

تبارشناسی آنترپولوژی تجربه زیستی در پدیداری مفهوم خانه

علیرضا آریان مهر - هیات علمی گروه معماری، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد، ایران.

Investigation and analysis of biological anthropology with an emphasis on areas of domestic spaces

Abstract

This paper examines the effect of contemporary cultural developments such as modernization, globalization, media, the spread of information and communication technologies, the development of family, secularization, technology and the growth of individualism - the house and the concept of it. Home From an economic standpoint a "product", from an artistic perspective "symbolic", from a sociological point of view "institution" from the viewpoint of Engineering and Architecture by or building, Urban "space" and the anthropological vision of a "culture" is that all those aspects. Leave the house and its place in the system of social relations of people and society by considering all aspects of the symbolic, institutional, material and aesthetic home or "house of culture" is possible. In anthropology comprehensive or holistic way of looking at the human and social affairs "holistic approach" call. In the "Culture House: Origins, functions and templates" these concepts as the theoretical framework of the study. This article examines the anthropological aspects of home living spaces and homes in approach and understanding of cultural spaces housing will be discussed.

Key words: anthropology, space, demography, living spaces, the concept of home.

چکیده

این مقاله به بررسی تأثیرات فرایندها و تحولات فرهنگی معاصر مانند مدرن شدن، جهانی شدن، رسانه ای شدن، گسترش تکنولوژی های ارتباطی و اطلاعاتی، تحول خانواده، عرفی شدن، تکنولوژیک شدن و رشد فردگرایی - بر خانه و مفهوم آن می پردازد. خانه از دیدگاه اقتصادی نوعی «کالا»، از دیدگاه هنری «نماد»، از دیدگاه جامعه شناسانه «تهداد»، از دیدگاه مهندسی و معماری «بنا» یا ساختمان، از دیدگاه شهرسازی «فضا» و از دیدگاه انسان شناختی نوعی «فرهنگ» است که تمام ابعاد مذکور را دارد. درک خانه و جایگاه آن در نظام روابط اجتماعی مردم و جامعه نیز با در نظر گرفتن تمامی وجوه نمادین، نهادین، مادی و زیباشناسانه خانه یا همان «فرهنگ خانه» امکان پذیر است. در انسان شناسی این شیوه جامع یا همه جانبه نگریستن به امور انسانی و اجتماعی را «رویکرد کل نگر» می نامند. «فرهنگ خانه» همچنین دربردارنده ریشه ها، کارکردها و الگوهای فرهنگی مسکن در هر جامعه معین است. در بخش «فرهنگ خانه: ریشه ها، کارکردها و الگوها» این مفاهیم را به مثابه چارچوب نظری مطالعه می شود. در این مقاله به بررسی ابعاد انسان شناختی فضاهای زیستی و خانه در رویکرد فضاهای خانگی و ادراک های فرهنگی از مسکن پرداخته می شود.

واژگان کلیدی: انسان شناسی فضا، مردم نگاری، فضاهای زیستی، مفهوم خانه.

ادبیات نظری

مردم‌نگاری فضاهای زیستی

«کلیفور گیرتز» هدف مطالعات مردم‌نگارانه^۱ را وضوح بخشیدن به مسائل فرهنگی که برای ما ناشناخته و مبهم هستند،^۲ می‌داند: «مردم‌نگاری فعالیتی است که هدف آن ارائه قابل فهم و واضح موضوعات مبهم از راه فراهم ساختن زمینه‌ای روشن‌گر و گویا برای آنها است (Geertz ۱۹۸۳: ۱۵۲). «از اینرو مهمترین راهبرد روش شناختی که در مطالعات انسان‌شناسی دنبال می‌شود شناختن زمینه و بستر اجتماعی و تاریخی است که موضوع مورد بررسی در آن شکل گرفته و تطور و تکامل یافته است. این امر را اصطلاحاً «زمینه‌یابی» می‌نامند. زمینه‌یابی گاه «زمینه‌یابی تاریخی» است یعنی مسئله مورد بررسی در بستر زمان و تاریخ مطالعه می‌شود، و گاه به صورت غیرتاریخی است که آن را «زمینه‌یابی اجتماعی» می‌نامند.

انسان‌شناسی فضاهای زیستی

طی چند دهه اخیر رشته‌های مردم‌شناسی و انسان‌شناسی گسترش پیدا کرده است و این تحولات و گسترش‌ها یک سری تغییرات را شامل می‌شود: از جمله تغییر کاربرد انسان‌شناسی از یک روش برای تحقیق و پژوهش به یک دانش گسترده و یک رشته مستقل و کاربرد های مختلف آن در حوزه های مختلف.

دو علت عمده برای گسترش مردم‌نگاری عبارتند از:
۱. «درک واقعیات از نقطه نظر کنش‌پذیری متکثر»:

انسان‌شناس‌ها متوجه شدند که باید حوادث و اتفاقات را در جامعه و در بستر واقعی که اتفاق می‌افتد، بررسی کنند. توصیف غنی و جامع و کامل درباره آن ارائه کنند (شرح غنی، توصیف پرمایه یعنی لایه‌های مختلف و معناهای مختلف یک موضوع را کشف کنیم). یک کنش با زمان و مکان و سیاست و اقتصاد و تاریخ و آینده ارتباط دارد و نمی‌تواند آن را مستقل بررسی کرد و دارای لایه‌های معنی‌گسترده‌ای است؛

۲. «درک واقعیات از نقطه نظر درونی به جای بیرونی»؛ این مفهوم به این معناست که در جامعه‌شناسی، جامعه‌شناس ابتدا به تعریف مفاهیمی می‌پردازد و بعد سعی می‌کند این مفاهیم را در جامعه بیاورد ولی در مردم‌شناسی اعتقاد بر این است که این مفاهیم را باید از درون خود جامعه بیرون کشید و نیز سهولت مردم‌نگاری در تبیین مسائل باعث رونق و گسترش استعمال و بسط آن شد.

مطالعات انسان‌شناسی از دهه ۱۹۸۰ به بعد بر پیوند این دو تأکید دارند و لازمه فهم زمینه اجتماعی را دانستن زمینه تاریخی آن می‌دانند. معماری و معماران بیشتر به «نمونه»‌ها یا «نمونه‌های ایده‌ال» می‌پردازند تا بتوانند اوج پیشرفت‌ها و تحولات در جوه هنری، فنی

۱. «اتنوگرافی» دارای دو دوره است: ۱. کلاسیک ۱۹۲۲ یعنی با انتشار کتاب «دریانوردان غرب اقیانوس آرام» مالینفسکی شروع شد که این کتاب حاصل زندگی وی در بین قبایل بود. روش مشارکتی به طور سیستماتیک انجام داد یعنی نظریه و مفهوم داشته باشد و یک مسئله‌ای هم از ذهن خود داشته باشد. توصیف و توضیح فرهنگ یک گروه اجتماعی معین و ثبت و ضبط این توصیف برای دیدن و نشان دادن آن فرهنگ دیدن و نشان دادن آن فرهنگ استفاده می‌شود. امکان دیدن نظام معنایی و فهم طبقه‌بندی گروه را داشته باشم و بعد هم آن را ثبت کنم و بتوانم آنرا نشان دهم. مردم‌نگاری (اتنوگرافی) دو معنا در انسان‌شناسی دارد: ۱. روش تحقیق خاص که انسان‌شناسی به کار می‌رود؛ ۲. محسوسات پژوهشی بدست آمده از مطالعات مبتنی بر اتنوگرافی. مردم‌نگار باید یک دانش بین حوزه‌ای داشته باشد مانند جغرافی، تاریخ و غیره. هر توصیف علمی به صورت تردبانی صورت می‌گیرد: اول مشاهده ساده از دیدن این باید شروع کنیم به انتزاع که نیاز دیگر به ساختن داریم و باید مشاهدات را دسته‌بندی کرد. اولین کار بعد از مشاهده چه طور می‌توان ربط برقرار کردن است مثلاً الگوهای جنسیتی.

۲. واژه «خانه» از مسکن و سایر کلمات مشابه برای توصیف جنبه‌های فرهنگی سکونتگاه آدمی - در معنای مورد نظر در این مقاله - مناسب‌تر است زیرا خانه در زبان فارسی به معنای بنا و ساختمان، کلیت واحد مسکونی و هم به معنای درون سکونتگاه و روح معنایی حاکم بر سکونتگاه انسانی است. از اینرو ماتنیا این واژه را تنها برای «خانه خدا» و اقامتگاه آدمی یا مکان‌هایی که انسان ساخته است مثل نمازخانه، کتابخانه، قهوه‌خانه، زورخانه و داروخانه، درحالی که مفاهیم مسکن، سکونتگاه، زیستگاه و امثال آن را برای توصیف محل سایر موجودات بکار می‌بریم. در عین حال تأکید می‌کنم که نمی‌توان سنت و مدرنیته را بصورت مطلق در تقابل دید، زیرا تفکیک دقیق چیزهای سنتی (قدیم) و چیزهای مدرن (امروزی)، امری بسیار دشوار است و در واقعیت همواره طیفی از سنت و مدرنیته وجود دارد. به تعبیر نیچه «همه شیوه‌های زندگی در عصر خود داعیه امروزی و نو بودن داشته‌اند، درست همان طور که امروز ماشیوه زندگی خود را نو می‌پنداریم.

و تشریح است، توصیف غنی نیست و اشکال کار از توصیف است. اساساً نمی توان توصیف و تبیین را از هم تفکیک کرد. زیرا؛ هر نقطه نوع توصیفی بر مبنای مجموعه ای از فرضیه ها و پیش فرض های نظری است. در مطالعه توصیفی صرفاً توصیف نمی کنیم بلکه تبیین هم داریم و می توان گفت مطالعات توصیفی عملاً به سمت تبیین و تشریح می روند.

فرهنگ و فضاهای زیستی

خانه مقوله ای از جنس فرهنگ است نه طبیعت و غریزه. به زبان کارکردگرایانه و با منطق مالدینوسکی، خانه نوعی «نیاز زیستی» است که «فرهنگ خانه» برای پاسخگویی به این نیاز شکل گرفته است و در کلیت نظام اجتماعی و فرهنگ انسانی ادغام و سازگار شده است. فرهنگ خانه از منظر انسان شناختی «مجموعه ارزش ها و معانی است که چستی و چگونگی مفهوم خانه در یک گروه یا قوم و ملت را تعریف و تعیین می کند.» اینکه خانه را چگونه بسازیم، از چه مصالحی و موادی بهره بگیریم، چه نمادها و نشانه هایی در آن بکار ببریم، درباره آن چه احساس و تلقی داشته باشیم، چه کارهای و فعالیت هایی در آن انجام بدهیم یا انجام آنها در خانه را ممنوع کنیم، چگونه خانه خود را توصیف و ترسیم نماییم، چه کسانی را در خانه ببریم و از ورود چه کسانی اجتناب کنیم، خانه را مقدس یا امری عرفی بدانیم، چه نسبتی بین خانه و سایر ابعاد زندگی اجتماعی برقرار سازیم، چه آیین هایی را درون خانه و کدام را بیرون آن بجا آوریم و تمام این مقولات در و بواسطه «فرهنگ خانه» هر جامعه پاسخ داده می شود. فرهنگ خانه زیر مجموعه ای از کلیت فرهنگ جامعه است.

«مالینوفسکی» در کتاب «نظریه علمی برای فرهنگ» (که به فارسی هم ترجمه شده است) نظریه

و مادی بناها را بشناسند^۱. از اینرو، برای این محققان عنوان معماری بیشتر تاج محل، تخت جمشید، بناهای رم باستان، فلورنس، اصفهان و امثال اینها را تداعی می کند نه آلاچیق ها، سیه چادرها، خانه های گنبدی و کاه گلی روستایی یا حتی آپارتمان ها و ساختمان های مدرن امروزی. مراحل تجربه فرهنگی بطور اعم و در فضاهای زیستی بطور اخص عبارتند از:

۱. «کسب ابزارهای مفهومی»: همانطور که زبان مهمترین رکن اصلی در هر رشته ای به ویژه علوم انسانی و مردم شناسی است، مفاهیم هم اساس و پایه کار انسان شناس است. انسان شناس به کمک مفاهیم وارد قبیله می شود و با مردم ارتباط برقرار می کند. به طور کلی در هنگام تحقیق با دو دسته مفهوم روبه رو می شویم: (۱) مفاهیم عمومی و (۲) مفاهیم اختصاصی. مفاهیم عمومی نظیر روش، فرهنگ، تکنیک، تجزیه و تحلیل کردن، شناخت علمی، و علم؛

۲. ورود به میدان تحقیق؛ یعنی انتخاب یک زمینه فرهنگی خاص و ایجاد رابطه با افراد اطلاع رسان مورد نظر؛

۱. انجام کار میدانی؛ همان جمع آوری و ثبت داده ها است که از طرق مختلف امکان پذیر است. نظیر بحث کردن، مصاحبه کردن، نقاشی کردن، نوشتن، عکس گرفتن و غیره؛

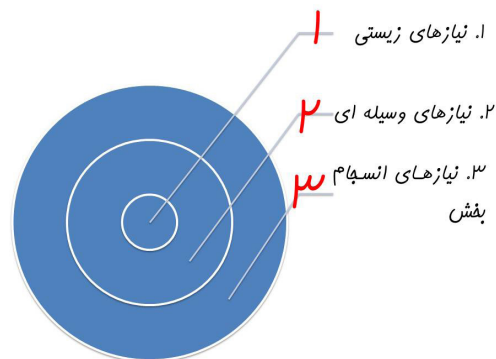
۲. توصیف فرهنگی؛ در این مرحله باید به داده های بدست آمده نظم داد و آن ها را تجزیه و تحلیل کرد و در نهایت به تجربه فرهنگی رسید. مطالعه توصیفی در انسان شناسی، پایه علوم اجتماعی است. در مطالعه موردی هدف انسان شناسان ارائه توصیفی جامع است که دارای طبقه بندی، تبیین و تشریح باشد. اگر توصیف غنی و عمیق باشد و همه جوانب را تحت پوشش قرار دهد دارای تبیین نیز می شود. توصیفی که فاقد تبیین

۱. زبان انسان شناسی عبارت است از: ۱. امیک (emic point of view)؛ نقطه نظر درونی و از منظر کنشگر. ۲. اتیک (etic point of view)؛ نقطه نظر بیرونی و از منظر ناظر کنش. خیلی از فرهنگ ها در منظر ناخودآگاه ماست. بر اساس عادت، سنت و فرایندهای جامعه پذیری؛ کارهایی برای ما درونی شده و آن ها را انجام می دهیم، مانند نماز خواندن (نقطه نظر درونی). اما از دید کسی که با نماز خواندن آشنا نیست و نمی داند که در حال انجام چه عملی هستیم، ممکن است به نظر برسد که در حال انجام دادن فعالیت ورزشی هستیم (نقطه نظر بیرونی). در سطح ناخودآگاه، ما مقلد مرجع هستیم و به دستور او نماز خواندن را به جا می آوریم. نگاه بومی بر اساس فرایند جامعه پذیری شکل می گیرد و از طریق پرسش از افراد به دست نمی آید. کار انسان شناس این است که آن قسمت درونی شده را در نظر بگیرد و با افراد تماس و ارتباط برقرار کند.

دیگران و آیندگان از انسان» این نیازها مادی نیستند و تمام آنها به نعمت‌های مادی برتری دارند چنانکه در کلام امیرالمؤمنان علی نیز تقوای دل برتر و ارزشمندتر از سلامتی جسمی و توسعه در دارایی قلمداد شده بود. در آیه ۹۲ سوره آل عمران نیز اتفاق در راه خدا را شرط برگشت‌ناپذیر رسیدن به نیکی و سعادت نامیده است. و در آیه‌های دیگری از قرآن کریم به ابعاد دیگری از نیازهای معنوی انسان اشاره شده است. مانند آیه ۱۲۵ سوره انعام که شرح صدر را لازمه رسیدن به آرامش و بهره‌مندی از دوستی خداوند دانسته و آیه ۷۰ سوره اسراء نیز نیاز به تکریم را باعث زمینه‌سازی برای شکوفایی استعدادهای ذاتی انسان قلمداد کرده است. با توجه به مضامین آیه‌هایی که به آنها اشاره شد و دیگر آیه‌های قرآن کریم، مهمترین نیازهای معنوی انسان را به صورت ذیل می‌توان فهرست کرد (احمدی، ۱۳۸۷، صص ۲۰۵ به بعد): «نیاز به کسب دانش، آگاهی و کشف حقیقت؛ نیاز به هدایت، تزکیه و تربیت؛ نیاز به کسب فضایل و دفع رذایل؛ نیاز به عشق و پرستش؛ نیاز به زیبادوستی و زیباآفرینی؛ نیاز به خلود و جاودانگی؛ نیاز به خودشکوفایی، خلاقیت و نوآوری؛ نیاز به آزادی.»

به این ترتیب، ابعاد و مراتب نیازهای انسان را در دو بُعد حیوانی (مادی) و فراحوانی (معنوی) می‌توان مورد توجه قرار داد. حاصل تأمین درست نیازهای بُعد حیوانی رسیدن به حالت بی‌نیازی و اطمینان نفس حیوانی است و حاصل تأمین درست و اصولی نیازهای بُعد فراحوانی (معنوی) انسان نیز رسیدن به حالت رضا و اطمینان کامل نفس است. در این مرحله است که نفس انسان در حالت اطمینان و رضایت به سوی پروردگار خویش باز می‌گردد (فجر (۸۹)، ۲۷ و ۲۸). نمودار شماره (۲)، ابعاد و مراتب نیازهای انسان را در دو بُعد حیوانی و فراحوانی و نتیجه تأمین درست آنها را نشان می‌دهد.

براساس آیه‌های قرآن، آرمان‌ها و هدف‌های مؤمن را به صورت ذیل می‌توان بر شمرده که در قالب جدول زیر مورد اشاره قرار گرفته است:



نمودار ۱. انواع نیازهای زیستی مورد انتظار از فضاهای زیستی در رویکرد نظریه فرهنگی مالینوفسکی؛ ترسیم نگارنده بر اساس نعمت الله فاضلی، ۱۳۹۲.

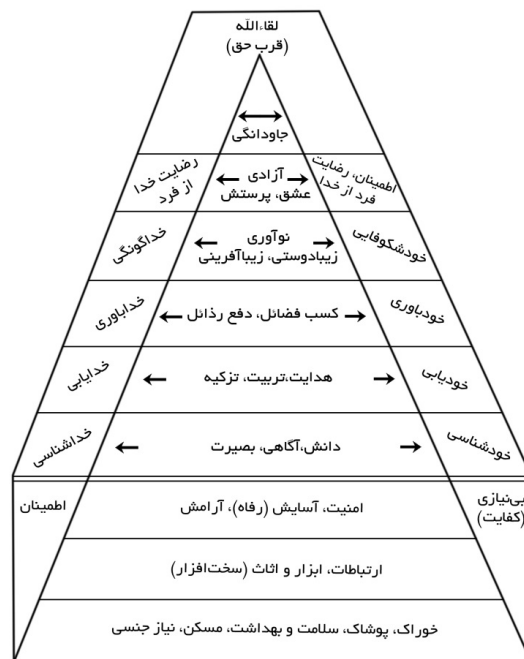
کارکردگرایی خود را مفصلاً شرح می‌دهد و می‌گوید: هریک از اجزای فرهنگ یک خاصیت و فایده‌ای دارد و گر نه وجود نمی‌داشت. و خاصیت آنها این است که به نیازهای فردی و جمعی افراد پاسخ می‌دهند. وی نیازها را به سه دسته تقسیم می‌کند: ۱. نیازهای زیستی مثل خوردن، پوشیدن و غیره؛ ۲. نیازهای وسیله‌ای مثل آموزش، پرورش، قوانین و غیره؛ ۳. نیازهای یکپارچگی یا انسجام بخش مثل دین، ایدئولوژی، جهان بینی‌ها که امکان ارتباطات و تفاهم و مبادله و هم‌زبانی و هم‌زیستی فکری را فراهم می‌کنند.

از نظر اسلام، ساحت ملکوتی و فراحوانی انسان تعیین‌کننده ماهیت اصلی وی است بنابراین اساسی‌ترین نیازهای وی نیز به همین ساحت مربوط خواهد بود. در حقیقت تأمین نیازهای مادی در حد ضرورت و کفایت، برای بسترسازی جهت تأمین نیازهای غیرمادی انسان است. قرآن کریم در آیه‌های متعددی به این بخش از نیازهای انسان اشاره کرده است از جمله در آیه‌های ۸۶ - ۷۸ سوره شعراء از زبان حضرت ابراهیم، پاره‌ای از نیازهای ملکوتی و نعمت‌های معنوی را بر شمرده است مانند: «نیاز به جاودانگی و خلود؛ نیاز به هدایت و رستگاری؛ نیاز به جبران لغزش‌ها و در گذشتن از خطا و برطرف ساختن اثرهای آنها؛ نیاز به برخورداری از حکم (قدرت، حکمت و حکومت)؛ نیاز به برخورداری از نعمت‌های جاودانه (بهشت)؛ نیاز به تأیید و الگوگیری

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۲ بهار ۹۵
No.42 Spring 2016

۴۰۶



نمودار ۲. انواع نیازهای زیستی مورد انتظار از فضاهای زیستی از دیدگاه قرآن کریم و دین مبین اسلام؛ ترسیم نگارنده بر اساس احمدی، ۱۳۸۷.

جدول ۱. آرمان های مومن در مفهوم انسان شناخت فضاهای زیستی؛ ماخذ: نگارنده.

از اینروست که هر جامعه ای فرهنگ خاص خود را دارد، فرهنگی که متناسب تاریخ و جغرافیا و تجربه های یک ملت و قوم شکل می گیرد و با تغییر فرهنگ و شرایط اجتماعی، فرهنگ خانه نیز تغییر می کند. و از اینروست که دوره های مختلف تاریخی، فرهنگ های خانه مختلف را بوجود آورده و همچنان بوجود آورد و اثراتی به تبع زیر دارد:

۱. «حس تثبیت و این جهانی شدن ماهوی»: خانه انسان نقطه اتصال و تثبیت شدن در روی کره خاکی و بلکه کلیت عالم و هستی است. از اینرو اهمیت معنایی خانه در وجه اول در ایجاد «حس تثبیت» و «ثبات بخشی در کره خاکی و جهان است». تلاش افراد برای صاحبخانه شدن و رهایی از خانه استیجاری بیش از هر چیز ناشی از احساس نیاز معنوی به پیدا کردن نقطه ای برای اتکا در روی خاک و جهان هستی، و برای

نجات از معلق بودن و سرگشتگی پنهان است.

۲. «حریم خصوصی»: داشتن سرزمین و خانه ای از آن خود، نه تنها به معنای تثبیت و رهایی از سرگشتگی است، بلکه به معنای دستیابی به «حریم خصوصی» است. حریم جایی است که انسان می تواند آرامش داشته و آنگونه ای که خود و فردیت او ایجاب می کند زندگی و رفتار نماید. حریم جایی است که حرمت انسان در آن پاس داشته می شود. از اینروست که تجاوز به حریم فرد، تجاوز به تمامیت هویت و حیثیت اوست. خانه «حریم فرهنگی» است که ما را از دیگری جدا می کند و در عین حال زندگی و همزیستی ما با دیگران را ممکن می سازد.

۳. «مالکیت و نمایش قدرت»: همچنین پیوند خانه، مکان و سرزمین با هویت و هستی اجتماعی انسان، به این مفاهیم ابعاد سیاسی گسترده می دهد و با قدرت در سطوح خرد و کلان آن لاجرم در می آمیزد. اینکه هر کس تلاش می کند تا خانه بسازد در خورد پیل، بدان روست که می خواهد نمایشی از قدرت از خود به دیگران ارائه کند. آسایش و امنیت و فراخی خانه و حتی زیبایی آن در پرتو مفهوم قدرت دستخوش تغییر اساسی می شود. ما می توانیم خانه ای بزرگ در شهری کوچک یا حتی کاخی در شهرکی کوچک داشته باشیم که امکانات زیست آن ایده آل باشد. اما آپارتمانی کوچک در شمال تهران را به آن کاخ در شهر کوچک را ترجیح می دهیم. زیرا زندگی در خیابان جوردن، میرداماد، الهیه و غیره مناطق اعیان نشین بار معنایی قدرتمندی دارد که زیستن در خانه های بزرگ در جنوب شهر یا شهرهای دیگر ندارد.

۴. «زیبایی شناسی خانه»: وجه فرهنگی بارز دیگر خانه و مسکن آدمی، جنبه های زیبایی شناسانه خانه و معماری است. هر خانه موزه ای از نمادها و نشانه های تاریخی و فرهنگی است که نه تنها میراث تبار و خاندان مشخص بلکه میراث قوم و ملت مشخص است. عناصر زیبایی شناسی معماری خانه ها میراث تاریخی قوم و ملتی است که ما به آن تعلق داریم. و اشیاء درون خانه از فرش ها، گلیم ها، ظروف، گچ بری ها،

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۲ بهار ۹۵
No.42 Spring 2016

۴۰۷

مفهوم آرمانی	آیه مصداق
پاسخ به ندای فطرت الاهی خود و هماهنگی با آن در همه شئون زندگی	«فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَةَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا» (روم ۳۰، ۳۰).
کسب معرفت الله و باور اینکه خداوند بر همه چیز آگاه است	«... لَتَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ وَأَنَّ اللَّهَ قَدْ أَحَاطَ بِكُلِّ شَيْءٍ عِلْمًا» (طلاق ۶۵، ۱۲).
عبودیت و بندگی خدا	«وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ» (ذاریات ۵۱، ۵۶).
بهرهمندی از رحمت الاهی	«إِلَّا مَنْ رَحِمَ رَبُّكَ وَلِذَلِكَ خَلَقَهُمْ...» (هود ۱۱، ۱۱۹).
تزکیه نفس برای کسب صفات جلال و جمال الاهی	«مَنْ تَزَكَّى فَإِنَّمَا يَتَزَكَّى لِنَفْسِهِ وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ» (فاطر ۳۵، ۱۸).
جاننشینی خدا در زمین	«إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً» (بقره ۲، ۳۰).
رسیدن به امامت متقین و برخورداری از وراثت زمین	«وَاجْعَلْنَا لِلْمُتَّقِينَ إِمَامًا» (فرقان ۲۵، ۷۴).
رسیدن به آرامش و اطمینان کامل و کسب رضای الاهی	«يَا أَيَّتُهَا النَّفْسُ الْمُطْمَئِنَّةُ ارْجِعِي إِلَىٰ رَبِّكِ رَاضِيَةً مَرْضِيَّةً» (فجر ۲۷ و ۲۸، ۸۹).
رسیدن به قرب حق و نزدیکی به خدا	«وَالسَّابِقُونَ السَّابِقُونَ أُولَئِكَ الْمُقَرَّبُونَ» (واقعه ۵۶، ۱۰ و ۱۱).

۱. کنش گر، ۲. وضعیت، ۳. نمادها، ۴. قواعد (هنجارها و ارزش ها) تشکیل می شود و هر نظام کنش نیز چهار کارکرد اصلی است: ۱. سازگاری (Adaptation)؛ ۲. دستیابی به هدف (Goal Attainment)؛ ۳. یکپارچگی و انسجام (Integration)؛ ۴. حفظ الگوهای فرهنگی و نمادین (Latency). این چهار کارکرد به صورت مدل واره کارکردی نظام کنش در جدول ذیل نمایش داده شده است:

دستیابی به هدف ها	سازگاری
یگانی و انسجام	حفظ الگوهای فرهنگی

چنانکه کنش اقتصادی انسان را با نظریه عمومی کنش متقابل تحلیل کنیم، درمی یابیم که فرایندهای اقتصادی جنبه های غیراقتصادی هم دارند که دانش کلاسیک اقتصاد از آنها غفلت می دارد و موضوع خود را در نوع ویژه ای از کنش انسانی یعنی رفتار اقتصادی عقلایی

درها، منبت کاری ها، پنجره ها و اشکال هندسی شکل خانه همه و همه هستی ما را حمل می کنند و به وجود و هویت ما عینیت می بخشند.

نظریه عمومی کنش و مفهوم انسان شناختی فضاهای زیستی

در مطالعه های جامعه شناختی، نظریه عمومی کنش را بیش از هر کس «تالکوت پارسونز» به صورت علمی تبیین کرده است. در این نظریه، کنش اجتماعی (از جمله کنش اقتصادی) با ذهنیت کنش گر تفسیر می شود. یعنی ادراکی که کنش گر از خود و محیط خود دارد، افکار و اندیشه هایی که در سر دارد، آرمان ها و آرزو هایی که در سر می پروراند، احساسات عواطف و انگیزه هایی که وی را به کنش وامی دارد و واکنش هایی را در برابر کنش های دیگران از خود نشان می دهد؛ مبنای اصلی تفسیر و تبیین کنش اجتماعی است. بر این اساس، هر کنش اجتماعی از چهار عنصر اساسی:



نمودار ۳. مولفه‌های مورد نظر اسلام بر اساس دیدگاه

انسان شناختی از انسان و حیات طیبه؛ مآخذ: نگارنده.

دارد اما گروه‌ها و اقوام نیز تنها و تنها از راه تثبیت و تعلق یافتن به جا و مکان مشخص است که می‌توانند هویت و قدرت خود را تثبیت کنند. (فاضلی، ۱۳۹۱، ص ۳۵). در ادبیات علمی و به تبع آن در این پژوهش، مسکن صرفاً بنایی نیست که به عنوان خانه مورد استفاده قرار می‌گیرد. مسکن کلیتی از مباحث عمران، معماری و شهرسازی، علوم اجتماعی، اقتصاد، و جمعیت‌شناسی را در برمی‌گیرد. عناوینی چون همسایگی، نوع تصدی (صاحب‌خانه‌گی یا استیجاری و ...)، شکل خانه (آپارتمانی یا ویلایی، مجتمع مسکونی) یا خانه شخصی، خوابگاه اشتراکی و ...، بازار مسکن و غیره ذیل بحث مسکن مورد مطالعه قرار می‌گیرد. مطالعات مسکن را می‌توان در سه دسته طبقه‌بندی کرد؛

و علمی (با صرف‌نظر از دیگر جنبه‌های آن) محدود می‌سازد و در تحلیل خود هر رفتار اقتصادی را که با عقلانیت اقتصادی سازگار نبود، از قلمرو بررسی‌های خود خارج می‌سازد (پارسونز، ۱۳۷۶، صص ۱۳۱ - ۱۳۰).

انسان‌شناسی مسکن

اهمیت معنایی خانه در وجه اول در ایجاد حس تثبیت و ثبات بخشی در کره خاکی است. تلاش افراد برای صاحب خانه شدن و رهایی از خانه استیجاری بیش از هر چیز ناشی از احساس نیاز معنوی به پیدا کردن نقطه‌ای برای اتکا در روی خاک و جهان هستی و برا ی نجات یافتن از معلق بودن و سرگشتگی پنهان است. حس تعلق داشتن به جا و مکان، اگرچه ظاهری فردی

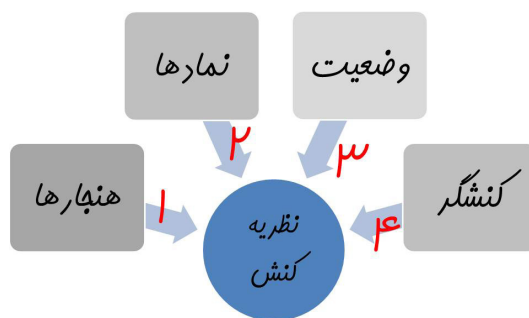
انسانها تأکید می کنند. این سنت مطالعاتی به عنوان راهی برای توسعه روانشناسانه و تجربی معانی خانه شناخته می شود. یکی از این معانی، نمایش هویت است (Hauge, ۱۹۹۷: ۱۰۰-۱۰۱).

ابعاد انسان شناختی فرهنگی فضاهای زیستی مدرن

شناخت تأثیرات مدرنیته و فرایندهایش بر الگوهای سکونت و فرهنگ خانه در تمام جوامع بخصوص کشورهای در حال توسعه بسیار پیچیده و دشوار شده است زیرا در نتیجه تحولات مدرن و گسترده فرایندهای ارتباطی بین ملت ها و ادغام و اشاعه فرهنگ ها در یکدیگر، دیگر فرهنگ آن کلیت منسجم و یکپارچه ای نیست که انسان شناسان در قبایل و اقوام کوچک سنتی مشاهده و مطالعه می کردند. همچنین با رشد فردگرایی، در ایران و جوامع جمع گرا دیگر نیز مفهوم حریم خصوصی تغییر کرده و فرزندان نیز در درون خانه اتاق مخصوص دارند. نمادها و نشانه های درون خانه نیز دیگر کمتر بیانگر روح فرهنگ سنتی است. این امور به معنای قطع ارتباط بین فرهنگ و مسکن نیست بلکه این نسبت از نوع و گونه ای دیگری است همان طور که فرهنگ معاصر خود از جنس و گونه ای دیگر است.

محریمیت، خصوصی بودن و مفهوم خانه

احساس نیاز به فضای خصوصی یا محرمانه، بیش از هر چیز موضوعی فرهنگی است و به درک افراد از فضا ارتباط دارد. ادوارد هال، با مطالعه تطبیقی دو جامعه آمریکا و آلمان، نتیجه می گیرد که «آلمانی ها فضای خود را به عنوان تعمیمی از خودبینی و شخصیتشان احساس می کنند.» (هال، ۱۳۸۴، ص ۱۵۹). او همچنین مدعی می شود که آن ها حاضرند برای حفظ فضای خصوصی خود همکاری انجام دهند، حتی در شرایط غیرعادی. مثال او در این باره مربوط به رفتار عجیب سربازان آلمانی زندانی در جریان جنگ جهانی دوم است که به محض قرار گرفتن در فضای کوچک سلول، با وسایل در اختیارشان، دیواری برای خود ساخته و حریمی شخصی بنا می کردند که حتی با کوچکتر شدن سلول و افزایش نفرات، این رفتار ادامه می یافت، حتی اگر فضای در اختیار گرفته توسط هر



نمودار ۴. نظریه کنش پارسونز و مفاهیم تحلیل

انسان شناختی فضاهای زیستی؛ مآخذ: نگارنده بر اساس پارسونز، ۱۳۷۶.

۱. «فرهنگی، زبانشناختی و تاریخی»؛ پرچمدار مطالعات مسکن با رویکرد فرهنگی راپورت است. این دسته از مطالعات در پی تحلیل فرهنگی رابطه میان خانه (مسکن/ سکونتگاه) و هویت هستند. در این تیپ از مطالعات بر ابهام مفهوم خانه تأکید می شود چراکه این مفهوم هم به سکونتگاه واقعی اشاره دارد و هم به خانه آرمانی.

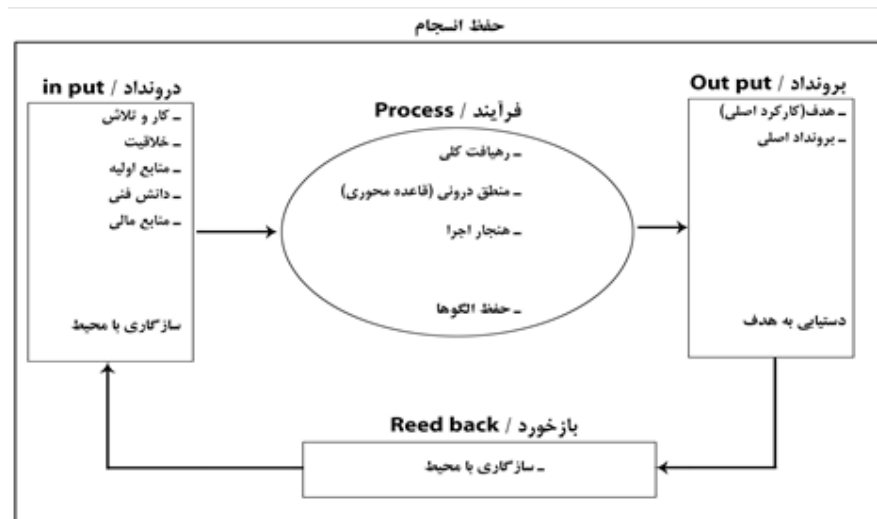
۲. «فلسفی و پدیدارشناختی»؛ دسته دوم که سنتی دیرینه در مطالعات مسکن به شمار می رود، ریشه در فلسفه و جغرافیا دارد. در این دسته مطالعات که پدیدارشناسی هوسرل جایگاه ویژه ای دارد، بر تجربه سوژه محور و ادراکات ذهنی فرد از جهان هستی خود تأکید می شود. به نظر هایدگر دیگر نظریه پرداز مطرح در پدیدارشناسی، سکونت فرآیند تبدیل یک مکان به خانه تعریف می شود. نوربرگ شولتز در همین راستا مفهوم روح مکان و رلف مفهوم حس مکان را مطرح می کند. در این سنت مطالعاتی، رابطه میان هویت و مسکن بیش از آنکه به عنوان یک ساختار مطرح شود یک فرآیند در نظر گرفته می شود و تعبیر شاعرانه و فلسفی در آن به کار می رود.

۳. «روانشناختی»؛ مطالعات دسته سوم به دنبال تحقیق در باب معنای خانه هستند و بر زندگی روزمره

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۲ بهار ۹۵
No.42 Spring 2016

۴۱۰



نمودار ۵. نظام واره کنش اقتصادی در محیط و فضاهای زیستی انسانی؛ مآخذ: نگارنده بر اساس پارسونز، ۱۳۷۶.

فیزیکی و در امان ماندن از ناملایمات و خطرهای طبیعی و انسانی، بلکه شکل دادن به دنیای ذهنی و شخصیتی و نیز حفظ آنست. خانه در این معنا، مکانی است برای: «خلوت با خود و دیگران، بی تعرض غیر.» (حائری مازندرانی، ۱۳۸۸، ص ۴۹) یادداشت حاضر درواقع قصد کالبدشکافی همین نیاز ارتباطی با خود را دارد که از خانه انتظار می رود بیش از هر نیاز دیگری به آن پاسخ گوید. مارتین هایدگر گرچه در مورد پرداختن به این مفهوم، جزء پیشگامان نیست ولی بدون شک تحلیل او و استدلال های مبتنی بر ابعاد زبان شناختی اش را باید جزء قوی ترین متون در این حوزه به حساب آورد، آن جا که در توضیح مفهوم «سکونت»، توجه ذهن را به مفهوم «محافظت کردن» جلب کرده و تاکید می کند که همزمان برای آن، دو بُعد می توان متصور شد: «جلوگیری از بروز آسیب» و نیز «رها کردن و به ذات خویش واگذار کردن انسان ها». او در نهایت نتیجه می گیرد خانه، حصاری است که انسان برای آزادی خودش می سازد: «سکنی گزیدن، به آرامش رسیده بودن، یعنی: محصور شده ماندن در آزادی یا در ساحت آزادی، که هر چیزی را از حیث ذات خویش محفوظ می دارد. ویژگی بنیادین سکنی گزیدن، این محافظت کردن است.» (هایدگر، به نقل از: شار، ۱۳۸۹، ص ۳۳)

شخص، به اندازه سوراخ یک روباه می شد. او توضیح می دهد که سربازان آلمانی «سعی نمی کردند با یک تلاش مشترک و یک جا کردن وسایل افراد نسبت به ایجاد یک فضای بزرگتر و کارآمدتر اقدام کنند» (همان، ص ۱۵۹) و «خلوت و تنهایی بصری» خانه ها در آلمان را نیز جلوه دیگری از همین ویژگی فرهنگی می نامد. حال معتقد است فرهنگ آمریکایی در این حوزه بسیار متفاوت از فرهنگ آلمانی است.

به نظر می رسد تقاضای فضاهای شخصی در داخل فضای خصوصی، یکی از مسائل و چالش های اصلی معماری امروز ایران است خصوصا که جریان عمومی خانه سازی در کشور، کوچک شدن مداوم فضاها بر اثر تراکم و نیز ملاحظات اقتصادی و مسئله قیمت است. با این حال نباید پیچیدگی ظاهری این مسئله باعث ناامیدی از یافتن راه حلی برای آن شود. در هر حال، خانه، فضایی بی بدیل است و به گفته باشلار: جایی که به ما فرصت می دهد روز به روز در گوشه ای از جهان ریشه بدوانیم. (باشلار، ۱۳۹۱، ص ۴۴).

حفظ خویشتن و مفهوم خانه

مهم ترین نیاز هر شخص به خانه را می توان حفظ «خود» دانست که با مفهوم کلی «بقا» در ارتباط قرار می گیرد. منظور از آن امان نه صرفا بقای جسمی و

این متناقض‌نمای هایدگری، (محصور شده ماندن در آزادی) قصد انتقال چه پیامی را دارد؟ و انسان چگونه می‌تواند در حصارِ خودساخته، به آزادی برسد؟ غرض از بحث مذکور، به هیچ وجه تشریح این مفهوم هایدگری نیست بلکه تنها شاهی است بر این گزاره که خانه می‌بایست به عمیق‌ترین نیازهای شخصی افراد پاسخ دهد و بنابراین چیزی بیش از پناهگاه صرف است.

برآوری نیازهای روان‌شناختی و مفهوم خانه

هر فرد، مجموعه‌ای از نیازهای «جسمی» و «ذهنی» را دارا بوده و خواهان آنست که خانه، مجالی برای پرداختن به آن‌ها باشد. در این جا «نیازهای جسمی»، شامل خوردن، خوابیدن، تحرک، رابطه جنسی و نظافت بوده و «نیازهای ذهنی» نیز بیش از هر چیز بر تمرکز و تفکر، ابتکار و ساختن و نیز پرداختن به علاقمندی‌های فردی مانند موسیقی، نقاشی و غیره اشاره دارد. هر کدام از این نیازها با فضایی در ارتباط قرار می‌گیرند ولی این به معنای آن نیست که رابطه مذکور، تناظر یک به یک است. به عبارت دیگر، یک فضای واحد در صورت طراحی درست، می‌تواند امکان پاسخگویی به چندین نیاز مختلف را دارا باشد. از منظر بیشتر افراد، فضای شخصی، یک فضای ثابت است که تعلق به فرد دارد. انباشته شده از وسایل او و تزیین شده مطابق با ذهنیات و سلیقه اوست و فرد می‌تواند در مواقعی که نیاز به فاصله گرفتن از جمع خانوادگی دارد به آن پناه ببرد، مواقعی چون تفکر و تمرکز (برای کار، درس، تصمیم‌گیری‌های مهم، برنامه‌ریزی و غیره)، مواقعی که دلگیر است و نیاز به تنهایی و قضاوت نشدن توسط دیگران دارد و یا مواقعی که فعالیت مورد نظر او با فعالیت غالب رایج در خانه در آن زمان خاص منافات دارد (مثلاً نیاز به خوابیدن، زمانی که دیگران دارند فیلم می‌بینند یا میهمان دارند و غیره). با توجه به این توضیحات نیاز به بررسی چگونگی تأثیرات مدرنیته و فرایندهایش (یعنی عقلانی‌شدن، عرفی‌شدن، بروکراتیک‌شدن، دموکراتیک‌شدن، صنعتی‌شدن، شهری و شهرنشین شدن، تخصصی و تفکیک‌پذیر شدن)، و تحولات

مدرنیته متاخر یا به تعبیری دیگر «پست مدرنیته» (مانند رسانه‌ای شدن، دیجیتالی شدن، زنانه شدن، فردی شدن (فردگرایی)، عامه یا مردم پسند شدن و بصری شدن) ضروری است:

۱. «**امروزی شدن خانه**»: مدرنیته به اشکال مختلف از فرم، کارکردها و درون خانه سنت زدایی می‌کند. این فرایند سنت‌زدایی را می‌توان امروزی شدن خانه نامید. مراد از امروزی شدن بردن خانه از گذشته و تاریخ از یک سو، و هماهنگ شدن با شرایط زمان حال از سوی دیگر است. استفاده از مصالح و تکنولوژی امروزی در ساختمان خانه در جامعه پیشامدرن دارای هویت تاریخی است و همواره با خود نوعی تاریخ و گذشته را حمل می‌کند. خانه‌ها مانند افراد دارای شناسنامه و اصل و نسب هستند و این هویت و تبار به خانه منزلت و اعتبار می‌دهد.

۲. «**عقلانی شدن خانه**»: به همین دلیل «معماری مدرن» که ابتدا در دهه‌ها نخست قرن بیست ظاهر شد، و بعد توسعه یافت، الگوی تازه‌ای از خانه متناسب با کارکردهای جدید آن بوجود آورد. اولین موج «معماری مدرن» چند ویژگی داشت: «کوچک بودن، ساده بودن، حداکثر استفاده از فضا، فاقد نشانه و رنگ، بر مبنای تقسیم کار فضایی.»

۳. «**شهری شدن خانه**»: اکنون هویت یابی و جامعه‌پذیری فرزندان به بیرون از خانه‌ها (مدرسه، خیابان، سینما، تلویزیون، اینترنت، پارک‌ها، کافی شاپ‌ها، کتابخانه‌ها، ورزشگاه‌ها و استادیوم‌ها، شهربازی‌ها) منتقل گردیده و تلقی کاملاً متفاوتی از جایگاه و نقش خانه نسبت به سابق بوجود آمده است. به عبارتی، خانه بعنوان جزء کوچکی از شهر و یا خانه در ارتباط با شهر نه در ارتباط با خودمان معنا پیدا می‌کند.

۴. «**عرفی شدن خانه**»: مدرنیته آنگونه که در غرب و اروپا تجربه شده و در دیگر کشورها بسط یافته است، اغلب با عرفی یا سکولار شدن فرهنگ همراه بوده است. با گسترش مدرنیته روح متافیزیکی و قدسی که حاکم بر ابعاد مختلف فرهنگ بود بتدریج جای خود را

اساسی است. لوییس و مود خانه سنتی بریتانیایی را اینگونه توصیف کرده اند: «خانه طبقه متوسط را خانه ای که کم و بیش منظم، مبتنی بر سلسله مراتب نظم و حتی آیین و مناسک» توصیف کرده بودند (Firth et al. ۱۹۶۹).

۷. «دمکراتیک شدن خانه»: خانه مفهومی نابرابر در تلقی سنتی داشته است. مفهوم «خانه پدری» بیش از هر چیز بیانگر خصلت «پدرسالارانه» خانه در تلقی سنتی آن است. خانه مانند دیگر مقولات اجتماعی مذکر بوده است زیرا اساس خانه بر ایجاد آسایش و رفاه مرد و تحت مدیریت و اقتدار پدر استوار بود. خانه در مالکیت پدر بود و زن و فرزندان نیز مانند خانه بخشی از دارایی های او بشمار می رفت. تجاوز به ساکنان خانه نه تنها تجاوز به شرف و ناموس مرد بلکه تجاوز به اموال و دارایی های او بود. از این دیدگاه می توان گفت کارکرد جنسیتی خانه ایجاد حریم برای زنان است.

۸. «رسانه ای شدن خانه»: جان تامپسون در کتاب «ایدئولوژی و فرهنگ مدرن» رسانه ای شدن را مهمترین فرایند تحول فرهنگ معاصر می داند. بدون تردید رسانه ها از راه بازنمایی و توسعه و تسهیل ارتباطات و تسریع گردش اطلاعات نقش و تاثیر مهمی در فرهنگ معاصر ایفا می کنند. مهمترین تاثیر تکنولوژی های ارتباطی و رسانه ای در زمینه خانه، تقلیل دادن یکی از مهمترین کارکردهای خانه یعنی حریم سازی خانه است.

۹. «تجاری شدن خانه»: نکته ای که در تحول مفهوم خانه نقش بسیاری داشته است، غلبه ارزش های سرمایه دارانه در زمینه مسکن است. همان طور که در ابتدا اشاره کردیم خانه از دید اقتصادی نوعی «کالا» است. این کالا مانند دیگر کالاها تابع قوانین عرضه و تقاضا و سازوکارهای بازار است. غلبه ارزش های کمی و سلطه پول در جامعه مدرن - به تعبیر جورج زیمیل - تمام ارکان فرهنگ مدرن را دگرگون کرده و می کند. خانه ها بیش از آنکه توسط ساکنان آنها ساخته و طراحی شوند، توسط بنگاه های اقتصادی «باز و فروش» یا سازمان های دولتی ساخته و عرضه

به ارزش های عرفی و دنیوی داد. خانه و مسکن سنتی در جوامع پیشامدرن به صورت های مختلف حامل ارزش های دینی و باورهای اسطوره ای و متافیزیکی بود. اما در شرایط مدرن دیگر خانه از نمادهای و نشانه های متافیزیکی خالی می شود.

۵. «جهان - محلی شدن خانه»: نمی توان بدون در نظر گرفتن فرایندهای جهانی شدن به درکی واقعیهانه از زندگی اجتماعی انسان معاصر بدست آورد. گسترش فرایندهای جهانی شدن فشردگی و درهم تنیدگی زمانی و مکانی، بتدریج اهمیت مکان را هر روز می کاهد و به «فضا» - فضای مجازی ساخته شبکه های اینترنتی و تکنولوژی های دیجیتالی و ارتباطی - اهمیت بیشتر می دهد. حتی اهمیت سرزمین، وطن و زادگاه نیز با چالش مواجه شده است. «شهروند جهانی» امروز در جایی دنیا می آید، در جای دیگر تحصیل می کند، و در سرزمین های مختلف به کار می پردازد. جهان سیال امروز می رود نوعی کوچ زیستی جهانی نوین را همگانی و ابداع کند. در این شرایط مفهوم خانه، خانه پدری، سرزمین ابا و اجدادی، و وطن و خانه خصوصی دیگر آن حس و حال سنت را تداعی می کنند.

۶. «فردی شدن خانه»: فردگرایی یکی از شاخص های مهم رشد مدرنیته بوده است. مراد از فردگرایی اهمیت یافتن و ترجیح خواسته های فردی در برابر خواسته ها، ارزش ها و ساختارهای کلی جمعی تاریخی است. فردگرایی جنبه های سیاسی، اجتماعی و اخلاقی دارد. رشد فردیت در عرصه های مختلف می تواند تاثیرگذار باشد. خانه یکی از این عرصه ها است. میل به داشتن خانه شخصی مستقل و جدایی گزینی از خانواده و خانه پدری، تخصیص یافتن فضای خصوصی به هر یک از افراد خانه (اتاق فرزندان، اتاق خواب والدین)، اهمیت یافتن کارکرد حریم خصوصی، تنوع یافتن سبک های دکوراسیون و آرایش منزل، و محدود شدن روابط همسایگی همگی بخشی از فرایند فردی شدن خانه است. «ریموند فیرث و همکارانش» در ۱۹۶۹ نشان دادند آنچه لوییس و مود به منزله خانه طبقه متوسط در بریتانیا توصیف کرده بودند در شرف تغییر

می شوند. بنگاه های تولیدی واسطه ای نیز بر اساس معیار «سود» و ارزش مادی فعالیت می کنند. ۱۰. «بوروکراتیک شدن خانه»: در دوره مدرن و معاصر سیاست ها و برنامه ریزی های کلان دولت و شهرداری ها در زمینه فضاهای شهری، خانه سازی و تولید انبوه، نقش موثری در چگونگی فرهنگ خانه معاصر داشته و دارد. اما در شرایط جامعه پیشا مدرن، دولت ها نقشی در زمینه خانه سازی نداشتند و خانه بیش از هر چیز مقوله و امری خصوصی تلقی می شد. امروزه خانه بخشی از فضای شهر است و لاجرم باید متناسب با ساختارهای محلی، محله ای و شهری و همچنین سیاست های کلان ملی ساخته شود. در این شرایط مردم تنها در زمینه «درون خانه ها» قادر به انتخاب سبک و سلیقه خاص خود هستند و نمای بیرون و ساختار خانه باید با ملاحظه قوانین شهری شکل گیرد. شاید درک اینکه چگونه خانه و خانه سازی به صورت یکی از اجزاء نظام بوروکراسی و برنامه ریزی دولت و سازمان های عمومی مثل شهرداری ها درآمده است نیاز به توضیح نداشته باشد زیرا همه این تجربه را دارند که برای احداث خانه جدید باید «مجوزهای» مختلفی از سازمان های گوناگون اخذ کنند و در فرایند اخذ مجوز باید استانداردها و ضوابط معینینی را رعایت نمایند.

نتیجه گیری و جمع بندی

براساس مبانی و مفروض های توسعه انسانی در دیدگاه اسلامی، شاخص های مورد توجه در مجامع بین المللی برای سنجش میزان توسعه انسانی کافی و مناسب نیست. چرا که کانون محوری در رویکرد رایج توسعه انسانی بسط انتخاب های انسان برای دستیابی به زندگی بهتر است در حالی که در رویکرد اسلامی، توسعه انسانی هنگامی اتفاق می افتد که ظرفیت های انسانی به گونه ای ارتقا یابد که وی قادر باشد تعارض های درونی و بیرونی خود را حل کند و در فضای عدالت گسترده و فراگیر با پرورش ایمان و انجام عمل صالح در راه قرب حق و خداگونگی قدم بردارد و حیات طبیعی وی حیات طیبیه شود. انسان دو گروه نیازهای مادی و معنوی دارد که دو

بعد حیوانی (مادی) و فراحوانی (معنوی) وی را شامل می شود و با تأمین درست و مناسب این نیازها کمال طبیعی و معنوی اش محقق می شود. به این ترتیب، کمال بعد مادی انسان به این است که بتواند به طور کامل در خدمت بعد فراحوانی و معنوی اش قرار گیرد؛ کمتر از این میزان، نقص است و ضعف و بیش از حد کفایت نیز مانع تحقق غایت اصلی وجود انسان و کمال بعد معنوی وی نیز به این است که انسان طبیعی به انسان فطری و حی متأله تبدیل شود. براساس مبانی و مفروض های توسعه در نگرش اسلامی، توسعه عبارت است از: «فرایندی که در آن کیفیت و کمیت زندگی فردی و اجتماعی انسان بر مبنای اندیشه ناب اسلامی تحول اساسی می یابد تا نیازهای مادی و معنوی وی را در همه ساحت های زندگی تأمین کند». توسعه انسانی مورد نظر اسلام نیز عبارت خواهد بود از: «فرایند بسط ظرفیت های انسانی از راه تعدیل غرایز و تأمین نیازهای مادی و معنوی جهت حل تعارض های درونی و بیرونی وی با عمل بر جامعیت اسلام برای پرورش ایمان و عمل صالح در بستر عدالت فراگیر، به منظور دستیابی به حیات طیبیه».

منابع و مآخذ

- قرآن کریم.
نهج البلاغه.
احمدی، محمدرضا (۱۳۸۷) تبیین شاخص های توسعه انسانی، دانشگاه عالی دفاع ملی (داعا)، پایان نامه دکترای مدیریت استراتژیک.
آمارتیا، سن (۱۳۸۱) توسعه به مثابه آزادی، ترجمه وحید محمودی، تهران: انتشارات داستان.
پارسونز، تالکوت (۱۳۷۶) بی جا: بی تا.
حرانی، ابن شعبه (۱۴۰۴) تحف العقول عن آل الرسول، قم: انتشارات جامعه مدرسین.
خلیلیان، محمدجمال (۱۳۸۴) شاخص های توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام، قم: مؤسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی
روشه، گی (۱۳۷۶) جامعه شناسی تالکوت پارسونز، ترجمه عبدالحسین نیک گهر، تهران: مؤسسه فرهنگی

- انتشاراتی تبیان، اول.

طباطبایی، سید محمدحسین (بی تا) المیزان فی تفسیر القرآن، ترجمه سید محمدباقر موسوی همدانی، تهران: بی تا.

جوادی یگانه، محمدرضا (۱۳۷۷) «انسان جامعه شناختی و مرزهای آن (نقد و بررسی کتاب انسان جامعه شناختی رالف دارندورف)»، کتاب ماه علوم اجتماعی (۲۲)، مرداد ۱۳۷۷: ۹-۱۲.

حائری مازندرانی، محمدرضا (۱۳۸۸) خانه، فرهنگ، طبیعت، تهران، مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری.

شار، ادم (۱۳۸۹) کلبه هایدگر، ایرج قانونی، تهران، نشر ثالث.

غزنویان، زهرا (۱۳۹۰) انسان شناسی فضای خانگی شهری؛ از مطلوبیت تا واقعیت، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: ناصر فکوهی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

باشلار، گاستون (۱۳۹۱) بوطیقای فضا، مریم کمالی و محمد شیربچه، تهران، انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.

هال، ادوارد تی (۱۳۸۴) بعد پنهان، منوچهر طبیبیان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.



فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۲ بهار ۹۵
No.42 Spring 2016

۴۱۵