نشریهٔ علمی باغ نظر، ۲۳(۱۶۲)، ۶۹-۸۰ / آذر ۱۴۰۵
DOI: 10.22034/bagh.2026.585798.6072

ترجمهٔ انگلیسی این مقاله نیز با عنوان:
A Realist Inquiry into the Representation of Lifestyle in Creativity-Based Residential Spaces (The Case of Tabriz)
در همین شمارهٔ مجله به‌چاپ رسیده است.

مقالهٔ پژوهشی

واکاوی واقع‌گرایانه از بازنمایی سبک‌زندگی در فضاهای سکونتی مبتنی‌بر خلاقیت

(مورد پژوهی: شهر تبریز)*

مهتاب هاشمی آقاجری[۱]، مینو قره‌بگلو[۱]**، حامد بیتی[۱]

۱. گروه معماری و شهرسازی، دانشکدهٔ مهندسی معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۳/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۴/۱۶ تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۹/۰۱

چکیده

بیان مسئله: مطالعات نوین، سبک زندگی را نه صرفاً امری فردی بلکه بازتابی از تعاملاتِ لایه‌مندِ اجتماعی و فرهنگی در فضاهای سکونتی می‌دانند.

هدف پژوهش: هدف این پژوهش، واکاوی واقع‌گرایانه از سازوکارهای بازنمایی سبک‌زندگی در فضاهای سکونتی مبتنی‌بر خلاقیت در بافت‌های شهری با تأکید بر شهر تبریز است.

روش پژوهش: این پژوهش با بهره‌گیری از رویکرد رئالیسم انتقادی، از راهبرد پس‌کاوی برای حرکت از داده‌های تجربی به‌سوی تفسیر سازوکارهای احتمالی مولد سبک زندگی استفاده کرده است. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای شامل ۹۴ گویه بود که در میان ۱۹۴ نفر از ساکنان سه محله با ویژگی‌های کالبدی متفاوت (بافت تاریخی و ارگانیک (محلهٔ نوبر)، بافت گذار و الگوی انتقالی (محلهٔ پرواز) و بافت آپارتمانی متأخر و متراکم (محلهٔ فردوس)) توزیع شد. داده‌ها با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی، تحلیل و در قالب پنج الگوی قابل تفسیر در ارتباط با ابعاد خلاقیت (شناختی، مفهومی، تنظیمی/هیجانی، تعاملی/اجتماعی و عملی) خوانش شدند.

نتیجه‌گیری: یافته‌های حاصل از تفسیر داده‌ها در نمونه‌های مورد مطالعه نشان می‌دهد که در مقیاس خانه، الگوهای رفتاری ساکنان در بافت تاریخی و ارگانیک (محلهٔ نوبر) بیشتر با ابعاد هیجانی و اجتماعی، در بافت گذار و الگوی انتقالی (محلهٔ پرواز) با ترکیبی از ابعاد پنج‌گانه و در بافت آپارتمانی متأخر و متراکم (محلهٔ فردوس) بیشتر با الگوهای شناختی، مفهومی و عملی هم‌پوشانی نشان می‌دهد؛ در حالی که در مقیاس محله، در هر سه بافت، الگوهای تعاملی/اجتماعی نمود برجسته‌تری در پاسخ‌ها دارند. نتایج تفسیر پس‌کاوانه نشان می‌دهد که الگوهای متفاوت استفاده و سازماندهی فضا در سه بافت شهری، احتمالاً با تفاوت در ساختار کالبدی، فرهنگ مصرفی و عاملیت خلاق ساکنان مرتبط است.

واژگان کلیدی: *واقع‌گرایی، سبک‌زندگی، فضاهای سکونتی، خلاقیت، تبریز*

مقدمه

در دهه‌های اخیر، توجه پژوهشگران معماری، شهرسازی و مطالعات فضایی به ابعاد اجتماعی و فرهنگی محیط‌های ساخته‌شده به‌طور چشمگیری افزایش یافته است. در این رویکرد، معماری دیگر صرفاً به‌عنوان پدیده‌ای کالبدی، عملکردی یا فناورانه تلقی نمی‌شود، بلکه به‌مثابهٔ بستری اجتماعی و فرهنگی در نظر گرفته می‌شود که در آن هویت‌ها، معناها، الگوهای رفتاری و شیوه‌های زندگی شکل می‌گیرند و بازنمایی می‌شوند. این تغییر نگرش، حاصل گذار نظری از رویکردهای صرفاً فیزیکی به فهم فضا به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی، تجربه‌شده و وابسته به زندگی روزمره است (Lefebvre, 1991; Soja, 1996). مطالعات متأخر نیز

* این مقاله مستخرج از رسالهٔ دکتری «مهتاب هاشمی آقاجری»، با عنوان «تبیین سازوکار تأثیر مصرف در شکل‌دهی سبک زندگی در فضاهای سکونتی معاصر(موردپژوهی: شهر تبریز)» است که با راهنمایی دکتر «مینو قره‌بگلو» و دکتر «حامد بیتی»، در دانشگاه هنر اسلامی تبریز درحال انجام است.

**نویسندهٔ مسئول: ۰۹۱۴۴۱۱۱۹۴۰، M.gharehbaglou@tabriziau.ac.ir

بر این نکته تأکید دارند که فضا فراتر از یک ساختار فیزیکی، بستری برای بازتولید پدیدهٔ اجتماعی و معنای فرهنگی است (Low, 2023). در این چارچوب، فضا نه ظرفی خنثی، بلکه محصولی اجتماعی تلقی می‌شود که در تعامل میان ساختارهای فرهنگی، روابط اجتماعی و کنش‌های انسانی پیوسته تولید و بازتولید می‌شود.

فضاهای سکونتی در این میان جایگاهی ویژه دارند؛ زیرا بخش مهمی از زندگی روزمره، تعاملات اجتماعی و تجربهٔ زیسته افراد در این فضاها شکل می‌گیرد. محیط‌های سکونتی تنها مکان‌هایی برای پاسخ‌گویی به نیازهای عملکردی نیستند، بلکه عرصه‌هایی برای سازماندهی فعالیت‌های روزمره، شکل‌گیری روابط خانوادگی، بازنمایی ارزش‌های فرهنگی و بیان هویت فردی و جمعی محسوب می‌شوند (Rapoport, 2005). پژوهش‌های نوین در روان‌شناسی محیطی تأکید می‌کنند که دلبستگی به مکان و هویت فضایی در محیط‌های مسکونی، به‌شدت تحت تأثیر عاملیت کاربران در شخصی‌سازی فضا قرار دارد (Gifford, 2023). به همین دلیل، نحوهٔ استفاده، چیدمان، سازماندهی و تجربهٔ این فضاها می‌تواند بازتابی از شیوه‌های زندگی، ترجیحات فرهنگی و موقعیت اجتماعی ساکنان باشد. در نتیجه، مطالعهٔ فضاهای سکونتی امکان فهم عمیق‌تری از رابطهٔ میان فضا، فرهنگ و جامعه را فراهم می‌کند.

در همین راستا، مفهوم «سبک زندگی» به یکی از مفاهیم کلیدی در تحلیل رابطهٔ میان انسان، جامعه و فضا تبدیل شده است. سبک زندگی به مجموعه‌ای از الگوهای نسبتاً پایدار رفتار، ارزش‌ها، سلیقه‌ها، ترجیحات و شیوه‌های مصرف اشاره دارد که از طریق آنها افراد و گروه‌های اجتماعی هویت خود را بازنمایی می‌کنند (Chaney, 1996). این مفهوم نشان می‌دهد که انتخاب‌های روزمرهٔ افراد (از نوع مصرف و فعالیت‌های فرهنگی گرفته تا نحوهٔ سکونت و استفاده از فضا) صرفاً تصمیماتی فردی یا عملکردی نیستند، بلکه در پیوند با زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی شکل می‌گیرند. بوردیو سبک زندگی را در ارتباط با مفاهیم «عادت‌واره»، «سرمایه» و «میدان» تبیین می‌کند و نشان می‌دهد که ترجیحات افراد و شیوه‌های مصرف آنان بازتاب موقعیت اجتماعی و سرمایه‌های فرهنگی آن‌هاست (Bourdieu, 1984). نظریه‌پردازان معاصر مصرف، تأکید می‌کنند که سبک زندگی امروزه بیش از هر زمان دیگری با «کنش‌های روزمره» و تلاقی سرمایه‌های مختلف گره خورده است (Warde, 2005). از این منظر، سبک زندگی نه‌تنها شیوه‌ای برای زیستن، بلکه سازوکاری برای بازنمایی هویت و بازتولید تمایزات اجتماعی محسوب می‌شود. در این میان، تحلیل چگونگی بازنمایی سبک زندگی در کالبد مسکن، نیازمند فهم نقش فعال «فرهنگ مصرفی» و «مصرفِ فرهنگی» است. براساس نظریه‌های مصرف، فضاها و کالاهای مسکونی در جوامع معاصر فراتر از کارکردهای مادی، حامل لایه‌های نمادین هویت و تمایز اجتماعی هستند (Baudrillard, 1998; Featherstone, 2007). از یک سو، فرهنگ مصرفی در گونه‌های مختلفی همچون مصرف آشکار، نمادین، تجربه‌ای، اجباری، مقدس و خلاقانه ظاهر می‌شود (de Certeau, 1984; Pine & Gilmore, 1999; Solomon, 2006). از سوی دیگر، مصرف فرهنگی، به‌ویژه در سطح روزمره و ترکیبی، نشان می‌دهد که چگونه ساکنان با مشارکت در الگوهای مصرفی متفاوت، تجربه و چیدمان فضای سکونتی خود را متمایز می‌کنند (Heckmann et al., 2022; O'Connor, 2022).

با این حال، تبیین رابطهٔ میان فرهنگ مصرفی (در سطح ساختارها) و مصرف فرهنگی (در سطح کنش‌ها) با دشواری‌های مفهومی همراه است. برای حل این مسئله، پژوهش حاضر از «رئالیسم انتقادی» به‌عنوان یک چارچوب تفسیری بهره می‌برد. رئالیسم انتقادی با تفکیک واقعیت اجتماعی به سه سطح «واقعی»، «رویدادی» و «تجربی» (Bhaskar, 1978; Danermark et al., 2002)، بستری مناسب برای تحلیل این پیچیدگی فراهم می‌کند. بر مبنای این چارچوب تفسیری، می‌توان فرهنگ مصرفی را به‌عنوان ساختاری زمینه‌ساز در سطح واقعی، مصرف فرهنگی را به‌عنوان فرایند و کنش روزمره در سطح رویدادی و بازنمایی کالبدی-فضایی سبک زندگی را در سطح تجربی (تجربهٔ زیسته و ادراک‌شده ساکنان) تحلیل کرد (Lefebvre, 1991; Warde, 2005).

در این چارچوب تفسیری، پرسش اصلی این است که سازوکار میانجی میان ساختارهای کلان فرهنگ مصرفی و تجربه‌های متنوع فضایی چیست؟ این پژوهش استدلال می‌کند که «خلاقیت مسکونی» (در قالب عاملیت ساکنان برای بازتفسیر و انطباق فضا) نقش این میانجی را ایفا می‌کند. براساس رویکردهای خلاقیت توزیع‌شده (Glăveanu, 2021) و با اقتباس از ابعاد پیشنهادی هیل (Hill, 2003)، این عاملیت خلاقانه در پنج بعد قابل تفسیر است که عبارتند از خلاقیت شناختی (بازسازی ذهنی کارکردهای فضا)؛ خلاقیت هیجانی (تنظیم و ابراز احساسات از طریق چیدمان)؛ خلاقیت مفهومی (تولید استعاره‌های شخصی از فضا)؛ خلاقیت عملی (مداخلات عینی و کالبدی در فضا) و خلاقیت اجتماعی (بازتولید الگوهای ارتباطی در فضا).

این ابعاد پنج‌گانه چگونگی تبدیل مصرف منفعل به کنش خلاق در فضا را تفسیر می‌کنند. با توجه به این سازوکار، پژوهش حاضر در بستر محلات مختلف شهر تبریز که با چالش تقابل سنت‌های سکونتی و الگوهای مصرفی مدرن روبروست، به واکاوی این مسئله می‌پردازد. هدف اصلی، تفسیر این موضوع است که چگونه ابعاد خلاقیت مسکونی و الگوهای مصرفِ فضا، می‌توانند به‌عنوان واسط تفسیری میان ساختارهای فرهنگ

مصرفی و مصرف فرهنگی عمل کرده و چگونگی بازنمایی سبک زندگی را در فضاهای سکونتی تبیین کنند. شایان ذکر است که پژوهش حاضر در پی اثبات تجربی یا سنجش مستقیم میزان خلاقیتِ روان‌شناختی یا فردی ساکنان نیست بلکه به دنبال کشف الگوهای هم‌وقوعیِ رفتارهای مصرفی و تفسیر آنها در قالب سازوکارهای خلاقانهٔ مواجهه با فضا است.

روش پژوهش

این پژوهش با هدف واکاوی سازوکارهای مولدِ «سبک‌زندگی مبتنی‌بر خلاقیت»، از پارادایم رئالیسم انتقادی بهره می‌برد. مطابق با هستی‌شناسیِ این پارادایم (Bhaskar, 1978)، واقعیت اجتماعی دارای سه لایهٔ متمایز است: لایهٔ «تجربی» (وقایعِ مشاهده‌پذیر)، لایهٔ «رویدادی» (آنچه رخ می‌دهد) و لایهٔ «واقعی» (سازوکارهای پنهانی که رویدادها را تولید می‌کنند).

در این پژوهش، چارچوب رئالیسم انتقادی به‌عنوان یک چارچوب تفسیری برای تحلیل رابطهٔ میان داده‌های تجربی و سازوکارهای زمینه‌ای مورد استفاده قرار گرفته است. راهبردِ پس‌کاوی در این چارچوب به‌منظور حرکت تحلیلی از داده‌های تجربی پرسشنامه به‌سوی تفسیر سازوکارهای احتمالی مؤثر بر شکل‌گیری سبک زندگی در فضای کالبدی شهر تبریز به کار گرفته شده‌است. به بیان دیگر، هدف پژوهش تفسیر این مسئله است که چه شرایط کالبدی و اجتماعی می‌تواند با بروز الگوهای متفاوت مصرف در فضاهای سکونتی شهر تبریز مرتبط باشد. جهتِ عملیاتی‌سازیِ چارچوب نظری، ۴۹ گویه برپایهٔ تحلیلِ ادبیاتِ موضوع تدوین و در دو محورِ کلانِ «فرهنگِ مصرفی» و «مصرفِ فرهنگی» دسته‌بندی شدند که جزئیات و کدگذاری گویه‌ها در جدول ۱ ارائه شده است.

تمامیِ گویه‌ها در قالب پرسشنامه‌ای با طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای تنظیم شدند. به‌منظور اطمینان از پایاییِ ابزار، پیش‌آزمونی با ۳۰ نمونه انجام شد که آلفای کرونباخ ۰/۹۴۴ را نشان داد. در مرحلهٔ اصلی، ۴۹۱ پرسشنامه در میان ساکنانِ سه محله منتخب با ویژگی‌های کالبدی متمایز (بافت تاریخی و ارگانیک دههٔ ۱۳۵۰ تا ۱۳۷۰ (محلهٔ نوبر)، بافت گذار و الگوی انتقالی دههٔ ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۰ (محلهٔ پرواز) و بافت آپارتمانی متأخر و متراکم دههٔ ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ (محلهٔ فردوس) توزیع شد (تصویر ۱).

به‌منظور توصیف ویژگی‌های کالبدی و فضایی محلات مورد مطالعه (مانند شبکهٔ معابر، فضاهای جمعی، کانون‌های محله‌ای و ویژگی‌های مسکن)، علاوه‌بر تحلیل‌های کالبدی و نقشه‌های پایهٔ شهری، از مشاهدات میدانی ساختاریافته نگارندگان و اسناد فرادست توسعهٔ شهری تبریز استفاده شده‌است. این توصیفات و داده‌های کالبدی در این پژوهش، نه به‌عنوان یافته‌های

جدول ۱. عملیاتی‌سازی متغیرهای پژوهش و کدگذاری گویه‌ها. مأخذ: نگارندگان.

محور کلان	مؤلفه‌ها	گویه‌ها
فرهنگ مصرفی (q1 تا q30)	مصرف آشکار (q1-q5)	(q1) نمایشِ جایگاه اجتماعی؛ (q2) نمایشِ توان مالی؛ (q3) داشتنِ خانه‌ای چشمگیر؛ (q4) مقایسهٔ خانه با دیگران؛ (q5) اهمیتِ تحت‌تأثیر قرار دادنِ بازدیدکنندگان.
	مصرف نمادین (q6-q10)	(q6) هویت شخصی یا خانوادگی؛ (q7) ارزش‌ها در دکوراسیون؛ (q8) تمایزِ سبک خانه؛ (q9) معنا یا پیشینهٔ فرهنگی وسایل؛ (q10) بازتابِ سبک زندگی و علایق.
	مصرف تجربه‌ای (q11-q15)	(q11) فضای سرگرمی و خلاقیت؛ (q12) انتخاب وسایل جدید؛ (q13) فضاهای جذاب؛ (q14) لذت از چیدمان؛ (q15) حس تنوع و تجربه جدید.
	مصرف اجباری (q16-q20)	(q16) خریدِ بدون برنامه؛ (q17) خرید برای کاهش استرس؛ (q18) احساس پشیمانی از خرید؛ (q19) خریدهای کنترل‌نشده؛ (q20) خریدهای بدون نیاز واقعی.
	مصرف مقدس (q21-q25)	(q21) ارزش معنوی فضا؛ (q22) احساس تقدس؛ (q23) فضایی برای مراقبه؛ (q24) انتخاب برپایهٔ ارزش‌های معنوی؛ (q25) معنایی فراتر از کاربردِ معمول.
	مصرف خلاقانه (q26-q30)	(q26) چیدمان نوآورانه؛ (q27) سلیقهٔ شخصی؛ (q28) بازطراحی فضا؛ (q29) وسایل با قابلیتِ تغییر؛ (q30) طراحی و چیدمان به‌مثابهٔ کار خلاقانه.
مصرف فرهنگی (q31 تا q49)	مصرف فرهنگی عالی (q31-q34)	(q31) آثار هنری اصیل؛ (q32) دانش هنری در انتخاب؛ (q33) هماهنگیِ چیدمان با پیشینهٔ فرهنگی؛ (q34) آثار هنری به‌مثابهٔ نشانهٔ جایگاه اجتماعی.
	مصرف فرهنگی عام (q35-q39)	(q35) استفاده از ترندهای طراحی؛ (q36) هویت فردی؛ (q37) الگوگیری از شبکه‌های اجتماعی؛ (q38) زیبایی برای عکس‌ها و بازدیدها؛ (q39) شباهت یا تمایزِ گروهی.
	مصرف فرهنگی روزمره (q40-q44)	(q40) فعالیت‌های فرهنگی منظم؛ (q41) هزینه‌های فعالیت فرهنگی؛ (q42) تأثیر تحصیلات بر فرهنگ؛ (q43) فعالیت فرهنگی به‌مثابهٔ سبک زندگی؛ (q44) امکانات فرهنگی در خانه.
	مصرف فرهنگی ترکیبی (q45-q49)	(q45) استفاده از عناصر فرهنگی متنوع؛ (q46) انعطاف‌پذیری در انتخاب؛ (q47) بازتاب پیشینهٔ فرهنگی در طراحی؛ (q48) تأثیر باورها بر عناصر فرهنگی؛ (q49) نمایش هویت شخصی با چیدمان.

مستقیم آماری، بلکه به‌عنوان «بستر و زمینهٔ تفسیری» در فرایند پس‌کاوی رئالیسم انتقادی به‌کار گرفته شده‌اند تا ارتباط احتمالی میان کالبد و الگوهای مصرف تبیین شود. در جدول ۲، خلاصه‌ای از ویژگی‌های کالبدی و فضایی محلات مورد مطالعه در دو مقیاس محله و خانه آورده شده‌است.

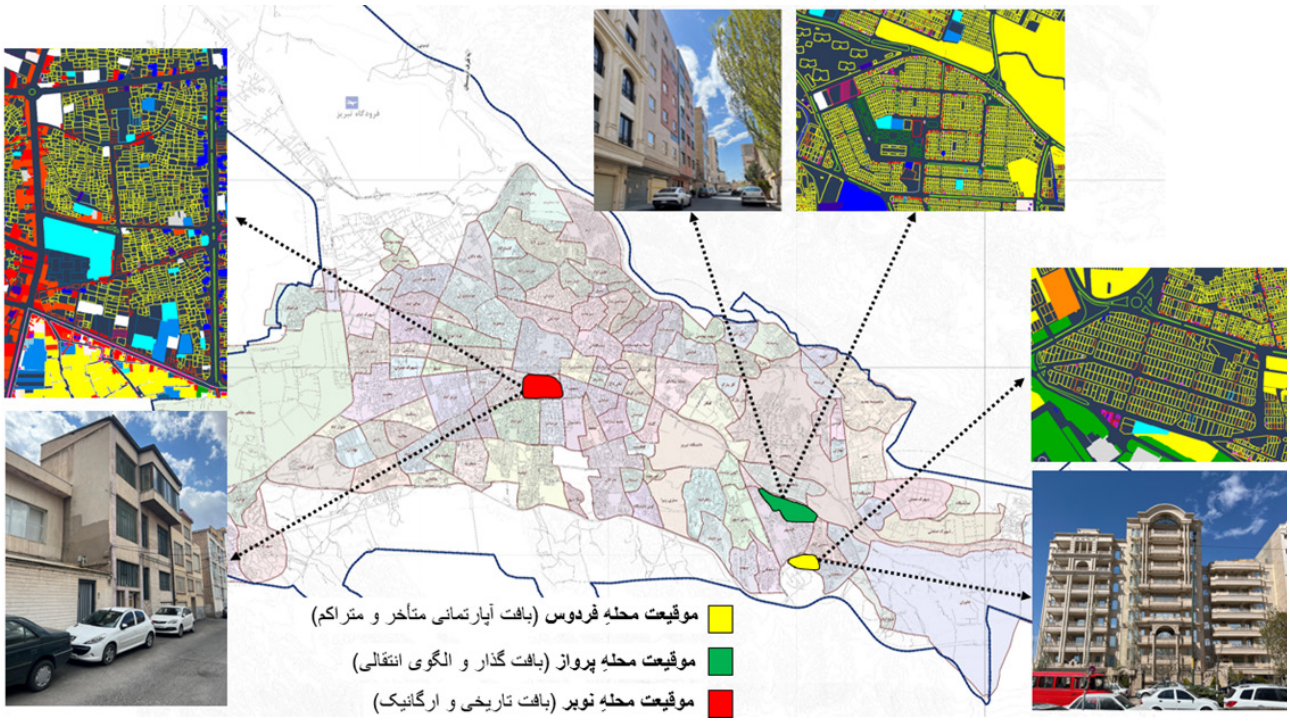
آلفای کرونباخ نهایی (۰/۹۳۳) حاکی از پایایی بالای ابزار بود. برای شناساییِ الگوهای پنهان در میان متغیرها و کاهش ابعاد داده‌ها، از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. پیش‌فرض‌های تحلیل، شامل کفایت نمونه‌گیری (KMO=۰/۹۰۹) و آزمون کرویت بارتلت (P<۰/۰۰۰۱)، تاییدکنندهٔ مناسب بودنِ داده‌ها برای اجرای تحلیل عاملی بود. از ابزارهای هوش مصنوعی صرفاً در جهت بهینه‌سازی کدهای بصری‌سازی داده‌ها و ترسیم نمودارهای تحلیلی استفاده شده است. در تصویر ۲، فرایند روش‌شناسی پژوهش به‌صورت خلاصه آورده شده‌است.

یافته‌ها

نتایج تحلیل عاملی نشان داد که ۱۱ عامل دارای مقدار ویژهِ بزرگ‌تر از ۱ هستند (تصویر ۳) که در مجموع ۶۳/۸۱ درصد از واریانس کل داده‌ها را تبیین می‌کنند. این میزان از واریانس تبیین‌شده نشان می‌دهد که ساختار عاملی استخراج‌شده توانایی مناسبی در خلاصه‌سازی الگوهای پاسخ و شناسایی همبستگی‌های قابل تفسیر میان گویه‌ها دارد.

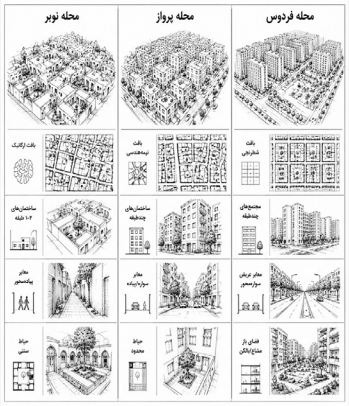
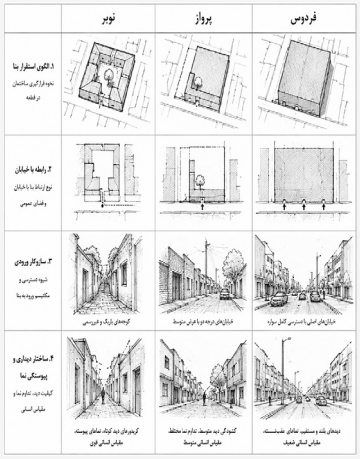
همچنین، نمودار دامنهٔ کوه نیز پایداری ساختار عاملی و مناسب بودن تعداد عامل‌های استخراج‌شده را تأیید می‌کند. به‌منظور تفسیرپذیری بهتر ۱۱ عامل استخراج شده، از روش چرخش متعامد واریماکس با نرمال‌سازی کایزر استفاده شد. نتایج ماتریس مؤلفه‌های چرخش‌یافته نشان داد که هر یک از گویه‌ها دارای بارعاملی قابل قبول (بیشتر از ۰/۵) روی عامل مربوطه هستند و تداخل بار عاملی در حداقل ممکن قرار دارد. بر این اساس، گویه‌ها به‌طور منطقی و معنادار روی عوامل متناظر خود بارگذاری شده‌اند که این امر، نشان‌دهندهٔ ساختار عاملی مناسب و روایی سازهٔ مطلوب پرسشنامه است.

پیش از ارائه نتایج، تصریح این نکته ضروری است که تحلیل عاملی اکتشافی صرفاً همبستگی و اشتراک آماری گویه‌ها را در پاسخ‌های ساکنان آشکار می‌کند و به‌تنهایی قادر به اثبات تجربی مفاهیم انتزاعی نظیر «خلاقیت» نیست. بر این اساس، دسته‌بندی و برچسب‌گذاری عوامل استخراج‌شده در قالب گونه‌های خلاقیت یا ابعاد مصرف، بر مبنای خوانش نظری و تحلیل محتوایی گویه‌ها صورت گرفته و به‌عنوان «الگوهای تفسیری» پیشنهاد شده‌اند. همچنین برخی الگوهای مصرفی استخراج‌شده (مانند رفتارهایِ خرید واکنشی یا نمایش منزلت اجتماعی) که مستقیماً خلاقیت کالبدی به شمار نمی‌روند، به‌عنوان ابعاد و سازوکارهای میانجی در تنظیم رابطهٔ میان عاملیت و ساختار تفسیر شده‌اند.

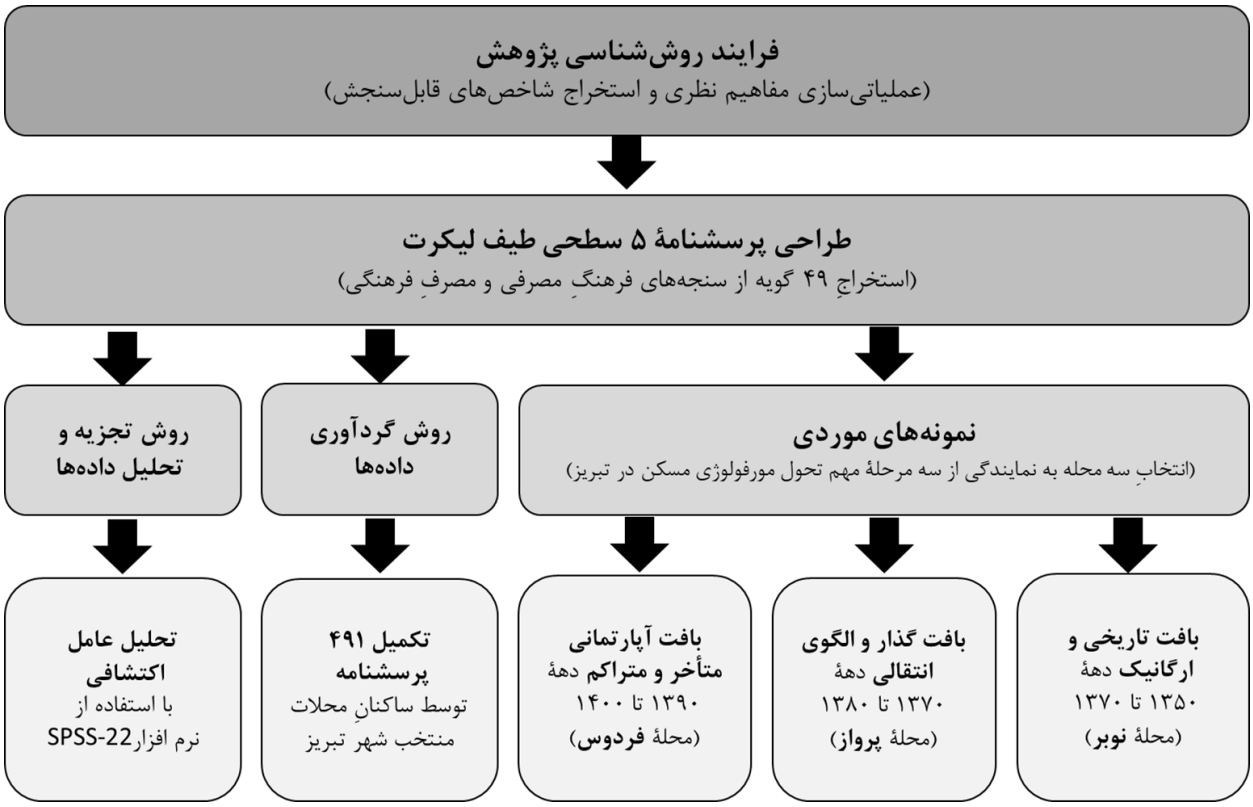


تصویر۱. تصاویر و موقعیت جغرافیایی محلات منتخب بر روی نقشه شهر تبریز. مأخذ: نگارندگان.

جدول ۲. خلاصه‌ای از ویژگی‌های کالبدی و فضایی محلات مورد مطالعه در دو مقیاس محله و خانه. مآخذ: نگارندگان.

مقیاس / محلات	بافت آپارتمانی متأخر و متراکم (محلهٔ فردوس)	بافت گذار و الگوی انتقالی (محلهٔ پرواز)	بافت تاریخی و ارگانیک (محلهٔ نوبر)
مقیاس محله	 		
مقیاس خانه	 		

نتایج تحلیل عامل اکتشافی نشان می‌دهد که سازوکار مصرف در فضاهای سکونتی معاصر شهر تبریز به‌صورت یکنواخت بروز نمی‌یابد بلکه در قالب ۱۱ الگوی متمایز ظاهر می‌شود که می‌توان آنها را به‌عنوان الگوهای متمایز در ترجیحات و کنش‌های مصرفی ساکنان تفسیر کرد. این الگوها در سطح داده‌های مشاهده‌پذیر به‌صورت خوشه‌هایی از گویه‌ها ظاهر می‌شوند و در چارچوب تفسیری رئالیسم انتقادی می‌توان آنها را نشانه‌هایی از سازوکارهای عمیق‌تر در سازماندهی تجربهٔ سکونت دانست. بر این اساس، عامل‌های استخراج‌شده در تحلیل عاملی در تفسیر نظری پژوهش در قالب پنج گونه اصلی در ارتباط با ابعاد خلاقیت و مصرف شامل الگوهای شناختی، مفهومی، تنظیمی/هیجانی، بازنمایی اجتماعی/مصرف نمایشی و عملی قابل دسته‌بندی و خوانش هستند. هر یک از این الگوهای قابل تفسیر از طریق نحوهٔ سازماندهی و استفاده از فضا در دو مقیاس خانه و محله در زندگی روزمرهٔ ساکنان تحقق می‌یابند. در این میان، انتساب هر یک از ۱۱ عامل



تصویر ۲. فرایند روش‌شناسی پژوهش. مأخذ: نگارندگان.

به گونه‌های پنج‌گانه صرفاً بر مبنای نتایج آماری انجام نشده بلکه بر اساس تحلیل محتوایی گویه‌ها و نوع مواجهه ساکنان با فضای سکونتی صورت گرفته است. به بیان دیگر، تحلیل عاملی الگوهای آماری میان گویه‌ها را آشکار می‌کند و تفسیر آنها در قالب ابعاد خلاقیت و مصرف بر مبنای خوانش نظری و مفهومی پژوهش انجام شده است. پیش‌فرضِ این تحلیل آن است که مصرفِ فضا نوعی عمل خلاق است که طی آن، ساکنان با بهره‌گیری از امکانات کالبدی، نمادین و عملکردی خانه، معنا، هویت و تجربه‌ای خاص از سکونت را تولید می‌کنند. از این منظر، هر خوشه از گویه‌ها وجهی متمایز از الگوی تفسیری ارتباط عاملیت با فضا را بازنمایی می‌کند که در ادامه، به‌صورت خلاصه تبیین می‌شود.

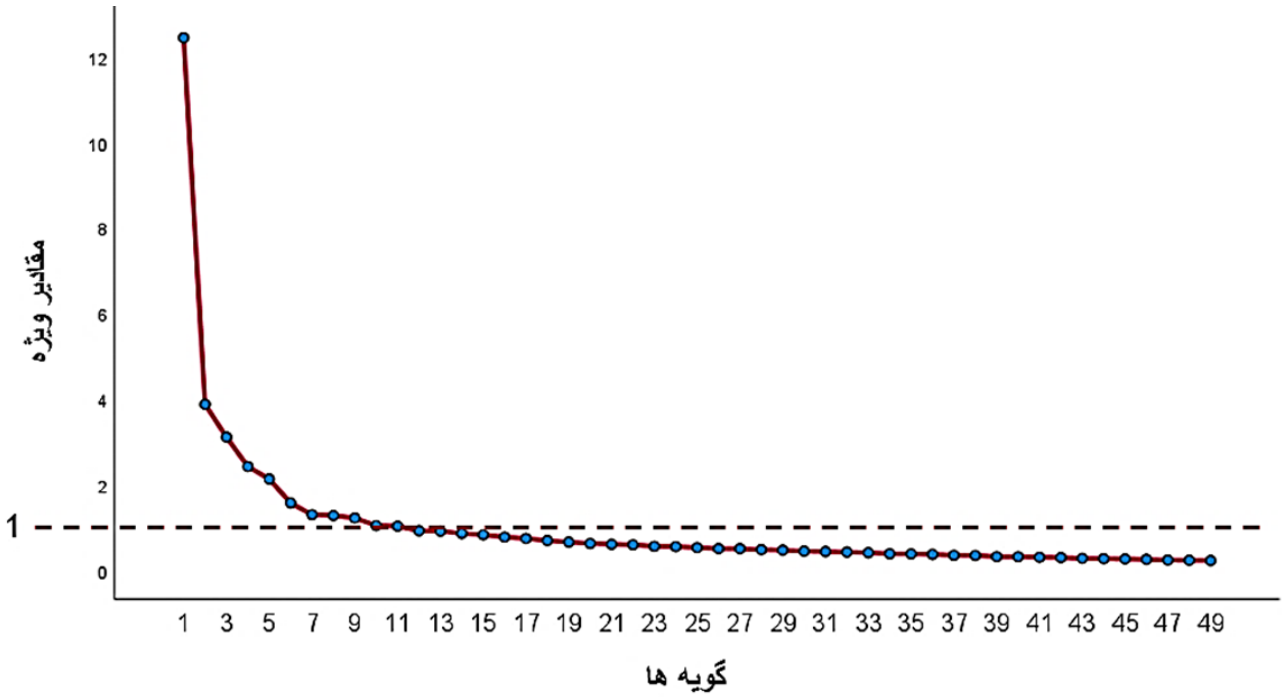
الگوی شناختی (فضا به‌مثابهٔ بستر یادگیری و رشد فرهنگی)؛ گویه‌های عامل اول (q 40 تا q45) و عامل هفتم (q 29 تا q34) بر نحوهٔ درگیرشدن ساکنان با فضا به‌عنوان «بستر تولید و دریافت معنا» تأکید دارند. گویه‌هایی مانند انجام منظم مطالعه، تماشای فیلم و گوش‌دادن به موسیقی در خانه، اختصاص بخشی از هزینه‌ها به فعالیت‌های فرهنگی، توجه به تأثیر تحصیلات بر نوع فعالیت فرهنگی و اهمیت وجود امکانات و عناصر فرهنگی در خانه (q 40 تا q45)، نشان می‌دهند که ساکنان، خانه را صرفاً محل استقرار فیزیکی نمی‌بینند بلکه آن را به محیطی برای «یادگیری، تأمل و رشد فرهنگی» تبدیل می‌کنند. به‌طور مشابه، گویه‌های q 29 تا q34، شامل تمایل به استفاده از وسایل قابل‌تغییر، قرار دادن آثار هنری اصیل در جایگاه‌های مشخص، نیاز به دانش فرهنگی یا هنری در انتخاب عناصر، هماهنگی چیدمان با پیشینهٔ فرهنگی و استفاده از آثار معتبر به‌عنوان نشانه‌ای از جایگاه فرهنگی، نشان‌دهندهٔ نوعی «خوانش آگاهانه و انتخاب‌گرایانه» از فضا است. از منظر معماری، این دو خوشه نشان می‌دهند که ساکنان با تکیه بر دانش، آگاهی و تشخیص فرهنگی خود، به سازمان‌دهی فضا و عناصر آن می‌پردازند؛ یعنی فضا را می‌فهمند، تفسیر می‌کنند و براساس این فهم، آن را بازآرایی می‌کنند. این فرایند را می‌توان به‌عنوان نمودی از الگوی شناختی در ارتباط با خلاقیت در مصرف فضا تفسیر کرد.

الگوی مفهومی (بیان معنا، هویت و پیشینه در فضا)؛ گویه‌های عامل دوم (q 21 تا q25)، عامل چهارم (q 46، q36 تا q49) و عامل نهم (q 7، q 6 و q9) بر وجه «معناسازی» و «مفهوم‌پردازی» در فضا دلالت دارند. در گویه‌های عامل دوم (q 21 تا q25)، موضوعاتی چون ارزش معنوی و روحانی برخی فضاها، احساس احترام یا تقدس، اهمیت داشتن فضایی برای عبادت، مراقبه یا آرامش، انتخاب وسایل برپایهٔ باورهای معنوی و داشتن معنایی فراتر از کاربرد معمول برای فضاها و اشیاء مطرح است. در اینجا، خانه به سطحی فراتر از کارکرد می‌رود و به «مکان»ی برای تجلی باورها و نظام معنایی ساکن تبدیل می‌شود. در

عامل چهارم، گویه‌هایی مانند انتخاب عناصر دکوراسیون برای ایجاد هویت فردی (q36)، انعطاف‌پذیری در انتخاب وسایل (q46)، اهمیت بازتاب پیشینهٔ فرهنگی در طراحی داخلی (q47)، تأثیر مستقیم ارزش‌ها و باورهای شخصی بر انتخاب عناصر فرهنگی (q48) و نمایش جنبه‌های مختلف هویت شخصی با چیدمان خانه (q49)، نشان می‌دهند که ساکنان از فضا به‌عنوان «زبان»ی برای بیان مفاهیم هویت، پیشینه و ارزش‌های خود استفاده می‌کنند. در عامل نهم نیز گویه‌هایی چون نمایش خانه به‌عنوان هویت شخصی یا خانوادگی (q6)، توجه به ارزش‌ها و نشانه‌های فرهنگی در دکوراسیون (q7) و داشتن معنا یا پیشینه فرهنگی برای وسایل (q9)، بر همین منطق تأکید می‌کنند. در مجموع، این سه خوشه گویه، خلاقیتی را بازتاب می‌دهند که در آن، ساکنان مفاهیم انتزاعی (هویت، باور، پیشینه، قداست) را به «ساختار فضایی و کالبدی» ترجمه می‌کنند که می‌تواند به‌عنوان الگوی مفهومی در ارتباط با خلاقیت تفسیر شود.

الگوی تنظیمی/هیجانی و ابعاد مصرف واکنشی؛ عامل سوم شامل گویه‌های q 27، q10، q14 و q 28 است که بر تجربه‌های عاطفی و احساسی در فضا تمرکز دارند: خانه به‌عنوان بازتاب سبک زندگی و علایق شخصی (q10)، احساس لذت و آرامش با چیدمان وسایل (q14)، اهمیت چیدمان براساس سلیقهٔ شخصی (q27) و تمایل به بازطراحی یا ایجاد کاربرد جدید برای خانه (q28). در اینجا، ساکنان از طریق دگرگون‌کردن فضا، وضعیت هیجانی خود را تنظیم و تقویت می‌کنند. همچنین، عامل ۱۰ (q 18 تا q20) و عامل ۱۱ (q 15 تا q17) ابعاد دیگری از مصرف را نشان می‌دهند. در گویه‌های q 18 تا q20، احساس پشیمانی بعد از خرید، خریدهای کنترل‌نشده و خرید بدون نیاز واقعی و در گویه‌های q 15 تا q17، احساس تنوع و تجربهٔ جدید با دکوراسیون، خرید وسایل برای کاهش استرس و خرید بدون برنامه‌ریزی، لزوماً بیانگر خلاقیت فعال در فضا نیستند بلکه نشان‌دهندهٔ بُعد هیجانی و واکنشی مصرف هستند؛ جایی که فضا و کالاها به‌عنوان ابزاری برای تنظیم هیجان و مدیریت تنش‌های روزمره عمل می‌کنند. با این حال، از منظر معماری، این سه عامل بیان می‌کنند که ساکنان با دست‌کاری فضا و اشیاء، به نوعی در حال «طراحی عاطفی» خانه برای مدیریت احساسات خود هستند.

الگوی بازنمایی اجتماعی و مصرف نمایشی؛ عامل پنجم (q 1 تا q5) و عامل ششم (q 35، q 37 تا q39) به نحوهٔ استفاده از فضا به‌عنوان «رسانه‌ای برای نمایش و تعامل اجتماعی» می‌پردازند. در گویه‌های q 1 تا q5، نمایش جایگاه اجتماعی، نمایش توان مالی، داشتن خانه‌ای چشمگیر، مقایسهٔ خانه با خانه دیگران و اهمیت تحت‌تأثیر قرار گرفتن بازدیدکنندگان، همگی نشان می‌دهند که خانه در نقش «صحنه»ای است که فرد از طریق آن، موقعیت و منزلت خود را به دیگران اعلام و تثبیت می‌کند. در گویه‌های q35، q 38، q37 و q 39 نیز استفاده از ترندهای رایج طراحی داخلی، الگوبرداری از سبک‌های پرطرفدار شبکه‌های اجتماعی، اهمیت زیبایی خانه در عکس‌ها و بازدیدها و شباهت یا تمایز نسبت



تصویر ۳. نمودار دامنهٔ کوه براساس تحلیل عامل اکتشافی. مأخذ: نگارندگان.

به گروه‌ها به‌دلیل استفاده از سبک‌های رایج بیشتر بر بازنمایی اجتماعی، مصرف نمایشی و تمایزطلبی براساس قواعد بیرونی (مانند رسانه‌ها و ترندها) تمرکز دارند تا خلاقیت مستقیم. با این حال، هر دو نشان می‌دهند که چگونه عاملیت ساکنان در فضای سکونتی با کدهای اجتماعی و ساختارهای بیرونی پیوند می‌خورد و معماری داخلی را به ابزاری برای حضور در میدان رقابت نمادین و تأیید اجتماعی تبدیل می‌کند.

الگوی عملی و مداخلات کالبدی؛ عامل هشتم شامل گویه‌های q 11، q12، q13، q26 و q 8 است که همگی به «دست‌کاری فعال» و «آزمایش عملی» در ساختار فضایی اشاره دارند: اهمیت چیدمان نوآورانه (q26)، داشتن فضاهای جذاب در خانه (q13)، انتخاب وسایل جدید و متفاوت (q12)، استفاده از خانه به‌عنوان فضایی برای سرگرمی، خلاقیت یا تجربه‌های متفاوت (q11) و اهمیت تفاوت سبک خانه با خانه دیگران (q8). در اینجا، خلاقیت نه فقط در سطح ادراک و معنا بلکه در سطح «کنش ملموس» بر کالبد و سازمان فضایی بروز می‌کند. ساکنان، نقش نوعی «طراح روزمره» را بر عهده می‌گیرند که با محدودیت‌های موجود، جابه‌جایی، ترکیب، حذف و اضافه‌کردن عناصر، پیکربندی‌های جدیدی برای تجربهٔ سکونت می‌سازند. در تفسیر پژوهش، این الگو از کنش فضایی می‌تواند به‌عنوان نوعی خلاقیت عملی در تجربهٔ سکونت فهم شود. بر این اساس، جدول ۳ الگوهای تفسیری در ارتباط با ابعاد خلاقیت و مصرف را از گویه‌های پرسشنامه را به‌صورت خلاصه نشان می‌دهد.

بحث

تحلیل و تفسیر یافته‌های حاصل از پرسشنامه در نمونه‌های مورد مطالعه نشان می‌دهد که الگوهای خلاقیت و مصرفِ ساکنان در سه محلهٔ بافت تاریخی و ارگانیک (محلهٔ نوبر)، بافت گذار و الگوی انتقالی (محلهٔ پرواز) و بافت آپارتمانی متأخر و متراکم (محلهٔ فردوس)، تفاوت‌های قابل تأملی را به تصویر می‌کشند که احتمالاً با ویژگی‌های فضایی-کالبدی و زمینه‌های فرهنگی-اجتماعی آنها مرتبط است. در چارچوب رئالیسم انتقادی (Bhaskar, 1978)، این الگوهای تجربی را می‌توان نشان‌دهندهٔ سازوکارهای زمینه‌ای در سازماندهی مصرف فضا دانست؛ امری که به نظر می‌رسد با دیدگاه کانتر (Canter, 1977) مبنی‌بر نقش مصرف فضا در شکل‌گیری سبک زندگی و هویت همخوانی دارد.

جدول ۳. الگوهای تفسیری در ارتباط با ابعاد خلاقیت و مصرف از گویه‌های پرسشنامه. مأخذ: نگارندگان.

عامل	گویه‌ها	مقدار ویژه	درصد واریانس	الگوهای تفسیری در ارتباط با ابعاد خلاقیت و مصرف
اول	q40 تا q45	۱۲/۴۳	۲۵/۳۸	الگوی شناختی (فضا به‌مثابهٔ بستر یادگیری و رشد فرهنگی)
دوم	q21 تا q25	۳/۸۶	۷/۸۸	الگوی مفهومی (معنابخشی و تجلی باورهای معنوی در فضا)
سوم	q10 - q14 - q27- q28	۳/۰۹	۶/۳۱	الگوی تنظیمی/هیجانی و ابعاد مصرف واکنشی (شخصی‌سازی فضا برپایهٔ علایق و سلیقه)
چهارم	q36 - q46 - q47- q48- q49	۲/۴۰	۴/۹۱	الگوی مفهومی (بیان هویت شخصی و پیشینهٔ فرهنگی در فضا)
پنجم	q1 تا q5	۲/۱۱	۴/۳۱	الگوی بازنمایی اجتماعی و مصرف نمایشی (موقعیت و منزلت)
ششم	q35 - q37 - q38 – q39	۱/۵۵	۳/۱۷	الگوی بازنمایی اجتماعی و مصرف نمایشی (تاثیرپذیری رسانه‌ای)
هفتم	q29 تا q34	۱/۲۸	۲/۶۱	الگوی شناختی (خوانش آگاهانه، انتخاب‌گری و دانش فرهنگی در چیدمان)
هشتم	q26 - q13 - q12– q11- q8	۱/۲۶	۲/۵۷	الگوی عملی و مداخلات کالبدی (آزمایشگری و تغییر فیزیکی فضا)
نهم	q6 – q7 – q9	۱/۲۰	۲/۴۵	الگوی مفهومی (بیان هویت شخصی و پیشینهٔ فرهنگی در فضا)
دهم	q18 تا q20	۱/۰۲	۲/۰۹	الگوی تنظیمی/هیجانی و ابعاد مصرف واکنشی (خرید تنش‌زدایانه و مدیریت احساسات)
یازدهم	q15 تا q17	۱/۰۱	۲/۰۷	الگوی تنظیمی/هیجانی و ابعاد مصرف واکنشی (تجربه‌گرایی هیجانی و خرید بدون برنامه)

تحلیل یافته‌ها در دو مقیاس «خانه» (از طریق متغیرهایی چون درون‌گرایی، برون‌گرایی، انعطاف‌پذیری و مرزبندی قلمروها) و مقیاس «محله» (از طریق شبکهٔ معابر و فضاهای جمعی) احتمالاً آشکار می‌سازد که چگونه ظرفیت‌های کالبدی هر بافت، امکانات و محدودیت‌های متفاوتی را برای بازنمایی سبک زندگی و بروز گونه‌های متنوع خلاقیت ساکنان فراهم می‌کند.

• در مقیاس خانه

براساس مشاهدات میدانی و تحلیل نقشه‌های کالبدی، در بافت تاریخی و ارگانیک (محلهٔ نوبر) که ویژگی‌هایی چون درون‌گرایی فضایی، وجود حیاط مرکزی و سلسله‌مراتب ورود در آن مشهود است، الگوهای رفتاری ثبت‌شده بیشتر به سمت جنبه‌های تعاملی و ابراز تعلقات خانوادگی تمایل دارند. در این بستر کالبدی، می‌توان چنین تفسیر کرد که ساختار خانهٔ زمینه‌ساز شکل‌گیری الگوهای مصرفی منطبق بر ابعاد اجتماعی و هیجانی سنتی است. چنین سازمان فضایی‌ای احتمالاً موجب می‌شود که خانه بیش از آنکه صرفاً محل استقرار عملکردهای روزمره باشد، بستری برای تداوم حافظهٔ جمعی، حفظ محرمیت، بازنمایی ارزش‌های خانوادگی و بازتولید آیین‌های سکونتی باشد. حضور عناصری مانند فرش دستباف، طاقچه‌ها، فضاهای عبادت یا گوشه‌های معنایی در خانه نیز این پیوند میان کالبد و معنا را تقویت می‌کند. در چنین زمینه‌ای، الگوی تنظیمی/هیجانی احتمالا از طریق دلبستگی به نور، حیاط، سرسبزی و حس آرامش و الگوی بازنمایی اجتماعی از طریق حفظ الگوهای مهمان‌نوازی، تعاملات خانوادگی و استفادهٔ جمعی از فضاهای میانی خانه، نمود بیشتری پیدا می‌کند.

در نقطهٔ مقابل ثباتِ کالبدی در بافت تاریخی و ارگانیک (محلهِ نوبر)، بافتِ گذار و الگوی انتقالی (محلهِ پرواز) در موقعیتی بینابینی قرار دارد؛ به‌گونه‌ای که نه واجد انسجام درون‌گرای خانه‌های سنتی است و نه کاملاً تابع منطق فشرده و عملکردگرای آپارتمان‌های متأخر. براساس اسناد فرادست و مشاهدات میدانی، ترکیب خانه‌های حیاط‌دارِ کوچک‌تر با واحدهای نیمه‌مستقل و متراکم‌تر در بافت گذار و الگوی انتقالی (محلهٔ پرواز)، موجب شکل‌گیری سازمان فضایی‌ای شده است که در آن امکان تلفیق الگوهای سنتی و معاصر فراهم به نظر می‌رسد. این وضعیت در نحوهٔ چیدمان و استفاده از فضا نیز می‌تواند بازتاب یابد؛ به‌طوری که فضاهای نشیمن می‌توانند همزمان کارکرد خانوادگی و نمایشی داشته باشند، آشپزخانه‌های نیمه‌باز نقش واسط میان الگوهای قدیم و جدید را ایفا کنند و عناصر دکوراتیو سنتی و مدرن در کنار یکدیگر قرار گیرند. در نتیجه، به نظر می‌رسد خلاقیت در این بافت بیشتر از جنس بازتعریف و ترکیب است؛ به این معنا که ساکنان احتمالاً با بهره‌گیری از ظرفیت‌های محدود اما منعطف فضا، میان ارزش‌های موروثی و الزامات سبک زندگی معاصر نوعی سازگاری برقرار می‌کنند. در مقابل، مشاهدات میدانی در بافت آپارتمانی متأخر و متراکم (محلهٔ فردوس) که با فشردگی متراژ، حذف فضاهای واسط و غلبهٔ سازماندهی عملکردی مشخص می‌شود، نشان‌دهندهٔ گرایش پاسخ‌دهندگان به الگوهای شناختی، مفهومی و عملی است. در تحلیل تفسیری پس‌کاوانه، این تمایل می‌تواند پاسخی عاملیتی به محدودیت‌های کالبدی تلقی شود؛ به‌طوری که ساکنان می‌کوشند از طریق مدیریت دقیق دکوراسیون، استفاده از مبلمان چندمنظوره و تغییرات فیزیکی در مقیاس کوچک، محدودیت‌های فضایی را جبران کرده و سبک زندگی خود را بازنمایی کنند. بازتعریف بالکن به‌عنوان فضای کار یا اوقات فراغت، بهره‌گیری از نورپردازی مصنوعی، آشپزخانه‌های جزیره‌ای و چیدمان‌های متنوع برای افزایش کارایی، می‌تواند نشان‌دهندهٔ تمرکز بیشتر ساکنان بر مدیریت دقیق فضا و شخصی‌سازی دکوراسیون باشد که در آن تمایز، تجربه‌گرایی و بازنمایی منزلت اجتماعی نیز احتمالاً نقش پررنگی دارد.

• در مقیاس محله

در مقیاس محله، اگرچه الگوهای بازنمایی اجتماعی نمود بیشتری در هر سه محله دارند اما کیفیت و بستر تبلور آنها متفاوت به نظر می‌رسد. در بافت تاریخی و ارگانیک (محلهٔ نوبر)، وجود کانون‌های سنتی مانند مسجد و بازارچه‌های محلی (براساس داده‌های اسناد شهری و نقشه‌های کالبدی) فضایی را پدید آورده که الگوهای اجتماعی بیشتر در قالب روابط همسایگی نزدیک و چهره‌به‌چهره تفسیر می‌شوند. این سازمان فضایی به نظر می‌رسد سبب می‌شود که مواجهه با محله صرفاً مبتنی‌بر عبور و دسترسی نباشد بلکه پتانسیل بالاتری برای تبدیل شدن به بستری جهت حضور، شناخت تدریجی و شکل‌گیری حس تعلق داشته باشد. از این منظر، می‌توان چنین تفسیر کرد که ساختار فضایی بافت تاریخی و ارگانیک (محلهٔ نوبر) الگوهای تعامل همسایگی سنتی را تقویت می‌کند.

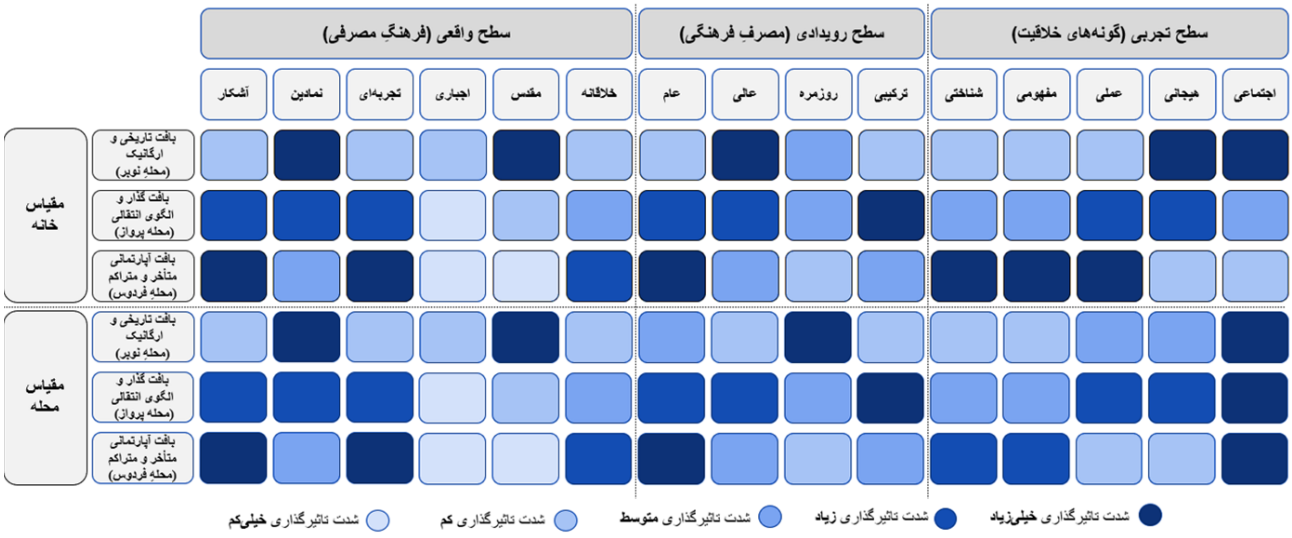
در بافت گذار و الگوی انتقالی (محلهٔ پرواز)، براساس تحلیل نقشه‌های پایهٔ شهری و شبکهٔ معابر نیمه‌منظم، خدمات محلی بیشتر در امتداد خیابان‌های اصلی استقرار یافته‌اند که این امر شرایطی را پدید آورده است که در آن هم خوانایی و دسترسی نسبتاً بیشتری نسبت به بافت تاریخی مشاهده می‌شود و هم بخشی از روابط محلیِ نزدیک همچنان حفظ شده است. این ویژگی‌های کالبدی و اجتماعی، زمینه‌ای را فراهم می‌کنند که تجربه محلهٔ نه کاملاً مبتنی‌بر صمیمیت روابط سنتی باشد و نه صرفاً بر منطق عبور و مصرف فضایی جدید استوار شود. به همین دلیل، می‌توان چنین استنباط کرد که رفتارهای جمعی در این بافت حالتی ترکیبی داشته و در نوسان میان همسایگی سنتی و استفاده از فضاهای جدیدتر شهری شکل می‌گیرند.

در مقابل، در بافت آپارتمانی متأخر و متراکم (محلهٔ فردوس) با الگوی معابر شطرنجی و دسترسی سریع به کاربری‌های مدرن، رفتارهای اجتماعی ساکنان بیشتر با مصرف تجربه‌ای،

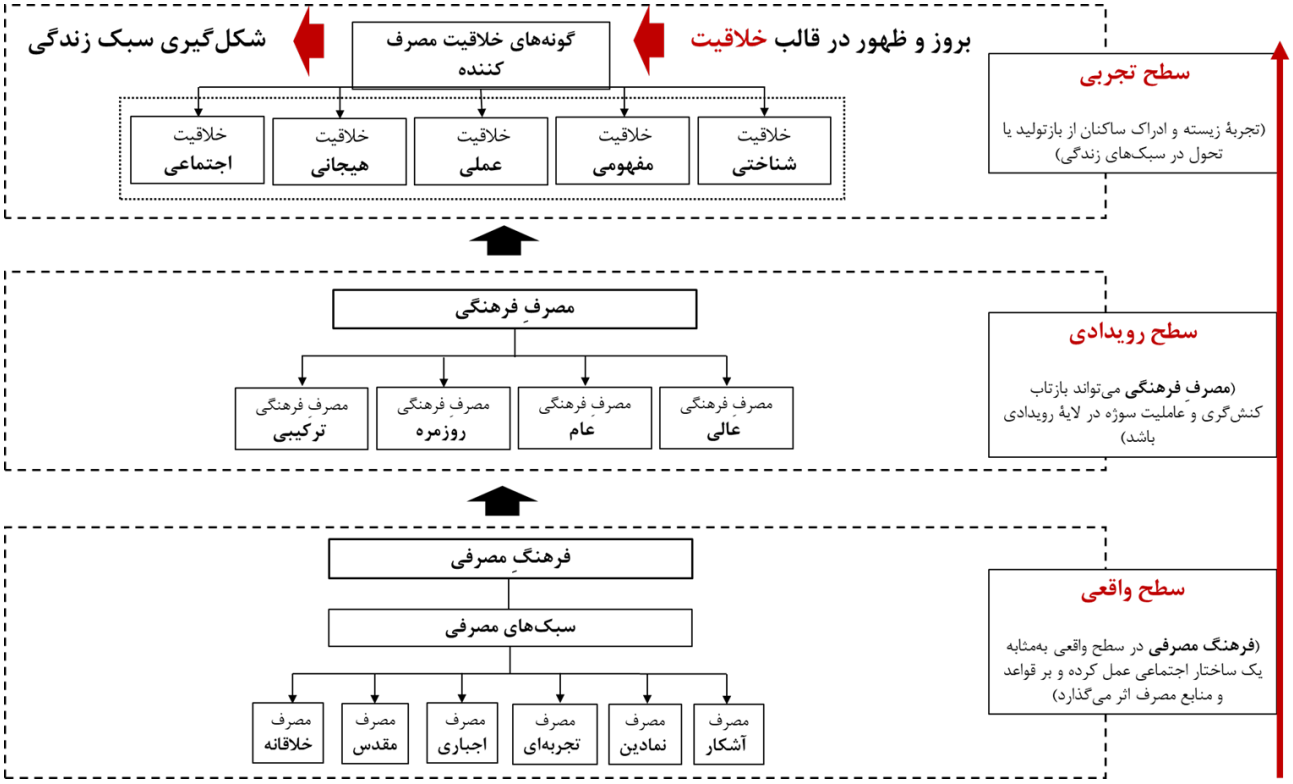
تمایزطلبی و الگوهای نمایشی پیوند خورده است. این تفاوت‌ها در تفسیر رئالیسم انتقادی نشان‌دهندهٔ آن است که چگونه ساختار کالبدی محله به‌عنوان یک شرایط زمینه‌ای، مسیرهای متفاوتی را برای بازنمایی سبک زندگی هموار می‌کند. در چنین بستری، فضاهای محله‌ای احتمالاً کمتر حول کانون‌های سنتی همبستگی سازمان می‌یابند و بیشتر در پیوند با الگوهای جدید سکونت، خرید، فراغت و بازنمایی اجتماعی عمل می‌کنند؛ بنابراین رفتارهای جمعی در این بافت بیشتر می‌تواند ماهیتی نمایشی، تمایزطلب و مبتنی‌بر مصرف تجربه‌ای پیدا کند. در جمع‌بندی این بخش می‌توان گفت که در هر سه بافت، به نظر می‌رسد فرم بروز رفتارهای خلاقانه و مصرفی با ظرفیت‌ها و محدودیت‌های کالبدی فضا پیوند دارد؛ در خانه از طریق سازمان فضایی و نحوهٔ تفکیک قلمروها و در محله از طریق الگوی معابر، استقرار خدمات و میزان خوانایی ساختار فضایی. با این حال، تفاوت میان این سه محله را نباید روابط علی قطعی دانست، بلکه بهتر است آن را به‌عنوان نشان‌دهندهٔ همبستگی‌هایی میان ساختار فضایی، فرهنگ مصرفی و عاملیتِ ساکنان قلمداد کرد. در واقع، آنچه این محلات را از یکدیگر متمایز می‌کند، تفاوت در نحوهٔ بازتولیدِ تفسیریِ فضا توسط ساکنان است. همان‌طور که در نگاشت حرارتیِ تصویر ۴ نیز نمایان است، الگوهای فضایی ثبت‌شده در هر یک از این بافت‌ها، به جای آنکه یک کنشِ مستقل و علیِ قطعی باشند، می‌توانند به‌عنوان پاسخی عاملیتی به ظرفیت‌ها و محدودیت‌های محیطی تفسیر شوند.

نتیجه‌گیری

این پژوهش با بهره‌گیری از رویکرد رئالیسم انتقادی و راهبرد پس‌کاوی، به تفسیر سازوکارهای بازنمایی سبک‌زندگی در فضاهای سکونتی شهر تبریز پرداخت. نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی و تفسیر نظری آن نشان داد که الگوهای مصرف و تعامل با فضا در سه بافت مورد مطالعه یکسان نیستند. با این حال، با توجه به ماهیت تفسیری این تحلیل، این تفاوت‌ها را نباید روابط علی قطعی دانست بلکه نشان‌دهندهٔ همبستگی‌هایی هستند که در برهم‌کنش میان کالبد مسکونی، ساختارهای فرهنگ مصرفی و عاملیت ساکنان شکل گرفته‌اند. در این چارچوب، بروز رفتارهای خلاقانه فضایی به‌عنوان سازوکاری تفسیری عمل می‌کند که از طریق آن، ساکنان امکانات و محدودیت‌های فضا را تفسیر، بازآرایی و احتمالاً به بخشی از تجربهٔ زیسته و هویت اجتماعی خود تبدیل می‌کنند (تصویر۵). تحلیل‌های تفسیری پژوهش نشان داد که الگوهای خلاقیت و مصرف در سه بافت مورد مطالعه یکسان نیست. درمقیاس خانه، در بافت تاریخی و ارگانیک (محلهٔ نوبر)، غلبهٔ ابعاد تعاملی و ابراز تعلقات خانوادگی (الگوهای بازنمایی اجتماعی و تنظیمی/هیجانی سنتی) بیانگر پیوند پررنگ‌تر سکونت با خاطره‌مندی، محرمیت، آیین‌های روزمره و روابط چهره‌به‌چهره است. در بافت گذار و الگوی انتقالی (محلهٔ پرواز)، هم‌زمانی گونه‌های مختلف الگوهای تفسیری از وضعیت بینابینی این بافت و انعطاف‌پذیری بیشتر آن در تلفیق الگوهای سنتی و معاصر حکایت دارد. در بافت آپارتمانی متأخر و متراکم (محلهٔ فردوس) نیز غلبه الگوهای شناختی، مفهومی و عملی نشان می‌دهد که ساکنان در مواجهه با فشردگی کالبدی و منطق عملکردگرای فضا، بیشتر از طریق بازتعریف کارکردها، شخصی‌سازی و مدیریت دقیق فضا به بازنمایی هویت و سبک زندگی خود می‌پردازند. در مقیاس محله نیز، اگرچه الگوهای بازنمایی اجتماعی در هر سه بافت نمود غالب داشت اما کیفیت تفسیری آن متناسب با ساختار فضایی هر محله، از همبستگی‌های سنتی و روابط چهره‌به‌چهره



تصویر۴. نگاشت حرارتی الگوهای مصرف و الگوهای تفسیری در ارتباط با ابعاد خلاقیت و مصرف در سه محله مورد مطالعه در دو مقیاس خانه و محله. مأخذ: نگارندگان.



تصویر ۵. مدل تفسیری سازوکارهای بازنمایی سبک زندگی در فضاهای سکونتی مبتنی بر خلاقیت براساس چارچوب رئالیسم انتقادی. مأخذ: نگارندگان.

تا رفتارهای مرتبط با مصرف تجربه‌ای، تمایزطلبانه و نمایشی، صورت‌های متفاوتی به خود می‌گیرد. بر این اساس، دستاورد اصلی پژوهش آن است که تفاوت میان محلات را نمی‌توان صرفاً با گونه‌شناسی کالبدی توضیح داد بلکه باید آن را نتیجه تفاوت در «نحوهٔ بازتولید فضا» توسط ساکنان دانست. از این منظر، فضاهای سکونتی نه ظرفی خنثی، بلکه بستری فعال برای تولید معنا، بازنمایی هویت و بازتولید سبک زندگی‌اند. بنابراین، مطالعه معماری مسکن زمانی به درکی عمیق‌تر می‌رسد که کالبد، کنش روزمره و سازوکارهای فرهنگی را به‌صورت هم‌زمان و لایه‌مند تحلیل کند.

یافته‌های این پژوهش می‌تواند برای معماری و سیاست‌گذاری مسکن نیز راهگشا باشد. نتایج نشان می‌دهد طراحی فضاهای سکونتی، در مقیاس خانه و محله، زمانی موفق‌تر خواهد بود که افزون بر کارکردهای فیزیکی، ظرفیت بروز خلاقیت، انعطاف‌پذیری فضایی، بازنمایی هویت و تقویت تعاملات اجتماعی را نیز در نظر بگیرد. با این حال، توجه به محدودیت‌های پژوهش حاضر اهمیت ویژه‌ای دارد؛ از محدودیت‌های اصلی این پژوهش آن است که تحلیل عاملی اکتشافی به خودی خود قادر به اثبات روابط علی یا سنجش مستقیم و روان‌شناختی مفهوم «خلاقیت» نیست و دسته‌بندی‌ها صرفاً الگوهایی تفسیری برپایهٔ بنیان‌های نظری هستند. همچنین، یافته‌های مربوط به توصیف کالبدی محلات نیز بیشتر جنبهٔ تفسیری و کیفی برپایهٔ مشاهدات میدانی ساختاریافته و اسناد توسعه شهری دارند، نه سنجش مستقیم آماری. در ادامه این مسیر، انجام مطالعات تطبیقی در سایر شهرها، بررسی نقش متغیرهای اقتصادی و جمعیت‌شناختی و بهره‌گیری از روش‌های ترکیبی کمّی-کیفی و روش‌های عمیق‌تر مانند پدیدارشناسی یا مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) جهت آزمون تجربی روابط علی پیشنهادی می‌تواند به تکمیل و تدقیق این مدل تفسیری کمک کند.

اعلام عدم تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که در انجام این پژوهش هیچ‌گونه تعارض منافعی برای ایشان وجود نداشته است.

فهرست منابع

- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. SAGE Publications.
- Bhaskar, R. (1978). *A realist theory of science*. Harvester Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste* (R. Nice, Trans.). Harvard University Press.
- Canter, D. (1977). *The Psychology of Place*. Architectural Press.
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles*. Routledge.
- Danermark, B., Ekström, M., Jakobsen, L., & Karlsson, J. C. (2002). *Explaining society: Critical realism in the social sciences*. Routledge.
- de Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life* (S. Rendall,

Trans.). University of California Press.
• Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism* (2nd ed.). SAGE Publications.
• Gifford, R. (2023). *Environmental psychology: Principles and practice* (6th ed.). Optimal Books.
• Glăveanu, V. P. (Ed.). (2021). *The Palgrave encyclopedia of the possible*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-98390-5
• Heckmann, M., Rellstab, C., & Jürgens, U. (2022). Cultural consumption patterns in contemporary societies. *Journal of Consumer Culture, 22*(3), 541–560.) https://doi.org/10.1177/14695405221087123
• Hill, J. (2003). *Actions of architecture: Architects and creative users*. Routledge.
• Lefebvre, H. (1991). *The production of space* (D. Nicholson-Smith, Trans.). Blackwell. (Original work published 1974)
• Low, S. M. (2023). *Why public space matters*. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780197503119.001.0001
• O'Connor, J. (2022). *The cultural economy*. SAGE Publications.
• Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy*. Harvard Business School Press.
• Rapoport, A. (2005). *Culture, architecture, and design*. Locke Science Publishing Company.
• Soja, E. W. (1996). *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places*. Blackwell.
• Solomon, M. R. (2006). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (7th ed.). Pearson/Prentice Hall.
• Warde, A. (2005). Consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture, 5*(2), 131–153. https://doi.org/10.1177/1469540505053090

COPYRIGHTS
Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the Bagh-e Nazar Journal. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

نحوهٔ ارجاع به این مقاله:

هاشمی آقاجری، مهتاب؛ قرمبگلو، مینو و بیتی، حامد. (۱۴۰۵). واکاوی واقع‌گرایانه از بازنمایی سبک‌زندگی در فضاهای سکونتی مبتنی‌بر خلاقیت (مورد پژوهی: شهر تبریز). *باغ نظر*، ۲۳ (۱۶۲)، ۶۹-۸۰.

DOI: 10.22034/bagh.2026.585798.6072
URL: https://www.bagh-sj.com/article_247921.html