

مطالعه تطبیقی رابطه معماری، مصرف و فرهنگ در خانه‌های دو بافت قدیم و جدید شهر همدان

دکتر علی عمرانی پور^{*}، دکتر محسن نیازی^{**}، سیما خزاییان^{***}

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۸/۱۹ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۹/۰۲/۰۷

چکیده

در رابطه بین معماری، فرهنگ و مصرف، فرهنگ به واسطه ساختمان‌ها، به عنوان یک ابزار مادی، و مصرف ساکنین خانه‌ها، به عنوان رفتار و کنش فرهنگی، خود را باز تولید می‌کند؛ زیرا معماری و مصرف، ابزارهای بازنمایی فرهنگ هستند. پرسش اصلی پژوهش، چگونگی تغییر کارکرد عناصر خانه در فرهنگ‌های متفاوت است که جهت بررسی آن، در مطالعه‌ای تطبیقی، از روش‌های کیفی و میدانی استفاده می‌شود. در نمونه‌های این مطالعه تطبیقی، ساکنین خانه‌های محله حاجی (بافت قدیم) و محله استادان (بافت جدید) همدان، با مقایسه تشابهات و تفاوت‌ها، مورد مطالعه قرار می‌گیرد. در گردآوری اطلاعات، از روش مصاحبه، مشاهده و عکاسی و به منظور تحلیل داده‌ها از روش‌های توصیف و تفسیر مفاهیم استفاده می‌شود. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد چگونه ساختارهای فرهنگی متفاوت در دو بافت، باعث ایجاد تفاوت‌هایی در شیوه نگرش و ارزش‌گذاری ساکنین خانه‌ها از جمله تفاوت در سبک چیدمان فضاهای داخلی خانه، دستشویی، آشپزخانه، فضاهای شخصی و نیز سبک‌های متفاوت پذیرایی از مهمان شده است.

واژه‌های کلیدی

معماری، فرهنگ، مصرف، همدان، بافت قدیم، بافت جدید.

Email: A_omrani@kashanu.ac.ir

* دانشجویار، گروه معماری، دانشکده معماری و هنر، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران. (مسئول مکاتبات)

** استاد، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

*** کارشناس ارشد مطالعات فرهنگی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

مقدمه

می‌باشند (Rapoport, 1998)؛ زیرا طراحی و استفاده از خانه‌ها انعکاسی از ارزش‌ها و عقاید اجتماعی و فرهنگی هستند (Lawrence, 1987). به اعتقاد برخی از انسان‌شناسان، فرهنگ، قواعد و عقاید پشت رفتارها هستند (Holland & Quinn, 1987, 4). فرهنگ به واسطه چیزها و رفتارها آشکار می‌گردد؛ زیرا خود، امری انتزاعی است که بدون مظاهر مادی و یا کنش‌ها نمی‌تواند خود را اعمال کند. ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی در رفتارها و سبک فضای بیرونی و درونی خانه‌ها انعکاس پیدا می‌کنند. خانه‌ها و شکل رفتارهای مصرفی روزانه ما به‌عنوان قسمی از ابژه‌های فرهنگی محسوب می‌شوند که به واسطه این ابژه‌ها می‌توان به قواعد فرهنگی پنهان آن‌ها پی برد.

خانه‌ها به‌عنوان ابژه‌های فرهنگی، ابزار بازنمایی فرهنگ هستند؛ در این بازنمایی، «تمامی نشانه‌ها، دانش و نظام‌های دلالت‌ها» قرار دارند. «این کنش‌های مادی فارغ از زبان متعارف روزمره» یا زبان تخصصی و علمی، معانی را به ما منتقل می‌کنند (هاروی، ۱۳۹۲، ۱۴۹). در واقع، معماری از این جهت یک ابژه فرهنگی محسوب می‌شود که می‌تواند نقش نماد را ایفا کند. معماری متشکل از دال و مدلول است که معنا می‌آفریند (لش، ۱۳۸۳، ۷۷). این معانی، از افراد، هویت‌های جمعی مشترک و درک مشترک می‌سازد و حتی می‌تواند بیانگر تمایزات فرهنگی دو طبقه یا دو منش متفاوت باشد و از آنجایی که طراحی و استفاده از خانه‌ها به ارزش‌های فرهنگی و اعتقادات برمی‌گردد، مردم ممکن است تجارب متفاوتی از طراحی را مطابق زمینه‌های فرهنگی‌شان تجربه کنند (Aragonees et al., 2002).

در واقع، وقتی یک خانه به‌عنوان نماد معرفی می‌شود، خانه تنها یک فضا نیست؛ مکانی است که معرف احساسات، اشتراکات، تمایزات، عقاید و ارزش‌های فرهنگی ما می‌باشد. نوع استفاده ما از خانه‌ها و آنچه درباره آن‌ها احساس می‌کنیم، طریقه بازنمایی ما از خانه‌ها، یعنی آنچه را که راجع به آن‌ها می‌گوییم، احساساتی که به آن‌ها داریم، شیوه طبقه‌بندی ما و ارزش‌هایی که به آن‌ها نسبت می‌دهیم، یعنی به فضاهای خالی، معانی فرهنگی می‌بخشیم. معانی که به ما درکی از این‌که چه کسی هستیم و تعلق به چه گروه یا طبقه‌ای داریم، به ما می‌دهند. این معانی در هر فرهنگی باید به شکلی مشترک و خاص آن فرهنگ باشد تا بتواند به‌وسیله «رمزهای فرهنگی مشترک»، «زبان مشترک» ایجاد کند تا مردم بتوانند به‌واسطه اشتراکات، فهم مشترکی از یکدیگر داشته باشند (هال، ۱۳۹۱، ۲۱)؛ زیرا معانی مشترکی که از یک محیط مشترک به افراد منتقل می‌شود، از آن‌ها هویت‌های مشترک می‌سازد و افراد را به زندگی و همکاری با الگوهای رفتاری مشترکی سوق می‌دهد.

معماری هنر ساختن مکان‌ها برای زیستن است. فضایی که معماری می‌آفریند، یک فضای تهی است و انسان‌ها هستند که به این فضاها روح و زندگی می‌بخشند؛ این فضاها برای انسان‌ها بستری فراهم می‌کنند که فعالیت‌های روزانه خود را بر اساس الگوهای فرهنگی خاص خود در این مکان‌ها سازمان‌دهی کنند و به زندگی‌شان نظم ببخشند. معماری هنری است که با «آراستن صورت‌ها (فرم‌ها)» پیش‌نظمی را تحقق می‌بخشد (لوکوربوزیه، ۱۳۸۲، ۲۰۲). در هنر معماری، به‌عنوان یک علم واقع‌گرا و پویا (بمانیان، ۱۳۸۹، ۲۳)، هم‌نوایی با فرهنگ مردم و البته خرده فرهنگ جاری در اجتماع و شهر وجود دارد؛ در نتیجه این هم‌نوایی، نوع و سبک خاصی از معماری در جوامع مختلف ظاهر می‌شود که تمایزات خاص خود را به همراه دارد و به دنبال آن، سبک‌های متفاوت مصرف را نیز ایجاد می‌کند که بسته به این مجموعه فرهنگی خاص که به مثابه یک خرده فرهنگ خاص عمل می‌کنند، معماری مورد فهم و متناسب با واقعیت فرهنگی خود تعبیر می‌شود؛ زیرا هدف معماری، درک شدن و مورد استفاده واقع شدن است (نسبیت، ۱۳۹۱، ۹۴).

بنابراین، ساختمان‌ها متناسب با روحيات، نیازها و الگوهای فرهنگی ساخته می‌شوند تا بتوانند درک شوند و علاوه بر درک شدن بتوانند بستری برای تفکیک و سازمان‌دهی منظم فعالیت‌های روزمره ایجاد کنند و تأثیرات لازم خود را بر روی افراد بگذارند. این تأثیرات «به‌وسیله عملکرد ساختمان به‌تنهایی تولید نمی‌شود. این تأثیرات زمانی ایجاد می‌شود که ساختمان و انسان باهم تعامل می‌کنند... یک ساختمان مانند هر کار هنری، نماد شور و احساسات و تأثیرات می‌باشد... چگونگی واکنش فرد به ساختمان، به چیزی که فرد به آن فکر می‌کند و به کار می‌گیرد بستگی دارد.» در واقع، «آن چیزی که روی من تأثیر می‌گذارد به همان چیزی بستگی دارد که جزئی از خود من است.» (بالانتین، ۱۳۸۹، ۷۹ و ۸۰). ساختمان‌ها اگر نتوانند با الگوهای فرهنگی، ارزش‌ها و تجارب زیسته ما هم‌نوایی داشته باشند، نمی‌توانند ارتباط لازم را با انسان‌ها برقرار کنند. انسان برای فهم یک پدیده نیاز به تعاریف و تعبیر فرهنگی دارد که به‌وسیله آن، دنیا را بفهمد. الگوهای فرهنگی همان چیزهایی هستند که انسان‌ها با آن‌ها عجین شده‌اند و جزئی از انسان می‌شوند که دیگر خارج از این در هم آمیختگی ذهن و الگوهای فرهنگی چیزی برای انسان قابل تعبیر یا حتی تأثیرگذار نخواهد بود.

بخش‌هایی از فرهنگ که در رابطه معماری با فرهنگ مؤثر هستند شامل جهان‌بینی، ارزش‌ها، تصورات، سبک زندگی و سیستم فعالیت‌ها

پیشینه پژوهش

در نظر گرفتن و مطالعه مباحث فرهنگی در عرصه معماری از حدود چهار دهه پیش شروع شده است (Baydar, 2004, 14). محققان بسیاری در این زمینه به جنبه‌های مختلف رابطه معماری و فرهنگ از منظر روابط یکسویه یا متقابل پرداخته‌اند. از جمله محققانی که به بررسی رابطه معماری و فرهنگ پرداخته است، می‌توان آموس راپاپورت را نام برد که چندین مقاله و کتاب از ایشان در این زمینه وجود دارد؛ از جمله مقالات: «خاستگاه فرهنگی معماری»، «تئوری، فرهنگ و خانه سازی»، «برخی تعالیم آینده فرهنگ و محیط» و کتاب اخیر با عنوان «فرهنگ، معماری و طراحی». وی با استفاده از دو مفهوم «ذهن» و «نظم» به ترسیم الگوی روابط معماری و فرهنگ پرداخته است (Rapoport, 2008). راپاپورت در اثر دیگری با عنوان انسان‌شناسی مسکن به اثر فرهنگ در تمایزات مکان پرداخته است. او معتقد است فرهنگ در عام‌ترین انتخاب‌های جامعه نمود پیدا می‌کند و این انتخاب‌ها هستند که در هر فرهنگ، اماکن و بناها را از بقیه متمایز می‌کنند (راپاپورت، ۱۳۸۸). در واقع، وی معتقد است که انتخاب‌های فرهنگی ما هستند که باعث تمایز مکان‌ها و معماری در محیط‌ها و جوامع مختلف می‌شود.

از دیگر محققان در زمینه فرهنگ و معماری، می‌توان از «بایدار» نام برد که در مقاله خود با عنوان «وجه فرهنگی معماری» سعی در ترسیم وجه فرهنگی در معماری به روش کتابخانه‌ای و بدون پرداخت به مصادیق خرده فرهنگی دارد (Baydar, 2004). «اری» محقق دیگری است که در تحقیقات خود، به فرهنگ ارتباطات در معماری و تأثیر آن در طراحی ورودی‌ها و نماها اشاره کرده است (Erpi, 1991). «آدمیر» نیز از دیگر محققان در زمینه بررسی رابطه فرهنگ و معماری است که به بررسی دگردیسی‌های فرهنگی بر روند طراحی معماری پرداخته است (Ozdemir & Gencosmanoglu, 2007). برودنت در مقاله «راهنمایی ساده به نظریه نشانه‌ها در معماری» بناها را حاملان معنا می‌داند و معتقد است که خلق نیت‌مندانه معنا، مانع خوانش‌های تصادفی می‌شود. وی از اصول نشانه‌شناختی می‌گوید و معتقد است از وجه دوگانه معنا که همان معناشناختی و نحوی هستند، وجه معناشناختی زبان برای معماری مهم‌تر است. و دیگر اینکه بر «قرارداد اجتماعی» تأکید کرده و معتقد است که قراردادهای اجتماع معنا می‌شوند؛ اما این قراردادهای اجتماعی در معماری غایب‌اند و همین را عامل تفاوت زبان و معماری می‌داند. او در آخر بر این امر تأکید می‌کند که معماری را نباید تنها از نظر بصری تاویل کرد بلکه همه حواس باید درگیر و متأثر از بناها شوند (نسبیت، ۱۳۹۱).

آنچه که در همه این تحقیقات مشاهده می‌شود، لزوم توجه به تأثیر فرهنگ و خرده فرهنگ‌ها بر معماری است. اما تفاوت تحقیقات نام‌برده شده و دیگر تحقیقات با پژوهش حاضر این است که در این تحقیق تلاش می‌شود عنصر سوم «مصرف» نیز مورد بررسی قرار گرفته و نشان دهد که چگونه انسان‌ها توسط نوع مصرف خود، روابط بین معماری و فرهنگ را هرروزه بازتولید می‌کنند و چگونه مصرف، مابین اثر متقابل این دو، به عنوان واسطه و مصداق بیرونی رابطه، نمود پیدا می‌کند. در واقع، اشاره این پژوهش به مصرف، آشکار کردن مصادیق جنبه‌های پنهانی رابطه معماری و فرهنگ می‌باشد که تحقیق را از صرف تحقیقات تئوریک خارج کرده است؛ مقایسه تطبیقی بین دو سبک متفاوت مصرفی که به تفاوت‌های پنهان معماری و فرهنگ، در دو بافت قدیم و جدید اشاره دارد نیز ارائه راهکار عملگراتری نسبت به تحقیقات دیگر است که این پژوهش از آن سود برده است.

تعریف مفاهیم اصلی پژوهش

تعریف مفهوم معماری

جان لنگ ساختمان‌ها را مجموعه‌ای از سیستم‌های قاعده‌مند و درهم‌تنیده می‌داند که مردم به‌صورت فردی و گروهی در زندگی روزمره خود با آن‌ها درگیر هستند و حتی خود، بخشی از آن‌ها می‌باشند. وی از اصلی‌ترین دلایل طراحی ساختمان‌ها را تأمین فعالیت‌های روزمره و بالقوه انسان می‌داند (گلرخ، ۱۳۹۱، ۵۷). «معماری نقش مهمی در ساختن راه‌هایی برای تدوین فعالیت‌هایی که از جهت یا جهاتی ارزشمند محسوب می‌شوند» دارد (بالانتین، ۱۳۸۹، ۱۶۴)؛ زیرا معماری هر جامعه‌ای انعکاسی از ارزش‌های فرهنگی است که آن جامعه طبق آن‌ها رفتار می‌کنند، تعلقاتشان را سازمان‌دهی می‌کنند و به این شیوه، از خود هویت‌های متمایزی با جوامع دیگر می‌سازند.

تعریف مفهوم فرهنگ

فرهنگ از نظر رالف لینتون^۱ (۱۹۴۵، ۴) روش‌های کلی زندگی جوامع است. از نظر کلیفورد گیرتز^۲ (۱۹۷۳) فرهنگ معانی مشترک هستند. درواقع، «فرهنگ عبارت است از نحوه زندگی کردن ما انسان‌ها... فرهنگ آن معانی مشترکی است که ما ایجاد می‌کنیم و در زندگی روزمره با آن‌ها سروکار داریم. فرهنگ واجد ذات نیست... عبارت است از رفتارها و فرآیندهای معناسازی با «متونی» که در زندگی روزمره با آن‌ها سروکار داریم» (استوری، ۱۳۸۶، ۱۷). منظور از رفتارها و فرآیندهای معناساز، همان کنش‌ها و مصارف روزمره ما و منظور از متون، ساختمان‌ها، فیلم یا... هستند. ساختمان‌ها از این جهت متن

مایکل دوسرتیو، فرهنگ عرصه کشمکش‌ی پایان‌ناپذیر (کشمکش‌ی نامحسوس و کمابیش رؤیت‌ناشدنی) بین استراتژی‌های تحمیل فرهنگ (قدرت تولید) و تاکتیک‌های استفاده از فرهنگ (مصرف یا «تولید ثانویه») است (استوری، ۱۳۸۶، ۲۱، ۲۲ و ۲۹۲).

چهارچوب نظری پژوهش

از منظر نشانه‌شناسی، به عنوان رهیافت نظری پژوهش، همه اشیاء فرهنگی حامل معنا هستند و همه اعمال فرهنگی به معانی وابسته می‌باشند و به همین دلیل به عنوان نشانه‌ها به کار می‌روند (هال، ۱۳۹۱، ۶۹). مطالعه معناها ما را در فهم هدف‌های آدمیان یاری می‌کند، تا بر اساس آن‌ها بتوانیم رفتار آن‌ها را توضیح دهیم. اما معانی در کلیت فرهنگی خودشان قابل تفسیر می‌باشند؛ زیرا اعضای یک گروه به واسطه مجموعه‌ای از تصورات مشترک و شیوه‌های نسبتاً یکسان اندیشه، دنیای خود را تفسیر می‌کنند. خارج از کلیت فرهنگی، انسان‌ها قادر به درک معانی نمی‌باشند. سوسور معتقد است در نشانه‌شناسی «نظام به مثابه یک کل همگن و واحد نقطه آغاز است و از آنجاست که می‌توان از طریق روندی تحلیلی اجزاء و عناصر سازنده‌اش را شناخت». در واقع، در این کلیت نشانه منفرد وجود ندارد و نشانه خارج از نظام معنی ندارد. «نشانه وابسته به حیات نظامی است که به آن ارزش می‌بخشد» و مفهوم ارزش وابسته به رابطه یک نشانه با نشانه‌های دیگر است (سجودی، ۱۳۸۸، ۵۰ و ۵۱). این پدیده‌ها که به عنوان نشانه حامل معنا می‌باشند، جهت فهمیده شدن و درک شدن نیاز به تعاریف فرهنگی دارند که بتواند پدیده را برای انسان تعبیر و معنا کند. انسان‌ها در فرهنگ‌های متفاوت از فضاها و اشیاء تعبیر متفاوتی دارند؛ زیرا یک نشانه منفرد و خارج از نظام فرهنگی خود فهمیده نمی‌شود. نشانه‌ها پدیده‌های فرهنگی قراردادی هستند که با توافق یک گروه از افراد جامعه به این شکل دسته‌بندی، تعریف و ارزش‌گذاری می‌شوند. (اکو، ۱۳۸۹، ۷) به اعتقاد سوسور تمامی «ابزارهای بیان مقاصد یک جامعه» مثل ساختمان‌ها، رفتارها و... بر مبنای «عادت‌های جمعی» شکل گرفته‌اند. همه این نظام‌ها قراردادی هستند و نمی‌توان «ارزش ذاتی» برای آن‌ها متصور شد؛ بنابراین، آن‌ها را به مثابه نشانه می‌پنداریم (سجودی، ۱۳۸۸، ۱۱۰). معماری به تنهایی یک فضای تهی است که در آن، معنایی وجود ندارد اما وقتی در کلیت فرهنگی و نظام قراردادی که توسط اجتماع، باورها، ارزش‌ها و... محصور شده، قرار می‌گیرد به نوع خاص کلیت فرهنگی خود تعبیر، درک و مصرف می‌شود. در واقع، معماری و فضای مخلوق هنر معمار در مرحله اول، یک مکان بیشتر نیست؛ اما وقتی در مقام حامل معنا قرار می‌گیرد به مثابه یک نشانه، معنا می‌یابد و در اذهان

خواننده می‌شوند که از نظر رولان بارت، نشانه‌هایی هستند که واسطه تبادل معناهای فرهنگی می‌باشند؛ بنابراین، فعالیت‌ها و اشیاء را متونی می‌داند که باید خواننده شوند (هال، ۱۳۹۱، ۷۰).

تعریف مفهوم مصرف

مصرف از نگاه مایکل دوسرتیو اساساً شکلی از تولید است (کاظمی، ۱۳۸۸، ۵۴) و به عبارتی، همان تولید ثانویه می‌باشد زیرا «نه از طریق محصولاتش، بلکه از راه نحوه استفاده از آن» تعریف می‌شود (استوری، ۱۳۸۶، ۲۹۰). این که چه چیزی مصرف می‌کنیم، مطرح نیست؛ بلکه مسئله اصلی در مصرف، شیوه‌ای است که برای مصرف اشیاء به کار می‌بریم. در واقع، مصرف در اینجا تنها رفع نیازهای اقتصادی و زیستی انسان نیست؛ بلکه شکل فرهنگی آن و مشخصه‌های فرهنگی مصرف مطرح می‌باشند. مصرف در این شکل تعریف یک فعالیت اجتماعی و کرداری روزمره است که به واسطه این صورت‌گیری روزانه، امکان تولید و بارور کردن فرهنگ را فراهم می‌آورد. ما با نوع مصارفمان تمایلات، تفاوت‌ها و تشابهاتمان را به دیگران نشان می‌دهیم (کاظمی، ۱۳۸۷، ۱۵۴-۱۴۳). ما انسان‌ها حتی با نوع مصرف، تولید جدیدی به تولیدات فضایی اضافه می‌کنیم. فضا چیزهایی را به ما تحمیل می‌کند اما در مقابل، ما به شکلی منفعل پاسخگوی فضای تحمیل شده نیستیم؛ بلکه با خلاقیتی این فضاها را از آن خود می‌کنیم.

رابطه بین مفاهیم معماری، فرهنگ و مصرف

معماری و مصرف، به عنوان ابژه‌های برسازنده فرهنگ، هم محصول فرهنگ هستند و هم سازنده آن. فرهنگ، خود را هم در موضوعات فیزیکی (ساختمان‌ها) و هم در واکنش‌های انتزاعی و ذهنی (الگوهای فرهنگی رفتار مصرفی) نسبت به محیط بیان می‌کند (Ng, 1998). در واقع، مفهوم فرهنگ و ظهور آن، نه تنها در ادراکات مردم، اعتقادات، ارزش‌ها، هنرها، رسوم و رفتارها می‌باشد، بلکه در طراحی اشیاء و در محیط فیزیکی خانه‌ها و محیط اطراف نیز ظاهر می‌شود (Altman & Chemers, 1980; Malkawi & Al-Qudah, 2003; Ozaki, 2002; Triandis, 1994). یک امر دیالکتیکی بین تولیدات فضایی و الگوهای ارزشی استفاده از این فضاها در امر بازتولید فرهنگ وجود دارد. به اعتقاد کارل مارکس، «فرهنگ هم واجد کنشگری و هم واجد ساختار» است. در واقع، مصرف‌کننده‌های فضا با «جرح و تعدیل» متون معماری، فرهنگ را می‌سازند. بنابراین، فرهنگ مصرفی ساکنین خانه‌ها نه نشئت گرفته از تولیدات فضایی در برنامه‌های فرهنگ‌سازی معماری و شهری تحمیل شده است، نه حاصل فرهنگ مصرف‌کنندگان؛ بلکه به اعتقاد گرامشی، «موازنه‌ای مبتنی بر مصالحه» بین این دو است. از نظر

روش پژوهش

درک و فهم می‌شود. اذهانی که مملو از ارزش‌ها و باورهای ملون به کلیت فرهنگی خود هستند؛ کلتی که محیط، باورها، اقتصاد، دین، ارزش‌ها، هنجارها، جغرافیا، ساخت و ... همگی در آن نقش منابع تعبیر معانی هستند.

این پژوهش با هدف تحلیل رابطه معماری، مصرف و فرهنگ در یک مطالعه تطبیقی بین دو بافت قدیم و جدید و در جست‌وجوی پاسخ به دو پرسش اصلی زیر صورت گرفته است:

۱. فرهنگ، چگونه موجب تفاوت‌های مصرفی و درک متفاوت از فضاهای خانه‌ها، در دو بافت قدیم و جدید شهر همدان می‌شود؟
 ۲. فرهنگ، چگونه به واسطه شکل ساختمان‌ها و رفتارهای مصرفی ساکنین خانه‌ها، خود را باز تولید می‌کند؟
- با کنار هم قرار دادن شباهت‌ها و تفاوت‌ها و بر مبنای یک روش مقایسه‌ای، تلاش می‌شود تا تحلیل دقیق‌تری بدست آید؛ زیرا تفاوت و تنوع رویکردها در علوم مختلف و مخصوصاً پیچیدگی داده‌ها در تحقیقات کیفی، لزوم این روش را بیشتر نشان می‌دهد.
- برای شروع این پژوهش، در ابتدا، یک مشاهده اکتشافی از محیط با نگاه به شرایط محله، بافت، ساخت و رفتارهای اهالی محل صورت می‌گیرد. حاصل این مشاهدات، ارائه یک تیپولوژی از گونه‌های مختلف ساخت خانه در دو بافت قدیم و جدید است. در محله حاجی، چهار گونه ساخت دیده می‌شود که عبارتند از:

- خانه‌های تاریخی که به‌عنوان آثار تاریخی و میراث فرهنگی ملی محسوب می‌شوند.
- خانه‌های آپارتمانی که طی برنامه‌های اخیر نوسازی ساخته شده‌اند.
- خانه‌های کلنگی که افراد آن‌ها را خریداری می‌کنند و حتی مدتی در آن‌جا زندگی می‌کنند تا بتوانند آن‌ها را از نو بسازند.
- خانه‌های مربوط به دهه‌های ۳۰ و ۴۰ که مردم در آن‌ها زندگی می‌کنند و بیشتر آن‌ها اهالی قدیمی محله هستند و قصد نوسازی خانه را ندارند.
- برای نشان دادن معنای دقیق سبک زندگی در بافت قدیم از میان این چهار گونه، دو گونه آخر انتخاب می‌شود که هم زندگی در آن‌ها جریان دارد و هم این‌که معنای قدیمی بودن را در خود دارد.
- در منطقه استادان، پس از مطالعات اکتشافی که به عمل آمد، دو گونه از خانه‌ها قابل مشاهده است که عبارتند از:

- خانه‌های آپارتمانی که طی چند سال اخیر ساخته شده‌اند و اکثر افراد ساکن در آن‌ها، افرادی از طبقات اقتصادی متوسط رو به بالا هستند.

- خانه‌های ویلایی که به سبک جدیدی ساخته شده‌اند و اکثر افرادی که در آن‌ها ساکن‌اند، از طبقات اقتصادی بالا و مرفه جامعه محسوب می‌شوند.

در منطقه استادان هر دو گونه خانه‌های آپارتمانی و ویلایی از خانه‌های سبک جدید بوده، تناقضی با تحلیل سبک زندگی جدید ندارند؛ بنابراین در منطقه استادان هم خانه‌های ویلایی و هم آپارتمانی مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

راهبرد دیگر در این پژوهش، استفاده از اطلاع‌رسان‌ها است. اطلاع‌رسان‌ها پل ارتباطی خوبی برای برقراری رابطه بهتر محقق با افراد محلی هستند؛ مانند عده‌ای از افراد آشنا که به‌عنوان واسطه یا معرف جهت مصاحبه با افراد به محقق کمک می‌کنند. گروه دیگر ریش‌سفیدان و بنگاهداری هستند که از شرایط محل و خانه‌ها مطلع بوده و اطلاعاتی در اختیار محقق قرار می‌دهند. روش دیگر جمع‌آوری داده، مصاحبه است. مصاحبه‌ای که در این پژوهش صورت گرفته، یک مصاحبه عمیق به‌وسیله سؤالات باز است. این شکل از مصاحبه بیشتر داده‌محور است؛ یعنی محقق با توجه به شرایطی که در میدان وجود دارد، سؤالاتش را تنظیم می‌کند. روش دیگر استفاده‌شده در این پژوهش، مشاهده است و به علت این‌که محقق مجبور است برای ثبت داده‌ها وارد منازل شود، از مشاهده علنی استفاده کرده است؛ و برای جلوگیری از خطای این شکل از مشاهده، محقق مقوله‌های پژوهش را از هم جدا کرده است و آن دسته از مقولاتی را که مربوط به اشیاء و فضاها می‌باشند، از طریق مشاهده، مورد بررسی قرار داده است.

در واقع، در این پژوهش دو مقوله وجود دارد: (۱) معماری که همان داده‌های عینی از شکل ساختمان‌ها است که به‌عنوان امر کالبدی فرض می‌شود. (۲) مصرف فرهنگی که همان رفتارها و عادات روزانه مردم است که به‌عنوان امر انسانی فرض می‌شود. محقق در زمینه مشاهده تنها پدیده‌های کالبدی را مورد مطالعه قرار داده است و از طریق عکس این مشاهدات را ثبت کرده است. جهت درک رفتارهای روزانه مثل خوردن، خوابیدن و... که مقولات انسانی هستند، از روش مصاحبه استفاده کرده است؛ چراکه ممکن است حضور محقق در حین خوردن غذا یا... رفتارها را به سمت کلیشه‌ای شدن ببرد. مشاهدات و تجربه‌گرایی در این پژوهش یک مکمل برای نظریات پژوهش است. «نظریه‌ها به تفسیر معنای مشاهدات و الگوها کمک کرده، اهمیت آن‌ها را برجسته می‌سازند». نظریات کمک می‌کنند که معنای یافته‌ها بهتر دریافت و درک شوند (دواس، ۱۳۸۷، ۳۱).

نمونه‌گیری در این پژوهش، یک نمونه‌گیری گزینشی است که مکان‌ها به شکلی هدف‌دار انتخاب می‌شوند. جامعه آماری این پژوهش، افراد ساکن در دو بافت قدیم و جدید شهر همدان در سال ۱۳۹۲ است

شکل ۱ بیانگر کیفیت فضاها و شرایط زندگی در منطقه حاجی است: درهم بودن و عدم نظم و نیز فرسودگی کالبدی. فضای اتاق خواب که می‌توانست بیانگر حریم شخصی و خصوصی برای آسایش ساکنان باشد، به فضایی برای انبار کردن وسایل منزل تبدیل شده است؛ همین‌طور فضاهایی از آشپزخانه و یا حیاط که به دلیل فرسودگی و تاثیر آن بر عدم دلبستگی ساکنین، دچار نوعی درهم ریختگی است. دریافت حس تعلق به مکان و احساس‌های خوب از مکان‌ها که مخاطب را به یک آراستگی فضایی و حس علاقه به چیدمان‌های فضایی رهنمون سازد، بسته به داشته‌های مادی و فرهنگی است که افق دید را از ابتدا تا امروز شکل داده‌اند. خارج از مجموعه این داشته‌های تجربه‌شده، انسان قادر نیست که چیز دیگری از فضا دریافت کند. در این احساسات، خلاقیت یا همان تولید ثانویه نیز درگیر است. اما خلاقیت هم نمی‌تواند فراتر از نظام داشته‌های مادی و فرهنگی صورت گیرد. افراد ساکن در این خانه‌ها معمولاً در یک نظام سنتی تعریف‌شده از فرهنگ و همین‌طور به دلایل نداشتن وسع مالی در مجموعه‌ای از مکان‌های فرسوده و وسایل صرفاً ضروری نه لوکس، زندگی خود را سپری می‌کنند؛ که درگیر شدن در این شکل از زندگی احساس خوب به مکان و دل‌بستگی و خلاقیت نسبت به آرایش مکان را از ساکنان می‌گیرد.

که به ترتیب، مناطق حاجی و استادان هستند. در این پژوهش ۱۴ خانه در منطقه حاجی و ۱۳ خانه در منطقه استادان به‌عنوان نمونه در نظر گرفته شده است. البته نمونه اصلی ۱۰ مورد بوده است و به دلیل این‌که در این پژوهش از روش اشباع نمونه استفاده شده است، چند مورد آخر، به‌عنوان مکمل نمونه محسوب می‌شوند؛ یعنی پژوهش به‌جایی می‌رسد که نمونه جدیدتری جهت مطالعه وجود ندارد و محقق به اشباع نمونه رسیده است و داده‌ها روبه تکرار می‌روند. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها، داده‌های به‌دست‌آمده به روش توصیفی دسته‌بندی می‌شود و بعد از نشان دادن ابعاد موجود در مفاهیم، ابعاد و مفاهیم را به روش مقایسه‌ای شرح داده است. توصیفات، پایه «نظم دادن‌های مفهومی» حساب می‌شوند. «نظم دادن مفهومی عبارت است از سازمان دادن به داده‌ها در قالب دسته‌ها یا مقوله‌های مشخص (و گاه رتبه‌بندی شده) بر طبق ویژگی‌ها و ابعاد و سپس استفاده از توصیف برای باز کردن و توضیح دادن هر یک از آن دسته‌ها یا مقوله‌ها» (استراوس و کربین، ۱۳۹۰، ۴۰). پژوهشگر با استفاده از این داده‌ها، معنا را استخراج می‌کند. این روش این فرصت را به محقق می‌دهد که تمایزات و تشابهات موجود در گروه‌ها را نیز ببیند و بر اساس آن‌ها تحلیلی عمیق ارائه دهد و از سطح توصیف صرف عبور کند.



شکل ۱. نمونه‌هایی از وضعیت زندگی در فضای داخلی خانه، منطقه حاجی



شکل ۲. نمونه‌هایی از وضعیت زندگی در فضاهای داخلی خانه، منطقه استادان

و مقایسه مفاهیم به‌دست‌آمده به تحلیل رابطه فضاهای معماری و فرهنگ مصرفی ساکنین خانه‌ها پرداخته است. جدول ۱ نشان‌دهنده تفاوت خانه‌ها در دو بافت از نظر فضاها، سبک مصرف و تعاریف متفاوتشان از فضاها و رفتارها می‌باشد.

تحلیل تعاریف مشترک افراد در مورد سبک خانه و دکوراسیون
زندگی سخت ناشی از فرسودگی کالبد معماری، باعث ایجاد حس دل‌زدگی در افراد می‌شود. افراد ساکن در محله حاجی، اکثراً قصد نوسازی و یا فروش خانه‌هایشان را داشتند؛ بنابراین حس تعلق خاطر نسبت به مکان در آن‌ها به‌ندرت دیده می‌شد. از طرف دیگر، مسئله نوسازی محله و تبدیل خانه‌های فرسوده به آپارتمان، حس نوستالژیک و دل‌بستگی به مکان را از بین برده است؛ بنابراین، افراد هیچ‌گونه احساس رضایتی از خانه‌هایشان نداشتند. وقتی حس عدم دل‌بستگی به مکان به وجود آید انسان‌ها برای ایجاد حس بهترشان به مکان هیچ تلاشی نمی‌کنند. نتیجه این امر، بی‌نظمی در خانه‌های منطقه حاجی بود که به‌وضوح دیده می‌شد.

در منطقه حاجی خانه‌های مورد مشاهده همگی خانه‌های ویلایی بودند، اما اکثراً خانه‌های ویلایی را به آپارتمان ترجیح می‌دادند. در منطقه استادان، خانه‌های آپارتمانی و ویلایی، هر دو جزء نمونه مورد مشاهده بودند، اما اکثراً از شرایط زندگی آپارتمانی راضی بودند.

شکل ۲ بیانگر کیفیت فضاها و شرایط زندگی در منطقه استادان است. زندگی مدرن و نظم‌ی که متأثر از توان مالی افراد، آمیختگی با فرهنگ مدرن و تعاریف فرهنگی طبقه بالا است. فرهنگ‌پذیر شدن انسان‌ها در این مجموعه، انسان را به سمتی می‌کشاند که به شکلی ناخودآگاه در سیر و طبقه‌بندی رفتاری مشابه با همسایگان و افراد هم‌طبقه خود قرار می‌گیرد. شکل ۲ از چهار خانه متفاوت تهیه شده است؛ اما نوعی هارمونی و تناسب و تقریباً یک تعریف مشابه از مصرف مدرن بین ساکنان این منطقه دیده می‌شود. این تعاریف مشترک از مصرف مدرن، نظم و هارمونی رنگ در فضا، همگی از تأثیرات صرفاً فرهنگی یا بالعکس تأثیرات فضا نمی‌باشد؛ بلکه مجموعه‌ای از بسترهای مادی و فرهنگی دست به دست هم می‌دهند تا باروری فرهنگ مدرن در طبقه‌ای از افراد مرفه و ساکنین مناطق جدید ایجاد کنند.

یافته‌های تحلیلی

با انجام مطالعات میدانی، مشاهدات و مصاحبه‌هایی که با اهالی ساکن در خانه‌های دو بافت قدیم و جدید صورت گرفت، نتایجی از تفاوت‌های ظاهری فضاها، سبک مصرف و تعاریف افراد از احساساتشان نسبت به فضاها به دست آمد. محقق پاسخ‌ها را با توجه به بیشترین فراوانی، به‌عنوان مفاهیم مشترک ساکنین هر بافت، دسته‌بندی و سپس مفهوم‌سازی کرده است. سپس با مقایسه نتایج حاصل از مشاهدات

جدول ۱. سبک مصرف و تفاوت‌های نگرشی ساکنین خانه‌های دو بافت حاجی و استادان

فضای خانه‌ها	فرم فضاها	فراوانی بافت حاجی	فراوانی بافت استادان	رفتار مصرفی	سبک مصرف	فراوانی ساکنین بافت حاجی	فراوانی ساکنین بافت استادان	تعاریف ساکنین خانه‌های بافت استادان از فضای خانه و احساس آن‌ها	تعاریف ساکنین خانه‌های بافت حاجی از فضای خانه و احساس آن‌ها
سبک ساخت خانه	قدیمی	۱۴	-	سنتی	۱۴	-	-	-	-
	جدید	-	۱۳	نحوه چیدمان منزل	مدرن	-	۱۰	-	-
	ترکیبی	-	۳	ترکیبی	مدرن	-	۱۰	-	-
مکان پذیرایی	مکان پذیرایی مجزا	۸	۱۳	روی میز	روی زمین	-	۱۳	-	-
	نداشتن فضای پذیرایی	۶	-	سلف سرویس	سلف سرویس	-	۱۱	-	-
	مکان پذیرایی	-	-	سلف سرویس	سلف سرویس	-	۱۱	-	-

ادامه جدول ۱. سبک مصرف و تفاوت‌های نگرشی ساکنین خانه‌های دو بافت حاجی و استادان

فضای خانه‌ها	فرم فضاها	فراوانی	فراوانی خانه‌های بافت استادان	رفتار مصرفی	سبک مصرف	فراوانی ساکنین بافت حاجی	فراوانی ساکنین بافت استادان	تعاریف ساکنین خانه‌های بافت استادان از فضای خانه و احساس آن‌ها	تعاریف ساکنین خانه‌های بافت حاجی از فضای خانه و احساس آن‌ها
آشپزخانه	بسته	۹	۱					- ترجیح سبک اپن به بسته برای زیبایی بیشتر	- ترجیح آشپزخانه بسته به اپن به دلیل دیده نشدن و راحتی بیشتر جلو مهمان و نامحررها
	اپن	۵	۱۲	نحوه استفاده از اپن	به‌عنوان میز غذا	۵	۴	- مشرف بودن به فضاهای دیگر خانه	- نداشتن امکانات کافی و قدیمی بودن دیوارها برای تغییر سبک آشپزخانه
							۲	- برقراری رابطه با افراد خانه موقع آشپزی	- پوشاندن اپن با پرده
اتاق خواب	اتاق مشترک	۸	-	خوابیدن	روی زمین	۱۲	-	- تخصیص حریم شخصی به افراد به دلیل راحتی بیشتر	- تخصیص ندادن حریم شخصی به دلیل کمبود فضا
	اتاق شخصی	۶	۱۳		روی تخت	۲	۱۳	- ضروری دانستن حریم شخصی جهت حفظ حرمت‌ها و کسب استقلال	- عیب دانستن و حفظ حرمت ضروری ندانستن حریم شخصی
دستشویی	ایرانی	۱۳	-		استفاده از ایرانی	۹	-		
	فرنگی	۱	-		فرنگی	۱	-	- ترجیح استفاده از توالت فرنگی به ایرانی به خطر راحتی بیشتر البته در صورت شخصی بودن	- ترجیح استفاده از توالت ایرانی به فرنگی به خاطر جلوگیری از نجاست و تمیزتر بودن توالت ایرانی
	استفاده از هر دو	-	۱۳	دستشویی کردن	صندلی فرنگی و ایرانی	-	۱۳	- جلوگیری از آسیب به بدن	

موجب ایجاد نارضایتی آن‌ها از زندگی آپارتمان‌نشینی می‌شود؛ اما آپارتمان‌های منطقه استادان از کیفیت‌های ساخت‌وساز بالایی برخوردارند. پارکینگ‌های بدون مزاحم، واحدهای مجزایی که با وجود درهای ضد حریق کاملاً از هم جدا شده‌اند، آسانسور، عایق صدا و افراد ساکنی که یا سابقه آپارتمان‌نشینی دارند یا سعی می‌کنند رفتارهای مدرنی سازگار با ساختار و بافت مدرن استادان از خود بروز دهند. افراد ساکن در این خانه‌ها نه تنها احساس عدم استقلال نداشتند، بلکه

این مسئله بیانگر این است که افراد طبق افق دید خود ترجیحات و احساسات خود را طبقه‌بندی می‌کنند. آپارتمان‌هایی که در منطقه حاجی ساخته شده‌اند، آپارتمان‌های بسازوبفروشی هستند که از حداقل امکانات برخوردارند و افراد ساکن در آن‌ها اکثراً کسانی هستند که به خاطر وسع مالی پایین مجبور به خریداری آنجا شده‌اند یا افرادی هستند که قبل از آپارتمان‌نشینی در خانه‌های شخصی کلنگی ساکن بوده‌اند و هنوز با آداب زندگی آپارتمان‌نشینی آشنایی ندارند؛ بنابراین،

منطقه حاجی، افرادی به نسبت مذهبی هستند و مسئله دیگر، فرهنگ سنتی غالب در آن مکان و اصول مردسالاری است که هنوز هم در بین این افراد حاکم است.

تمام موارد و جزئیاتی که در یک خانه وجود دارد، متناسب با آنچه که هستیم و یا می‌خواهیم باشیم، درست نشده‌اند. افراد ساکن منطقه حاجی، خانه‌های خود را از چندین سال پیش درست کرده‌اند یا اینکه خانه‌های کلنگی را برای استقرار موقت خریداری کرده‌اند؛ بنابراین تمام این دلایل مبنی بر انتخاب‌های نیت‌مند افراد نیست. افراد طی جریانی از زندگی و تاریخ در یک گونه و یا سبک خاصی مستقر می‌شوند. آگاهی آن‌ها تنها در همان حوزه‌ای شکل می‌گیرد که در آن حضور دارند؛ «ما در جهانی زاده می‌شویم که پیش از ما وجود دارد» (بارکر، ۱۳۹۱، ۳۹۶). به اعتقاد گیرتز فرهنگی که انسان را در زندگی شکل می‌دهد و هویت و آگاهی انسان را سازمان‌دهی می‌کند، «الگوی معنایی که به لحاظ تاریخی منتقل شده و در نمادها تجسم می‌یابند، نظامی از مفاهیم موروثی که به شکل‌هایی نمادین به‌وسیله ابزارهای برقراری ارتباط انسانی، توسعه دانش و نگرش انسان نسبت به زندگی نمایش داده می‌شوند» (سالزمن، ۱۳۸۸، ۱۱۴)؛ بنابراین، این شکل از آگاهی نسبت به هویت خود تقریباً یک رونمایی از داشته‌ها است. این آگاهی چندان خالصانه و معصوم نیست؛ آغشته به انواع بازنمایی‌ها است.

یک فرد، تنها در صورتی می‌تواند چیزی را به چیز دیگر ترجیح دهد که هردو آن‌ها را تجربه کرده باشد و می‌داند که چه می‌خواهد. به اعتقاد میلان کوندرا، ما هیچ‌گاه نمی‌توانیم بدانیم که واقعاً چه می‌خواهیم؛ لذا ما با زیستن تنها یک سبک از زندگی، قادر نخواهیم بود که آن را با زندگی‌هایی که تجربه نکرده‌ایم، مقایسه کنیم (بارکر، ۱۳۹۱، ۴۲۴). فرد در طول زندگی‌اش در درون شبکه‌ای از روابط قرار دارد که از قبل وجود داشته‌اند و این روابط «در مدل‌سازی صور حس‌پذیری و اندیشه او نقش دارند». این‌ها عادت‌واره‌هایی هستند که انسان‌ها با توجه به آن‌ها به کنش می‌پردازند. به اعتقاد بوردیو، اصل کنش‌های تاریخی نه در آگاهی و نه در اشیاء نهفته است؛ بلکه در رابطه بین دو امر اجتماعی جا دارد؛ یعنی بین تاریخ عینیت‌یافته در اشیاء که همان نهادها هستند و تاریخی متجسم در بدن که همان عادت‌واره‌های ما هستند (کروف، ۱۳۹۲، ۳۴).

در بسیاری مواقع، تنها به چیزهایی که چشم عادت به دیدنشان دارد، توجه می‌شود و بر اساس همین عادات روزانه، اعتقادات سمت‌وسو می‌گیرد؛ اما بافت استادان یک بافت جدید است که اکثر افراد آن محله خانه‌هایی تازه‌ساز دارند و اکثراً از طبقه مرفه جامعه هستند.

تمکن مالی به انسان‌ها فرصت تغییر می‌دهد و به انسان، امکان تجربه

حس رضایت کامل آن‌ها به خاطر «استقلال و امنیتی» بود که کیفیت ساختمان‌ها برایشان فراهم می‌کرد.

تحلیل مفاهیم مشترک افراد در خصوص نحوه پذیرایی از مهمانان

در مورد عمل غذا خوردن، آنچه که این رفتار را توضیح می‌دهد، الگوهای فرهنگی است. «خوردن چیزی است که جزء نظامی پیچیده از مفاهیم، دریافت‌ها، هنجارها، ارزش‌ها، احساسات و رفتارها است. همچنین نمودی است از این‌که یاد گرفته‌ایم، دنیا را چه طور ببینیم» (ماناگن، جاست، ۱۳۸۹، ۵۸-۵۷). داشتن یا نداشتن میز ناهارخوری جنبه مادی است؛ اما در صورت وسع مالی به‌جای خرید میز غذاخوری، خریداری فرش جنبه فرهنگی و معنوی است. شیوه و آداب غذا خوردن بخشی از نظام گسترده‌تری هستند که متشکل از مقوله‌های مفهومی گوناگون است. درواقع، آداب غذا خوردن و نحوه صرف غذا برای مهمان، ارزش‌های اخلاقی هستند که به اعمال زیستی ما تجربه‌ای انسانی و فرهنگی می‌بخشد. ما انسان‌ها هستیم که با معناهای فرهنگی خود، فضاها را به شکل خاص خود تعریف می‌کنیم. اگر معتقد به مسائل محرم و نامحرم، یا این‌که تابع فرهنگ‌های مردسالارانه باشیم، کوچکی فضا را با راهبرد تفکیک جنسیت جبران می‌کنیم. (مانند ساکنان منطقه حاجی)؛ اما اگر این شکل از اعتقادات برای ما جایگاه دیگری داشته باشند یا حضورشان در ما کم‌رنگ‌تر و یا حتی بی‌رنگ باشد، کوچکی جا یا نداشتن میز ناهارخوری را با راهکار صرف سرویس جبران می‌کنیم (مانند ساکنان افراد منطقه استادان). این شکلی از نمودهای فرهنگ‌پذیری می‌باشد. «فرهنگ‌پذیری ما آن چیزی است که انتخاب‌های معینی را در چشم ما زنده، حیاتی و اجباری و چیزهای دیگری را مرده، کم‌اهمیت و انتخابی نشان می‌دهد» (بارکر، ۱۳۹۱، ۲۱۳).

تحلیل مفاهیم مشترک افراد در خصوص سبک آشپزخانه

مفاهیم مشترکی که از مجموع تعاریف ساکنان در خصوص سبک آشپزخانه در منطقه حاجی به دست آمد، بدین شرح است که بیشتر آن‌ها آشپزخانه بسته را به این ترجیح می‌دادند و دلیلشان برای این ارجحیت، «دیده نشدن» و «راحتی بیشتر» بود. عده‌ای هم که این داشتند یا با پرده آن را پوشانده بودند یا کارکرد فضای خالی برای قرار دادن دکور داشت؛ اما در منطقه استادان، اکثر افراد آشپزخانه‌اُپن را به بسته ترجیح می‌دادند و دلیلشان برای این ارجحیت «برقراری ارتباط بیشتر با افراد خانه» بود. تعدادی هم که آشپزخانه بسته را ترجیح می‌دادند به خاطر «دور از چشم نگه‌داشتن ریخت‌وپاش» بود. ساکنان

تخت یا کمد شخصی نیز پیدا نمی‌کنند؛ زیرا داشتن حریم شخصی و مشخص کردن آن برای دیگران نیاز به یک نظام فرهنگی متناسب با حوزه شخصی دارد. این نظام همان کلیتی است که سوسور به آن معتقد است؛ نظام کلی یک خانه مجموعه‌ای از اشیاء، فضا، انسان‌ها، رفتارها، الگوها و ارزش‌های رفتاری می‌باشد؛ بنابراین تغییر یا اصلاح هر یک از این اجزاء نیاز به هماهنگی با دیگر اجزا دارد.

داشتن حریم خصوصی جزء مهم‌ترین مواردی است که نقطه‌ی مقابل جمع و حریم عمومی قرار می‌گیرد؛ اما در جامعه جدید و مدرن بازنمایی‌ها هستند که رفتارها را تعریف می‌کنند. آنچه که از انواع بازنمایی‌ها در ذهن ناخودآگاه افراد نقش می‌بندد، انواعی از الگوهای رفتاری مثل فردگرایی و حفظ حریم‌های شخصی است. این به معنای نداشتن رفتارهای خصوصی در جوامع قدیمی نیست؛ بلکه به معنای اشکال مختلف حریم‌ها بین جوامع است. ضرورت نداشتن حریم شخصی، بی‌تفاوتی به مرزبندی‌های رفتاری و مکانی در بین ساکنین منطقه حاجی نمی‌باشد. رفتارهای هر جمعی و هر فرهنگی، خاص خود همان فرهنگ باید تفسیر شود. این در واقع همان رعایت اصول نسبی‌گرایی در مطالعه فرهنگ است. اگر هر رفتاری را در کلیت ساختاری خود در نظر بگیریم، این شکل از رفتارها در این کلیت هم دارای معنی خواهند بود و هم به‌عنوان رفتاری غیراخلاقی از سوی مفسر تعبیر نخواهند شد.

تحلیل تعاریف مشترک افراد در مورد سبک دست‌شویی

بیشتر ساکنان منطقه حاجی، توالت ایرانی را به فرنگی ترجیح می‌دادند. خیلی از آن‌ها از فواید توالت فرنگی آگاه بودند، اما آن را به دلیل «نجاست» و کثیف بودن قبول نداشتند. ساکنان منطقه استادان، اکثراً توالت فرنگی استفاده می‌کردند؛ اما بیشتر این افراد، استفاده از فرنگی را به شرط «شخصی بودنش» قبول داشتند. چند دستشویی و حتی محل قرارگیری توالت فرنگی در خانه‌ها بیانگر مصرف شخصی و کارکردهای تخصیص یافته است. به‌طور مثال، توالت فرنگی حمام داخل اتاق در خود معنای شخصی بودن را دارد. این مسئله بیانگر قدرت چیزها و تعاریفی است که مکان‌ها می‌توانند برای ما فراهم کنند و قسمی از سهم اشیاء و مکان‌ها در شکل‌دهی به آگاهی ما است؛ اما داشته‌های مکان در مرحله اول تنها به‌عنوان یک پیشنهاد است. حسی که از مکان گرفته می‌شود، برای درک شدن نیاز به فهم فرهنگی دارد. آنچه که یک مکان را برای ما تعریف می‌کند نیازهای ما هستند. حد توقعات و نیازها نمی‌تواند ورای تاریخ و داشته‌های ما باشد. ما چیزهایی را شناسایی می‌کنیم که در افق دید ما بوده‌اند؛ بنابراین به چیزهایی نیاز داریم که در حد این افق دید، فقدان آن را احساس

سریع‌تر تغییرات جدید را می‌دهد؛ لذا این امکان وجود دارد که قبل از سکونت در آنجا تجارب متفاوت‌تری را کسب کرده‌اند و بر اساس تجربه زیسته‌شان سبک خانه جدیدشان را انتخاب کرده‌اند. این انتخاب می‌تواند حاصل تاریخی باشد که از تنوع بیشتری برخوردار است. وقتی میدان کنش‌های ما از یک تاریخ به نسبت ثابتی برخوردار است، تنها در همان حوزه تاریخی می‌تواند به کنش بپردازد. در واقع، تعاریفی که افراد از زندگی، نحوه مصرف و هویتشان بیان کردند، به‌نوعی، تفسیر آن‌ها از شرایط زندگی‌شان است. به اعتقاد گیدنز «هویت شیوه اندیشیدن درباره خودمان است؛ تفکر ما درباره آنچه هستیم که از شرایطی به شرایط دیگر در زمان و مکان تغییر می‌کند». گیدنز معتقد است که این یک پروژه است؛ که همواره در فرآیند و تغییر است (بارکر، ۱۳۹۱، ۳۹۶). تفسیری که یک فرد از زندگی‌اش دارد، یک شناخت متغیر و موقت است. این شناخت مبتنی بر خوانش متون زندگی می‌باشد. خانه، اشیاء و افراد ساکن در خانه، متونی از زندگی هستند که افراد، بسته به تفسیری که از این متون دارند، شکل معیشت خود را توصیف و تفسیر می‌کنند. این آگاهی نهفته در تفسیرات، لزوماً خودآگاه و نیت‌مند نمی‌باشد. بیشتر آنچه که انسان‌ها از خود معرفی می‌کنند و آن‌ها را نیت‌های خاص خود به شمار می‌آورند، خاص آنها نیستند؛ بلکه خاص شرایطی هستند که انسان‌ها از ابتدای زندگی گریبان‌گیر آن بوده‌اند.

تحلیل مفاهیم مشترک افراد در خصوص داشتن اتاق‌های شخصی

در اکثر خانه‌های منطقه حاجی به دلیل سبک قدیمی، فضای مشخصی برای حریم شخصی مشخص نشده است. در سبک زندگی قدیم، مشخص بودن حوزه فضایی شخصی فرزندان و مخصوصاً والدین جایگاهی نداشتند و ساکنان نیز به‌تبع، تعریفی از حوزه خصوصی در الگوهای رفتاری و فضایی نداشتند؛ بنابراین افرادی که هم‌اکنون در این خانه‌ها زندگی می‌کنند، با الگوهای فضایی و رفتار متناسب با فضا رفتار می‌کنند. خیلی از آن‌ها داشتن حریم شخصی را غیرضروری و حتی عیب می‌دانستند. در حالی که در منطقه استادان، افراد همگی اتاق‌های شخصی دارند و وجود آن را دلیلی بر راحتی بیشتر و استقلال فردی می‌دانند؛ زیرا این فضا است که بستری برای اندیشه جدید ایجاد می‌کند. اگر اندیشه‌ها، الگوهای رفتاری و تمایلات ما بستری برای ظهور نداشته باشند و به‌کاربرده نشوند در حد یک میل باقی می‌مانند. میل برای بروز پیدا کردن و تبدیل‌شدن به رفتار، نیاز به بستر دارد؛ فضایی که بتواند زندگی و رفتارها را در خود تحقق ببخشد؛ بنابراین، به‌تبع این شرایط، ساکنان میلی به فراهم کردن وسایل شخصی مثل

می‌کنیم. تصور نجاست از توالی فرنگی ریشه در عقاید فرهنگی افراد دارد. افقی که فرهنگ به اذهان می‌بخشد، وسعت دید خاص خود را در اذهان مردم ایجاد می‌کند و از افراد جمع و گروه‌هایی با عقاید و تعبیر خاص جمعی به‌وجود می‌آورد؛ بنابراین با صرف داشتن و یا آگاهی از سبک‌های جدید فضا و اشیاء، افراد نمی‌توانند شیوه مصرفشان را نیز به شکل جدیدی تغییر دهند. این امر نیازمند حمایت الگوهای فرهنگی جدید است.

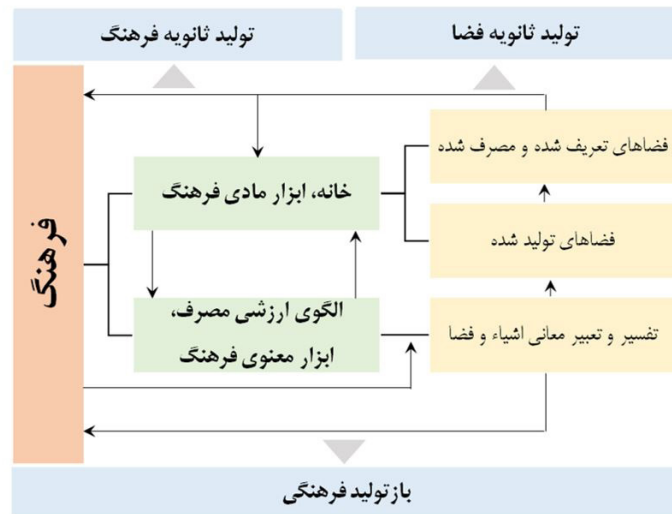
نتیجه‌گیری

در رابطه بین معماری، مصرف و فرهنگ، مسئله اصلی چگونگی تغییر کاربرد عناصر یک ساختمان یا نوع رفتارهای مصرفی متفاوت در بین افراد مختلف می‌باشد. با توجه به این‌که بررسی عمق رفتارها که همان نگرش‌ها و اعتقادات افراد با توجه به مشاهده خود رفتارها و سبک بناها، روش‌های کیفی و مشارکتی می‌طلبند، محقق از طریق روش‌هایی مثل مشاهده، مصاحبه و عکس‌برداری از فضای خانه‌ها به دنبال جواب سؤال‌های خود رفته است. در پاسخ به سؤال اول که چگونه فرهنگ موجب تفاوت مصرف و تفاوت برداشت از فضاها می‌شود، این مسئله مطرح است که سبک‌ها و ذائقه‌های متفاوت از برداشت‌های متفاوت حاصل می‌شود. در واقع، رابطه بین دلالت‌گر (فضاها) و دلالت‌یاب (تصور ما از فضاها) را رمزهای فرهنگی تعیین می‌کنند. این رابطه محصول نظام قراردادهای جمعی است که مختص هر جامعه و تاریخ خود است؛ بنابراین، هر معنایی در چارچوب تاریخی و فرهنگی خود تولید می‌شود. معنای مکان‌ها و اشیاء هرگز ذاتی آن‌ها، ثابت و قطعی نیستند. معانی همیشه از فرهنگ به فرهنگ دیگر متفاوت است. در هر سبکی از معماری، متن مسلطی وجود دارد؛ اما به تعداد مصرف‌کنندگان از آن سبک، شیوه‌های مصرف متفاوت از چیزها وجود دارد. نباید فراموش کرد که هر چیزی از جمله یک بنا یا یک وسیله وقتی در یک شبکه رمزگان فرهنگی قرار می‌گیرد و به‌عنوان وسیله‌ای جهت استفاده انسان فرض می‌شود، دیگر، یک چیز نیست؛ بلکه یک نشانه است و نشانه‌ها به اعتقاد سوسور «سرشت اختیاری» دارند. رابطه میان دال و مدلول رابطه‌ای کاملاً آزادانه است. منتها این آزادی مبتنی بر این قضیه نیست که ما هر برداشتی که می‌خواهیم از یک نشانه داشته باشیم؛ انسان‌ها برای دریافت معنای نشانه‌ها نیاز دارند که به قواعد مورد وفاق جامعه رجوع کنند. این توافقات همان اصول ساختاری بین نشانه‌ها هستند.

رابطه‌ها را ما انسان‌ها تعریف می‌کنیم. همین تفاوت تعاریف است که موجب تفاوت بین سبک‌های زندگی و انسان‌ها می‌شود. خانه‌ها داشته‌های اولیه و سنگ‌بنای شروع معنا برای انسان هستند؛ به‌عنوان چیزی که باید دیده شوند و حس شوند؛ تا بتوانند تولید معنا کنند و درک شوند؛ اما گاهی دو فرد متفاوت در دو خانه شبیه به هم، معانی متفاوتی تولید می‌کنند؛ بنابراین خانه‌ها به‌عنوان نشانه، می‌توانند بر معانی متفاوتی دلالت کنند. نشانه‌ها تنها دارای یک معنی نیستند، بلکه معانی بالقوه بسیاری در یک نشانه نهفته است؛ اما افراد بسته به قابلیت‌های فرهنگی خود متون را تفسیر می‌کنند. قابلیت‌های فرهنگی و رمزگان اجتماعی، مجموعه‌ای از خصایص طبقاتی، جنسیت، ملیت و... هستند. این قابلیت‌های متفاوت، به افراد افکار و ارزش‌های متفاوتی می‌بخشد که باعث می‌شود، افراد از مکان‌ها حتی باوجود مشابه بودنشان، تعبیر و احساسات متفاوتی داشته باشند.

در پاسخ به سؤال دوم که ساختمان‌ها چگونه فرهنگ را بازنمایی می‌کنند، پژوهش بیانگر آنست که بازنمایی همیشه از اشیاء و امکانات مادی مثل فضاها استفاده می‌کند. فضاها به‌عنوان نشانه حامل معنا هستند. خانه‌ها سبک و اجزاء متفاوتی دارند که باعث ایجاد رفتارهای متفاوت و تعبیر متفاوتی می‌شوند. ولی این فرهنگ است که تعبیر و احساسات متفاوت ایجاد می‌کند؛ زیرا با تعاریف و مصرف فرهنگی خود، این تفاوت‌ها، طبقه‌بندی‌ها و ارزش‌گذاری‌ها را ایجاد می‌کنیم؛ بنابراین فضاهایمان را بازنمایی می‌کنیم. این همان نظام فرهنگی است که طبق آن فضا بازنمایی می‌شود. در واقع، فضاهای مشابه در فرهنگ‌های متفاوت به شکل متفاوت و خاص خود بازنمایی می‌شوند. خانه‌ها مفاهیم فرهنگی ما را نمایندگی می‌کنند و بر مفاهیم فرهنگی ما دلالت می‌کنند. خانه‌ها از این طریق رفتارهای ما را تنظیم می‌کنند. رفتارها را طبق فرهنگ و نظام اجتماعی خاص خود تحقق می‌بخشند. در این چرخه همراه با این تأثیرات فضاها و تعاریفشان فرهنگ خود را بازتولید می‌کند (شکل ۳).

دیگرام شکل ۳ الگویی از روابط بین فرهنگ، مصرف و مصرف فرهنگی است: فرهنگ از دو بعد مادی و معنوی تشکیل شده است که بعد مادی فرهنگ در این پژوهش همان خانه‌ها هستند و بعد معنوی آن، الگوهای ارزشی مصرف هستند. خانه‌ها خود به دو قسمت تقسیم می‌شوند که یکی همان فضاهای خانه هستند که از پیش ساخته شده‌اند به‌عنوان اتاق، آشپزخانه و...؛ دوم فضاهایی که انسان‌ها به شیوه خودشان آن‌ها را مصرف می‌کنند و کاربرد فضاها و تعریف فضاها را به نوع خودشان تغییر، اصلاح یا طبقه‌بندی می‌کنند؛ مانند تبدیل اتاق به انباری در یک نوع تعریف و در تعریف متفاوت دیگر، تبدیل اتاق به فضای خصوصی و محل استراحت می‌باشد. الگوهای ارزشی هم در



شکل ۳. چرخه رابطه بین فرهنگ، فضا و بازتولید فرهنگی

۴. بارکر، کریس. (۱۳۹۱). *مطالعات فرهنگی (نظریه و عملکرد)*. (مهدی فرجی و نفیسه حمیدی، مترجمان). تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

۵. بالانتین، آندرو. (۱۳۸۹). *دلوز و گاتاری برای معماران/ مبانی نظری معماری فولدینگ*. (روزبه احمدی نژاد، مترجم). تهران: طحان/ هله.

۶. بمانیان، محمد رضا؛ امیرخانی، آرین؛ و لیلیان، محمدرضا. (۱۳۸۹). *نظم و بی‌نظمی در معماری*. تهران: طحان، هله.

۷. دواس، دی. ای. (۱۳۸۷). *پیمایش در پژوهشات اجتماعی*. (هوشنگ نایبی، مترجم). تهران: نی.

۸. سجودی، فرزانه. (۱۳۸۸). *نشانه‌شناسی: نظریه و عمل*. تهران: علم.

۹. کارل سالزمن، فیلیپ. (۱۳۸۸). *فهم فرهنگ/ مقدمه‌ای بر نظریه انسان‌شناختی*. (محمدامین کنعانی، مترجم). تهران: نقد افکار.

۱۰. کاظمی، عباس. (۱۳۸۸). *پرسه‌زنی و زندگی روزمره/ ایرانی*. تهران: آشیان.

۱۱. کرکوف، فیلیپ. (۱۳۹۲). *جامعه‌شناسی‌های نوین (بین امر جمعی و امر فردی)*. (علیرضا خدای، مترجم). تهران: کتاب آمه.

۱۲. گلرخ، شمیم. (۱۳۹۱). *قرارگاه رفتاری (واحدی برای تحلیل محیط)*. تهران: آرمان شهر.

۱۳. لاش، اسکات. (۱۳۸۳). *جامعه‌شناسی پست مدرنیسم*. (شاپور بهیان، مترجم). تهران: ققنوس.

عمل تبدیل به تفسیرات و نگرش‌های متفاوت ما از چیزها می‌شوند. در تأثیر الگوهای متفاوت بر مصرف‌های متفاوت از فضاها انسان‌ها در مقابل تولیدات فضایی خودشان فضاهایی از جنس مخصوص به خودشان دوباره تولید می‌کنند مثل تبدیل تعریف باز بودن فضا در آشپزخانه این به فضایی برای دکور که کلاً تعریفی جدید به فضاها می‌بخشد؛ بنابراین، در چرخه بازتولید فرهنگی، فرهنگ، خود را به‌واسطه ابزارهای معنوی و مادی‌اش، ثابت می‌بخشد، تغییر می‌دهد، اصلاح می‌کند و در آخر بازتولید می‌کند.

پی‌نوشت‌ها

1. Linton, R.
2. Geertz, C.

فهرست مراجع

۱. استراوس، انسلم؛ و کرین، جولیت. (۱۳۹۰). *مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای*. (ابراهیم افشار، مترجم). تهران: نی.
۲. استوری، جان. (۱۳۸۶). *مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه*. (حسین پاینده، مترجم). تهران: آگه.
۳. اکو، امبرتو. (۱۳۸۹). *نشانه‌شناسی*. (پیروز ایزدی، مترجم). تهران: ثالث.

۱۴. لوکوربوزیه. (۱۳۸۲). به‌سوی معماری نوین، در متن‌هایی برگزیده از مدرنیسم تا پست‌مدرنیسم، لارنس کهن. (عبدالکریم رشیدیان، مترجم). تهران: نی.
۱۵. ماناگن، جان؛ و جاست، پیتر. (۱۳۸۹). *انسان‌شناسی اجتماعی و فرهنگی*. (احمدرضا تقاء، مترجم). تهران: ماهی.
۱۶. نسبیت، کیت. (۱۳۹۱). *نظریه‌های پسادرن در معماری*. (محمدرضا شیرازی، مترجم). تهران: نی.
۱۷. هال، استیوئرت. (۱۳۹۱). *معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی*. (احمد گل محمدی، مترجم). تهران: نی.
۱۸. هاروی، دیوید. (۱۳۹۲). *تجربه شهری*. (عارف اقوامی مقدم، مترجم). تهران: پژواک.
19. Altman, I. & Chemers, M. M. (1980). *Cultural Aspects of Environmental-Behavior Relationships*. In H. C. Triandis & R. W. Brislin (Eds.), *Handbook of Cross-Cultural Psychology* (Vol. 5, pp. 335-394). Boston: Allyn & Bacon.
20. Aragonees, J. I. Francescato, G, & Garling, T. (2002). *Residential Environment: Choice, Satisfaction, and Behavior*. Westport, CT: Bergin & Garvey.
21. Ng, C. F. (1998). Canada as a New Place: The Immigrant's Experience. *Journal of Environmental Psychology*, 18(1), 55-67.
22. Baydar, G. (2004). The Cultural Burden of Architecture. *Journal of Architectural Education*, 57, 19-27. doi:10.1162/104648804323085446
23. Erpi, Feyyaz. (1991). Community Culture and its Reflection on Vernacular Architecture - Three Case Studies: Turkish, Greek and Levantine Housing in Anatolia. *Arch. & Comport. / Arch. Behav.* 7(3), p. 205-222
24. Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic Books.
25. Holland, D. & Quinn, N. (Eds.). (1987). *Cultural Models in Language and Thought*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
26. Lawrence, R. J. (1987). *Housing, Dwellings and Homes: Design Theory, Research and Practice*. New York: John Wiley & Sons.
27. Linton, R. (1945). *The Cultural Background of Personality*. New York: Appleton-Century-Crofts
28. Malkawi, F. & Al-Qudah, I. (2003). The House as an Expression of Social Worlds: Irbid's elite and their architecture. *Journal of Housing and the Built Environment*, 18, 25-48.
29. Ozaki, R. (2002). Housing as a Reflection of Culture: Privatized Living and Privacy in England and Japan. *Housing Studies*, 17 (2), 209-227.
30. Ozdemir, I. M., & Gencosmanoglu, A. B. (2007). Metamorphism in culture and housing desing: Turkey as an example. *Building and environment*, 42(3), 1445-1452.
31. Rapoport, A. (1998). Using Culture in Housing Design. *Housing and Society*, 25 (1-2), 1-20.
32. Triandis, H. C. (1994). *Culture and Social Behavior*. New York: McGraw-Hill.

A Comparative Study of the Relationship among Architecture, Consumption, and Culture in the Houses of Old and New Fabric of the City of Hamedan

*Ali Omrani Pour**, Associate Professor, Faculty of Art and Architecture, University of Kashan, Kashan, Iran.

Mohsen Niazi, Professor, Faculty of Humanities, University of Kashan, Kashan, Iran.

Sima Khazaiyan, M. A. in Cultural Studies, University of Kashan, Kashan, Iran.

Abstract

Culture, as an abstract object, is appeared by things and human behavior. Cultural values and patterns are reflected in behavior, style of internal and external spaces of the houses. Houses as cultural objects are the tools for representation of culture. Therefore, they are not only spaces, but places introduce our cultural feeling, opinion, and values. Ways to use, opportunities to the consumption of the spaces of houses, gives cultural meaning to the areas. In relationship among architecture, culture, and consumption, culture rehabilitates itself by buildings as a physical tools and consumption of residents as a behavioral and cultural manner because architecture and consumption are the tools of cultural representation. The research has two main questions: the first one is to know how) do culture causes consumption diversity and different perceptions from the spaces of the houses in two different urban fabrics in Hamedan? Secondly, how does culture represent itself by the form of buildings and consumption behavior of the residents of these houses? Otherwise, the building elements act in different cultures. Qualitative and field effective methods are used for investigating these questions. The samples for this survey obtain from the residents of Haji (old fabric) and the residents of Ostadan (new fabric) in the city of Hamedan. Consequently, as a case study, 14 houses were selected from the Haji and 13 houses were selected from the Ostadan. This study has two main parameters: 1. Architecture, as a physical and objective matter, 2. Cultural consumption, which is the usual behavior and people's habit, as a human matter. The data collection methods are interviews, observation and photography. Physical-spatial elements are studied by observation usual behavior, and habits such as eating and sleeping studied by interview. The observation is developed by studying the photos taken through the inspections of the internal spaces of both groups of houses. The interview in this research is a serious interview with open questions from the residents of the randomly selected houses. Data analysis methods are usable description concepts. Data achieved through the interviews categorized according to the abundance of the answers and conceptualized. The categories are the main and primary meaning of the residents in each urban district. This data is compared with data gained through the observation. The comparison reflects the relationship among architectural spaces of the houses and the cultural consumption of the residents of these houses. As a result, this study shows how different cultural structure in both new and old fabric has made diversities to the way of attitude and valuation of residents such as difference in style of interior design and arrangement, guest room and the quality of reception, WC, kitchen style, having private space and different styles of house. A house is the significant point and involves primary data to be seen and sensed to make meaning for humans. Thus, a house can betoken different meanings. Many potential meanings are involved in a sign and people interpret it to each cultural context.

Keywords: Architecture, Culture, Consumption, Hamedan, Old fabric, New fabric.

* Corresponding Author Email: a_omrani@kashanu.ac.ir