

تعریفی معناشناسانه- فرهنگی از مکان (مطالعه موردی: زبان فارسی)

ناصر براتی

دکتری شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره) قزوین

Naser.barati2012@yahoo.com



چکیده

رویکردهای پدیدارشناختی و پساساختارگرایی در حوزه معماری آخرین تلاش‌های قابل توجه برای تفسیر مفهوم «مکان» است. با این حال، پدیدارشناسی، با تأکید بر طبیعت هستی‌شناسانه و ایستای مکان‌ها، در مطرح کردن جنبه‌های فرهنگی-اجتماعی در ایجاد مکان‌ها با شکست مواجه شده است. از سوی دیگر، نسبییت پساساختارگرایی و زنجیره بی‌پایان مفاهیم مستتر در آن بیشتر از آنکه برای طراحان راهنمای مفیدی باشد، گیج‌کننده است؛ بنابراین، هدف این مقاله ارائه تعریفی جامع از «مکان» است که علاوه بر در نظر گرفتن تجربیات انسان‌ها بیشتر بر جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی مکان توجه دارد. این موضوع باعث می‌شود تا این تعریف برای طراحان قابل استفاده‌تر باشد. برای رسیدن به این هدف در این مقاله عمدتاً از رویکرد معناشناسی استفاده شده است. در نتیجه‌گیری این مقاله بحث درباره مفهوم مکان از نقطه نظر نمادشناسی چندلایه و مطالعه حوزه معنایی «فضا و مکان» در زبان فارسی برای درک خواسته‌ها و تجربیات مردم از مکان در فرهنگ ایرانی به‌عنوان نمونه موردی دنبال شده است.

واژگان کلیدی

مکان و فضا، علم تحول لغات، زبان، فرهنگ، پدیدارشناسی.

مقدمه

مکان به‌عنوان یک چارچوب کلی طرح شود تا براساس آن همه فرهنگ‌ها قادر باشند به تعریف و بررسی مکان بپردازند. با توجه به این هدف، سؤالات اولیه در این مقاله به شرح زیر خواهند بود. چگونه می‌توانیم به تشریح جامعی از مفهوم مکان دست‌یابیم که هم‌زمان هم بتواند تجربیات و انتظارات انسانی را در برگیرد و هم ابعاد اجتماعی و فرهنگی را مدنظر قرار دهد؟ چگونه می‌توانیم به درک ذهنی مردم از مفاهیم و انتظارات آنان از مکان‌ها در یک فرهنگ خاص، قبل از طراحی مکان‌ها و القای معانی از طریق این طراحی، پی ببریم؟ به دلیل اینکه مطالعه معانی و مفاهیم و نیز فرهنگ‌ها در مرکز توجه علم تحول لغات است، به نظر می‌رسد بهترین رویکرد برای پاسخ دادن به سؤالات فوق بهره‌برداری از این علم است. بدین ترتیب، روش بکار گرفته‌شده در این مقاله بررسی مفهوم مکان از نقطه‌نظر علم تحول لغات با تأکید بر معناشناسی چندلایه و با هدف برخورد با موضوع مکان به‌عنوان «متن» است. هدف دوم در این مقاله مطالعه مفهوم مکان در فرهنگ ایرانیان و زبان فارسی، به‌عنوان مطالعه موردی است.

یکی از تعاریف مناسب در رابطه با اهمیت مکان‌ها از سوی «ادوارد رلف» مطرح شده است. از نظر او مکان‌ها، جنبه‌های بنیادینی از وجود انسان در جهان هستند و منابعی از امنیت و هویت برای افراد و گروه‌ها محسوب می‌شوند (Relph, 1976:6). وی معتقد است بدون درک مناسب و کافی از «مکان» انسان نمی‌تواند به راحتی توضیح دهد که چرا یک مکان «خاص» می‌شود و نیز غیرممکن است بتوانیم درک کنیم که برای اصلاح یک مکان موجود چه اقداماتی باید انجام دهیم (Seaman & Sowers, 2008:45). بااینکه تاکنون تعاریف زیادی از مفهوم «مکان» ارائه داده شده است؛ ولی تاکنون هیچ‌کدام از آن‌ها نتوانسته‌اند به تعریفی جامع و کل‌نگر که تمام ابعاد مختلف آن را در برگیرد، دست یابند و هرکدام تنها جنبه‌های خاصی از مفهوم اصلی را مدنظر قرار داده است. کاستی مهم دیگری که در نظریات اخیر در مورد مفهوم «مکان» وجود دارد آن است که این نظریات مکان را از دیدگاه فرهنگ و به‌خصوص از جنبه بین فرهنگی موردتوجه قرار ندهاند. بنابراین، در این مقاله سعی شده است یک تعریف کل‌نگر از مفهوم

مفهوم مکان و تغییرات این مفهوم در زمان

قرار گرفته است؛ بنابراین، باوجود آنکه خیابان به‌وسیله شهرسازان به زبان هندسی بیان می‌شود ولی به‌وسیله افراد پیاده تبدیل به فضا می‌شود. این موضوع باید دقیقاً مورد توجه قرار گیرد که رلف بر تفاوت بین مکان‌سازی غیر سازمان‌یافته و مبتنی بر تجربه تأکید می‌ورزد. او استدلال می‌کند که مکان‌سازی انسان‌گرایانه نباید آشفته و بدون ساختار باشد، «ولی، برعکس نظم حاکم بر آن، باید حاصل تجربه فاخر و ارزشمند انسان باشد و نه برآمده از تفکرات انتزاعی تصادفی و مفاهیمی که تنها بر روی نقشه‌ها ترسیم می‌شوند» (Relph, 1976: 146). این دیدگاه به نظریات «دووی» (Dovey) در مورد رابطه بین معانی و مکان‌ها نزدیک است. او معتقد است «بازی معانی و ساختارهای مکان در محیط مصنوع نه تصادفی است و نه مقدس و اینکه آن‌ها باید به‌عنوان دیالکتیک بین مباحث اجتماعی و جهانی دیده شوند» (Ibid: 145). «نورنبرگ شولتز» یکی دیگر از پدیدارشناسان تأثیرگذار در عرصه معماری است. تمرکز اصلی او در فهم آن است که چطور مکان‌ها شکل می‌گیرند. وی معتقد است فهم معانی سمبلیک به همان میزان اهمیت دارد که درک جنبه‌های عملکردی و فرایند ساخت‌وساز بنا (Van Nes, 2008: 114). از نظر نورنبرگ شولتز، تمام مکان‌ها نوعاً دارای زمین، طبقه، سقف، بام، یا آسمان و دیوارها، درختان، تپه‌ها و یا دیگر مصالح و مواد هستند - آنچه معمولاً به‌عنوان آرایش و چیدمان بصری مدنظر قرار می‌دهیم (Van Nes, 2012: 7) و به

موضوع فضا و مکان در طول تاریخ توسط فلاسفه، جغرافی‌دانان و معماران مورد بحث قرار گرفته است. هر یک از گروه‌های یادشده، براساس نقطه‌نظرات و گرایش‌های خود، به این مفاهیم پرداخته‌اند. در این مقاله، بر طبق اهدافی که در اینجا دنبال می‌شود، بعضی از این تعاریف مطرح خواهند شد. در فلسفه کهن یونان باستان مفهوم جغرافیایی فضا و مکان مورد تأکید قرار گرفته است. «افلاطون» فضا (کورا) را یک پدیده سه‌بعدی می‌داند که جهان خلق‌شده در درون آن به زندگی خود ادامه می‌دهد؛ عرصه‌ای که «تیمائوس» آن را «حفره» محل قرارگیری همه موجودات می‌داند (Zeyl, 2013). افلاطون بر خاصیت انبساطی فضا تأکید می‌ورزد؛ آنچه «به‌عنوان فراهم‌آورنده موقعیت حضور برای همه موجوداتی که پا به عرصه وجود می‌گذارند به تصور درمی‌آید» (Perdikogianni, 2007:6). از نظر افلاطون، فضا بدون واسطه حواس درک می‌شود. بااین‌همه، او بر این باور است که رابطه‌ای بین «مکان» (توپوس) و بدن وجود دارد؛ به‌عبارت‌دیگر، تجربه او از «مکان» مبتنی بر این باوری که با ادراک همراه است (Ibid: 6). بنابر نظر «سقراط» فضا، نحوه حرکت بدن را تعیین می‌کند. از این‌رو بدن برای زیستن به مکان وابسته است. باوجود آنکه، از نقطه‌نظر تجربیات انسانی، چنین تفاوتی بین فضا و مکان وجود دارد، دو اصطلاح فضا و مکان بعضی اوقات به‌جای یکدیگر به کار می‌روند. به‌عنوان مثال، سرتیو (1988:117) می‌نویسد: «فضا یک مکان مورد تجربه

مبنای آن پذیرفته شده‌اند و تولید و تفسیر متن‌ها بستگی به آن‌ها دارد (همان: ۲). «یک کد مجموعه‌ای از عملیاتی است که برای کاربران رسانه آشناست و در یک چارچوب فرهنگی گسترده اجرا می‌شود» (Chandler, 2007:148)؛ بنابراین، فرهنگ در مجموع شامل تمام رفتارهای معنی‌دار انسان می‌شود و همچنین کدها به رفتار مشابه ارزش می‌دهند و آن‌ها را قابل درک می‌کند (همان: ۲). درنهایت، به نظر می‌رسد تحلیل‌های معناشناسانه، تحلیل‌های متنی هستند؛ به این معنی که، یک نشانه را نمی‌توان به‌طور مستقل و جدای از کدها بررسی کرد، به‌طوری‌که متن ارائه شده را امکان‌پذیر می‌سازد و آن را به یکی از لایه‌های خودش تبدیل می‌کند (زندگی و سجودی، ۱۳۹۲: ۱۱۳۴). معناشناسان و زبان‌شناسان به‌طور دائم با متن سروکار دارند و متن‌های حاصل کار آن‌ها شامل لایه‌های مختلفی است که به‌واسطه حضور کدهای مختلف خلق شده‌اند. وقتی که کلمه «معناشناسی» را در پشت یک مفهوم قرار می‌دهیم، به نظر می‌رسد پیشاپیش اعلام می‌کنیم که این حوزه را به‌عنوان دستگاهی فرهنگی مورد توجه قرار داده‌ایم؛ حوزه‌ای که زمینه شکل‌گیری متون «قابل‌فهم» را فراهم می‌آورد (سجودی ۱۳۸۸: ۲۳۰). متن یک وجود کالبدی دارد، ولی پدیده‌ای مشخص نیست. متن بدین سبب دارای کالبد است که از طریق حس‌هایی مانند دیدن، شنیدن، بوئیدن، مزه و لمس کردن دریافت و درک می‌شود و به این سبب که لایه‌های دیگری به‌طور دائم در داخل آن وارد می‌شوند، قطعی و مشخص نیست (زندگی و سجودی، ۱۳۸۸: ۱۱۳۴).

مفهوم مکان از نقطه‌نظر تئوری معناشناسی چندلایه

در این بخش، هدف این نیست که به بحث در مورد ارتباط بین فضا و مکان بپردازیم، بلکه دویخشی بودن نظر رلف را در مورد (فضا و مکان) پذیرفته و تلاش می‌کنیم تعریف فرهنگی - معناشناسی را از «مکان» ارایه بدهیم. به‌عبارت‌دیگر، در اینجا از تفاوت‌های بین فضا و مکان بحث نخواهد شد. مکان، براساس آنچه در اینجا ذکر شد، پدیده‌ای فرهنگی است که باید در چارچوب یک فرهنگ خاص مطالعه شود. مکان‌ها، در یک فرهنگ ویژه، واکنش نشان داده و همزمان از علائق و ارزش‌های مردمی که در آن فرهنگ/جامعه زندگی می‌کنند، هم تأثیر می‌گیرند و هم تأثیر می‌گذارند. این پدیده (مکان) در مجموع «متنی» است که دارای لایه‌های مختلف است. این لایه‌ها از نشانه‌هایی تشکیل شده است که قابل درک و قابل تفسیر از طریق کدها یا قراردادهای فرهنگی است. از این نقطه‌نظر، «مکان» پدیده‌ای تعریف‌شده و مشخص با معانی ثابت و قطعی نیست. مکان، مانند سایر متون، پدیده‌ای پویا و متغیر است و معنی آن ممکن است در طول زمان و به‌تناسب وارد و خارج شدن به هر لایه معنایی تغییر کند.^۱ بنابراین، مکان یک سیستم بسته نیست. نشانه‌ها، همان‌گونه که قبلاً ذکر شد، معانی آشکار و

عوامل پایه‌ای شکل می‌دهند تا مکان‌ها را به نمایش بگذارند. از نظر نورنبرگ شولتز، فضای معماری، شکل ملموس دادن به وجود - انسان - در جهان است (شیرازی ۱۳۹۰: ۴۶). او معتقد است از نقطه‌نظر زیستی، انسان برای ریشه‌داشتن، باید با محیط متنوع اطرافش تعاملی کامل و همه‌جانبه داشته باشد. انسان باید با «روح مکان» زندگی کند موضوعی که، بخشی از آن مرتبط است با چیزهایی که مکان را شکل می‌دهند (Ibid:10). او همچنین تأکید می‌کند «مکان» یک موجودیت جغرافیایی است که به انسان هویت می‌بخشد (Moystad, 2012). به گفته دیگر، هویت انسانی از «هویت مکان» نشأت می‌گیرد. به نظر می‌رسد با آنچه تا اینجا گفته شد، ما اکنون می‌توانیم در مورد معنی و تعریف معناشناسانه - فرهنگی «مکان» به‌طور مشخص بحث کنیم؛ اما، پیش از آن، باید بعضی از مفاهیم مهم را که مرتبط با مبحث معناشناسی است، تعریف کنیم.

نظریه معناشناسی چندلایه‌ای مفهوم «متن»

یکی از گسترده‌ترین تعاریف مطرح‌شده در مورد معناشناسی (علم تحول زبان - معناشناسی) متعلق به «امبرتو اکو» است. اکو معتقد است معناشناسی «هر چیزی است که بتواند به‌عنوان یک نشانه در نظر گرفته شود.» او همچنین خاطر نشان می‌کند «نشانه هر چیزی است که بتوان به شکلی قابل‌فهم جانشین چیز دیگر کرد. چیزی که نشانه جای آن را گرفته ضرورتاً لازم نیست که وجود داشته باشد یا در واقع در همان لحظه درجایی قرار گرفته باشد» (Eco, 1979:7). در مفهوم معناشناسی، نشانه‌ها از کلمات، تصاویر، اشیاء و غیره ظاهر می‌شوند. همه نشانه‌ها همزمان دارای معانی آشکار و پنهان هستند. «معانی آشکار» به معنی یک نشانه ادبی، واضح و قابل‌فهم برای عموم است؛ بنابراین عبارت «معانی پنهان» به مجموعه‌ای از علائم اجتماعی - فرهنگی و پیوند اختصاصی یک نشانه اشاره دارد (Chandler, 2007:137). «مطالعات معاصر در مورد معناشناسی نشان می‌دهد که نشانه‌ها به‌صورت مجزا و مستقل وجود ندارند، بلکه به‌عنوان بخشی از «سیستم نشانه‌ها» به‌حساب می‌آیند. آن‌ها به مطالعه این موضوع می‌پردازند که معانی چگونه ساخته می‌شوند و آن‌ها چگونه واقعیت را نشان می‌دهند» (Ibid: 2). به زبان دیگر، آن‌ها تمایل دارند شکل و تغییر معانی را از طریق متن‌ها و گفت‌وگوها مطالعه کنند. از منظر معناشناسان، یک «متن» را می‌توان در هر محیط رسانه‌ای به‌طور شفاهی، غیرشفاهی، یا هر دو مشاهده کرد. از نقطه‌نظر آنان، یک متن ضرورتاً «شفاهی نیست و دارای مجموعه‌ای از علائم و یک پیام چندلایه‌ای قابل درک به لحاظ فیزیکی است که با اشاره به تعدادی از قراردادهای (کدها) اجتماعی ساخته و درک و (تفسیر) می‌شوند و متن محسوب می‌شود (سجودی ۱۳۸۴: ۱-۲). در حقیقت، کدها آن‌هایی هستند که قراردادهای به لحاظ اجتماعی بر

هر دو، تشابهات فرهنگی و تفاوت‌های بین یک فرد و یک مکان است؛ بنابراین، از آنجایی که تولید و تفسیر متن - برای برقراری ارتباط - و همچنین معنی نشانه، به‌ویژه نشانه‌هایی با معنی آشکار، بستگی به کدهای فرهنگی دارد، مؤثرترین سطح ارتباط زمانی نتیجه خواهد داد که طراحان و مصرف‌کنندگان هر دو دقیقاً از کدهای مشابه استفاده کنند؛ بنابراین، به نظر می‌آید برای طراحان آگاهی از ارزش‌های مرتبط با مردمی که با آن فرهنگ زندگی می‌کنند دارای اهمیت است؛ فرهنگی که در سرتاسر تاریخ توسعه پیدا کرده و در نتیجه انتظارات آن‌ها از محیط انسان‌ساخت - به‌ویژه مکان‌ها را تعیین خواهد کرد. به عبارت دیگر، ابتدا طراحان باید از خواسته‌های مصرف‌کنندگان آگاه باشند و سپس معانی را در آثار طراحی‌شان در رابطه با محیط انسان‌ساخت لحاظ کنند. این تحقیق به پیشنهاد مطالعه زبان مصرف‌کننده - به‌ویژه حوزه لغات - به‌عنوان روشی برای فهم خواسته‌ها و انتظارات محیط انسان‌ساخت می‌پردازد. این موضوع در بخش بعدی بحث خواهد شد.

فرهنگ، زبان و ادراک

هدف این تحقیق معرفی مطالعه زبان مصرف‌کننده به‌عنوان روشی برای فهم خواسته‌های فرهنگی مردم و انتظاراتشان از محیط انسان‌ساخت است. لیکن باید پرسید چه ارتباطی بین زبان، فرهنگ، ادراک و محیط انسان‌ساخت وجود دارد؟ زبان‌های انسانی - که آن را اصطلاحاً زبان طبیعی می‌نامند - همیشه به‌عنوان مهم‌ترین نظام‌های معناشناسی شناخته می‌شود. البته، زبان تنها سیستم معناشناسانه نیست که برای شکل‌دهی و حفظ و نگهداری فرهنگ انسانی از آن استفاده می‌کنیم. در عین حال رقابت‌های معناشناسانه خاص که بنیان‌های فرهنگ انسانی ما را شکل می‌دهند، فقط زمانی می‌توانند عمل کنند که همگی با زبان هماهنگ باشند (Johansen & Larsen, 2005: 151). از یک زاویه متفاوت، نتایج به‌دست‌آمده توسط محققان و متخصصان مشخص کرد که زبان نقشی محوری را در فهم و ادراک^۲ انسان بازی می‌کند. شواهدی از زبان‌های موجود در جهان وجود دارد که نشان می‌دهد سازمان‌دهی واقعیت‌های خارجی نسبت به ذهن بستگی به استفاده از آن زبانی دارند که با آن صحبت می‌کنند. «هال» اشاره می‌کند مردم از فرهنگ‌های مختلف نه تنها به زبان‌های مختلف صحبت می‌کنند بلکه در دنیای حسی متفاوتی به سر می‌برند. او به‌علاوه، ادعا می‌کند سیستم حسی انسان بعضی از اطلاعات را انتخاب می‌کند، در حالی که برخی دیگر را پالایه می‌کند. بنابراین یک مجموعه از اطلاعات حسی شکل‌گرفته در چارچوب‌های فرهنگی از سوی یک شخص خاص کاملاً متفاوت از دریافت‌های حسی شخص دیگری در یک فرهنگ دیگر است. محیط‌های معماری و شهری که مردم می‌آفرینند در واقع بیان این فرایند تولید نظام حسی پالایه شده است (Hall, 1966: 2). با توجه به این نکته،

پنهان دارند؛ بنابراین اگر هر عنصری از یک مکان را به‌عنوان یک نشانه در نظر بگیریم، هر کدام از آن‌ها هم معانی آشکار و هم معانی پنهان دارند. معانی آشکار در معماری و طراحی شهری عمدتاً در ارتباط با عملکرد یک نشانه است. امیرتو آکو، از این نظرگاه، بر این باور است که معانی آشکار عملکردی ابتدایی از نشانه‌های معماری است - برای مثال، در برداشت اولیه از معنا یک مسکن بومی به عنان مثال مطلوبیت خود را بیان می‌کند (Nöth, 1995: 436). بنابراین، معانی پنهان در نشانه‌ها به شکل انکارناپذیر و بنیادین در نحوه درک انسان‌ها از عوامل و عناصر شهری نقش تعیین‌کننده خواهند داشت و ممکن است بر رفتار و گرایش آن‌ها به‌سوی آن مکان‌ها تأثیر بگذارد. معانی پنهان همچنین «هویت» یک مکان را تعریف کرده و همین‌طور بر «حس مکان» تأثیر می‌گذارند. در حقیقت، «حس مکان» که از طریق تعامل لایه‌های مختلف تشکیل شده است، از طریق نشانه‌ها تعیین می‌شوند. این لایه‌ها محدود به عناصر کالبدی شهری نیستند. برای نمونه، مردمی که یک‌بار در یک مکان حاضر می‌شوند و آن‌هایی که هرروزه از آن مکان استفاده می‌کنند و یا قسمتی از روز را در آنجا می‌گذرانند و هر یک با رویدادهای خاصی در آن روبرو می‌شوند بخشی از لایه‌های معنایی یک مکان را تشکیل می‌دهند. این لایه‌ها احتمالاً تأثیری موقتی یا دائمی بر روی «روح مکان» می‌گذارند. ولی سؤال اینجاست که در زمان برقراری ارتباط بین چند فرهنگ چه اتفاقی می‌افتد؟ عمدتاً معانی آشکار در نشانه بستگی به کدهای فرهنگی مردم و شخصیت‌ها دارد و ممکن است از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت باشد. علی‌رغم این اختلافات، در مواقعی می‌توان تعدادی از این تشابهات را پیدا کنیم. برای نمونه، «پایه و ستون» در فرهنگ‌های مختلف معانی‌ای چون پایداری، تاب‌آوری، حفاظت، تداوم و توانمندی را تداعی می‌کند؛ بنابراین، وقتی که شخصی با فرهنگی معین در مکانی خاص - در یک فرهنگ متفاوت - مستقر می‌شود معمولاً «سطحی از ارتباط را ایجاد می‌کند. این بدان معنی است که مکان‌های مختلف در کشورهای مختلف گردشگران را از بخش‌های مختلف دنیا علاقه‌مند می‌کند. در چنین موقعیت‌هایی، ممکن است سه نوع ارتباط اتفاق افتد: (۱) درستی درک معنی عناصر شهری - همان‌گونه که هدف طراحان آن‌ها بوده و در بین مردم آن فرهنگ نیز پذیرفته شده است - به سبب شباهتشان بین کدهای فرهنگی؛ (۲) درک معانی مختلف از نشانه‌ها به خاطر تفاوت‌های بین کدهای فرهنگی؛ (۳) ناتوانی در معانی مهم و فقدان ارتباط از آنجا که هیچ‌گونه کدهای فرهنگی برای بعضی از نشانه‌ها در فرهنگ مصرف‌کننده وجود ندارد. با توجه به آنچه ذکر شد، می‌توان خاطر نشان کرد معمولاً این امکان وجود دارد که حالت‌های تجربه مکان را در برخورد و عدم برخورد، همان‌طور که رلف ادعا دارد، مجزا کرد. در حقیقت، گاهی موقعیتی بین برخورد و عدم برخورد وجود دارد که نتیجه

انسان قابل فهم از طریق ارتباطات آن‌ها نیست، این ارتباطات از یک ساختار تشکیل شده است» (Blackburn, 2008:353). اگر بخواهیم به‌طور عمده به تعریف آن بپردازیم، یک ساختار، شبکه‌ای از ارتباطاتی است که عوامل وابسته به یکدیگر را باهم پیوند می‌دهد (Johansen & Larsen, 2005:16). در این رابطه «سوسور» مفهوم «ارزش» را مطرح می‌کند. آنچه سوسور به‌عنوان «ارزش» یک نشانه (در زبان‌شناسی: لغت) اشاره می‌کند بستگی به ارتباطاتش با نشانه‌های دیگر در داخل سیستم به‌عنوان یک کل دارد (Saussure, 1983:112-113). او خاطر نشان می‌سازد که «مفاهیم ... به‌گونه‌ای مثبت برحسب محتوای آن‌ها تعریف نمی‌شوند، بلکه با بار منفی در تقابل با موارد دیگر درهمان سیستم تعریف می‌شوند». هر لغتی که موضوعی را مشخص کند دقیقه «مفهومی است که لغات دیگر آن را مطرح نمی‌کنند» (Saussure, 1983:115). این سیستم زبانی و وجود لغاتی در سیستم است که به ما برای تشخیص انواع تفاوت‌های طبقه‌بندی شده کمک می‌کند. برای مثال، روزانه ما نوعی از خانه‌ها را در شهرهایمان مشاهده می‌کنیم؛ باین‌همه، علیرغم کلیه اختلافات بین آن‌ها (برای مثال شکل، اندازه و غیره) آن‌ها تحت طبقه‌بندی مفهوم خانه قرار می‌گیرند. به نظر می‌رسد معنی یک کلمه، تولید ارتباطات معناشناسانه‌ای است که بین آن کلمه و سایر کلمات در هر سیستم زبانی حفظ می‌شود (Lyons, 1981:222)؛ بنابراین، یکی از بهترین روش‌ها برای فهم این تفاوت‌ها و نحوه درک مردم، مطالعه حوزه لغات از منظر ساختارگرایی است. با این نیت، «حوزه معناشناسانه»ی فضا و مکان در این مقاله مطالعه خواهد شد.

بازبینی حوزه معناشناسانه‌ی «فضا و مکان»

قبل از بررسی «حوزه معناشناسانه» مورد نظر، بهتر است که به تعریف این موضوع بپردازیم. یک رویکرد سنتی برای تشریح مفاهیم این است که از طریق استفاده از مجموعه‌ای از شرایط ضروری و کافی به تعریف آن‌ها بپردازیم (سعید، ۲۰۰۳: ۳۵). فرض می‌کنیم که مفهوم مورد نظر ما اشاره به «زنان» دارد. این مفهوم باید شامل اطلاعاتی باشد که آن را از مفاهیم دیگر به‌طور واضح متمایز کند. حال باید دید که چگونه می‌توان این اطلاعات را سازمان‌دهی کرد؟ شاید بتوان از طریق یک سری از ویژگی‌های متمایز که به کلمه معنا می‌بخشد به این اطلاعات پی برد؛ مثلاً ممکن است که از طریق مفاهیمی قابل‌شناسایی مانند انسان، بزرگسال، زن و غیره به این مهم دست‌یافت. در این مورد، همه حالت‌های ویژه‌ای که اجازه می‌دهد یک مفهوم مشخص شکل گیرد، به‌عنوان شرایط لازم در نظر گرفته می‌شود. به همین ترتیب، اگر بتوانیم یک مجموعه درستی پیدا کنیم که کلمه زن را تعریف کند، می‌توان آن را به‌عنوان شرایط ضروری این مفهوم در نظر گرفت (همان). با چنین پیش‌زمینه‌ای، اکنون می‌توانیم

نظریه Sapir-Whorf بر این نکته تأکید دارد کسی که به یک‌زبان سخن می‌گوید نحوه تفکر و رفتار او نیز تحت تأثیر همان زبان است و ادراک او از محیط از طریق زبان پالایه می‌شود (Kramsch, 1998:11). این فرضیه دو جنبه را در برمی‌گیرد: «جبر زبانی» و نسبیت زبانی. جبر زبانی به این مفهوم است که یک زبان فرایندهای غیرزبانی شناخت ما را از قبل تعیین می‌کند (Carroll, 2008:396)؛ بنابراین ادراکات ما تحت تأثیر جبری محدودیت‌های زبانی است که با آن صحبت می‌کنیم. (Yule, 2006:218). از سوی دیگر، نسبیت زبانی باز می‌گردد به فرایند مقایسه‌ای و میزان فهم ما از یک پدیده و یا یک رویداد در زبان‌های مختلف؛ بنابر این نظریه، کسانی که به زبان‌های مختلف صحبت می‌کنند، بنا بر اختلافاتی که بین آن‌ها ممکن است وجود داشته باشد، به‌طور متفاوتی فکر می‌کنند (Carroll, 2008:396). در حقیقت، به نظر می‌آید ساختار زبان ما باید بر چگونگی درک ما از جهان تأثیر داشته باشد (Yule, 2006: 218). زبان‌های مختلف از واژه‌نامه‌های متفاوت و همچنین از ساختارهای ترکیبی و نحوی متفاوت تشکیل شده‌اند. این اختلافات اغلب در گوناگونی محیط‌های کالبدی و فرهنگی انعکاس پیدا می‌کند؛ محیط‌هایی که خود پایه شکل‌گیری و توسعه زبان‌ها هستند (Sternberg & Sternberg, 2011:403). در این تحقیق، واژگان برای کشف جایگاه ارزش‌ها و خواستگاه در فرهنگ مردم مورد مطالعه قرار گرفته است. با توجه به حوزه و فرهنگ لغات، بار معنایی‌ای را متذکر می‌شوند که به لغات متفاوت پیوند می‌خورد و احتمال «بر رفتار و تجربه‌های مردم نسبت به انواعی از ساختارهای مشخص تأثیر می‌گذارند. بدین ترتیب، می‌توان گفت که کلمات و اصطلاحاتی که در یک زبان می‌آیند، منعکس‌کننده محیطی هستند که جامعه در آن حضور دارد. در حقیقت، همه لغاتی که یک‌زبان را در برمی‌گیرند، اشاره به گستردگی ظرفیت تفکر یک ملت دارد. این موضوع همچنین تفکرات، ادراکات، علائق و عادات و اشتغالات ذهنی‌ای را انعکاس می‌دهد که تصورات ما را تسخیر می‌کند (Henle, 1993: 81). «نوربرگ شولتز» تأکید می‌کند «این نام‌ها هستند که هر بخش از جهان ما را قابل درک می‌کنند و بدین ترتیب آن را تبدیل به یک مفهوم قابل درک می‌کنند» (Norberg-Schulz, 1975: 111). با این وجود، این مهم است که بین آنچه ممکن است فکر کرد و آنچه مردم به شکل عادت گونه فکر می‌کنند تفاوت وجود دارد. ورف معتقد است که نوع اول یک اصل نامحدود برای گویش‌وران هر زبانی است و نوع دوم ممکن است به‌شدت تحت تأثیر زبانی که صحبت می‌کنند قرار داشته باشند (Leavitt, 2006: 65). در این مقاله، به‌منظور فهم ارزش‌های فرهنگی مردم و ادراکات و انتظاراتشان، از مکان‌ها در فرهنگ ایرانی، به مطالعه لغاتی در ارتباط با مفاهیم فضا و مکان در زبان فارسی و بنابراین به‌طور عمده به مزایای ساختارگرایی می‌پردازیم. ساختارگرایی «به این باور اشاره دارد که پدیده زندگی

همچنین اشاره به مکان و شهری دارد که شاهان از آنجا حکمروایی می‌کنند.

حضرت : در تشریح این عبارت، اشاره به لغتی دارد که از حضور (مقابل غیبت) برگرفته است و به شهری اشاره دارد که شاه در آنجا به برگزاری مراسم و دیدار عموم می‌نشیند.

درگاه : این عبارت درست درم قابل «پیشگاه» به کار می‌رود و به معنی ورودی درب خانه، دهلیز، جلو در، مکان و بارگاه شاه است. ساحت: به معنی حیاط خانه، محوطه، عرصه یا منطقه و ترکیبی از این‌هاست. این لغت همچنین برای نامیدن هر مجموعه‌ای که جایگاه عدالت یا کرم باشد اطلاق می‌گردد.

صحن : در تشریح این کلمه، اشاره به صفت تخت و گسترده‌ای است با ارتفاع کافی در داخل باغ که به یک حوضچه متصل است و محوطه‌ای نسبتاً وسیع. به همین شکل، این کلمه برای نامیدن مکان و فضا هم بکار می‌رود. مکان‌های عمومی در زیارتگاه‌ها نیز صحن خوانده می‌شوند.

عرش : مکانی برای جلوس، تاج‌گذاری شاه، آسمانی بالای همه آسمان‌ها و سرپناهی برای خورشید.

محل : مترادف عبارت‌هایی است مانند فرود آمدن هواپیما، محل اقامت، جایگاه بلندمرتبه، زمان برای انجام یک رخداد، مکان فرود آمدن و زمان برای یک رویداد، گاه.

میدان : قطعه‌ای از زمین که ساختمانی در آن نباشد، زمین باز و بزرگ، میدان جنگ، محوطه کشتی در یک فضای باز و همچنین یک محوطه باز تجاری شامل مغازه‌ها و ساختمان‌های تجاری در مجاورت یکدیگر.

با توجه به این حوزه معناسناسانه در زبان فارسی آنچه در زیر می‌آید قابل توجه و دارای ارزش است. ابتدا، بیشتر عبارات در ارتباط با مفاهیم فضا و مکان، همزمان از یک طرف اشاره به زمینی و خاکی بودن دارد و از طرف دیگر، اشاره به دنیای روحانی و معنوی با کلماتی مانند درگاه و عرش دیده می‌شود. در حقیقت، در سرتاسر تاریخ ایران، این باور عمومیت دارد که شاهان، قدرت ماوراءالطبیعه دارند و از طرف خدا آمده‌اند تا بر کشور حکومت کنند. به عبارت دیگر، شاهان، نمایندگان خدا بر روی زمین‌اند؛ بنابراین مکان‌هایی که به شاهان تعلق دارند و مالک حقیقی آن‌ها محسوب می‌شوند، طبیعتاً مقدس هستند و حرمت این مکان‌ها تصادفی نیست. بنابراین در فرهنگ ایرانی مکان‌هایی که تقدیس شده باشند، وجود ندارند، بلکه آن مکان‌ها خود مقدس هستند. این باور در دوره بعد از اسلام نیز به‌نوعی ادامه یافت. بدین لحاظ کلماتی چون «صحن»، «عرش» و «درگاه» بعد از اسلام به‌کرات مورد استفاده قرار گرفته‌اند. این مکان‌ها معمولاً نزدیک مساجد یا فضاهای زیارتی و مقدس قرار گرفته‌اند؛ بنابراین، به‌طور قاطع جنبه‌های روحانی و مقدس مکان‌ها در فرهنگ ایرانی دارای اهمیت هستند. عرصه مهم دیگر، درجایی است که اختلاف بین فضا و مکان، به‌عنوان یک بحث داغ در

به موضوع «حوزه معناسناسانه» برگردیم. این نظریه عمدتاً از مفهوم موردنظر سوسور در رابطه با معنا و ارزش نتیجه شده است (صفوی، ۱۳۹۰ : ۱۸۹). به عبارت ساده‌تر، می‌توان گفت که یک ویژگی عمومی در شرایط لازم منتهی به طبقه‌بندی کلمات در یک حوزه «معناسناسانه» می‌شود. برای مثال، کلمات «خانه»، «کلبه»، «کاشانه» و «ویلا» همگی تحت عنوان حوزه معنایی و فضاهای مسکونی طبقه‌بندی می‌گردد. در واقع، نگارنده این مقاله بر این باور است که از طریق مطالعه حوزه‌های معناسناسانه در هر زبانی می‌توان به مفهوم آشکار و عمیق لغات در طبقه‌بندی‌های مختلف و در نتیجه، چگونگی ادراک مفاهیم و اشیاء از سوی گویشوران هر زبانی پی برد. این امر زمانی قابل دسترس است که به مطالعه کلیه لغات در یک طبقه‌بندی به‌عنوان یک مجموعه بپردازیم.

لغات «فضا و مکان» از منظر حوزه معناسناسی

در نتیجه نکاتی که در بالا ذکر شد، به بازبینی تعدادی از کلمات استفاده شده در زبان فارسی (بر اساس لغت‌نامه دهخدا) در رابطه با حوزه معناسناسی «فضا و مکان» می‌پردازیم.

فضا : در زبان فارسی یک اسم و به معنی حوزه، عرصه و میدان است و معمولاً «به مکانی بزرگ اشاره می‌کند. در تشریح این لغت، همچنین به مکانی خالی، آسمان و کهکشان؛ هوا و حیاط اشاره دارد.

مکان : اشاره به جای مجزا که رویداد مشخصی در آن اتفاق می‌افتد یا چیزهایی وجود دارد. لغاتی مانند محل استقرار، اقامتگاه، خانه، تعدادی از مترادف‌های این کلمه هستند.

گاه : معنی این لغت دارای تنوع و گستردگی بسیاری است و مفاهیمی را از جمله مکان استقرار شاه، جایگاه، بهشت، مکان، استقرار، اریکه، اوقات مختلف (شب‌هنگام، صبحدم و غیره)، دوره، فصل‌ها، تغییرات اقلیمی.

آستان : به معنی درگاه است که از آن عبور می‌کنیم و همچنین قسمت جلوی خانه است که به در ورودی متصل است و به‌عنوان یک دهلیز عمل می‌کند.

بارگاه : این لغت برای درباریان استفاده می‌شود، جایی که شاه عموم رعایا و مأموران و میهمان‌های ویژه را به حضور می‌پذیرد که در داخل قصر یا چادرهای برپاشده در فضای بیرونی باشد.

پیشگاه : این عبارت به نشستن در بالا و درست در مقابل در ورودی اتاق یا هال، اشاره دارد.

تخت : اشاره به جایی دارد که بالاتر از زمین قرار گرفته و به‌صورت سکو است، جایی که شاه استراحت می‌کند و یا در طول روز آنجا می‌نشیند و به امور و کارهای کشور می‌پردازد. این بخش از ساختمان هیچ ارتباطی با بخش‌های دیگر ساختمان که برای نشستن، استراحت کردن، یا دراز کشیدن است، ندارد. این عبارت

درک کرد. بدین ترتیب، تجربه و فهم مکان‌ها نیاز به حرکت و در نتیجه درک گذر زمان دارد. به عبارت دیگر، مکان‌ها باید از فراز و در طول زمان کشف شوند. این کیفیت‌ها به طراحان نشان می‌دهند مردم، در فرهنگ ایرانی، چه انتظاراتی از مکان دارند. در واقع، ادراک و تجربیات آنان از مکان‌ها، در سرتاسر تاریخ، در زبان فارسی ذخیره و حفظ شده و مورد استفاده قرار گرفته است. اگر ما بپذیریم محیط انسان‌ساخت، در فرهنگ‌های کهن نظیر فرهنگ ایرانی، پایدار بوده است، نمی‌توانیم نقش تعیین‌کننده و محوری زبان در این امر را نادیده بگیریم. برعکس، تجربه نشان می‌دهد در دوره مدرن، ارتباط با محیط انسان‌ساخت و زبان فارسی به‌طور گسترده‌ای کمرنگ شده و مردم نیز دیگر حس تعلق به محیط‌شان را به شکل سابق ندارند. بدون شک، ادراک و دریافت ذهنی بهتر مردم از محیط‌شان به‌تنهایی از طریق به‌کارگیری اشکال طراحی شهری و معماری پیچیده شکل نمی‌گیرد، بلکه به میزان زیادی بستگی به وابستگی تعامل اشکال و عملکرد ایجادشده در محیط‌های زیست با زبان دارد؛ زیرا، در حقیقت، پایداری و استمرار الگوی برنامه‌ریزی و شکل‌دهی به محیط‌های انسان‌ساخت، در عصر پست‌مدرن، به میزان زیادی به نحوه درک آن‌هایی برمی‌گردد که مصرف‌کننده نهایی این محصولات هستند.

بین افراد حرفه‌ای مطرح می‌شود. در واقع، اختلاف بین مفاهیم فضا و مکان در فارسی و فرهنگ ایرانی، سؤال در مورد وجود و تقدس است. مفهوم اول، وجود، به نظر «هایدگر»، بودن - در - جهان است. به بیان دقیق‌تر، اگر در یک فضا قرار بگیریم بدون شک آن فضا یک مکان است؛ بنابراین بودن و حضور انسان یکی از الزامات تعریف مکان است. در این حوزه مهم‌ترین کلمه «مکان» است که ریشه آن «کون» است به معنی «بودن» و «محل بودن». مفهوم دوم، تقدس، با معنویت و عوامل روحی ارتباط دارد که قبلاً توضیح داده شد. موضوع مهم و قابل تأمل دیگر در این خصوص کلمات مترادف با فضا است که هم‌زمان، با مفهوم زمان نیز مترادف هستند. کلمه «گاه» یکی از جالب‌ترین این واژگان است. با استفاده از این کلمه، هم‌زمان، حس مکان و زمان برای مردم ایجاد می‌شود، در حالی که می‌دانیم پیوند فضا و زمان موضوعی جدید و پیچیده در جهان علم است. فضا و مکان فقط یک امر کالبدی و پدیده‌ای تک‌بعدی نیست که عاری از هرگونه ارتباطی باشد، بلکه ارتباط نزدیکی با زمان دارد و در واقع این پدیده یک ترکیب ضروری است؛ بنابراین، در فرهنگ ایرانی، مصرف‌کننده فضا انتظار دارد نه تنها بودن خودش را در آنجا تجربه کند، بلکه گذشت زمان را هم باید حس نماید. این بدان معنی است که بیشتر مکان‌ها در این فرهنگ به روشی طراحی شده‌اند که بی‌درنگ و به یک‌باره نمی‌توان آن را

نتیجه‌گیری

خواسته‌ها و ارزش‌های فرهنگی آنان را انعکاس می‌دهد، این مقاله به معرفی مطالعه واژگان برای طراحان تحت عنوان روشی برای فهم ادراکات و انتظارات بالقوه آن‌ها از مکان پرداخت. اگرچه حوزه معناشناسانه از فضا و مکان تنها حوزه‌ای نیست که باید مطالعه شود، بلکه چنین مطالعه‌ای شامل کلمات مهم‌تری است که با مفهوم مکان پیوند خورده‌اند؛ بنابراین، مطالعه بیشتر از این طریق شامل حوزه‌های معناشناسانه مانند «فضاهای مسکونی»، «فضاهای سبز مصنوعی» و غیره است. باید توجه داشت چنین مطالعه‌ای در دستورالعمل‌های معماری نتیجه‌ای مستقیم نخواهد داد، بلکه پیشنهاد می‌کند ویژگی‌های اصلی مکان‌ها در یک فرهنگ موردنظر چه می‌توانند باشند و چه ابعاد و لایه‌هایی را شامل می‌شوند تا محیطی معنادار فراهم شود که مصرف‌کنندگان بتوانند با آن محیط ارتباط بیشتر، بهتر و عمیق‌تری برقرار کنند. در این مقاله، حوزه معناشناسانه فضا و مکان در زبان فارسی به‌عنوان یک مطالعه موردی بررسی شد. بنابر نتایجی که به دست آمده، مکان برای ایرانی‌ها، پدیده‌ای مقدس و روحانی است که آن‌ها می‌توانند بودنشان را از طریق آن در زمان تجربه کنند. البته این موضوع باید توسط مصرف‌کنندگان کشف شود و فوراً قابل درک نیست.

بنابر تعریفی که از معناشناسی فرهنگی داریم، مکان، متنی چندلایه است که در آن نشانه‌های متنوعی دخالت دارند. تولید و تفسیر متون برای داشتن ارتباط بستگی به وجود کدها و قواعد دارد. همچنین معنی نشانه‌ها به‌طور فاحش بستگی به این‌گونه کدها دارد. مکان، مانند یک متن، پدیده‌ای تعریف‌شده است زیرا لایه‌های متعددی را شامل می‌شود. در روشی مشابه، هویت یک مکان و حس مکان تجربی است و هیچ حس خاصی از مکان وجود ندارد. در حقیقت، هویت یک مکان به‌واسطه تفسیر مصرف‌کننده از عوامل کالبدی‌اش و همچنین فعالیت‌ها، رویدادها و موقعیت‌هایش، از طریق کدهای فرهنگی و قراردادهای اجتماعی مصرف‌کننده تعریف می‌شود. از این‌رو، پیوند بین مفاهیم تأثیری عمده دارد. حس مکان، به عبارت دیگر، از طریق ادراکات فرهنگی مصرف‌کننده براساس کدهای اجتماعی و فرهنگی ساخته می‌شود؛ بنابراین، یک خصوصیت ذاتی از یک مکان وجود ندارد و ممکن است مفهوم و حس مکان در بین مردمی با فرهنگ‌های مختلف، متفاوت باشد. در حالی که می‌توان در مورد ارتباط بین فرهنگی بحث کرد که مردم همیشه بین کدهای فرهنگی مربوط به مکان ارتباط برقرار کنند. در نهایت، با توجه به این حقیقت که زبان مردم - به‌عنوان یک سیستم معناشناسانه - عمدتاً ادراکات، عادات،

پی‌نوشت

۱. برای مثال، اضافه یا حذف کردن یک عامل مانند یک فواره می‌تواند برای یک مکان معانی متفاوتی را به وجود آورد و می‌تواند حس مکان را تحت تأثیر قرار دهد.
۲. بعضی از نظریه‌پردازان بین فرایندهای ادراک و شناخت تفاوت قائل‌اند. از نظر ایشان «ادراک» فرایندی ذهنی است که در هنگام حضور یک شیء شکل می‌گیرد، اما «فرایند شناخت» شامل مرحله ادراک، تفکر، توان حل مشکل ذهنی سازمان‌دهی اطلاعات است (Downs & Stea, 2011: 314). باین‌همه در این مقاله ادراک در هر دو معنی خود بکار رفته است.

فهرست منابع

- Blackburn, S. (2008). *The Oxford Dictionary of Philosophy* (Oxford Quick Reference), Oxford: Oxford University Press.
- Broadbent, G. (1980). *The Deep Structures of Architecture. In Signs, Symbols, and Architecture. Edited by Broadbent, G., Bunt, R. & Jenks, C.* New York: John Wiley & Sons.
- Carroll, D. W. (2008). *Psychology of Language*, Australia: Thomson/Wadsworth.
- Certeau, M. de. (1988). *The Practice of Everyday Life*. Translated from French by Rendall, S. Berkeley: University of California Press.
- Chandler, D. (2007). *Semiotics: The Basics. 2nd edition*. London: Routledge.
- Dovey, K. (1999). *Framing Places: Mediating Power in Built Form*. New York: Routledge.
- Downs, R. M. & Stea, D. (2011) Cognitive Maps and Spatial Behaviour: Process and Products. In M. Dodge, R. Kitchen and C. Perkins (eds), *The Map Reader: Theories of Mapping Practice and Cartographic Representation*. Oxford: Wiley – Blackwell, pp. 312-17.
- Eco, U. (1979). *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Hall, E. T. (1966). *The Hidden Dimension*. New York: Doubleday.
- Henle, R.J. (1993). The Three Languages of David Hume, *Journal of Semiotics*: 57-61.
- Johansen, J. D. & Larsen, S. E. (2005). *Signs in Use*. Translated by Gorlee, D. L. & Irons, J. London and New York: Routledge.
- Kramsch, C. (1998). *Language and Culture*. New York: Oxford University Press.
- Leavitt, J. (2006) 'Linguistic relativities', in Jourdan, C. and Tuite, K. (eds.) *Language, culture and society: key topics in linguistic anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 47-81.
- Levi-Strauss, C. (2008). *Structural Anthropology. Translated by Jacobson, C.* New York: Basic Books.
- Lukermann, F. (1964). Geography as a formal intellectual discipline and the way in which it contributes to human knowledge. *Canadian Geographer*, 8(4):167-172.
- Lyons, J. (1981). *Language and Linguistics: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University.
- Markus, T. A. & Cameron, D. (2002). *The Words between the Spaces: Buildings and Language*. London and New York: Routledge.
- Moystad, O. (2012). The Spirit of Place in a Multicultural Society. *Arkitektur N Magazine*. Available from: <http://www.architecturenorway.no/questions/identity/moystad-on-cns/> (Accessed 20 July 2013).
- Norberg-Schulz, Ch. (1975). *Meaning In Western Architecture*, London: Studio Vista.
- سجودی، فرزانه. (۱۳۸۸). نشانه‌شناسی: نظریه و عمل (مجموعه مقالات)، تهران: علم.
- صفوی، کورش. (۱۳۹۰). از زبان‌شناسی به ادبیات، تهران: سوره مهر.
- Nöth, W. (1995). *Handbook of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Perdikogianni, I. (2007). From Space to "Place": The Role of Space and Experience in the Construction of "Place". Conference proceedings of the 6th International Space Syntax Symposium held in Istanbul.
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. London: Pion Limited.
- Saeed, J. I. (2003). *Semantics. 2nd edition*. Oxford: Blackwell.
- Saussure, F. de. (1983). *Course in General Linguistics*. Translated by Harris, R. London: Duckworth.
- Seamon, D. & Sowers, J. (2008). *Place and Placelessness (1976): Edward Relph. In Key Texts in Human Geography*. Edited by Hubbard, P., Kitichin, R. & Valentine, G. London: Sage.
- Shirazi, M. R. (2013). *Towards an Articulated Phenomenological Interpretation of Architecture*. New York: Routledge.
- Sojoodi, F. (2005). *Intercultural Communication: A semiotic Approach*. Conference Proceedings of the International Seminar on Cultural Parallels: India and Iran held in Allahabad. Conducted by Allahabad Museum. Allahabad: Allahabad Museum. Available from: <http://www.farzansojoodi.com/upload/interculturalcommunication.pdf>
- Sternberg, R. J. & Sternberg, K. (2011). *Cognitive Psychology*. 6th edition. Belmont: Wadsworth.
- Tylor, E. B. (1871). *Primitive Culture*. London: John Murray.
- Van Nes, A. (2012). Between Heaven & Earth: Christian Norberg-Schulz's Contribution to the Phenomenology of Place & Architecture. *Environmental and Architectural Phenomenology*, 23(1):7-12.
- Van Nes, A. (2008). The Heaven, the Earth and the Optic Array: Norberg-Schulz's Place Phenomenology and its Degree of Operationability. *Footprint*, 3:113-133.
- Yule, G. (2006). *The Study of Language*. New York: Cambridge University Press.
- Zandi, K. & Sojoodi, F. (2013). Semiotic Approach towards Iran Contemporary Caricature. *Life Science Journal*, 10(7):1122-1140.
- Zeyl, D. (2013). "Plato's Timaeus", *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Spring 2013 Edition), Edward N. Zalta (ed.), URL = <http://plato.stanford.edu/archives/spr2013/entries/plato-timaeus/>