ظرفیت خاص وجودی در انسان - برای اعلام بودنش - اگر توسط جامعه حرفه‌ای و رسانه‌ها و فرهنگ ایده‌آلی (دین و ملیت) درست هدایت نشود، افراد از روش‌های نمایش کم‌مایه، برای اعلام بودنشان استفاده می‌کنند (حجت، ۱۳۹۶). لاوسون<sup>۲۱</sup> معتقد است این‌گونه اعمالی که مردم برای نمایش خود و شخصی‌سازی موقعیت‌ها انجام می‌دهند، بیانگر عدم موفقیت در تشخیص نیاز واقعی شخصیت و هویت فردی آن‌ها است (لاوسون، ۱۳۹۴، ۳۴). در چنین حالتی فضائل در جامعه کم و زمانی که عموم مردم سلیقه جمعی داشته باشند دیگر نمی‌توان از متخصصین و حرفه مندها تغییر در شرایط را انتظار داشت. نمایش از نظر مارکوس<sup>۲۲</sup> می‌تواند اقتضای خود «ذهنی» انسان‌ها باشد، این دیدگاه ریشه در فلسفه فکری نیمه ذات‌پندار رمانتیک و ذهن دارد؛ بدین معنا که بپذیریم انسان‌ها معماری را برای تقویت تصویری که از خویش‌تن دارند، می‌سازند (مارکوس، ۱۳۸۲). این موضوع در کالبد معماری مسکن نمود بهتری می‌یابد؛ به‌طوری‌که طراحی داخلی کالبد خانه‌ها غالباً نماد احساس ساکنان آن درباره خویش‌تن هست؛ مارکوس معتقد است که ایجاد حرفه طراحی داخلی خانه به نحوی به ناتوانی مردم در اجرای این تصمیمات در بیان خویش‌تن مرتبط است. در میان منتقدین غیر انتقادی در رابطه با امر نمایشی، هایدگر<sup>۲۳</sup> نظری مابین طیف نظری موقعیت گافمنی و ذهنیت مارکوسی دارد. هایدگر، «دازاین»<sup>۲۴</sup> را به معنای مرز بین موقعیت و ذهن، تنها امر قابل نمایش به‌واسطه کالبد می‌داند (شکل ۳).

هایدگر از امکان کیستی دازاین هر روزی می‌گوید که ممکن است دقیقاً همان «من خودم» نباشد، بلکه نمایشی کاذب از خود ارائه دهد. دازاین همواره میان وضعیت حاصل از تنهایی و افتادگی در عالم و وضعیت عافیت‌طلبی قرار داشته و در صورتی که خود را به وضعیت دوم بسپارد اگرچه زندگی خود را ساده ساخته لکن در روزمرگی هبوط کرده، اهمیت و معنای زندگی را از دست داده و تن به اموری می‌دهد که دیگران برایش دیکته می‌کنند. درحالی‌که این دیگران هیچ هویت معناداری ندارند (جباری، ۱۳۹۴، ۱۵۶)؛ بنابراین در تفسیر جدید «سوزه» و «بزه»، وجود مستقل خارجی بزه‌ها مطرح نیست،



شکل ۳. طیف حوزه های فلسفه فکری امر نمایشی در قطب غیر انتقادی

جدول ۲. مؤلفه‌های امر نمایشی مبتنی بر آراء اندیشمندان قطب غیر انتقادی

تحلیل جو غالب فکری آراء اندیشمندان	مؤلفه‌های امر نمایشی	اندیشمندان قطب غیرانتقادی
	موقعیت	اروین گافمن
	ذهنیت	کلرکوپرمارکوس
امر نمایشی امری درون ذات و رابطه‌ی دو پارامتر انسان و محیط هست، شخص می‌تواند بر محیط اثرگذار باشد و هرروزه برای بودن و باشیدن خود تحت تأثیر محیط قرار نگیرد، اگر تابع محیط شود، وادادگی واقع می‌شود.	دازاین	هایدگر
	شخصی‌سازی فضا	لاوسون
	نفی تشخص از دور و ایجاد آن از نزدیک	ناری قمی
	ظرفیت خاص وجودی برای اعلام بودن	حجت
	فهم احوالات درونی	ندیمی

و نظری مبنی بر رد یا قبول اعمال آن‌ها ندارد؛ بنابراین به دنبال این همانندسازی مؤلفه‌هایی چون امر نو، شیء سالاری و اسراف تظاهری را پذیرفته که عموماً جنبه ناآگاهانه دارد. امر نمایشی در معماری ایران ابتدا در قالب معماری کارت‌پستالی از دوره قاجار و پهلوی به بعد، در قالب تظاهرات بیرونی شروع و تا به امروز ادامه دارد به طوری که امروزه تأثیرپذیری فرودستان از فرانستان تحت تأثیر تعمیق رسانه به اشدت بیشتری افزایش یافته است؛ بنابراین ما با دو مکانیزم، به‌عنوان پایه و اساس نمود امر نمایشی در این محیط روبرو هستیم: نخست حس وادادگی در نسبت دو قشر فرودست به فرادست و دیگری رشد تعمیقی رسانه است که در شدت یافتن و تسریع این حس تأثیرگذار هست. در این حالت افراد به دنبال کسب هویت اجتماعی و نیازهای غیرعادی برای جبران زجر احساس «در حاشیه هستی بودن» قوانین میدان جدید را می‌پذیرند که این موضوع بر همه شئون زندگی، هنر و از جمله معماری تأثیر می‌گذارد.

با توجه به نظریات آراء اندیشمندان قطب غیر انتقادی می‌توان نتیجه گرفت که دو پارامتر مهم «انسان» و «محیط» در تبیین این مؤلفه‌ها نقش اساسی داشته که با تأکید بر این اصل، شخص می‌تواند بین دونیروی متضاد «فردگرایی» و «جامعه‌پذیری»، بر محیط اعم از محیط اجتماعی، محیط ساخته‌شده و محیط طبیعی مسلط شده و در پی هویت فردی خود، بر محیط خود تأثیرگذار باشد. چنین فردی،

بلکه امر نمایشی یعنی حکایت و نمایش ذهنی و متعلق شناخت انسان بودن آن‌ها اعتبار دارد. بحث بودن (باشیدن)، اندیشیدن و ساختن هایدگر که در آن دازاین (خودپرون افکنده یا خود در مرز و نه خودِ درونی) به‌واسطه بنا به ظهور می‌رسد، این موضوع را تبیین می‌کند که الزاماً نمایش در کالبد بناها نمود خود واقعی نبوده و می‌تواند خود کاذب را عرضه و به نمایش بگذارد. مؤلفه‌های امر نمایشی متکی بر مفاهیم برآمده از آراء اندیشمندان قطب غیر انتقادی در جدول ۲ بیان شده است.

## نتیجه‌گیری

اندیشمندان قطب انتقادی محیطی را برای وقوع امر نمایشی متصور هستند که این امر، در تظاهرات بیرونی نمود می‌یابد. نظام طبقه که منجر به تعریف قشر فرودست و فرادست می‌شود، محصولی به نام «وادادگی» را در نسبت بین این دو طبقه ایجاد می‌کند. وادادگی، اساس تأثیرپذیری انسان‌ها از دیگری است. خاصیت طبقه فرودست نسبت به فرادست ثروت نیست بلکه وادادگی است؛ بدین مضمون که شخص بدون کاوش مسائل در ذهن خود، تصمیمات فرادست را برتر دانسته و شروع به همانندسازی با قشر فرادست می‌کند. بر اساس اندیشه متفکرین انتقادی در محیطی که فرهنگ محصول اجتماعی و یک امر غیر اصیل باشد، قشر فرودست سلاقی فرادست را پذیرفته و از خودرأی



شکل ۴. مدل مفهومی تحلیل مؤلفه‌های امر نمایشی مبتنی بر آراء اندیشمندان

هرروزه برای بودن و پاشیدن خود تحت تأثیر محیط قرار نگرفته در نتیجه امر نمایشی دیگر در تظاهرات بیرونی شرکت نمی‌کند و مانند امر درونی که در ذات و فطرت انسانی است نموده‌ای معنایی خواهد داشت؛ اما زمانی که فرد در رابطه خود و محیط در جایگاه منفعل قرار گیرد و خود را تابع آن کند، وادادگی اتفاق افتاده که نتیجه آن، نمود امر نمایشی در تظاهرات بیرونی است؛ بنابراین می‌توان این‌طور بیان کرد که بین نظریات دو قطب انتقادی و غیر انتقادی، وجه اشتراکی

به نام «وادادگی» یافت می‌شود. این نقطه اشتراک یک مسئله مهم در جامعه ایران امروز است. امر نمایشی مرتبط با فرهنگ امروز، در اثر «وادادگی» متأثر از «رشد تعمیقی رسانه»، به‌عنوان واقعیتی مبتنی بر قدرت، ثروت و تکنولوژی‌های نوین وجهی از تمایز را بر جامعه تحمیل می‌کند که در نسبت با سنت‌ها و عرف‌های فرهنگی و دینی جامعه ما مانند ساده زیستی وضعیتی متعارض را نمایان می‌سازد. همان‌طور که در بخش‌های پیشین ذکر شد، امر نمایشی تابعیت



۱۱. طبقه، با همه آن چیزهایی تعریف می‌شود که آن را از چیزی که نیست و خصوصاً از چیزهایی که با آن‌ها در تضاد است، جدا و متمایز می‌کنند. به همین دلیل هویت اجتماعی براساس تفوق تعریف و ابراز می‌شود (بورديو، ۱۳۹۳، ۲۳۹).

12. Debord

13. Baudrillard

14. Benjamin

۱۵. ناری قمی همین رویداد را در جامعه ایران این‌گونه به تصویر می‌کشد: «خطر تهدیدکننده امروز ما، همان است که از زمان رضاشاه آغاز شد؛ تخریب بافت اجتماعی و معماری فاشیستی نمایش دهنده قدرت. معلمان اروپایی این جریان، تجربه پاریس هوسمان را به کار بستند؛ می‌توان در کتاب «فرهنگ شهرها» (نوشته مامفورد) شرح حال آن را خواند؛ تخریب بافت، جوامع منسجمی که حاضر به فداکاری و ایثار برای یکدیگر بودند را تخریب کرد؛ آن‌ها را در شهر پراکنده و میدان را برای خود محوری و اصالت سود مدرن باز کرد؛ معماری فاشیستی ملی‌گرای رضاشاهی که اروپاییان تولیدش کردند، مردم را در مقابل قدرت تحقیر کرد. این تحقیر از معماری فاشیستی رومی تا هیتلر و استالین، هم در الگو و هم در مقاصد، یکسان عمل می‌کرد؛ گام بعدی و خطر بعدی هم با این زمینه‌ها از رواج شهر مصرفی مدرن در ایران آغاز شد که تا امروز ادامه دارد؛ انقلاب سفید شاه، در واقع مهر پایان بر جوامع سنتی روستایی و کلید شروع ظهور کلانشهر مدرن بود؛ کلانشهر مدرن محل ناامیدی‌ها، گمشدگی‌ها، حقارت‌ها و خودفروشی‌ها است که موافقان و مخالفان کلانشهر به آن اذعان دارند» (ارتباط شخصی، ۱۲ اسفند ۱۳۹۷).

۱۶. ویلن درباره «مصرف تظاهری» می‌گوید: در جامعه شناسی، مدها در قالب «مد طبقات» فهم می‌شدند. بدین معنا که طبقات پایین‌تر از مدل‌های رده‌های بالاتر جامعه تقلید می‌کنند؛ به‌گونه‌ای که برخی اقلام مصرفی از پایگاه یا ارزش اجتماعی خاصی برخوردارند زیرا مصرفشان به رده‌های بالاتر جامعه محدود می‌شود. بنابراین به‌خاطر همین ارزش یا پایگاه اجتماعی بالاتر، آنها نماینده سبک زندگی‌ای می‌شوند که ارزش تقلید دارد - حتی اگر برای مردم مضر باشد و یا قدرت خرید آن را نداشته باشند. به همین جهت سلیقه بهترین وسیله برای ایجاد تمایزات اجتماعی شده و در حقیقت خوش‌سلیقگی واقعی امکان وجودی ندارد و تنها سلیقه طبقه حاکم در جامعه سلیقه موجه قلمداد می‌شود (گرونر، ۱۳۹۲، ۴۸).

۱۷. به نقل از کاتوزیان (شصتی و همکاران، ۱۳۹۶)

۱۸. به نقل از جزائلی پور (شصتی و همکاران، ۱۳۹۶)

۱۹. به نقل از کاظمی (شصتی و همکاران، ۱۳۹۶)

۲۰. به زعم ناری قمی در سوره اعراف، پاسخ درست این نیاز با ویژگی انسان در «تقوا» است؛ یعنی انسان خودش را در مقابل خداوند به نمایش بگذارد؛ من کسی هستم که به‌خاطر تو این کار را کردم و یا نکردم. تقوا به بیان آن

فرهنگی داشته که این امر در معماری نیز، متأثر از زمان و زمینه، انعکاس‌دهنده لایه‌های مختلف فرهنگی هست. شواهد موجود در معماری امروز ایران از جمله مفهوم نمایشی «خودتحت‌سیطره کنش مثبت دیگری» که جایگزین «خودواقعی» هست نشان می‌دهد امر نمایشی در معماری بیشتر از سایر ساحت‌های فرهنگی، از فرهنگ عرفی تبعیت می‌کند. البته اثبات این مدعا می‌تواند طرح پرسشی برای پژوهش‌های آتی گردد. در هر صورت، آنچه مسلم است معماری برخاسته از فرهنگ عرفی، در نظام ارزش‌گذاری ناکافی بوده و می‌بایست در جامعه ایران امروز، هنر و معماری توسط فرهنگ‌های نخبه و ایده‌آلی پشتیبانی گردد. مدل مفهومی مؤلفه‌های امر نمایشی مبتنی بر آراء اندیشمندان در شکل ۴ آمده است.

## پی‌نوشت‌ها

1. Presentational

2. Cultural performance

3. Turner

4. Van Gennep

5. Schechter

6. Goffman

۷. به عنوان مثال برخی محافل هندی بسیار مشتاق نشان دادن ثروت، تجملات و پایگاه طبقاتی خود در هنگام اجرای روال‌های روزمره هستند و اهمیتی به رفتارهای زاهدانه نمی‌دهند که لازم باشد آن را وانمود کنند، برعکس در آمریکا همیشه گروه‌های موثری وجود دارند که اعضا حس می‌کنند باید از نمایش صریح ثروت در برخی ابعاد هر اجرایی کم کرد تا این برداشت ایجاد شود که معیارهای خانوادگی، فرهنگی و اخلاقی مهم‌تر می‌باشند (گافمن، ۱۳۹۶، ۴۸).

8. Bourdieu

۹. سرمایه نوعی رابطه اجتماعی است، یعنی انرژی و توانی که فقط در همان «میدانی» که در آن تولید و بازتولید می‌شود وجود دارد و تأثیرهای خود را به‌جا می‌گذارد، هر یک از خصوصیات منصوب به طبقه بر اساس قوانین مختص هر میدان، ارزش و کارایی پیدا می‌کند. به‌طور مثال سرمایه تحصیلی در یک میدان مهم‌ترین و در میدانی دیگر سرمایه اقتصادی مهم‌ترین است. بنابراین منطق خاص هر میدان تعیین می‌کند چه خصوصیتی در این بازار خریدار دارد و چه خصوصیتی در این مسابقه مهم و کارسازند (بورديو، ۱۳۹۳، ۱۶۷).

۱۰. ریختار همان جبر و ضرورتی است که درونی شده و تبدیل به طبع و قریح‌های گشته‌است که کرد و کارهای معنادار و تلقی‌های معنا بخش ایجاد می‌کند (بورديو، ۱۳۹۳، ۲۳۸).

- سوره، همچون لباس است؛ یعنی چیزی که زشتی فرد را می پوشاند و او را آن طور که می خواهد، نشان می دهد؛ لذا تنها نمایش معقول در مقابل خداوند معنا پیدا می کند (ارتباط شخصی، ۱۲ اسفند ۱۳۹۷).
21. Lawson  
22. Marcus  
23. Heidegger
۲۴. کلمه Dasein از دو جزء "Da" به معنای این جا و آن جا، و "Sein" به معنای وجود است. در اندیشه های دیگر به «وجود بینابینی» و برزخی اشاره دارد (جباری، ۱۳۹۴، ۳۶). در این عالم، «عالم ما» بر «عالم من» تقدم داشته و به تعبیر های دیگر دازاین همراه دیگران و در میان دیگران است. دازاین در ژرف ترین معنای هست شناختی، موجودی اجتماعی است و هستی خاص ما به عنوان هستی های در جهانی، همواره یک «هستی - با» دیگری است (جباری، ۱۳۹۴، ۵۳). یک فرد هرگز نمی تواند در انزوا و جدای از دیگری فهمیده شود (جباری، ۱۳۹۴، ۶۱).
- ### فهرست مراجع
۱. بودریار، ژان. (۱۳۹۵). *جامعه مصرفی*. چاپ ششم. (پیروز ایزدی، مترجم). تهران: ثالث. (نشر اصلی ۲۰۰۷).
  ۲. بوردیو، پی.یر. (۱۳۹۳). *تمایز: نقد اجتماعی قضاوت های ذوقی*. (حسن چاوشیان، مترجم). تهران: ثالث.
  ۳. تاج بخش، گلناز. (۱۳۸۳). *والتر بنیامین: دگرگونی تجربه و خاطره در عصر جدید و کلانشهر مدرن*. نشریه هنرهای زیبا، (۲۰)، ۵-۱۶.
  ۴. جباری، اکبر. (۱۳۹۴). *دازاین کاوی یا تحلیل دازاین*. تهران: پرسش.
  ۵. حجت، مهدی. (۱۳۹۶). *ایران کدام معماری*. بازیابی ۹ اردیبهشت، ۱۳۹۶، از [www.memariTV.ir](http://www.memariTV.ir)
  ۶. دبور، گی. (۱۳۹۲). *جامعه نمایش: تفسیرهایی در باب جامعه نمایش*. (بهروز صفدری، مترجم). تهران: آگه. (نشر اثر اصلی ۱۹۶۷).
  ۷. شصتی، شیما؛ فلامکی، منصور؛ و جواهری پور، مهرداد. (۱۳۹۶). *معماری مسکونی امروز شهر تهران و پروبلماتیک فرهنگ از منظری جامعه شناختی*. *فصلنامه مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی*، (۲)، ۹-۸۵-۱۰۶.
  ۸. شصتی، شیما؛ و فلامکی، منصور. (۱۳۹۳). *رابطه میان سبک زندگی و*
- مسکن ایرانی. *فصلنامه مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی*، (۳)، ۱۱۷-۱۳۷.
۹. صفدریان، غزال. (۱۳۹۶). *تبیین تأثیرات پارادایم بر تغییرات فرم در معماری معاصر*. *هویت شهر*، (۳۱)، ۹۵-۱۰۴.
۱۰. ظفرمندی، سوپیل؛ و ایمانی، نادیه. (۱۳۹۴). *معماری رومی در مقابل معماری بومی*. *صفه*، (۷۱)، ۲۸-۵۰.
۱۱. فکوهی، ناصر؛ سیاوش پور، فاطمه؛ والا، مرجان؛ امامی، مهرداد؛ غزنویان، زهرا؛ اجتهادنژادکاشانی، سالار؛ و همکاران. (۱۳۹۵). *انسان شناسی فرهنگی شهر تهران*. (چاپ اول). تهران: تیسرا.
۱۲. گافمن، اروینگ. (۱۳۹۶). *نمود خود در زندگی روزمره*. چاپ چهارم. (مسعود کیانیپور، مترجم). تهران: نشر مرکز.
۱۳. گرونر، یوکا. (۱۳۹۲). *جامعه شناسی سلیقه*. (مسعود کیانیپور، مترجم). تهران: مرکز.
۱۴. لاوسون، برایان. (۱۳۹۴). *زبان فضا*. (علیرضا عینی فر و فؤاد کریمیان، مترجمان). تهران: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران. (نشر اصلی ۱۳۹۱).
۱۵. مارکوس، کلر کوپر. (۱۳۸۲). *خانه: نماد خویشستن*. (احمد علیقلیان، مترجم). *فصلنامه فرهنگستان هنر*، (۵)، ۸۴-۱۱۹.
۱۶. معظمی، منوچهر. (۱۳۹۱). *رابطه میان فرهنگ و معماری*. تبیین *مؤلفه های فرهنگی مؤثر بر معماری ایران در دوره معاصر*. پایان نامه دکتری، پردیس هنرهای زیبای دانشگاه تهران، تهران.
۱۷. معظمی، منوچهر. (۱۳۹۴). *معماری معاصر ایران جامعه کوتاه مدت - معماری کوتاه مدت*. *نشریه فیروزه اسلام - پژوهش های معماری و شهرسازی اسلامی*، (۱۱)، ۳۹-۶۲.
۱۸. ندیمی، هادی؛ و رضائیان، حمید. (۱۳۹۴). *مدخلی بر آداب معماری نما*. بازیابی ۲۶ مهر، ۱۳۹۶، از [www.MemareHaram.com](http://www.MemareHaram.com)
19. Jayasudha, P., Marcel Nisha, T. (2016). Cultural Expressions in Architecture – A Case of Manapad in the Coastal Stretch of Tuticorin. *Journal of Mechanical and Civil Engineering*, 13(5), 14-20.
20. William, A. Darity, jr. (2008). *International Encyclopedia of the Social Sciences*. Vol 2: Macmillan Reference USA.

# Exploring the Components of the Presentational Variable In Relation To Culture and Architecture (Based On the Opinions of Critical and Non-Critical Thinkers)

*Somayeh Nouraie, Ph.D. Candidate in Architecture, Department of Architecture, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran.*

*Hero Farkisch\*, Assistant Professor, Department of Architecture, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran.*

*Ahmad Mirza Koochak Khoshnevis, Assistant Professor, Cultural Heritage and Tourism Research Institute, Iran.*

*Mohammad Taji, Assistant Professor, Department of Mining, Shahroud Branch, Islamic Azad University, Shahroud, Iran.*

*Hosein Moradinassab, Assistant Professor, Department of Architecture, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran.*

## Abstract

Today's chaotic and disturbed changes in the field of architecture in Iran have more dependent variables on cultural elements and sociology, rather than from aesthetics or necessity-based requirements of architectural engineering. In this paper, the relation between the form of the house and architecture with the elements of sociological and cultural is examined. One of the factors that affect the cultural-social aspects of the architecture is the "presentational" variable that is facing a lack of cultural considerations in our country. For the first time, the presentational variable entitled as "Dramatic Cultural" in 1959 AD was the use of the concept of the show as a metaphor of cultural demonstrations in societies. This issue in architecture, as part of material culture, defines architecture in relation to another, which reflects a wide range of meanings that are dependent on its supporting philosophy of thought. However, it covers that part of the architectural necessities that are not actually generated by the user themselves, but in response to the other, the user either requires or has to respond to the architecture. Therefore, understanding the relation of the presentational variable with architecture is part of the understanding of the relation of culture and architecture. Nowadays, the dramatic architecture in society as a public affair is a barrier to policy-making with a cultural challenge in the field of architecture. From the point of view of culturalism, presentational variable has associated with cultural while culture affected from time and field, can be derived from each of the cultural layers or areas; ideological culture (Culture of specialist forces, books and articles), custom culture (Common culture), elite culture (Imported culture) or foreign culture (Religion and Nationality). The purpose of this research is to identify the various components of the presentational variable in relation to culture and architecture. The research method in this study is an analytical-interpretative one. At first, the concepts of the Presentational variable are extracted from the texts and views of the relevant scholars (influenced by the views of the thinkers of the critical and uncritical pole), and then the components of the Presentational variable are presented in the form of a conceptual model, and finally, in a comparative view, it has been discussed and concluded. The results of the research show that the presentational variable is related to today's cultural view, due to the "loyalty" affected by "the deepening growth of the media". On the one hand, as a reality based on power, wealth, media, and modern technologies, imposes a distinction on society. On the other hand, this issue contrasts with the traditions and customs of our society, such as simple life. The evidence available in the architecture of today's Iranian society, shows that the presentational variable in architecture follows popular culture more than any other culture. Of course, proving this claim can be a question for future research. In conclusion, it is certain that architecture derived from customary culture was inadequate in terms of value, and in today's Iranian society, art and architecture should be supported by elite and ideal cultures.

**Keywords:** The Presentational variable, Cultural, Architectural, Critical, Non- critical.

\* Corresponding Author Email: hero.farkisch64@gmail.com