

معماری مسکونی امروز شهر تهران و پروبلماتیک فرهنگ از منظری جامعه‌شناختی*

شیمیا شصتی^۱، محمدمنصور فلامکی^۲، مهرداد جواهری‌پور^۳
دریافت: ۱۳۹۵/۰۳/۰۳؛ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۰/۰۶

چکیده

آشفته‌گی کالبدی در معماری امروز شهر تهران، مسئله‌ای است که حتی بیننده غیرمتخصص نیز از آن آگاه است. برخی از پرسش‌های بنیادین که در این مورد مطرح می‌شوند عبارتند از اینکه: متولی تبیین این امر، کدام‌یک از رشته‌های دانشگاهی است؟ آیا معماری و شهرسازی باید این وظیفه را برعهده بگیرد یا جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی؟ آیا اقتصاد سیاسی شهر تهران باید مبنای تبیین این درهم‌ریختگی باشد یا آسیب‌شناسی نحوه مدیریت شهر؟ به نظر می‌رسد فهم این پروبلماتیک، از توان هریک از این رشته‌ها به‌تنهایی، بیرون است و تنها نگاه به پدیده موردنظر از منظری بینارشته‌ای می‌تواند پرتوی بر ماهیت آن بیفکند؛ از این رو ما در این مقاله، تلاش خواهیم کرد آشفته‌گی کالبدی در معماری امروز تهران را از منظر جامعه‌شناختی و حوزه مطالعات فرهنگی، بررسی کنیم. از نظر نویسندگان، این رهیافت در مقایسه با مطالعات مستقل (غیرمیان‌رشته‌ای) به فهم عمیق‌تری از ماهیت این پروبلماتیک منجر خواهد شد؛ بنابراین، در این مقاله خواهیم کوشید نسبت میان شکل مسکن و معماری با عناصر فرهنگی و جامعه‌شناختی را تحلیل کنیم. به عبارت دیگر، برآنیم تا نشان دهیم که تغییرات آشوبناک در عرصه معماری شهر تهران، بیشتر از آنکه ناشی از ذات‌های زیباشناختی و یا ضرورتی مبتنی بر اقتضاهای مهندسی معماری باشد، متغیری وابسته به عناصر فرهنگی و جامعه‌شناسی است.

کلیدواژه‌ها: جامعه ایران، مصرف فرهنگی، سبک زندگی فرهنگی، معماری مسکونی شهر تهران.

* این مقاله برگرفته از رساله دکترای معماری با عنوان «تبیین رابطه معماری مسکونی با مقوله فردیت در سبک زندگی ایرانی (در بخش‌هایی از مناطق ۲، ۳ و ۶ شهر تهران در ده سال اخیر)» به راهنمایی دکتر محمدمنصور فلامکی در گروه معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، دانشکده هنر و معماری است.

۱. دانشجوی دکترای معماری، دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

Email: shima.shasti@yahoo.com

۲. استاد معماری، دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، تهران، ایران.

Email: moh.Falamaki@iauctb.ac.ir

۳. استادیار جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، تهران، ایران.

Email: meh.Javaheripour@iauctb.ac.ir

توجه به معماری و کالبد بناشده، به‌ویژه معماری مسکونی، از جنبه‌های زیادی دارای اهمیت بسیار است. نه تنها از این نظر که معماری مسکونی بیشترین میزان ساخت‌وساز را به خود اختصاص می‌دهد و چهره اصلی شهر را می‌سازد، بلکه به این سبب که کالبد مسکونی به یک معنا، آیینه تمام‌نمای فردیت افراد و فرهنگ یک جامعه است. به بیان لوفور^۱ (۱۳۷۹) هر چقدر زندگی شهری اصیل باشد، شهر این دستورها را به یک سبک تبدیل می‌کند، این سبک، خود را به شکل سبک معماری نشان می‌دهد و با هنر و بررسی موضوعات هنری مرتبط می‌شود. به تعبیر دیگر، آنچه شکل مسکن و سبک و سیاق معماری را از حیث معنوی رقم می‌زند، مقوله فرهنگ است. فرهنگ خانه از منظر انسان‌شناسی مجموعه ارزش‌ها و معانی‌ای است که چستی و چگونگی مفهوم خانه در یک گروه یا قوم و ملت را تعریف و تعیین می‌کند (فاضلی، ۱۳۸۷، ۳۱).

تاریخ، فرهنگ و زندگی روزمره ما، هم‌زمان در خانه و مسکن به هم گره خورده‌اند. چنان‌که مسکن تنها برای بقا و زنده ماندن نیست، بلکه الزامات و اقتضاهای خود را به تمامیت هستی و شیوه زندگی انسان انتقال داده است، و در عین حال تمام اجزا و عناصر فرهنگ، یعنی مذهب، جهان‌شناسی، هنر، علم، فناوری، اقتصاد، سیاست، اسطوره‌ها، و زیبایی‌شناسی، همگی به‌نوعی با مقوله خانه و مسکن در هم آمیخته‌اند. از این منظر شاید بتوان گفت، مهم‌ترین وجه فرهنگی خانه و مکان، نقش و تأثیر آن در تثبیت و شکل دادن به هویت فردی و جمعی ماست.

هر خانه به‌مثابه مجموعه‌ای است که در آن نمادها و نشانه‌های هویتی و شخصیتی مان را به‌نمایش می‌گذاریم. شکل خانه، موقعیت آن، مصالح و تزئینات داخلی خانه هرکدام نمادی است در بردارنده معنایی که صاحبان خانه‌ها، آن‌ها را به‌مثابه پیام‌هایی درباره خودشان می‌دانند که به دیگران انتقال می‌دهند (فاضلی، ۱۳۹۲، ۲۵۲). این مطلب را به‌گونه‌ای دیگر نیز می‌توان بیان کرد. مالکیت خصوصی با هویت فردی رابطه دارد. برای مثال، پژوهش‌های روان‌شناسان اجتماعی نشان داده است که بزرگسالان و حتی کودکان به دارایی‌های شخصی خود وابسته‌اند، زیرا این مالکیت، نوعی تجلی بیرونی خویش و وسیله ابراز هویت خود به خویشان و دیگران است. امروزه مردم از طریق اعمال و کالاهایی که در اختیار می‌گیرند، نمایش می‌دهند، و به دیگران انتقال می‌دهند، خود را تعریف می‌کنند. آن‌ها با دست‌کاری و مدیریت امور ظاهری، هویت خویش را خلق و حفظ می‌کنند. در دنیایی که شمار فزاینده‌ای از کالاها برای استفاده ابزاری در این فرایند در دسترس هستند، هویت، بیش از همیشه تبدیل به موضوعی برای گزینش شخصی تصویر خود



می شود. بنابراین، ما در جهانی به سر می بریم که بیش از پیش به سمت انتخاب تصویری از خود، نزد خود و دیگران سوق داده می شویم^۱.

در چنین شرایطی بحث کالبد معماری و همچنین معماری داخلی با مقوله‌هایی چون فردیت، مصرف، و سبک زندگی پیوند می خورد و مطالعه آن از رشته معماری صرف فراتر رفته و ماهیتی میان رشته‌ای می یابد. به این ترتیب، قصد داریم نشان دهیم که آشفتگی در کالبد چیزی جز تجلی آشفتگی در فردیت، کاستی در فرهنگ، و ضعف مصرف فرهنگی نیست. این مطلب را داریوش شایگان با زبانی دیگر چنین بیان می کند: «برای من مسلم شده است که میان مسکن، یعنی فضای بنا شده، و فضای ذهن و نیز اقلیم دل، هم‌شکلی‌های گریزناپذیری وجود دارد؛ به گونه‌ای که نمی توان یکی را بدون دست بردن در دیگری تغییر داد و معمولاً فضای درون است که مسکن و روح یک شهر را شکل می دهد و می سازد (شایگان، ۱۳۹۲، ۸۶).

با این وصف می توان گفت، هدف این مقاله تبیین نسبت میان کالبد معماری و پروبلماتیک فرهنگ، از طریق بررسی سبک زندگی فرهنگی در نسبت با معماری مسکونی شهر تهران است.

۱. جامعه ایران و فردیت ایرانی

برای فهم نسبت معنای نهفته در پس زندگی روزمره و شیوه کنش افراد از یک سو و شکل مسکن یا کالبد معماری از سوی دیگر، نیازمند مرور اجمالی نظریه‌های جامعه‌شناسی در مورد جامعه ایران هستیم. در این باره می توان به چهار نظریه جامعه‌شناسی، به عنوان نمونه، اشاره کرد. این نظریه‌ها عبارتند از: نظریه جامعه کوتاه‌مدت (محمدعلی همایون کاتوزیان)، نظریه راهبرد و سیاست سرزمینی جامعه ایران (پرویز پیران)، جامعه کژمدرن (حمیدرضا جلائی‌پور)، و جامعه جنبشی (عباس کاظمی). خلاصه‌ای از نکات اصلی هر چهار نظریه در جدول شماره (۱) ارائه شده است.

۱-۱. نظریه جامعه کوتاه‌مدت

ایران برخلاف جامعه درازمدت اروپا، جامعه‌ای کوتاه‌مدت بوده است. در این جامعه، تغییرات - حتی تغییرات مهم و بنیادین - اغلب عمری کوتاه داشته‌اند. این مسئله بی‌تردید نتیجه فقدان یک

۱. برای بحثی تفصیلی‌تر درباره نقش نمادها، اشیا، اعمال و کالاها در برساخته شدن هویت فردی بنگرید به: سوندرز، پتر (۱۳۹۲). نظریه اجتماعی و مسئله شهری (مترجم: محمود شارع‌پور). تهران: تیسرا. گرونو، یوکا (۱۳۹۲). جامعه‌شناسی سلیقه (مترجم: مسعود کیانپور). تهران: نشر مرکز.

Trasler, G. (1982). The psychology of ownership and possessiveness, in: P. Hollowell (ed.), *Property and social relations*, Heinemann.

Warde, A. (1991). Notes on the Relationship between Production and Consumption, in: Burrows, R. & Marsh, C. (eds), *Consumption and Class: Divisions and Change*, London: Macmillan.





چارچوب استوار و خدشه‌ناپذیر قانونی است که می‌توانست تداومی درازمدت را تضمین کند. این خلاصه نظریه جامعه کوتاه‌مدت از دیدگاه کاتوزیان (۱۳۸۷ ب، ۱۳۸۰) است. او بر این نظر است که ایران در سراسر تاریخ خود، دولت و جامعه‌ای خودکامه داشته است، یعنی جامعه‌ای که قدرت و اقتدار در آن، پایه حقوقی و قانونی ندارد. از آنجاکه تداوم درازمدتی در میان نبوده است، این جامعه در فاصله دو دوره کوتاه، تغییراتی اساسی به خود دیده و به این ترتیب، تاریخ آن تبدیل به رشته‌ای از دوره‌های کوتاه‌مدت به هم پیوسته شده است؛ بنابراین، تغییرات در این جامعه، فراوان و اغلب نمایان - و تحرک اجتماعی در درون طبقات گوناگون آن، بسیار بیشتر از جوامع سنتی اروپایی است. در چنین جامعه‌ای، تغییرات انباشتی درازمدت، از جمله انباشت درازمدت مالکیت، ثروت، سرمایه، و نهادهای اجتماعی و خصوصی و حتی نهادهای آموزشی، همواره با دشواری روبه‌رو بوده است.

انباشت سرمایه، مستلزم پرهیز از مصرف در حال، یعنی صرفه‌جویی است و صرفه‌جویی، مستلزم حداقلی از امنیت و اطمینان به آینده است. در کشوری که پول - چه رسد به دارایی‌های مالی و تولیدی - در خطر ضبط و مصادره همیشگی بوده، فرد به جای پس انداز به مصرف واداشته می‌شده است و به‌طورکلی، نبود ضوابط قانونی - یعنی خودکامگی قدرت در همه سطوح - جای چندانی برای امنیت و آینده‌نگری شخصی نمی‌گذاشته است، چه رسد به امنیت و آینده‌نگری سیاسی، اقتصادی، یا مالی (کاتوزیان، ۱۳۸۷ الف، ۶۲). در نتیجه، این جامعه یا درجا می‌زند یا - در اثر نوسان‌های گاه‌وبی‌گاه - از نو شروع می‌کند. کاربرد تعبیر «جامعه کلنگی» از سوی کاتوزیان، بیانگر همین موضوع است، زیرا خیلی از آن چیزهایی را هم که در کوتاه‌مدت ساخته شده، خراب می‌کند تا از نوبسازد (کاتوزیان، ۱۳۸۰، ۲۱۴)؛ بنابراین، از نظر او (۱۳۸۸ الف؛ ۱۳۸۸ ب) چنین مردمی در چنین جامعه‌ای هیچ‌گاه به‌عنوان شهروند، دارای حق نبوده‌اند؛ آن‌ها برای انجام دادن تکالیف و مسئولیت‌های خویش در برابر این حق، یعنی حق شهروندی، تربیت نشده و پرورش نیافته‌اند. هر آزادی‌ای، مسئولیتی و هر حقی وظیفه‌ای را ایجاد می‌کند. در اجتماعی که هیچ‌گونه حق و آزادی‌ای (جز به‌عنوان امتیازی که دولت هر وقت می‌خواسته می‌داده و هر وقت می‌خواست پس می‌گرفته) وجود نداشته، هیچ‌گونه احساس وظیفه و مسئولیتی ایجاد، و پذیرفته نشده است. ایرانی از آنجاکه فردیت به رسمیت شناخته شده‌ای نداشته است، همواره از پذیرفتن نقش در جمع نیز گریزان بوده و تنها به منافع خویش توجه داشته است. در ادامه آشکار خواهد شد که مفهوم جامعه کلنگی و عدم انباشت و تداوم، چه سنخیت پررنگی با آشفتگی‌ای دارد که ما اکنون در معماری شهر تهران با آن روبه‌رو هستیم.

۲-۱. نظریه راهبرد و سیاست سرزمینی جامعه ایران

از دیدگاه پیران (۱۳۸۷ ج)، مهم‌ترین نکته‌ای که این نظریه را از سایر نظریه‌های تبیین‌کننده شرایط ایران متمایز می‌کند، درک انتخاب نیروهای تغییرآفرین ایرانی و در نتیجه نقش کنشگر در مقابل جبرهای مختلف، از جمله جبر محیط زندگی، اقلیم، و طبیعت است. اگرچه مردم ایران همواره در قالب شورش‌ها، قیام‌ها، و جنبش‌های اجتماعی در مقیاس محلی، منطقه‌ای، و سراسری به مبارزه پرداخته‌اند، اما درست در بزنگاه پیروزی و مجبور کردن حاکمیت زورمدار به تسلیم، خودمداری را محوریت بخشیده‌اند و ساختار و الگوی حاکمیتی پیشین را دوباره احیا کرده‌اند. تا دوران معاصر، الگوی زورمداری، چه در دوره‌های تمرکز و چه در دوره‌های عدم تمرکز و فروپاشی، بدون رقیب و جایگزین بوده و نیروهای تغییرآفرین اجتماعی با درک این امر بر آن گردن نهاده و به بازتولید آن می‌پرداخته‌اند. از نظر پیران، کنشگر ایرانی همواره با آگاهی از این واقعیت سیاسی، راهبرد خود را برای رویارویی با آن طراحی کرده و در نهایت به شکلی از مقاومت و بازتولید هم‌زمان در مورد آن دست یازیده است.

بنابراین دیالکتیک سازندگی و ویرانگری، تمرکز و عدم تمرکز، رمز و راز درک تاریخ پرفرازونشیب ایران است. باید توجه داشت که نیروهای دگرگونی‌آفرین ایرانی، همواره با دو انتخاب روبه‌رو بوده‌اند: یا بر گرایش تاریخی خود به استقلال فردی، تعیین سرنوشت خویش، شکل‌دهی و نهادینه کردن نهادهای معرف که نشان‌دهنده گرایش به تعیین‌کنندگی حیطة قدرت از سوی مردم است، پای فشارند و حقوق انسانی خود را طلب کنند و به تدریج به شهروندی موظف و صاحب حقوق تبدیل شوند و از این رهگذر در حیطة شغلی به صنف مستقل، در حیطة شهروندی به انواع شوراها که بازتاب‌دهنده حیطة‌ای از حاکمیت است، که بعدها به حکومت محلی معروف شده‌اند، و در حیطة علایق خود به انجمن‌های گوناگون دست یابند و در عین حال ناامنی وسیع و عمومی را تجربه کنند؛ یا بر زورمداری گردن نهند، در مقام فرد، پایمال شوند، به عقده حقارت و در نتیجه آن، عقده خودبزرگ‌بینی دچار شوند، فرصت طلب بار آیند، دروغ‌گویی و مجیزگویی پیشه کنند، رنج بکشند و بروند که گویی هرگز نبوده‌اند. اما در عوض، در پناه امنیت، شب به روز آورند، بزرگ شوند، همسر برگزینند، شغلی به کف آورند و فرزندان خود را چون خویش پروراندند. انسان ایرانی، دومین حالت را انتخاب کرده است (پیران، ۱۳۸۷ ج). آنچه در اینجا مهم است، استفاده پیران از تعبیر «انتخاب» است که تمایز او را از برخی نظریه‌های ساختارگرایانه و به بیانی، دترمینیستی، برجسته می‌سازد.

به‌عنوان جمع‌بندی مطالبی که مطرح شد، می‌توان چنین گفت که به‌نظر می‌رسد، استبداد دیرپا





در ایران، که به دلیل اهمیت امنیت سرزمینی، کارکردهای بدون جایگزینی به دست می‌آورد، سبب تعادل نیروهای تغییرآفرین اجتماعی شده و همین روایت برای قرن‌ها بازتولید می‌شود. با وجود تغییرات تند سیاسی و بدون توجه به آمدن و رفتن ده‌ها خاندان، ایل و قبیله که بر ایران فرمانروایی داشته‌اند، الگوی زورمندمداری بدون دگرگونی جدی تا دوران معاصر ادامه می‌یابد و در دوران معاصر نیز که با ورود اروپاییان به کشور همراه است، تغییر بنیادین و ماهوی در آن پدید نمی‌آید (پیران، ۱۳۷۹، ۴۰). علاوه بر این، به دلیل وجود عوامل دائمی ناامن‌ساز، امنیت، راهبردی‌ترین مسئله ایرانیان، آن هم از بنگاه تاریخ بوده است (پیران، ۱۳۸۷ ب)؛ به همین دلیل، ذهنیت تاریخی فرد ایرانی، مبتنی بر انتخاب آگاهانه استبداد برای تأمین امنیت در مقابل اقوام بیگانه، به او هویتی دوگانه بخشیده است (پیران، ۱۳۸۷ الف). بهره‌ای که می‌توان از دوگانگی هویتی مورد تأکید پیران برای پیشبرد اهداف این مقاله گرفت، تأکید بر بروز تاریخی این دوگانگی در دوران معاصر تاریخ سیاسی و اجتماعی این سرزمین است؛ رویدادی که شاید بتواند مبنایی برای تبیین آشفتگی در شکل مسکن و دکوراسیون داخلی از دیدگاه معماری و مبنای تحلیل ما از فردیت آشفته ایرانی معاصر و ناگزیر، سبک زندگی غیرهماهنگ او باشد.

۱-۳. نظریه جامعه کژمدرن

جامعه ایران روندهای نوسازی را تا حد زیادی طی کرده و جامعه‌ای مدرن است و مثل هر نوع جامعه مدرن دیگری، جامعه‌ای بی‌عیب و نقص نیست و با انواع معضلات و مشکلات روبه‌رو است (جلائی‌پور، ۱۳۹۲). به باور جلائی‌پور، سنخ جامعه مدرن ایران دارای چهار دسته بدقوارگی و بی‌تناسبی است که به دلیل وجود این بدقوارگی‌ها و بی‌تناسبی‌ها، این جامعه در عین برخورداری از برخی ویژگی‌های ظاهری مدرنیته، جامعه‌ای کژمدرن است. این چهار دسته بدقوارگی عبارتند از:^۱ نبود تناسب‌های بیرونی؛ نارسایی‌های درونی؛ تناسب نداشتن در اقتباس؛ و کاستی در کنش‌های جمعی.

طبق استدلال جلائی‌پور، الگوهایی که جوامع، در طول دوران‌های مختلف و بنا بر شرایط، براساس آن‌ها تغییر کرده و یا به بیان دیگر، فرایند مدرنیزاسیون را تجربه می‌کنند، متفاوت هستند و به‌طورکلی می‌توان آن‌ها را در ذیل سه الگو خلاصه کرد:

تغییرات از بالا: در این الگو، تغییر ابعاد نامطلوب جامعه از طریق استقرار حکومتی متمرکز، مقتدر، و نوگرا میسر است تا با اجرای برنامه‌های اصلاحی به‌وسیله سازمان‌ها، مؤسسه‌های اداری، خدماتی و امنیتی، در راستای زدودن ابعاد نامطلوب جامعه گام بردارد؛

۱. مؤلفه‌های اصلی هریک از این چهار دسته در جدول شماره (۱) ارائه شده است.

تغییرات از پایین یا تغییر انقلابی: در این الگو، جهت‌گیری اصلی این است که مردم ناراضی را خارج از سازوکارهای قانونی تأییدشده حکومت، بسیج کنند تا با قدرت ناشی از بسیج میلیونی مردم، حکومت فاسد موجود، واژگون شود و به‌این ترتیب، با استقرار حکومت برآمده از انقلاب، ابعاد نامطلوب جامعه بهبود یابد.

ایجاد تغییرات از میانه یا تغییرات اصلاحی: در این الگو، برخلاف دو الگوی پیشین، جهت‌گیری به سمت استقرار دولت متمرکز و مقتدر یا بسیج توده‌ای مردم برای سرنگونی حکومت نیست. جهت‌گیری اصلی، فعال کردن بخش میانی جامعه از طریق تقویت نهادهای مدنی، اصناف، رسانه‌های مستقل، احزاب رقابتی، تأکید بر حقوق شهروندی، برگزاری انتخابات آزاد، رقابتی، عادلانه، و سالم است تا بخش میانی بتواند در دوره‌های انتخاباتی، با بحث درباره ابعاد نامطلوب جامعه، بر افکار عمومی اثر بگذارد و از این طریق، با حضور و رأی آگاهانه شهروندان و انتخاب نمایندگان اصلاح طلب، مجلس و دولتی پاسخ‌گو شکل دهند (جلانی‌پور، ۱۳۹۲، ۱۹۹-۱۹۵).

جلانی‌پور در ادامه، پس از بررسی نمونه‌های موجود در هر سه الگو، الگوی چهارمی را با عنوان «الگوی سه‌ضلعی» به‌عنوان الگوی مطلوب پیشنهاد می‌کند. در سه الگوی پیشین، جهت‌گیری اصلی یک‌سویه بود و بر دولت مقتدر اصلاح طلب یا دولت برآمده از انقلاب، و یا تقویت بخش میانی جامعه تأکید داشت. در الگوی اصلاح طلبی سه‌ضلعی، برای درمان هریک از ابعاد نامطلوب جامعه، بر جهت‌گیری سه‌طرفه و لزوم همکاری سه‌جانبه نمایندگان دولت و نهادهای میانی و شهروندان درگیر، یعنی شهروندانی که از تبعیض خاصی رنج می‌برند، تأکید می‌شود. اگر سه الگوی پیشین در منابع نظری جامعه‌شناسی متعارف ریشه داشت، الگوی چهارم ریشه در جامعه‌شناسی متأخر دارد (جلانی‌پور، ۱۳۹۲، ۲۰۱ و ۲۰۲).

به‌طورکلی می‌توان گفت، نظریه جامعه‌کژمدرن، بر نوعی رویکرد مبتنی بر جامعه‌شناسی سیاسی و نقش دولت در آسیب‌شناسی وضعیت فعلی استوار است. این رویکرد به این دلیل در مقاله حاضر مورد تأکید و توجه است که می‌تواند تبیین‌کننده آشفتگی باشد که یکی از نشانه‌های بیرونی جامعه‌کژمدرن، آن هم در حوزه معماری و شهرسازی و دکوراسیون داخلی است. هنگامی که از یکی از کوچه‌های محله‌های تهران عبور می‌کنیم، با انواع و اقسام نماهای ساختمانی، متعلق به سبک‌های گوناگون، از کلاسیک و نئوکلاسیک گرفته تا آجری و مدرن و کامپوزیت برخورد می‌کنیم که دال بر نوعی آشفتگی در ذهنیت سازندگان و کارفرمایان است. بحث اصلی ما در این مقاله این است که همه این‌ها را نمی‌توان به عوامل و عناصر اقتصادی فروکاست؛ هرچند عوامل یادشده در ایجاد چنین وضعیتی، نقشی مهم



دارند. اگر جامعه ایران را جامعه‌ای کژمدرن بدانیم، آن‌گاه می‌توان گفت، معماری امروز شهر تهران، به‌عنوان کلان‌شهر این جامعه کژمدرن نیز، کژمدرن و بدقواره است.

۴-۱. نظریه جامعه جنبشی

در بحثی متفاوت با نظریه جامعه کژمدرن، کاظمی بر آن است که مفهوم جامعه جنبشی در درجه نخست، ناظر بر نقش جنبش‌های اجتماعی در دگرگونی و تعیین سمت‌وسوی تحولات اجتماعی است و در درجه دوم، به اولویت‌مندی جنبش‌های اجتماعی در برابر احزاب و گروه‌های سازمان‌یافته سیاسی می‌پردازد. از نظر او در بسیاری از جوامع مدرن، احزاب و گروه‌های سیاسی، بازیگران مهم تحولات سیاسی به‌شمار می‌روند، اما به‌نظر می‌رسد در ایران این نقش را جنبش‌ها برعهده داشته باشند. تحولات ایران را بیشتر با توجه به جنبش‌های اجتماعی می‌توان پیگیری کرد و از این‌رو احزاب و گروه‌های سیاسی، کمتر از جنبش‌های اجتماعی در این حوزه نقش دارند. اهمیت جنبش‌های اجتماعی در ایران به اندازه‌ای است که می‌توان جامعه ایرانی را جامعه جنبشی نامید. از سوی دیگر، جامعه ایرانی، نه جامعه‌ای کاملاً طبقاتی و نه جامعه‌ای بی‌طبقه است. ساختار طبقاتی گسیخته در ایران، آن را در خور تحلیل‌هایی متفاوت با جوامع غربی کرده است (کاظمی و رضائی، ۱۳۸۷، ۲۲).

جامعه جنبشی، جامعه‌ای است که احزاب و نهادهای سیاسی مردمی در آن به‌آسانی پا نمی‌گیرند و در صورت وجود، فاقد استحکام هستند و رویارویی دولت و مردم در آن عمدتاً مستقیم و بی‌واسطه است، یعنی مردم دوست دارند با دولت به‌طور مستقیم در تعامل باشند، و دولت نیز میل دارد، به‌طور مستقیم با مردم مرتبط باشد. از سوی دیگر، به‌طور کلی سازمان‌های مدرن در جامعه جنبشی قدرتی ندارند و این افراد هستند که در سازمان‌ها حکومت می‌کنند. به‌عبارت دیگر، قواعد غیرشخصی^۱ سازمانی فاقد کارایی هستند و قواعد فردی و شخصی در سازمان‌ها جاری است؛ از این‌رو، ظهور و سقوط سازمان‌ها به ظهور و سقوط افراد وابسته است. سنت‌های فرهنگی (به‌ویژه آموزه‌های دینی) در این جامعه نقش نیرومندی در بسیج توده‌ها دارند، در مقابل، اهداف و مقاصد مدرن (آموزه‌هایی چون دموکراسی و حقوق شهروندی) چندان برای بسیج توده‌ها کارآمد نیستند. رسانه‌های عمومی نسبت به فراخوان‌های حزبی نقش مؤثرتری دارند؛ یعنی از طریق رسانه‌ها بیشتر می‌توان با بدنه جنبشی مرتبط شد. خواسته‌های شهروندان بلندمدت است و همواره حل‌نشده باقی می‌مانند و هر نوع فعالیتی به‌سوی دولت جهت‌گیری می‌شود. جامعه مدنی در چنین جامعه‌ای، تسخیر شده و در مواقعی هم با جامعه مدنی ساختگی روبه‌رو هستیم، زیرا دولت می‌تواند هر لحظه محدوده جامعه مدنی را تغییر دهد. شبکه‌های شناور



1. impersonal

نامحسوس و شبکه‌های غیررسمی اجتماعی از شبکه‌های رسمی اجتماعی نیرومندتر هستند. در عین حال، شبکه‌های غیردولتی بسیار شکننده‌اند؛ بنابراین، حل مسائل در درگیری‌های مهم به جای مداخله احزاب و گروه‌ها، نیازمند دخالت توده مردم (مثلاً از طریق انتخابات) است و در نتیجه، انتخابات، ابزار مهمی برای خودبیانگری مردم به‌شمار می‌آید. نمایندگانی که از سوی مردم به عرصه سیاست فرستاده می‌شوند، به سرعت مشروعیت خود را از دست می‌دهند و بی‌تأثیر می‌شوند. در واقع باید گفت در جامعه جنبشی ایرانی، امید به زندگی‌ها (محبوبیت آدم‌ها، ایده‌ها و نظام‌های سیاسی و...) پایین است. در چنین جامعه‌ای، مردم حوصله فعالیت سیاسی سازمان‌یافته را ندارند و حاضر به صرف زمان مستمر برای چنین فعالیت‌هایی نیستند و به همین دلیل، فعالیت‌ها بیشتر مقطعی هستند؛ از این رو، دولت بسیار نیرومند و جامعه، بسیار واکنشی و معترض است. در این جامعه، دسترسی گفتمانی به‌لحاظ رسمی محدود، ولی در عمل، متکثر است (ماهواره، و...). جامعه قطعه‌قطعه شده است (زنان، جوانان، کارگران، معلمان، و...)، اما خواسته‌ها و نارضایتی‌ها از هم‌گسیخته نیستند. در واقع، پوشش اعتراضی فراگیری وجود دارد که می‌تواند گاه‌وبی‌گاه بخش‌های مختلف را در کنشی اعتراضی گرد هم آورد.

شاید مهم‌ترین نکته‌ای که می‌توانیم از نظریه جامعه جنبشی برای موضوع این مقاله بگیریم، دشواری تحلیل بخشی از جامعه ایران، حتی بخشی کوچک از آن، با استفاده از چارچوب‌های تحلیلی رایج در جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی است. اگر جامعه ایران، آن‌گونه که کاظمی مطرح می‌کند، جامعه‌ای جنبشی است که نقش سنت‌های فرهنگی آن در بسیج توده‌ها بسیار بیشتر از نهادهای مدنی نیم‌بند است، بنابراین آشفتگی در ذهنیت فرد ایرانی به سبب ملغمه فرهنگی‌ای که با آن روبه‌رو است، می‌تواند توضیح‌دهنده وضعیت نابسامان نماهای ساختمانی و آشفتگی در دکوراسیون داخلی خانه‌ها باشد. نظریه‌های مربوط به جامعه ایران، عمدتاً با مفروض انگاشتن نسبت سنت و تجدد در ایران به‌عنوان نسبتی آسیب‌شناسی، در نهایت آشفتگی در عرصه‌های مختلف را نتیجه همین نسبت ناموزون تشخیص می‌دهند. نظریه جامعه جنبشی نیز از این قاعده مستثنا نیست و به نوعی این مقاله نیز در دایره همین تلقی، قابل‌بحث و بررسی خواهد بود.

۲. جمع‌بندی نظریه‌ها

با توجه به مباحثی که درباره چهار نظریه جامعه‌شناسی مطرح شد، می‌توان مؤلفه‌های اصلی هریک از آن‌ها را در قالب جدول شماره (۱) بررسی کرد.



جدول شماره (۱). نکته‌های اصلی نظریه‌های جامعه‌شناختی موجود در مورد جامعه ایران (خلاصه‌سازی از نگارندگان)

نظریه	«جامعه کوتاه‌مدت» / همایون کانونیان	«واهربرد و سیاست سرزمینی جامعه ایران» / پیران	«جامعه کژمدرن» / جلالی‌پور	«جامعه جنبشی» / کاظمی
			نیود تناسب‌های بیرونی:	
			• بزرگی اندازه نهادها و سازمان‌های وابسته به دولت:	
			• وجود حاشیه‌نشینی در بیشتر شهرهای بزرگ ایران:	
			• تراکم آسیب‌های اجتماعی:	
			• اندک بودن سهم نوسازی ایران در مناطق قومی:	
			• کزریختی در وضعیت طبقاتی کشور:	
			• نابرابری جنسیتی در عرصه عمومی جامعه ایران:	
			• نارسایی‌های درونی:	
			• غلبه نیافتن روابط مدنی در عرصه عمومی ایران و گسترش بی‌اعتمادی:	
			• فرسایش سرمایه اجتماعی:	
			• تنگی عرصه عمومی:	
			• بی‌توجهی به جهت‌گیری‌های تبلیغات ناسیونالیستی:	
			• تناسب نداشتن در اقتباس از سنت و مدرنیته:	
			• کاستی در کنش‌های جمعی:	
			• پیشنهاد الگوی سه‌ضلعی تغییر برای جامعه ایران.	
				• اولویت‌مندی جنبش‌های اجتماعی در برابر احزاب و گروه‌های سازمان‌یافته سیاسی:
				• شکل‌گیری نظام مبتنی بر نابرابری:
				• مشاهده شدن کردارهای مبتنی بر مقاومت:
				• استفاده از مفهوم فرودستی و فرادستی به‌جای طبقه:
				• عملکرد مطلوب نظام بازتولید ایدئولوژی:
				• عدم دسترسی گفتمانی برابر:
				• غلبه قواعد شخصی بر قواعد سازمانی:
				• نیرومندی دولت:
				• جامعه واکنشی و معترض:
				• جامعه قطعه‌قطعه شده
				• رخ ندادن تغییرات مهم و بنیادین:
				• فقدان چارچوب استوار و خدشه‌ناپذیر قانونی:
				• فقدان ساختار در نتیجه استبداد:
				• استقلال دولت و جامعه از هم:
				• حکومت خودسرانه فردی و جامعه خودسر:
				• دوره‌های کوتاه‌مدت هرج و مرج-بمترکز:
				• بی‌اعتباری مال و جان:
				• شکل نگرفتن انباشت:
				• جامعه کلنگی:
				• تحرک بالای اجتماعی.
				• بازتولید دائمی زورمداری:
				• وجود نامنی دائمی:
				• دیالکتیک سازندگی / ویرانگری و تمرکز / عدم تمرکز:
				• شکل نگرفتن شهروند صاحب حقوق و مسئول:
				• وجود استبداد دیرپا



فصلنامه علمی - پژوهشی

۹۴

دوره نهم
شماره ۲
بهار ۱۳۹۶

فصلنامه علمی - پژوهشی

۳. سبک زندگی و مصرف فرهنگی

حوزه مطالعات فرهنگی با مفاهیمی چون زندگی روزمره، سبک زندگی، سرمایه فرهنگی، و مصرف فرهنگی درهم تنیده است. در اینجا، به منظور تحلیل و نیز با توجه به اهداف نظری مقاله، دو مفهوم سبک زندگی و مصرف فرهنگی را به گونه‌ای اجمالی بررسی کنیم.

۳-۱. سبک زندگی

در ادبیات جامعه‌شناسی، از مفهوم سبک زندگی دو برداشت و دو گونه مفهوم‌سازی متفاوت به عمل آمده است. در برداشت نخست (چاپین، ۱۹۵۵؛ چاپین^۱، ۱۹۳۵) - که پیشینه آن به دهه ۱۹۲۰ بازمی‌گردد - سبک زندگی، نشانگر ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و غالباً به‌عنوان شاخصی برای تعیین طبقه اجتماعی به کار رفته است. در تلقی دوم، (گیدنز، ۱۹۹۱ و ۱۹۹۴؛ بوردیو، ۱۹۸۴؛ فیدرستون، ۱۹۸۷ و ۱۹۹۱؛ لاش و یوری^۲، ۱۹۸۷) سبک زندگی، نه راهی برای تعیین طبقه اجتماعی، بلکه شکل اجتماعی نوینی دانسته می‌شود که تنها در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد. در این معنا سبک زندگی، راهی برای تعریف ارزش‌ها، نگرش‌ها، رفتارهای (هویت) افراد است که اهمیت آن برای تحلیل‌های اجتماعی روزبه‌روز افزایش می‌یابد.

اهمیت و رواج فزاینده مفهوم سبک زندگی در علوم اجتماعی، به ظاهر ناشی از این واقعیت است که سنخ‌شناسی‌های موجود نمی‌توانند تنوع و گوناگونی دنیای اجتماعی را توضیح دهند. مفهوم «طبقه» که برای مدتی طولانی اصل طلایی تبیین بود، به تدریج سودمندی و کارایی خود را از دست داده است؛ به گونه‌ای که یافتن روابط قطعی و مطمئن میان تحصیلات، مشاغل، درآمد و نگرش‌های افراد، روزبه‌روز دشوارتر می‌شود. برخی از نخبگان قدرت، فاقد مالکیت و یقه آبی‌ها، مرفه‌تر از یقه سفیدان هستند. دیگر نمی‌توان خطوط تحرک اجتماعی و مقصد نهایی طبقاتی افراد را از طریق خاستگاه طبقاتی آن‌ها پیش‌بینی کرد. جایگاه شغلی، گاه اختلاف زیادی با تحصیلات، درآمد و قدرت نشان می‌دهد. در یک کلام، دیگر نمی‌توان به کمک مفهوم طبقه، تصویری از جهان ترسیم کرد. در چنین وضعیتی، مفهوم سبک زندگی، انعطاف‌پذیرتر است، زیرا برخلاف مفهوم طبقه، محتوا و منطق یا منشأ سبک‌های زندگی را از پیش تعیین نمی‌کند. سبک زندگی فقط حاکی از این است که برخی پیشینه‌ها، فعالیت‌ها، درآمدها و نگرش‌ها با یکدیگر سازگار هستند و تحلیل‌گر اجتماعی می‌تواند طرحی از آن‌ها ترسیم کند (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱، ۶ و ۷). از اینجا به بعد است که جامعه‌شناسانی که بر تحلیل فرهنگ به مثابه کلی که نظام اجتماعی را دربر می‌گیرد تمرکز می‌کنند، بیشتر به مفهوم سبک زندگی می‌پردازند تا جامعه‌شناسانی که نظام اجتماعی را امر کلی‌تری از فرهنگ می‌پندارند (صمیم، ۱۳۹۳، ۱۵۰)؛ بنابراین، آنچه اهمیت موضوع این مقاله را بهتر و به‌شکلی برجسته‌تر آشکار می‌سازد، تأمل در نسبت معانی فرهنگی جای‌گرفته در سبک زندگی، و شکل مسکن و کالبد معماری، با تکیه بر چنین تلقی‌ای است. به بیان دیگر، جابه‌جایی رشته



1. Chapin, Chapman
2. Giddens; Bourdieu; Featherstone; Lash & Urry



جامعه‌شناسی از دانشی مبتنی بر تحلیل طبقاتی به حوزه‌ای متکی بر تحلیل معانی فرهنگی، به‌نوعی امکان بحث درباره نسبت میان سبک زندگی و شکل مسکن را به‌طور جدی فراهم کرد. چرخش زاویه تحلیل‌های اجتماعی از فعالیت‌های تولیدی به فعالیت‌های مصرفی، به‌معنی تعویض فرض بنیادی، منوط به شالوده تفاوت‌های اجتماعی و هویت اجتماعی است. این تغییر رویکرد را می‌توان از سه جهت یا در سه زمینه و متن، به بحث گذاشت؛ دگرگون شدن رابطه کار و فراغت، پیدایش طبقه متوسط، و رشد و گسترش فرهنگ مصرف و مصرف‌گرایی. البته این تمایز، تنها جنبه تحلیلی دارد و گر نه هر سه مورد یادشده، نشانگر روندی یگانه هستند (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱، ۱۰ و ۱۱).

مفاهیم ناظر بر سبک زندگی در متن و زمینه فرهنگ مصرف بسط یافته‌اند و شاید بتوان گفت، به این زمینه وابسته بوده‌اند؛ اما بدون شک پیوند یادشده به این معنا نیست که در فعالیت‌های سبک زندگی هیچ تنوعی وجود ندارد. این امر دو نکته را دربر دارد؛ نخست اینکه، در سبک‌های زندگی باید به دنبال تنوع و گونه‌گونی بود، و دوم اینکه اگرچه سبک‌های زندگی بر مبنای ذائقه‌ها و ارزش‌های شخصی شکل می‌گیرند، اما می‌توان انتظار داشت که الگوهای قابل تشخیصی داشته باشند که با ویژگی‌های اجتماعی-فرهنگی دیگر همخوان باشند. اگر این الگوها با جنبه‌های دیگری از زیست‌جهان افراد و گروه‌ها سازگار باشند، می‌توانند به درک این زیست‌جهان‌ها کمک کنند. همین ویژگی است که نوعی نظم در سبک‌های زندگی ایجاد می‌کند و آن‌ها را به مفاهیم اجتماعی تبدیل می‌کند (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱، ۲۳ و ۲۴).

ضرورت بحث در مورد سبک زندگی بلافاصله ما را با بررسی تعریف‌های آن مرتبط می‌سازد. گیدنز بر این نظر است که: «(سبک زندگی، رفتارهای عادی روزمره‌ای هستند که در قالب عادت‌های لباس پوشیدن، خوردن، و محیط‌های موردپسند برای تعامل با دیگران، خود را نشان می‌دهند. اما این رفتارهای عادی روزمره در پرتو ماهیت متغیر تشخص در معرض تغییر هستند. هریک از تصمیم‌های ریز و درشتی که یک فرد به‌طور روزانه اتخاذ می‌کند (اینکه چه بپوشد، چه بخورد، در محل کار چگونه رفتار کند، با چه کسی ملاقات کند) به چنین امور عادی‌ای کمک می‌کند. همه گزینه‌های اجتماعی عبارتند از تصمیم‌هایی نه تنها در مورد رفتار، بلکه درباره هویت. هر چه محیطی که فرد در آن زندگی می‌کند پاسااستنی‌تر باشد، به همان میزان دغدغه‌های سبک زندگی در مرکز تشخص فرد قرار می‌گیرند» (شهابی، ۱۳۹۱، ۳۶ و ۳۷ به نقل از گیدنز، ۱۹۹۱، ۸۱).

از سوی دیگر، فیدرستون بر آن است که: «اصطلاح سبک زندگی در حال حاضر مبهم است. هرچند این اصطلاح دارای یک معنای محدود جامعه‌شناختی است که به سبک زندگی متمایز گروه‌های منزلتی خاص در درون فرهنگ مصرفی معاصر اشاره می‌کند، اما این واژه به‌معنی

فردیت، خوداظهاری و یک خودآگاهی سبک‌مند نیز هست. بدن، لباس، نحوه صحبت کردن، فعالیت‌های فراغتی، ترجیحات خوراکی و نوشیدنی، خانه، اتومبیل، انتخاب مقصد‌گذران تعطیلات و مانند این‌ها را باید شاخص‌های فردیت ذائقه و سبک مورد علاقه مصرف‌کننده دانست» (شهابی، ۱۳۹۱، ۳۷ به نقل از فیدرستون، ۱۹۹۴، ۸۴). با وجود اختلاف‌های جزئی میان تعریف‌هایی از این دست، همه آن‌ها در مورد تأکید بر نقش محوری مفهوم سبک زندگی در فرایند هویت‌سازی و خوداظهاری فرد در جوامع مدرن با یکدیگر هم‌داستان هستند.

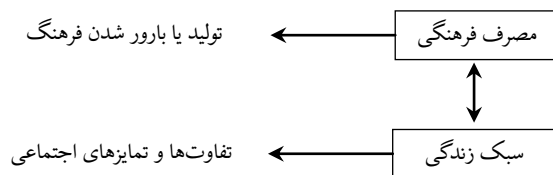
۳-۲. مصرف فرهنگی^۱

ما در این مقاله علاوه بر مفهوم سبک زندگی، مفهوم مصرف فرهنگی را نیز، به‌عنوان یکی از متغیرهای اصلی مؤثر بر شکل مسکن و کالبد معماری، به‌کار می‌بریم. تبیین مصرف فرهنگی در نظریه‌های کلاسیک، مبتنی بر دو متغیر طبقه اجتماعی و سرمایه فرهنگی بود، اما بورديو با طرح مفاهیمی مانند سبک زندگی، سرمایه فرهنگی، بازتولید طبقاتی و مهم‌تر از همه، تمایز، موج جدیدی از پژوهش در حوزه مصرف فرهنگی را آغاز کرد (فاضلی، ۱۳۸۴، ۲۸). این تغییر در مطالعه مصرف فرهنگی، پیامد دیگر تغییر کلان در رشته جامعه‌شناسی است که پیشتر نیز در بحث از پژوهش‌های مربوط به سبک زندگی به آن اشاره شد. این مفاهیم با آثار نظری بورديو (۱۹۸۴) در جامعه‌شناسی مطرح، و با کارهای افرادی چون پیترسون (۱۹۸۳ و ۱۹۹۷)، دی مگیو (۱۹۷۸ و ۱۹۸۵) و ون‌آیک^۲ (۱۹۹۹) و (۱۹۹۷) به بخشی از سنت جامعه‌شناسی فرهنگ و مصرف فرهنگی تبدیل شدند. اگرچه تلقی اولیه از مصرف، فعالیتی برای رفع نیاز یا عملی اقتصادی بود، اما در قرن بیستم، بیش از همه بر شکل فرهنگی مصرف تأکید شد و مصرف فرهنگی مهم‌ترین مؤلفه جامعه جدید تلقی گردید. مصرف فرهنگی، فعالیتی اجتماعی و کرداری روزمره است. فرهنگ، از طریق همین کردارهایی که مصرف فرهنگی می‌نامیم، تولید یا بارور می‌شود. مصرف فرهنگی، سبک زندگی ما را شکل می‌دهد، نیازها و گرایش‌های ما را سامان می‌بخشد، مواد لازم را برای تخیلات و رؤیاهای ما فراهم می‌کند، نشان‌دهنده تفاوت‌ها و تمایزهای اجتماعی است، و درنهایت، چنان‌که استوری^۳ نیز اشاره می‌کند، نمایانگر تولیدات ثانویه ما در به‌کارگیری ابزارهای موجود است (کاظمی، ۱۳۸۸، ۴۱).

با توجه به همین تعریف اولیه، می‌توان دریافت که نحوه مصرف فرهنگی و کیفیت مشخص آن، در پیوندی وثیق با مفهوم سبک زندگی می‌تواند از چه نقش مهم و تعیین‌کننده‌ای در شکل‌بخشیدن به کالبد معماری برخوردار باشد.

1. cultural consumption
2. Peterson, DiMaggio & Van Eijck
3. Storey





شکل شماره (۱). نسبت میان فرهنگ، مصرف فرهنگی و سبک زندگی
(منبع: نگارنده)

۴. مفاهیم فرهنگی و شکل مسکن

فرهنگ از طریق نظام فعالیت‌ها و با هدایت هنجاری و ارزشی آن، از طریق ارائه دستورکارهای مشخص ناظر بر انجام فعالیت، به طور مستقیم بر فضا و محیط شهری تأثیر گذاشته و فضای شهری را محسولی فرهنگی می‌نمایاند. واقعیت این است که فرهنگ، بخش انسان‌ساخت محیط انسانی است^۱. به این معنا، محیط فیزیکی زیست انسانی، اگرچه محیطی «فیزیکی» است، اما به هیچ روی تهی از معنا نیست؛ بنابراین، آنچه در مواجهه هرروزه با شهر با آن روبه‌رو می‌شویم، چیزی جز فرهنگ و فردیت کالبدیافته نیست؛ اگر ظاهر آن زیبا یا زشت، بی‌ریا و فروتن یا فریبنده و متظاهر، به‌سامان یا آشفته است، آینه تمام‌نمای خود ماست. شاید بتوان گفت «انسان، همان فضایی است که در آن زندگی می‌کند». اگر این فرض اساسی را بپذیریم، آن‌گاه در فرایند نقد وضعیت معماری مسکونی کلان‌شهر تهران، ضروری است که از تحلیل‌های اقتصادی (طبقاتی) فراتر رفته و به آسیب‌شناسی آن از منظری فرهنگی نیز توجه کنیم. نارسایی معماری امروز تهران را می‌توان با تکیه بر موارد زیر به‌شکلی ملموس‌تر بررسی کرد:

بی‌توجهی به بحث‌های شکل و فضا و خلاصه شدن کالبد در نماسازی، آن‌هم به‌صورت محدود؛ در اغلب بناهایی که امروزه شاهد ساخته شدن آن‌ها هستیم، معماری و عناصر و اجزای معمارانه، تنها به یک پوسته فروکاسته شده است که البته تنها محل تجلی آن، همان نمای ساختمان است. این نماها که گاهی نیز همچون موج‌هایی زودگذر اثر خویش را بر کالبد ساختمان‌ها می‌گذارند و می‌روند، بیشتر تابع سلیقه و مصالحی هستند که در آن برهه زمانی خاص، مطابق جریان روز تلقی می‌شوند، نه آنچه به‌راستی مناسب، به‌جا و کاربردی است.

۱. برای بحث بیشتر بنگرید به:

خدانی، زهرا؛ پورخیری، علی (۱۳۹۰). مسائل اجتماعی شهرسازی در ایران. تهران: پژوهشکده تحقیقات راهبردی مجمع تشخیص مصلحت نظام، گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی، چاپ اول.

Altman, Irwin (1984). *Culture and Environment*. London: Cambridge University Press.



بی توجهی به ویژگی‌های خاص موقعیت و همچنین اقلیم: یکی از مسائل بسیار مهمی که در معماری گذشته ایران وجود داشته و امروزه نادیده انگاشته می‌شود، معماری‌ای برخاسته از زمینه است؛ معماری‌ای که در عین توجه به ویژگی‌های خاص هر مکان و موقعیت، اقلیم و به تبع آن، مصالح مناسب و راهکارهای طراحی اقلیمی را در نظر می‌گیرد.

بی توجهی به چشم‌انداز شهری: علاوه بر بی توجهی به بناهای مجاور در طراحی ساختمان‌ها و نمای آن‌ها، مسئله دیگر ناشی از این امر است که افراد، تنها به داخل خانه‌های خود اهمیت می‌دهند؛ به همین دلیل، عناصری مانند کولر و... را بیرون و بر روی نما، بدون توجه به جلوه ظاهری آن نصب می‌کنند.

جنبه نمایشی داشتن بسیاری از نماها و دکوراسیون‌های داخلی و هماهنگ نبودن با فرهنگ و سبک زندگی: برای مثال پذیرایی و اسباب و وسایل موجود در آن برای بسیاری خانواده‌ها تنها ابزاری برای نمایش موقعیت و طبقه اجتماعی و رفیع‌تر نمایاندن آن است (البته ناگفته نماند که در فرهنگ ایرانی، گرمی داشتن میهمان نیز بخشی از این مسئله است). بسیاری از وسایلی که در این فضاها به کار می‌روند نیز از آنجاکه ناآگاهانه، بدون توجه به قریحه زیبایی‌شناسی اصیل و تنها با توجه به رقابت در دایره مصرف و تجمل‌گرایی انتخاب می‌شوند، یادآور مقوله کیچ^۱ در فضای داخلی خانه‌ها هستند. این مسئله نیز شایان ذکر است که به دلایل گوناگونی همچون توانایی اقتصادی، دانش فرهنگی و... در بعد چیدمان داخلی، استفاده از مبلمان و وسایل، جای طراحی معماری داخلی را گرفته است و به بیان دیگر، دکوروم جایگزین دکوراسیون^۲ شده است. دکوروم برخلاف دکوراسیون نقشی نقابی دارد.

بی اهمیت تلقی کردن بالکن‌ها و بام‌ها به عنوان بخشی از چهره شهر: بالکن‌ها که کارکرد اصلی آن‌ها برخورداری از دید و چشم‌انداز و تماشا کردن زندگی عرصه شهری است، تبدیل به محلی برای نگهداری وسایل غیر ضروری یا غیرقابل استفاده می‌شوند. به این دلیل که مصرف در ایران مقوله‌ای متفاوت است، افراد پس از استفاده، از آنجاکه همچنان تمایل به نگهداری وسایل دارند، یا حتی به دلیل کمبود فضا و در نظر گرفته نشدن برخی ضرورت‌ها در طراحی بناها، بالکن‌ها را به انبار تبدیل می‌کنند. این اتفاق در مورد پشت‌بام‌ها نیز می‌افتد و بحث بام به عنوان نمای پنجم ساختمان، مطرح نیست.

1. Kitsch

2. décorum instead of décoration

تقلیل اشیا و ایده‌های زیبایی‌شناختی به فرم‌های ساده و بازاری‌پسند





نقد وضعیت معماری امروز ایران، به‌ویژه از دیدگاه مطالعات فرهنگی، خواه ناخواه ما را با مفاهیمی چون ارزش، معنا، و نمادهای معمارانه پیوند می‌دهد. از دیدگاه مطالعات فرهنگی، هر گروهی معمولاً ارزش‌های ویژه خود را در چیزی بازمی‌شناسد که برای او ارزش و احترام به‌همراه داشته است (بورديو، ۱۹۸۴، ۲۴۷). افراد، هرگز شیء را به خودی خود (به‌دلیل مفید بودن آن) مصرف نمی‌کنند و همواره در اشیاء (در وسیع‌ترین مفهوم آن) به‌عنوان نشانه‌ها، دخل و تصرف انجام می‌شود. این دخل و تصرف سبب تمایز می‌شود، خواه از طریق وابسته کردن فرد به گروه خودش به‌عنوان یک مرجع ایده‌آل و خواه با جدا کردن او از گروهش و ارجاع به گروهی که از منزلت بالاتری برخوردار است. این فرایند تمایزگذاری منزلتی، که فرایندی اجتماعی و بنیادی است و به واسطه آن، نام هرکس در جامعه ثبت می‌شود، دارای یک جنبه واقعی و یک جنبه ساختاری است (بودریار^۱، ۱۹۹۸، ۸۰-۷۹).

در جامعه‌ای مانند ایران، به‌دلیل وجود برخی ویژگی‌های تاریخی و دیرپا که شرح برخی از آن‌ها به‌اختصار در جدول شماره (۱) آمد، و همچنین ویژگی‌های خاص سبک زندگی^۲ (شکل شماره ۲)، انتخاب‌ها و مصرف (که در برخی موارد این مسئله شامل مصرف فرهنگی نیز می‌شود) جنبه نمایشی و غیرآگاهانه دارد^۳. به تعبیر دیگر و با توجه به تمایز منزلتی‌ای که بودریار میان جنبه واقعی (آگاهانه) و ساختاری (ناآگاهانه) برقرار می‌کند، می‌توان گفت، ویژگی‌های سبک زندگی و مصرف فرهنگی در ایران به‌شدت از حیث ابعاد آگاهانه با ضعف روبه‌رو است. روند آشوبناک مدرنیزاسیون در ایران، نقشی محوری در قوام‌نیافتگی مقوله فردیت و ناگزیر، ضعف در ابعاد آگاهانه مصرف فرهنگی داشته است؛ بحثی که در بخش نتیجه‌گیری به‌شکلی مشخص‌تر به آن خواهیم پرداخت.

در نگرش عامه مردم، علاقه به مشهور و معتبر شدن با علاقه به زیبایی، دوشادوش هم هستند، و زیبایی‌ای که با نشانه‌هایی از اعتبارداری همراه نباشد، پذیرفتنی نیست (وبلن^۴، ۱۳۹۲، ۱۷۷). این فرایند گزینشی طرح‌ها با هدف اسراف تظاهری و جایگزین کردن زیبایی پولی به‌جای زیبایی هنری، به‌ویژه در توسعه معماری، مؤثر بوده است. تنوع بی‌پایان‌نمایی که دسته مرغوب‌تر ساختمان‌های

1. Baudrillard

۲. برای اطلاع بیشتر از ویژگی‌های سبک زندگی در ایران می‌توانید رجوع کنید به: بابائی، محبوبه (۱۳۸۴). بررسی رابطه پایگاه اقتصادی-اجتماعی و سبک زندگی: اقتضار مرفه نوظهور و غیرنوظهور در شهر تهران (پایان‌نامه دکترا). دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، گروه جامعه‌شناسی، رشته جامعه‌شناسی. و هم‌چنین:

خاکسار، سیامک، (۱۳۸۹)، اصول طراحی فضای همگانی مبتنی بر زندگی روزانه مردم (پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد) دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده معماری و شهرسازی، رشته طراحی شهری.

۳. نویسنده بر این عقیده است که در عرصه معماری و دکوراسیون داخلی این مسئله بسیار شبیه چیزی است که آن را کیچ می‌نامند.

4. Veblen

استیجاری و خانه‌های آپارتمانی در شهرهای ما به نمایش می‌گذارند، چیزی نیست مگر تنوع بی‌پایانی از پریشانی معماری و نشانه‌های زحمت پرهزینه. دیوارهای مهجور طرفین و پشتی این ساختمان‌ها، که دستان هیچ هنرمندی به آن‌ها نخورده است، از نظر زیبایی‌شناسی معمولاً بهترین قسمت ساختمان هستند (وبلن، ۱۹۶۱، ۱۱۵). به تعبیر گرونو^۱ (۱۳۹۲)، ولن مسئله را نه انحراف نیازها، بلکه تباه شدن سلیقه و زیبایی می‌داند. رقابت اجتماعی، تولیدکننده نوعی از زیبایی است که زیبایی واقعی نیست. سلیقه‌ای که خوش سلیقگی نیست، و آدابی که شایسته نیستند.

اما مطالعات فرهنگی به تغییر این وضعیت خوش بین است، زیرا از این منظر، فهم این موضوع که «متن‌ها» چگونه درست می‌شوند، تا معنا را منتقل کنند، مستلزم بررسی مصرف کالا است؛ بنابراین، اگر وضعیت معماری امروز ایران و به‌طور خاص، شکل مسکن در کلان‌شهر تهران را به مثابه متن در نظر بگیریم، تأمل در نحوه و کیفیت مصرف فرهنگی و سبک زندگی، می‌تواند معنای نهفته در پس آن را برملا کند؛ کشفی که در نهایت قادر است آسیب‌شناسی وضعیت معماری امروز را در ایران، موضوعیت ببخشد. این بررسی باعث می‌شود که دیگر تنها به معنای متن نظر نداشته باشیم (منظور از معنا، جزئی ضروری از متن است که در آن پنهان شده و متن، در بردارنده آن است)، بلکه توجه خود را به طیفی از معانی معطوف کنیم که متن، فهم آن‌ها را امکان‌پذیر می‌کند (یعنی به معناهای «اجتماعی») متن و نیز به اینکه آحاد جامعه چگونه از طریق رفتارهای مصرفی‌شان در زندگی روزمره، «متن» را مورد دخل و تصرف و استفاده قرار می‌دهند، توجه می‌کنیم) (استوری، ۱۳۸۹، ۲۷۱). از سوی دیگر، اینکه چرا در مطالعات فرهنگی به موضوع مصرف کالا توجه می‌شود، ماهیتی سیاسی دارد. مطالعات فرهنگی همواره «نخبه‌گرایی بدبینانه‌ای» را که با بخش بزرگی از تحلیل‌ها و نظریه فرهنگی همراه شده، مردود شمرده است. نخبه‌گرایی بدبینانه این‌گونه القا می‌کند که «کشگری» تحت تأثیر «ساختار» قرار دارد؛ مصرف، تنها سایه‌ای از تولید است؛ مخاطبان هیچ‌گونه جرح و تعدیلی [در متن] نمی‌کنند و آنچه ما جرح و تعدیل می‌پنداریم، فقط حرکت‌هایی واهی در بازی قدرت اقتصادی هستند (استوری، ۱۹۹۹، ۱۳۳).

باید افزود که نخبه‌گرایی بدبینانه، طرز تفکری است که طرفدارانش تمایل دارند آن را به صورت نوعی سیاست فرهنگی بنیادستیز جلوه دهند، لیکن حمله‌های طرفداران این سیاست به قدرت، بیشتر افشاگری‌هایی هستند درباره اینکه «دیگران» همیشه «فریب‌خوردگان فرهنگی» اند. در مقابل، اگرچه دست‌اندرکاران مطالعات فرهنگی می‌دانند که صنایع فرهنگ‌سازی سرمایه‌داری، نقش عمده‌ای در تولید ایدئولوژیک ایفا می‌کنند و ایماژها، توصیف‌ها، تعریف‌ها و ملاک‌هایی بسیار تأثیرگذار برای

1. Gronow





فهم جهان برمی سازند، باین حال، آنان نمی پذیرند که ما با مصرف کردن این تولیدات ایدئولوژیک، به قربانیان در مانده «ذهنیت کاذب» تبدیل می شویم. اگرچه هرگز نباید از قدرت تأثیرگذارنده سرمایه و ساختارهای مستبدانه و برنگارنده تولید غافل بود، لیکن لازم است بر پیچیدگی موقعیت مند مصرف تأکید کنیم^۱. فرهنگ، محصول پیشاپیش ساخته و پرداخته ای نیست که ما فقط آن را مصرف می کنیم؛ فرهنگ آن چیزی است که ما با رفتارهای گوناگون زندگی روزمره (از جمله با مصرف کالا) می سازیم. مصرف، مستلزم ساختن فرهنگ است؛ اهمیت مصرف نیز دقیقاً از همین جا ناشی می شود (استوری، ۱۳۸۹، ۲۷۴ و ۲۷۵ به نقل از میلر^۲، ۱۹۸۷ و استوری، ۱۹۹۹).

۵. بحث و نتیجه گیری

شایگان درباره آشفته گی کالبدی در معماری امروز، تعبیرهای خاص خود و به یک معنا رومانیتیک دارد. به باور او به رغم هنرهای والایی که در گذشته داشتیم، آنچه امروز مشاهده می کنیم، محصول نوعی روکش گذاری گسترده است، در همه جا و در هر حیطه ای. این روکش گذاری، لعاب نازکی است که بر ناهمواری ها و ناصافی های سطح اشیا می کشیم، تزئینی پرزرق و برق که سطح ترک خورده و پوسیده بر اثر گذر زمان را می پوشاند؛ نمایی پرطمطراق که بی روحی و بی سلیقه گی حاکم بر محیط را پنهان می کند. همه جا با فروپاشی سنت رودررو می شویم، با تکه پاره هایی که با بی قوارگی جور شده اند، با لباس ژنده ای که وصله پینه شده است، و خلاصه با تمدنی روبه رو هستیم که به سایه خود تبدیل شده است (شایگان، ۱۳۹۲، ۷۶). فارغ از جنبه های عاطفی و احساسی حاکم بر این تعبیرها، نمی توان از حقیقتی که در آن نهفته است، چشم پوشید، اما باید پرسید که این حقیقت از چه سنخی است؟ آیا باید آن را حقیقتی ساختاری، فرانسائی و به یک معنا، مقدر تلقی کرد، که هر کوششی برای تغییر آن به تلاشی مذبحخانه تقلیل می یابد؟ آیا امکان ارتقای سطح سرمایه فرهنگی از طریق تقویت کیفیت مصرف فرهنگی و سبک زندگی وجود ندارد؛ ارتقایی که در نهایت، به بهبود وضعیت معماری در ایران منجر خواهد شد؟

تردید نیست که جامعه ایران دیگر یک جامعه سنتی نیست. مرور نظریه های جامعه شناسی درباره جامعه ایران، ما را با این واقعیت آشنا می سازد که معضل عمده ای که با آن روبه رو هستیم، نه تحقق مدرنیزاسیون، بلکه فعلیت یافتن ناساز و ناهمگون جنبه هایی از آن، در طول تاریخ معاصر در ایران است. این معضل به رغم بزرگی و اهمیت، به هیچ وجه برطرف ناشدنی نیست. پیچیدگی

۱. یادآور بحث های پیر بودیو (۱۹۸۴) درباره رابطه دیالکتیکی میان عاملیت و ساختار.

این دشواری ما را دچار توهم مقدر بودن آن می‌کند؛ توهمی که جز به نشستن و نظاره کردن وضع موجود و بازتولید ناآگاهانه آن نخواهد انجامید. کوشش ما در این مقاله آن بود تا با مرور نظریه‌های جامعه‌شناسی درباره جامعه ایران، نخست نشان دهیم که ایران، جامعه‌ای پسا سنتی است؛ جامعه‌ای که به دلیل بیرون بودن از کانون تحولات منتهی به مدرنیسم، با همه آسیب‌های ناشی از آن دست و پنجه نرم می‌کند. آشفتگی کالبدی معماری نیز از نتایج همین روند است، اما در وهله دوم، با بهره‌گیری از مطالعات فرهنگی و مفاهیمی چون سبک زندگی و مصرف فرهنگی، کوشیدیم بر نقش عامل انسانی و دغدغه‌های او درباره هویت‌سازی و معنا بخشی، به مثابه متغیری مستقل تأکید کنیم. ما بر این نظر هستیم که سبک زندگی دارای تعاملی دوسویه با سرمایه فرهنگی است. سرمایه فرهنگی فرد با خانواده می‌تواند سبب ایجاد برخی سبک‌های زندگی شود و سبک زندگی نیز قادر است زمینه‌ساز افزایش سرمایه فرهنگی باشد. از سوی دیگر، تولید و ادراک هویت مکان، فرایندی مبتنی بر قید فرهنگی است، تحول در فرهنگ جامعه می‌تواند در روند و تقاضای بازتولید هویت نیز تحول ایجاد کند؛ بنابراین، می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که تحول آرام، اما پیوسته در جامعه و فرهنگ می‌تواند تحول و بهبود وضعیت معماری را به همراه داشته باشد و از سوی دیگر، کالبد انسانی‌تر، غنای فرهنگی بیشتری را در پی خواهد داشت؛ و این امر مستلزم بهبود سرمایه فرهنگی در جامعه در عین ارتقای کیفیت آموزش و تولید معماری است.



شکل شماره (۲). جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

(منبع: نگارنده)

منابع

- اباذری، یوسف؛ چاوشیان، حسن (۱۳۸۱). از «طبقه اجتماعی» تا «سبک زندگی»: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی. نامه علوم اجتماعی، ۲۰ (۰)، ۲۷-۳.
- بابائی، محبوبه (۱۳۸۴). بررسی رابطه پایگاه اقتصادی-اجتماعی و سبک زندگی: اقبال مرفه نوظهور و غیرنوظهور در شهر تهران (پایان‌نامه دوره دکترا). گروه جامعه‌شناسی، رشته جامعه‌شناسی واحد علوم و تحقیقات، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی.
- پیران، پرویز (۱۳۷۹). شهروندی و فرم شهری. دفتر پژوهش‌های فرهنگی، فصلنامه معماری و فرهنگ، ۲ (۵)، ۳۷-۴۲.
- پیران، پرویز (۱۳۸۷الف). ایرانشهر ایرانی. برگرفته شده در تاریخ ۲۰۰۹/۱۹/۰۱ از <http://nasour.net/1387.02.12/166.html>
- پیران، پرویز (۱۳۸۷ب). مفهوم پیچیده طبقه اجتماعی در جامعه پیچیده ایران. برگرفته شده در تاریخ ۲۰۱۰/۰۴/۰۸ از www.nasour.net
- پیران، پرویز (۱۳۸۷ج). نظریه راهبرد و سیاست سرزمینی جامعه ایران. برگرفته شده در تاریخ ۲۰۱۰/۰۴/۰۸ از www.matalebe.ir
- جلانی‌پور، حمیدرضا (۱۳۹۲). جامعه‌شناسی ایران: جامعه کژمدرن (چاپ اول). تهران: نشر علم.
- خاکسار، سیامک (۱۳۸۹). اصول طراحی فضای همگانی مبتنی بر زندگی روزانه مردم (پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد). رشته طراحی شهری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه شهید بهشتی.
- خدائی، زهرا؛ پورخیری، علی (۱۳۹۰). مسائل اجتماعی شهرسازی در ایران (چاپ اول). تهران: گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی پژوهشکده تحقیقات راهبردی مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- سوندرز، پتر (۱۳۹۱). نظریه اجتماعی و مسئله شهری (چاپ اول؛ مترجم: محمود شارع‌پور). تهران: تیسار.
- شایگان، داریوش (۱۳۹۲). در جستجوی فضاهای گمشده (چاپ اول). تهران: فرزانه.
- شهابی، محمود (۱۳۹۱). سبک‌های زندگی جهان‌وطنانه در میان جوانان ایرانی و دلالت‌های سیاسی آن‌ها. در الگوهای سبک زندگی ایرانیان (چاپ دوم؛ صص ۷۲-۳۵)، گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی، پژوهشکده تحقیقات راهبردی مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- صمیم، رضا (۱۳۹۳). نگاهی انتقادی به پیشینه داخلی مطالعات جامعه‌شناختی بر روی سبک زندگی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۱۷ (۱)، ۱۶۶-۱۴۵. doi: 10.7508/ijcr.2014.25.007
- فاضلی، محمد (۱۳۸۴). جامعه‌شناسی مصرف موسیقی. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱ (۴)، ۲۷-۵۴.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۸۷). مدرنیته و مسکن (رویکردی مردم‌نگارانه به مفهوم خانه، سبک زندگی روستایی و تحولات امروزی آن). تحقیقات فرهنگی ایران، ۱۱ (۱)، ۶۳-۲۵. doi: 10.7508/ijcr.2008.01.002



فصلنامه علمی - پژوهشی

۱۰۴

دوره نهم
شماره ۲
بهار ۱۳۹۶



- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۲). فرهنگ و شهر، چرخش فرهنگی در گفتمان‌های شهری (چاپ دوم). تهران: تیسرا.
- کاظمی، عباس (۱۳۸۶). تأملات ایرانی: جامعه‌جنبشی. فصلنامه علوم اجتماعی آیین، ۱۱، ۱۲، ۹-۶.
- کاظمی، عباس (۱۳۸۸). پرسه‌زنی و زندگی روزمره ایرانی: تأملی بر مصرف مراکز خرید (چاپ اول). تهران: آشتیان.
- کاظمی، عباس؛ رضائی، محمد (۱۳۸۷). دیالکتیک تمایز و تمایززدایی پرسه‌زنی و زندگی گروه‌های فرودست شهری در مراکز خرید تهران. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۱(۱)، ۱-۲۴. doi: 10.7508/ijcr.2008.01.001
- گرونو، یوکا (۱۳۹۲). جامعه‌شناسی سلیقه (چاپ اول؛ مترجم: مسعود کیان‌پور). تهران: مرکز.
- لوفور، هانری (۱۳۷۹). سطوح واقعیت و تحلیل پدیده‌های شهری (مترجم: زهرا تشکر). فصلنامه مدیریت شهری، ۱(۲)، ۴۵-۴۰.
- وبلن، تورستین (۱۳۹۲). نظریه طبقه تن‌آسا (چاپ سوم؛ مترجم: فرهنگ ارشاد). تهران: نی.
- همایون کاتوزیان، محمدعلی (۱۳۸۰). تضاد دولت و ملت: نظریه تاریخ و سیاست در ایران (چاپ پنجم؛ مترجم: علیرضا طیب). تهران: نی.
- همایون کاتوزیان، محمدعلی (۱۳۸۷ الف). اقتصاد سیاسی ایران: از مشروطیت تا پایان سلسله پهلوی (چاپ چهاردهم؛ مترجم: محمدرضا نفیسی، و کامبیز عزیزی). تهران: مرکز.
- همایون کاتوزیان، محمدعلی (۱۳۸۷ ب). جامعه کوتاه‌مدت (مترجم: عبدالله کوثری). مجله بخارا، ۶۹-۲۹۳، ۶۸-۲۷۰.
- همایون کاتوزیان، محمدعلی (۱۳۸۸ الف). استبداد، دموکراسی و نهضت ملی (چاپ چهارم). تهران: مرکز.
- همایون کاتوزیان، محمدعلی (۱۳۸۸ ب). نه مقاله در جامعه‌شناسی تاریخی ایران، نفت و توسعه اقتصادی (چاپ سوم؛ مترجم: علیرضا طیب). تهران: مرکز.
- Altman, I. (1984). *Culture and environment*. London: Cambridge University Press.
- Baudrillard, J. (1970). *La société de consommation: Ses mythes et ses structures*. Paris: Denoël.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of social judgment of taste* (R. Nice, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Chapin, S. (1935). *Contemporary American institutions*. New York: Harper and Bros.
- Chapman, D. (1955). *Home and social status*. London: R. K. P.
- DiMaggio, P., & Mohr, J. (1985). Cultural capital, educational attainment and marital selection. *American Journal of Sociology*, 90(6), 1231-1261. doi:10.1086/228209
- DiMaggio, P., & Useem, M. (1978). Social class and arts consumption: The origins and consequences of class difference in exposure to the arts in America. *Theory and Society*, 5(2), 141-161. doi: 10.1007/BF01702159
- Featherstone, M. (1987). Lifestyles and consumer culture. *Theory, Culture and Society*, 4, 55-70. doi: 10.1177/026327687004001003

- Featherstone, M. (1994). *Consumer culture and postmodernism*. UK: Sage.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in a late modern age*. Oxford: Polity Press.
- Giddens, A. (1994). *Beyond left and right: The future of radical politics*. Cambridge: Polity Press.
- Lash, S., & Urry, J. (1987). *The end of organized capitalism*. Cambridge: Polity Press.
- Miller, D. (1987). *Material culture and mass consumption*. Oxford: Blackwell.
- Peterson, R. (1997). The rise and fall of highbrow snobbery as a status maker. *Poetics*, 25, 75-92. doi: 10.1016/S0304-422X(97)00013-2
- Peterson, R. A. (1983). Patterns of cultural choice. *American Behavioral Scientist*, 26(4), 422-438. doi: 10.1177/000276483026004002
- Storey, J. (1999). *Cultural consumption and everyday life*. New York: Arnold.
- Trasler, G. (1982). *The psychology of ownership and possessiveness*. In P. Hollowell, (ed.). *Property and social relations*, Heinemann.
- Van Eijck, K. (1997). The impact of family background and educational attainment on cultural consumption: A sibling analysis. *Poetics*, 25, 195-224. doi: 10.1016/S0304-422X(97)00017-X
- Van Eijck, K. (1999). Socialization, education, and lifestyle: How social mobility increase the cultural heterogeneity of status groups. *Poetics*, 26, 309-328. doi: 10.1016/S0304-422X(99)00008-X
- Veblen, T. (1961). *The theory of the leisure class: An economic study of institutions*. New York: Random House.
- Warde, A. (1991). Notes on the relationship between production and consumption. In R. Burrows, & C. Marsh (Eds.), *Consumption and class: Divisions and change*, London: Macmillan.



Residential architecture in today's Tehran and cultural problematic issue from a sociological point of view

Shima Shasti¹, Mohammad Mansour Falamaki², Mehrdad Javeheri Pour³

Received: May 25, 2016; Accepted: Dec. 26, 2016

Abstract

Disarray in the physical form of the architecture of Tehran today is an obvious fact even to lay viewers, and raises fundamental questions: which academic discipline should account for this disarray? Is it the duty of architecture and urban planning, or that of sociology and cultural studies? Is Tehran's political economy of Tehran accountable for it, or should its causes be sought in the analysis of problematic issues in urban management? It seems that an understanding of this problematic issue cannot be reached through any of the above-mentioned disciplines individually, but rather through the adoption of an interdisciplinary approach. Therefore, in this article we attempt to survey the disarray in the physical form in Tehran's architecture today from the viewpoint of sociological and cultural studies. In the authors' view, this interdisciplinary approach is more fruitful in discovering the nature of this problematic issue than its analysis under individual disciplines. In this article we attempt to analyze the relationship between the physical form of Tehran's architecture today and its cultural and sociological elements. In other words, the authors aim to show that more than an element dependent on aesthetic taste or architectural requirements, the chaotic change in the architecture of Tehran today is a variable dependent on cultural and sociological elements.

Keywords: Iranian society, cultural consumption, cultural lifestyle, residential architecture in Tehran.

1. PhD Student in Architecture, Faculty of Art & Architecture, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Email: shima.shasti@yahoo.com

2. Professor of Faculty of Art & Architecture, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Email: moh.falamaki@iauctb.ac.ir

3. Associate Professor of Faculty of Social Science, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Email: meh.javaheripour@iauctb.ac.ir



Bibliography

- Abazari, Y., & Chavoshian, H. (2002). Az "tabaqe-ye ejtemā'i" tā "sabk-e zendegi": Ruykardhā-ye novin dar tahlil-e jāme'ešenāxti-ye hoviyat-e ejtemā'i [From "social class" to "life style": New approaches in sociological analysis of social identity]. *Journal of Nāme-ye Olum-e Ejtemā'i/Social Sciences Letter*, 20(0), 3-27.
- Altman, I. (1984). *Culture and environment*. London: Cambridge University Press.
- Babaei, M. (2006). Barresi-ye rābete-ye pāygāh-e eqtesādi-ejtemā'i va sabk-e zendegi: Aqšar-e moraffah-e nowzohur va gheyr-e nowzohur dar šahr-e Tehran [Studying relationship between socio-economic status and life style: New rich classes and the old rich classes in Tehran] (Unpublished doctoral dissertation). Department of Sociology, Science and Research Branch, Faculty of Humanities and Social Sciences, Islamic Azad University.
- Baudrillard, J. (1970). *La sosiété de consommation: Ses mythes et ses structures*. Paris: Denoël.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of social judgment of taste* (R. Nice, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Chapin, S. (1935). *Contemporary American institutions*. New York: Harper and Bros.
- Chapman, D. (1955). *Home and social status*. London: R. K. P.
- DiMaggio, P., & Mohr, J. (1985). Cultural capital, educational attainment and marital selection. *American Journal of Sociology*, 90(6), 1231-1261. doi: 10.1086/228209
- DiMaggio, P., & Useem, M. (1978). Social class and arts consumption: The origins and consequences of class difference in exposure to the arts in America. *Theory and Society*, 5(2), 141-161. doi: 10.1007/BF01702159
- Fazeli, M. (2005). Jāme'ešenāsi-ye masraf-e musiqi [Sociology of music consumption]. *Journal of Elmi Pažuheši-ye Motāle'āt-e Farhangi va Ertebātāt/Cultural Studies and Communication*, 1(4), 27-54.
- Fazeli, N. (2008). Modernite va maskan (Ruykardi mardomnegārāne be mafhum-e xāne, sabk-e zendegi-ye rustāyi va tahavvolāt-e emruzin-e ān) [Modernity and housing]. *Journal of Elmi Pažuheši-ye Tahqiqāt-e Farhangi-ye Iran/Iraninan Journal of Cultural research*, 1(1), 25-63. doi: 10.7508/ijcr.2008.01.002
- Fazeli, N. (2013). *Farhang va šahr, čarxeš-e farhangi dar goftemānhā-ye šahri [Culture and city: Cultural turn in urban discourses]* (2nd ed.). Tehran, Iran: Teesa.
- Featherstone, M. (1987). Lifestyles and consumer culture. *Theory, Culture and Society*, 4, 55-70. doi: 10.1177/026327687004001003
- Featherstone, M. (1994). *Consumer culture and postmodernism*. UK: Sage.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in a late modern age*. Oxford: Polity Press.

- Giddens, A. (1994). *Beyond left and right: The future of radical politics*. Cambridge: Polity Press.
- Gronow, J. (2013). *Jāme'ešenāsi-ye saliqe [The sociology of taste]* (1st ed.; M. Kianpour, Trans.). Tehran, Iran: Markaz.
- Homayun Katouzian, M. A. (2009a). *Tazād-e dolat va mellat: Nazarize-ye tārix va siyāsāt dar Iran* [Iranian history and politics: The dialectic of state and society] (5th ed.; A. R. Tayyeb, Trans.). Tehran, Iran: Ney.
- Homayun Katouzian, M. A. (2009b). *Eqtesād-e siyāsi-ye Iran: Az mašrutiyat tā pāyān-e Selsele-ye Pahlavi* [The political economy of modern Iran] (14th ed.; M. R. Nafisi, & K. Azizi, Trans.). Tehran, Iran: Markaz.
- Homayun Katouzian, M. A. (2009c). Jāme'e-ye kutāhmoddat [Short-term society] (A. Kowsari, Trans.). *Bukhara Magazine*, 68-69, 270-293.
- Homayun Katouzian, M. A. (2010a). *Estebdād, demokrāsi va nehzat-e melli* [Despotism, democracy and national movement] (4th ed.). Tehran, Iran: Markaz.
- Homayun Katouzian, M. A. (2010b). *Noh maqāle dar jāme'ešenāsi-ye tārixī-ye Iran, Naft va towse'e-ye eqtesādi* [Nine essays on Iran's historical sociology, Oil and economic development] (3rd ed.; A. R. Tayyeb, Trans.). Tehran, Iran: Markaz.
- Jalaeipour, H. R. (2014). *Jāme'ešenāsi-ye Iran: Jāme'e-ye kažmodern* [Sociology of Iran] (1st ed.). Tehran, Iran: Našr-e Elm.
- Kazemi, A. (2007). Ta'ammolāt-e Irāni: Jāme'e-ye jonbeši [Iranian reflections: Movement society]. *Journal of Olum-e Ejtemā'i-ye Āyin/Ain Journal of Social Sciences*, 11 & 12, 6-9.
- Kazemi, A. (2009). *Parsezani va zendegi-ye ruzmarre-ye Irāni: Ta'ammoli bar masraf-e marākez-e xarid* [Wandering and Iranian everyday life: A reflection on consumption in shopping centers]. Tehran, Iran: Āštiyān.
- Kazemi, A., & Rezaei, M. (2008). Diālectic-e tamāyoz va tamāyozzodāyi-ye parsezani va zendegi-ye goruhā-ye forudast-e šahri dar marākez-e xarid-e Tehran [Dialectic of distinction and de-differentiation]. *Journal of Elmi Pažuheši-ye Tahqiqāt-e Farhangi-ye Iran/Iraninan Journal of Cultural research*, 1(1), 1-24. doi: 10.7508/ijcr.2008.01.001
- Khaksar, S. (2011). *Osul-e tarrāhi-ye fazā-ye hamegāni mobtani bar zendegi-ye ruzāne-ye mardom* [The principles of public space design based on daily life of people] (M.A. Thesis). Architecture and Urban Planning Department, Shahid Beheshti University.
- Khodaei, Z., & Pourkheiri, A. (2012). *Masā'el-e ejtemā'i-ye šahrsāzi dar Iran* [Social problems of urbanism in Iran]. Tehran, Iran: Goruh-e Pažuhešhā-ye Farhangi va Ejtemā'i, Pažuheškade-ye Tahqiqāt-e Rāhbordi-ye Majma'-e Tašxis-e Maslahat-e Nezām/Strategic Research Center, Cultural and Sociological Researches Department.
- Lash, S., & Urry, J. (1987). *The end of organized capitalism*. Cambridge: Polity Press.





- Lefebvre, H. (2000). Sotuh-e vāqe'iyat va tahlil-e padidehā-ye šahri [Levels of reality and analysis] (Z. Tashakor, Trans.). *Journal of Modiriyat-e Šahri/Urban Management*, 1(2), 40-45.
- Miller, D. (1987). *Material culture and mass consumption*. Oxford: Blackwell.
- Peterson, R. (1997). The rise and fall of highbrow snobbery as a status maker. *Poetics*, 25, 75-92. doi: 10.1016/S0304-422X(97)00013-2
- Peterson, R. A. (1983). Patterns of cultural choice. *American Behavioral Scientist*, 26(4), 422-438. doi: 10.1177/000276483026004002
- Piran, P. (2001). Šahrivandi va form-e šahri [Citizenship and urban form]. *Daftar-e Pažuhešhā-ye Farhangi, Journal of Me'māri va Farhang/Cultural Research Bureau, Architecture and Culture Quarterly*, 2(5), 37-42.
- Piran, P. (2009a). *Irānšahr-e Irāni [Iranshahr-e Irani]*. Downloaded in 2009/01/19, In: www.nasour.net
- Piran, P. (2009b). *Maḥfum-e pičide-ye tabaqe-ye ejtemā'i dar jāme'e-ye pičide-ye Iran [Complicated concept of social class in the complicated society of Iran]*. Downloaded in 2010/04/08, In: www.nasour.net
- Piran, P. (2009c). *Nazariye-ye rāhbord va siyāsāt-e sarzamini-ye jāme'e-ye Iran [Geostrategic and geopolitical theory of Iranian society]*. Downloaded in 2010/04/08, In: www.matalebe.ir
- Samim, R. (2014). Negāhi enteqādi be pišine-ye dāxeli-ye motāle'āt-e jāme'ešenāxti bar ruy-e sabk-e zendegi [A critical view into the background of sociological studies on lifestyle in Iran]. *Journal of Tahqiqāt-e Farhangi-ye Iran/Iranian Journal of Cultural research*, 7(1), 145-166. doi: 10.7508/ijcr.2014.25.007
- Saunders, P. (2012). *Nazariye-ye ejtemā'i va mas'ale-ye šahri [Social theory and the urban question]* (1st ed.; M. Share' Pour, Trans.). Tehran, Iran: Teesa.
- Shahabi, M. (2013). Sabkhā-ye zendegi-ye jahānvatanāne dar miyān-e javānān-e Irāni va delālathā-ye siyāsi-ye ānhā [Cosmopolitan life styles among Iranian young people and their political implications]. in E. Hadjiani, (ed.). *Olguhā-ye sabk-e zendegi-ye Irānian [The patterns of Iranian life style]* (2nd ed.; pp. 35-72), Goruh-e Pažuhešhā-ye Farhangi va Ejtemā'i, Pažuheškade-ye Tahqiqāt-e Rāhbordi-ye Majma'-e Tašxis-e Maslahat-e Nezām/Strategic Research Center, Cultural and Sociological Researches Department.
- Shayegan, D. (2014). *Dar jostoju-ye fazāhā-ye gomšode [In search of lost spaces]* (1st ed.). Tehran, Iran: Farzān.
- Storey, J. (1999). *Cultural consumption and everyday life*. New York: Arnold.
- Trasler, G. (1982). The psychology of ownership and possessiveness. In P. Hollowell, (ed.). *Property and Social Relations*, Heinemann.
- Van Eijck, K. (1997). The impact of family background and educational attainment on cultural consumption: A sibling analysis. *Poetics*, 25, 195-224. doi: 10.1016/S0304-422X(97)00017-X

- Van Eijck, K. (1999). Socialization, education, and lifestyle: How social mobility increase the cultural heterogeneity of status groups. *Poetics*, 26, 309-328. doi: 10.1016/S0304-422X(99)00008-X
- Veblen, T. (1961). *The theory of the leisure class: An economic study of institutions*. New York: Random House.
- Veblen, T. (2013). *Nazariye-ye tabaqe-ye tanāsā [The theory of the leisure class]* (3rd ed.; F. Ershad, Trans.). Tehran, Iran: Ney.
- Warde, A. (1991). Notes on the relationship between production and consumption. In R. Burrows, & C. Marsh, (Eds.). *Consumption and class: Divisions and change*, London: Macmillan.

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the [ISIH Journal](#).

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution.

License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

HOW TO CITE THIS ARTICLE

Shima Shasti, Sh., Falamaki, M., & Javeheri Pour, M. (2017). An explanation of the relation between the residential architecture of Tehran today and cultural problematic from a sociological point of view. *Journal of Interdisciplinary Studies in the Humanities*, 9(2), 85-106. doi: 10.22035/isih.2017.234



چگونه به این مقاله استناد کنیم:

شستی، شیما؛ فالامکی، محمدمنصور؛ و جواهری‌پور، مهرداد (۱۳۹۶). معماری مسکونی امروز شهر تهران و پروبلماتیک فرهنگ از منظری جامعه‌شناختی، فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، ۹(۲)، ۸۵-۱۰۶. doi: 10.22035/isih.2017.234

http://www.isih.ir/article_234.html



Interdisciplinary
Studies in the Humanities

19

Abstract