

خلق فضاهایی جدید در بازار و پایداری فرهنگی و محیطی

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۳/۲۳

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۴/۲۵

کد مقاله: ۶۰۲۶۲

مریم ابراهیم‌نژاد حقیقی^۱، نیاز اسمعیلی^۲

چکیده

تحقیقات متعددی درباره بازار، محیط، فرهنگ و پایداری فرهنگی در ایران و سراسر دنیا ارائه شده است که هر کدام از زاویه‌ای خاص موضوع را ارزیابی نموده و به نتایج متفاوتی نیز دست یافته‌اند. این تحقیق به تأثیر خلق یک کاربری مانند یک راسته‌بازار اتفاق محور، بر پارامترهای فرهنگی به‌عنوان هدف اول؛ تأثیر خلق فضاهایی جدید و رویدادهایی تازه در بازار بر پایداری فرهنگی و محیطی به‌عنوان هدف دوم؛ و شناخت مفهوم فرهنگ به‌عنوان هدف سوم پرداخته است. این تحقیق توصیفی-تحلیلی با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی می‌باشد. مطالعات میدانی از طریق پرسشنامه و در زمینه فرضیه تحقیق است. جامعه آماری تحقیق شهروندان شهر شیراز هستند که روزانه در بازارهای مختلف این شهر حضور می‌یابند. در این راستا عوامل زمینه‌ای و جمعیت شناختی نظیر سن، جنسیت، تأهل، سطح تحصیل، شغل، دلیل حضور در بازار و میزان حضور در بازار به‌عنوان عوامل جمعیت شناختی در توزیع پرسشنامه مدنظر بوده است. حجم نمونه تعداد ۱۷۶ نفر از شهروندان بوده‌اند که به‌صورت ساده تصادفی انتخاب شدند و پاسخ به سؤالات از طریق یک طیف لیکرت پنج‌تایی از خیلی کم تا خیلی زیاد می‌باشد. آلفای کرونباخ تحقیق عدد ۰/۹۰ می‌باشد که سطح پایایی و روایی بالایی را گزارش می‌کند. همچنین از طریق مصاحبه با شهروندان نظرات کامل‌تری از آن‌ها به دست آمده است. پرسشنامه با کمک نرم‌افزار SPSS بررسی شده و نتایج به‌صورت توصیفی و تحلیلی شده است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن بود که: فرضیه‌های تحقیق مورد تأیید می‌باشد و بر این اساس با خلق یک کاربری مانند یک راسته‌بازار اتفاق محور، می‌توان پارامترهای فرهنگی مانند اتفاقات جمعی را افزایش داد. همچنین با خلق فضاهایی جدید و رویدادهایی تازه که مطابق با فرهنگ مردم یک شهر باشند، می‌توان به اثربخشی هر چه بیشتر در زمینه پایداری فرهنگی و محیطی کمک کرد.

واژگان کلیدی: بازار، محیط، فرهنگ، پایداری فرهنگی

۱- مقدمه

درک عوامل تأثیرگذار بر رفتار و شرایط محیطی در کشورها متفاوت هستند، تحقیقات بین‌المللی نشان می‌دهد که درک این تفاوت‌ها و پاسخ‌دهی متناسب به شرایط محیطی می‌تواند رفتار اجتماعی را به کیفیت بالایی رساند و فرهنگ یک جامعه را افزایش داد [۱۴]. کیفیت عرصه‌های عمومی یکی از مهم‌ترین معیارها در تشکیل فضاهایی در جهت رشد اجتماعی افراد و پویایی شهرها هستند. انسان‌ها همواره با ایجاد فضاهایی در شهر نیاز ذاتی خود به برقراری روابط اجتماعی را برآورده کرده‌اند ساختارهایی که از نظر اجتماعی فعال بوده و امکان ارتباط چهره به چهره انسانی در درون جامعه و در کالبدی سازمان‌یافته را فراهم آورده‌اند. مجتمع‌های تجاری تفریحی بستر و مأمی برای برقراری روابط اجتماعی هستند وجود این فضاها به‌منظور استفاده شهروندان برای تجربه‌های فرهنگی و اجتماعی ضروری است [۱۰].

محیط‌های فیزیکی بر عملکردهای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی؛ از نظر فرهنگی نیز تأثیرگذارند. کل شیوه‌ی زندگی و حس هویت افراد، فرهنگ یک جامعه را می‌سازند و هر آنچه سعی بر پایداری پارامترهای فرهنگی شود، به بقای سلامت روانی و جسمی جامعه کمک می‌شود. امروزه با پیشرفت تکنولوژی، فرهنگ و محیط دچار تغییراتی شده‌اند که این تغییرات به نیازها و برون‌ریزی احساسات جمعی کمک نمی‌کنند. در سال‌های اخیر، مراکز عمومی اعم از فرهنگی، تجاری و تفریحی زیادی ساخته شده‌اند که تا حدی ساختاری متضاد با بستر شهری و محیط دارند. شیراز به‌عنوان قطب فرهنگی و نزدیکی به شهرهای جنوبی کشور با داشتن تعداد زیادی مرکز تجاری، فقط در زمینه‌های اقتصادی و تفریحی برنامه‌ریزی کرده است و توجه‌ای به پارادایم‌های فرهنگی و محیطی نشده است. این پژوهش سعی بر این دارد که دریابد تأثیر فرهنگ بر بازار بر مبنای چه اصولی می‌تواند شکل بگیرد و تأثیر فضاهای خلاقانه در بازار چگونه بر پایداری فرهنگی تأثیرگذار می‌باشد. بر این اساس دو فرضیه وجود دارد:

فرضیه اول: به نظر می‌رسد که با خلق یک کاربری مانند یک راسته‌بازار اتفاق محور، می‌توان پارامترهای فرهنگی مانند اتفاقات جمعی را افزایش داد.

فرضیه دوم: به نظر می‌رسد با خلق فضاهایی جدید و رویدادهایی تازه که مطابق با فرهنگ مردم یک شهر باشند، می‌توان به اثر بخشی هر چه بیشتر در زمینه پایداری فرهنگی و محیطی کمک کرد و همین امر باعث پایداری کاربری نیز می‌شود.

۲- ادبیات تحقیق

۲-۱- تعریف واژه فرهنگ

در مورد فرهنگ تعابیر و توضیحات زیادی موجود هست. یکپارچه کردن و همه را به نحوی در یک تعریف جامع و مانع در آوردن نه ممکن است و نه مقدور و نه تابحال چنین کاری انجام گرفته. بنا به پیشنهاد و نگرش‌های افراد و پژوهشگران تعابیر و تعاریف خاصی از «فرهنگ» مستفاد شده. در اینجا برآنیم تا در ابتداء بنا به ضرورتی که تشخیص می‌دهیم نگاهی به گذشته این واژه داشته باشیم و آن را دقیقتر بررسی کنیم، چرا که برای شناخت هر پدیده، تاریخ آن ضروری و لازم است. به طور کلاسیک، سیر تاریخی و منشاء واژه «فرهنگ» را بایست در آلمان جستجو کرد [۳].

گی‌روشه، استاد دانشگاه مونترال کانادا، با استفاده از تعریف تایلور و محققان دیگر فرهنگ را اینگونه تعریف می‌کند: «فرهنگ مجموعه بهم پیوسته‌ای از شیوه‌های تفکر احساس و عمل است که کم و بیش مشخص است و توسط تعداد زیادی از افرادی فراگرفته می‌شود و بین آنها مشترک است و دو شیوه عینی و نمادین به کار گرفته می‌شود تا این اشخاص را به یک جمع خاص و متمایز مبدل سازد» [۱۲].

در کتب «فرهنگ علوم اجتماعی» تألیف آلن بیرو «فرهنگ» را «مراقب از گیاهان» و معنای مجازی آن را مراقبت از اندیشه معنی کرده و اضافه می‌کند:

۱- زمانی که این واژه (فرهنگ) بالاخص در مورد انسان به کار می‌رود «میزان آموزش و پرورش» و یا میزان توجه به پرورش اندیشه و اشتغالات فکری را می‌سازد.

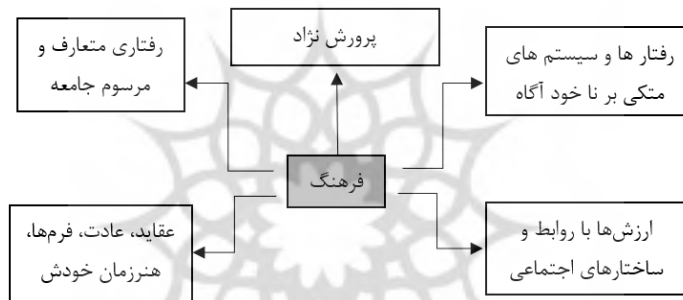
۲- زمانی که این اصطلاح در انسان‌شناسی، مردم‌شناسی و یا جامعه‌شناسی به کار می‌رود معنایی بالنسبه متفاوت می‌پذیرد؛ و در ادامه اضافه می‌کند که: «در فرهنگ مجموع حیات اجتماعی از زیر بناهای فنی و سازمانهای نهادهای گرفته تا اشکال و صوربیان حیات روانی مطمع نظر قرار می‌گیرند و تمامی آنان همچون یک نظم ارزشی تلقی می‌شوند و به گروه نوعی کیفیت و تعالی انسانی می‌بخشد» [۱۲].

جدول ۱: نظریه‌ها در مورد فرهنگ (نگارندگان)

نظریه پرداز	نظریه‌ها
فرانسه	واژه <i>couture</i> یا <i>coture</i> را به معنی «مزرعه شخم‌زده و بذر پاشیده»
ای. بی. تایلور	فرهنگ یا تمدن به مفهوم قوم‌نگاری عام خود، مجموعه پیچیده‌ای است مشتمل بر معارف، معتقدات، هنر، حقوق، اخلاق، رسوم و تمامی توانایی‌ها و عاداتی که بیشتر به‌عنوان عضوی از جامعه اخذ می‌نماید.
گی روشه	فرهنگ مجموعه بهیم پیوسته‌ای از شیوه‌های تفکر احساس و عمل است که کم و بیش مشخص است و توسط تعداد زیادی از افرادی فراگرفته می‌شود و بین آنها مشترک است و دو شیوه عینی و نمادین به کار گرفته می‌شود تا این اشخاص را به یک جمع خاص و متمایز مبدل سازد.
آلن بیرو	«فرهنگ» را «مراقب از گیاهان» و معنای مجازی آن را مراقبت از اندیشه معنی کرده است.

برخی از تعاریف فرهنگ در سطور ذیل آورده می‌شود:

- «فرهنگ عبارت است مجموعه‌ای از عقاید، عادات، فرم‌ها و هنرهای متعلق به جمعی از انسان‌ها در زمان و مکان مشخص»
- «فرهنگ عبارت است از سیستم رفتارها و حالت‌های متکی بر ضمیر ناخودآگاه»
- «فرهنگ عبارت است از ارتباط متقابل سه عامل: ارزشها با روابط و ساختارهای اجتماعی»
- «فرهنگ عبارت است از رفتار متعارف و مرسوم جامعه، فرهنگ بر همه کنش‌های فرنفوذ می‌کند حتی اگر وی به دشواری از آن آگاه باشد» [۹].



شکل ۱: فرهنگ از دیدگاه مادی و معنوی (نگارندگان)

«فرهنگ به معنای کلیت در هم تنیده‌ای است در رفتار سنتی که نژاد بشر آن را پرورانده است و نسل به نسل آموخته می‌شود». از این پژوهشگران نوعی طبقه‌بندی را بر مبنای نوع تعریف و عناصر مندرج در هر تعریف و تکیه‌گاه‌های هر تعریف به عمل می‌آورد و بیان می‌کند که واژه فرهنگ را می‌توان از زوایای مختلف نگاه کرد که عبارتند از:

(الف) تعریف‌های تاریخی: که تکیه بر روی میراث فرهنگی و وراثت اجتماعی در فرهنگ دارند.

(ب) تعریف‌های تشریحی: که بر روی قاعده یا راه و روش تکیه دارد و فرهنگ یک جامعه را راه و رسم زندگی اعضای آن می‌داند.

(ت) تعریف‌های روانشناختی: در این گروه یا تاکید بر فرهنگ به‌عنوان وسیله «سازواری» و حل مسائل است و یا تاکید بر فرهنگ به‌عنوان «آموختگی» صورت اجتماعی است؛ و تجسم آموزش‌های یک گروه اجتماعی در طول نسل‌ها و یا تاکید بر عادات است.

(ث) تعریف‌های ساختاری: که بر الگو سازی یا سازمان فرهنگ متکی است.

(ج) تعریف‌های تکوینی: که فرهنگ را متکی بر یک فرآورده یا ساخته یا تصورات یا نهادها می‌داند.

در بین متونی که از گذشته‌های دور به میراث رسیده واژه: «فرهنگ» در معیاری خاص استفاده شد، اینکه کلمه «فرهنگ» از دو حرف «فره» به معنای «شکوه و عظمت» است و «هنگ» از ریشه اوستایی «سنگ» به معنی «کشیدن» و «سنگینی» و «وقار» برگرفته شده جای تأمل و تدقیق بیشتری دارد. بنا بر پژوهش یکی از پژوهشگران کلمه فرهنگ در متون پهلوی به معنای «دانش و دانایی» آمده است.

«به خاستاری فرهنگ کوشا باشید. چه فرهنگ تخم دانش است و بر آن خرد است و خرد آرایش دو جهان است و درباره آن گفته‌اند که فرهنگ اندر فراخی پیرایه و اندر شگفتی (سختی) پانه (نگهبان) و اندر آستانه (مصیبت) دستگیر و اندر تنگی پیشه است» [۷].

جدول ۲: تعریف واژه فرهنگ از زوایای دیگر (نگارندگان)

تعریف‌های تاریخی	میراث فرهنگی و وراثت اجتماعی است.
تعریف‌های تشریحی	فرهنگ یک جامعه را راه و رسم زندگی اعضای آن می‌داند.
تعریف‌های روانشناختی	فرهنگ به‌عنوان وسیله «سازواری» و حل مسائل است یا فرهنگ به‌عنوان «آموختگی» صورت اجتماعی است.
تعریف‌های ساختاری	بر الگو سازی یا سازمان فرهنگ متکی است.
تعریف‌های تکوینی	فرهنگ را متکی بر یک فرآورده یا ساخته یا تصورات یا نهادها می‌داند.

۲-۲- مفهوم فرهنگ

مدیریت فرهنگی عنوانی است مرکب از دو واژه «مدیریت» و «فرهنگ». مباحث ما در ذیل این عنوان، بیشتر ناظر به بخش فرهنگ است، نه بخش مدیریتی آن؛ چراکه فرهنگ بخش مهم‌تر این ترکیب به حساب می‌آید؛ بنابراین هرگاه سخن از «مدیریت فرهنگی» به میان می‌آید، نخستین مسأله‌ای که باید بدان پرداخته شود، مفهوم فرهنگ است. اگر مفهوم فرهنگ به درستی روشن شود و ابعاد مختلف آن به خوبی مورد بررسی قرار گیرد، خودبه‌خود راه برای پرداختن به مدیریت در عرصه فرهنگ هم باز خواهد شد [۸]. «فرهنگ» یعنی آنچه که در یک جامعه «مرسوم» است و یا در بین افراد آن جامعه «رواج» دارد. البته ممکن است موضوعات مختلفی در میان افراد یک جامعه رواج داشته باشد، ولی یک عنصر فرهنگی به حساب نیاید. ما هم نمی‌خواهیم فرهنگ را مساوی رواج‌یافتگی قلمداد کنیم، اما قدر مشترکی که برای همه مصادیق فرهنگ یا امور فرهنگی می‌توان یافت، همین رواج‌یافتگی یا مرسوم بودن است؛ بنابراین بارزترین ویژگی‌ای که می‌توان در تعریف فرهنگ اخذ کرد، رواج‌یافتگی یک امر در جامعه است [۴].

۳-۲- تلقی عمومی از فرهنگ

در بین پنج عنوان ذکر شده، شاید بیشترین نمود فرهنگ در «آیین و رسوم اجتماعی» و «رفتارها و آداب فردی» باشد. بسیاری از مردم وقتی می‌خواهند فرهنگ را معنا کرده یا مصداقی برای آن تعیین کنند، معمولاً به سراغ همین‌ها می‌روند؛ به نگرش‌ها، گرایش‌ها و حتی اعتقادات زیاد توجه ندارند. حتی ممکن است معتقد باشند که نگرش‌ها و گرایش‌ها فرهنگ‌ساز هستند، ولی آنها را جزء فرهنگ قلمداد نمی‌کنند [۱۳].



شکل ۲: تلقی عمومی از فرهنگ [۱۳].

۴-۲- تعریف فرهنگ نزد ایرانیان

در آثار کهن ایران واژه فرهنگ به معنی ادب و تربیت به کار رفته است که با پسوند 'ستان'، به‌صورت فرهنگستان و به معنی دبستان و مکتب آمده است. مفهوم فرهنگ در ایران پیشینه‌ی طولانی دارد و این امر را می‌توان در بررسی و مطالعه آثار نویسندگان و پژوهشگران این سرزمین به‌دست آورد. واژه‌ی فرهنگ از دو جزء 'فر' و 'هنگ' تشکیل شده است. 'فر' به معنی نیروی معنوی، شکوه، عظمت، جلال و درخشندگی است. علاوه بر این 'فر' پیشوند است که در این صورت به‌جای معنی جلو، بالا و پیش می‌نشیند. در اینجا 'فر' در معنی پیشوند به کار برده می‌شود. 'هنگ' از ریشه اوستایی Thanga (سنگ) به معنی کشیدن، سنگینی، وزن، گروه و وقار می‌باشد. معنی ترکیبی این دو واژه بیرون کشیدن و بالا کشیدن است که منظور از آن بیرون کشیدن مجموع دانستنی‌ها و استعدادهای نهفته افراد یک ملت برای پربار کردن پدیده‌ها و خلاقیت‌های ناشناخته آدمی است [۱۱].

۵-۲- تعریف فرهنگ از دید جامعه‌شناسان

از زمان پیدایش و رشد جامعه‌شناسی علمی، انسان‌شناسی و دیگر شاخه‌های مختلف علوم انسانی، هریک از صاحب‌نظران تعریف تازه‌ای برای مفهوم فرهنگ ذکر کرده‌اند بعضی فرهنگ و تمدن را یکی دانسته و بعضی دیگر آنها را به‌عنوان دو مقوله جداگانه مورد تبیین قرار داده‌اند.

جدول ۳: تعریف فرهنگ از دیدگاه جامعه‌شناسان (نگارندگان)

فرهنگ مجموعه آمیخته و پیچیده و نظام یافته‌ای است از دانستی‌ها و شناسائی‌ها، هنرها و باورها و آئین‌ها، حقوق و آداب و رسوم، منشاء خوبی‌ها و بسیاری چیزها که انسان از جامعه خویش کسب کرده است.	تایلر
فرهنگ از یک سلسله روش‌ها و زمینه‌ها متأثر است که آن روش‌ها و زمینه‌ها افراد جامعه را به هم می‌پیوندند و در رفتار و کردار و روابط اجتماعی آنها منعکس می‌شود.	ماکس وبر
فرهنگ اصطلاحی جامعه‌شناختی است برای رفتار آموخته، رفتاری که با آدمی زاده نمی‌شود و برخلاف رفتارهای زنبورها و مورچه‌های اجتماعی توسط یاخته‌های نطفه تعیین نمی‌شود. بلکه هر نسل باید آن را از مردم بالغ بیاموزند.	روت‌بندیکت
به نظر این گروه فرهنگ عبارت از سیمای خارجی و کلی نهادها است که منظور از نهادها شکل ثابت طرز تفکر یا رفتار مشترک گروهی از افراد است که از طرف جمع پذیرفته شده و قابل انتقال به سایرین می‌باشد و سرپیچی از آن موجب آشفته‌گی فرد یا گروه می‌شود.	جیمز وست، رالف لیتون و کاردینر
فرهنگ اساساً بنائی است مبین تمامی باورها، رفتارها، واکنش‌ها، ارزش‌ها و مقاصدی که شیوه زندگی هر ملت را مشخص می‌کند و بالاخره عبارت است از هر آنچه یک ملت دارد، از آنچه که می‌کند و هر آنچه که می‌اندیشد.	هرسکویتس
فرهنگ فرآیندی است که از راه آن در یک گروه یا طبقه اجتماعی معین زبان، باورها، تصورات، پسندها، دانستی‌ها، چیره دستی‌ها و انواع عرف‌ها دست به‌دست از شخصی به شخصی و از نسلی به نسلی دیگر منتقل می‌شود.	راد کلیف براون
فرهنگ به نحوه زیستی گفته می‌شود که هر جامعه‌ای برای رفع احتیاجات اساسی خود از حیث بقا، ادامه نسل و نظام امور اجتماعی اختیار می‌کند. براساس این تعریف عواملی مثل هنر، ادب، موسیقی، فلسفه و غیره را نیز می‌توان جزء اجزاء فرهنگ به حساب آورد.	جوزف روسک ورولندوارن
فرهنگ عبارت از مجموعه‌ای از حرکات و روش‌های فکری است که از برخورد بشر با طبیعت و با هم‌نوع خود، به‌وجود می‌آید. تمدن هرگز اختصاصی نیست و لازمه شکفتگی او مجموعه کثیری از منابع تفکر، سنن، اعتقادات، طرز فکرها، ارزش‌ها، مجموعه‌ای از ابزار فکری، مجموعه سنجیده‌ای از احساس و فرزاندگی و حکمت است که به آن فرهنگ می‌گوئیم.	فرانتس فانون وامه سزر

۲-۶- ویژگی‌های فرهنگ

- فرهنگ یک گروه شامل انواع مدل‌های اجتماعی رفتار است که به وسیله‌ی همه یا اکثریت اعضاء گروه جامعه عمل به‌خود می‌پوشد.
- جامعه یک اصطلاح فرهنگی است که افراد، به نسبت روابطی که با یکدیگر دارند، برای بیان برخی از صور رفتارهای خود به کار می‌برند.
- مکان حقیقی فرهنگ عبارت از وقوع اعمال و ضوابط بین افراد است که از نظر ذهنی برخوردار از دنیائی مفاهیم است که هرکس در جهت منافع و روابط خود با دیگران می‌تواند به‌وسیله آن ابزار هویت کند.
- هر فرد معرف جزئی از فرهنگ و شاخه‌ای از درخت فرهنگ گروهی است که به آن تعلق دارد [۱۵].

۲-۷- عناصر فرهنگی

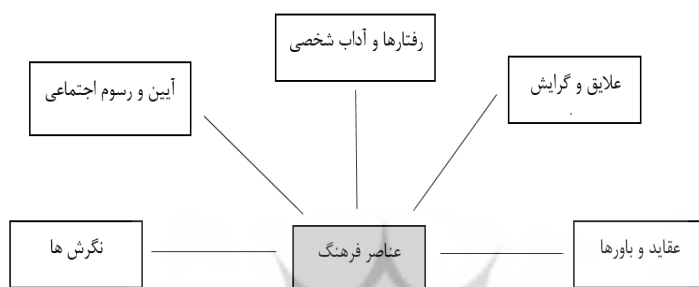
پنج عنوان که اساس فرهنگ یک جامعه را تشکیل می‌دهند عبارتند از:

- عقاید و باورها: مراد از عقاید و باورها در اینجا، «باورهای قدسی» و عقایدی است که شامل ایمان به غیب می‌شود، نه عقیده و باور به معنای «رأی و نظر». بعضاً در محاورات شنیده می‌شود که شخصی می‌گوید: «عقیده من در مورد فلان مسأله، این است». در اینگونه موارد مراد از عقیده، رأی و نظر است نه معنایی که در این بحث از عقیده ارائه و اراده شده است. طبیعتاً آگاهی و جهان بینی مقبول در یک جامعه و گرایش‌های فطری به امور معنوی، پایگاه اصلی سازنده عقائد دینی به حساب می‌آیند.
- نگرش‌ها: منظور از نگرش، برداشت، تلقی و قضاوت نهایی یک فرد درباره یک مفهوم، پدیده یا شخص است. ممکن است این برداشت و تلقی، مطابق یا برآیند آگاهی‌های او و یا حتی مغایر با برخی از آگاهی‌های او باشد؛ و نیز ممکن است صرفاً چند آگاهی از میان تمام آگاهی‌های مربوط به یک موضوع یا مفهوم، نگرشی را در فرد ایجاد کند. به عبارت دیگر، شاید بتوان گفت: «نگرش، مساوی با همه آگاهی‌ها نیست، بلکه نوعی جمع بندی و یا برداشت منتخبی از آگاهی‌ها است». برخی از اوقات ممکن است نگرش‌ها با عقائد همپوشانی داشته باشند چون به طور کلی نگرش به ارزیابی نهایی افراد درباره هر چیزی اطلاق می‌شود.
- علائق و گرایشها: تمایلات و علاقه‌مندی‌های افراد نیز جزء اموری است که می‌تواند به‌عنوان عناصر کلیدی فرهنگ تلقی شود. گرایش اگرچه مانند برخی دیگر از عناصر فرهنگ، یک امر درونی و شخصی محسوب می‌شود ولی آنجا که به هر حال بروز و

ظهور بیرونی پیدا می‌کند، قابل شناسایی خواهد بود و هنگامی که وجه مشترک افراد یک جامعه می‌شود یک عنصر فرهنگی به حساب می‌آید.

۴. رفتارها و آداب شخصی: نوع رفتارهای شخصی آدم‌های یک جامعه و آدابی که نحوه رفتار انسان را در موقعیت‌های مختلف زندگی شخصی تعیین می‌کنند، یکی از مهمترین بخش‌های فرهنگ به حساب می‌آیند. شاید عبارت «سبک زندگی» بیشتر با این بخش تناسب داشته باشد.

۵. آیین و رسوم اجتماعی: منظور آن دسته از آداب اجتماعی است که چگونگی تعاملات انسان را در مناسبات اجتماعی و زندگی جمعی تعیین می‌کند. رسوم مربوط به اظهار غم و شادی، سوگواری‌ها و اعیاد از اهم این آیین‌ها به حساب می‌آیند. "نمادها و نشانه‌ها" هم جزئی از فرهنگ یک جامعه محسوب می‌شوند ولی بیشتر تبعی و فرعی هستند تا اصیل و تعیین کننده. به همین دلیل ما آنها را جزء عناصر اصلی فرهنگ تلقی نکردیم. با این حال، نمادها در مباحث فرهنگی بسیار مهم هستند؛ نمادها می‌توانند در تظاهرات و ظهور و بروز هر یک از این عناصر فوق به کار گرفته شوند و معانی خاص خودشان را القا نمایند؛ و حتی زبان یک فرهنگ تلقی شوند و به همین دلیل در یک «مطالعه فرهنگی» از اهمیت خاصی برخوردار می‌باشند [۶]. (شکل ۳)



شکل ۳: عناصر فرهنگ [۶].

۲-۸- تأثیر فرهنگ در شکل‌گیری فضای معماری

«معماری» و «فرهنگ» واژه‌هایی آشنا برای همه‌اند. این دو را بسیار شنیده‌ایم؛ ولی معنای دقیقشان را شاید ندانیم و بویژه رابطه بین این دو را. در این مقاله به معرفی «معماری»، این هنر ظریف و نیز به معرفی «فرهنگ» که بیانگر هویت جامعه است می‌پردازیم و سرانجام به ارتباط این دو واژه اشاره خواهیم کرد و برای بیان این رابطه، از جاده‌هایی در تاریخ کشورمان عبور می‌کنیم که ما را به کنار بناهای تاریخی و آثار معماری گذشتگان می‌رساند و در کنار این بناها لختی درنگ و اندکی تأمل می‌کنیم تا بتوانیم گره‌هایی چند از رازهایشان بگشاییم. در ضمن نگاهی هرچند گذرا، به خانه‌ها و شهرهای امروزی می‌اندازیم تا به درک خود از چیزی که در آن به سر می‌بریم، عمق بخشیم [۶].

جدول ۴: روند شکل‌گیری معماری از گذشته تا امروز (نگارندگان)

معماری مردمی	معماری طبیعی و محلی مردم یک سامان است و بر اساس نیاز به ساختن به وجود آمده است.
معماری بومی	شکل پیشرفته‌ای از نوع مردمی آن است و در ارتباط با آب و هوا، فرهنگ و مصالح ساختمانی آن منطقه خاص، شکل می‌گیرد.
معماری روحانی یا مذهبی	تصویرگر ارتباط انسان با ماورای طبیعت است و تلاش دارد بنا را رنگی معنوی دهد.
معماری یادمانی	هدف از این نوع معماری، گرامیداشت و یادآوری درگذشتگان است.
معماری مفید فایده	این نوع معماری بیشتر زاینده تمدن جدید است.

انواع معماری:

۱. معماری مردمی: معماری طبیعی و محلی مردم یک سامان است و بر اساس نیاز به ساختن به وجود آمده است؛
۲. معماری بومی: شکل پیشرفته‌ای از نوع مردمی آن است و در ارتباط با آب و هوا، فرهنگ و مصالح ساختمانی آن منطقه خاص، شکل می‌گیرد. این نوع معماری، پیش از آنکه در خور تحسین باشد، شایسته دوست داشتن است؛ مانند یک عضو خانواده که هرچند زیبا نباشد، باز هم والدین و نزدیکانش او را دوست می‌دارند؛
۳. معماری روحانی یا مذهبی: تصویرگر ارتباط انسان با ماورای طبیعت است و تلاش دارد بنا را رنگی معنوی دهد؛
۴. معماری یادمانی: هدف از این نوع معماری، گرامیداشت و یادآوری درگذشتگان است. ساده‌ترین شکلش، یک تلّ خاک است که برای نمایاندن قدرت پادشاه به شکل یک هرم بر قبر او می‌ساختند و به تدریج، اشکالی دیگر به خود گرفت؛

۵. معماری مفید فایده: این نوع معماری بیشتر زاینده تمدن جدید است و در خدمت سودرسانی و کارایی است و ساختمان را به شکلی می سازد که از آن، منفعت و استفاده های مادی بیشتر ببرد و نه چیز دیگر؛ از همین رو عرصه را بر دیگر انواع معماری تنگ ساخته است. ناگفته نماند که این پنج نوع معماری، با یکدیگر همزیستی نیز دارند [۶].

۹-۲- تأثیر معماری و شهر بر ارزش فرهنگ

الف) عوامل موثر در شکل گیری صورت فضاهای معماری:

- ۱- عوامل مادی: ماده-دانش و فن ساختمان - اقتصاد
 - ۲- عوامل محیطی: اقلیم-محیط طبیعی-محیط مصنوعی
 - ۳- عوامل کارکردی: الگوهای رفتاری و ویژگی های فضایی فعالیت ها - تکنولوژی و ابزارهای زیست
 - ۴- عوامل فرهنگی: فرهنگ و الگوهای پایدار - زیبایی، مد و سلیقه - ابداع و خلاقیت
- از میان عوامل بالا عوامل تاریخی- زمانی و محیطی- فرهنگی نقش مهمی ایفاء می کنند.

ب) اثر عوامل فرهنگی بر فرم معماری: شکل معماری به دو دلیل می تواند بسیار مهم تلقی شود، اول آنکه هر تصور و تخیلی درباره معماری نمی تواند بی استناد به شکل تحقق پذیرد، دوم اینکه شکل ظاهری یا قابل رویت هر چیز، مهمترین و بی واسطه ترین برداشتی است که از فضای ساخته شده می توان داشت. شکل می تواند کلید راه یابی به فرهنگی باشد که از طریق فضای ساخته شده متظاهر می شود. موضوع شکل در رابطه با فرهنگ معماری را می توان در دو حالت مختلف بررسی کرد، اول آنگاه که با معماری موجود و ساخته به دست دیگران روبرو شویم و دوم، آنگاه که خود به معماری، به عنوان چیزی که قصد آفرینشش را داریم، می نگریم.

در مورد اول، فضای معماری، بی شناخت فرهنگ سازنده آن فهم نمی شود و هر آنچه از این فرهنگ بر می خیزد، پس از گذر داده شدن از تدبیرها و شگردها و فن ها و ابداع ها، پدیده ای است که سخنی جز از راه شکل خود، نمی گوید. شکل بنایی که دیگران ساخته اند، سخن آنان در زمینه آنان بناست و این سخن از فرهنگ آنان در باب معماری سرچشمه می گیرد و یا بیانگر فرهنگ معماری آنان به شمار می آید. در مورد دوم، آنگاه که می خواهیم، معماری تازه ای بیافرینیم، اگر لازم باشد که ترسیم و توصیفش کنیم، جز آنکه از شکل آن بگوئیم راهی نداریم. چگونه معماری ای را خواستن و چگونه آن را آراستن، به عنوان دو لحظه جدا از یک پدیده واحدند. اولی به عنوان لحظه فرهنگی و دومی به عنوان لحظه تکنولوژیک، بیانگر فرهنگ معماری، گروه ها و جوامع به شمار می آیند.

ج) روند طراحی و پیدایش فرم: مرحله اول که مربوط به دوران اولیه حیات بشر است و نمودهای آن در زندگی قبایل بدوی مشاهده شده است. فضای مصنوع تحت تاثیر عوامل ارگانیک و کاملاً مشخص محلی و اقلیمی شکل می پذیرد. مرحله دوم، طبق قواعد معین و از پیش تعیین شده فرم به وجود می آید. قالبها و الگوهای فضایی صوری و رسمی حاکم اند. مرحله سوم که از دوران مدرن به بعد به آن وارد شده ایم، اکثر مرزها و قالبها از میان رفته اند و اندیشه آزاد در طراحی جایگزین آن شده است [۶].

جدول ۵: روند طراحی و پیدایش فرم ها (نگارندگان)

مرحله اول	دوران اولیه حیات	عوامل ارگانیک
مرحله دوم	قواعد معین	فضاهایی صوری و رسمی
مرحله سوم	دوران مدرن	اندیشه آزاد در طراحی

تلقی معمار از رابطه متقابل انسان و جهان منوط به تعریف او از نقطه اتصال توده و فضا است که فرم معماری از پیوند این دو عامل بوجود می آید. تا رابطه فلسفی این دو با هم روشن نشود فرم معماری مبهم خواهد ماند. به طور مثال هرم مصری بیان کاملی از فرمی است که از زمین سر بر می آورد و تجسم مطلق های ازلی و ابدی است. در معماری چینی، نوع هماهنگی با طبیعت دیده می شود نه سلطه بر آن. تعقر بامها بیان فروتنی انسان و سازه های اوست که به سوی فضای کیهانی آغوش گشوده است. در معماری اسلامی با کاربرد متفاوت دیگری از فرم و فضا مواجه می شویم. گنبد های با شکوه گویی فضای داخلی را باز می تاباند که برای بیان خود تا حد امکان پوسته را به بیرون می راند تا فرم را ایجاد کند، این ویژگی با گنبد کلیساهای مسیحی در اروپای غربی که سازه و توده تلقی می شود در تضاد است. بنابراین در تمام فرهنگ های جهان فرم معماری بیان فلسفی نیروهای توده و فضا در یکدیگر است که به نوبه خود بازتاب رابطه انسان با طبیعت و رابطه او با جهان است. جاننداری و وضوح در تحقق توده و فضا تعیین کننده میزان تعالی اثر معماری در هر دوره از تکامل فرهنگی است [۶].

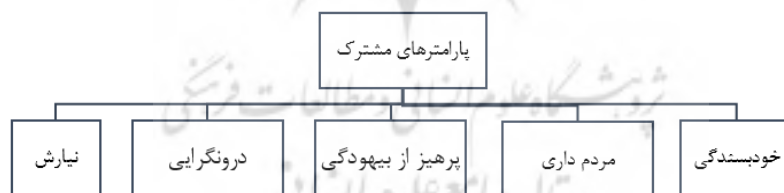
ب: عوامل فرهنگی موثر در شکل‌گیری فضای معماری: انسان در آفرینش هر فضای زیستی حتی ابزارآلات سعی دارد در مرحله نخست به سودمندی‌های مادی، ملموس و کارکردی آن بپردازد؛ اما در صورت امکان به جنبه‌های هنری و فرهنگی فضا یا پدیده‌ای که خلق می‌کند توجه دارد و سعی می‌کند که اثر یا فضا زیبا باشد. خواسته و معیارهای زیبایی شناختی انسان ثابت نیست و به همین علت آفرینش آثار و صورت‌های بدیع نیز در همه هنرها همواره ادامه خواهد یافت و در این میان برخی الگوها پایدارتر از سایرین است. سطوح و لایه‌های گوناگون ارزش‌های زیبایی شناختی را می‌توان به سه گروه طبقه بندی کرد:

- ۱) صورت‌ها و ارزش‌های پایدار و کهن
- ۲) ارزش‌ها و صورت‌های نیمه پایدار و سبک
- ۳) ارزش‌ها و صورت‌های زودگذر یا مد [۶].

در کنار عوامل ذکر شده در بالا نمی‌توان نقش ابداع و خلاقیت هنرمند را در شکل دادن به هر گونه اثر هنری و از جمله آثار معماری نادیده گرفت. ابداع و خلاقیت هنرمند از یک سو به تاریخ و فرهنگ طراحی در یک جامعه و از سوی دیگر به توانایی‌های فردی و ابداع مشخص هنرمند بستگی دارد. این عامل به نحوی به آگاهی‌های هنری و غنای فرهنگ طراحی و تبدلات فرهنگی و هنری یک جامعه با جامعه‌های دیگر ارتباط دارد. به عبارت دیگر ابداع و خلاقیت هنرمند در خلاء صورت نمی‌پذیرد، بلکه در بستری اجتماعی- تاریخی تحقق می‌پذیرد که بر محتوا و شکل اثر هنری تاثیر می‌گذارد.

ج: بازتاب فرهنگ در صورت فضای معماری: عوامل متعددی بر آثار هنری و فضاهای معماری تاثیر می‌گذارند که زیر مجموعه فرهنگ هستند. این تاثیر گاهی روشن و گاهی ظریف و غیر آشکار است؛ مانند تاثیر نقش صلیب در طراحی کلیساهای تاریخی به صورت آشکار و سلسله مراتب بین انواع فضاها از جمله عناصر فضای ورودی مسجد جامع ایرانی و مفهوم و محتوای فرهنگی آن که در مرحله نخست از دید مشاهده کننده پنهان می‌ماند.

برخی از خصیصه‌های فرهنگ در صورت فضای معماری یکسان اثر نمی‌گذارند، برخی به سادگی و برخی به دشواری قابل شناسایی هستند. یکی از جلوه‌های فرهنگ در هنرها را می‌توان به صورت اهمیت یافتن برخی اعداد و اشکال دانست. یکی از علل توجه به اعداد مربوط به درک انسان از نظم جهان در گذشته بوده که آنرا به ملموس ترین شکل یعنی نظم عددی دریافت می‌کرد. بسیاری از این شکل‌ها و اعداد در فعالیتها و مراسم آئینی، هنرها، مکتب‌های فکری و غیره به صورت ویژه‌ای کاربرد یافتند. کاربرد هر عدد یا شکل در هر یک از انواع فعالیتها یا هنرها از یک سو با ویژگیهای بصری و شمارشی آن فعالیت و از سوی دیگر با خصوصیات و مشخصه‌های آن شکل یا عدد بستگی داشته است. بنابراین شکل‌ها و عددهایی در هنر معماری مورد توجه و استفاده قرار می‌گرفت که با ویژگیهای ریاضی، هندسی، کمی و ملموس این هنر و همچنین با فرهنگ عمومی این سرزمین سازگار باشد؛ مانند عدد چهار، خصوصیات مربع و دایره، ویژگیهای مشترک دایره و مربع، مکعب، حجم‌های کروی شکل و چهار طاق و ... [۶].



شکل ۴: پارامترهای مشترک فرهنگ و معماری (نگارندگان)

۲-۹-۱- مبانی فرهنگ ایران و تاثیر آن بر معماری

فرهنگ‌ها مظاهر گوناگونی دارند. به رغم تفاوت‌های ظاهری، مظاهر هر فرهنگ دارای شباهت‌هایی انکار ناپذیرند. به طور مثال شباهت ادبیات و معماری و طرز لباس پوشیدن و آداب و رسوم ژاپنی‌ها قرن هفدهم آشکار است. این شباهت‌ها ناشی از ارتزاق هر یک از مظاهر فرهنگی از اصول و مبانی مشترک در فرهنگ است. در فرهنگ ایران در ادبیات فارسی کلمات گنجایش معانی بلند و عمیق را ندارد و به همین منظور شعرا و نویسندگان از استعاره، ایهام، کنایه و سایر صنایع ادبی برای رساندن مفهوم کلام و مقصود خود استفاده می‌کردند. پس الفاظ یک شعر دارای ماهیتی مادی هستند که برای بیان مفاهیم غیر مادی وضع شده‌اند [۵].

دکتر پیرنیا شیوه‌های معماری ایرانی را به دو دوره قبل از اسلام و چهار دوره بعد از اسلام تقسیم می‌کند و علیرغم تفاوت‌هایی که در فرم و محتوای هر یک از شیوه‌ها با دیگری مشاهده می‌شود، همگی آنها را تحت پنج عامل مشترک (خودبستگی، مردم داری، پرهیز از بیهودگی، درونگرایی و نیارش) قلمداد می‌کند. به عنوان مثال اگر بناها و فرم‌های عظیم الجثه معماری پارگی را با

حجم‌های ساده معماری خراسانی مقایسه کنیم شباهتی بین آنها دیده نمی‌شود، اما هر دو در پی بیان جایگاه برتر انسان بر زمین بوده‌اند؛ اما هر کدام روایت خاص خود را داشتند. هر دو در پی آن بودند که بگویند انسان مقامی فراتر از موجودات و پدیده‌های اطراف خویش دارد. در معماری پارتی این تفکر با عظمت گرای بیرونی و در معماری خراسانی با عظمت گرای درونی بیان شده است. حجم‌های سنگین با تناسبات غول آسا نظیر ایوان مدائن تبلور عینی و کالبدی از تسلط و سیطره انسان به اطرافش به شمار می‌آمده و همین ایده در قرون اولیه اسلامی با کاستن از جرم و ماده و افزودن به غنا و فضای یک معماری بیان گردیده است. خلق فضاهای سبک، کم جرم، متنوع، غنی و سرشار از جلوه‌های فضایی از ویژگی‌های بارز معماری دوران اسلامی ایران به شمار می‌آید [۵].

می‌توان از این مطالب چنین نتیجه گرفت که علاوه بر جلوه‌های خارجی، مفاهیم و مضامینی مستتر در پس این کالدها وجود دارد؛ اما دو عامل در انکار این حقیقت آشکار موثر بوده است: نخست نهضت مدرنیسم که اصولاً هر چیز فاقد فایده ظاهری برای شان مادی و دنیوی زندگی را زاید می‌شمرد و به اصطلاح «ترئینی» آن را رد می‌کرد و کسانی که برای علمی جلوه دادن دین به تفسیر متکلفانه متون دینی پرداختند و آنها را با یافته‌های علوم تجربی تفسیر کردند و سعی کردند به همه عناصر، کاربردی مادی بدهند و آن را از شائبه تزئین دور کنند. عامل دوم فقدان درک صحیح از نسبت و رابطه صورت و معنا یا ظاهر و باطن در معماری است. بسیاری ظاهر و باطن را دو ساخت منفک انگاشته‌اند. آنان که معماری را برآورنده احتیاجات مادی بشر فرض می‌کنند، معنا داشتن عناصر معماری را به منزله انکار فواید مادی آن می‌دانند و بالعکس. به طور مثال آنان که مناره را برای راه حل سازه‌ای رانش طاق می‌دانند، نماد معنوی بودن آن را انکار می‌کنند؛ و به نظر آنان این دو فرض جمع نشدنی است که یک مناره هم مقصود سازه‌ای را بر آورده سازد و هم متضمن معنا باشد. آیا فرهنگی که این معماری را پدید آورده نیز چنین رابطه‌ای را میان ظاهر و باطن معماری قائل است؟ برای فهم این مطلب به سراغ جهان‌شناسی این فرهنگ از دیدگاه قرآن کریم می‌رویم [۱].

هر انسان دارای سه مرحله است: اول بدن که عالم طبع و ماده است و همه ما آنرا می‌بینیم و حس می‌کنیم، دوم قوای فکر و تخیل است که از آن به عالم مثال و صورت تعبیر می‌شود؛ و این عالم مجرد بوده و عالم ملکوت پائین انسان است. سوم روح و نفس است که از آن به عالم نفس تعبیر می‌گردد، تجردش بیشتر است و عالم ملکوت بالای انسان است. این سه مرحله از یکدیگر جدا نبوده، بلکه داخل یکدیگرند؛ مانند یک دانه بادام که جسم آن حکم بدن، روغن که خارج از جسم نیست و در تمام اجزای آن است حکم جان و عالم مثال و صورت انسان است و عصاره آن که در تمام ذرات روغن منتشر است و حکم روح را دارد و عالم نفس. در مورد قرآن، در حدیث نبوی آمده است که ظاهر و باطنی دارد و در روایت دیگر آمده که هر بطن آن تا هفت (یا هفتاد) بطن دارد و چنان که می‌دانیم تفسیر و تاویل قرآن کریم از نظر عموم مفسران به شرطی صحیح است که با ظاهر قرآن و معنای ظاهری آن منافات نداشته باشد. بنابراین مفسران ابتدا به معنی ظاهری آیات پرداخته و ترجمه می‌کنند، سپس آن را تفسیر کرده و در مرتبه‌ای دیگر آن را تاویل می‌کنند. بدین ترتیب می‌توان از ظاهر و باطن آیه معانی و تفاسیری بدست داد که در عین اختلاف، در آن واحد صحیح، بلکه موید هم باشند [۱].

پس از منظر این فرهنگ هر چیز ظاهر و باطنی دارد که گرچه متفاوتند اما منفک نیستند. ظاهر بدون باطن وجود ندارد و باطن بدون ظاهر، ظهور ندارد. در نتیجه هر باطن نسبت به مرتبه ما فوق خود ظاهر و نسبت به مرتبه مادون خود باطن است. مومن وقتی به عالم می‌نگرد پیوسته از ظاهر آن به باطن سیر می‌کند و این سیر عبادت است؛ و بالطبع چنین منشی در کار هنری او هم دیده می‌شود. این سیر از ظاهر به باطن هم در عمل و هم در اثر هنری او متجلی می‌شود. هنرمند در حین کار با ماده و تغییر شکل مادی آن سعی می‌کند، آن را به صورت باطنی اش نزدیک کند. به همین علت این کیفیت در مخاطب او هم اثر می‌گذارد. چنین سیری در معماری به علت اینکه وجود مادی منحصر به ماده‌ای که اثر هنری با آن پدید می‌آید نیست دشوارتر است. از بنا انتظار می‌رود در

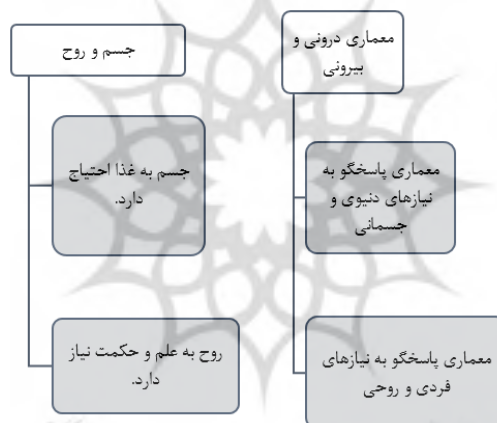


شکل ۵: دو اصل مهم در معماری ایرانی

درجه اول عملکرد مناسبی داشته باشد. این کارکرد با مواد و مصالح محدوده و معینی با توجه به محدودیت‌های فنی و اقتضانات محیطی برآورده می‌شود. پس این سیر با تعدد قیود مادی مشکل‌تر می‌شود. ولی نتیجه آن رضایت بخش و شیرین‌تر از سایر هنرهاست [۱].

۲-۱۰- مفهوم سیر از ظاهر به باطن در معماری اسلامی ایران

بنا باید علاوه بر نیازهایی که از شان جسمانی و دنیوی انسان بر می‌آورد، نیازهای شان اخروی و روحانی او را نیز برآورده سازد. به طور مثال اگر جسم به غذا محتاج است، روح هم غذای مناسب خود (علم و حکمت) را می‌خواهد. معمار این سیر را ظاهر به باطن را در معماری خود تسری می‌داد، حمامی که می‌ساخت هم حمام جسم بود و هم حمام روح. ماده را چنان می‌ساخت که از صورت مادی خود و لوازم و صفات آن فاصله بگیرد و به صورت باطنی و مثالی خود نزدیک گردد. به طور مثال اگر جسم به غذا محتاج است، روح هم غذای مناسب خود (علم و حکمت) را می‌خواهد. معماری این سیر از ظاهر به باطن را در معماری خود تسری می‌داد، حمامی که می‌ساخت هم حمام جسم بود و هم حمام روح. ماده را چنان می‌ساخت که از صورت مادی خود و لوازم و صفات آن فاصله بگیرد و به صورت باطنی و مثالی خود نزدیک گردد. به طور مثال سنگ را که دارای کدورت و خشونت است، چنان شفاف و لطیف جلوه می‌داد که کدورت مادیت آن فراموش شود و گاهی این صیقلی شدن باعث می‌شد تا نور را از خود عبور دهد، (مانند سنگ مرمر)، در فلزات از طلا استفاده می‌کرد تا با صیقل پذیری، شکل پذیری، فساد ناپذیری، درخشندگی و رنگ آفتابیش به اشرف مواد تبدیل شود. آینه و شیشه هم به علت شفافیت ذاتی خود جسم بنا را سبک و لطیف و شفاف جلوه می‌دهند. طاق‌ها علاوه بر آنکه نقش پوشش را داشتند، به مرتبه بالاتر هستی خود، یعنی طاق عالم یا سماوات و گنبد فلک تقرب می‌جستند. به این منظور با آجر، کاشی و گچ، رسمی و یزدی بندی و مقرنس ایجاد می‌کردند و آنها را پرچین و شکنج و پرستاره می‌کردند. نور را با روزنه‌هایی که به ظرافت تعبیر کرده بودند به درون بنا می‌پاشیدند و به فضا صورتی اثری می‌بخشیدند. حتی گاهی آن را از صافی شیشه‌های الوان و منقوش که یادآور صور خیالی و مثالی است، عبور می‌دادند. آب علاوه بر برطرف کردن نیاز شستشو، روح را نیز مطهر می‌کند چه با تصویری که از اجسام و انعکاس آنها و آسمان در آن پدید می‌آید و چه با صدای گوشنوازش [۲]. کشف قواعد سازه‌ای و اقلیمی و کارکردی بنا به معنای نفی فواید باطنی و معنای نهفته برای مراتب عالیتر نیست و نه اثبات معنا به منزله از اعتبار انداختن فواید ظاهری. بنابراین اختلاف ظاهر و باطن از بین رفته و این دو موید یکدیگر می‌شوند [۲].



شکل ۶: مفهوم سیر از ظاهر به باطن در معماری ایرانی (نگارنده)

۳- روش تحقیق

برای شناخت و درک مفهوم فرهنگ و همچنین دستیابی به عوامل تأثیرگذار در ایجاد آن از روش گردآوری کتابخانه‌ای استفاده شده است. جمع‌آوری اطلاعات میدانی پژوهش نیز از طریق طراحی پرسشنامه می‌باشد. پرسشنامه طرح شده، محقق ساز و با تکیه بر مطالعات کتابخانه‌ای و پاسخ به فرضیه‌ها می‌باشد. جامعه آماری مورد تحقیق شهروندان بازدید شهر شیراز در طیف‌ها و گروه‌های اجتماعی متفاوت است که روزانه از مراکز خرید این شهر استفاده می‌کنند. این شهر دارای جمعیتی بیش از ۱۶۰۰۰۰۰ هزار نفر است. حجم نمونه با مشورت با متخصصین علم آمار و با توجه به فرمول کوکران شامل ۱۷۵ نفر است. بر این اساس توزیع پرسشنامه، به صورت ساده تصادفی و از طیف‌های مختلف جمعیتی، جنسیتی و ... انتخاب گردید. همچنین در این پژوهش مولفه «خلق فضاهایی جدید و رویدادهایی تازه» به عنوان متغیر مستقل؛ و دو مولفه «پارامترهای فرهنگی» و «اثر بخشی هر چه بیشتر در زمینه پایداری فرهنگی و محیطی و پایداری کاربری» به عنوان متغیر وابسته محسوب می‌گردد. تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش به شیوه کمی (به کمک نرم افزار spss) در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی صورت گرفت. در سطح استنباطی با توجه به نوع متغیرهای مورد بررسی از آزمون‌های تحلیل واریانس بین آزمودنی، آزمون F، آزمون T و آزمون Anova استفاده شد.

۴- یافته‌ها

۴-۱- آمار توصیفی

با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌ها از بین ۱۷۵ نفر مشارکت کننده در این پژوهش (۵۴/۶ درصد) زن و (۴۵/۴) درصد مرد هستند. از نظر گروه سنی (۱۷/۱۱ درصد) گروه سنی ۱۵ تا ۲۰ سال؛ (۳۵/۳۲) درصد گروه سنی ۲۱ تا ۳۵ سال؛ (۲۹/۲۷) درصد گروه سنی ۳۶ تا ۵۵ سال؛ و در نهایت (۱۸/۳۰) درصد گروه سنی بالاتر از ۵۵ سال؛ هستند. از نظر وضعیت تأهل (۴۸/۷۹ درصد) مجرد و (۵۱/۲۱) درصد متأهل هستند. از نظر سطح تحصیلات (۲۱/۴۵) درصد گروه تحصیلی کاردانی؛ (۳۵/۳۲) درصد گروه تحصیلی لیسانس؛ و در نهایت (۲۹/۲۷) درصد گروه تحصیلی ارشد و بالاتر هستند. از نظر نوع شغل (۲۴/۰۵) درصد گروه شغلی بیکار؛ (۲۷/۲۱) درصد گروه شغلی محصل؛ (۱۵/۶۷) درصد گروه شغلی خانه‌دار؛ (۱۹/۱۲) درصد گروه شغلی کارمند؛ و در نهایت (۱۳/۹۵) درصد گروه شغلی آزاد هستند. از نظر دلیل حضور در بازار (۳۹/۳۵) درصد دلیل حضور خود در بازار را به واسطه شغلشان بیان نمودند؛ (۵۵/۵۵) دلیل حضور خود را خرید و تفریح بیان نمودند؛ (۵/۱۰) دلیل حضور خود را سکونت در آن ناحیه بیان نمودند؛ و در نهایت از نظر میزان حضور در بازار (۶/۸۱) درصد گروه افرادی بودند که کم در بازار حضور می‌یابند؛ (۸/۶۵) درصد گروه افرادی بودند که خیلی کم بازار حضور می‌یابند؛ (۱۵/۵۴) درصد گروه افرادی بودند که به اندازه متوسط در بازار حضور می‌یابند؛ (۲۴/۳۶) درصد گروه افرادی بودند که زیاد در بازار حضور می‌یابند؛ و در نهایت (۴۴/۶۴) درصد گروه افرادی بودند که خیلی زیاد در بازار حضور می‌یابند هستند.

۴-۲- یافته‌ها فرضیه اول

فرضیه اول: به نظر می‌رسد که با خلق یک کاربری مانند یک راسته‌بازار اتفاق محور، می‌توان پارامترهای فرهنگی مانند اتفاقات جمعی را افزایش داد.



نمودار ۱: میانگین تأثیر یک کاربری اتفاق محور در بازار بر پارامترهای فرهنگی

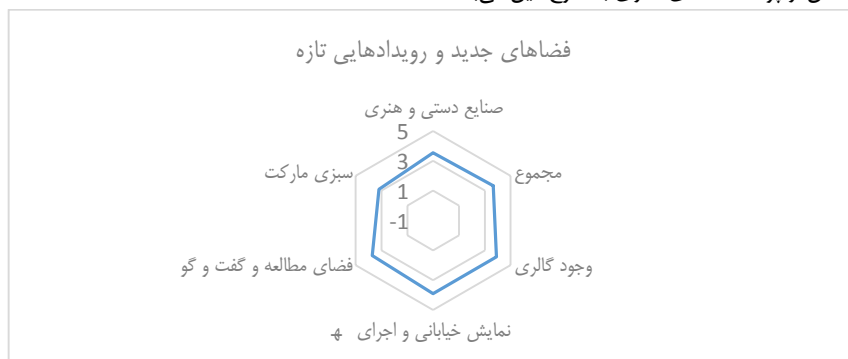
میانگین امتیاز به دست آمده از سه آیتم مورد پرسش قرار گرفته برای سنجش تأثیر یک کاربری اتفاق محور در بازار بر پارامترهای فرهنگی در نمودار ۱ و جدول ۶ آورده شده است. همانگونه که نمایان است، تأثیر یک کاربری اتفاق محور در بازار بر پارامترهای فرهنگی در سطح ۰/۰۵، تفاوت معنا داری پیدا کرده است ($p\text{-value} < 0/05$) و بر اساس داده‌های آماری سطح معناداری همه آیت‌های مورد پرسش قرار گرفته عدد ۰,۰۰۱ ثبت شده است. بنابراین بخش سوم فرضیه اول تأیید می‌گردد و بر اساس آن تأثیر یک کاربری اتفاق محور در بازار بر پارامترهای فرهنگی، مانند عقاید و عادات شهروندان ۳,۸۸؛ رفتارهای متعارف و مرسوم ۳,۷۸؛ و ارزش‌های اجتماعی ۳,۹۰ می‌باشد؛ و بر همین اساس میزان میانگین پاسخ به سؤالات عدد ۳,۸۸ ثبت شده است که نسبت به میزان میانگین عدد نسبتاً بالایی می‌باشد.

جدول ۶: تحلیل واریانس تأثیر یک کاربری اتفاق محور در بازار بر پارامترهای فرهنگی

سوال (پارامترهای محیطی)	میانگین	انحراف معیار	F	VALUE - Sig.
با خلق مکان‌های جنبی در بازار می‌توان عقاید و عادات شهروندان را در جهت مثبت و مفید سازماندهی کرد.	۳,۸۸۲	۰,۶۸۲۴	۲۴۱,۰۰۲	۰,۰۰۱
با مهیا شدن فضایی تفریحی و سرگرمی در درون بازار می‌توان به بهبود رفتارهای متعارف و مرسوم شهروندان کمک نمود	۳,۷۸۰	۰,۳۴۶۸	۲۳۸,۶۱۷	۰,۰۰۱
با خلق مکان‌های جنبی متفاوت در بازار، می‌توان ارزش‌های اجتماعی جامعه را در جهت مثبت و مفید سازماندهی کرد.	۳,۹۰۸	۰,۳۶۷۱	۲۳۳,۳۸۰	۰,۰۰۱
مجموع	۳,۸۸۰	۰,۳۵۸۲	۲۳۷,۱۱۹	۰,۰۰۱

۳-۴- یافته‌ها فرضیه دوم

فرضیه: به نظر می‌رسد با خلق فضاهای جدید و رویدادهایی تازه که مطابق با فرهنگ مردم یک شهر باشند، می‌توان به اثر بخشی هر چه بیشتر در زمینه پایداری فرهنگی و محیطی کمک کرد و همین امر باعث پایداری کاربری نیز می‌شود. پاسخ‌های بدست آمده حاصل از پرسشنامه‌های آماری به شرح ذیل می‌باشد:



نمودار ۲: میانگین تأثیر خلق فضاهای جدید و رویدادهایی تازه بر پایداری فرهنگی و محیطی

میانگین امتیاز به دست آمده برای سنجش تأثیر خلق فضاهای جدید و رویدادهایی تازه بر پایداری فرهنگی و محیطی در نمودار ۲ و جدول ۷ آورده شده است. همانگونه که نمایان است، تأثیر خلق فضاهای جدید و رویدادهایی تازه بر پایداری فرهنگی و محیطی در سطح 0.05 ، تفاوت معنا داری پیدا کرده است ($p\text{-value} < 0.05$) و بر اساس داده‌های آماری سطح معناداری همه آیت‌های مورد پرسش قرار گرفته عدد 0.001 ثبت شده است. بنابراین فرضیه دوم تأیید می‌گردد و بر اساس آن تأثیر خلق فضاهای جدید و رویدادهایی تازه بر پایداری فرهنگی و محیطی، مانند وجود مکانی برای خرید صنایع دستی و هنری از کارگاه‌های کوچک $3,533$ ؛ مهیا شدن فضای سبزی مارکت $3,190$ ؛ بودن فضاهایی برای مطالعه و گفت‌گو $3,711$ ؛ فضاهایی برای اتفاقات فرهنگی نظیر نمایش‌های خیابانی $3,909$ ؛ و پیش بینی فضاهایی گالری مانند $3,892$ می‌باشد؛ و بر همین اساس میزان میانگین پاسخ به سؤالات عدد $3,646$ ثبت شده است که نسبت به میزان میانگین عدد نسبتاً بالایی می‌باشد.

جدول ۷: تحلیل واریانس تأثیر خلق فضاهای جدید و رویدادهایی تازه بر پایداری فرهنگی و محیطی

رویدادهای مطابق با فرهنگ مردم	میانگین	انحراف معیار	F	VALUE -Sig.
با وجود مکانی برای خرید صنایع دستی و هنری از کارگاه‌های کوچک، می‌توان به اثر بخشی هر چه بیشتر در زمینه پایداری فرهنگی و محیطی در بازار کمک کرد.	۳,۵۳۱	۰,۶۸۴۱	۲۱۱,۰۸۹	۰,۰۰۱
با مهیا شدن فضای سبزی مارکت (فضایی که بتوان محصولات ارگانیک را به دلخواه چید و خرید)، می‌توان به اثر بخشی هر چه بیشتر در زمینه پایداری فرهنگی و محیطی در بازار کمک کرد.	۳,۱۹۰	۰,۶۹۵۷	۲۴۳,۰۰۲	۰,۰۰۱
با بودن فضاهایی برای مطالعه و گفت‌گوها با موضوعات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، می‌توان به اثر بخشی هر چه بیشتر در زمینه پایداری فرهنگی و محیطی در بازار کمک کرد.	۳,۷۱۱	۰,۷۳۸۲	۲۳۴,۲۲۸	۰,۰۰۱
با طراحی فضاهایی برای اتفاقات فرهنگی نظیر نمایش‌های خیابانی یا اجرای موسیقی‌های مردمی، می‌توان به اثر بخشی هر چه بیشتر در زمینه پایداری فرهنگی و محیطی در بازار کمک کرد.	۳,۹۰۹	۰,۷۱۹۲	۲۳۴,۱۹۸	۰,۰۰۱
پیش بینی فضاهایی گالری مانند، می‌توان به اثر بخشی هر چه بیشتر در زمینه پایداری فرهنگی و محیطی در بازار کمک کرد.	۳,۸۹۲	۰,۷۰۰۸	۲۳۳,۹۳۱	۰,۰۰۱
مجموع	۳,۶۴۶	۰,۶۹۲۴	۲۳۳,۳۲۴	۰,۰۰۱

نتیجه‌گیری

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد با خلق یک کاربری مانند یک راسته‌بازار اتفاق محور و با خلق مکان‌های جنبی نظیر فضای نشستن، گفت‌وگو، بازی، تماشا و... در بازار می‌توان عقاید و عادات شهروندان را در جهت مثبت و مفید سازماندهی کرد، به بهبود رفتارهای متعارف و مرسوم شهروندان کمک نمود و ارزش‌های اجتماعی جامعه را در جهت مثبت و مفید سازماندهی کرد. همچنین نتایج حاکی از آن است که با خلق فضاهایی جدید و رویدادهایی تازه که مطابق با فرهنگ مردم یک شهر باشند، می‌توان به اثر بخشی هر چه بیشتر در زمینه پایداری فرهنگی و محیطی کمک کرد و همین امر باعث پایداری کاربری نیز می‌شود. در همین راستا وجود فضاهایی برای خرید صنایع دستی و هنری از کارگاه‌های کوچک که تولید، فروش و حتی آموزش آن انجام می‌دهند؛ وجود فضای سبزی مارکت یعنی فضایی که بتوان محصولات ارگانیک را به دلخواه چید و خرید؛ وجود فضاهایی برای مطالعه و گفت‌وگوها با موضوعات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی؛ طراحی فضاهای رو باز و سر بسته برای اتفاقات فرهنگی نظیر نمایش‌های خیابانی یا اجرای موسیقی‌های مردمی؛ و پیش بینی فضاهایی گالری مانند که در آن هنر هنرمندان حرفه‌ای و آماتور در آن به‌صورت برنامه‌ریزی شده یا بدون برنامه خاصی نمایش داده می‌شود؛ و فضاهایی دیگر از این دست در محیط بازار می‌تواند به اثر بخشی هر چه بیشتر در زمینه پایداری فرهنگی و محیطی در بازار کمک کرد.

منابع

- [۱] بهزادفر، م؛ هویت شهر (نگاهی به هویت شهر تهران)، تهران: سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران. موسسه نشر شهر، ۱۳۸۶.
- [۲] پارسی، ح؛ شناخت محتوای فضای شهری، مجله هنرهای زیبا، شماره ۱۱، ۱۳۸۱.
- [۳] پیرو، آ؛ فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر روحانی، تهران: مؤسسه کیهان، ۱۳۷۰.
- [۴] جانانان اچ - ترنروال بیگی؛ پیدایش نظریه جامعه‌شناختی، ترجمه، عبدالعلی لسایی‌زاده، شیراز: مرکز دانشگاه شیراز، ۱۳۷۱.
- [۵] حائری مازندرانی، م؛ خانه، فرهنگ، طبیعت، تهران: مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری، ۱۳۸۷.
- [۶] حبیبی، م؛ از شار تا شهر، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۲.
- [۷] حق شناس، ف؛ (تعاریف فرهنگ و ...) فصلنامه دانشگاه انقلاب، شماره ۸۹، ۱۳۸۹.
- [۸] روح‌الامینی، م؛ مبانی انسان‌شناسی، تهران: انتشارات عطار، ۱۳۷۰.
- [۹] شریعتی، ع؛ فرهنگ و ایدئولوژی، تهران: حسینیه ارشاد، ۱۳۵۰.
- [۱۰] فضلی، م؛ ابراهیمی، ع؛ مجتمع تجاری تفریحی با رویکرد سرزندگی و تعاملات اجتماعی، اولین کنفرانس ملی معماری اسلامی، میراث شهری و توسعه پایدار، ۱۳۹۵.
- [۱۱] فلاحی، ک؛ رفتارشناسی ایرانیان: درآمدی بر شناخت روحیات، فرهنگ و رفتار مردمان ایران، تهران: انتشارات مهکامه، چاپ چهارم، ۱۳۹۴.
- [۱۲] گی روشه، کنش اجتماعی، ترجمه هما زنجانی‌زاده، مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۶۷.
- [۱۳] ناظمی اردکانی، م؛ مبانی مهندسی و مدیریت فرهنگی سازمان‌ها، نشریه راهبرد یاس، شماره ۲۰، ص ۲۴۶، ۱۳۸۸.
- [۱۴] Kountouris, Yianiis, Remoundou, Kyriaki, 2016, Cultural Influence on Preferences and Attitudes for Environmental Quality, KYKLOS, Vol. 69, No. 2, pp. 369° 397.
- [۱۵] <http://vista.ir/content>.

