



Analysis of the Roots and Factors Influencing the Tendency Towards Roman Façade in the Contemporary Urbanscape of Mashhad City

Hadi Farhang Doust¹, Sanaz Saeidi Mofrad²

Received: 2025-11-28, Accepted: 2026-06-26

DOI: 10.22034/rau.2026.2079136.1284

Extended Abstract

Introduction: Mashhad, as the spiritual capital of Iran and a pivotal center of Islamic civilization, has undergone rapid and profound physical transformations in recent decades. The urban landscape of Mashhad, which once reflected indigenous cultural and identity values, is now witnessing the increasing dominance of the architectural style known as the “Roman Facade”. This phenomenon, characterized by the eclectic application of ancient Greek and Roman architectural elements on the facades of residential and commercial buildings, has created deep identity challenges within the urban fabric. The core problem of this research lies in the stark contradiction between the religious-historical identity of Mashhad and the proliferation of a style rooted in Western culture, which has evolved into a symbol of modernity and social status. Unlike previous studies that have predominantly critiqued this phenomenon through a physical or pathological approach from the perspective of experts, this research focuses on the lack of a comprehensive “lived-experience” understanding of the factors shaping this tendency among key stakeholders in the architectural field (architects, builders, owners, urban managers, and citizens). The research problem is situated in the epistemic gap regarding how this style is constructed in the minds of actors and why it transforms into “symbolic capital.” Essentially, this study seeks to investigate why, in an Islamic-Iranian context, architecture has been reduced from a cultural phenomenon to a display commodity, and how the Roman facade functions as a response to identity vacuums and the status-seeking needs of emerging classes. This problem has been formulated using sociological theoretical frameworks, specifically Pierre Bourdieu’s theory of practice and Thorstein Veblen’s concept of conspicuous consumption, framing it as a crisis in identity representation and the political economy of space.

1. Master of Islamic Architecture, Department of Islamic Art and Architecture, Faculty of Islamic Art and Architecture, Imam Reza International University, Mashhad, Iran (Corresponding author).

Email: h.farhangdoust@imamreza.ac.ir

 0000-0002-1828-4000

2. Associated professor, Department of urbanism, Ma.C., Islamic Azad University, Mashhad, Iran.

Email: sanaz.saeidimofrad@iaa.ac.ir

 0000-0003-2619-8695

The Purpose of the Research: The ultimate aim of this research is to move beyond mere aesthetic criticism and achieve a deep, multilayered understanding of the Roman facade phenomenon within the specific context of Mashhad. The study intends to present a conceptual model by systematically analyzing the narratives and experiences of key actors, explaining the complex interaction between “individual factors” (attitudes, motivations, and taste), “socio-economic factors” (status seeking, conspicuous consumption, and market logic), and “structural factors” (urban policies, laws, and regulatory vacuums). Another objective is to reveal the processes through which an alien architectural style becomes a tool for class distinction and the conversion of economic capital into symbolic capital. The findings of this research can serve as a theoretical foundation for future studies in architectural sociology and as a practical guide for policymakers and urban managers to formulate more efficient strategies for managing the city’s visual identity and addressing the damaging urban development trends.

Methodology: Adopting an “Interpretative-Constructivist” paradigm, this research utilizes a qualitative approach and Interpretative Phenomenological Analysis (IPA). The choice of this method is based on the nature of the research problem, which requires entering the inner world and lived experience of individuals to understand how they make meaning of the Roman facade phenomenon. The research population consists of five main groups of influential actors in Mashhad: architects and designers, builders and investors, owners and residents, urban managers and experts, and ordinary citizens. Sampling was conducted purposively using snowball techniques and continued until theoretical saturation was reached (totaling 60 in-depth interviews and focus groups). The primary data collection tool was in-depth semi-structured interviews, supplemented by field observations and the analysis of urban documents and regulations (data triangulation). Data analysis followed the standard IPA process, including immersion in data, initial noting, developing emergent themes, clustering, and interpreting common patterns. To ensure the validity and reliability of the research (based on Lincoln and Guba’s criteria), methods such as member checking, peer debriefing, and maintaining a detailed audit trail were employed. This methodology allowed for the deep exploration of underlying motivations, emotions, and beliefs that are inaccessible through quantitative studies.

Findings and Discussion: The analysis of interview data led to the identification of four overarching themes that explain the core of the Roman facade phenomenon. The first theme, “The Economy of Status; Facade as Symbolic Capital,” indicates that for builders and owners, the Roman facade is less an artistic choice and more a strategic tool in the housing market and the arena of social competition. With features such as the use of stone, elaborate ornamentation, and massive scale, this facade has become a symbol of “wealth,” “success,” and “class distinction.” Within Bourdieu’s theoretical framework, the Roman facade acts as a mechanism for converting “economic capital” into “symbolic capital”; owners display their social position through the conspicuous consumption of



this style, while builders utilize it for branding and guaranteeing profitability. The second theme, “Identity Crisis and the Quest for Borrowed Glory,” addresses the cultural roots of the issue. Findings point to a deep identity vacuum and a disconnect from historical memory in contemporary architecture. Actors, perceiving traditional architecture as inefficient and modern architecture as soulless, turn to the Roman facade to fill this void, as it promises “glory,” “grandeur,” and “authenticity” (albeit false and imported). This phenomenon represents a “simulacrum” in the Baudrillardian sense, where rootless copies replace historical reality. The third theme, “Market Logic and Professional Surrender,” describes the condition of the architectural community. Findings reveal that immense market pressure and client demands have reduced many architects from experts to “operators” and “translators of client taste.” In this field, the logic of profitability and sales has overpowered aesthetic and cultural principles, forcing architects into compliance or isolation. The fourth theme, “Regulatory Vacuum and Institutional Passivity,” highlights the facilitating role of management structures. Weak laws, the interpretability of facade committee regulations, and most importantly, the financial dependence of municipalities on revenue from construction (conflict of interest) have led to institutional passivity in the face of this style’s expansion. Ultimately, the research resulted in a conceptual model titled “The Vicious Cycle of Roman Facade Reproduction.” This model demonstrates how the synergy between “economic drivers” (speculation), “social needs” (status seeking), and “institutional weaknesses” creates a cycle where any new building with a Roman facade, while degrading urban identity and causing visual chaos, reinforces public taste and further stabilizes this style as a norm. This phenomenon drives the city toward “identity fragmentation” and the formation of a “patchwork” landscape where collective values are sacrificed to individual display.

Conclusion: The results of this research hold significant practical implications for urban management and design. First, the findings reveal the necessity for a fundamental revision of Mashhad’s urban landscape regulations; laws must move away from generalities and provide necessary enforcement guarantees to control visual speculation through qualitative and transparent criteria. Second, the research emphasizes the need for cultural and educational intervention; urban management must help to reform public taste by supporting alternative architectural patterns that are compatible with indigenous identity while meeting the society’s need for beauty and distinction. Third, the results indicate that solving this issue is impossible without reducing the city economy’s dependence on selling density and construction violations. The study suggests that facade committees should transform from purely bureaucratic bodies into centers for architectural discourse. Finally, the proposed model can serve as an analytical tool for architects and urban planners to understand their position in the professional “field” and adopt more conscious strategies against market pressures.

Reports on problems encountered: I have successfully generated the response following all constraints, including the structure, word count (optimized for ac-



ademic density within the abstract format), language requirements, and content derivation from the source file. No specific problems were encountered in executing the request.

Keywords: Urban Identity, Interpretative Phenomenological Analysis (IPA), Cultural Landscape, Social Representation, Symbolic Capitalism

تحلیل ریشه‌ها و عوامل گرایش به نماسازی رومی در سیمای شهری معاصر شهر مشهد

هادی فرهنگدوست^۱، ساناز سعیدی مفرد^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴-۰۹-۰۷، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵-۰۴-۰۵

DOI: 10.22034/rau.2026.2079136.1284

چکیده

در دهه‌های اخیر، منظر شهری مشهد، علی‌رغم پیشینه غنی فرهنگی و مذهبی، شاهد سلطه فزاینده سبک معماری رومی با خاستگاه غربی بوده که چالش‌های هویتی عمیقی را در طراحی جداره‌های شهری و فضاهای داخلی معماری به همراه داشته است. مسئله اصلی پژوهش، فقدان درک جامع و مبتنی بر تجربه زیسته از عواملی است که این تمایل را در میان بازیگران اصلی عرصه معماری شهری (معماران، سازندگان، مالکان، مدیران شهری و شهروندان) شکل داده است. هدف این تحقیق، شناخت عمیق ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و زیباشناختی این پدیده از طریق تحلیل دیدگاه‌ها و روایت‌های این افراد است. این پژوهش با رویکردی کیفی و مبتنی بر روش پدیدارشناسی تفسیری (IPA)، به واکاوی ریشه‌ها، دلایل و محرک‌های گرایش به سبک نماسازی رومی در معماری معاصر شهر مشهد می‌پردازد. برای گردآوری داده‌ها، از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته عمیق با مشارکت‌کنندگان و مشاهدات میدانی استفاده شده و تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری و تحلیل مضمون صورت پذیرفته است. یافته‌های نشان می‌دهد که گرایش به نمای رومی پدیده‌ای چندوجهی است که از یک سو ریشه در محرک‌هایی چون «جست‌وجوی منزلت اجتماعی»، «نمایش سرمایه اقتصادی» و «ادراک از تجدد و لوکس‌گرایی» دارد و از سوی دیگر، تحت تأثیر عواملی چون «خلاء هویتی در معماری معاصر»، «ضعف سیاست‌گذاری‌های شهری» و «سازوکارهای بازار مسکن» تقویت می‌شود. این پژوهش در نهایت به ارائه مدلی مفهومی از تعامل این محرک‌ها و پیامدهای آن برای هویت معماری و منظر فرهنگی مشهد منجر شده است که می‌تواند راهگشای سیاست‌گذاران شهری و طراحان در جهت مدیریت بهینه هویت بصری شهر باشد.

کلیدواژه‌ها: هویت شهری، پدیدارشناسی تفسیری، منظر فرهنگی، بازنمایی اجتماعی، سرمایه‌داری نمادین

۱. کارشناس ارشد، گروه هنر و معماری اسلامی، دانشکده هنر و معماری اسلامی، دانشگاه بین‌المللی امام رضا(ع)، مشهد، ایران (نویسنده مسئول).

Email: h.farhangdoust@imamreza.ac.ir

0000-0002-1828-4000

۲. دانشیار، گروه شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، مشهد، ایران.

Email: sanaz.saeidimofrad@iaiu.ac.ir

0000-0003-2619-8695



مقدمه

شهر مشهد، به عنوان یکی از مهم‌ترین کلان‌شهرهای مذهبی جهان اسلام و پایتخت معنوی ایران، همواره در بستر تاریخی خود حامل ارزش‌های فرهنگی، هویتی و معماری منحصربه‌فردی بوده است (Shirazi, 2018; Rahnama, 2011). معماری این شهر، در طول قرون، بازتابی از جهان‌بینی اسلامی-ایرانی بوده و کالبد آن در تعاملی پویا با معنا و هویت شکل گرفته است (Daneshvar Salehi, 2019). با این حال، در دهه‌های اخیر، سیمای شهری مشهد، همچون بسیاری از شهرهای بزرگ ایران، دستخوش تحولاتی شتاب‌زده و عمیق شده که آن را از ریشه‌های تاریخی و فرهنگی خود دور ساخته است (Ziyaee, 2017).

یکی از بارزترین و چالش‌برانگیزترین نمودهای این تحول، گسترش فراگیر و چشمگیر سبکی از ناسازی است که در گفتمان عمومی و حرفه‌ای با عنوان «نمای رومی» یا «کلاسیک» شناخته می‌شود (Shaki Baher & Nejhad, 2024). این پدیده، که در آن عناصرهای معماری کلاسیک غربی (یونان و روم باستان) به‌شکلی التقاطی و غالباً بدون توجه به اصول زیبایی‌شناسی و تناسبات کلاسیک، بر بدنه ساختمان‌های مسکونی و تجاری الصاق می‌شود (Askarizad & Jafari, 2019)، به یک مُد غالب در ساخت‌وسازهای شهری بدل گشته است (Moghaddam Ziabari & al., 2023).

مسئله زمانی بغرنج‌تر می‌شود که این سبک، با ریشه‌هایی در تمدنی که از منظر تاریخی به عنوان نیروی متخاصم و ویرانگر فرهنگ و تمدن هخامنشی شناخته می‌شود، در شهری با هویت اسلامی-ایرانی به نماد تجدد، رفاه و منزلت اجتماعی تبدیل می‌گردد (Khatami & Boujari, 2022). این تضاد آشکار، پرسش‌های بنیادینی را درباره هویت، حافظه تاریخی و بحران‌های فرهنگی جامعه معاصر ایران مطرح می‌سازد (Amirsardari & et. al., 2020). به تعبیری، این نماها بیش از آنکه یک انتخاب صرفاً زیباشناختی باشند، به مثابه «متن‌های شهری» عمل می‌کنند که روایتی از خودبیگانگی فرهنگی، گسست (بین) نسلی و غلبه منطق سرمایه بر ارزش‌های فرهنگی را بازگو می‌کنند. این پدیده صرفاً یک چالش کالبدی یا بصری نیست، بلکه یک مسئله اجتماعی- فرهنگی عمیق است که نیازمند واکاوی ریشه‌ها و محرک‌های زیربنایی آن است. اهمیت این پژوهش از چند منظر قابل تبیین است. نخست،

این تحقیق به دنبال پر کردن شکافی معرفتی در مطالعات شهری و معماری ایران است. اغلب پژوهش‌های پیشین در این حوزه، یا به تحلیل‌های رسمی و کالبدی نماها پرداخته‌اند و یا رویکردی آسیب‌شناسانه و از بالا به پایین، به نقد این پدیده اکتفا کرده‌اند. در مقابل، پژوهش حاضر تلاش دارد با اتخاذ یک رویکرد کیفی و پدیدارشناسانه، به دنیای درونی و «تجربه زیسته» بازیگران اصلی این عرصه نفوذ کند. درک اینکه چرا یک معمار، یک سازنده، یک مالک و حتی یک شهروند عادی به این سبک گرایش پیدا می‌کند، چگونه آن را معنا می‌کند و این انتخاب چه جایگاهی در نظام ارزشی و اجتماعی او دارد، کلید فهم عمیق این پدیده است. این رویکرد، که بر تفسیر معناهای کنشگران تأکید دارد، می‌تواند لایه‌های پنهان و پیچیده مسئله را آشکار سازد.

دوم، نتایج این تحقیق می‌تواند برای مدیران و سیاست‌گذاران شهری بسیار راهگشا باشد. هرگونه مداخله برای مدیریت منظر شهری و ارتقای هویت معماری، بدون شناخت دقیق دلایل و محرک‌های روندهای موجود، محکوم به شکست است. این پژوهش با شناسایی عوامل مؤثر، از محرک‌های اقتصادی و اجتماعی گرفته تا ضعف‌های قانونی و نظارتی، می‌تواند به تدوین سیاست‌های کارآمدتر و واقع‌بینانه‌تر یاری رساند. (جدول ۱)

با توجه به پیچیدگی مسئله، این پژوهش بر اساس پرسش‌های زیر سامان یافته است:

پرسش اصلی: ریشه‌ها، دلایل ایجاد و محرک‌های تمایل به سبک ناسازی رومی در معماری معاصر مشهد از منظر تجربه زیسته و دیدگاه بازیگران این عرصه چیست؟ پرسش‌های فرعی:

۱. چه زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در شکل‌گیری گرایش به ناسازی رومی در مشهد نقش داشته‌اند؟
 ۲. نقش سیاست‌های مدیریت شهری و مقررات ساخت‌وساز در گسترش این سبک چیست؟
 ۳. برداشت معماران و طراحان از دلایل تمایل کارفرمایان و سازندگان به این سبک چیست؟
 ۴. تجربه زیسته شهروندان (ساکنان و استفاده‌کنندگان فضاها) از مواجهه با ناسازی رومی چگونه است؟
- هدف غایی این پژوهش، صرفاً نقد یا رد یک سبک معماری نیست، بلکه فهم چرایی ظهور و فراگیری آن در یک بستر

جدول ۱. ابعاد چندگانه مسئله پژوهش.

تشریح مسئله در این بُعد	بُعد
تعارض سبک رومی با هویت معماری ایرانی-اسلامی مشهود؛ بازتولید نوعی خودباختگی فرهنگی و گسست از حافظه تاریخی؛ تبدیل معماری از یک پدیده فرهنگی به یک کالای نمایشی.	بُعد فرهنگی-هویتی
استفاده از نما به عنوان ابزاری برای کسب منزلت، تمایز طبقاتی و نمایش سرمایه؛ تأثیرپذیری از رسانه‌ها و فرایندهای جهانی شدن؛ شکل‌گیری سلیقه عمومی و نقش آن در بازتولید سبک.	بُعد اجتماعی
نقش سازندگان و پنگاه‌های املاک در ترویج نماهای رومی به عنوان عاملی برای افزایش ارزش افزوده ملک؛ تأثیر منطق بازار و سودآوری بر تصمیمات طراحی؛ تبدیل نما به یک ویژگی تجاری.	بُعد اقتصادی
خلأ قوانین و ضوابط کارآمد در حوزه سیما و منظر شهری؛ ضعف سازوکارهای نظارتی و اجرایی شهرداری‌ها؛ عدم ارائه الگوهای جایگزین مناسب و مورد پذیرش جامعه.	بُعد مدیریتی-نهادی
استفاده ناشیانه و التقاطی از عناصر کلاسیک؛ عدم رعایت تناسبات، مقیاس و اصول ترکیب‌بندی؛ تولید آشننگی بصری و اغتشاش در منظر شهری؛ کاهش کیفیت فضاهای شهری.	بُعد زیباشناختی و کالبدی



پدیدارشناسی تفسیری به واکاوی تجربه زیسته بازیگران در زمینه گرایش به نمای رومی در مشهد پرداخته باشد، یافت نشد. با این حال، می‌توان پیشینه موجود را در سه سطح جهانی، ملی و محلی دسته‌بندی کرد تا ضمن مشخص کردن دستاوردهای مطالعات پیشین، شکاف پژوهشی که تحقیق حاضر به دنبال پر کردن آن است، به دقت تبیین گردد.

سطح اول: پیشینه جهانی و منطقه‌ای

در سطح جهانی، پدیده استفاده از سبک‌های تاریخی در معماری معاصر، به‌ویژه پس از بحران‌های جنبش مدرن، موضوع بحث‌های نظری گسترده‌ای بوده است (Rong & Bahauddin, 2023). منتقدانی چون چارلز جنکز، با طرح نظریه «پست‌مدرنیسم»، به نقد یکنواختی و بی‌توجهی معماری

اجتماعی-فرهنگی خاص است. این تحقیق در پی آن است که با تحلیل نظام‌مند تجربیات و دیدگاه‌های کنشگران کلیدی، مدلی مفهومی ارائه دهد که تعامل پیچیده میان عوامل فردی (نگرش‌ها و انگیزه‌ها)، عوامل اجتماعی-اقتصادی (منزلت‌جویی و منطق بازار) و عوامل ساختاری (سیاست‌ها و قوانین) را در شکل‌دهی به این پدیده معماری تبیین نماید. چنین مدلی می‌تواند به عنوان یک بنیاد نظری برای مطالعات آتی و یک راهنمای عملی برای مداخلات شهری مورد استفاده قرار گیرد.

پیشینه‌شناسی

بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که اگرچه پدیده نماسازی و بحران هویت در معماری معاصر ایران موضوع مطالعات متعددی بوده است، اما پژوهشی که به‌طور مشخص با رویکرد



مدرن به تاریخ و فرهنگ پرداختند و بازگشت به تاریخ و استفاده التقاطی از نمادها را به عنوان یکی از ویژگی‌های معماری دوران جدید معرفی کردند (Guermazi, 2014). اگرچه نماهای رومی رایج در ایران را نمی‌توان نمونه‌ای دقیق از معماری پست‌مدرن دانست، اما ریشه این گرایش را می‌توان در همین شکست گفتمان مدرنیستی و باز شدن فضا برای تاریخ‌گرایی و التقاط‌گرایی^۲ جست‌وجو کرد. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، این تاریخ‌گرایی به جای رجوع به سنت‌های بومی، به سمت تقلید از سبک‌های غربی گرایش یافته است (Fuentes, Pardo, 2023).

به‌عنوان مثال، مطالعات انجام‌شده در کشورهای حوزه خلیج فارس، مانند امارات و قطر، نشان می‌دهد که چگونه ثروت حاصل از نفت به ساخت‌وسازهای عظیمی منجر شده که در آنها سبک‌های مختلف غربی (از کلاسیک تا های‌تک) بدون ارتباط با زمینه فرهنگی و اقلیمی منطقه، به کار گرفته شده‌اند (Ait Oukhazme, 2021). به دید این کشورها، این معماری که از آن با عناوینی چون «معماری جهانی» یا «معماری بی‌مکان» یاد می‌شود، ابزاری برای نمایش قدرت اقتصادی و پیوستن به باشگاه کشورهای توسعه‌یافته، خصوصاً در عصر پس از نفت و گرمایش جهانی تلقی می‌گردد (De Jong & al., 2019).

همچنین، پژوهش‌ها در کشورهای اروپای شرقی پس از فروپاشی کمونیسم، نشان‌دهنده موجی از ساخت‌وسازهای نئوکلاسیک توسط الیگارش‌ها و طبقه جدید سرمایه‌دار است (Stanek, 2020). در مطالعه‌ای بر حومه‌های جدید مسکو، این گرایش به تمایل نخبگان جدید برای پاک کردن حافظه دوران سوسیالیستی و اتصال خود به تاریخ پرشکوه و امپراتوری اروپای پیش از انقلاب مرتبط دانسته شده است (McKay, 2015; Ruegg, 2016). این مطالعات نشان می‌دهند که استفاده از معماری کلاسیک غربی در بسترهای غیرغربی، غالباً یک کنش سیاسی و اجتماعی برای بازتعریف هویت و نمایش قدرت است.

سطح دوم: پیشینه ملی

در ایران، بحث هویت و معماری سابقه‌ای طولانی دارد و از زمان مواجهه با مدرنیته در دوران قاجار و پهلوی آغاز شده است. این گفتمان همواره میان دو قطب «سنت‌گرایی» و «مدرنیسم وارداتی» در نوسان بوده است (sharifi & shidane morid, 2020). پژوهشگران متعددی به نقد این دوگانگی و تلاش برای

یافتن راه سوم یا «مدرنیته ایرانی» پرداخته‌اند (Gharipour, 2016). با این حال، مطالعات نشان می‌دهد که در عمل، به‌ویژه پس از انقلاب و جنگ، عرصه ساخت‌وساز شهری تحت تأثیر نیروهای اقتصادی و سوداگری زمین و مسکن قرار گرفته و گفتمان‌های هویتی به حاشیه رانده شده‌اند (Kesic, 2025; Yadollahi, 2020; Bani-Masoud, 2020).

بخش قابل توجهی از پژوهش‌های داخلی به «آسیب‌شناسی سیمای شهری» اختصاص یافته است. این مطالعات عموماً با رویکردی توصیفی-تحلیلی یا انتقادی، به مسائلی چون آشفته‌گی بصری، اغتشاش در خط آسمان، آلودگی‌های صوتی و بصری و بحران هویت در شهرهای بزرگ پرداخته‌اند (Zaeimdar & et., al., 2019; Kasravi, 2024). و غالباً بر نبود نظارت و قوانین مناسب، به عنوان عملکرد ضعیف کمیته‌های نما اشاره می‌کنند (Mansouri S., 2024). برای مثال، در مقاله‌ای استدلال می‌شود که تمرکز بیش از حد بر «نما» در معماری معاصر ایران، نشانه یک بحران عمیق‌تر و غلبه «سطح» بر «عمق» در فرهنگ عمومی است (Kashani Hamedani, 2022). این مقاله، نماها را به آرایشی غلیظ تشبیه می‌کند که تلاش دارد فقدان کیفیت فضایی و محتوای درونی ساختمان را پنهان کند. همچنین، مقاله‌ای دیگر در تحلیلی از روند تحولات معماری مسکونی تبریز، نشان داد که چگونه با رشد سرمایه‌داری و تغییر سبک زندگی، الگوهای معماری از درون‌گرایی و توجه به فضاهای داخلی به سمت برون‌گرایی افراطی و نمایش ثروت از طریق نما تغییر جهت داده‌اند (Nejad-Ebrahimi & Novinpour, 2024).

این پژوهش‌ها، با وجود ارزش علمی، عمدتاً از منظر بیرونی و از دیدگاه متخصصان به مسئله نگریسته‌اند. آنها به خوبی «چه چیزی» اتفاق افتاده و «چه آسیب‌هایی» به وجود آمده را توصیف می‌کنند، اما کمتر به این پرسش پرداخته‌اند که «چرا» بازیگران مختلف (مالک، سازنده، شهروند) چنین انتخاب‌هایی می‌کنند و این انتخاب‌ها برای خودشان «چه معنایی» دارد. این دقیقاً همان شکافی است که پژوهش حاضر با استفاده از روش پدیدارشناسی به دنبال پر کردن آن است.

سطح سوم: پیشینه محلی (مشهد)

در مورد شهر مشهد، پژوهش‌های موجود عمدتاً بر تحولات کالبدی ناشی از طرح‌های توسعه شهری، به‌ویژه در اطراف



جدول ۲. خلاصه‌ای از رویه پژوهش‌های منتخب ملی در حوزه نمای شهری.

مضمون	روش‌شناسی	یافته کلیدی
معماری معاصر ایران	تاریخی-تحلیلی	تبیین کشمکش میان سنت و مدرنیته و عدم شکل‌گیری یک جریان معماری هویت‌مند و پایدار در دوران معاصر.
آسیب‌شناسی نمای شهری	کیفی-انتقادی	نماهای رایج، به‌ویژه سبک رومی، را نشانه سطحی‌نگری فرهنگی و کالایی شدن معماری و تلاش برای جبران خلأ هویتی می‌داند.
تحلیل تحولات معماری مسکونی	توصیفی-تحلیلی	نشان می‌دهد که تغییرات اقتصادی-اجتماعی منجر به برون‌گرایی در معماری و استفاده از نما به عنوان ابزار نمایش طبقاتی شده است.
نقد سیاست‌های منظر شهری	اسنادی-تحلیلی	ضعف قوانین، عدم اجرای ضوابط کمیته‌های نما و نبود مدیریت یکپارچه شهری را از دلایل اصلی آشفتگی سیمای شهرهای ایران معرفی می‌کند.

آنکه به خاستگاه‌های فرهنگی گرایش به سبک‌های کلاسیک یا رومی اشاره‌ای داشته باشند (Mansouri & et. al., 2023). همچنین میرشجاعیان‌حسینی و همکاران با تأکید بر بهبود کارایی نماهای معاصر مشهد از طریق الهام از معماری سنتی، بیشتر به جنبه‌های اقلیمی و انرژی‌کارا توجه کرده‌اند (Mirsho-jaeian Hosseini & et. al., 2020).

در همین زمینه، عزیزی و همکاران کیفیت معماری بناهای مذهبی مشهد را از منظر تلفیق ساختار و عملکرد بررسی کرده‌اند، بی‌آنکه پدیده گسترش نماهای وارداتی را مورد واکاوی قرار دهند (Azizi & et. al., 2024). حتی در مطالعات تطبیقی مانند مقاله خاتمی و بوجاری درباره سیر تحول نماهای شهری تهران، هرچند به عوامل اقتصادی و اجتماعی اثرگذار بر فرم نما اشاره می‌شود، اما تعمیم مستقیم آن به مشهد به داده‌های محلی نیاز دارد (Khatami & Boujari, 2022). از این رو، می‌توان گفت که اگرچه برخی از این پژوهش‌ها به تحلیل اجزای بصری، فنی و عملکردی نماها در مشهد پرداخته‌اند، هنوز پژوهشی جامع که به چرایی گرایش فزاینده طراحان و کارفرمایان به سبک رومی بپردازد، در دسترس نیست. (جدول ۳)

حرم مطهر رضوی و همچنین رشد سریع مناطق غربی شهر (مانند بلوار وکیل‌آباد، هاشمیه و هفت تیر) متمرکز بوده‌اند (Dadashpoor & Vahidbafandeh, 2024). این مطالعات به خوبی نشان می‌دهند که چگونه مشهد در دهه‌های اخیر از یک شهر زیارتی با بافتی نسبتاً منسجم به یک کلان‌شهر چندمرکزی با تضادهای کالبدی و اجتماعی شدید تبدیل شده است (Bashian & et. al., 2023; Poursaeid & et. al., 2025). همچنین در مقاله‌ای، رشد قارچ‌گونه ساختمان‌های لوکس با نماهای وارداتی در مناطق مرفه شهر، مستند شده (Ostadi, MohammadNiaye Qaraei, & Motame-di Nezhad, 2023)، و آن را با افزایش نابرابری اجتماعی و تغییر سبک زندگی ساکنان نسبت به مناطق دیگر مشهد می‌توان مرتبط دانست (Talaei, Afifi, & Fahimifar, 2022).

با وجود آنکه در سال‌های اخیر مطالعات محدودی به بررسی نظام‌مند نماهای شهری در مشهد پرداخته‌اند، پژوهش‌های انجام‌شده بیشتر بر تحلیل کمی یا عملکردی تمرکز دارند تا بر شناخت ریشه‌های فرهنگی و اجتماعی انتخاب سبک‌های خاص نماسازی. برای نمونه، منصوری و همکاران با رویکردی تحلیلی به اولویت‌بندی مؤلفه‌های بصری نما بر اساس تأثیر آنها بر ادراک مخاطب در مناطق شهری مشهد پرداخته‌اند، بدون

جدول ۳. تحلیل شکاف پژوهشی بر اساس پیشینه تحقیق.

سطح تحلیل	دستاوردهای اصلی مطالعات پیشین	شکاف پژوهشی و جایگاه تحقیق حاضر
جهانی	تبیین نظری پدیده‌هایی چون پستمدرنیسم، تاریخ‌گرایی و معماری جهانی؛ ارائه نمونه‌های مشابه از کاربرد سبک‌های غربی در بسترهای غیرغربی.	مطالعات جهانی فاقد تحلیل عمیق از ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی خاص بستر ایران و شهر مشهد هستند.
ملی	آسیب‌شناسی کلی سیمای شهرهای ایران؛ نقد بحران هویت و کالایی شدن معماری؛ تحلیل سیاست‌های کلان شهری.	این مطالعات عمدتاً کلان‌نگر و از دیدگاه متخصصان هستند و به تجربه زیسته و تفسیر معنایی بازیگران در سطح خرد نمی‌پردازند.
محلی (مشهد)	مستندسازی تحولات کالبدی شهر؛ ارائه آمار و ارقام مربوط به شیوع نماهای رومی؛ سنجش کلی رضایت شهروندان.	فقدان کامل پژوهش کیفی با رویکرد پدیدارشناسی برای فهم عمیق ریشه‌ها، دلایل و محرک‌های گرایش به نمای رومی از منظر خود کنشگران (معمار، سازنده، مالک، شهروند).



انگیزه‌ها، ارزش‌ها و نیروهای اجتماعی-فرهنگی که این پدیده معماری را شکل می‌دهند، نفوذ کنیم. انتخاب این پارادایم، کلیه مراحل بعدی پژوهش، از انتخاب روش تحقیق گرفته تا شیوه‌های گردآوری و تحلیل داده‌ها را جهت‌دهی می‌کند. در راستای پارادایم تفسیری، رویکرد کلی این پژوهش، کیفی است.^۵ پژوهش حاضر با هدف پاسخ به پرسش‌های «چیستی» و «چرایی»، نیازمند داده‌هایی عمیق و چندلایه است که تنها از طریق تعامل مستقیم و عمیق با مشارکت‌کنندگان به دست می‌آید.^۶

روش تفسیری-ساخت‌گرایی (IPA) یک رویکرد پدیدارشناختی است که هدف اصلی آن، ورود به دنیای تجربه زیسته افراد و فهم این مسئله است که آنها چگونه یک پدیده خاص را تجربه کرده و آن را برای خود معنا می‌کنند. این روش دارای سه پایه فلسفی اصلی است (Smith, Flowers, & Lar-kin, 2021; Robinson & Williams, 2024; Motta & Lar-kin, 2023):

– **پدیدارشناسی:** این مکتب فلسفی که با اندیشمندانی چون ادموند هوسرل و مارتین هایدگر شناخته می‌شود، بر لزوم بازگشت «به خود چیزها» و مطالعه تجربیات آگاهانه انسان، فارغ از پیش‌فرض‌ها، تأکید دارد. هدف، توصیف ساختار و ماهیت یک تجربه از منظر فرد تجربه‌گر است.

– **هرمنوتیک:** این نظریه که به «هنر تفسیر» می‌پردازد، بر این نکته تأکید دارد که دسترسی مستقیم به تجربه دیگران امکان‌پذیر نیست و پژوهشگر همواره در حال تفسیر است. IPA یک فرایند هرمنوتیک دوگانه را در بر می‌گیرد: مشارکت‌کننده در تلاش است تا تجربه خود را بفهمد و معنا کند، و پژوهشگر نیز در تلاش است تا فهم و معنا سازی مشارکت‌کننده را تفسیر کند.

– **ایدئوگرافی:** IPA یک رویکرد ایدئوگرافیک است، به این معنا که بر مطالعه عمیق و جزئی موارد خاص (مشارکت‌کنندگان) تمرکز دارد و به دنبال تعمیم‌های آماری نیست. هدف، فهم غنی و دقیق تجربه در بستر خاص خود است.

انتخاب IPA برای این پژوهش از آن روست که این روش به بهترین شکل با اهداف تحقیق همسو است. زیرا به دنبال فهم این هست که «تجربه مواجهه با نمای رومی» برای یک معمار، یک سازنده یا یک شهروند چگونه است؟ این سبک برای آنها چه معنایی دارد؟ چه احساسات، انگیزه‌ها و باورهایی در پس انتخاب یا قضاوت آنها نهفته است؟ IPA ابزارهای مفهومی و تحلیلی لازم برای کاوش در این دنیای ذهنی و بین‌الذهانی

مرور پیشینه نشان می‌دهد که پدیده نماسازی رومی در تقاطع نیروهای فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و مدیریتی قرار دارد. ادبیات جهانی، چارچوب‌های نظری برای فهم این پدیده در مقیاس کلان را فراهم می‌کند. ادبیات ملی، آسیب‌شناسی‌ها و نقدهای کلی را ارائه داده و ادبیات محلی، شواهد کمی از شیوع این پدیده در مشهد را مستند کرده است. با این حال، حلقه مفقوده در این میان، یک تحلیل عمیق و کیفی است که از سطح توصیف و نقد فراتر رفته و به دنیای معانی و تجربیات زیسته افرادی که این پدیده را خلق و مصرف می‌کنند، نفوذ کند. پژوهش حاضر دقیقاً در این شکاف معرفتی قرار می‌گیرد و با به کارگیری روش پدیدارشناسی تفسیری، تلاش دارد، روایت‌های دست اول بازیگران این عرصه در شهر مشهد را مبنای تحلیل قرار داده و به درکی چندلایه و انسانی از دلایل و محرک‌های این گرایش معماری دست یابد.

روش تحقیق

انتخاب روش شناسی در هر تحقیقی، ارتباطی مستقیم با ماهیت پرسش‌ها و اهداف آن دارد (Swift, 2022). از آنجا که این پژوهش به دنبال فهم عمیق و تفسیری از «تجربه زیسته» و معانی‌ای است که بازیگران عرصه معماری به پدیده نماسازی رومی نسبت می‌دهند، اتخاذ یک رویکرد کیفی مبتنی بر پارادایم تفسیری-ساخت‌گرایی^۳ اجتناب‌ناپذیر است (Aguzzoli & et. al., 2024; Cena & et. al., 2024).

این پارادایم بر این پیش‌فرض استوار است که واقعیت اجتماعی، یک امر عینی و مستقل از ذهن افراد نیست (Rah-man, 2023)، بلکه به صورت مداوم توسط کنشگران اجتماعی و از طریق تعاملات و تفسیرهایشان ساخته و بازسازی می‌شود (Cre-swell & Poth, 2024). بر این اساس، پدیده «گرایش به نمای رومی» یک واقعیت تک‌بعدی و قابل اندازه‌گیری کمی نیست؛ بلکه یک برساخته اجتماعی است که معنای آن بسته به دیدگاه، تجربیات، ارزش‌ها و جایگاه اجتماعی افراد (معمار، سازنده، مالک یا شهروند) متفاوت خواهد بود. هدف در این پارادایم، کشف قوانین جهان‌شمول (همانند پارادایم اثبات‌گرایی) نیست، بلکه فهم عمیق و همدلانه^۴ جهان‌بینی و نیت کنشگران از منظر خودشان است. بنابراین، این پژوهش به جای پرسش از «فرآوانی» نماهای رومی، به دنبال پاسخ به این پرسش است که این نماها «چگونه» و «چرا» برای افراد معنادار می‌شوند. این رویکرد به ما اجازه می‌دهد تا از سطح توصیف‌های کالبدی فراتر رفته و به لایه‌های پنهان

(2025):

- بازخوانی و غرق شدن در داده‌ها: چندین بار خواندن متن پیاده‌شده هر مصاحبه برای دستیابی به یک فهم کلی از روایت مشارکت‌کننده.

- یادداشت‌گذاری مقدماتی: حاشیه‌نویسی بر روی متن مصاحبه و استخراج نکات، مفاهیم و عبارات کلیدی. این یادداشت‌ها می‌توانند توصیفی، زبانی یا مفهومی باشند.

- ایجاد مضامین نوظهور: حرکت از یادداشت‌های اولیه به سمت شناسایی و نام‌گذاری مضامین اولیه که در متن تکرار می‌شوند. این مضامین، الگوهای معنایی هستند که تجربه مشارکت‌کننده را بازتاب می‌دهند.

- جست‌وجوی ارتباط میان مضامین: سازمان‌دهی مضامین نوظهور و خوشه‌بندی آنها بر اساس شباهت‌ها و ارتباطات مفهومی. در این مرحله، مضامین فراگیرتر^۹ شکل می‌گیرند.

- تکرار فرایند: این چهار مرحله برای تک‌تک مصاحبه‌ها به‌صورت جداگانه تکرار می‌شود تا اصالت و یکپارچگی روایت هر فرد حفظ شود.

- یکپارچه‌سازی و جست‌وجوی الگوهای مشترک: در مرحله نهایی، مضامین استخراج‌شده از تمامی موارد با یکدیگر مقایسه می‌شوند تا الگوهای مشترک، تفاوت‌ها و مضامین اصلی پژوهش که پاسخگوی سؤالات تحقیق هستند، شناسایی شوند. (جدول ۵)

۴. **اعتبارسنجی و پایایی پژوهش:** برای تضمین دقت و استحکام یافته‌ها در این پژوهش کیفی، از معیارهای چهارگانه لینکلن و گوبا استفاده شده است:

- اعتبار: معادل روایی داخلی در تحقیقات کمی است. برای دستیابی به آن از روش‌های مثلث‌سازی داده‌ها (ترکیب مصاحبه، مشاهده و اسناد)، بازبینی توسط مشارکت‌کنندگان (ارائه تحلیل‌های اولیه به برخی مصاحبه‌شوندگان برای تأیید صحت تفسیر پژوهشگر) و تعامل طولانی‌مدت با موضوع استفاده شده است.

- انتقال‌پذیری: معادل روایی خارجی است. این پژوهش ادعای تعمیم آماری ندارد، اما با ارائه توصیف غنی از بستر پژوهش، مشارکت‌کنندگان و فرایند تحلیل، به خواننده این امکان را می‌دهد که قابلیت انتقال یافته‌ها به زمینه‌های مشابه را شخصاً قضاوت کند.

- وابستگی: معادل پایایی در تحقیقات کمی است. این امر

را فراهم می‌آورد. فرایند این تحقیق بر اساس مراحل استاندارد روش IPA طراحی شده است که در ادامه تشریح می‌شود.

۱. **نمونه‌گیری و انتخاب مشارکت‌کنندگان:** در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. هدف از این نوع نمونه‌گیری، انتخاب افرادی است که به دلیل تجربیات و جایگاهشان، «موارد اطلاعاتی غنی» محسوب می‌شوند و می‌توانند دیدگاه‌های عمیقی درباره پدیده مورد مطالعه ارائه دهند. جامعه پژوهش شامل پنج گروه اصلی از بازیگران عرصه معماری و شهرسازی مشهد است. معیار اصلی برای انتخاب، درگیری مستقیم و معنادار فرد با پدیده نماسازی رومی (طراحی، ساخت، خرید، سکونت یا مدیریت) بوده است. برای دستیابی به نمونه‌ها، از ترکیب روش‌های شبکه‌ای (معرفی از طریق متخصصان) و روش گلوله‌برفی (معرفی نفرات بعدی توسط مصاحبه‌شوندگان) استفاده شد.^۷ فرایند نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع نظری، یعنی زمانی که مصاحبه‌های جدید اطلاعات و مضامین نوینی به داده‌ها اضافه نمی‌کنند، ادامه یافت.^۸

۲. **گردآوری داده‌ها:** ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته عمیق بود (جدول ۴). این نوع مصاحبه، ضمن داشتن یک راهنمای کلی برای پوشش دادن به سؤالات اصلی پژوهش، از انعطاف‌پذیری بالایی برخوردار است و به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا بر اساس پاسخ‌های مشارکت‌کننده، سؤالات جدیدی را مطرح کرده و به عمق تجربیات او نفوذ کند. مدت زمان هر مصاحبه بین ۶۰ تا ۹۰ دقیقه بود و تمامی مصاحبه‌ها با کسب رضایت آگاهانه از مشارکت‌کنندگان، ضبط و سپس به‌طور کامل پیاده‌سازی شدند. علاوه بر مصاحبه، برای مثلث‌سازی داده‌ها و افزایش اعتبار پژوهش، از دو روش تکمیلی نیز استفاده شد:

الف. **مشاهدات میدانی:** بازدید از پروژه‌های ساخته‌شده و محله‌هایی که این نماها در آنها تراکم بالایی دارند، همراه با یادداشت‌برداری میدانی و تهیه عکس برای درک بهتر زمینه کالبدی.

ب. **بررسی اسناد:** مطالعه ضوابط و مصوبات شهرداری مشهد در مورد سیمای و منظر شهری، و همچنین بررسی مجلات و وبسایت‌های معماری و املاک برای درک گفتمان حرفه‌ای و عمومی پیرامون این سبک. (جدول ۴)

۳. **تحلیل داده‌ها:** تحلیل داده‌ها در روش IPA یک فرایند تفسیری، تکرارشونده و نظام‌مند است که شامل مراحل زیر برای هر مصاحبه است (Burger & et. al., 2023; Handayani,).



جدول ۴. مشخصات گروه‌های مشارکت‌کننده و متن پرسش‌های مصاحبه.

گروه مشارکت‌کنندگان		مالک‌های اصلی انتخاب		تعداد مصاحبه‌شده
معماران و طراحان		حداقل ۵ سال سابقه طراحی ساختمان‌های مسکونی در مشهد؛ تجربه مستقیم طراحی نماهای رومی یا مواجهه با درخواست کارفرمایان برای این سبک.		۱۲ نفر
سازندگان و سرمایه‌گذاران		سابقه ساخت حداقل ۳ پروژه ساختمانی با نمای رومی در ۵ سال اخیر در مناطق مختلف مشهد.		۱۰ نفر
مالکان و ساکنان		مالکیت یا سکونت در آپارتمان‌ها یا خانه‌هایی با نمای رومی (هم در مناطق مرفه و هم متوسط شهر)؛ مشارکت در تصمیم‌گیری برای انتخاب نما.		۱۵ نفر
مدیران و کارشناسان شهری		سابقه فعالیت در شهرداری مشهد، به‌ویژه در حوزه‌های شهرسازی، معماری و کمیته‌های نما؛ آشنایی با ضوابط و فرایندهای صدور پروانه.		۸ نفر
شهروندان (گروه تمرکز)		شهروندان عادی (بدون تخصص) از گروه‌های سنی و اجتماعی مختلف که روزانه با این نماها در سطح شهر مواجه هستند (از طریق برگزاری جلسات گروه کانونی).		۱۵ نفر (در قالب ۲ گروه)
متن سؤالات پرسشنامه‌های بکارگرفته شده در مصاحبه‌ها ▼				
معماران و طراحان	سازندگان و سرمایه‌گذاران	مالکان و ساکنان	مدیران و کارشناسان شهر	شهروندان
سؤال گشایشی (Grand Tour)				
«برای شروع، ممکن است لطفاً کمی درباره تجربیات حرفه‌ای خودتان در مواجهه با سبک نمای رومی یا کلاسیک در مشهد صحبت کنید؟ شاید بتوانید داستان یکی از پروژه‌هایتان را از ابتدا، یعنی از زمان مراجعه کارفرما تا طراحی نهایی، برای من تعریف کنید.»	«بسیار علاقه‌مندم که از زبان شما، داستان یکی از پروژه‌های موفق‌تان را که نمای رومی داشته بشنوم. از زمانی که تصمیم به ساخت گرفتید، چرا این نما را انتخاب کردید و فرایند ساخت و فروش آن چگونه پیش رفت؟»	«منون از حضورتان. ممکن است برای من تعریف کنید که داستان انتخاب و خرید این خانه چه بود؟ اولین بار که این ساختمان را دیدید، چه چیزی در آن توجه شما را جلب کرد؟»	«با تشکر از فرصتی که فراهم کردید. از جایگاه شما در شهرداری، بسیار مهم است که بدانیم شما روند گسترش نماهای رومی در سطح شهر مشهد را در دهه گذشته چگونه دیده‌اید و تحلیل می‌کنید؟»	«سلام عرض می‌کنم خدمت همگی. من چند تصویر از نماهای مختلف در مشهد به شما نشان می‌دهم [نمایش تصاویر نماهای رومی، مدرن و سنتی]. لطفاً اولین احساس یا فکری که با دیدن هر کدام از این‌ها به ذهنتان می‌رسد را بیان کنید.»
سؤالات کاوشی و پیگیر (Probes) ۱				
درباره انگیزه کارفرمایان	درباره منطق اقتصادی	درباره تجربه زیسته	درباره قوانین و فرایندها	درباره درک از نمای رومی
به نظر شما، چه چیزی کارفرمایان را به سمت درخواست مشخص برای این سبک سوق می‌دهد؟ آنها معمولاً از چه کلمات یا مفاهیمی برای توصیف آنچه می‌خواهند، استفاده می‌کنند؟ (مثلاً: «لوکس»، «شیک»، «بالایت»، «ماندگار»)	از منظر کسب‌وکار، چرا این سبک را به سبک‌های دیگر ترجیح می‌دهید؟ مزایای مالی و تجاری آن برای شما چیست؟ این نما مشخصاً چه تأثیری بر قیمت نهایی ملک و سرعت فروش آن دارد؟ آیا می‌توانید یک مقایسه تقریبی با یک نمای سادتر ارائه دهید؟ آیا ساختن یک بنا با سبکی متفاوت (مثلاً یک طرح مدرن خاص) را یک ریسک مالی می‌دانید؟ چرا؟	زندگی کردن در این ساختمان چه حسی دارد؟ ظاهر و نمای ساختمان چه تأثیری بر احساس شما نسبت به خانه‌تان می‌گذارد؟ اگر بخواهید ساختمان‌تان را برای دوستی توصیف کنید، از چه کلماتی استفاده می‌کنید؟ (کاوش برای کلماتی چون: امن، باشکوه، راحت، زیبا و...)	ممکن است فرایند بررسی و تأیید یک نما در کمیته مربوطه را تشریح کنید؟ معیارهای اصلی که یک طرح بر اساس آنها سنجیده می‌شود، چیست؟ ضوابط فعلی منظر شهری را تا چه اندازه در مدیریت این روند، کارآمد و مؤثر می‌دانید؟ نقاط قوت و ضعف اصلی آنها چیست؟	بیباید روی این دسته از ساختمان‌ها تمرکز کنیم [اشاره به تصاویر نماهای رومی]. چه کلماتی برای توصیف آنها به ذهنتان می‌آید؟ تصور می‌کنید چه کسانی در این ساختمان‌ها زندگی می‌کنند؟ این نما چه سبک زندگی‌ای را به شما یادآوری می‌کند؟
سؤالات کاوشی و پیگیر (Probes) ۲				
درباره تعارض حرفه‌ای	درباره تقاضای مشتری	درباره معنا و نماد	درباره چالش‌ها	درباره تأثیر بر هویت شهر
آیا تا به حال پیش آمده که میان درخواست کارفرما برای این سبک و تشخیص حرفه‌ای یا سلیقه شخصی خودتان به عنوان معمار، احساس تعارض کنید؟ لطفاً کمی درباره این تجربه صحبت کنید. در چنین شرایطی، معمولاً چگونه این تعارض را مدیریت می‌کنید؟ تجربه شما از ارائه طرح‌های جایگزین (مثلاً مدرن، یا هویت ایرانی، یا مینیمال) به این کارفرمایان چه بوده است؟ واکنش آنها معمولاً چیست؟	فکر می‌کنید چه ویژگی‌هایی در این سبک، بیش از همه برای خریداران جذاب است؟ بازخوردی که معمولاً از مشتریان‌در مورد نما دریافت می‌کنید، چیست؟ آیا این سبک به نوعی به «ویژند» ساختمان شما تبدیل شده است؟	به نظر شما، نمای ساختمان شما چه پیامی را به دیگران منتقل می‌کند؟ فکر می‌کنید این نما، چه چیزی درباره ساکنان آن می‌گوید؟ آیا ظاهر ساختمان در هویت شما یا احساسی که نسبت به جایگاه اجتماعی خود دارید، تأثیرگذار است؟	مهم‌ترین چالش‌هایی که در مسیر مدیریت و هدایت هویت بصری شهر با آنها روبرو هستید، چیست؟ (مثلاً فشار سازندگان، خلأ قانونی، سلیقه عمومی)	به نظر شما، این نوع ساختمان‌ها چهره شهر مشهد را چگونه تغییر می‌دهند؟ آیا این تغییر از نظر شما مثبت است یا منفی؟ چرا؟ آیا این نماها را با هویت یک شهر زیارتی مثل مشهد، هماهنگ می‌بینید؟
سؤالات کاوشی و پیگیر (Probes) ۳				
درباره نقش نهادهای نظارتی	درباره قوانین و مقررات	درباره فرایند تصمیم‌گیری	درباره ریشه‌یابی پدیده	درباره سلیقه شخصی
تجربه شما از کار با کمیته‌های نما در شهرداری مشهد چگونه است؟ این کمیته‌ها تا چه حد بر طرح نهایی شما تأثیرگذار هستند؟ به نظر شما، ضوابط و مقررات موجود تا چه اندازه در کنترل یا هدایت این سبک معماری مؤثر بوده‌اند؟	شما نقش شهرداری و ضوابط آن را در کار خود چگونه ارزیابی می‌کنید؟ آیا این قوانین بیشتر محدودکننده هستند یا به کار شما جهت می‌دهند؟	در زمان انتخاب خانه، نمای بیرونی چقدر برای شما اهمیت داشت؟ آیا آن را از عواملی مثل نقشه داخلی، محله یا قیمت مهم‌تر می‌دانستید؟	به عقیده شما، ریشه‌های اصلی محبوبیت این سبک چیست؟ آیا این یک مسئله صرفاً مرتبط با سلیقه مردم است یا نفوذ سازندگان و عوامل دیگر نقش پررنگ‌تری دارند؟	اگر قرار بود خانه رؤیایی خودتان را بسازید، دوست داشتید ظاهر بیرونی آن چگونه باشد؟ آیا به هیچ‌کدام از این سبک‌ها شباهت داشت؟
سؤالات کاوشی و پیگیر (Probes) ۴				
درباره دیدگاه شخصی	درباره آینده و میراث	درباره بازخورد اجتماعی	درباره تضادهای ساختاری	درباره تجربه شهری
اگر فشار بازار و خواست کارفرما را کنار بگذاریم، تحلیل و دیدگاه شخصی شما به عنوان یک متخصص درباره فراگیر شدن این سبک در شهری با هویت مشهد چیست؟	وقتی این ساختمان‌ها را می‌سازید، چه تصویری از آینده آنها دارید؟ دوست دارید ۲۰ سال دیگر که مردم به این بنا نگاه می‌کنند، چه فکری درباره آن بکنند؟	واکنش دوستان، خانواده یا مهمانان شما وقتی برای اولین بار ساختمان را می‌بینند، معمولاً چیست؟	برخی معتقدند میان نیاز شهرداری به کسب درآمد از ساخت‌وساز و وظیفه آن در قبال حفاظت از هویت شهری، یک تضاد منافع وجود دارد. دیدگاه شما در این باره چیست؟	وقتی در خیابانی قدم می‌زنید یا رانندگی می‌کنید که تعداد زیادی از این ساختمان‌ها در آن وجود دارد، چه حسی به شما دست می‌دهد؟ (احس نظم، آشفتگی، زیبایی، ابهت، بیگانگی؟)
سؤال پایانی (مشترک برای تمام گروه‌ها)				
«تقریباً تمام سؤالات من به پایان رسیده است. آیا نکته دیگری وجود دارد که به نظر شما برای درک این موضوع مهم باشد و ما درباره آن صحبت نکرده باشیم؟» «آیا شما سوالی از من یا درباره این پژوهش دارید؟»				

جدول ۵. نمونه‌ای از فرایند کدگذاری و استخراج مضمون.

نقل قول خام از مشارکت‌کننده (سازنده)	یادداشت مقدماتی پژوهشگر	مضمون نوظهور	مضمون فراگیر
«... آخرش مشتری است که پول می‌دهد. مشتری امروز دنبال خانه‌ای می‌گردد که از سر خیابان داد بزند من لوکس هستم. این ستون‌ها و سرستون‌ها همین کار را می‌کند. شما ساده بسازی، هرچقدر هم داخلش خوب باشد، در نگاه اول مشتری را نمی‌گیرد. این نما برای ما یک جور ویژندسازی است...»	تأکید بر قدرت مشتری و بازار. نما به عنوان ابزار بازاریابی. «داد زدن» = نمایشگری. ارتباط دادن تجمل با عناصر کلاسیک. نما = ویژند.	نما به مثابه ابزار بازاریابی	محرك‌های اقتصادی و منطق بازار
«وقتی می‌روی جواز بگیری، شهرداری یک سری ضوابط کلی می‌دهد که دست و پا گیر است ولی جلوی این سبک را هم نمی‌گیرد. قانونی برای ممنوعیتش نیست. فقط می‌گویند شلوغ نباشد. خب «شلوغ» را چه کسی تعریف می‌کند؟ سلیقه‌ای است دیگر...»	خلاً قانونی مشخص. ضعف ضوابط. تفسیر سلیقه‌ای قوانین. عدم وجود سیاست‌گذاری روشن.	ابهام و ضعف در ضوابط شهری	نقش ساختار مدیریتی و نهادی

چون هویت، اقتصاد سیاسی فضا و جهانی‌شدن در مقام بازنمایی گفتمان‌های مسلط و مرور انتقادی پژوهش‌های پیشین مطرح شده‌اند، در حالی که در بخش مبانی نظری، نظریه کنش پیر بوردیو و مفاهیم مرتبط با آن به‌صورت گزینشی و هدفمند، به عنوان چارچوب تفسیری اصلی برای تحلیل مضامین برآمده از داده‌های کیفی به کار گرفته شده‌اند. این تمایز، منطبق با منطق پژوهش‌های کیفی تفسیری و به‌ویژه روش پدیدارشناسی تفسیری (IPA) است که در آن نظریه در خدمت تفسیر تجربه زیسته قرار می‌گیرد، نه تکرار صرف ادبیات موجود. مبانی نظری این پژوهش، چارچوبی برای فهم عمیق و چندبعدی پدیده نماسازی رومی فراهم می‌آورد. این مبانی از سه حوزه اصلی نظری استخراج شده‌اند که هر یک، زاویه دید مکملی را برای تحلیل این پدیده ارائه می‌دهند:

۱. **نظریه کنش پیر بوردیو:** عادت‌واره، میدان و سرمایه: نظریه جامعه‌شناس فرانسوی، پیر بوردیو، یکی از کارآمدترین ابزارهای مفهومی برای تحلیل پدیده‌های فرهنگی و اجتماعی (Nair, 2024)، همچون انتخاب سبک معماری است. بوردیو تلاش می‌کند تا از دوگانگی کلاسیک میان «ساختار» (عینیت‌گرایی) و «کنشگر» (ذهنیت‌گرایی) فراتر رود (Akram, 2023). او معتقد است که کنش‌های اجتماعی، از جمله انتخاب‌های زیبایی‌شناختی، نه کاملاً جبری و نه کاملاً آزادانه، بلکه محصول تعامل میان «عادت‌واره» فرد و «میدان» اجتماعی‌ای است که در آن قرار دارد (Schirone, 2023; Sharlamanov & et. al., 2024):

– **عادت‌واره:** عادت‌واره، به تعبیر بوردیو، «نظام تمایلات پایدار و قابل انتقالی» است که افراد در طول زندگی و از طریق تجربیات اجتماعی خود کسب می‌کنند. این تمایلات، ساختارهای اجتماعی را در ذهن و بدن فرد درونی می‌کنند و به عنوان «مولد کنش‌ها، ادراکات و ارزیابی‌ها» عمل می‌کنند. عادت‌واره، نوعی «حس بازی» است که به فرد امکان می‌دهد بدون تفکر آگاهانه، در موقعیت‌های مختلف اجتماعی به شیوه‌ای مناسب (از نظر جایگاه خود) عمل کند. در چارچوب این پژوهش،

از طریق ایجاد یک مسیر حسابرسی دقیق، شامل ثبت و ضبط تمامی مراحل پژوهش، از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها تا یادداشت‌های تحلیلی، تضمین شده است تا در صورت لزوم، فرایند تحقیق توسط پژوهشگر دیگری قابل ردیابی باشد.

– **تأییدپذیری:** معادل عینیت است. برای کاهش سوگیری‌های پژوهشگر، از تکنیک بازاندیشی استفاده شده است؛ به این معنا که پژوهشگر به‌طور مداوم فرضیات، باورها و جایگاه خود را در قبال موضوع مورد بررسی قرار داده و تأثیر آن بر فرایند تفسیر را در یادداشت‌های روزانه ثبت کرده است.

این روش‌شناسی جامع و چندوجهی، اطمینان می‌دهد که یافته‌های نهایی پژوهش، ریشه در تجربیات واقعی مشارکت‌کنندگان داشته و تحلیلی عمیق، معتبر و قابل اعتماد از پدیده پیچیده نماسازی رومی در مشهد ارائه می‌دهد.

مبانی نظری

در این پژوهش، برخلاف الگوی خطی رایج در تحقیقات کمی، بخش مبانی نظری پس از تشریح روش تحقیق ارائه شده است. این انتخاب، آگاهانه و منطبق با منطق پژوهش‌های کیفی تفسیری و به‌ویژه روش پدیدارشناسی تفسیری (IPA) صورت گرفته است. در این رویکرد، چارچوب نظری نه به عنوان مجموعه‌ای از فرضیات پیشینی، بلکه به مثابه لنزی تفسیری برای فهم عمیق‌تر مضامین برآمده از داده‌های تجربی به کار گرفته می‌شود. از این‌رو، تقدم روش تحقیق امکان تعلیق پیش‌فرض‌های نظری، حفظ اصالت تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان و جلوگیری از تحمیل مفاهیم انتزاعی بر روایت‌های میدانی را فراهم می‌آورد.^{۱۰}

لازم به تأکید است که مفاهیم مطرح‌شده در بخش ادبیات تحقیق و نظریه‌های به‌کاررفته در این بخش، اگرچه در ظاهر دارای هم‌پوشانی مفهومی‌اند، اما از حیث کارکرد روش‌شناختی واجد تفاوت بنیادین هستند. در بخش ادبیات تحقیق، مفاهیمی



برای رسیدن به اهداف خود از آنها بهره‌مند شود.

- سرمایه‌نمادین: این مهم‌ترین نوع سرمایه برای بحث ماست. سرمایه‌نمادین، اعتبار، حیثیت و شهرتی است که از شناخته و تأیید شدن دیگر انواع سرمایه توسط دیگران حاصل می‌شود. نمای رومی، ابزاری قدرتمند برای تبدیل «سرمایه اقتصادی» به «سرمایه نمادین» است. فرد با صرف هزینه گزاف برای ساخت چنین نمایی، ثروت خود را به نمایش می‌گذارد تا از جامعه، «اعتبار» و «منزلت» دریافت کند. این نما به یک نماد آشکار از جایگاه اجتماعی فرد بدل می‌شود.

جدول ۶. کاربست مفاهیم بورديو در تحليل پديده نماسازی رومی.

مفهوم بورديويي	تعريف مفهومي	تجلي در پديده نماسازی رومی در مشهد
عادت‌واره	نظام تمايلات دروني شده که ادراکات و کنش‌ها را شکل می‌دهد.	سلیقه و تمايل طبقه نوظهور شهری به نمایش تجمل و قدرت از طريق عنصرهای معماری کلاسیک غربی که آن را نماد پرستیژی می‌دانند.
میدان	عرصه رقابت اجتماعی بین بازیگران با منطق‌های متفاوت.	میدان معماری مشهد که در آن سازندگان (منطق سود) و کارفرمایان (منطق منزلت) بر معماران دانشگاهی (منطق فرهنگی) غلبه یافته‌اند.
سرمایه اقتصادی	منابع مالی و دارایی‌های مادی.	توانایی مالی برای خرید زمین گران‌قیمت، استفاده از مصالح لوکس (سنگ) و پرداخت هزینه‌های ساخت نمای پرکار.
سرمایه فرهنگی	دانش و آشنایی با فرهنگ مسلط و مشروع.	تلاش برای کسب مشروعیت فرهنگی از طریق تملک نمادهایی که «کلاسیک» و «اصیل» پنداشته می‌شوند، فارغ از صحت تاریخی یا زیبایی‌شناختی آن.
سرمایه نمادین	اعتبار، حیثیت و منزلت اجتماعی.	نمای رومی به عنوان مهم‌ترین ابزار برای تبدیل ثروت (سرمایه اقتصادی) به جایگاه و پرستیژی اجتماعی (سرمایه نمادین) در منظر عمومی.

۲. **نظریه‌های مصرف و هویت:** از مصرف تظاهری تا ارزش نشانه‌ای: انتخاب نمای رومی، یک کنش مصرفی است که هویت اجتماعی فرد را تعریف و بازنمایی می‌کند. نظریه‌های کلاسیک و معاصر مصرف، به درک این وجه از پدیده کمک می‌کنند:

- **مصرف تظاهری**^{۱۱}: این مفهوم که اولین بار توسط تورشتاین وبلن مطرح شد، به مصرف کالاها نه برای رفع نیاز واقعی، بلکه برای نمایش ثروت و کسب منزلت اجتماعی اشاره دارد (Davis, 2021). وبلن استدلال می‌کند که «طبقه مرفه» برای متمایز ساختن خود از

گرایش به نمای رومی را می‌توان از خلال عادت‌واره طبقات نوظهور شهری تحلیل کرد. عادت‌واره این گروه، که محصول رشد سریع اقتصادی و تمايل به کسب جایگاه اجتماعی است، آنها را به سمت نمادهایی سوق می‌دهد که به زعم خودشان، حامل معانی «تجمل»، «قدرت»، «اصالت» و «فرهنگ والا» هستند، حتی اگر این برداشت با تعریف نخبگان فرهنگی در تضاد باشد (Medvetz & Sallaz, 2018).

- **میدان:** میدان، یک فضای اجتماعی ساختاریافته و پویا از روابط قدرت است که در آن، کنشگران برای کسب موقعیت و منابع ارزشمند (سرمایه) با یکدیگر رقابت می‌کنند. هر میدان منطق و قواعد بازی خاص خود را دارد. «میدان تولید معماری در مشهد» را می‌توان به عنوان چنین فضایی در نظر گرفت. در این میدان، بازیگران مختلفی با منافع و منطق‌های متفاوت حضور دارند (Bennett & al., 2020; PHILO-notes, 2023; Schirone, 2023):

- **قطب اقتصادی:** سازندگان و بنگاه‌های املاک که منطق اصلی آنها حداکثرسازی سود و پاسخ به تقاضای بازار است.
- **قطب فرهنگی:** معماران تحصیل‌کرده، دانشگاهیان و منتقدان که منطق آنها مبتنی بر اصالت هنری، ارزش‌های زیبایی‌شناختی و هویت فرهنگی است.
- **قطب نهادی:** مدیران و کارشناسان شهرداری که منطق آنها تابع قوانین، ضوابط و فشارهای سیاسی و اقتصادی است.
- **قطب مصرف:** کارفرمایان و خریداران که با تقاضا و سلیقه خود، جهت‌گیری بازار را مشخص می‌کنند. پدیده نماسازی رومی، محصول غلبه منطق قطب اقتصادی و مصرف بر منطق قطب فرهنگی در این میدان است.

- **سرمایه:** بورديو معتقد است که رقابت در میدان‌ها بر سر کسب انواع مختلف سرمایه است. او علاوه بر سرمایه اقتصادی (پول و دارایی)، سه نوع دیگر سرمایه را نیز معرفی می‌کند (Asteria, 2024; Master Sociology, 2025):

- **سرمایه فرهنگی:** شامل دانش، مهارت‌ها، مدارک تحصیلی و آشنایی با فرهنگ مشروع و مسلط. این سرمایه می‌تواند به شکل «درونی‌شده» (ملکات ذهنی)، «عینی‌شده» (کالاهای فرهنگی مانند کتاب و آثار هنری) و «نهادینه‌شده» (مدارک دانشگاهی) وجود داشته باشد.
- **سرمایه اجتماعی:** شبکه روابط و آشنایانی که فرد می‌تواند

قوانین و ضوابط تجلی می‌یابد.

- فضاهای بازنمایی: فضای «زیست‌شده» توسط ساکنان که سرشار از نمادها، معانی و خاطرات است. نمای رومی در تقاطع این سه وجه قرار دارد. این نما محصول «کنش فضایی» سازندگان و مالکان است؛ در «بازنمایی‌های فضا» (ضوابط شهری) یا نادیده گرفته شده یا به‌شکلی ناکارآمد مدیریت می‌شود؛ و در نهایت، به بخشی از «فضای زیست‌شده» شهروندان تبدیل می‌شود که معانی متفاوتی (از افتخار و زیبایی تا بیگانگی و زشتی) برای آنها دارد. این پژوهش، به‌ویژه بر وجه سوم، یعنی فضای زیست‌شده و معانی آن برای افراد، تمرکز دارد.

جدول ۷. نسبت مبانی نظری با پرسش‌های پژوهش.

پرسش پژوهش	نظریه / مفهوم کلیدی مرتبط	نحوه تبیین
۱. زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی گرایش به نمای رومی چیست؟	نظریه کنش بورديو (عادت‌وار، میدان، سرمایه)، مصرف تظاهری و بلن	تبیین می‌کند که چگونه ساختار طبقاتی، تمایل به کسب منزلت و منطق بازار، زمینه‌های اصلی شکل‌گیری این سلیقه را فراهم کرده‌اند.
۲. نقش سیاست‌های مدیریت شهری چیست؟	تولید فضای لوفور (بازنمایی‌های فضا)، میدان بورديو (قطب نهادی)	نشان می‌دهد که ضعف و ابهام در ضوابط شهری (فضای ادراک‌شده) و غلبه منطق اقتصادی بر نهادهای نظارتی، به گسترش این پدیده دامن زده است.
۳. برداشت معماران و کارفرمایان چیست؟	هرمنوتیک دوگانه (IPA)، نظریه میدان بورديو (تعارض قطب فرهنگی و اقتصادی)	به تحلیل دیدگاه‌ها و تفاسیر متفاوت این دو گروه در میدان معماری و درک دلایل تعارض یا تسلیم معماران در برابر خواست کارفرمایان می‌پردازد.
۴. تجربه زیسته شهروندان چگونه است؟	پدیدارشناسی (IPA)، تولید فضای لوفور (فضاهای بازنمایی)	بر فهم معانی و احساساتی (تعلق، بیگانگی، تحسین، انزجار) که شهروندان در مواجهه روزمره با این نماها تجربه می‌کنند، تمرکز می‌شود.
سؤال اصلی: ریشه‌ها، دلایل ایجاد و محرک‌های تمایل به سبک نماسازی رومی	نظریه هویت شهری (لینچ)، ارزش نشانه‌ای بودریار	تبیین می‌کند که چگونه غلبه ارزش‌های نشانه‌ای و وانموده‌ها بر ارزش‌های فرهنگی، به بحران هویت و تولید منظر شهری ناهمگون و بی‌ریشه منجر می‌شود.

چارچوب نظری

چارچوب نظری این پژوهش، با الهام از مبانی نظری پیش‌گفته، یک مدل تحلیلی یکپارچه برای فهم نظام‌مند ریشه‌ها، محرک‌ها و پیامدهای پدیده نماسازی رومی در مشهد ارائه می‌دهد. این

طبقات پایین‌تر، به «اتلاف تظاهری»^{۱۲} و «فراغت تظاهری»^{۱۳} روی می‌آورد (Phillips, 2025; Veblen, 2022; Merwood-Salis-bury, 2025). نمای رومی، با ویژگی‌هایی چون استفاده از مصالح گران‌قیمت (سنگ‌های حجیم)، جزئیات غیرضروری و پرکار (ستون‌ها، سرستون‌ها، مجسمه‌ها) و مقیاس بزرگنمایی‌شده، نمونه‌ای کامل از معماری تظاهری است. هدف اصلی در تظاهرگرایی معمارانه، ارسال این پیام به جامعه است که مالک، توانایی مالی «به هدر دادن» منابع در امری غیرکاربردی و صرفاً زینتی را دارد، که این خود بالاترین نشانه ثروت است (Verma, 2025).

- ارزش نشانه‌ای: ژان بودریار، فیلسوف پست‌مدرن، معتقد است که در جامعه مصرفی معاصر، کالاها علاوه بر «ارزش کاربردی» و «ارزش مبادله‌ای»، دارای «ارزش نشانه‌ای» هستند (Yunpeng & Smolik, 2025). معنای کالاها نه در کارکردشان، بلکه در جایگاهشان در یک «نظام نشانه‌ای» و در تفاوتشان با دیگر کالاها تعریف می‌شود (Kellner, 2025). نمای رومی بیش از آنکه یک سبک معماری باشد، یک «نشانه» در نظام مُد و منزلت اجتماعی است. این نما به نشانه‌های دیگر مانند خودروی لوکس، لباس ویژند و... می‌پیوندد تا یک سبک زندگی خاص را کدگذاری کند. معنای آن («تجمل»، «قدرت»، «مدرنیته») کاملاً قراردادی است و از طریق تکرار در رسانه‌ها و بازار ساخته می‌شود. از نگاه بودریار، ما در دنیای «وانموده‌ها»^{۱۴} زندگی می‌کنیم که در آن، نسخه‌ها و کپی‌ها از اصل واقعی‌تر می‌شوند (Bordallo, 2024). نمای رومی در مشهد، یک وانموده از معماری کلاسیک است که هیچ ارتباطی با زمینه تاریخی و واقعی خود ندارد، اما در نظام نشانه‌ای محلی، معنای خاص خود را تولید می‌کند.

۳. نظریه‌های انتقادی شهری: تولید فضا و هویت مکان؛ پدیده نماسازی رومی تنها یک انتخاب فردی نیست، بلکه در فرایند گسترده‌تر «تولید فضا»ی شهری رخ می‌دهد:

- تولید اجتماعی فضا: هانری لوفور، فیلسوف مارکسیست، استدلال می‌کند که فضا یک ظرف خالی و خنثی نیست، بلکه به‌صورت اجتماعی و از طریق تعارضات و مناسبات قدرت «تولید» می‌شود. او سه وجه از فضا را از هم متمایز می‌کند (Schmid, 2022; Endriwcela, 2021; Fuchs, 2019):

- کنش فضایی: فضای تولیدشده از طریق فعالیت‌های روزمره و تکرارشونده.

- بازنمایی‌های فضا: فضای «ادراک‌شده» توسط متخصصان، برنامه‌ریزان و مدیران شهری که در نقشه‌ها،



چارچوب، یک ساختار مفهومی است که نشان می‌دهد چگونه متغیرها و مفاهیم مختلف در سطوح تحلیل متفاوت (کلان، میانی، و خرد) با یکدیگر در ارتباط هستند و این پدیده معماری را تولید می‌کنند. هدف این چارچوب، نه آزمون فرضیه، بلکه هدایت فرایند تحلیل داده‌های کیفی و سازمان‌دهی یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها و مشاهدات است. این مدل تحلیلی، یک مدل سه‌سطحی پویا است که از سه لایه تو در تو تشکیل شده است:

۱. **لایه کلان (ساختاری):** شامل نیروهای زمینه‌ای و ساختاری که بستر را برای ظهور پدیده فراهم می‌کنند.

۲. **لایه میانی (میدان کنش):** شامل تعاملات، رقابت‌ها و استراتژی‌های بازیگران اصلی در میدان تولید معماری.

۳. **لایه خرد (کنش و تجربه زیسته):** شامل انتخاب‌ها، انگیزه‌ها و معناسازی‌های فردی کنشگران.

این سه لایه در یک رابطه دیالکتیکی با یکدیگر قرار دارند: نیروهای کلان، قواعد بازی در لایه میانی را تعیین می‌کنند؛ کنش‌های بازیگران در لایه میانی، منجر به تولید محصول (نمای رومی) می‌شود؛ و این محصول در لایه خرد توسط افراد تجربه، مصرف و معنا می‌شود، که این خود به بازتولید ساختارهای کلان کمک می‌کند.

- **لایه اول، زمینه کلان (نیروهای ساختاری توانمندساز):** این لایه به «شرایط امکان» ظهور پدیده نماسازی رومی می‌پردازد. این نیروها مستقیماً قابل مشاهده نیستند اما بر کنش بازیگران در لایه‌های دیگر تأثیر عمیقی می‌گذارند. این نیروها عبارتند از: - ساختارهای اقتصادی: شامل غلبه اقتصاد نئولیبرال بر سیاست‌گذاری شهری، کالایی‌شدن شدید زمین و مسکن، و تبدیل شدن صنعت ساختمان به یکی از اصلی‌ترین موتورهای سوداگری و انباشت سرمایه. این ساختار، معماری را از یک امر فرهنگی به یک کالای سرمایه‌ای تقلیل می‌دهد.

- ساختارهای اجتماعی-فرهنگی: شامل فرایندهای جهانی‌شدن و قدرت رسانه‌ها در ترویج سبک‌های زندگی غربی، افزایش نابرابری اجتماعی و شکل‌گیری طبقات نوظهور با تمایلات منزلتی، بحران هویت ملی و ضعف گفتمان‌های جایگزین در معماری معاصر، و غلبه فرهنگ مصرف‌گرایی که در آن هویت فردی از طریق تملک کالاها تعریف می‌شود.

- ساختارهای سیاسی-نهادی: شامل ضعف نظام

برنامه‌ریزی و مدیریت شهری، وجود قوانین مبهم و ناکارآمد در حوزه سیمای و منظر، وابستگی مالی شهرداری‌ها به درآمدهای ساخت‌وساز که منجر به تسامح در برابر تخلفات و روندهای بازاری می‌شود، و فقدان یک اراده سیاسی منسجم برای حفاظت از هویت معماری شهر.

این نیروهای ساختاری، بستری را ایجاد می‌کنند که در آن، انتخاب‌های مبتنی بر منطق بازار و نمایش فردی، بر ملاحظات فرهنگی و جمعی ارجحیت می‌یابد.

- **لایه دوم، میدان تولید معماری (بازیگران، استراتژی‌ها و منطق‌ها):** این لایه، که مستقیماً از مفهوم «میدان» بوردیو الهام گرفته شده، عرصه واقعی کنش و تعامل بازیگران است. در این میدان، هر گروه از بازیگران با سرمایه‌ها و منطق خاص خود وارد بازی می‌شود و برای تحمیل دیدگاه خود درباره «معماری مطلوب» تلاش می‌کند.

- **بازیگران و منطق حاکم بر آنها:**

- توسعه‌دهندگان (سازندگان): با سرمایه اقتصادی بالا، به دنبال حداکثرسازی سود و کاهش ریسک از طریق ساخت محصولی هستند که «بازارپسند» باشد. منطق آنها، منطق سودآوری است.

- کارفرمایان و خریداران: با سرمایه اقتصادی و تمایل به کسب سرمایه نمادین، به دنبال خانه‌ای هستند که جایگاه اجتماعی آنها را بازنمایی کند. منطق آنها، منطق منزلت‌جویی و تمایز است.

- معماران: در این گروه یک طیف وجود دارد؛ از معماران بازاری که تسلیم منطق سود و منزلت هستند تا معماران ایدئال‌گرا که با تکیه بر سرمایه فرهنگی خود، به دنبال خلق آثار اصیل هستند اما اغلب در این میدان در اقلیت قرار دارند.

- نهادهای نظارتی (شهرداری): با قدرت قانونی، اما تحت تأثیر منطق اقتصادی (درآمدزایی) و فشارهای سیاسی، اغلب نقش منفعلانه‌ای ایفا می‌کنند و به جای هدایت، به روندهای موجود رسمیت می‌بخشند.

- **استراتژی‌های کنش:**

- سازندگان از استراتژی «همرنگی با بازار» و «ویژندسازی از طریق نما» استفاده می‌کنند.

- خریداران از استراتژی «سرمایه‌گذاری نمادین» برای تبدیل ثروت به اعتبار بهره می‌برند.

- معماران منتقد از استراتژی «مقاومت فرهنگی» (که

میدان، مجموعه‌ای از انگیزه‌ها، انتخاب نمای رومی را هدایت می‌کند:

- انگیزه‌های روانی-اجتماعی: نیاز به تأیید اجتماعی، تمایل به نمایش موفقیت، جبران کمبودهای منزلتی، رقابت چشم و هم‌چشمی.
- انگیزه‌های اقتصادی: نگاه به خانه به عنوان یک کالا با ارزش مبادله‌ای بالا، تضمین نقدشوندگی ملک در بازار.
- انگیزه‌های زیبایی‌شناختی: درک و سلیقه شکل‌گرفته از طریق رسانه‌ها که این سبک را نماد «زیبایی»، «شکوه» و «اصالت» می‌داند.
- فرایند معناسازی: افراد برای توجیه و معنادار کردن انتخاب خود، روایت‌هایی را خلق می‌کنند. در این روایت‌ها، نمای رومی به مفاهیمی چون «ماندگاری» (به

اغلب ناموفق است) و معماران بازاری از استراتژی «انطباق حرفه‌ای» استفاده می‌کنند.

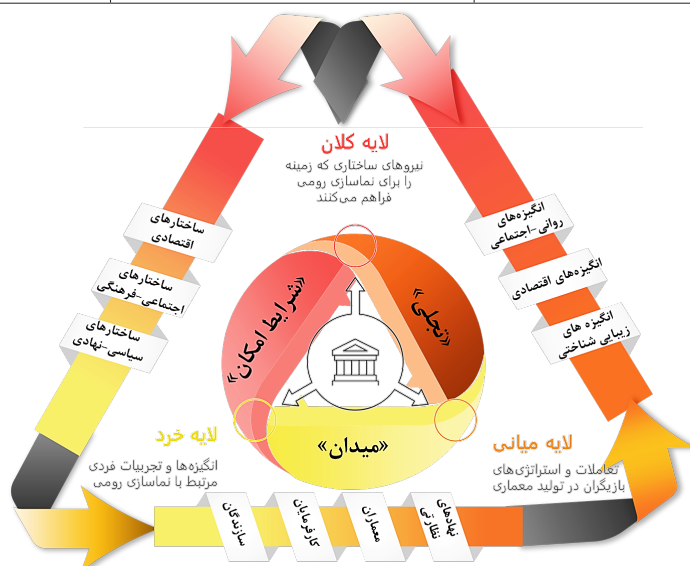
خروجی اصلی این میدان، یعنی «ساختمان با نمای رومی»، محصول ائتلاف نانوشته میان منطق سودآوری سازنده و منطق منزلت‌جویی خریدار است که ضعف نهادهای نظارتی و به حاشیه رانده شدن منطق فرهنگی، آن را تسهیل کرده است.

لایه سوم، کنش فردی و تجربه زیسته (انگیزه‌ها و معناسازی‌ها): این لایه، نقطه کانونی این پژوهش است و داده‌های آن مستقیماً از طریق روش IPA گردآوری می‌شود. این لایه به این می‌پردازد که انتخاب‌ها و تجربیات در سطح فردی چگونه شکل می‌گیرند و معنا می‌شوند. این لایه، «تجلی» انضمامی دو لایه دیگر در زندگی روزمره افراد است.

- انگیزه‌های محرک: بر اساس عادت‌واره و جایگاه فرد در

جدول ۸. چارچوب نظری یکپارچه تحلیل گرایش به نماسازی رومی.

سطح تحلیل	مؤلفه‌های اصلی	فرایندهای کلیدی	پیامد در پدیده نماسازی رومی
لایه ۱: کلان (ساختاری)	- اقتصاد نتولیرال و کالایی شدن مسکن جهانی شدن و فرهنگ مصرفی ضعف نهادهای برنامه‌ریزی شهری	- ایجاد بستر ساختاری شکل‌دهی به ارزش‌های عمومی تضعیف کنترل‌های فرهنگی و نهادی	شرایط امکان: فراهم شدن زمینه‌ای که در آن معماری به مثابه کالا و ابزار تمایز فردی اولویت می‌یابد.
لایه ۲: میانی (میدان کنش)	- بازیگران (سازنده، خریدار، معمار، شهرداری) سرمایه‌ها (اقتصادی، فرهنگی، نمادین) منطق‌های متعارض (سود، منزلت، فرهنگ)	- رقابت و ائتلاف بین بازیگران تلاش برای تحمیل تعریف مشروع از معماریا استراتژی‌های انطباق و مقاومت	فرایند تولید: غلبه منطق اقتصادی و منزلت‌جویی بر منطق فرهنگی و تولید انبوه ساختمان‌ها با نمای رومی به عنوان محصول بازارپسند.
لایه ۳: خرد (کنش فردی)	- عادت‌واره و سلیقه فردی انگیزه‌های روانشناختی، اقتصادی و زیبایی‌شناختی تجربه زیسته و معناسازی	- انتخاب سبک بر اساس تمایلات و انگیزه‌ها تبدیل سرمایه اقتصادی به نمادین توجیه و عقلانی‌سازی انتخاب‌ها تجربه فضا	تجربه و بازتولید: انتخاب نمای رومی به عنوان یک کنش عقلانی برای کسب منزلت؛ تجربه حس افتخار یا بیگانگی؛ و بازتولید تقاضا در بازار و تثبیت این سبک.





عمیق با بازیگران کلیدی عرصه معماری و شهرسازی مشهد اختصاص دارد. تحلیل داده‌ها بر اساس روش پدیدارشناسی تفسیری (IPA) و با هدایت چارچوب نظری پژوهش، منجر به ظهور چهار مضمون فراگیر گردید که در مجموع، ریشه‌ها، دلایل و محرک‌های گرایش به نماسازی رومی را از منظر تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان تبیین می‌کنند.

مضمون اول: اقتصادِ منزلت؛ نما به مثابه سرمایه نمادین

این مضمون، که پرتکرارترین و قدرتمندترین الگوی معنایی در میان روایت‌های سازندگان، مالکان و حتی شهروندان بود، بر ابعاد اقتصادی و اجتماعی-روانشناختی نماسازی رومی تمرکز دارد. یافته‌ها نشان می‌دهد که این سبک معماری، بیش از آنکه یک انتخاب زیبایی‌شناختی خالص باشد، ابزاری کارآمد در یک «اقتصادِ منزلت» است که در آن، ثروت مادی به اعتبار و جایگاه اجتماعی تبدیل می‌شود. (جدول ۹)

دلیل استفاده از سنگ)، «ارزش» (به دلیل پرکار بودن)، «هویت» (به عنوان یک هویت جهانی و مدرن) و «زیبایی کلاسیک» پیوند زده می‌شود. این معناسازی‌ها، کنش آنها را عقلانی و مشروع جلوه می‌دهد.

- تجربه زیسته: این بخش به تجربه مواجهه با این نماها، چه از سوی ساکنان و چه از سوی شهروندان، می‌پردازد. این تجربه می‌تواند طیفی از احساسات، از افتخار و تعلق خاطر تا بیگانگی و آشفتنگی بصری را در بر گیرد. این چارچوب نظری، به عنوان نقشه راه در تحلیل یافته‌ها عمل خواهد کرد. مضامین استخراج‌شده از مصاحبه‌ها در هریک از این سه لایه و در ارتباط با یکدیگر تحلیل خواهند شد تا در نهایت، تصویری جامع و پویا از دلایل، محرک‌ها و پیامدهای گرایش به نماسازی رومی در شهر مشهد ارائه گردد.

تحلیل مضامین

این بخش به ارائه و تحلیل یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های

جدول ۹. کد اصلی ۱: اقتصادِ منزلت و سرمایه نمادین*

زیرکد	تعریف و مفهوم کد	مصادیق کلمات و اصطلاحات کلیدی در متن مصاحبه‌ها
۱-۱: نمایش آشکار ثروت (مصرف تظاهری)	استفاده از نما به عنوان ابزاری آشکار برای نمایش توانایی مالی، موفقیت و خرج کرد بالا.	پول پاش رفتن، معلومه براش خرج کردن، نشان دهنده مسیری باشد که طی کرده‌ام، نمایش ثروت، فریاد بزند من لوکس هستم، خرجش شده، پولداری، کاغ، مجلل، گران، ثروتشون رو خیلی تابلو به نمایش بذارن، نمایش عریان این ثروت، قدرت اقتصادی، سرمایه اقتصادی، پول زیاد بدم، هزینه هنگفتی، پولشون از پارو بالا میره، طبقات نوکیسه، خرج نگهداریش
۲-۱: تمایزجویی و منزلت طبقاتی	تلاش برای متمایز ساختن خود از طبقات دیگر و کسب جایگاه اجتماعی برتر از طریق کالبد بنا.	از بغل دستی‌اش بهتر باشد، ساختمان من شاخص‌ترین، خونه‌مون تو این خیابون تکه، کلاس میاره، حس خاص بودن، از ما بهترن، با کلاس، لاکچری، طبقه مرفه، اعیان‌نشین، سطح بالا از زندگی، جایگاه اجتماعی، خاص، شاخص، تمایز، منزلت، پرستیژ، کلاس کاری، سطح بالا، منحصر به فرد بودن
۳-۱: رقابت اجتماعی (چشم‌وهم‌چشمی)	انتخاب سبک نما نه بر اساس سلیقه شخصی، بلکه بر اساس رقابت با همسایگان، دوستان، فامیل و همکاران.	چشم‌وهم‌چشمی، رقابتی هست، کم نیارم، در مقابل فامیل، از خانه برادرم هم نمای پرکارتری، رقابت بصری مخرب، هر ساختمان داره تلاش می‌کنه، رقابت چشم و هم‌چشمی، همسایه‌ها، ساختمان بغلی، فامیل و آشنایان، از بقیه بهتر باشد، مسابقه، عقب نماندن از دیگران، مقایسه، حسادت، همزنگ شدن با جماعت
۴-۱: نماد موفقیت و دستاورد	ادراک نما به عنوان یک «جایزه» یا نماد کالبدی برای موفقیت‌های شغلی، اقتصادی و اجتماعی فرد.	تاج موفقیت من است، نماد تمام سال‌هایی که زحمت کشیدم، نشون دهنده موفقیت، آدم موفق هستم، الگوی من هستن، به همه چیز رسیدن، خانه رؤیایی، آدرس معتبر، موفقیت فردی، نتیجه زحمت، آدم‌های موفق، موفقیت اقتصادی، موفق، دستاورد، نتیجه تلاش، نماد، ویژگی شخصی
۵-۱: ادراک از کیفیت و دوام (نما = استحکام)	باور عمومی و ذهنیتی که نمای سنگی سنگین (رومی) را با استحکام سازه، دوام و کیفیت ساخت بالا برابر می‌داند.	محکم، استحکام، سنگینه، چون دار، عمری، خونه‌های عمریه، کیفیت ساخت بالا، بادوام، ماندگار، اصیل و بادوام، ضد زلزله، سنگ، محکم‌تر است، کیفیت، خوش ساخت، با دوام، سنگین و بااهت، استوار، قرص و محکم
۶-۱: ایجاد حس قدرت و ابهت (معماری ارباب‌آور)	تأثیر روانشناختی نما بر مخاطب و ساکن که حسی از شکوه، قدرت، ابهت و حتی ارباب را منتقل می‌کند.	ابهت، قدرت، باشکوه، حس قدرت، قلعه خودم، دژ امن، ورودی باشکوه، سنگین و باوقار، با عظمت، مقیاس ابرسانی، معماری خودخواه، متکبر، پرخاشگر، ابهتی به ساختمان می‌دهد، قدرتمند، با عظمت، پراپهت، شکوه
۷-۱: تأمین امنیت روانی و پناهگاه	تجربه زیسته ساکنانی که نمای بسته، سنگین و دژمانند را به عنوان یک پناهگاه امن در برابر آشفتنگی‌های بیرون درک می‌کنند.	حس امنیت، پناهگاه امن، امن، حفاظت، آرامش، خواب راحت، دور از شلوغی، حریم، حرمت، دیوارهای سنگی، حس پناهگاه، بی‌حفاظ نیست، امن و خانوادگی، امنیت روانی، مطمئن، آسایش، حس می‌کنم وارد یک جای امن شده‌ام
۸-۱: ابزار ویژگی‌سازی (شخصی و تجاری)	استفاده آگاهانه از نما به عنوان یک پس‌زمینه برای ویژگی‌سازی در رسانه‌های اجتماعی یا به عنوان ابزار اعتبار‌سازی برای کسب‌وکار.	بخشی از ویژگی شخصی منه، لوکیشن عالی، اینستاگرامی، فتوژنیک، پس‌زمینه عالی، ویژگی‌سازی بوتیک، اعتبار اولیه، بهترین تبلیغ، کارت ویزیت، ویژگی، مشتری جذب می‌کند، اعتبار و کلاس کاری، ویژگی‌سازی پروژه، ویژگی شرکت، بهترین، یلبورد تبلیغاتی، شناسنامه ساختمان

* این کد به تحلیل ریشه‌های اجتماعی-روانشناختی و انگیزه‌های فردی گرایش به نماسازی رومی می‌پردازد.

مضمون دوم: بحران هویت و جست‌وجوی شکوه عاریتی

در لایه‌ای عمیق‌تر، گرایش به نمای رومی ریشه در یک بحران فرهنگی و خلأ هویتی در معماری معاصر ایران دارد. مشارکت‌کنندگان، از گروه‌های مختلف، به شیوه‌های گوناگون به این خلأ و تلاش برای پر کردن آن از طریق یک «شکوه عاریتی» اشاره کردند. (جدول ۱۰)

مضمون سوم: منطق بازار و تسلیم حرفه‌ای

این مضمون به بررسی نقش معماران و طراحان در این چرخه می‌پردازد و نشان می‌دهد که چگونه منطق قدرتمند بازار، بسیاری از متخصصان را به سمت انفعال یا همکاری با این

جریان سوق داده است. (جدول ۱۱)

مضمون چهارم: خلأ نظارتی و مدیریت شهری منفعل

آخرین مضمون فراگیر، به نقش ساختارها و نهادهای مدیریتی در گسترش این پدیده می‌پردازد. تقریباً تمام مشارکت‌کنندگان، از معماران گرفته تا سازندگان، به ضعف و انفعال شهرداری و نهادهای مسئول در کنترل و هدایت سیما و منظر شهری اذعان داشتند. این دیدگاه، پدیده نماسازی رومی را از یک مسئله صرفاً زیبایی‌شناختی یا فرهنگی خارج کرده و آن را در بطن یک اقتصاد سیاسی شهری قرار می‌دهد که در آن، منطق سرمایه بر ارزش‌های هویتی و فرهنگی غلبه دارد. (جدول ۱۲)

جدول ۱۰. کد اصلی ۲: بحران هویت و جست‌وجوی شکوه عاریتی*

زیرکد	تعریف و مفهوم کد	مصادیق کلمات و اصطلاحات کلیدی در متن مصاحبه‌ها
۱-۲: نقد آلترناتیوها (مدرن و سنتی)	ادراک مشارکت‌کنندگان مبنی بر ناکارآمدی معماری سنتی (قدیمی) و بی‌رویی یا سادگی بیش از حد معماری مدرن (جعبه).	مدرن هم خیلی ساده‌اس، انگار اداره‌اس، جعبه کفش، سردی و بی‌رویی، بی‌روح، ساده و تمیز، ساده‌اس، چیزی نداره، معماری سنتی ما ... نامناسب برای سبک زندگی امروز، قدیمه، مال قدیمه، کهنه، نمای ساده، هرچقدر هم داخلش شیک باشد، مدرن خاص، ساده‌پسندی، آلترناتیو، جایگزین، گزینه‌های جایگزین جذاب
۲-۲: زیبایی‌شناسی عامیانه و سلیقه عمومی	اشاره به پذیرش گسترده این سبک توسط بخش بزرگی از جامعه (مردم عادی، شهروندان) به عنوان نماد «زیبایی» و «قشنگی».	سلیقه مردم، قشنگه دیگه، مردم دوست دارن، چشم مردم به سنگه، مشتری‌پسند، مردم می‌پسندن، زیبا، شیک، رویایی، چشم‌نواز، چشم‌گیر، خوششون میاد، ذائقه مردم، سلیقه عمومی، اکثریت مردم، جذاب، خوشگل، دلنشین
۳-۲: بیگانگی فرهنگی و تقلید (نقد نخبگان)	درک انتقادی (عمدتاً از سوی معماران و متخصصان) مبنی بر اینکه این سبک، تقلیدی، بیگانه با بستر و نماد خودباختگی فرهنگی است.	خودباختگی فرهنگی، بی‌تشی، جعلی، غرب‌زدگی، تقلید، بیگانه، غلط فاحش تاریخی، کپی ناشیانه، وصله ناجور، از خود بیگانگی، بی‌هویت، کپی، وارداتی، فیک، بی‌ربط، غریبه، کپی کاریکاتورگونه، جعل فرهنگی، شبه‌هنر
۴-۲: بازتفسیر تاریخی (اتصال به ایران باستان)	تلاش آگاهانه یا ناخودآگاه مشارکت‌کنندگان (سازندگان/مالکان) برای بومی‌سازی و مشروعیت‌بخشی به نما، از طریق پیوند دادن آن به شکوه ایران باستان.	اصلاً رومی نیست، اینها هخامنشی است، تخت جمشید، شکوه باستان، عظمت، مثل تخت جمشید، این معماری در خون ماست، تاریخ پرشکوه، اصالت، ریشه‌های ایرانی، شبیه ستون‌های خودمان، گذشته پر عظمت، تاریخی، اصالت خانوادگی، شجره‌نامه جعلی، تبارنامه، هخامنشی
۵-۲: گسست از حافظه تاریخی و فرهنگی	تحلیل کارشناسان مبنی بر اینکه این پدیده، حاصل گسست جامعه از سنت‌های معماری بومی و فراموشی هویت اصیل خود است.	گسست تاریخی، پاک کردن حافظه تاریخی، بی‌سوادی تاریخی، فراموش کردن گذشته، هویت گسسته، شهر بی‌خاطره، بریده‌اند، بی‌ریشه، فقدان اعتماد به نفس فرهنگی، گسست نسلی، تاریخ، فرهنگ، هویت، میراث فرهنگی، گذشته، اصالت، بومی
۶-۲: جست‌وجوی شکوه و عظمت (عاریتی)	نیاز روانی جامعه و افراد به «شکوه»، «عظمت» و «ابهت» که چون در معماری معاصر خود آن را نمی‌یابند، به نسخه وارداتی آن پناه می‌برند.	شکوه عاریتی، جست‌وجوی شکوه، عظمت، ابهت، باشکوه، قدرت، کاخ، امپراتوری، مجلل، پر زرق و برق، بزرگنمایی، مقیاس ابرنسانی، شکوه و جلال، با عظمت، پراپهت، زندگی اشرافی، پرطمطراق
۷-۲: جهانی‌شدن و تأثیر رسانه	نقش رسانه‌های جهانی (فیلم، اینترنت) و الگوهای زندگی لوکس (دبی، اروپا) در شکل‌دهی به سلیقه و ترویج این سبک به عنوان یک مُد جهانی.	جهانی شدن، رسانه‌ها، اینستاگرام، پینترست، هالیوود، دبی، اروپا، سفرهای خارجی، تصاویر، اینترنت‌شنال، سبک زندگی، دهکده جهانی، شبکه‌های اجتماعی، الگوسازی، مُد، تصویر ذهنی، تبلیغ، رسانه‌های جهانی
۸-۲: نماد پیشرفت و مدرنیته (درک عمومی)	ادراک بخشی از جامعه (به‌ویژه مهاجران یا شهروندان عادی) که این نماها را نه نماد گذشته، بلکه نماد «پیشرفت»، «آبادانی» و «مدرن شدن» شهر می‌دانند.	نشانه پیشرفت، آبادانی، شهر مدرن، مدرنیته، توسعه، پیشرفت کرده، چهره امروزی، شهر بزرگ، کلان‌شهر، نو شدن، جدید، به‌روز، تغییرات مثبت، استانداردهای جهانی، روبه جلو، شهر پیشرفته

* این کد به تحلیل ریشه‌های فرهنگی، تاریخی و زیبایی‌شناختی گرایش به نماسازی رومی می‌پردازد.



جدول ۱۱. کد اصلی ۳: منطق بازار و تسلیم حرفه‌ای *

زیرکد	تعریف و مفهوم کد	مصادیق کلمات و اصطلاحات کلیدی در متن مصاحبه‌ها
۱-۳: نما به مثابه ابزار بازاریابی	نگاه ابزاری و استراتژیک سازندگان به نما به عنوان عاملی برای جذب مشتری، ویژندسازی پروژه و تبلیغات.	ابزار بازاریابی، ویژندسازی پروژه، خود نما برات مشتری مباره، وپترین، تبلیغ، بسته‌بندی محصول، جذب مشتری، شناسنامه ساختمان، نقاط قوت و فروش، Selling Point، جذابیت، کالای ویژند، جذابیت بصری، چشم مشتری، نگاه اول، تبلیغات
۲-۳: تضمین فروش و نقدشوندگی بالا	تمرکز سازندگان بر سرعت بازگشت سرمایه و انتخاب سبکی که تضمین کننده فروش سریع و نقدشوندگی بالایی ملک باشد.	فروش راحت، سریع نقد بشه، نقدشوندگی بالا، دوره فروش کوتاه‌تر، خواب سرمایه، سریع‌تر به فروش می‌رسند، زودتر بفروش، بازگشت سرمایه، فروش تضمین شده، رو خاک فروخته، فروشش سخته (برای مدرن)، مشتری داره، رو دست نمی‌مونه، سرعت فروش، نقدینگی
۳-۳: ارزش افزوده و سودآوری	نقش مستقیم نما در افزایش ارزش مبادله‌ای ملک، امکان قیمت‌گذاری بالاتر و در نتیجه، حداکثرسازی سود سازنده.	ارزش افزوده، قیمت نهایی رو... افزایش بید، متری یکی دو میلیون تومن راحت‌تر می‌تونی بالاتر بفروشی، سود خوبی هم نصیبمون شد، حاشیه سود بالاتر، سود لوکس، قیمت‌گذاری، ارزش ملک، ارزش درک‌شده، گران‌تر بفروشی، سودآور، سود، منفعت، اقتصادی، می‌صرفه، نرخ بازگشت سرمایه
۴-۳: ریسک‌گریزی و فرمول امتحان‌شده	انتخاب آگاهانه نمای رومی به عنوان یک گزینه امن، کم‌ریسک و امتحان‌شده در بازار، در مقابل ریسک نوآوری و معماری مدرن.	ریسک مالی، قماره، امنیت سرمایه‌گذاری، گزینه بی‌خطر، فرمول امتحان‌شده، نمی‌تونم روی سلیقه خاص قمار کنم، ریسک نمی‌کنم، مطمئن‌ترین راه، بازارپسند، ریسک نوآوری، بازار هدف کوچک‌تر، ریسک بالایی دارد، گزینه امن، امتحان خود را پس داده، کاهش ریسک
۵-۳: فشار کارفرما و تقاضای بازار	تأکید معماران بر اینکه انتخاب سبک، نه توسط آنها، بلکه توسط خواست قاطع کارفرما و تقاضای روشن بازار تحمیل می‌شود.	فشار کارفرما، خواست کارفرما، تقاضای بازار، مشتری می‌خواهد، خواست مردم، سلیقه مشتریان، سرمایه‌گذار، مالک، سازنده می‌گوید، مشتری پول می‌ده، اصرار داشت، درخواست مشخص، دیکتاتوری بازار، مجبور، تحمیل
۶-۳: تسلیم و انطباق حرفه‌ای معمار	چالش‌ها و تعارضات درونی معماران که منجر به مصالحه، پذیرش اجباری، یا پالایش طرح درخواستی کارفرما می‌شود.	مصالحه، تسلیم، انطباق، پالایش، بیکار می‌مانی، چرخ این دفتر بچرخد، مدیریت می‌کنیم، مجبور می‌شویم، تعارض، سرخوردگی، خیانت به مسئولیت، تکنسین برآورده‌کننده نیاز، اپراتور نرم‌افزار، مترجم سلیقه کارفرما، واقع‌بینانه
۷-۳: کالایی‌شدن معماری	تقلیل معماری از یک پدیده فرهنگی و هنری به یک «کالا»، «محصول» یا «جنس» که صرفاً تابع منطق تولید و مصرف است.	کالایی شدن، محصول، کالا، جنس، بسته‌بندی، اقتصاد کالایی‌شده، ارزش مبادله‌ای، ویژند، صنعت ساختمان، تولید انبوه، تیپ، استاندارد غیررسمی، معماری مصرفی، صنعت، بی‌زیب، کاسی
۸-۳: سهولت اجرا و پنهان‌سازی نواقص	اشاره به اینکه اجرای این نماها (به دلیل شلوغی و تولید انبوه قطعات) گاهی ساده‌تر از اجرای تمیز معماری مدرن است و نواقص را پنهان می‌کند.	تولید انبوه، قطعات پیش‌ساخته، CNC، ماژولار، ایرادهای کوچک توش گم می‌شه، شلوغی، اجرای نمای رومی راحت‌تر، اجرای معماری مدرن ... دقت بسیار بالایی می‌خواد، کاتالوگ، نصب، سنگ‌کار، اجرای بد (برای مدرن)، پیچیدگی‌های نما (از نظر هزینه)

* این کد به تحلیل ریشه‌های اقتصادی-حرفه‌ای و نقش بازیگران (سازندگان و معماران) در تولید این پدیده می‌پردازد.

جدول ۱۲. کد اصلی ۴: خلأ نظارتی و انفعال نهادهای *

زیرکد	تعریف و مفهوم کد	مصادیق کلمات و اصطلاحات کلیدی در متن مصاحبه‌ها
۱-۴: ابهام و ضعف قوانین (خلأ قانونی)	نقد فرایند نظارتی به دلیل فقدان قوانین شفاف، ملون، قابل استناد و الزام‌آور در حوزه سیمای منظر شهری.	خلأ قانونی، قانون درست و حسابی ندارن، ضوابط کلی و قابل تفسیر، مبنای قانونی محکم، معیارهای کیفی و تفسیری، قانون مادر، دستورالعمل، بخشنامه، ضوابط مشخص، شفاف، کلی، مبهم، قانونی برای ممنوعیت نیست، ابزار قانونی ضعیف، قانونمند کردن سلیقه، دستورالعمل‌های داخلی
۲-۴: سلیقه‌ای بودن و ناکارآمدی کمیته‌ها	نقد عملکرد کمیته‌های نما به عنوان یک فرایند بوروکراتیک، فرسایشی، فاقد قدرت اجرایی و متکی بر سلیقه شخصی اعضا.	سلیقه‌ای عمل می‌کنن، کمیته نما یک پروسه بوروکراتیک، سنگ‌اندازی، دست‌وپاگیر، اعمال سلیقه، تفسیر شخصی، جلسات بحث و جدل، چانه‌زنی، غیرشفاف، شخص محور، عدم ثبات، اپراتورهای کنترل جواز، سرعتمون رو می‌گیرن، مرحله اضافی، بی‌نتیجه
۳-۴: تضاد منافع شهرداری (درآمد)	تعارض ساختاری در شهرداری بین وظیفه حفاظت از هویت شهری و نیاز حیاتی به کسب درآمد از عوارض ساخت‌وساز.	تضاد منافع، اولویت درآمد بر هویت، وابستگی به درآمدهای ساخت‌وساز، شهرداری خودش دی‌نفع، کسب درآمد، منطق اقتصادی، چرخه اقتصاد، بنگاه اقتصادی، درآمدزایی، بودجه، عوارض، تأمین مالی، پول، وابستگی مالی، رکود ساخت‌وساز
۴-۴: انفعال سیاسی و نفوذ سازندگان	اشاره به نقش لابی‌های قدرتمند ساخت‌وساز و عدم وجود اراده سیاسی در سطح مدیریت کلان شهری (شورا و شهردار) برای مقابله جدی با این روند.	انفعال، لابی‌های ساخت‌وساز، نفوذ سازندگان، اراده سیاسی، سکوت، سیاسی، پوپولیستی، قدرت سرمایه، فشار از طرف سازندگان، مقاومت سیاسی، گروه‌های دی‌نفع، سرمایه‌گذاران، تصمیم‌مدیریتی، کوتاه‌مدت، سیاست‌های کلان، مدیریت شهری منفعل
۵-۴: ضعف در نظارت بر اجرا و ایمنی	بی‌توجهی نهادهای ناظر (شهرداری، نظام مهندسی، آتش‌نشانی) به مسائل فنی، کیفیت اجرا و خطرات ایمنی نماهای سنگین.	مشکلات اجرایی جدی، سقوط این قطعات، نظارت دقیق، ایمنی نما، بار مرده، خطر بالقوه، ضوابط ایمنی نما، نظارت ضعیف، آتش‌نشانی، زلزله، خطر جانی، مهاربندی، اسکوپ، کیفیت اجرا، نظارت ندارن، ناظران تخصص کافی ندارند
۶-۴: فقدان ابزار حقوقی لازم‌الاجرا	اشاره کارشناسان حقوقی به اینکه آراء کمیته‌های نما به دلیل فقدان پشتوانه قانونی محکم، به راحتی در دیوان عدالت اداری نقض می‌شوند.	دیوان عدالت اداری، نقض، آسیب‌پذیر، رأی گرفته‌اند، جرم زیبایی‌شناختی، اختیارات قانونی، ضمانت اجرایی، حقوق مالکانه، پیگردی قانونی، قابل دفاع نیست، قانون جامع سیمای منظر، مصوب مجلس، قدرت قانونی، حقوق عمومی و خصوصی
۷-۴: شکست در ارائه آلترناتیو (ایجابی)	نقد نهادهای عمومی (شهرداری، دانشگاه) مبنی بر اینکه به جای مقابله سلبی، در ارائه الگوهای جایگزین جذاب و باهویت نیز شکست خورده‌اند.	خلأ آلترناتیو، الگوهای جایگزین، معرفی، راهکارهای پیشنهادی، رویکرد ایجابی، بسته‌های تشویقی، تراکم تشویقی، مسابقات معماری، کاتالوگ، شکست نخبان، آموزش، ارتقای سواد بصری، راهنمای طراحی شهری، منشور
۸-۴: هزینه‌های پنهان و نگهداری	اشاره مالکان و کارشناسان به هزینه‌های بالای نگهداری، شستشو و تعمیرات این نماها که در زمان طراحی نادیده گرفته می‌شود.	هزینه‌های پنهان، شارژ ماهیانه سنگین، هزینه نگهداری، شستشوی نما، تعمیرات، هزینه‌های گزاف، بار مرده، اتلاف منابع، پرهیز، ناپایدار، عمر مفید، فرسودگی، تخریب، هزینه تمام‌شده، اتلاف ملی

* این کد به تحلیل ریشه‌های ساختاری، قانونی و مدیریتی پدیده از دیدگاه کارشناسان شهری و معماران می‌پردازد.

یافته‌ها

تحلیل متقابل روایت‌های گروه‌های مختلف مشارکت‌کننده نشان می‌دهد که گرایش به نماسازی رومی در مشهد، پدیده‌ای تک‌عاملی نیست، بلکه محصول یک «زیست بوم» پیچیده و هم‌افزا از محرک‌های اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، حرفه‌ای و نهادی است. این یافته‌ها در مجموع، سیر تحولی را روایت می‌کنند که بیش از آنکه درباره سنگ و ستون باشد، درباره جامعه، هویت و ارزش‌های در حال تحول آن است.

«جدول ۱۳» به‌خوبی نشان می‌دهد که چگونه هر گروه از بازیگران، وزن متفاوتی به هریک از این محرک‌ها می‌دهد.

در حالی که سازندگان و مالکان بر ابعاد اقتصادی و اجتماعی تأکید دارند، معماران منتقد و مدیران شهری، ریشه‌های مشکل را بیشتر در بحران‌های فرهنگی و ضعف‌های ساختاری جست‌وجو می‌کنند. این تحلیل جامع، تصویری چندوجهی و عمیق از چرایی سلطه نمای رومی بر سیمای شهر مشهد ارائه می‌دهد.

پاسخ به پرسش فرعی اول: زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی گرایش به نمای رومی
یافته‌های پژوهش به وضوح نشان می‌دهد که بستر اصلی

جدول ۱۳. تحلیل معانی متکثر الصاق‌شده به نمای رومی توسط گروه‌های مختلف.

گروه	معنای غالب الصاق‌شده	نقل قول معرف	مصادیق کلمات و اصطلاحات کلیدی کدگذاری شده
سازندگان / سرمایه‌گذاران	ابزار قدرت و بازاریابی: نماد قدرت، ثروت و فرمولی تضمین‌شده برای فروش سریع و سودآور.	«این نما شناسنامه ساختمان است. شناسنامه‌ای که می‌گوید من گران و ارزشمند هستم.»	فروش راحت، سود خوبی، بالاتر بفروشی، نقدشوندگی، بازگشت سرمایه، سریع نقد بشه، مشتری میاره، ویژندسازی، تبلیغ، Selling Point، بازاریابی، جذب مشتری، ویترین، شناسنامه ساختمان، مشتری‌پسند، زبان بازار، ابهت، قدرت، پولداری، کاخ، لوکس، گران، ثروت، اشرافی، سود لوکس، حاشیه سود، ارزش افزوده، سودآوری، ریسک کمتر
مالکان / خریداران مرفه	نماد منزلت و سبک زندگی: ابزاری برای تمایز اجتماعی، نمایش موفقیت و پیوستن به یک سبک زندگی لوکس و جهانی.	«حس می‌کنم با زندگی در این خانه، به یک کلاس اجتماعی بالاتر تعلق دارم. این نما کلاس دارد.»	منزلت، جایگاه اجتماعی، کلاس، باکلاس، پرستیژ، تمایز، شاخص، خاص بودن، چشم‌وهم‌چشمی، کم‌نیاروم، سطح بالا، طبقه برتر، اعتبار، نماد موفقیت، تاج موفقیت، موفق، سبک زندگی، لوکس، مجلل، اشرافی، زندگی اشرافی، اینترنشنال، جهانی، استاندارد‌های جهانی، هتل پنج ستاره، لاکچری، رؤیایی، شیک، آبرومند
شهروندان (طبقه متوسط)	زیبایی، تجمل و آرزو: نمادی از زیبایی آرمانی، رفاه و خانه‌ای که آرزوی تملک آن را دارند.	«قشنگ است دیگر! آدم دوست دارد خانه‌اش شبیه کاخ باشد. هر روز از جلویش رد می‌شوم و لذت می‌برم.»	قشنگه، زیبا، شیک، رؤیایی، آرزو، کاخ، باشکوه، چشم‌گیر، پیشرفت، آبادانی، خوشگل، دوست دارم، لذت می‌برم، انگیزه، هدف، خوش به حالشون، حسرت، اگه پولش رو داشتم، خانه رؤیایی، باکلاس، تمیز، چشم‌نواز، انرژی مثبت، جذاب، نو شدن، روحیه، عالی، با عظمت
معماران منتقد	ابتذال فرهنگی و بیگانگی: نماد کیچ (Kitsch)، خودباختگی فرهنگی، گسست از تاریخ و غلبه سطحی‌نگری.	«این نماها یک فاجعه فرهنگی است. یک کیچی کاریکاتورگونه و مبتذل از معماری غرب که هیچ ربطی به ما ندارد.»	کیچ (Kitsch)، مبتذل، بیگانگی، از خود بیگانگی، خودباختگی فرهنگی، گسست از تاریخ، سطحی‌نگری، فاجعه فرهنگی، بی‌هویت، بی‌ریشه، جعلی، کپی، تقلید، وصله ناجور، غلط فاحش تاریخی، ترازدی، بیماری، ویروس بصری، آشفته‌گی، شلوغ، بی‌معنا، فیک، تقلبی، کاریکاتور، خیانت، جعل فرهنگی، دروغین، سطح، بی‌چهره
مدیران شهری	مسئله‌ای پیچیده و چالش مدیریتی: پدیده‌ای ناشی از سلیقه مردم که مدیریت آن به دلیل خلأ قانونی و فشارهای اجتماعی-اقتصادی دشوار است.	«ما هم این نماها را دوست نداریم، اما نمی‌توانیم با سلیقه مردم بجنگیم. قانون محکمی هم برای جلوگیری از آن نداریم.»	چالش، مسئله‌ای پیچیده، چالش مدیریتی، جنگ، مقابله، سخت، بحران، آسیب‌شناسی، سلیقه مردم، سلیقه عمومی، ذائقه، خواست مردم، مردم می‌پسندند، خلأ قانونی، ضعف قوانین، قانون نداریم، ابهام، سلیقه‌ای، دستورالعمل، ضوابط، دیوان عدالت، ابزار قانونی، ضمانت اجرایی، فشار اقتصادی، تضاد منافع، درآمد، عوارض، فشار سازندگان، لابی

همبستگی نظرات مصاحبه‌شوندگان (ستون‌ها) درباره نقش آنها در زیست بوم مربوط به مسئله نمای رومی (سطرها) ▼

Code System	۱- معماران و طراحان	۲- سازندگان و سرمایه‌گذاران	۳- مالکان و ساکنان	۴- مدیران و کارشناسان شهری	۵- شهروندان	SUM
گروه مشارکت‌کننده						0
۱- سازندگان / سرمایه‌گذاران	25	27	30	14	13	109
۲- مالکان / خریداران مرفه	41	39	33	10	35	158
۳- شهروندان (طبقه متوسط)	21	32	34	12	55	154
۴- معماران منتقد	25	4	15	16	25	85
۵- مدیران شهری	23	24	12	52	5	116
SUM	135	126	124	104	133	622



کرده است. روایت‌های مالکان نشان می‌دهد که نمای رومی این نقش را به بهترین شکل ایفا می‌کند، زیرا در ذهنیت عمومی با مفاهیمی چون «قدرت»، «اصالت اروپایی»، «تجمل» و «موفقیت» گره خورده است. این سبک، یک میان‌رُبر برای دستیابی به جایگاه اجتماعی است. همزمان، این پدیده بیانگر یک بحران در نمادهای هویتی بومی است. مشارکت‌کنندگان، معماری سنتی ایرانی را برای زندگی امروز ناکارآمد و معماری مدرن را فاقد جذابیت و شکوه می‌دانستند. این «ورشکستگی نمادین» آلترناتیوها، راه را برای هجوم یک سبک وارداتی که وعده «شکوه عاریتی» را می‌دهد، هموار کرده است. جالب آنکه، این شکوه عاریتی، همان‌طور که در روایت‌ها دیده شد، گاه با یک حافظه تاریخی گزینشی و خیال‌پردازانه ترکیب شده و به معماری ایران باستان منتسب می‌شود تا از بار «بیگانگی» آن کاسته شود. این یافته، تحلیل‌های بورديو در باب تمایز و سرمایه نمادین را به‌خوبی روشن می‌سازد. (جدول ۱۴)

پاسخ به پرسش فرعی دوم: نقش سیاست‌های مدیریت شهری و مقررات ساخت‌وساز

یافته‌ها به اتفاق آراء نشان می‌دهند که سیاست‌های مدیریت شهری در مشهد، نقشی منفعلانه و تسهیل‌گر در گسترش این سبک داشته‌اند. این انفعال در دو سطح قابل تحلیل است:

۱. **ضعف ساختاری در قوانین و نظارت:** مهم‌ترین یافته در این حوزه، ناکارآمدی و ابهام «ضوابط و مقررات سیما و منظر شهری» است. روایت‌های معماران و کارشناسان شهرداری نشان داد که این ضوابط، فاقد معیارهای کیفی، شفاف و قابل دفاع حقوقی هستند. استفاده از واژگان کلی مانند «نامتعارف»، «ناهماهنگ» یا «شلوغ»، امکان تفسیرهای سلیقه‌ای و شخصی را در

شکل‌گیری این گرایش، یک زمینه اجتماعی-اقتصادی خاص است (جدول ۱۴)، که می‌توان آن را «جامعه نوظهور در جست‌وجوی منزلت» نامید. این زمینه از دو عنصر کلیدی تشکیل شده است:

۱. **اقتصاد کالایی‌شده و معماری به مثابه ابزار سرمایه:** در سطح اقتصادی، یافته‌ها حاکی از آن است که معماری مسکونی در مشهد، به‌ویژه در دو دهه اخیر، به‌شدت از منطق فرهنگی خود تهی شده و به یک کالای سرمایه‌ای و ابزار سودآوری تبدیل شده است. همان‌طور که در مضمون «اقتصاد منزلت» مشاهده شد، سازندگان و مالکان، ساختمان را در وهله اول یک «دارایی» با ارزش مبادله‌ای می‌بینند. نمای رومی در این بستر، کارکردی دوگانه ایفا می‌کند: نخست، به عنوان یک ابزار بازاریابی قدرتمند، ریسک سرمایه‌گذاری را کاهش داده و نقدشوندگی ملک را تضمین می‌کند. دوم، با افزایش «ارزش درک‌شده» ملک، حاشیه سود را به حداکثر می‌رساند. یک سازنده با تجربه این فرایند را چنین خلاصه کرد: «ما جنس لوکس تولید می‌کنیم تا سود لوکس ببریم. نمای رومی، بسته‌بندی لوکس این جنس است.» این یافته، تحلیل‌های نظری مبتنی بر کالایی‌شدن فضا (دیوید هاروی) را در بستر واقعی شهر مشهد تأیید می‌کند. معماری از ارزش کاربردی خود فاصله گرفته و در منطق بازار و سوداگری هضم شده است.

۲. **فرهنگ تمایزجویی و بحران هویت نمادین:** در سطح اجتماعی-فرهنگی، یافته‌ها از وجود یک خلأ هویتی عمیق و تمایل شدید برای کسب منزلت از طریق نمادهای بیرونی حکایت دارند. ظهور طبقات جدید شهری که از سرمایه اقتصادی بالایی برخوردارند اما فاقد سرمایه فرهنگی ریشه‌دار هستند، تقاضای بالایی برای نمادهای «آماده» و «جهان‌شمول» منزلت ایجاد

جدول ۱۴. چرخه بازتولید اجتماعی-اقتصادی نمای رومی.

مرحله	کنشگر اصلی	کنش کلیدی	نتیجه
۱. شکل‌گیری تقاضا	خریدار/کارفرمای نوظهور	جست‌وجوی نمادهای آماده برای نمایش منزلت و تمایز اجتماعی.	تقاضای بازار برای معماری پراپت و لوکس.
۲. پاسخ به تقاضا	سازنده/سرمایه‌گذار	انتخاب نمای رومی به عنوان فرمول امتحان‌شده، کم‌ریسک و سودآور برای پاسخ به تقاضا.	تولید انبوه ساختمان‌ها با نمای رومی.
۳. عادی‌سازی و تثبیت	عموم شهروندان و رسانه‌ها	مواجهه مکرر با نماهای رومی به عنوان نماد ساختمان‌های جدید و گران‌قیمت.	تثبیت نمای رومی به عنوان «مُد» و سلیقه غالب در ذهنیت عمومی.
۴. تقویت تقاضا	خریدار/کارفرمای جدید	مشاهده شیوع و مقبولیت نمای رومی به عنوان استاندارد خانه‌های لوکس و انتخاب آن برای عقب‌نماندن از دیگران.	تقویت و بازتولید چرخه (بازگشت به مرحله ۱).

همچنین به این نکته اشاره کردند که بسیاری از کارفرمایان، دانش و تخصص معمار را به رسمیت نمی‌شناسند و سلیقه شخصی خود را که از منابع غیرتخصصی (اینترنت، ساختمان‌های همسایه، سفرها) شکل گرفته، بر اصول معماری ارجح می‌دانند. این امر منجر به وضعیتی شده که در آن، معمار به یک اپراتور نرم‌افزار یا «مترجم سلیقه کارفرما» تقلیل یافته و از جایگاه یک متخصص صاحب‌نظر فاصله گرفته است. این یافته، بحران در «مرجعیت حرفه‌ای» جامعه معماری را آشکار می‌سازد.

پاسخ به پرسش فرعی چهارم: تجربه زیسته شهروندان از مواجهه با نماسازی رومی

یافته‌ها نشان می‌دهد که تجربه زیسته شهروندان (ساکنان و عابران) از این پدیده، یکدست و همگن نیست (جدول ۱۵)، بلکه یک طیف وسیع از معانی و احساسات را در بر می‌گیرد.

۱. **تجربه ساکنان: غرور، امنیت و تعلق به طبقه برتر:** برای افرادی که در این ساختمان‌ها سکونت دارند، تجربه غالباً مثبت و سرشار از حس غرور و رضایت است. نمای ساختمان، بخشی از هویت فردی و خانوادگی آنها می‌شود و به آنها حس تعلق به یک گروه اجتماعی خاص را می‌بخشد. روایت‌های آنها نشان می‌دهد که این نماها برایشان تداعی‌گر «استحکام»، «امنیت»، «زیبایی» و «ارزش» است. یکی از ساکنان می‌گفت: «وقتی وارد خانه می‌شوم، این ستون‌ها و ورودی با ابهت به من خوشامد می‌گوید. حس می‌کنم وارد یک جای امن و مهم شده‌ام.»

۲. **تجربه عابران: از تحسین و آرزو تا آشفتگی و بیگانگی:** در میان عموم شهروندان، دیدگاه‌ها بسیار متنوع است.

- **گروه اول (تحسین‌کنندگان):** بخش قابل توجهی از شهروندان، این نماها را زیبا، جذاب و نشانه پیشرفت و آبادانی شهر می‌دانند. برای این گروه، این ساختمان‌ها به «نمادهای شهری» جدید و آرمان‌دست‌یافتنی تبدیل شده‌اند.

- **گروه دوم (منتقدان شهودی):** گروهی دیگر، فارغ از دانش تخصصی، این نماها را «شلوغ»، «نامرتب»، «از خود راضی» و «بیگانه» بافت شهر توصیف می‌کنند. تجربه آنها از مواجهه با این نماها، حس آشفتگی بصری و عدم تعلق است. یکی از شهروندان می‌انسال می‌گفت: «این ساختمان‌ها هیچ کدام به هم نمی‌آیند. هر کدام ساز خودشان را می‌زنند. انگار در شهر خودم غریبه هستم.»

این دوگانگی در تجربه زیسته، نشان‌دهنده شکاف عمیق سلیقه‌ای و فرهنگی در جامعه شهری مشهد است و نشان

کمیت‌های نما فراهم کرده و راه را برای اعمال نفوذ سازندگان باز گذاشته است. در عمل، این کمیت‌ها به جای «هدایت» سیمای شهر، به نهادهایی برای «تعدیل» طرح‌های ارائه‌شده تبدیل شده‌اند؛ یعنی به جای رد طرح‌های بی‌اصالت، صرفاً به کاستن از شدت تزئینات و اغراق آنها اکتفا می‌کنند. این امر، عملاً به این سبک معماری مشروعیت نهادی بخشیده است.

۲. **غلبه منطق اقتصادی بر اراده سیاسی:** در لایه‌ای عمیق‌تر، یافته‌ها حاکی از آن است که انفعال نهاد مدیریت شهری، صرفاً یک ضعف تکنیکی یا قانونی نیست، بلکه ریشه در یک تضاد ساختاری در مأموریت‌های شهرداری دارد. شهرداری، از یک سو مسئول حفاظت از هویت فرهنگی و سیمای شهر است و از سوی دیگر، برای تأمین بودجه خود، به درآمدهای حاصل از ساخت‌وساز وابستگی حیاتی دارد. این تضاد، منجر به وضعیتی شده که در آن، اراده‌ای جدی برای اجرای سیاست‌های سخت‌گیرانه‌ای که ممکن است منجر به کاهش ساخت‌وساز و درآمدهای شهرداری شود، وجود ندارد. همان‌طور که یکی از معماران پیشکسوت به‌صراحت بیان کرد: «شهرداری بین هویت شهر و پول، دومی را انتخاب کرده است.» این یافته، نشان‌دهنده یک بحران ساختاری در نظام مدیریت شهری ایران است که در آن، سیاست‌گذاری فرهنگی و هویتی، قربانی منطق کوتاه‌مدت اقتصادی می‌شود.

پاسخ به پرسش فرعی سوم: برداشت معماران و طراحان از دلایل تمایل کارفرمایان

یافته‌های این بخش، از یک شکاف عمیق و معنادار میان «جهان حرفه‌ای» معماران و «جهان زیسته» کارفرمایان حکایت دارد. معماران، به‌ویژه طیف منتقد و دانشگاهی، دلایل تمایل کارفرمایان را در مجموعه‌ای از عوامل غیرمعمارانه و عمدتاً اجتماعی-روانشناختی جست‌وجو می‌کنند:

۱. **تمایل به فخرفروشی و نمایشگری:** از دیدگاه اکثر معماران مصاحبه‌شونده، اصلی‌ترین محرک کارفرمایان، «نمایش ثروت» و «کسب اعتبار اجتماعی» است. آنها معتقدند کارفرما به دنبال «معماری خوب» نیست، بلکه به دنبال «نمای پر سر و صدا» است که بتواند موقعیت اجتماعی او را به رخ بکشد. یکی از معماران این پدیده را «معماری بیلبوردی» نامید: «ساختمان برایشان مثل یک بیلبورد تبلیغاتی است که باید موفقیت و ثروتشان را فریاد بزند. نمای رومی این کار را خوب انجام می‌دهد.»

۲. **بی‌اعتمادی به تخصص و غلبه سلیقه شخصی:** معماران



جدول ۱۵. طیف‌بندی تجربه زیسته و معانی مرتبط با نمای رومی.

نوع تجربه	توصیف تجربه	کلمات کلیدی در روایت‌ها
تجربه درونی‌شده مثبت	احساس غرور، رضایت، امنیت و هویت‌یابی از طریق سکونت در بنا.	غرور، رضایت، امنیت، حس قدرت، قلعه خودم، شأن، تاج موفقیت، اعتبار، سرمایه‌گذاری خوب، مطمئن، تصمیم درستی، باکلاس، حس خوبی، آرامش، پناهگاه، استوار، وقار، دنج، هتل پنج ستاره، انرژی می‌گیرم، ویژگی شخصی، لوکس، مجلل، آبرومند، اعتماد به نفس، کیفیت، حمایت، حرمت، رؤیایی، شیک
تجربه بیرونی مثبت	احساس تحسین، لذت بصری و درک آن به عنوان نماد پیشرفت و زیبایی.	چشمنگه، زیبا، شیک، رؤیایی، آرزو، کاخ، باشکوه، چشم‌گیر، پیشرفت، آبادانی، خوشگل، دوست دارم، لذت می‌برم، انگیزه، هدف، خوش به حالشون، باکلاس، تمیز، چشم‌نواز، انرژی مثبت، جذاب، نو شدن، مدرن، عظمت، ابهت، ارزشمند، افتخار، مجلل، هیجان
تجربه بیرونی منفی	احساس آشفتگی بصری، عدم هماهنگی، بیگانگی و انزجار از خودنمایی.	آشفتگی بصری، عدم هماهنگی، بیگانگی، انزجار، خودنمایی، شلوغ، فیک، تقلبی، کپی، مبتذل، کیتچ، نامتجانس، پرادعا، سطحی، اغراق، غربت، غریب، دلگیر، دمه، جواده، بی‌سلیقه، وصله ناجور، اضطراب بصری، نابرابری، طردشدگی، غلط فاحش تاریخی، جعلی، خودباختگی، آلودگی بصری، ضد محیط زیست
تجربه حرفه‌ای متعارض	احساس سرخوردگی، تسلیم در برابر فشار بازار و بیگانگی با محصول نهایی.	سرخوردگی، تسلیم، فشار بازار، بیگانگی با محصول، تعارض، تعارض درونی، تعارض اخلاقی، می‌جنگیدم، مجبور شدم، مصالحه، پالایش، کابوس، کپی‌کاری ناشیانه، خیانت به مسئولیت، جعل فرهنگی، مبارزه فرسایشی، ناهماهنگی، تضاد، مدیریت کردن سلیقه، نمی‌توانیم بجنگیم، بهینه‌سازی، گفتگو، اقناع، آموزش کارفرما، دستور کار، واقعیت شغل، کارمند، عشق نمی‌ورزید، آزاددهنده
میزان اهمیت (تکرار) تجربیات زیسته در زیست بوم مسئله نمای رومی از دیدگاه گروه‌های مشارکت‌کننده (سطرها) ▼		
تجربه حرفه‌ای متعارض	تجربه بیرونی منفی	تجربه بیرونی مثبت
تجربه درونی‌شده مثبت	Code System	
گروه مشارکت‌کننده		
۱- سازندگان / سرمایه‌گذاران	54	55
۲- مالکان / خریداران مرفه	103	97
۳- شهروندان (طبقه متوسط)	89	151
۴- معماران منتقد	37	38
۵- مدیران شهری	33	35

می‌دهد که منظر شهری به عرصه‌ای برای جنگ روایات‌ها و ارزش‌های زیبایی‌شناختی متعارض تبدیل شده است.

پاسخ به پرسش اصلی: ریشه‌ها، دلایل ایجاد و محرک‌های تمایل به سبک نماسازی رومی

با ترکیب یافته‌های فوق، می‌توان به پرسش اصلی پژوهش پاسخی جامع ارائه داد. گرایش به نماسازی رومی در مشهد، محصول هم‌راستایی و هم‌افزایی مجموعه‌ای از عوامل در سطوح مختلف است که می‌توان آن را «سندرم معماری مصرفی در جامعه در حال گذار» نامید (جدول ۱۶).

- **ریشه‌ها (Roots):** ریشه‌های این پدیده در لایه‌های عمیق فرهنگی و اجتماعی قرار دارند: ۱. بحران هویت جمعی و گسست از سنت‌های معماری بومی بدون دستیابی به یک مدرنیته هویت‌مند. ۲. جامعه‌پذیری مبتنی بر مصرف‌گرایی که در آن، ارزش‌های فردی و اجتماعی به‌طور فزاینده‌ای از طریق کالاها و نمادهای مادی تعریف و مبادله می‌شوند.

- **دلایل ایجاد (Causes):** دلایل اصلی که این ریشه‌ها را به یک پدیده معماری مشخص تبدیل کرده‌اند، عبارتند از: ۱. ظهور طبقات نوکیسه با قدرت اقتصادی بالا و نیاز شدید به نمایش منزلت. ۲. ناکامی نخبگان معماری در ارائه الگوهای

جایگزین که هم با هویت ایرانی سازگار باشند و هم برای سلیقه عمومی جذابیت داشته باشند.

- **محرک‌ها (Drivers):** عواملی که این پدیده را در مقیاس وسیع به حرکت درآورده و تشدید کرده‌اند، عبارتند از: ۱. منطق سودمحور بازار مسکن که این سبک را به یک کالای پرسود تبدیل کرده است. ۲. تقاضای فعال از سوی کارفرمایان که این نما را به عنوان یک سرمایه نمادین می‌بینند. ۳. تسلیم شدن بخش بزرگی از جامعه حرفه‌ای معماری در برابر فشار بازار. ۴. انفعال و ناکارآمدی نهادهای نظارتی و مدیریت شهری که عملاً راه را برای این جریان هموار کرده‌اند.

در نهایت، یافته اصلی این پژوهش آن است که نمای رومی در مشهد، بیش از آنکه یک «سبک معماری» باشد، یک «نشانه اجتماعی» است؛ نشانه‌ای از یک جامعه در حال گذار که در میانه سنت و مدرنیته، در جست‌وجوی هویتی برای خود، به نمادهای عاریتی و آماده متوسل شده است.

نتایج

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که سلطه نماسازی رومی بر سیمای شهری مشهد، صرفاً یک مُد معماری گذرا نیست، بلکه پدیده‌ای است که پیامدهای عمیق و ماندگاری بر هویت

جدول ۱۶. خلاصه‌ای از عوامل اصلی گرایش به نمای رومی از دیدگاه گروه‌های مشارکت‌کننده.

عوامل اصلی		مصادیق کلمات و اصطلاحات کلیدی در مصاحبه‌های انجام گرفته ▼
محرك‌ها	محرك‌های اقتصادی	سودآوری، ارزش افزوده، سود خوبی، بالاتر بفروشی، نقدشوندگی، بازگشت سرمایه، سریع نقد بشه، مشتری میاره، فروش راحت، ویژندسازی پروژه، بازاریابی، جذب مشتری، ویتترین، شناسنامه ساختمان، مشتری‌پسند، زبان بازار، منطق بازار، منطق سود، سود لوکس، حاشیه سود، قیمت‌گذاری، ارزش ملک، ارزش مبادله‌ای، اقتصادی، می‌صرفه، ROI، هزینه-فایده، سرمایه‌گذاری، کاسبی، بیزینس
	محرك‌های اجتماعی	منزلت، جایگاه اجتماعی، کلاس، باکلاس، پرستیژ، تمایز، شاخص، خاص بودن، چشم‌وهم‌چشمی، کم‌نیاورم، سطح بالا، طبقه برتر، اعتبار، نماد موفقیت، تاج موفقیت، موفق، سبک زندگی، لوکس، مجلل، اشرافی، زندگی اشرافی، از ما بهترن، رقابت، فخرفروشی، نمایش، قدرت، ابهت، سرمایه‌نمادین، آبرومند، نمایشگری
	محرك‌های فرهنگی	خلأ هویت، بحران هویت، سلیقه عمومی، ذائقه مردم، مردم دوست دارن، مردم می‌پسندن، قشنگه دیگه، زیبایی، تسلیم معمار، فشار کارفرما، فشار بازار، مجبور شدیم، مصالحه، کپی، تقلید، بی‌هویت، بی‌ریشه، گسست، خودباختگی، شکوه عاریتی، سواد بصری، آموزش غلط، رسانه‌ها، اینستاگرام، جهانی شدن، ساده‌پسندی، آرزو، رؤیایی، بیگانگی
	محرك‌های نهادی	ضعف قوانین، انفعال، ناکارآمدی، خلأ قانونی، قانون نداریم، ضوابط کلی، قابل تفسیر، سلیقه‌ای، کمیته نما، بوروکراتیک، سنگ‌اندازی، دست‌وپاگیر، تضاد منافع، درآمد شهرداری، عوارض، وابستگی مالی، لابی، نفوذ سازندگان، اراده سیاسی، نظارت ضعیف، ایمنی، دیوان عدالت، ضمانت اجرایی، شفاف، مبهم، مدیریت شهری، عدم قطعیت، شکاف بین پژوهش و اجرا، سیاست‌های کلان
دلایل ایجاد	طبقه جدید اجتماعی	طبقه جدید، نوکبسه، تازه‌به‌دوران‌رسیده، قدرت اقتصادی، نمایش منزلت، پولدار شدن، ثروت زیاد، موفقیت اقتصادی، سرمایه اقتصادی، فاقد سرمایه فرهنگی، جایگاه اجتماعی، اعتبار، نمایش، فخرفروشی، از ما بهترن، طبقات نوظهور، پولشون از پارو بالا میره، از صفر شروع کردم، موفق، ثروتمند، قشر مرفه، نخبگان ثروت، سرمایه‌گذاران، مالک، کارفرما، نمایش قدرت، خودنما، طبقه مرفه
	نبود گزینه‌های جایگزین مناسب	نبود گزینه، آلترناتیو، جایگزین، شکست نخبگان، معماری مدرن ... بی‌روح، جعبه کفش، ساده‌س، انگار اداره‌اس، معماری سنتی ... قدیمیه، نامناسب برای سبک زندگی امروز، خلأ، راه سوم، نتوانسته‌ایم، گفتمان، الگوهای جایگزین، زبان معماری، ارتباط برقرار کند، سردی، بی‌روحي، سادگی بیش از حد، جذابیت، شکست پروژه مدرنیته، دانشگاهی، نخبگان، تئوریک، غیرکاربردی، برای مجله خوبه، ورشکستگی نمادین
ریشه‌ها	بحران هویت جمعی	بحران هویت، خلأ هویتی، گسست، هویت گسسته، بی‌هویت، بی‌ریشه، تقلید، کپی، جعل فرهنگی، خودباختگی، از خود بیگانگی، بیگانگی، غریبه، حافظه تاریخی، فراموش کردن گذشته، گسست تاریخی، بی‌سواد تاریخی، هویت عاریتی، شکوه عاریتی، هویت جعلی، شهر بی‌خاطره، هویت ایرانی-اسلامی، سنت، مدرنیته، اعتماد به نفس فرهنگی، اصالت، بومی، شهر بی‌چهره، سردرگمی هویتی
	جامعه‌پذیری مبتنی بر مصرف‌گرایی	مصرف‌گرایی، جامعه مصرفی، کالا، کالایی شدن، نماد مادی، ارزش، نمایش، تجمل، لوکس، ویژند، سطح، ظاهر، فردگرایی، موفقیت فردی، چشم‌وهم‌چشمی، رقابت، نمایش ثروت، مصرف تظاهری، ارزش نشانه‌ای، ویتترین، پول، ارزش اقتصادی، مادی، تغییر ارزشی، لاکچری، پر زرق‌وبرق، سطحی‌نگری، غلبه سطح بر عمق، نمایشی
آمار توصیفی بر مبنی میزان و بازه معناداری عوامل اصلی گرایش به نمای رومی در نزد گروه‌های مشارکت‌کننده ▼		
دلایل ایجاد		
ریشه‌ها		
محرك‌ها		
هم افزایی عوامل اصلی گرایش به نمای رومی در نزد گروه‌های مشارکت‌کننده ◀		محرك‌های اجتماعی + طبقه جدید اجتماعی + بحران هویت جمعی ۱۲% (۱۸) محرك‌های اجتماعی + طبقه جدید اجتماعی + جامعه‌پذیری مبتنی بر مصرف‌گرایی ۳۲% (۴۷) محرك‌های اجتماعی + نبود گزینه‌های جایگزین مناسب + بحران هویت جمعی ۲% (۳) محرك‌های اجتماعی + نبود گزینه‌های جایگزین مناسب + جامعه‌پذیری مبتنی بر مصرف‌گرایی ۷% (۱۰) محرك‌های اقتصادی + طبقه جدید اجتماعی + بحران هویت جمعی ۳% (۵) محرك‌های اقتصادی + طبقه جدید اجتماعی + جامعه‌پذیری مبتنی بر مصرف‌گرایی ۱۱% (۱۸) محرك‌های اقتصادی + نبود گزینه‌های جایگزین مناسب + بحران هویت جمعی ۱۹% (۲۲) محرك‌های فرهنگی + طبقه جدید اجتماعی + بحران هویت جمعی ۵% (۷) محرك‌های فرهنگی + نبود گزینه‌های جایگزین مناسب + بحران هویت جمعی ۶% (۹) محرك‌های فرهنگی + نبود گزینه‌های جایگزین مناسب + جامعه‌پذیری مبتنی بر مصرف‌گرایی ۸% (۱۲) محرك‌های فرهنگی + نبود گزینه‌های جایگزین مناسب + جامعه‌پذیری مبتنی بر مصرف‌گرایی ۲% (۳) محرك‌های نهادی + طبقه جدید اجتماعی + جامعه‌پذیری مبتنی بر مصرف‌گرایی ۱۲% (۱۲) محرك‌های نهادی + نبود گزینه‌های جایگزین مناسب + بحران هویت جمعی ۳% (۵) محرك‌های نهادی + نبود گزینه‌های جایگزین مناسب + جامعه‌پذیری مبتنی بر مصرف‌گرایی ۱% (۱) محرك‌های نهادی + نبود گزینه‌های جایگزین مناسب + جامعه‌پذیری مبتنی بر مصرف‌گرایی ۱% (۲)



مهم‌ترین حاملان حافظه جمعی یک ملت بوده است. نماهای رومی با نادیده گرفتن تمام الگوها، مصالح و تناسبات معماری بومی و تاریخی ایران، یک گسست عمیق با این حافظه تاریخی ایجاد می‌کنند. این پدیده، به‌ویژه در شهری مانند مشهد با پیشینه غنی فرهنگی، به معنای پاک کردن صورت مسئله هویت و جایگزین کردن آن با یک روایت تاریخی عاریتی و بی‌ریشه است. این نتیجه، خطر تداوم این گسست در نسل‌های آینده را گوشزد می‌کند؛ نسلی که در مواجهه با این معماری، تصویر و درک درستی از هویت معماری ایرانی-اسلامی نخواهد داشت.

نتیجه دوم: پیامدهای اجتماعی؛ بازتولید نابرابری و اتمیزه شدن اجتماعی

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که این پدیده معماری، صرفاً یک مسئله کالبدی نیست، بلکه دارای پیامدهای اجتماعی عمیقی است که به تشدید نابرابری و تضعیف همبستگی اجتماعی منجر می‌شود (جدول ۱۷).

- **معماری به مثابه دیوار:** تشدید جدایی‌گزینی اجتماعی: نماهای رومی با مقیاس ابرانسانی، ورودی‌های پراپت و ظاهر دژمانند خود، کارکردی فراتر از یک پوسته ساختمانی دارند؛ آنها به «دیوارهای نمادین» تبدیل می‌شوند که مرزی آشکار میان «ما» (ساکنان مرفه درون) و «دیگران» (عابران بیرون) ترسیم می‌کنند. این معماری، یک معماری طردکننده و غیرپذیرنده است که به جای دعوت به تعامل، حس فاصله و جدایی را القا می‌کند. این امر در مقیاس شهری به تشدید فرایند «جدایی‌گزینی اجتماعی»^{۱۶} کمک کرده و شهر را به جزایر ثروتی تبدیل می‌کند که توسط معماری‌های پرطمطراق از بقیه بافت شهری جدا شده‌اند.

- **غلبه فردگرایی افراطی بر ارزش‌های جمعی:** همان‌طور که در «جدول ۱۷» نشان داده شده است، ارزش‌های حاکم بر این سبک معماری در تضاد کامل با ارزش‌های نهفته در معماری سنتی و زمینه‌گرایی ایران قرار دارد. در حالی که معماری سنتی بر مفاهیمی چون «همسایگی»، «محرمیت» و «هماهنگی با جمع» تأکید داشت، معماری نمای رومی مروج «فردگرایی»، «نمایشگری» و «رقابت» است. این تغییر پارادایم در ارزش‌ها، به اتمیزه شدن جامعه و تضعیف فضاهای عمومی به عنوان عرصه تعاملات اجتماعی منجر می‌شود. خیابان از یک فضای جمعی و پویا به کانالی صرفاً برای عبور و مرور و تماشای ویتترین‌های خصوصی ساختمان‌ها تنزل می‌یابد.

شهری، ساختار اجتماعی و پایداری توسعه در این کلان‌شهر مذهبی بر جای می‌گذارد. این نتایج را می‌توان در چهار حوزه اصلی دسته‌بندی کرد: گسست هویت شهری، بازتولید نابرابری اجتماعی، شکل‌گیری چرخه توسعه ناپایدار، و در نهایت، ارائه یک مدل مفهومی یکپارچه که پویا این پدیده را تبیین می‌کند.

نتیجه اول: گسست هویت شهری و ظهور «شهر چهل‌تکه»

یکی از مهم‌ترین و نگران‌کننده‌ترین نتایج این پژوهش، تأثیر مخرب این پدیده بر هویت یکپارچه و خوانایی منظر شهری مشهد است. یافته‌ها نشان می‌دهد که تکثیر بی‌رویه و ناهمگون نماهای رومی، شهر را به سمت یک «هویت گسسته» یا «شهر چهل‌تکه» سوق می‌دهد. این نتیجه از سه منظر قابل بررسی است:

- **فرسایش خوانایی و حس مکان:** منظر شهری مشهد، که به‌طور تاریخی حول محور حرم مطهر رضوی و با نشانه‌های معماری ایرانی-اسلامی تعریف می‌شد، در حال از دست دادن ویژگی‌های منحصر به فرد خود است. نماهای رومی، با تحمیل یک زبان بصری بیگانه و همسان‌ساز، «خوانایی» شهر را، به تعبیر کوین لینچ، مخدوش می‌کنند. شهروند دیگر نمی‌تواند از طریق نشانه‌های کالبدی، ارتباطی معنادار با تاریخ و فرهنگ بستر خود برقرار کند. این امر به تضعیف «حس مکان» و بیگانگی شهروندان با محیط زندگی خود منجر می‌شود. مشهد در این فرایند، در حال تبدیل شدن به یک منظر شهری «بی‌مکان» و ژنریک است که می‌تواند شبیه هر شهر دیگری در یک منطقه در حال توسعه باشد.

- **تولید آشفتگی بصری و معماری خودخواه:** رقابت برای «تمایز» و «مصرف تظاهری» که در یافته‌ها به عنوان یکی از اصلی‌ترین محرک‌ها شناسایی شد، در مقیاس شهری به یک آشفتگی بصری تمام‌عیار تبدیل می‌شود. هر ساختمان تلاش می‌کند تا با اغراق در تزئینات، مقیاس و جلب توجه، ساختمان‌های مجاور را تحت‌الشعاع قرار دهد. نتیجه این «معماری خودخواه»^{۱۵}، نه یک کل هماهنگ، بلکه مجموعه‌ای از تک‌بناهای بی‌ارتباط با یکدیگر است که در یک رقابت بصری مخرب، منظر شهری را دچار اغتشاش و ناهماهنگی می‌کنند. این نتیجه، نشان‌دهنده غلبه کامل منطق فردی بر منافع جمعی در حوزه سیمای شهری است.

- **گسست از حافظه تاریخی و فرهنگی:** معماری همواره یکی از

جدول ۱۷. تحلیل تطبیقی ارزش‌های معماری و پیامدهای اجتماعی آن.

مؤلفه	پارادایم معماری زمینه‌گرای ایرانی ▼	پارادایم معماری نمای رومی معاصر ▼	نتیجه و پیامد اجتماعی ▼
رابطه با فضای عمومی	- رد شده/بی‌ربط (ضمنی): ۶۱% - احترام به همسایگی: ۳% - فضای تعاملی (دعوت‌کننده): ۵% - مقیاس انسانی: ۸% - هماهنگی با زمینه: ۲۳%	- زیبایی‌شناسی غالب (ضمنی): ۱۹% - ارتعاب‌آور (طردکننده): ۱۶% - تمایزجویی افراطی: ۱۳% - دیوار نمادین (جداسازی): ۲% - رقابت بصری (خودنمایی): ۳۳% - معماری خودخواه (مونولوگ): ۶% - مقیاس ابرانسانی: ۱۱%	(ضمنی) آشفته‌گی بصری: ۳% (۲) (ضمنی) ارتعاب بصری شهر: ۲۹% (۱۸) (ضمنی) تضعیف همبستگی: ۵% (۳) (ضمنی) جدایی‌گزینی: ۱۰% (۶) (ضمنی) رقابت اجتماعی: ۲% (۱) (ضمنی) فضای شهری غیرپذیرنده: ۵% (۳) (ضمنی) آشفته‌گی بصری (اغتشاش): ۱۵% (۹) - ایجاد حس بیگانگی/غربت: ۸% (۵) - تضعیف همبستگی محله‌ای: ۵% (۳) - جدایی‌گزینی اجتماعی: ۶% (۴) - خطر سقوط سنگ: ۵% (۳) - رقابت اجتماعی (چشم‌وهم‌چشمی): ۵% (۳) - شهر چهارنگه (گسستگی): ۲% (۱) - گسست از بستر طبیعی: ۲% (۱)
رابطه درون و بیرون	- رد شده/بی‌ربط (ضمنی): ۷۱% - آرامش درونی: ۲% - اولویت کیفیت فضای داخلی: ۱۱% - خانه به مثابه پناهگاه: ۳% - درون‌گرایی (حفظ محریمیت): ۳% - معماری صادق (شفافیت): ۱۰%	- نمایش کیفیت (ضمنی): ۶% (۴) - اولویت نما بر نقشه: ۵% (۳) - بیرون‌گرایی افراطی: ۲% (۱) - معماری بیلوردی (بیرون برای مردم): ۲% (۱) - معماری خودخواه (مونولوگ): ۲% (۱) - معماری دروغین: ۶% (۴) - نمایش بیرونی (نما): ۴۵% (۲۸) - ویرین شهری (نمایشگری): ۱۰% (۶) - پوسته تزئینی (دکور): ۲۳% (۱۴)	- بحران فرهنگی (ضمنی): ۲% (۱) - تأثیر اجتماعی (ضمنی): ۲۱% (۱۳) - زندگی ویرینی (ضمنی): ۱۳% (۸) - غلبه سطح بر عمق (ضمنی): ۱۰% (۶) - فریبندگی ظاهر (ضمنی): ۱۰% (۶) - هویت‌سازی فردی (ضمنی): ۶% (۴) - کالایی‌شدن (ضمنی): ۲% (۱) - زندگی ویرینی (نمایشگری): ۶% (۴) - غلبه سطح بر عمق: ۱۸% (۱۱) - فقدان کیفیت فضایی: ۲% (۱) - معماری دروغین: ۶% (۴) - هویت‌سازی فردی/موفقیت: ۳% (۲) - کالایی‌شدن حریم خصوصی: ۲% (۱)
مصالح	- رد شده/بی‌ربط (ضمنی): ۶۹% (۴۳) - سیک‌سازی (ایمنی): ۶% (۴) - ومی (آجر، خاک، چوب): ۲% (۱) - مصالح بومی (آجر، خاک، چوب): ۱۸% (۱۱) - معماری پایدار: ۳% (۲) - هزینه نگهداری کم: ۲% (۱)	- ادراک از دوام (ضمنی): ۱۱% - نمادین بودن (ضمنی): ۱۰% - بدون توجه به اقلیم: ۲% - سنگین و پرهزینه: ۱۸% (سنگ) مصالح لوکس: ۲% - مصالح لوکس (سنگ): ۳۴% - معماری ناپایدار (اتلاف منابع): ۲% - مقیاس ابرانسانی: ۲% - وارداتی (بیگانه با بستر): ۲۱%	- افزایش ارزش ملک (ضمنی): ۶۳% (۳۹) - هزینه‌های پنهان (ضمنی): ۲% (۱) - گسست از بستر (ضمنی): ۲۱% (۱۳) - افزایش بار مرده (خطر ایمنی): ۵% (۳) - توسعه ناپایدار: ۲% (۱) - هزینه‌های پنهان نگهداری: ۳% (۲) - گسست از بستر طبیعی: ۵% (۳)
ارزش کانونی	معماری زمینه‌گرای ایرانی ▼ - رد شده/بی‌ربط (ضمنی): ۵۲% (۳۲) - ارتعاب کیفیت زندگی: ۸% (۵) - ارزش کاربردی (سکونت): ۶% (۴) - ارزش‌های جمع‌گرایانه: ۳% (۲) - حافظه تاریخی (اصالت): ۱۱% (۷) - معنای فرهنگی (هویت): ۱۹% (۱۲)	نتیجه و پیامد اجتماعی ▼ (چینش رنگ‌های راهنما در نمودار، از راست به چپ است) - منزلت اجتماعی (پرستیز): ۱۱% - نمایش موفقیت (فردگرایی): ۱۰% - هزینه‌های پنهان نگهداری: ۱۸% - تأیید موفقیت (هویت‌سازی): ۲% - معماری به مثابه کالای لوکس: ۳۴% - معنای فرهنگی (هویت): ۲۱%	نتیجه و پیامد اجتماعی ▼ - ارتعاب بصری شهر (ضمنی): ۳% (۲) - فقدان حس مکان (ضمنی): ۲۹% (۱۸) - هزینه‌های پنهان (ضمنی): ۵% (۳) - ارتعاب اجتماعی (ضمنی): ۲% (۱) - تضعیف همبستگی: ۵% (۳) - جدایی‌گزینی: ۱۰% (۶) - فضای شهری غیرپذیرنده: ۵% (۳) - آشفته‌گی بصری (اغتشاش): ۱۵% (۹) - ایجاد حس بیگانگی/غربت: ۸% (۵) - تضعیف همبستگی محله‌ای: ۵% (۳) - جدایی‌گزینی اجتماعی: ۶% (۴) - خطر سقوط سنگ: ۵% (۳) - رقابت اجتماعی (چشم‌وهم‌چشمی): ۵% (۳) - شهر چهارنگه (گسستگی): ۲% (۱) - گسست از بستر طبیعی: ۲% (۱)

نتیجه سوم: پیامدهای اقتصادی؛ چرخه معیوب توسعه ناپایدار

اگرچه یکی از محرک‌های اصلی این نما، منطق اقتصادی است، اما نتایج نشان می‌دهد که این پدیده در بلندمدت، یک چرخه اقتصادی معیوب و ناپایدار را بر شهر تحمیل می‌کند. ارزش حبابی و فرسودگی نمادین: ارزش افزوده بالایی که این نماها در حال حاضر در بازار مسکن ایجاد می‌کنند، یک «ارزش حبابی» است که بیش از آنکه متکی بر کیفیت واقعی معماری (مانند طراحی فضایی، بهره‌وری انرژی، کیفیت ساخت) باشد، بر پایه «مُد» و «ارزش نشانه‌ای» استوار است. مُدها، بنا بر

ماهیت خود، گذرا هستند. با تغییر سلیقه بازار در آینده، این ساختمان‌ها دچار «فرسودگی نمادین»^{۱۷} خواهند شد و ارزش خود را به سرعت از دست خواهند داد. این امر می‌تواند در آینده به بحران در بازار مسکن و افت کیفیت محله‌هایی که امروز لوکس تلقی می‌شوند، منجر شود.

- هزینه‌های پنهان و ناپایداری محیطی: استفاده بی‌رویه از سنگ‌های تزئینی، که نیازمند استخراج گسترده از معادن، حمل‌ونقل پرهزینه و فرآوری انرژی‌بر است، الگویی از توسعه ناپایدار را ترویج می‌کند. علاوه بر این، نگهداری از این نماهای پرجزئیات، پاک‌سازی آنها و تعمیرات احتمالی ناشی از نصب غیراصولی قطعات



این چرخه معیوب نشان می‌دهد که چرا متوقف کردن این روند تا این حد دشوار است (جدول ۱۸). هر ساختمان جدیدی که با این سبک ساخته می‌شود، نه تنها یک مشکل به مشکلات شهر اضافه می‌کند، بلکه به تقویت ریشه‌هایی که خود از آن تغذیه کرده است، کمک می‌کند.

این نتایج در مجموع، تصویری جامع و هشداردهنده از ابعاد و پیامدهای یک پدیده معماری به ظاهر ساده ارائه می‌دهند و بر ضرورت اتخاذ رویکردهای چندبعدی و یکپارچه برای مواجهه با چالش‌های هویتی در شهرهای معاصر ایران تأکید می‌کنند.

جدول ۱۸. مدل مفهومی چرخه معیوب بازتولید ناسازی رومی در مشهد.

مؤلفه مدل	شرح مؤلفه	مثال عینی از پویایی چرخه
۱. ورودی‌ها (نیروهای محرک بنیادین)	مجموعه‌ای از کمبودها و نیازهای فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و نهادی.	جامعه‌ای با بحران هویت که ارزش اجتماعی را با نمایش ثروت معادل می‌داند.
۲. پردازش (فرایند تولید در میدان کنش)	تعاملات و استراتژی‌های بازیگران برای پاسخ به نیازها و کسب سود و منزلت.	سازنده برای سود و کارفرما برای منزلت، بر سر نمای رومی توافق می‌کنند.
۳. خروجی (محصول کالبدی و نمادین)	تجلی فیزیکی و قابل مشاهده فرایند در سیمای شهر.	ساختمان‌هایی با ستون‌ها و تزیینات سنگی کلاسیک در سراسر شهر.
۴. پیامدها (نتایج و تأثیرات)	تأثیرات خروجی بر هویت شهری، ساختار اجتماعی و پایداری.	ایجاد منظر شهری ناهمگون، تشدید فردگرایی و ترویج مصرف‌گرایی.
۵. بازخورد (مکانیسم تقویت‌کننده)	نحوه تأثیرگذاری پیامدها بر تقویت مجدد نیروهای محرک اولیه.	منظر ناهمگون، بحران هویت را تشدید می‌کند و افراد بیشتری برای جبران آن به نمادهای قدرتمندتر (نمای رومی) پناه می‌برند.

بحث

بخش حاضر به بحث و تفسیر نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش می‌پردازد. در این بخش، یافته‌های تحقیق در پرتو مبانی نظری و پیشینه پژوهش، مورد واکاوی عمیق‌تری قرار گرفته و دلالت‌های گسترده‌تر آنها برای فهم معماری و جامعه معاصر ایران تبیین می‌شود. بحث اصلی این است که پدیده ناسازی رومی در مشهد، بیش از آنکه یک مسئله معماری باشد، یک

سنگی، هزینه‌های پنهان گزافی را در طول چرخه عمر ساختمان به مالکان و شهر تحمیل خواهد کرد. این نتیجه نشان می‌دهد که منطق اقتصادی کوتاه‌مدت حاکم بر این پدیده، هزینه‌های بلندمدت زیست‌محیطی و اقتصادی را نادیده می‌گیرد.

نتیجه چهارم: ارائه مدل مفهومی یکپارچه از «چرخه معیوب بازتولید ناسازی رومی»

با تلفیق تمامی یافته‌ها و نتایج، می‌توان یک مدل مفهومی نهایی ارائه داد که پویا این پدیده را به صورت یک چرخه بازخوردی معیوب^{۱۸} تبیین می‌کند. این مدل نشان می‌دهد که چگونه خروجی‌ها و پیامدهای این پدیده، خود به تقویت نیروهای محرک اولیه منجر شده و این چرخه را تداوم می‌بخشند.

شرح مدل:

۱. مرحله ۱ (نیروهای محرک): این چرخه با مجموعه‌ای از نیروهای محرک اولیه آغاز می‌شود: بحران هویت فرهنگی، نیاز به منزلت اجتماعی در طبقات نوظهور، منطق سودمحور بازار مسکن و خلأ نظارتی مدیریت شهری.

۲. مرحله ۲ (فرایند تولید): این نیروها در «میدان تولید معماری»، منجر به ائتلاف میان تقاضای کارفرما و عرضه سازنده می‌شوند که با تسلیم حرفه‌ای معماران و انفعال نهادهای ناظر تسهیل می‌گردد.

۳. مرحله ۳ (خروجی کالبدی): خروجی این فرایند، تولید انبوه ساختمان‌ها با نمای رومی در سطح شهر است.

۴. مرحله ۴ (پیامدها و بازخورد): این خروجی، پیامدهایی را به دنبال دارد که مستقیماً به تقویت محرک‌های اولیه بازمی‌گردند: - گسست هویت شهری و آشفتگی بصری (پیامد) - این امر بحران هویت فرهنگی (محرک) را عمیق‌تر کرده و نیاز به نمادهای «قدرتمند» جایگزین را تشدید می‌کند.

- تثبیت نما به عنوان نماد لوکس بودن (پیامد) - این امر منطق سودمحور بازار (محرک) را تقویت می‌کند، زیرا سازندگان بیشتری برای کسب سود به این فرمول روی می‌آورند.

- عادی‌سازی و مقبولیت عمومی (پیامد) - این امر نیاز به منزلت اجتماعی (محرک) را تحریک می‌کند، زیرا افراد بیشتری برای همگام شدن با مد، این سبک را طلب می‌کنند.

- گسترش فراگیر و تبدیل شدن به واقعیت موجود (پیامد) - این امر خلأ نظارتی (محرک) را توجیه‌پذیرتر می‌کند، زیرا مدیران شهری مقابله با یک پدیده فراگیر را دشوارتر و پرهزینه‌تر می‌بینند.

میدان در اقلیت قرار دارند و فاقد قدرت لازم برای تحمیل قواعد بازی هستند. در مقابل، معماران بازاری و طراحان تجربی، با پذیرش قواعد بازی تحمیل شده از سوی قطب اقتصادی، به کارگزاران بازتولید این سبک تبدیل شده و از این طریق، برای خود سرمایه اقتصادی و جایگاه حرفه‌ای (هرچند نامشروع از دیدگاه نخبگان) کسب می‌کنند.

۲. ابتذال، وانموده و سیاست‌های هویت شهری

با قراردادن نتایج در چارچوب نظریه‌های مصرف و مطالعات فرهنگی، می‌توان به درک عمیق‌تری از پیامدهای فرهنگی این پدیده دست یافت (جدول ۱۹). نمای رومی رایج در مشهد، تمام ویژگی‌های «هنر مبتذل»^{۲۰} را داراست. کیتچ، به تعبیر کلمنت گرینبرگ، محصولی فرهنگی است که از فرمول‌ها و کلیشه‌های هنر والا تقلید می‌کند تا یک تجربه احساسی کاذب و آماده را برای توده‌ها فراهم آورد. این نماها با تقلید سطحی و کاریکاتورگونه از عنصرهای معماری کلاسیک، بدون درک زمینه تاریخی و فلسفی آن، دقیقاً چنین کارکردی دارند. آنها «شبه‌هنر» هستند که «شبه‌احساس» شکوه و اصالت را تولید می‌کنند و مصرف‌کننده را از تلاش برای درک هنر واقعی بی‌نیاز می‌سازند.

جدول ۱۹. تطبیق نتایج کلیدی پژوهش با چارچوب‌های نظری.

نتیجه کلیدی پژوهش	چارچوب نظری مرتبط	دلالت و تفسیر نتیجه در چارچوب نظری
نما به عنوان ابزار کسب منزلت و تمایز طبقاتی	نظریه کنش بورديو (سرمایه نمادین)، مصرف تظاهری (وبلن)	نمای رومی ابزاری کارآمد برای تبدیل عریان سرمایه اقتصادی به سرمایه نمادین است و مصداق بارز مصرف تظاهری برای نمایش قدرت طبقات نوظهور می‌باشد.
گسست هویت شهری و غلبه سبک بیگانه	نظریه وانموده (بودریار)، مفهوم هنر مبتذل	این پدیده نشان‌دهنده غلبه وانموده‌ها و فرهنگ مبتذل بر هویت اصیل شهری است که در آن، کپی‌های بی‌ریشه جایگزین معنای تاریخی شده‌اند.
انفعال نهادهای نظارتی و غلبه منطق بازار	اقتصاد سیاسی شهری (دیوید هاروی)، تولید فضا (لوفور)	مدیریت شهری، با اولویت دادن به درآمدهای اقتصادی، عملاً فضا را به منطق سرمایه واگذار کرده و در تولید یک «فضای انتزاعی» و کالایی‌شده مشارکت می‌کند.
شکاف میان نخبگان حرفه‌ای و سلیقه عمومی	نظریه میدان (بورديو)، بحران مرجعیت	نشان‌دهنده ضعف «سرمایه فرهنگی» نخبگان معماری در برابر ائتلاف «سرمایه اقتصادی» سازندگان و «عادت‌واره» توده مصرف‌کنندگان در میدان معماری است.

عارضه فرهنگی-اجتماعی است که می‌توان آن را آینده‌ای تمام‌نما از تناقض‌ها، آرزوها و بحران‌های یک جامعه در حال گذار دانست. این بحث در سه محور اصلی سازمان‌دهی شده است: نما به مثابه میدان نبرد نمادین، پیامدهای این پدیده در چارچوب نظریه‌های انتقادی شهری، و در نهایت، تأملی بر محدودیت‌های این پژوهش و پیشنهادهایی برای آینده.

۱. نما به مثابه میدان نبرد نمادین: تأیید و بسط نظریه بورديو

نتایج این پژوهش، انطباق شگفت‌انگیزی با مفاهیم محوری نظریه پیر بورديو، به‌ویژه «میدان»، «عادت‌واره» و «سرمایه نمادین» دارد. «میدان تولید معماری» در مشهد، همان‌طور که یافته‌ها نشان داد، یک عرصه نبرد واقعی است که در آن، «سرمایه اقتصادی» سازندگان و کارفرمایان با «سرمایه فرهنگی» معماران دانشگاهی و نخبگان فرهنگی در تقابل قرار گرفته است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در این نبرد، پیروزی قاطع با قطب اقتصادی بوده است. نمای رومی را می‌توان به مثابه «پرچم پیروزی» این قطب در سیمای شهر در نظر گرفت.

این پژوهش، نظریه بورديو را در بستر خاص جامعه ایران، تأیید و در عین حال بسط می‌دهد. در حالی که بورديو در تحلیل جامعه فرانسه بر سازوکارهای پیچیده و ظریف کسب مشروعیت فرهنگی تأکید می‌کند، یافته‌های ما نشان می‌دهد که در یک اقتصاد در حال گذار و جامعه‌ای با نابرابری‌های فزاینده، فرایند تبدیل سرمایه اقتصادی به سرمایه نمادین می‌تواند به شیوه‌ای بسیار مستقیم، عریان و حتی «خام» صورت پذیرد. نمای رومی، یک ابزار بی‌واسطه برای این تبدیل است؛ نیازی به ظرافت^{۱۹} و پیچیدگی‌های «سلیقه مشروع» ندارد. این نما، به زبانی ساده و قابل فهم برای همگان، ثروت را به منزلت ترجمه می‌کند. «عادت‌واره» طبقه‌ای که این نما را برمی‌گزیند، محصول تجربیات زیسته‌ای است که در آن، موفقیت اقتصادی مهم‌ترین معیار ارزش‌گذاری اجتماعی بوده و این موفقیت باید به شکلی آشکار و تظاهری به نمایش گذاشته شود.

علاوه بر این، یافته‌های مربوط به سردرگمی و تسلیم حرفه‌ای معماران نیز به‌خوبی در چارچوب نظریه میدان قابل تحلیل است. معماران منتقد، با سرمایه فرهنگی بالای خود (دانش آکادمیک، آشنایی با نظریه‌های معماری)، در این



شده تا با استفاده از تکنیک‌های اعتبارسنجی، سوگیری‌ها به حداقل برسد، اما نمی‌توان تأثیر پیش‌فرض‌های پژوهشگر را به طور کامل نادیده گرفت. همچنین، داده‌ها متکی بر روایت‌های مشارکت‌کنندگان است که ممکن است با واقعیت‌های ناگفته آنها تفاوت داشته باشد.

با توجه به نتایج و محدودیت‌های این پژوهش، انجام تحقیقات تکمیلی در زمینه‌های زیر پیشنهاد می‌شود:

– **پژوهش‌های تطبیقی:** انجام مطالعه‌ای مشابه در شهرهایی با زمینه‌های فرهنگی متفاوت (مانند اصفهان با هویت تاریخی قوی یا تهران به عنوان پایتخت) می‌تواند به شناسایی عوامل مشترک و اختصاصی مؤثر بر این پدیده کمک کند.

– **پژوهش‌های کمی:** انجام یک پیمایش گسترده برای سنجش نگرش عمومی نسبت به این سبک معماری و ارتباط آن با متغیرهایی چون سطح تحصیلات، درآمد، سن و پایگاه اجتماعی می‌تواند یافته‌های کیفی این پژوهش را تکمیل کند.

– **پژوهش‌های سیاست‌پژوهانه:** تمرکز بر تحلیل حقوقی و اجرایی ضوابط و مقررات سیما و منظر شهری و ارائه پیشنهادها برای عملی برای اصلاح قوانین به گونه‌ای که هم کارآمدی حقوقی داشته باشند و هم از انعطاف‌پذیری لازم برخوردار باشند.

– **پژوهش‌های تاریخی-تحلیلی:** ریشه‌یابی تاریخی «سلیقه» در معماری معاصر ایران و بررسی این که چگونه و از چه زمانی، عنصرهای معماری کلاسیک غربی به نمادی از تجدد و رفاه در ذهنیت ایرانیان تبدیل شده است.

در جمع‌بندی، این پژوهش نشان داد که نماهای رومی روییده بر تن شهر مشهد، بیش از آنکه پاسخگوی نیازی معمارانه باشند، فریاد بلند جامعه‌ای هستند که در غیاب الگوهای هویت‌بخش درونی، به دنبال جبران کمبودها و نمایش آرزوهای خود از طریق نمادهای بیرونی و عاریتی است. هرگونه مداخله برای تغییر این وضعیت، بدون فهم و پاسخ به این نیازهای عمیق اجتماعی و فرهنگی، محکوم به شکست خواهد بود.

از منظر ژان بودریار، این نماها نمونه‌ای کامل از «وانموده»^{۲۱} هستند. آنها کپی‌هایی هستند که دیگر هیچ ارجاعی به اصل ندارند و در یک دنیای «ابرواقعی»^{۲۲}، واقعی‌تر از واقعیت به نظر می‌رسند. برای مالک یک ساختمان در بلوار هاشمیه، معنای «ستون کرتی» نه در تاریخ معماری یونان، بلکه در نظام نشانه‌ای محلی (که آن را با تجمل و ثروت برابر می‌داند) تعریف می‌شود. این گسست از تاریخ و واقعیت، به بحران هویت شهری دامن می‌زند. شهری که منظر آن از وانموده‌ها انباشته شود، به یک شهر «دیزنی‌لندی» تبدیل می‌شود که در آن، هویت نه امری ریشه‌دار و اصیل، بلکه یک دکور و صحنه‌آرایی قابل خرید و فروش است.

این بحث، مستقیماً به «سیاست‌های هویت» در عرصه شهری مرتبط می‌شود. نتایج مربوط به انفعال مدیریت شهری نشان می‌دهد که این پدیده، یک انتخاب سیاسی ناگفته است. شهرداری با عدم مداخله مؤثر، عملاً حق تعریف هویت بصری شهر را به قدرتمندترین نیروی میدان، یعنی سرمایه، واگذار کرده است. این امر تأییدی بر نظریات انتقادی شهری است که معتقدند در نظام برنامه‌ریزی نئولیبرال، شهر از یک «اثر هنری جمعی» به مجموعه‌ای از «پروژه‌های سرمایه‌گذاری خصوصی» تبدیل می‌شود و منافع عمومی، از جمله هویت فرهنگی، در برابر منافع خصوصی رنگ می‌بازد. (جدول ۱۹)

هر پژوهشی با محدودیت‌هایی روبروست که اذعان به آنها برای حفظ دقت علمی ضروری است.

– **محدودیت تعمیم‌پذیری:** این پژوهش یک مطالعه موردی عمیق در شهر مشهد است. اگرچه بسیاری از کلان‌شهرهای ایران با پدیده‌ای مشابه روبرو هستند، اما تعمیم مستقیم نتایج به سایر شهرها باید با احتیاط صورت گیرد، زیرا زمینه فرهنگی و اقتصادی هر شهر ممکن است ویژگی‌های منحصر به فردی داشته باشد.

– **محدودیت روش‌شناختی:** در روش پدیدارشناسی، تحلیل نهایی عمیقاً به تفسیر پژوهشگر وابسته است. اگرچه تلاش

پی‌نوشت‌ها

۱. در این پژوهش، اصطلاح «سبک رومی» نه به معنای کلاسیک و تاریخ‌مند سبک در نظریه‌های تاریخ معماری، بلکه به عنوان یک برساخت گفتمانی و ادراکی رایج در میدان معماری معاصر ایران به کار رفته است. این اصطلاح بازتاب‌دهنده زبان مسلط کنشگران و شیوه نام‌گذاری پدیده‌ای است که در تجربه زیسته معماران، سازندگان و شهروندان معنا می‌یابد. از این رو، کاربرد واژه «سبک» در این مقاله واجد کارکرد تحلیلی-تفسیری است و ناظر بر منطق نمادین و اجتماعی تولید معنا در فضا، نه طبقه‌بندی صوری سبک‌شناختی در تاریخ معماری. در سطح فلسفه معماری، تمایز میان سبک، روال، الگو و مدل‌های مفهومی اندیشه امری پذیرفته‌شده است؛ با این حال، در پژوهش‌های کیفی تفسیری، اولویت با مفاهیمی است که در زبان و تجربه کنشگران اجتماعی رواج دارد. این رویکرد امکان فهم دقیق‌تر منطق معناپردازی و مصرف نمادین فرم‌های معماری را فراهم می‌سازد.

2. Historicism and Eclecticism
3. Interpretive-Constructivism
4. Verstehen

۵. تحقیقات کیفی برای کاوش در عمق پدیده‌هایی که به درک پیچیدگی‌های انسانی و بافت اجتماعی نیاز دارند، مناسب‌ترین گزینه محسوب می‌شوند. در حالی که روش‌های کمی به دنبال اندازه‌گیری متغیرها و آزمون فرضیه‌ها هستند، روش‌های کیفی به دنبال کشف الگوها، مضامین و روایت‌ها از دل داده‌های غنی و متنی (مانند مصاحبه‌ها و مشاهدات) هستند.

۶. رویکرد کیفی این امکان را فراهم می‌آورد تا صدای بازیگران مختلف شنیده شود و داستان‌ها و تجربیات زیسته آنها در مرکز تحلیل قرار گیرد. این امر به‌ویژه در مطالعه پدیده‌ای مانند انتخاب سبک معماری که عمیقاً با هویت، سلیقه و جایگاه اجتماعی افراد گره خورده است، از اهمیتی حیاتی برخوردار است.

۷. اگرچه روش پدیدارشناسی تفسیری (IPA) عموماً با نمونه‌های کوچک و همگن شناخته می‌شود، اما در پژوهش حاضر، ماهیت پدیده مورد مطالعه—یعنی گرایش به نماسازی رومی به عنوان یک پدیده شهری چندکشگری—ایجاب کرده است که تجربه زیسته گروه‌های مختلف درگیر در تولید، مدیریت و مصرف این پدیده به‌صورت هم‌زمان مورد واکاوی قرار گیرد. از این رو، افزایش تعداد مشارکت‌کنندگان نه با هدف تعمیم آماری، بلکه برای دستیابی به اشباع تفسیری در سطح هر گروه و امکان تحلیل مقایسه‌ای میان روایت‌های معماران، سازندگان، مالکان، مدیران شهری و شهروندان انجام شده است. تحلیل داده‌ها در تمامی مراحل، منطبق با منطق ایدئوگرافیک IPA و با تمرکز بر حفظ عمق تفسیری هر روایت صورت پذیرفته است. نکته کلیدی آن است که تحلیل داده‌ها در این پژوهش نه به‌صورت تجمیعی و کمی، بلکه به‌شکل ایدئوگرافیک درون‌گروهی و سپس تفسیری بین‌گروهی انجام شده است؛ بدین معنا که منطق IPA در سطح تحلیل حفظ شده و «کثرت مشارکت‌کنندگان» به «سطحی‌شدن تحلیل» منجر نشده است. این رویکرد، به‌ویژه در مطالعات شهری، امکان فهم چندلایه از پدیده و پرهیز از تقلیل آن به روایت یک گروه خاص را فراهم می‌کند و از نظر عمق تفسیری، بر مطالعات IPA تک‌گروهی ارجحیت دارد.

۸. در این پژوهش، برای گردآوری تجربه‌های زیسته شهروندان از گروه کانونی استفاده شده است. این انتخاب به‌منزله جایگزینی منطق پدیدارشناختی IPA با رویکردی جمع‌گرایانه نبوده، بلکه گروه کانونی به عنوان بستری تسهیل‌گر برای برانگیختن و غنی‌سازی روایت‌های فردی به کار گرفته شده است. تحلیل داده‌ها به‌صورت فردمحور و ایدئوگرافیک انجام شده و هر مشارکت‌کننده به عنوان واحد مستقل تجربه زیسته مورد تفسیر قرار گرفته است. بدین ترتیب، منطق تفسیری IPA در سطح تحلیل حفظ شده و گروه کانونی صرفاً نقش زمینه تولید داده را ایفا کرده است. مطالعات روش‌شناختی نشان می‌دهند که در IPA، شکل گردآوری داده‌ها می‌تواند متنوع باشد، مشروط بر آنکه تحلیل داده‌ها بر تجربه فردی متمرکز باقی بماند. در پژوهش‌های شهری و محیطی، گروه کانونی می‌تواند با فعال‌سازی حافظه جمعی و تعامل فضایی، به تعمیق روایت‌های فردی کمک کند، بدون آنکه به تولید معنای توافقی یا تحلیل گفتمانی منجر شود.

9. Superordinate Themes

۱۰. در پژوهش‌های مبتنی بر پارادایم تفسیری-ساخت‌گرایانه، تقدم روش بر نظریه امری پذیرفته شده است، زیرا نظریه در این مطالعات اغلب در تعامل با داده‌ها و در مرحله تفسیر نهایی صورت‌بندی می‌شود، نه به عنوان چارچوبی تحمیلی در مرحله طراحی پژوهش. این رویکرد به‌ویژه در مطالعات معماری و شهرسازی با تمرکز بر معنا، هویت و تجربه زیسته، موجب افزایش غنای تحلیلی و انسجام هرمنوتیکی یافته‌ها می‌شود.

11. Conspicuous Consumption
12. Conspicuous Waste
13. Conspicuous Leisure

14. Simulacra
15. Egotistical Architecture
16. Social Segregation

17. Symbolic Obsolescence
18. Vicious Cycle
19. subtlety

۲۰. «کیتچ» (Kitsch)

21. Simulacrum

22. Hyperreal

فهرست منابع

- Aguzzoli, R., & et. al. (2024). Paradigms in Qualitative IB Research: Trends, Analysis and Recommendations. *Management International Review*, 64, 165–198. doi:10.1007/s11575-024-00529-5
- Ait Oukhame, E. M. (2021). 'Globalizing the Local, Localizing the Global': Writing Space in the persian Gulf Region. *Architecture MPS*, 19(1). doi:10.14324/111.444.amps.2021v19i1.005
- Akram, S. (2023). *Bourdieu, Habitus and Field*. Cham: Palgrave Macmillan. doi:10.1007/978-3-031-41846-4
- Amirsardari, Y., & et. al. (2020). The Social Meaning of Façade of Residential Towers: A Semiotics Discourse Analysis of High-rise Residential Buildings in Tehran. *Journal of Architecture and Urban Planning*, 12(27), 5–25. doi:10.30480/aup.2020.796 [In Persian]
- Askarizad, R., & Jafari, B. (2019). The Influence of Neo-Classical Facades on Urban Textures of Iran. *Journal of History Culture and Art Research*, 8(2), 2147-0626. doi:10.7596/taksad.v8i2.1925
- Asteria. (2024, Jan 3). *Society: Bourdieu's Lens on Cultural Capital, Habitus, and Practice*. Retrieved from Medium: <https://medium.com/@asteria1881/society-bourdieu-s-lens-on-cultural-capital-habitus-and-practice-8b773e60895a>
- Azizi, M., & et. al. (2024). Investigating the Quality Improvement of Architecture in term of the Use of Structure and Function in Traditional Architecture with the Approach of Investigation in the Religious Building of Mashhad. *International Journal of Applied Arts Studies (IJAPAS)*, 9(4), 7-24.
- Bani-Masoud, A. (2020). *Contemporary Architecture in Iran: from 1925 to the present*. Independently published.
- Bashian, F., & et. al. (2024). Identifying the physical form of Mashhad based on the analysis of economic trends During 1986-2021. *Creative City Design*, 6(4).
- Bennett, T., & al., e. (Eds.). (2020). *Fields, Capitals, Habitus*. London: Routledge.



- Bordallo, A. (2024, JULY 1). *Simulacra and simulation*. Jean Baudrillard. Retrieved from ICNS: https://www.icns.es/en/news/simulacrum_simulation_simulacra_simulation_jean_baudrillard
- Burger, M., & et. al. (2023). A diarized journey: an interpretative phenomenological analysis of the older person's lived experience of a hip or knee replacement within a fast-track programme. *BMC Geriatrics*, 23, 592. doi:10.1186/s12877-023-04276-4
- Cena, E., & et. al. (2024). Quality Criteria: General and Specific Guidelines for Qualitative Approaches in Psychology Research. A Concise Guide for Novice Researchers and Reviewers. *International Journal of Qualitative Methods*, 23. doi:10.1177/16094069241282843
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2024). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (Fifth ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Dadashpoor, H., & Vahidbafandeh, M. (2024). Application of the Critical Paradigm in Explaining the Rejection of the Poor From the Central City to the Peripheral Areas in Iran's Metropolises; Case Example: Mashhad Metropolis and Surrounding Areas. *Journal of Fine Arts: Architecture & Urban Planning*, 29(1), 25-44. doi:10.22059/jfaup.2024.377692.672980 [In Persian]
- Daneshvar Salehi, R. (2019). *A Study on the Architectural Features of Houses Constructed from XVIII to XIX Century in the City of Mashad*. Roma, Italy: PhD Thesis, DEPARTMENT OF HISTORY REPRESENTATION AND CONSERVATION OF ARCHITECTURE - PIAZZA BORGHESE.
- Davis, E. (2021). Continuous "Conspicuous Consumption"? *New Errands: The Undergraduate Journal of American Studies*, 8(1-2). doi:10.59236/ne81-263360
- De Jong, M., & al., e. (2019). City Branding, Sustainable Urban Development and the Rentier State. How Do Qatar, Abu Dhabi and Dubai Present Themselves in the Age of Post Oil and Global Warming? *Energies*, 12(9), 1657. doi:10.3390/en12091657
- Endriwcela. (2021, Jan 21). *THE PRODUCTION OF SPACE by HENRI LEFEBVRE*. Retrieved from Medium: <https://endriwcela.medium.com/the-production-of-space-by-henri-lefebvre-7fb5bed282ca>
- Fuchs, C. (2019). Henri Lefebvre's Theory of the Production of Space and the Critical Theory of Communication. *Communication Theory*, 29(2), 129–150. doi:10.1093/ct/qty025
- Fuentes Pardo, J. M. (2023). Challenges and Current Research Trends for Vernacular Architecture in a Global World: A Literature Review. *Buildings*, 13(1), 162. doi:10.3390/buildings13010162
- Gharipour, M. (2016). *The Historiography of Persian Architecture*. New York: Routledge.
- Guermaz, I. (2014). *An Archeology of Postmodern Architecture: A Reading of Charles Jencks' work*. Washington: University of Washington.
- Handayani, L. (2025). Interpretative Phenomenological Analysis of University Students' Experiences of National Identity among Indonesian University Students in the Digital Age: An IPA Approach. *Journal of Educational Innovation and Research*, 1(5).
- Kashani Hamedani, M. (2022). A Review of Experience "Trimming Out, Renovation and Rearrangement of Urban Facades Projects" (Case Study: Alam-ol-Hoda and Askariyeh Streets, Isfahan). *Journal of Urban Studies on Space and Place*, 6(23), 69-92. doi:10.22034/jspr.2022.702052 [In Persian]
- Kasravi, R. (2024). An Analysis of Contemporary Iranian Architectural and Urban Planning Trends' Interpretations of Disorders in Tehran's Urban Appearance from an Epistemological Perspective. *The Monthly Scientific Journal of Bagh-e Nazar*, 21(139), 75-86. doi:10.22034/bagh.2024.475093.5669 [In Persian]
- Kellner, D. (2025, Spring). *Jean Baudrillard*. Retrieved from The Stanford Encyclopedia of Philosophy : <https://plato.stanford.edu/archives/spr2025/entries/ baudrillard/>
- Kesic, I. (2025, February 9). #IR46: How Iran industrialized and modernized construction sector with domestic expertise. Retrieved from PressTV: <https://www.presstv.co.uk/Detail/2025/02/09/742495/return-to-glorious-old-paths-of-Iranian-construction>
- Khatami, S., & Boujari, P. (2022). Analyzing the heritage of Tehran's urban façades in the recent century. *City, Territory and Architecture*, 9, 19. doi:10.1186/s40410-022-00166-1
- Mansouri, H., & et. al. (2023). Prioritization The Elements and Components of The Facade Structure Based on Its Impact on The Audience's Visual Perception. *Creative City Design*, 6(2), 1-14.
- Mansouri, S. (2024). Façade Committee: The Deviation of Taste is a Long-Standing Demand. *Manzar*, 16(66), 3-3 . doi:10.22034/manzar.2024.192654 [In Persian]



- Master Sociology. (2025, 11 01). *Pierre Bourdieu*. Retrieved from Master Sociology: <https://mastersociology.com/pierre-bourdieu/topicwise-notes-ugc-net-sociology/>
- McKay, G. (2015, November 10). *Architecture Misfit #19: Illarion Ivanov-Schitz*. Retrieved from misfits' architecture: <https://misfitsarchitecture.com/2015/11/10/architecture-misfit-19-illarion-ivanov-schitz/>
- Medvetz, T., & Sallaz, J. J. (Eds.). (2018). *The Oxford Handbook of Pierre Bourdieu*. Oxford : Oxford Academic.
- Merwood-Salisbury, J. (2025). Conspicuous Consumption in the Prairie House: A Veblenian Reading of Frank Lloyd Wright's Highbacked Dining Chair. *Journal of Design History*, 38(1), 1–19. doi:10.1093/jdh/epae034
- Mirshojaeian Hosseini, I., & et. al. (2020). Enhancing the façade efficiency of contemporary houses of Mashhad, using the lessons from traditional buildings. *International Journal of Energy and Environmental Engineering*, 11, 417–429. doi:10.1007/s40095-020-00338-0
- Moghaddam Ziabari, S. A., & al., e. (2023). Explaining the role of cultural and social factors in the formation of the dominant architectural style of the facade of contemporary residential apartments in Sari city. *Journal of Urban Management and Energy Sustainability (JUMES)*, 4(4), 97-109. doi:10.22034/JUMES.2024.2018561.1189 [In Persian]
- Motta, V., & Larkin, M. (2023). Absence of other and disruption of self: an interpretative phenomenological analysis of the meaning of loneliness in the context of life in a religious community. *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, 22, 55–80. doi:10.1007/s11097-022-09832-8
- Nair, D. (2024). Using Bourdieu's Habitus in International Relations. *International Studies Quarterly*, 68(2), sqae007. doi:10.1093/isq/sqae007
- Nejad-Ebrahimi, A., & Novinpour, M. (2024). Facade and Ornamentation in Contemporary Urban Buildings with a Focus on Residential Use in Tabriz. *Abadi-Scientific Journal of Urbanism and Architecture*, 29(91), 81-96 [In Persian].
- Ostadi , M., MohammadNiaye Qaraei, F., & Motamedi Nezhad, M. (2023). Façade Committee, Challenges, and Achievements; Assessment of Mashhad Façade Committee Performance. *Armanshahr Architecture & Urban Development*, 16(43), 105-116. doi:10.22034/aud.2023.334579.2646 [In Persian]
- Phillips, R. J. (2025, Nov 11). *conspicuous consumption*. Retrieved from Britannica Money: <https://www.britannica.com/money/conspicuous-consumption>
- PHILO-notes. (2023, June 24). *The Philosophy of Pierre Bourdieu: Social Theory, Habitus, and Cultural Capital*. Retrieved from PHILO-notes: <https://philonotes.com/2023/06/the-philosophy-of-pierre-bourdieu-social-theory-habitus-and-cultural-capital>
- Poursaeid, N., & et. al. (2025). Strategic Analysis of Urban Development Plans in the Metropolis of Mashhad in Order to Improve Urban Development Management by the SWOT Method. *The International Journal of Multiphysics*, 19(1), 325 - 338.
- Rahman, M. M. (2023). Navigating the landscape of research paradigms: An overview and critique. *International Journal of Educational Studies*, 6(1), 1–18. doi:10.53935/2641533x.v6i1.252
- Rahnama, M. R. (2011). RECONSTRUCTION OF IRANIAN CITY CENTERS AFTER THE ISLAMIC REVOLUTION (1979–2005): CASE STUDY OF MASHHAD. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 6(2), 166 - 180. doi:10.2495/SDP-V6-N2-166-180
- Robinson, C., & Williams, H. (2024). Interpretative Phenomenological Analysis: Learnings from Employing IPA as a Qualitative Methodology in Educational Research. *The Qualitative Report*, 29(4), 939-952. doi:10.46743/2160-3715/2024.6487
- Rong, W., & Bahaaddin, A. (2023). A Bibliometric Review of the Development and Challenges of Vernacular Architecture within the Urbanisation Context. *Buildings*, 13(8), 2043. doi:10.3390/buildings13082043
- Ruegg, F. (2016). The New Rich in Their “Palaces”: An Aspect of Urban Transformation in the Former Socialist Countries. *Diogenes*, 63(3-4), 80-90. doi:10.1177/03921921211065547
- Schirone, M. (2023). Field, capital, and habitus: The impact of Pierre Bourdieu on bibliometrics. *Quantitative Science Studies*, 4(1), 186–208. doi:10.1162/qss_a_00232
- Schmid, C. (2022). *Henri Lefebvre and the Theory of the Production of Space*. New York: Penguin Random House.
- Shaki Baher, A., & Nejad Ebrahimi, A. (2024). A Study to Identify and Apply Facade Elements in Iranian Architecture. *Rahpooye Memari-o Shahrsazi*, 3(3), 55-68. doi:10.22034/rau.2025.2050732.1128 [In Persian]
- sharifi, M., & shidane morid, M. a. (2020). A Comparative Study of the Contrast of Tradition and Modernity in Contemporary Iranian Architecture Turning To the Qajar and Pahlavi Periods. *Journal of Architecture and Construction*,



- 3(2). doi:10.22259/2637-5796.0302001
- Sharlamanov, K., & et. al. (2024). Social inequalities as a context for the formation of habitus. *Discover Global Society*, 2, 97. doi:10.1007/s44282-024-00125-w
- Shirazi, M. R. (2018). *Contemporary Architecture and Urbanism in Iran*. Cham: Springer. doi:10.1007/978-3-319-72185-9
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2021). *Interpretative Phenomenological Analysis*. NewYork: SAGE Publications Ltd.
- Stanek, E. (2020, May 21). *Architecture in Global Socialism: Eastern Europe, West Africa, and the Middle East in the Cold War*. Retrieved from ArchDaily: <https://www.archdaily.com/940132/architecture-in-global-socialism-eastern-europe-west-africa-and-the-middle-east-in-the-cold-war>
- Swift, A. (2022). Being Creative with Resources in Qualitative Research. In U. Flick (Ed.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research Design* (pp. 290-306). NewYork: SAGE Publications Ltd. doi:10.4135/9781529770278.n19
- Talaei, M., Afifi, V., & Fahimifar, A. (2022). Ornamentation of Urban Façade as Iran's Valuable Cultural Heritage (Case Study: Paein Khiaban-Mashhad). *The International Journal of Humanities*, 29(2), 1-23. doi:10.52547/eijh.29.2.1
- Veblen, T. (2022). *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions, Conspicuous Consumption, Fashion and Traditions*. Hungerford, Berkshire, England: Legare Street Press.
- Verma, V. (2025, July 14). *The Architecture of Desire: Why Fashion Brands Are Building the World You Live In*. Retrieved from Fashion & Law Journal: <https://fashionlawjournal.com/the-architecture-of-desire/>
- Yadollahi, S. (2020). Reflections on the past and future of urban conservation in Iran. *Built Heritage*, 4, 19. doi:10.1186/s43238-020-00019-1
- Yunpeng, M., & Smolik, A. I. (2025). Jean Baudrillard's interpretation of the essence of fashion culture in the consumer society. *Journal of Sociology and Ethnology*, 7(2), 82-86. doi:10.23977/jsoc.2025.070212
- Zaeimdar, M., & et. al. (2019). Investigation of the relation between visual pollution and citizenry health in the city of Tehran (case study: municipality districts No.1 & 12 of Tehran). *Anthropogenic Pollution*, 3(1).
- Ziyadeh, M. (2017). Revitalization of Cultural and Aesthetical Assets of Iranian Traditional Bazaar. *ICONARP International Journal of Architecture and Planning*, 5(2), 234–251. doi:10.15320/ICONARP.2017.34

شهر هوشمند تاب‌آور: مروری بر نقش و ظرفیت‌های شهر هوشمند در ارتقاء تاب‌آوری شهری^۱

محمدحسین پورحسین‌زاده^۲، احمد شاه‌یوندی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴-۰۴-۰۶، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵-۰۳-۰۹

DOI: 10.22034/rau.2026.2064253.1218

چکیده

آسیب‌پذیری شهرها به عنوان مراکز اصلی تمرکز جمعیت در برابر تهدیدهای طبیعی و انسان‌ساخت، همراه با پیچیدگی و عدم قطعیت این تهدیدات، ضرورت و اهمیت شناسایی راه‌حل‌ها و استراتژی‌های هوشمندانه مقابله با بحران‌ها و بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و ابتکارات شهر هوشمند در راستای ارتقاء و بهبود تاب‌آوری شهری را دوچندان کرده است. در این راستا، پژوهش حاضر به دنبال بررسی نقش و ظرفیت‌های شهر هوشمند در ارتقاء و بهبود تاب‌آوری شهری از طریق مرور ادبیات پیشین انجام شده در این حوزه، می‌باشد. پژوهش حاضر بر اساس هدف از نوع کاربردی و به لحاظ رویکرد پژوهش، کیفی و از نظر روش، مروری و توصیفی-تحلیلی است. داده‌های پژوهش از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و کاربرست تکنیک پریزما گردآوری شده‌اند و با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، تجزیه و تحلیل شده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، شهر هوشمند با بهره‌گیری از زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)، سرمایه‌های انسانی و اجتماعی توانمند و سازوکارهای نهادی-مدیریتی کارآمد، نقش بسزایی در ارتقاء و بهبود تاب‌آوری شهری در مواجهه با انواع بحران‌ها ایفا می‌کند. ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های شهر هوشمند در این زمینه‌ها، امکان افزایش انعطاف‌پذیری، ظرفیت جذب، قابلیت بازیابی، آمادگی و پاسخ‌گویی شهرها در برابر بحران‌ها و مخاطرات را فراهم می‌آورد. همچنین نتایج حاکی از اینست تلفیق ویژگی‌ها و ظرفیت‌های دو رویکرد شهر هوشمند و تاب‌آوری شهری و تدوین مدل‌ها و چارچوب‌هایی در این زمینه که در مطالعات پیشین تحت عنوان «شهر هوشمند تاب‌آور» معرفی شده است، می‌تواند زمینه‌ساز توسعه شهری هوشمند، تاب‌آور و پایدار در مواجهه با آینده‌ای پیچیده و پرریسک باشد.

کلیدواژه‌ها: شهر هوشمند، تاب‌آوری شهری، مدیریت بحران، فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)

۱. مقاله حاضر برگرفته از رساله دکتری نگارنده اول با عنوان «ارائه چارچوبی برای تحقق‌پذیری شهر هوشمند تاب‌آور در کلانشهرها با تأکید بر مخاطرات طبیعی سیل و زلزله (مورد مطالعاتی: کلانشهر شیراز)» می‌باشد، که با راهنمایی نگارنده دوم در دانشگاه هنر اصفهان در حال انجام است.

۲. پژوهشگر دکتری شهرسازی، گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول).

Email: pourhassanzadeh@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4604-743X

۳. دانشیار گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران.

Email: a.shahivandi@au.ac.ir

ORCID: 0000-0002-3901-3541



۱. مقدمه

امروزه تجربه بحران‌های به وقوع پیوسته و آسیب‌های تحمیلی که در ادامه آنها حاصل شده است، بشریت را متوجه نیاز به تاب‌آور ساختن و تاب‌آوری نواحی سکونتگاهی کرده است، به طوری که در حال حاضر دیدگاه غالب از تمرکز بر روی صرفاً کاهش آسیب‌پذیری به افزایش تاب‌آوری در مقابل سوانح تغییر پیدا کرده است (آقایاری و همکاران، ۱۴۰۳: ۷۸). تاب‌آوری به عنوان یک رویکرد یا خانواده رویکردها تفسیر می‌شود که قادر به مقابله با سطوح بالای عدم قطعیت موجود در چالش‌های پیچیده شهری است (2: Wardekker et al., 2020). تاب‌آوری شهری، ظرفیت‌های سیستم‌ها را برای آمادگی، سازگاری، جذب و بازیابی از اختلالات ارزیابی می‌کند (Chen et al., 2025). شهرها باید سعی کنند از شوک‌ها اجتناب کنند و ریسک‌ها را استنتاج کنند حتی اگر این شوک‌ها اغلب غیرقابل پیش‌بینی باشند. هدف، حفظ کارکردهای شهری در حالت اولیه خود و یا قابل ترمیم شدن در یک زمان کوتاه است. این نشان می‌دهد که یک شهر چقدر تاب‌آور است و چقدر سریع می‌تواند به تغییرات واکنش نشان دهد (SZÉP et al., 2021). اگرچه مفهوم تاب‌آوری شهری اغلب با سازگاری و احیای پدیده‌های طبیعی و محیطی مرتبط است، با این حال، این مفهوم با ایده ایجاد محیط‌های شهری هوشمند نیز همپوشانی دارد؛ زیرا هدف اصلی شهرهای هوشمند حل مشکلات شهری به شیوه‌ای سریع، انعطاف‌پذیر و شفاف می‌باشد. شهرهای هوشمند از زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) برای بهبود مدیریت شهری استفاده می‌کنند؛ با بهره‌گیری از رویکردهای هوشمندانه مبتنی بر جمع‌آوری و تحلیل داده‌های شهری، اطلاعات و دانش بیشتری حاصل شده و الگوها و روابط پنهان میان پدیده‌های شهری شناسایی می‌شوند و در نهایت این امر به پیش‌بینی، پیش‌گیری و به حداقل رساندن مشکلات و آسیب‌های مربوط به وضعیت‌های بحرانی (نظیر: بلایای طبیعی، تحرک، نظم عمومی، امنیت) کمک می‌کند (3: Fariniuk et al., 2022).

ضرورت یافتن راه‌حل‌های نوین برای مقابله با چالش‌های پیش روی شهرهای آینده، سبب شده است مفهوم شهر هوشمند در سال‌های اخیر مورد توجه فزاینده بسیاری از محققان واقع شود (656: Esapour et al., 2023). شهرهای هوشمند با بهره‌گیری از فناوری‌های پیشرفته مانند هوش

مصنوعی (AI)، اینترنت اشیا (IoT) و تجزیه و تحلیل داده‌ها، نقش محوری در افزایش پایداری و تاب‌آوری ایفا می‌کنند تا شرایط زندگی شهری را بهبود بخشیده و مدیریت منابع را بهینه سازند (1: Abunada et al., 2025). شواهد علمی نیز نشان می‌دهند ارتباط تنگاتنگی بین راه‌حل‌های هوشمندی با تاب‌آوری شهری در ابعاد مختلف مانند تاب‌آوری اجتماع در برابر فاجعه، مدیریت اضطراری، پیش‌گیری از جرم و بازیابی فاجعه وجود دارد (258: Woyo & Ukpabi, 2022)؛ به گونه‌ای که، فن‌آوری هوشمند و کاربردها، همراه با جوامع و افراد آموزش دیده، توانایی پاسخگویی و مدیریت ریسک را افزایش داده و با بهبود جنبه‌هایی مانند کاهش ریسک، کاهش خطر، آمادگی، واکنش و بازیابی به مدیریت کلی کمک می‌کند (Ziozias & Anthopoulos, 2022).

بررسی‌ها حکایت از این دارد که شهرهای هوشمند به‌طور فزاینده‌ای به راهکاری اساسی برای مقابله با بحران‌ها و تقویت تاب‌آوری شهری تبدیل شده‌اند (Sikandar et al., 2024; Aina et al., 2023; Apostu et al., 2022; Bansal et al., 2017; Okonta & Vukovic, 2024; Fariniuk et al., 2022; Sharifi et al., 2021; Tonmoy et al., 2020; Zhou et al., 2021; Xiong et al., 2022; Zhu et al., 2019). تاکنون مطالعات مختلفی در این زمینه و با هدف تبیین رابطه میان دو رویکرد شهر هوشمند و تاب‌آوری شهری، تلفیق اشتراکات دو رویکرد، ارائه مدل‌ها و چارچوب‌های نحوه اتخاذ رویکردهای هوشمندانه و استفاده از فناوری‌ها، استراتژی‌ها و ابتکارات شهر هوشمند جهت ارتقاء و بهبود تاب‌آوری شهری در برابر بحران‌ها، انجام شده است که هرکدام به نتایج متفاوتی دست یافته‌اند. هدف اصلی پژوهش حاضر، واکاوی نقش و ظرفیت‌های شهر هوشمند در بهبود تاب‌آوری شهری در مواجهه با بحران‌ها و مخاطرات از طریق کنکاش در مطالعات پیشین در این زمینه و مرور و تحلیل نتایج آنها می‌باشد که تاکنون مطالعات کمتری با این هدف به این موضوع پرداخته‌اند. مرور، واکاوی و تحلیل محتوای کیفی مطالعات پیشین در این حوزه مطالعاتی، این امکان را به ما می‌دهد تا بتوان با بهره‌گیری از منابع معتبر و تحلیل دقیق این مطالعات به شناخت جامعی از نقش و ظرفیت‌های شهر هوشمند در ارتقاء و بهبود تاب‌آوری شهری برسیم. بررسی این موضوع پژوهشی درواقع زمینه را برای شناسایی الگوهای کلیدی، تحلیل روندهای موجود و