

Explaining the Conceptual Model of the Cultural Representation Circuit of Urban Public Space with a Cultural Approach

ARTICLE INFO

Article Type Original Research

Author

Fatemeh Eghnaei Alnajagh¹
Mohammad Taghi Pirbabaei^{2*}

How to cite this article

Eghnaei Alnajagh, Fatemeh and Pirbabaei, Mohammad Taghi. Explaining the Conceptual Model of the Cultural Representation Circuit of Urban Public Space with a Cultural Approach. Urban Design Discourse. 2026; 7(3): 95-110.

Doi:

doi.org/10.48311/udd.2026.1125010

¹ Ph.D. Candidate in Islamic Urban Planning, Department of Urban Planning, Faculty of Architecture and Urban Planning, Tabriz Islamic Art University, Tabriz, Iran.

² Ph.D. in Urban Design, Professor, Department of Urban Planning, Faculty of Architecture and Urban Planning, Tabriz Islamic Art University, Tabriz, Iran.

ABSTRACT

Problem statement: Urban public spaces, as the main arenas of social and cultural interaction, play a crucial role in shaping collective identity and representing shared meanings. Despite their significance, most previous studies have primarily focused on physical or social aspects, while the cultural meaning-making process has rarely been explained within an integrated framework. This theoretical gap has left the cultural dimensions of public space fragmented and insufficiently understood.

Aims: The aim of this study is to develop and explain a conceptual model of the “cultural representation circuit of urban public space,” which systematically captures and interprets the cultural processes that shape public space.

Methods: This research adopts a qualitative approach based on documentary study and content analysis. First, reputable academic sources on public space and its cultural aspects were collected and selected using criteria such as authenticity and thematic relevance. Then, the data were analyzed and coded through qualitative content analysis to identify the main components and indicators related to Hall’s cultural circuit.

Findings: The analysis revealed five key components—production, consumption, identity, signification, and regulation—that together form the cultural representation circuit. These components interact dynamically; a change in one can reshape the others. For instance, design decisions during the production phase influence patterns of consumption and identity formation, while cultural representations can affect subsequent cycles of spatial production.

Conclusion: The proposed model addresses the existing theoretical gap by providing an integrated framework for analyzing the cultural meaning-making process in public spaces. Beyond its theoretical contribution, the model can serve as an analytical tool for urban planners, designers, and managers in evaluating and designing public spaces, and it is adaptable for testing across diverse cultural contexts.

Keywords: Public space; Culture; Meaning representation; Cultural circuit; Conceptual model.

* Correspondence

Address: Ph.D. in Urban Design, Professor, Department of Urban Planning, Faculty of Architecture and Urban Planning, Tabriz Islamic Art University, Tabriz, Iran.
Email: pirbabaei@tabriziau.ac.ir

Article History

Receive Date: 01 November 2025

Accept Date: 18 April 2026

First Publish: Date 18 April 2026

Print Publication Date: 27 October 2026

تبیین مدل مفهومی مدار بازنمایی معنای فضای عمومی با رویکرد فرهنگی

اطلاعات مقاله:

چکیده

نوع مقاله: پژوهشی اصیل

نویسندگان:

فاطمه اغنائی النجق^۱محمدتقی پیربابائی^{۲*}

نحوه استناد به این مقاله:

اغنائی النجق، فاطمه و پیربابائی، محمدتقی. تبیین مدل مفهومی مدار بازنمایی معنای فضای عمومی با رویکرد فرهنگی. گفتمان طراحی شهری، ۷ (۳)، ۹۵-۱۱۰.

۱. دانشجوی دکتری شهرسازی اسلامی، گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران.
۲. دکترای طراحی شهری، استاد، گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران.

* نویسنده مسئول:

دکتر محمدتقی پیربابائی

نشانی: دکترای طراحی شهری، استاد، گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران.
ایمیل: pirbabaei@tabriziau.ac.ir

تاریخ مقاله

تاریخ دریافت: ۱۰ آبان ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش: ۲۹ فروردین ۱۴۰۵

تاریخ اولین انتشار: ۲۹ فروردین ۱۴۰۵

تاریخ انتشار چاپی: ۵ آبان ۱۴۰۵

بیان مسئله: فضاهای عمومی شهری به عنوان بستر اصلی تعاملات اجتماعی و فرهنگی، نقشی کلیدی در بازنمایی معانی جمعی و شکل‌گیری هویت شهروندان دارند. با وجود این اهمیت، بیشتر پژوهش‌های گذشته تنها بر ابعاد کالبدی یا اجتماعی فضا متمرکز بوده‌اند و فرآیند معناسازی فرهنگی در چارچوبی جامع و نظام‌مند کمتر مورد توجه قرار گرفته است. این خلأ نظری موجب شده است که شناخت ابعاد فرهنگی فضای عمومی پراکنده و غیر یکپارچه بماند.

اهداف: پژوهش حاضر با هدف ارائه و تبیین مدل مفهومی «مدار بازنمایی معنای فضای عمومی از منظر فرهنگی» انجام شده است. این مدل می‌کوشد با اتکا بر رویکرد فرهنگی، ابعاد مختلف فرآیند معناسازی را در قالب ساختاری منسجم توضیح دهد.

روش‌ها: این مطالعه از نوع کیفی و مبتنی بر رویکرد اسنادی است. در گام نخست، منابع علمی معتبر درباره فضای عمومی و ابعاد فرهنگی آن گردآوری و بر اساس معیارهایی چون اصالت و ارتباط موضوعی انتخاب شدند. سپس داده‌ها با روش تحلیل محتوای کیفی بررسی و کدگذاری گردید تا مؤلفه‌ها و شاخص‌های اصلی مرتبط با چرخه فرهنگی استخراج شود.

یافته‌ها: نتایج تحلیل نشان داد که پنج مؤلفه اصلی شامل تولید، مصرف، هویت، دلالت و تنظیم به عنوان عناصر مدار بازنمایی معنا قابل شناسایی‌اند. این مؤلفه‌ها در مداری پویا و تعاملی عمل می‌کنند؛ به گونه‌ای که تغییر در یک مؤلفه می‌تواند موجب بازتعریف سایر مؤلفه‌ها شود. برای مثال، تصمیمات طراحی در مرحله تولید بر الگوهای مصرف و هویت‌یابی اثرگذارند، و بازنمایی‌های فرهنگی می‌توانند تولیدات بعدی فضا را دگرگون سازند.

نتیجه‌گیری: مدل پیشنهادی ضمن پر کردن خلأ موجود در ادبیات، امکانی برای تحلیل جامع فرآیند معناسازی فرهنگی در فضای عمومی فراهم می‌آورد. این مدل علاوه بر تقویت مبانی نظری، به عنوان ابزاری تحلیلی می‌تواند در طراحی، مدیریت و ارزیابی فضاهای عمومی توسط طراحان و برنامه‌ریزان شهری به کار گرفته شود و همچنین قابلیت آزمون‌پذیری در زمینه‌های فرهنگی متنوع را داراست.

واژه‌های کلیدی: فضای عمومی؛ فرهنگ؛ بازنمایی معنا؛ چرخه فرهنگی؛ مدل مفهومی.

۱. مقدمه

فضاهای عمومی شهری به عنوان بستر تعاملات اجتماعی، تبادل فرهنگی و شکل گیری هویت جمعی، همواره یکی از موضوعات محوری در مطالعات شهری بوده اند. این فضاها نه تنها مکان هایی برای گذران اوقات فراغت یا فعالیت های روزمره محسوب می شوند، بلکه به عنوان عرصه ای برای تولید و بازنمایی معانی اجتماعی و فرهنگی نیز عمل می کنند [۱]. با این حال، مفهوم «فضای عمومی» همچنان در ادبیات علمی یک مفهوم چندلایه، سیال و گاه متناقض است؛ چرا که از دیدگاه رشته های مختلف، تعاریف، شاخص ها و اولویت های متفاوتی برای آن ارائه شده است [۲].

در دهه های اخیر، پژوهش های مرتبط با فضای عمومی به طور فزاینده ای به نقش فرهنگ در تعریف، ادراک و استفاده از این فضاها پرداخته اند [۳]. فرهنگ به عنوان نظامی از معانی، نمادها و الگوهای رفتاری، بر همه ابعاد فضای عمومی از طراحی کالبدی گرفته تا الگوهای مصرف و نحوه تنظیم و مدیریت آن تأثیر می گذارد. این تأثیرات فرهنگی را می توان در نحوه شکل گیری حس مکان، شیوه های حضور اجتماعی، و حتی در مقررات و عرف های ناظر بر استفاده از فضا مشاهده کرد [۴].

یکی از چارچوب های نظری مهم برای درک این فرآیندها، مدار بازنمایی معنای فضای عمومی بر اساس رویکرد چرخه فرهنگی استوارت هال [۵] است. این مدل، فرآیندهای تولید، مصرف، هویت سازی، بازنمایی و تنظیم را به عنوان حلقه هایی پیوسته و متعامل معرفی می کند که در مجموع، معنای یک فضای عمومی را از منظر فرهنگی شکل می دهند. استفاده از این چارچوب در مطالعات شهری امکان می دهد تا ابعاد مختلف فرهنگی فضا به صورت یکپارچه و نظام مند تحلیل شود [۶]. چارچوب «چرخه فرهنگی» استوارت هال با تأکید بر پیوند درهم تنیده میان مؤلفه های تولید، مصرف، هویت، دلالت و تنظیم، امکان درک فرآیند معنا سازی را به صورت یک مدار تعاملی فراهم می کند. با وجود کاربرد گسترده این چارچوب در مطالعات فرهنگی، رسانه و هویت، بهره گیری نظام مند از آن در تحلیل فضای عمومی شهری، به ویژه با هدف استخراج یک مدل مفهومی قابل استفاده در طراحی و مدیریت شهری، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. این خلأ نظری موجب شده است که بسیاری از تحلیل ها و مداخلات طراحی، فاقد ابزاری منسجم برای فهم و هدایت فرآیندهای فرهنگی مؤثر بر معنای فضای عمومی باشند. مرور ادبیات نشان می دهد که در بسیاری از مطالعات، مؤلفه های این مدار به صورت پراکنده و گسسته بررسی شده و مدل یکپارچه ای که بتواند ارتباط بین آنها را به طور نظام مند نشان دهد، کمتر ارائه شده است [۷]. همچنین، در اغلب پژوهش ها تأکید اصلی بر ابعاد کالبدی یا اجتماعی فضای عمومی بوده و کمتر به فرآیند معنا سازی فرهنگی آن در قالب یک مدل مفهومی پرداخته شده است [۸]. بر این

اساس، مسأله اصلی پژوهش حاضر آن است که چگونه می توان فرآیند شکل گیری و بازنمایی معنای فضای عمومی را در قالب یک مدل مفهومی فرهنگی و پویا تبیین کرد؛ مدلی که بتواند هم زمان به تولید فضا، نحوه مصرف و تجربه آن، شکل گیری هویت، سازوکارهای دلالت و نظام های تنظیم کننده توجه داشته باشد. ضرورت پرداختن به این مسأله از آن جا ناشی می شود که فقدان چنین نگاهی، نه تنها تحلیل فرهنگی فضاهای عمومی را محدود می سازد، بلکه توان طراحان و مدیران شهری را در خلق و هدایت فضاهایی معنادار، پاسخ گو به زمینه فرهنگی و برخوردار از حس تعلق جمعی کاهش می دهد. در همین راستا، پژوهش حاضر با بهره گیری از چارچوب چرخه فرهنگی استوارت هال و از طریق مرور نظام مند ادبیات و تحلیل محتوای کیفی، در پی تدوین یک مدل مفهومی یکپارچه برای تبیین مدار بازنمایی معنای فضای عمومی است؛ مدلی که بتواند به عنوان یک چارچوب تحلیلی و راهنمای نظری، در خدمت فهم، ارزیابی و طراحی فضاهای عمومی در بافت های فرهنگی مختلف قرار گیرد.

بنابراین، هدف این مقاله تبیین مدل مفهومی مدار بازنمایی معنای فضای عمومی از منظر فرهنگی است. این مدل بر اساس تلفیق ادبیات نظری موجود، به ویژه چرخه فرهنگی هال، و شاخص های استخراج شده از مرور نظام مند پژوهش های حوزه فضای عمومی و فرهنگ، شکل می گیرد. در این راستا، مقاله حاضر به سؤالات زیر پاسخ می دهد:

۱. مؤلفه ها و شاخص های اصلی در مدار بازنمایی معنای فضای عمومی از منظر فرهنگی کدام اند؟
 ۲. ارتباط بین این مؤلفه ها چگونه است و چگونه می توان آنها را در قالب یک مدل مفهومی منسجم بازنمایی کرد؟
- این پژوهش با ارائه یک مدل مفهومی یکپارچه، می تواند هم برای تحلیل گران شهری و هم برای طراحان و مدیران شهری که به دنبال درک عمیق تر از معانی فرهنگی فضای عمومی هستند، کاربرد داشته باشد.

۲. مبانی نظری

۲-۱. رویکرد فرهنگی به فضای عمومی

فضای عمومی از منظر فرهنگی، صرفاً یک عرصه فیزیکی برای تعاملات اجتماعی نیست، بلکه بستر تولید، تبادل و بازنمایی معانی، ارزش ها و هویت های جمعی است [۱]. در این رویکرد، عوامل فرهنگی همچون الگوهای رفتاری، نمادها، زبان، آیین ها و قواعد غیررسمی، نقشی اساسی در شکل گیری تجربه و ادراک افراد از فضا ایفا می کنند [۳].

مطالعات اخیر نشان می دهند که فهم فرهنگی از فضای عمومی مستلزم بررسی پیوستاری از فرآیندهاست که شامل خلق و طراحی فضا، مصرف و استفاده روزمره، شکل گیری هویت و

مشارکت مدنی می‌دانست [۱۵]. در ادامه این جریان، پژوهشگران فرهنگی نظیر زوگین و میچل فضاهای عمومی را عرصه‌ای برای کنترل، بازنمایی، و نبرد بر سر معنا تعریف کردند [۱۶، ۱۷].

۳. چرخه فرهنگی استوارت هال و بازنمایی معنا

بازنمایی واژه‌ای است که در حوزه‌های متفاوتی مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای درک بهتر مفهوم بازنمایی در حوزه زبان شناسانه از تولید مجموعه نظام یافته‌ای از نشانه‌ها بحث می‌شود. همچنین برای فهم بیشتر آن در مبحث مردم شناسی از این موضوع سخن به میان می‌آید که چطور مردم در هر فرهنگی «معنا» را خلق و ارزش گذاری می‌کنند. در کل می‌توان این چنین بیان کرد که از آنجایی که بازنمایی، کاربردهای مختلفی در حوزه‌های ارتباطات، فلسفه، روانشناسی، رسانه، هنر و سیاست دارد، معانی متفاوتی نیز یافته است. امروزه مفهوم بازنمایی به شدت متأثر آثار استوارت هال می‌باشد و به ایده‌ای بنیادی در مطالعات فرهنگی تبدیل شده است. هال با رویکردی نوین به مفهوم بازنمایی می‌پردازد [۱۸] و فرهنگ را سازه مهمی در جهان به حساب می‌آورد که مجموعه‌ای از مفاهیم، معانی، تصاویر مشترک در یک جامعه است و آن را «نقشه‌های ذهنی مشترک» تعریف می‌نماید و استدلال می‌کند که «تمامی هنجارهای اجتماعی در مفهوم و معنا قرار دارند. برای انجام یک هنجار اجتماعی انسان‌ها باید معنایی به آنها بدهند، به طریقی معنادار درباره آن بیندیشند و بتوانند برداشتی از آن داشته باشند» [۱۹]. بنابراین هال در تعریف فرهنگ بر اهمیت «معنا» تأکید می‌کند و این چنین استدلال می‌کند که فرهنگ مجموعه‌ای از چیزها نیست، بلکه یک مجموعه یا فرآیند از «اعمال» می‌باشد و با تولید و مبادله معناها و مفهوم میان اعضای جامعه سروکار دارد. همچنین او فرهنگ را اینگونه نیز بیان می‌کند که «معنا و مفهوم چیزی است که درکی از هویت به ما می‌دهد» [۲۰].

استوارت هال^۲ از بنیان‌گذاران مطالعات فرهنگی، در مدل چرخه فرهنگی خود، معتقد بود که هر پدیده اجتماعی (از جمله فضا) باید در تعامل پویا میان پنج عنصر تحلیل شود که عبارتند از: تولید، مصرف، هویت، دلالت و تنظیم. نخست این ایده را بیان می‌کند که «بازنمایی مفهوم، معنا و زبان را به فرهنگ ربط می‌دهد» [۵]. سپس به تشریح و توسعه ابعاد گوناگون آن می‌پردازد و از خلال تحلیل هایش نگاهی جدید به مفهوم بازنمایی را شکل می‌دهد. چارچوب چرخه فرهنگی که توسط استوارت هال (۱۹۹۷) ارائه شده، یکی از ابزارهای تحلیلی کلیدی برای فهم معنا سازی فرهنگی است. این چارچوب پنج مؤلفه اصلی را در ارتباطی پویا معرفی می‌کند: تولید، مصرف، هویت، بازنمایی، و تنظیم. هر یک از این مؤلفه‌ها به‌طور مداوم در حال تعامل با یکدیگرند و تغییر در هر کدام می‌تواند معنای کلی یک پدیده فرهنگی را دگرگون سازد [۶].

معناسازی، و در نهایت، تنظیم و مدیریت آن می‌شود [۲]. به عبارتی فضای عمومی واقع در مرکز شهر، نمایانگر هویت و تصویر آن است و همچنین عملکردها و فعالیت‌های متعددی را انجام می‌دهد [۹]. نحوه پذیرش، شکل دادن، استفاده و مدیریت فضاهای اطراف شهر، معانی فضا را تعیین می‌کند [۴].

ماهیت فضای عمومی در طول دوره زمانی تغییر کرده و نقش آن بر اساس نیاز، زمینه و فرهنگ مردم تکامل و توسعه یافته است. توسعه فضای عمومی هنر ایجاد ارتباط بین شهر و مردم است. شهری بدون فضاهای عمومی، شهری بدون فرهنگ و تاریخ ایجاد می‌کند. فضای عمومی به طور مستقیم به توسعه اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی شهر کمک می‌کند. آثار آن را می‌توان از آگورا در دوره یونان تا پارک‌ها و میدان‌ها در دوران معاصر یافت [۱۰].

از سوی دیگر، ساختار فیزیکی و دسترسی فضایی در تعامل با شبکه‌های اجتماعی، بر میزان پویایی فضا تأثیر می‌گذارد. پژوهش‌های جدید نشان می‌دهند که گره‌های شهری با قابلیت دیدپذیری و دسترسی بالا، به مثابه مکان‌هایی برای ایجاد ارتباط میان گروه‌های اجتماعی مختلف عمل می‌کنند و باعث تقویت همزیستی فرهنگی و افزایش تعاملات میان فرهنگی می‌شوند. بنابراین، سازمان فضایی فضاهای عمومی باید به گونه‌ای طراحی شود که امکان بروز روابط اجتماعی معنادار و تجربه مشارکت فرهنگی را فراهم کند [۱۰].

ارتباط میان فرهنگ و فضا در مطالعات شهری معاصر به عنوان رابطه‌ای دوسویه و پویا در نظر گرفته می‌شود؛ به گونه‌ای که فضاهای شهری نه تنها بازتاب تنوع فرهنگی اند، بلکه در فرآیندهای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری می‌توانند به بازتولید یا بازتعریف تفاوت‌های فرهنگی نیز منجر شوند. در این دیدگاه، نحوه سامان‌دهی و مدیریت فضاهای شهری بر چگونگی به رسمیت شناختن یا به حاشیه‌راندن گروه‌های اجتماعی اثرگذار است [۱۱]. از منظر انسان‌شناسی شهری، فضا محل تبلور تجربه زیسته، حافظه جمعی و شیوه‌های فرهنگی بودن در شهر است؛ کنش‌های روزمره، آیین‌ها و تعاملات اجتماعی در بستر مکان‌های شهری شکل می‌گیرند و هم‌زمان معنای آن مکان‌ها را بازتولید می‌کنند. بر این اساس، فرهنگ از طریق تجربه فضایی عینیت می‌یابد و فضا نیز از خلال عملکردها و معناسازی‌های فرهنگی فهم‌پذیر می‌شود [۱۲]. در ادبیات معاصر، فضای عمومی دیگر صرفاً یک موقعیت کالبدی یا عرصه‌ای برای فعالیت اجتماعی نیست، بلکه به عنوان یک سازه فرهنگی و معنایی در نظر گرفته می‌شود که هم‌زمان محل تلاقی قدرت، معنا، هویت، و مقاومت است [۱۳]. از نگاه لوفور^۱ [۱۴]، فضا محصولی اجتماعی است که از طریق روابط قدرت، سرمایه و ایدئولوژی تولید می‌شود. هابرماس فضای عمومی را محملی برای شکل‌گیری گفتمان عقلانی و

مدل هال، برخلاف مدل‌های خطی، چرخه‌ای، پویا و تفسیری است؛ یعنی تأکید دارد این عناصر در رابطه‌ای متقابل، متغیر و چندلایه قرار دارند. این مدل به‌ویژه در تحلیل رسانه‌ها، هویت‌های فرهنگی و فضاهای بازنمایی به‌کار رفته است. مطالعات پیشین اغلب این مؤلفه‌ها را به‌صورت جداگانه بررسی کرده‌اند و کمتر به ارتباط نظام‌مند میان آنها پرداخته‌اند. مدار بازنمایی معنای فضای عمومی با الهام از چرخه فرهنگی هال، این مؤلفه‌ها را در یک ساختار پیوسته و تعاملی قرار می‌دهد که امکان تحلیل جامع و چندبعدی فضاهای عمومی را فراهم می‌کند. این رویکرد نه تنها در شناخت وضعیت موجود فضاها مفید است، بلکه می‌تواند به‌عنوان ابزار طراحی و ارزیابی در برنامه‌ریزی شهری نیز مورد استفاده قرار گیرد.

۴. روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، بنیادی-توسعه‌ای و از نظر ماهیت، تحلیلی-نظری است که با رویکرد مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای انجام شده است. هدف اصلی، تبیین مدل مفهومی مدار بازنمایی معنای فضای عمومی از منظر فرهنگی است. بدین منظور، داده‌های نظری و مفهومی از طریق مرور و تحلیل منابع معتبر علمی گردآوری شد. در مرحله نخست، مقالات و منابع مرتبط با فضای عمومی و رویکرد فرهنگی آن گردآوری و بر اساس معیارهایی نظیر اصالت، اعتبار علمی، و ارتباط موضوعی انتخاب شدند. سپس، محتوای این منابع با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی بررسی شد. کدگذاری داده‌ها به‌صورت باز و محوری انجام گرفت تا مؤلفه‌ها و شاخص‌های اصلی مرتبط با فرآیندهای تولید، مصرف، هویت، بازنمایی و تنظیم فضای عمومی شناسایی شود. این مؤلفه‌ها به‌عنوان چارچوب اولیه برای ساخت مدل مفهومی به کار رفتند. در گام نهایی، یافته‌های حاصل از تحلیل محتوای منابع با چارچوب نظری چرخه فرهنگی استوارت هال تلفیق شد تا یک مدل مفهومی یکپارچه از مدار بازنمایی معنای فضای عمومی ارائه شود.

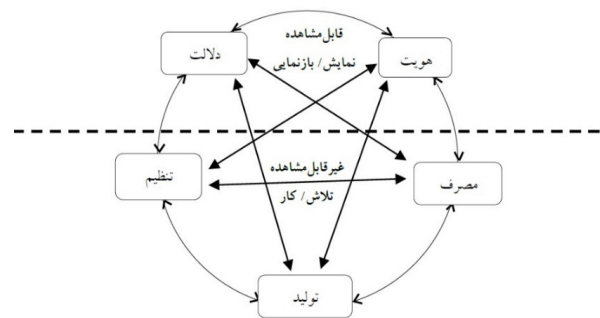
۵. تحلیل یافته‌ها

یافته‌های این پژوهش حاصل تحلیل اسنادی و مرور نظام‌مند ادبیات علمی مرتبط با فضای عمومی و رویکرد فرهنگی است. با تکیه بر چارچوب نظری چرخه فرهنگی استوارت هال، پنج مؤلفه اصلی به‌عنوان عناصر تشکیل‌دهنده «مدار بازنمایی معنای فضای عمومی» شناسایی شدند: تولید، مصرف، هویت، بازنمایی، و تنظیم. این مؤلفه‌ها به‌طور پیوسته و تعاملی در شکل‌گیری معانی فرهنگی فضای عمومی نقش دارند و تغییر در هر یک می‌تواند به بازتعریف معنا در کل مدار منجر شود.

تحلیل منابع نشان می‌دهد که هر یک از این مؤلفه‌ها دارای

کاربرد این مدل در مطالعات شهری، به‌ویژه فضای عمومی، کمک می‌کند تا فرآیندهای فرهنگی و اجتماعی که در پس‌شکل‌گیری و تحول فضاها قرار دارند، شناسایی و تحلیل شوند [۷].

مدار فرهنگی هال در واقع نوعی کاربست فرهنگی درباره تولید معنا از طریق بازنمایی و زبان است. به منظور درک طرز کار یک سایت فرهنگی، متن، تمرین یا شیء باید آن را از زاویه‌های مختلف و در تمامی زمینه‌های ممکن مورد بررسی قرار داد. در نمودار موجود در شکل ۱، که به مدار فرهنگی استوارت هال معروف است، فرهنگ به پنج مؤلفه تجزیه می‌شود. این نمودار چگونگی معنا شدن یک مکان، متن، عمل یا موضوع در شرایط تولید، مصرف، هویت، تنظیم و دلالت و مهم‌تر از همه، رابطه بین هر کدام از این مؤلفه‌های فرهنگی با یکدیگر را نشان می‌دهد. بخشی از سایر مؤلفه‌ها می‌تواند بر ساخته و ایده بسیار خوبی در مورد فرهنگ به دست دهند [۵].



شکل ۱. مدار بازنمایی معنا [۵].

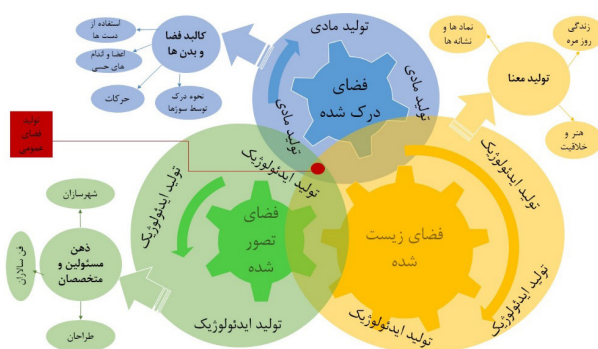
جدول ۱ تعاریف و مفاهیم مربوط به هر یک از پنج مؤلفه چرخه فرهنگی هال را نشان می‌دهد:

جدول ۱. مؤلفه‌های مدل چرخه فرهنگی استوارت هال (منبع: نگارندگان)

مؤلفه	تعریف
تولید ^۱	فرایند طراحی، برنامه‌ریزی و ساخت فضا، مبتنی بر ارزش‌ها، قدرت و تکنولوژی
دلالة ^۲	معناسازی فضا از طریق فرم، زبان، نشانه‌ها، و روایت‌های فرهنگی
هویت ^۳	نحوه شکل‌گیری تعلق، خاطره و معنا در رابطه با فضا
مصرف ^۴	الگوهای استفاده مردم از فضا، تفسیرها و تجربه‌های زیسته
تنظیم ^۵	چارچوب‌های قانونی، عرفی و نهادی کنترل‌کننده فضا

1. Production
2. Representation
3. Identity
4. Consumption
5. Regulation

فرآیند تولید می‌شناسد. موضوع اصلی مربوط به همبستگی بین تولید و فضا است. لوفور فضا را هم به شکل اجتماعی و هم به عنوان یک نیاز حیاتی برای بازتولید ارتباطات اجتماعی تولید می‌شناسد. علاوه بر این، فضای تکه‌ای از دستگاه مولد کنترل اجتماعی دولت است و محل کشمکش‌های سیاسی و تولید مدیرانه (یا استکبار) است [۱۴]. در این پژوهش به منظور بازنمایی معنای فضای عمومی از جنبه تولید از نظریه تولید فضای هانری لوفور استفاده شده که از کاوش در مبانی نظری مربوط به آن استخراج شده است و شامل سه وجه دیالکتیک تولید فضا (فضای درک شده، فضای تصور شده، فضای زیسته) می‌باشد.



شکل ۲. مؤلفه‌های بازنمایی معنای تولید فضای عمومی
(منبع: نگارندگان)

مصرف و بازنمایی معنا: مصرف به طور کلی به خرید، استفاده یا استفاده مجدد از محصولات، خدمات، ایده‌ها و تجربیات در هر فرهنگی اشاره دارد. معنای فرهنگ طریقه بیان پاره‌ای فرایندها، کاربرد یک اثر، یک شیء، کالا یا متن است. با اینکه نظریه پردازان فرهنگی در وهله اول مدل‌های مدار فرهنگی را در نظر گرفته‌اند، اما ارتباط بین فرایندهای تولید و مصرف در کانون توجه آنان قرار دارد. تولید و مصرف در عین تناظر با یکدیگر، همدیگر را تقویت نیز می‌کنند.

در این پژوهش، مفهوم مصرف به شدت با تفسیر و درک فرهنگی فضاهای درون شهرها مرتبط است. فضاهای عمومی، فضاهای هستند که در درجه اول مصرف در آنها صورت می‌گیرد. همانطور که کارتر^۱ و دونالد^۲ اشاره کردند، فضاهای عمومی مکان‌هایی هستند که در آن التقاط اتفاق می‌افتد، که عبارت است از انتخاب دقیق فعالیت‌ها با توجه به ترجیحات فرهنگی افراد در داخل شهرها در آنجا، «مصرف و اوقات فراغت باید به عنوان «تجربه» ساخته شوند». در حالی که هر نوع تمایز فرهنگی را از دیدگاه ناظر ترسیم می‌کنند [۲۳].

مصرف به طور کلی به خرید، استفاده یا استفاده مجدد از محصولات، خدمات، ایده‌ها و تجربیات در هر فرهنگی اشاره دارد،

شاخص‌های اختصاصی هستند که بازتاب‌دهنده فرآیندهای فرهنگی، اجتماعی و کالبدی در فضای عمومی‌اند. در ادامه، یافته‌های مرتبط با هر مؤلفه به‌ترتیب ارائه می‌شود تا زمینه برای تبیین مدل مفهومی نهایی فراهم گردد.

تولید و بازنمایی معنا: تولید عبارت است از درست کردن چیزی، اختراع آن، ساخت آن، باز تولید آن، توزیع آن، بازاریابی آن و پرداخت هزینه برای تمامی این کارها و افرادی که آن‌ها را انجام می‌دهند. لازمه استقرار یافتن و تثبیت شدن معنای فرهنگی آن است که ارسال و سپس دریافت شود. نکته مهم تنها این نیست که تولیدکننده قصد تولید چه معنایی را داشته است، بلکه شوندگان و بینندگان پیام گیرندگان منفعل نیستند و در خلق معنا مشارکت فعال دارند. زبان مهم‌ترین عامل در فرایند تولید و تبادل معناست و خلق، انتشار، تغییر و دگرگونی یا حذف معنا صرفاً در چارچوب زبان امکان‌پذیر است [۵].

تولید در بافت شهری ممکن است به رابطه بین شهر و صنعت مرتبط باشد که باعث دگرگونی شهری و فعالیت تولیدی می‌شود. تعریف و بازتعریف تولید اغلب عنصری است که بر بافت فضایی، اقتصادی و اجتماعی واقعیت فرهنگی شهری تأثیر می‌گذارد [۲۱]. تولید پیش نیاز مصرف است. کوتکس در مورد شهرهای معاصر بیان می‌کند «حتی وقتی ویران می‌شوند، ویرانه‌های آن‌ها نمی‌توانند نبردهای ایدئولوژیکی را که آنها را شکل داده است، پنهان کند» [۲۲]. معنای مفهوم تولید ثابت و بدون تغییر نیستند، بلکه دائماً بین مردم و جوامع تولید می‌شوند. معنای از طریق یک فرهنگ و یا مجموعه‌ای از فرهنگ‌ها از طریق تولید / مصرف این معنای به گردش در می‌آیند. همانطور که دوگی و همکارانش توضیح می‌دهند تولید در عین حال مصرف است و مصرف در عین حال تولید است و یکی بدون دیگری نمی‌تواند جود داشته باشد. آنچه یک شهر تولید می‌کند، ناگزیر فرهنگ و روند ایدئولوژیک آن را مشخص می‌کند. نظریه پردازانی مانند کوتکس استدلال می‌کنند که جوامع نباید در دام ویژگی‌های تولید و نحوه تولید آن بیفتند، زیرا این امر شیوه‌های محدود کننده‌ای از تفسیر خلاق را در بین ناظران و ساکنان هر شهر ایجاد می‌کند. او بیان می‌کند که «ما باید آزادی را بر تولید فضای کنترل شده به عنوان کالای نهایی ترجیح دهیم» [۲۲].

لوفور مفهوم خود را از فضا تثبیت کرد و به طور کامل روابط بین زندگی روزمره و روابط اجتماعی تولید و فضا را بیان کرد. این مساله تناسب فضایی را در ادبیاتی کم، اما رو به رشد در نظریه فضای لوفور که بر تأثیرات بین رشته‌ای بین تولید اجتماعی و فضا متمرکز است، منعکس می‌کند. با این وجود، مبانی نظری این عرصه همچنان توسعه نیافته است. این بررسی مفهوم لوفور از تولید فضا توجه بسیاری را به جنبه‌های مهم اعتقادی او جلب کرده است. او در درجه اول، فضا را به همان اندازه پیامد و عامل

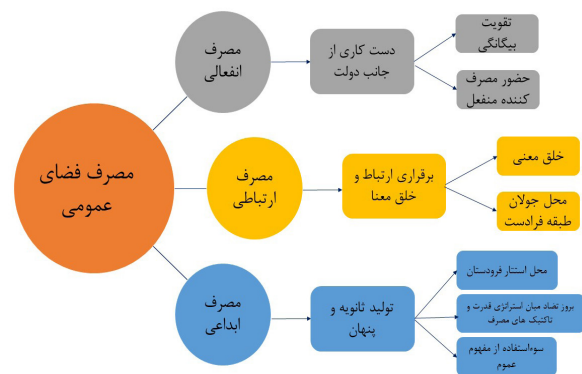
1. Carter
2. Donald

فرهنگی را از هویت تجسم می‌بخشد. او هدف اصلی فرهنگ را از طریق هویت تعیین می‌کند. موقعیت، ترکیب و رابطه قدرت سوژه در فرهنگ و نیز پویایی که سوژه می‌تواند در این موقعیت اعمال کند، از موضوعات مهم تحقیق هال است. دوم، هال هویت را بازتابی از مسائل فرهنگی می‌داند. ساختار و عملکرد فرهنگ اساس و کلید افراد برای اندیشیدن به مشکلات هویتی است و درک و تبیین مسائل هویتی بدون مطالعه عمیق فرهنگ غیرممکن است و افراد نمی‌توانند رابطه قدرت را بهتر تحلیل کنند. به طور کلی، هویت فرهنگی هال، «تمرکز» را به عنوان یک مرکز تحقیقاتی، همان تجسم فرهنگی انکارهای قومی بعدی گیلروی می‌داند [۲۵]. هال معتقد است که هویت فرهنگی منعکس کننده فرهنگ اصیل قومی، فرهنگ قومی و فرهنگ زبانی و مذهبی است. محققان غربی عمدتاً تمایل دارند هویت فرهنگی را از طریق چندین فرهنگ تعریف کنند که جامع نیست، به منظور ایجاد یک جامعه فرهنگی بین دین و تخیل مردم، به جای تمایز عینی هویت فرهنگی. سپس هال دو بعد نژاد و ملیت را دو بعد مهم هویت فرهنگی می‌داند. هال در «هویت فرهنگی و پراکندگی قومی» دو موضوع را درباره مفهوم هویت فرهنگی تحلیل می‌کند. در واقع، هال موقعیت سومی را نیز بر اساس و فراتر از این دو موقعیت ایجاد می‌کند - یک هویت فرهنگی یکپارچه و محاوره‌ای [۲۶].

بازنمایی به طور جدایی ناپذیر با هویت شخصی گره خورده است. هویت نوعی احساس از اینکه ما که هستیم، خودمان را چگونه می‌بینیم، راهی برای تعلق به جهان است. اگرچه این کلمه اغلب به حالت ثابتی از وجود دلالت می‌کند، اما در واقع یک فرآیند خلاقانه است تا یک محصول: هویت/هویت‌ها می‌توانند سیال، پویا و متغیر باشند. اگرچه جامعه نشانه‌های رسمی هویت مانند نام تولد، سن، جنسیت، مذهب و غیره را مشخص می‌کند، اما تعیین یا تعریف هویت افراد پیچیده تر از این موارد است. کوین لینچ هویت را در رابطه با بافت شهری در اثر موفق و قابل توجه خود به نام سیمای شهر (۱۹۶۰) تعریف می‌کند، که در آن بیان می‌کند که هر محیطی را می‌توان از طریق سه روش مختلف تحلیل کرد، که هویت اصلی ترین و مهم ترین آن است و دو مورد دیگر ساختار و معنا هستند. در واقع، هویت یک مکان مجموعه ای از آن دسته از ویژگی‌های مجموعه اشیاء است که خود را از سایر اشیاء از دیدگاه ناظر متمایز می‌کند. این مجموعه از ویژگی‌ها بازنمایی تفسیری توسط «شهر آنالوگ» آلدو روسی دارد. که نقشی را که باید توسط حافظه جمعی شهروندان در فرآیند طراحی شهرشان ایفا کند، اثبات می‌کند. این تصویر و مبنای نظری که به عنوان کلاژی از خاطرات و مکان‌های مهم نشان داده می‌شود، تا حدی منشأ تکامل تفسیر لینچ از هویت می‌شود و جهت‌گیری را در فضای زندگی فراهم می‌کند. از نظر لینچ، یک فضا «باید کافی

به عبارت دیگر، آنچه تولید می‌شود، نمی‌تواند معنایی داشته باشد مگر اینکه یک مصرف کننده داشته باشد مصرف را تنها در چارچوب یک فرآیند جامعه شناختی گسترده تر می‌توان به طور کامل درک کرد. در واقع جهت مصرف سمتی است که هویت فرهنگی یک شهر، «مصالحه‌های اخلاقی» و چارچوب‌های سبک زندگی روزمره آن را تثبیت می‌کند [۲۴].

با توجه به مواردی که در بخش مصرف فرهنگی فضا مورد بررسی قرار گرفت، جهت بازنمایی معنای فضای عمومی از جنبه مصرف سه گونه مصرف فضا (مصرف لنگرانی، مصرف ارتباطی، مصرف ابداعی) بررسی خواهند شد.



شکل ۳. مؤلفه‌های بازنمایی معنای مصرف فضای عمومی
(منبع: نگارندگان)

هویت و بازنمایی معنا: مساله هویت از همان ابتدا کانون مطالعات فرهنگی قرار گرفت. در این زمینه مطالعات فرهنگی به مطالعه این امر می‌پردازند که افراد و گروه‌ها چگونه هویت خود را می‌سازند و مورد مذاکره قرار می‌دهند یا چه درکی از خود دارند. مطالعات فرهنگی بر اساس تقابل مستقیم با مفهومی ارتدکسی از هویت شکل گرفته است. این مفهوم ارتدکسی از هویت فرض می‌کند که هویت چیزی مستقل (وجودی ثابت و مستقل از هر گونه تأثیر خارجی) است در حالی که مطالعات فرهنگی هویت را پاسخی به چیزهای متفاوت و بیرونی در نظر می‌گیرد. احتمالاً به جای تلقی هویت به مثابه واقعیتی از پیش کامل شده که اعمال فرهنگی جدید توسط آن نمایش داده می‌شوند، باید هویت را «محصول» ی قلمداد کنیم که هیچ گاه کامل نیست، همیشه در جریان است و همیشه درون بازنمایی می‌شود نه آنکه بیرون از آن ساخته شود [۵].

تمرکز هال بر هویت فرهنگی نه تنها یک اجتماع از هویت‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است، بلکه یک شمول فرهنگی مانند ایدئولوژی، عمل نظری و غیره است. همچنین هویت فرهنگی شامل روابط حقوقی است که می‌تواند بر شکل گیری هویت‌های دیگر تأثیر بگذارد. اهمیت هال در تعریف هویت فرهنگی در دو جنبه منعکس می‌شود: اول اینکه هال موضوعات

نشان دهد. محیط شهری پیچیده و در حال تغییر». این بسیار شبیه به تاملی است که کوتس در مورد این گمانه زنی در مورد مسائل هویتی انجام داده است، جایی که باید به گذشته احترام گذاشت و به آن اشاره کرد. در واقع، گذشته به نقطه مرجعی تبدیل می‌شود که هویت کنونی یک شهر با آن درک می‌شود و از آن الهام می‌گیرد، و «جریان پنهانی ادراکی است که جدید را معنا می‌کند»، «آسیب‌پذیری و کنجکاوی» را در یکپارچگی شهر ترکیب می‌کند [۲۲].

جهت خوانش مجدد و بازنمایی معانی نفهته در هویت فضاهای عمومی از مؤلفه‌های سه گانه طبیعی، مصنوع و انسانی هویت استفاده خواهد شد. هر شهر و فضاهای عمومی آن از جایگاه ویژه ای برخوردار است که آن را از سایر شهرها متمایز می‌سازد. ویژگی بستر طبیعی هر شهر، بخشی از هویت را به تصویر می‌کشد که در قالب هویت طبیعی شهر و متعاقباً فضاهای عمومی آن قابل تعریف است. مؤلفه‌های مصنوعی هویت نیز به صورت ساختاری و کالبدی در لایه‌های مختلف زمان بر هویت فضاهای شهری آن تاثیر دارد و شامل عواملی هستند که در طول زمان بر اجزاء مصنوع شهر تاثیر می‌گذارند. مؤلفه‌های انسانی هویت فضاهای شهری نیز متاثر از آداب و رسوم و عقاید و سیره زندگی ساکنان هر شهر است که هویت شهر را شکل می‌دهد [۳۳]. در (جدول ۲) به بیان مؤلفه‌های هویت فضاهای شهری و شاخص‌های آن پرداخته شده است:

مقررات، تنظیم و ضوابط و بازنمایی معنا: مقررات ارتباط نزدیکی با مضامین نظم و انضباط، استحکام و تعهد به وظیفه دارد و در قالبی ارائه می‌شود که نظم اجتماعی و اعمال کنترل سیاسی را ارزش گذاری می‌کند [۲۳]. تولید و مصرف هر چیزی در مطالعات فرهنگی در یک بستر حقوقی صورت می‌پذیرد که ممکن است رسمی، عرفی یا اعتقادی باشد. این بستر فعالیت‌های انسان را تنظیم می‌کند و معنای آن‌ها را در خود مستتر دارد [۳۴] و این تولید و مصرف نیز با مسائل مربوط به مقررات مرتبط است. در این مورد، تنظیم در مرزهای بین خصوصی و عمومی متمرکز است. حتی محصولات بویژه محصولات و فناوری‌های جدید نیز به دلیل مصرف آن‌ها توسط افراد زیادی در فرهنگ‌های مختلف، که همگی از پس زمینه‌های مختلف آداب و رسوم و قوانین ناشی می‌شوند باید جزئی از مسائل نظارتی باشند. این امر به فرایندهای برنامه ریزی شهری بسیار مرتبط است، زیرا طرح‌های برنامه ریزی شهری باید تمام جنبه‌های نوآوری‌های تکنولوژیکی را که در نهایت در زندگی روزمره شهری ساکنان نقش دارند، در نظر بگیرند. تنظیم و مقررات فضاهای عمومی بحث مهم این بخش از پژوهش است. تنظیم فضاهای عمومی به ویژه به بحث در اینجا مربوط است، زیرا فرهنگ در رابطه با موقعیت‌های فضایی خاص در بافت یک شهرستان، شهر، روستا، مدرسه، بخش یا حتی یک

و به معنای واقعی باشد و به فرد اجازه دهد در محیط خود تا حد دلخواه عمل کند». در نتیجه، ویژگی هویت منجر به خاطره ای مؤثر از یک مکان می‌شود. به عبارت دیگر، ساخت یک تصویر ذهنی، منجر به ویژگی معروف «تصویرپذیری» شهر می‌شود [۲۷]. وقتی از هویت یک شهر و فضاهای عمومی و مکان‌هایی که آن را تعریف می‌کنند صحبت می‌کنیم، ناگزیر شروع به جستجوی ویژگی‌های آن می‌کنیم که آن را از شهر دیگر متمایز می‌کند. اشکال و کارکردهای فیزیکی آن که در زمینه فرهنگی، معنوی یا نمادین آن بیان می‌شود [۲۸]. این جستجو برای هویت یک فضای باز ممکن است به خوبی حس مکان باشد که ریشه‌ها، جوهر و تجسم توپوس‌ها^۱ را در یک وحدت ارگانیک جمع می‌کند و شخصیت مکان را مشخص می‌کند. این درک نشانه‌شناختی از فضایی که باید شناسایی شود، همپوشانی نمادین و عملی است. موقعیتی که در آن کارکردهای فضا به نشانه آن تبدیل می‌شوند [۲۹]. اگر به لینچ (۱۹۶۰) برگردیم، چنین عناصر نشانه‌شناختی بیان هویت ممکن است در شکل، رنگ یا چیدمان پنهان یا مشهود باشد که یک تصور برجسته، یک ساختار قدرتمند، یا نوعی «تصویر بسیار مفید» را تشکیل می‌دهد که باعث افزایش خوانایی و دید یک محیط شهری می‌شود.

جستجوی هویت یک محیط شهری در گذشته، از طریق عناصر میراثی با کیفیت‌های از پیش تعریف شده، که در آن محیط عمومی ممکن است به عنوان بقای پراکنده خاطره یک شهر گم‌شده ظاهر شود، اجتناب ناپذیر است. در شهرهایی که این گذشته هنوز در چشم بینندگان ظاهر می‌شود، اما در شکلی انتزاعی از رویدادهای کاربردی، تصاویر ممکن است موقعیتی از اسطوره سازی و خاطره نوستالژیک را به وجود آورند [۳۰].

با این حال، جستجوی هویت از طریق بقایای میراث گم‌شده‌ای که دیگر کاملاً قابل شناسایی و حضور بصری نیستند، در جهت استقرار مجدد معنای فرهنگی با فضاهای باز بافت‌های شهری خطرناک است، زیرا نتایج اغلب «تقلید، طبیعت‌گرایی کاذب، درج عناصر تزئینی، مجسمه‌ها، یا آثار هنری نامناسب، تجهیزات شهری یا نورپردازی که فضا را بی اهمیت جلوه می‌دهد، عناصری که نامناسب برای سایت و ویژگی‌های پروژه هستند» [۳۱]. این پیامدها نتایج بازتفسیرهای فرهنگی قهقراپی هستند که خطرات زیادی را برای «کلانشهرهای ژئوتروپیک و تمایز نیافته» به همراه دارد [۳۲]. چنین نمونه‌هایی را می‌توان در هر شهر معاصر یافت که به نظر می‌رسد فاقد نمادهای هویتی و وابستگی فرهنگی در مداخلات طراحی شهری باشد.

در نتیجه، همانطور که یک بار دیگر توسط لینچ (۱۹۶۰) بیان شد، تمرکز باید به ایجاد یک هویت و ساختار محکم در ادراک ذهنی ناظر باشد تا «ارتباط ویژه این کیفیت را با مورد خاص

جدول ۲. مؤلفه‌های بازنمایی معنای هویت فضای عمومی (منبع: نگارندگان)

مؤلفه ها	شاخص ها
مؤلفه‌های طبیعی هویت فضای عمومی	جایگاه کلی طبیعی (طول و عرض جغرافیایی آن در شهر و شاخص‌های وابسته)
	مؤلفه‌های ساختاری جغرافیایی (توپوگرافی و شاخص‌های وابسته)
	مؤلفه‌های حوزه ای و ساختی طبیعی (پوشش گیاهی، تنوع خاک)
مؤلفه‌های مصنوعی هویت فضای عمومی	اقلیم
	مورفولوژی
	تکنیک / مصالح
مؤلفه‌های انسانی هویت فضای عمومی	فرم ها
	میراث فرهنگی
	اعتقادات دینی و مذهبی
	آداب و رسوم
	زبان
	تبار و نیاکان

قطعه چمن که در آن مردم برای یک هدف خاص یا کلی جمع می‌شوند موضوع قابل توجهی است و تمام جنبه‌های نظارتی که در این فضاهای شهری اتفاق می‌افتد باید به طور ایده آل مفاهیم فرهنگ را عمیق تر کند. برعکس، در دنیای جهانی شده بدون توجه فرهنگی، تنش‌ها در میان واقعیت‌های نظارتی عمیق‌تر می‌شوند و باعث می‌شوند که فضاهای شهری به‌عنوان فضاهای غیرمحلّی و به‌عنوان فضاهایی تعمیم‌یافته تلقی شوند که تقریباً همه چیز در آن رو به زوال است. محلّی بودن فضاهای عمومی ممکن است بسیار تحت تأثیر آن شرایط تنظیمی قرار گیرد که بر امنیت ادراکی فضاهای باز شهری تأثیر می‌گذارد و فضاهای شرطی (با یک هدف خاص و یک زمینه فرهنگی مشخص) را با همبستگی‌های ثابت تعریف می‌کند. هنگامی که فردی به چنین مکانی می‌رسد، هر عنصر منفرد در بافت شهری فضای باز باید یک رابطه قابل شناسایی با کل ایجاد کند، از نظر فرهنگی بیانگر شود و بر هر مفهوم مکان و سیستم تأثیر بگذارد. این همبستگی‌های ثابتی که با امنیت ادراکی و احترام فرهنگی به مقررات مرتبط هستند، فضاهای تنفسی هستند [۳۵] که محیط‌های راحت و امن، مراکز بصری و سایر اشکال ساختارهای ادراکی را ایجاد می‌کنند که ترکیب‌ها و تجربیات فرهنگی صمیمی را تعریف می‌کنند. مکان عناصر قابل شناسایی در فضاها همان «اصلاح حسی سریع» است که بکمن^۱ [۳۶] در مورد جهت‌گیری ادراکی و شفاف‌سازی

موضوع صحبت می‌کند و آگاهی تنظیمی افراد را بر آن متمرکز می‌کند. این بدان معنی است که از طریق درک مردم از ثبات فرهنگی و شناسایی بصری در یک محیط شهری، حس نظارتی فرد بیشتر تحریک می‌شود و باعث اعتقاد به نظم شهری می‌شود. به نظر می‌رسد این وضعیت کاملاً با آگاهی قانونی در بافت شهری مدنی مرتبط است [۳۷]. و باعث ایجاد یک ساختار ذهنی است که منجر به تنش کمتر در محیط‌های شهر می‌شود. حذف تنش بر روابط افراد در حال حرکت در محیط شهری نیز تأثیر می‌گذارد، زیرا تفسیر ادراکی از حالات و کنش‌های بصری تنظیمی باعث ایجاد شخصیت خاص منتسب به محیط‌های خاص می‌شود. یکی دیگر از عوامل تنش‌زا عدالت در کیفیت فضاهای عمومی موجود در سطح شهر است. وقتی که برخی از فضاهای شهری از کیفیت بسیار زیادی برخوردار باشند و در مقابل بخش‌های دیگر شهر نامطلوب و دارای کیفیت پایین و ضعیف باشند نارضایتی‌های اجتماعی، قطب‌های مسئله دار، ناامنی، ناهنجاری و مشکلات عدیده فرهنگی، اقتصادی، و کالبدی ناشی از توسعه نامتقارن در فضاهای شهری شکل می‌گیرد [۳۸]. در نتیجه، وضعیت روانی که از اصول نظارتی اساسی ناشی می‌شود، بر درجات رفتار مدنی پذیرفته شده تأثیر می‌گذارد. جدول ۳ به معرفی مؤلفه‌هایی که باید در بازنمایی معنایی مقررات و ضوابط فضای عمومی تحلیل شوند، می‌پردازد:

دلالت و بازنمایی معنا: بازنمایی مبنا و مبدا مطالعه فرهنگ است. استوارت هال از رهگذر بحث فوکو در باب گفتمان، به نظام

1. Beckmann

جدول ۳. مؤلفه‌های بازنمایی معنای مقررات و ضوابط فضای عمومی (منبع: نگارندگان)

مؤلفه‌ها	شاخص‌ها
مالکیت	دولتی
	خصوصی
	کنترل بر ورودی فضاهای عمومی
مقررات دسترسی	تعیین مرز بین فضای عمومی و خصوصی
	ساعات کار فضای عمومی
	حضور افراد در سنین مختلف
	حضور افراد با جنسیت مختلف
	حضور افراد از نژادهای مختلف
رفتارهای مجاز	حضور افراد با توانایی‌های جسمی مختلف
	تناسب درک شده از چیدمان و طراحی فضا برای کنترل رفتار و فعالیت
	وجود علائم و تابلوهای نصب شده برای حذف رفتارهای خاص
	استفاده شخصی
قوانین استفاده	استفاده اجتماعی
	استفاده فرهنگی (مناسب‌ها، مراسمات مذهبی و ...)
	استفاده سیاسی (اعتراضات و ...)
نظارت بر فضا	وجود دوربین‌های نظارتی

از آنجایی که شهر مدرن از نظر فرهنگی در حال تکامل است و تحت تأثیر انواع محرک‌ها و وابستگی‌های بیرونی مختلف می‌باشد، مداخلات شهری جدید به دنبال منابع جدید بازنمایی هستند، اما اغلب ممکن است تضادهایی با ارتباطات فرهنگی داشته باشند. ابزارهای تصویری بازنمایی نیز تنها واسطه‌ای از فضای شهری و تأثیر فرهنگی افراد درگیر هستند. حتی خود معماری به عنوان یک شیء ثابت، تنها یک واسطه دیگر است. یک واسطه بین پیام منتقل شده، مفهوم، و خود «چیز واقعی» [۴۰]. تنها به همین دلیل، طراحان و برنامه‌ریزان شهری نباید از طریق نقشه‌های کاغذی و یادداشت‌های فهرست‌شده روی نظریه‌ها و عملی بودن بازنمایی باقی بمانند، بلکه باید تأثیرات فرهنگی عمیق‌تر و لایه‌های بازنمایی معنا را در فضاهای عمومی به صورت دائمی بررسی کنند. چنین تحقیقاتی ممکن است شامل تفسیرهای عمل گرایانه از طراحی فضای عمومی باشد که نشان دهنده تعامل بین منافع جزئی در تولید، مراقبت و استفاده از کالاهای مشترک محلی برای تحریک دگرگونی فضای عمومی است [۴۱].

بازنمایی می‌رسد؛ آنجا که پس از شرح نظریه گفتمان، چرخشی از انتزاع به سوی دنیای واقعی دارد. ایده اصلی درباره بازنمایی از نظر هال، پذیرفتن حدودی از نسبیت فرهنگی بین یک فرهنگ و دیگری است به نحوی که «ما از مجموعه ذهنی یا جهان مفهومی یک فرهنگ به سمت دیگری پیش می‌رویم» [۵]. بازنمایی در این معنا محلی برای به رسمیت شناختن مفهوم تفاوت فرهنگی است. هال اشاره کرده است که بخشی از آنچه «فرهنگ» را می‌سازد، فقط مجموعه‌ای از اعمال یا اشیاء نیست، بلکه سیستمی از نمادها یا نشانه‌های مشترک است که به افراد، گروه‌ها و جوامع اجازه می‌دهد تا معنی را منتقل کند چنین معانی معمولاً از طریق زبان بیان می‌شوند (نه لزوماً کلامی یا متنی): زبانی که به طور گسترده به مجموعه‌ای از ابزارهای ارتباطی، از احساسات گرفته تا حالات چهره، ژست‌ها، لباس و موسیقی اشاره دارد. این نشانه‌ها به ما کمک می‌کنند تا معانی را هم برای خودمان و هم برای دیگران نشان دهیم. مهم‌تر از همه، نشانه‌ها اجازه می‌دهند معانی به اشتراک گذاشته شود [۳۹].

نمی‌شود، بلکه شامل نظامی گسترده از نشانه‌ها نظیر نور، رنگ، صدا، بافت، هنرهای محیطی و حتی سازمان فضایی است که در مجموع، تجربه ادراکی و هویتی کاربران را سامان می‌دهد. بر این اساس، می‌توان استدلال کرد که دلالت فضای عمومی در پیوند با نیازهای عمومی شهروندان معنا می‌یابد؛ نیازهایی که در چهار دسته کلی قابل صورت‌بندی‌اند: نیازهای روانی-اجتماعی، نیازهای مبتنی بر ادراک حسی، نیازهای عملکردی و نیازهای اقلیمی. در جدول زیر می‌تواند چارچوبی تحلیلی برای سنجش لایه‌های دلالتی فضای عمومی فراهم آورد؛ چارچوبی که میان ابعاد نمادین و الزامات کالبدی و عملکردی پیوند برقرار می‌کند. (جدول ۴)

۵. بحث

یافته‌های این پژوهش نشان داد که می‌توان فرآیند شکل‌گیری و تحول معنای فضای عمومی را در قالب مداری متشکل از پنج مؤلفه اصلی (تولید، مصرف، هویت، دلالت و تنظیم) تبیین کرد. بر اساس مرور نظام‌مند منابع و تحلیل محتوای کیفی، هر یک از این مؤلفه‌ها دارای شاخص‌های مشخصی هستند که در تعامل با یکدیگر، معانی فرهنگی فضای عمومی را می‌سازند. شکل ۴، مدل مفهومی نهایی «مدار بازنمایی معنای فضای عمومی از منظر فرهنگی» را نشان می‌دهد که حاصل تلفیق چارچوب نظری چرخه فرهنگی استوارت هال با یافته‌های این پژوهش است. مدل مفهومی نهایی این پژوهش، تلاش می‌کند تا فرآیند شکل‌گیری و بازتولید معانی فرهنگی در فضای عمومی را در قالب یک مدار پویا و تعاملی تبیین کند. این مدل بر مبنای چارچوب چرخه فرهنگی استوارت هال و یافته‌های استخراج‌شده از مرور ادبیات و تحلیل کیفی، شامل پنج مؤلفه اصلی تولید، مصرف، هویت، دلالت و تنظیم است.

تولید به‌عنوان نقطه آغاز مدار، فرآیند طراحی، برنامه‌ریزی و خلق فضای عمومی را در بر می‌گیرد. در این مرحله ارزش‌ها، جهان‌بینی‌ها و کدهای فرهنگی در کالبد و کارکرد فضا تجسم می‌یابند. مصرف، استفاده و تجربه روزمره کاربران از فضا را شامل می‌شود که می‌تواند معانی تولیدشده را تأیید یا بازتفسیر کند. هویت در تعامل بین فرد، گروه و فضا شکل می‌گیرد و در پیوند با خاطره جمعی، حس تعلق و نمادهای فرهنگی، یکی از مؤلفه‌های کلیدی مدار محسوب می‌شود. دلالت با برجسته کردن نشانه‌ها، نمادها و روایت‌ها، نقش مهمی در تثبیت یا تغییر معانی فضای عمومی ایفا می‌کند. در نهایت، تنظیم به‌عنوان حلقه‌ای کنترلی، از طریق قوانین رسمی و هنجارهای غیررسمی، نحوه استفاده و معناسازی در فضا را هدایت می‌کند.

ویژگی اساسی این مدل، چرخه‌ای و تعاملی بودن مؤلفه‌ها است. به‌عبارت دیگر، هیچ‌یک از مؤلفه‌ها به‌صورت منفرد عمل

تأثیرات فرهنگی عمیق و لایه‌های بازنمایی معنا که سطح دیگری از دگرگونی را نشان می‌دهند در شهرهای اروپایی که فضاهای شهری با اهمیت تاریخی قوی به‌عنوان مکان‌های معاصر کنش عمومی «بادوام» تلقی می‌شوند مشهود است [۴۲]. بنابراین بازنمایی فضای شهری خود تبدیل به واقعیت انضمامی میراث‌یادگار می‌شود. لئونتیادیس^۱ [۴۳] آن را به عنوان «واقعیت انضمامی میراث» که به شکل حافظه زنده، ارگانیک و مؤثر اعضا، افراد، رویدادها، باورها، آیین‌ها یا قوانین اجتماعی که اجزای هویت آن هستند» توصیف می‌کند.

این «درون بازنمایی»، همانطور که جاززومبک^۲ [۴۴] آن را می‌نامد، ابزاری است که باید برای تجزیه و تحلیل بافت مورد استفاده قرار گیرد - خواه این بافت شهری، هنری، تاریخی یا روانشناختی باشد. بنابراین، تفسیر بازنمایی‌های فضایی شهری حتی حوزه‌های معرفت‌شناختی را به دست می‌آورد که عناصر منفرد آن‌ها را تعریف می‌کنند. این تحلیل زمینه بازنمودی حتی از زمان افلاطون، که یکی از اولین محققانی بود که بازنمایی‌های تقلیدی و روایی محیط پیرامون را در رابطه با کنش‌های انسانی زیر سوال برد، مورد توجه قرار گرفته است [۴۵]. از نظر افلاطون، توصیف خالص، شکل بازنمایی از طریق تقلید را به خود گرفت، بنابراین تمام زیبایی‌شناسی را به عنوان تفسیرهای وفادار از طبیعت اطراف توجیه می‌کرد [۴۶]. با استفاده از این نظریه افلاطونی، تمام کنش‌های معاصر باید از فرآیندهای نیاکانی تقلید کنند که نشانه‌های آنها هنوز در بافت شهری مشهود است. بنابراین هویت شهری به طور طبیعی از طریق چارچوب مشترک کنش‌های تقلیدی تکامل می‌یابد.

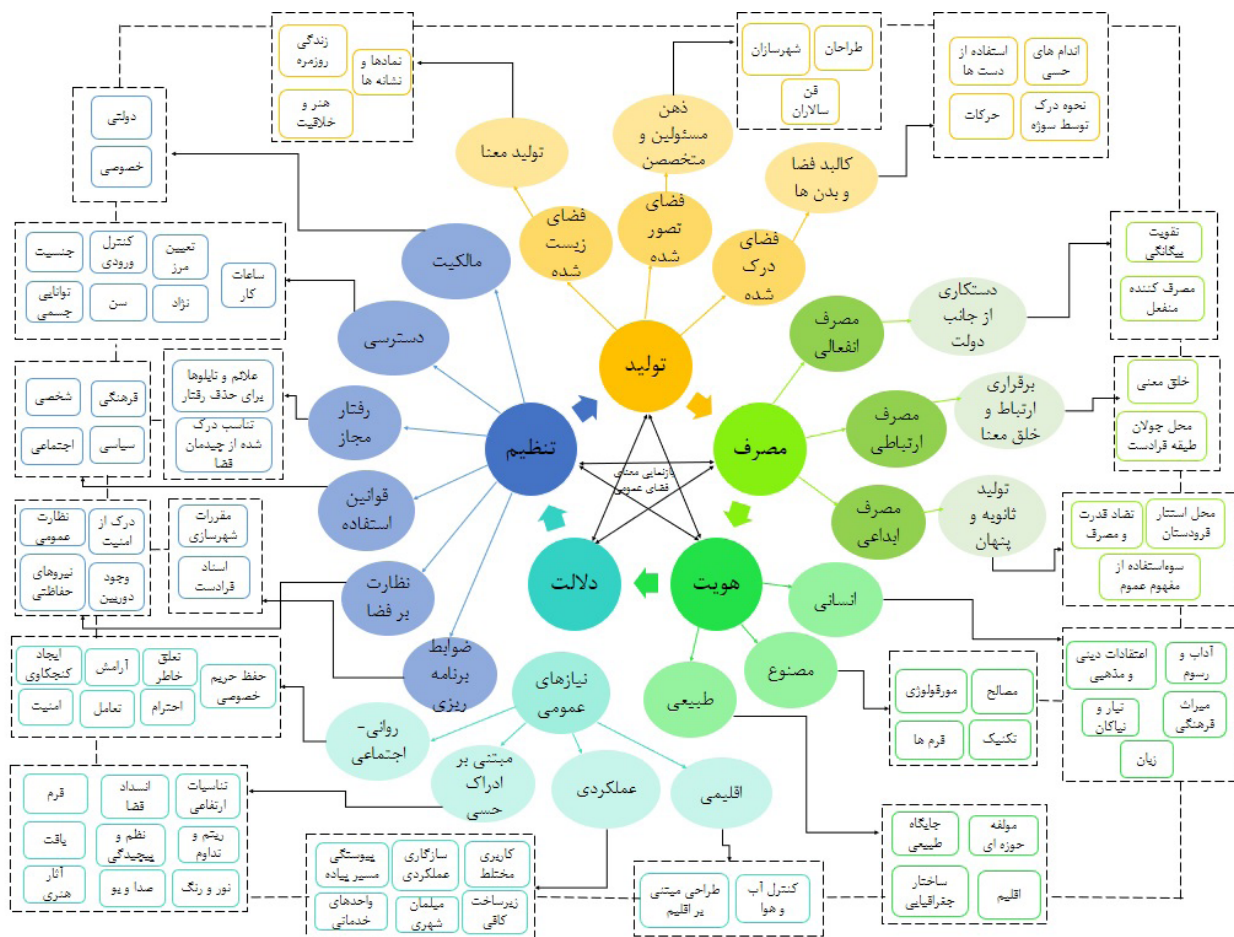
علاوه بر این، معانی از طریق رسانه‌های مختلف و سیستم‌های بازنمایی در گردش هستند و دائماً تولید و بازتولید می‌شوند. بنابراین، ما نه تنها از طریق مطبوعات عمومی، تلویزیون، رادیو، فیلم، کتاب و غیره، بلکه از طریق کدهای فرهنگی مشترک، معانی را دریافت، تفسیر و بازتفسیر می‌کنیم. زبان فقط به آنچه از طریق کلمات، گفتاری و نوشتاری منتقل می‌شود، اشاره نمی‌کند، بلکه به هر سیستم نشانه‌ای مانند عکاسی، و نمایشگاه‌ها، موزه و ... اطلاق می‌شود. اینکه چگونه شیء‌ها و دیگران را برای خود بازنمایی می‌کنیم، ابزاری حیاتی برای آنچه ما «هویت» خود می‌نامیم است [۴۷].

همچنین نظریه‌های معاصر در باب رسانه و فضا تأکید می‌کنند که معنا در شبکه‌ای از رسانه‌های متنوع (از معماری و منظر گرفته تا تصاویر دیجیتال و روایت‌های شهری) در گردش است و به‌طور مستمر تولید و بازتولید می‌شود [۴۸]. بنابراین، بازنمایی فضای عمومی تنها به زبان گفتاری یا نوشتاری محدود

1. Leontiadis
2. Jarzombek

جدول ۴. مؤلفه‌های بازنمایی معنای دلالت فضای عمومی (منبع: نگارندگان)

دلالات فضای عمومی	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها
نیازهای عمومی	نیازهای روانی - اجتماعی	امنیت، تعلق خاطر، احترام، آرامش، تعامل، ایجاد کنج‌کاو، حفظ حریم خصوصی
	نیازهای مبتنی بر ادراک حسی	نسبت اندازه مقیاس (تناسبات ارتفاعی)، انسداد فضا، فرم، ریتم و تداوم، نظم و پیچیدگی، بافت، نور و رنگ، صدا و بو، دیوارنگاری‌ها و آثار هنری محوطه سازی
	نیازهای عملکردی	کاربری مختلط، سازگاری عملکردی و کالبدی، پیوستگی مسیرهای پیاده، زیرساخت‌های کافی، وجود مبلمان شهری و واحدهای خدماتی
	نیازهای اقلیمی	کنترل آب و هوا و طراحی مبتنی بر تغییرات اقلیمی



شکل ۴. مدار بازنمایی معنای فضای عمومی از منظر فرهنگی (منبع: نویسندگان)

محدودیت‌ها یا آزادی‌ها بر نحوه دلالت و مصرف تأثیر می‌گذارد و در نهایت، بازنمایی‌های جدید می‌توانند بر فرایندهای تولید آتی اثرگذار باشند.

این مدار، تصویری از پویایی فرهنگی فضای عمومی ارائه می‌دهد که فراتر از نگاه‌های ایستا و تک‌بعدی به فضا است. بر اساس این

نمی‌کنند، بلکه تغییر در هر مؤلفه می‌تواند سایر مؤلفه‌ها را نیز تحت تأثیر قرار دهد. برای مثال، تصمیمات طراحی در مرحله تولید می‌توانند الگوهای مصرف را شکل دهند؛ در مقابل، شیوه‌های مصرف نیز می‌توانند معنای طراحی اولیه را تغییر دهند و حتی هویت فضا را دگرگون سازند. همچنین، تنظیم فضا با اعمال

میان فرد، گروه و مکان است. این یافته با مطالعات و همخوانی دارد [۸ و ۱۶] که هویت شهری و حس تعلق فرهنگی را ناشی از نمادها، خاطره جمعی و کارکردهای اجتماعی فضا می‌دانند. با این حال، پژوهش حاضر نشان می‌دهد که هویت فضا نه یک ویژگی ثابت، بلکه محصول تعامل پویا میان تولید، مصرف و دلالت است؛ به عبارت دیگر، تغییر در هر مؤلفه می‌تواند هویت فضا را بازتعریف کند، موضوعی که کمتر در ادبیات موجود به‌طور نظام‌مند بررسی شده است.

۴. دلالت و بازنمایی معنا

بازنمایی و دلالت فضا از طریق نشانه‌ها، تابلوها، آثار هنری و روایت‌های فرهنگی، نقش مهمی در تثبیت یا تغییر معانی فضا دارد. یافته‌های این پژوهش با تئوری استوارت هال (۱۹۹۷) و تحقیقات همسو است که تأکید می‌کنند [۴۳] معنا در فضا از طریق سیستم‌های نمادین و فرهنگی بازتولید می‌شود. با این حال، مدل استخراج شده از پژوهش نشان می‌دهد که دلالت به تنهایی مؤثر نیست و بدون همگرایی با مصرف، هویت و تنظیم، توانایی شکل‌دهی کامل به معنا را ندارد. این یک نگاه سیستمی و تعاملی به بازنمایی فرهنگی فضا است که در مطالعات پیشین کمتر به آن پرداخته شده است.

۵. تنظیم و نقش قوانین و هنجارها

تنظیم فضا، شامل قوانین رسمی و هنجارهای غیررسمی، به‌عنوان حلقه‌ای کنترلی عمل می‌کند که بر نحوه مصرف، بازنمایی و شکل‌گیری هویت اثرگذار است. این یافته با پژوهش‌های [۱ و ۳] همخوانی دارد که نقش سیاست‌گذاری و مقررات شهری را در مدیریت فضاهای عمومی برجسته کرده‌اند. با این حال، مدل حاضر نشان می‌دهد که تنظیم نباید به‌صورت یک عامل ایستا دیده شود، بلکه خود در تعامل با سایر مؤلفه‌ها، قابلیت تغییر و بازتولید معنا دارد، موضوعی که به درک بهتر پویایی فرهنگی فضای عمومی کمک می‌کند.

برخلاف بسیاری از پژوهش‌های گذشته که به تحلیل گسسته عناصر فرهنگی، نمادگرایی یا سیاست‌های عمومی پرداخته‌اند [۲ و ۹]، یافته‌های این پژوهش تلاش می‌کند یک مدل یکپارچه و تعاملی ارائه دهد که روابط میان مؤلفه‌ها را در یک چرخه فرهنگی نشان دهد. همچنین، برخلاف مطالعاتی که تنها بر کیفیت فیزیکی یا دسترسی تمرکز دارند [۷]، این پژوهش نشان می‌دهد که معناسازی فرهنگی و تجربه کاربران به همان اندازه اهمیت دارد و طراحی و سیاست‌گذاری باید بر اساس تعامل میان این مؤلفه‌ها انجام شود. در مجموع، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تحلیل فرهنگی فضای عمومی نیازمند درک همزمان از تولید، مصرف، هویت، دلالت و تنظیم است و نگاه ایستا یا تک‌بعدی به فضا نمی‌تواند ابعاد پیچیده فرهنگی و اجتماعی آن را توضیح دهد.

مدل، فضای عمومی نه صرفاً یک محصول کالبدی یا عرصه اجتماعی، بلکه یک فرایند فرهنگی در حال تحول است که همواره در حال بازتولید و بازمعناسازی قرار دارد. از این منظر، مدل پیشنهادی می‌تواند به‌عنوان چارچوبی نظری برای تحلیل فرهنگی فضاهای عمومی و ابزاری کاربردی برای طراحی و مدیریت شهری به‌کار رود. مدل استخراج شده نشان می‌دهد که تولید فضای عمومی، فراتر از یک فرآیند فنی، به‌عنوان بستری برای بازتاب ارزش‌ها و جهان‌بینی فرهنگی جامعه عمل می‌کند. مصرف فضای عمومی، معانی شکل‌گرفته در مرحله تولید را به‌واسطه کنش‌ها و تعاملات روزمره کاربران بازتولید یا بازتعریف می‌کند. در این میان، هویت فضای عمومی به‌عنوان پیوندی میان فرد و مکان، هم تحت‌تأثیر طراحی و هم مصرف روزمره شکل می‌گیرد و عاملی کلیدی در حس تعلق و وابستگی جمعی محسوب می‌شود. دلالت و بازنمایی فضای عمومی نیز از طریق نشانه‌ها، نمادها و روایت‌ها، به معناسازی و انتقال ارزش‌های فرهنگی کمک می‌کند. نهایتاً، تنظیم فضای عمومی در دو سطح رسمی (قوانین و ضوابط) و غیررسمی (هنجارهای فرهنگی و اجتماعی)، به‌عنوان حلقه‌ای کنترلی عمل کرده و بر چگونگی تحقق سایر مؤلفه‌ها اثرگذار است. این یافته‌ها، در مقایسه با مطالعات پیشین، برخی وجوه نوآورانه و تفاوت‌های تحلیلی قابل توجه دارند:

۱. تولید و طراحی فضای عمومی

مطالعه نشان داد که فرآیند تولید فضای عمومی بیش از یک فعالیت فنی یا کالبدی صرف است و به‌عنوان بستری برای تجسم ارزش‌ها، جهان‌بینی‌ها و کدهای فرهنگی عمل می‌کند. این یافته با رویکردهای (۱۹۹۱) همخوانی دارد [۱ و ۱۴] که بر نقش طراحی شهری در شکل‌دهی کنش‌های اجتماعی و فرهنگ عمومی تأکید دارند. با این حال، برخلاف برخی مطالعات گذشته مانند [۷] که تولید فضا را عمدتاً به عنوان ایجاد دسترسی یا زیرساخت فیزیکی تحلیل کرده‌اند، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که طراحی اولیه فضایی، از طریق نشانه‌ها، فرم‌ها و ساختارهای ادراکی، می‌تواند معنا و هویت فرهنگی فضا را نیز شکل دهد.

۲. مصرف و تجربه روزمره کاربران

مصرف فضای عمومی توسط کاربران، شامل استفاده روزمره، تعاملات اجتماعی و تجربه‌های حسی است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که این مصرف نه تنها معانی تولیدشده را تأیید می‌کند، بلکه قادر به بازتفسیر و دگرگون‌سازی آنها نیز هست. این یافته‌ها با مطالعاتی مانند همسو است [۴ و ۱۳] که بر نقش تعاملات اجتماعی در بازتولید معنا تأکید دارند، اما مدل حاضر فراتر می‌رود و تعامل میان مصرف و سایر مؤلفه‌ها (هویت، دلالت و تنظیم) را در یک چرخه بازتولید معنایی روشن می‌سازد.

۳. هویت و تعلق به فضا

یکی از یافته‌های کلیدی، شکل‌گیری هویت فضا در تعامل

۶. نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان داد که معنای فضای عمومی شهری نه حاصل یک عامل منفرد، بلکه برآیند کنش متقابل مجموعه‌ای از فرایندهای فرهنگی، اجتماعی، کالبدی و نهادی است که در قالب مداری پویا و چرخه‌ای قابل تبیین‌اند. مدل «مدار بازنمایی معنای فضای عمومی از منظر فرهنگی» که در این پژوهش ارائه شد، با الهام از چرخه فرهنگی استوارت هال، امکان فهم این پویایی را از طریق پنج مؤلفه تولید، مصرف، هویت، دلالت و تنظیم فراهم می‌کند. این مدل نشان می‌دهد که فضای عمومی نه یک محصول نهایی، بلکه یک فرایند فرهنگی در حال بازتولید است که معنا در آن همواره در حال شکل‌گیری، تثبیت، بازتفسیر و تغییر است.

بر اساس این مدل، فرایند تولید فضای عمومی باید فراتر از ملاحظات صرفاً فنی و کالبدی درک شود و به‌عنوان بستری برای تجسم ارزش‌ها، روایت‌ها و کدهای فرهنگی جامعه مورد توجه قرار گیرد. در مقابل، مصرف فضای عمومی از سوی کاربران، به‌واسطه تجربه‌های زیسته، کنش‌های روزمره و تعاملات اجتماعی، می‌تواند معنای تولیدشده را تقویت، بازتعریف یا حتی به چالش بکشد. هویت فضای عمومی نیز در همین تعامل میان طراحی و مصرف شکل می‌گیرد و از طریق حافظه جمعی، حس تعلق و نشانه‌های فرهنگی تثبیت می‌شود. دلالت و بازنمایی معنا با برجسته‌سازی نمادها، نشانه‌ها و روایت‌های فضایی، نقش واسطی میان تجربه فردی و معنای جمعی ایفا می‌کند و در نهایت، تنظیم و مقررات به‌عنوان سازوکارهای رسمی و غیررسمی، چارچوب‌های کنش، استفاده و معناسازی در فضا را هدایت و کنترل می‌کنند. از منظر کاربردی، مدل پیشنهادی امکان استخراج ضوابط و مقرراتی مبتنی بر معنا را برای فضاهای عمومی فراهم می‌سازد. این ضوابط می‌توانند شامل تعیین شیوه‌های دسترسی و مالکیت، تعریف مرزهای فضای عمومی و خصوصی، تنظیم الگوهای رفتاری و فعالیت‌های مجاز، و همچنین سازوکارهای نظارت و امنیت باشند؛ به‌گونه‌ای که ضمن حفظ نظم و ایمنی، تنوع فرهنگی، آزادی کنش و حق استفاده همگانی از فضا مخدوش نشود. بدین ترتیب، مقررات نه صرفاً ابزار کنترل، بلکه بخشی از فرایند بازتولید معنای فرهنگی فضا تلقی می‌شوند.

همچنین، یافته‌های پژوهش زمینه تدوین معیارهای ارزیابی فضای عمومی را فراهم می‌کند که می‌توانند به‌عنوان ابزار تحلیلی در طراحی و مدیریت شهری مورد استفاده قرار گیرند. این معیارها شامل میزان انطباق طراحی با فرهنگ و هویت محلی، کیفیت تجربه مصرف‌کنندگان فضا، قدرت فضا در ایجاد حس تعلق و خاطره جمعی، وضوح نشانه‌ها و دلالت‌های فرهنگی، و کارآمدی نظام‌های تنظیم و نظارت هستند. ارزیابی فضاهای عمومی بر اساس این معیارها امکان شناسایی نقاط قوت و ضعف

هر مؤلفه را فراهم کرده و نشان می‌دهد که مداخله در هر بخش از مدار چگونه می‌تواند بر کل نظام معناسازی فضا اثرگذار باشد. همچنین نتایج این پژوهش می‌تواند در خدمت طراحان و برنامه‌ریزان شهری قرار گیرد. مدل ارائه‌شده ابزاری مفهومی و کاربردی برای هدایت فرایند طراحی، ارزیابی و مدیریت فضاهای عمومی است. طراحان شهری می‌توانند از این مدل برای ادغام ملاحظات فرهنگی، اجتماعی و کالبدی در طراحی استفاده کنند و از تقلیل فضای عمومی به یک محصول صرفاً فیزیکی پرهیز نمایند. برنامه‌ریزان و مدیران شهری نیز می‌توانند با بهره‌گیری از این چارچوب، ضوابط و سیاست‌هایی تدوین کنند که به تقویت هویت، معنا و پویایی فرهنگی فضاهای عمومی منجر شود.

در مجموع، پژوهش حاضر با ارائه یک مدل یکپارچه و چرخه‌ای، گامی در جهت پر کردن خلأ نظری میان مطالعات فرهنگی و طراحی شهری برداشته است. این مدل نشان می‌دهد که دستیابی به فضاهای عمومی معنادار، مستلزم توجه همزمان به تولید، مصرف، هویت، دلالت و تنظیم است. پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده با به‌کارگیری این مدل در مطالعات میدانی و با روش‌های ترکیبی، کارآمدی آن را در زمینه‌های فرهنگی و فضایی مختلف مورد آزمون قرار دهند.

References

- Mehta, V., & Bosson, J. K. (2021). Revisiting lively streets: Social interactions in public space. *Journal of Planning Education and Research*, 41(2), 160-172.
- Zhang, X., He, Y. (2019). What Makes Public Space Public? The Chaos of Public Space Definitions and a New Epistemological Approach, *Administration & Society* 1-22.
- Uysal, F. (2023). A Framework to Promote Publicness in Urban Open Spaces. *Journal of Science PART B: ART, HUMANITIES, DESIGN AND PLANNING*, 11(2): 225-236.
- Cruz, S. S., Roskamm, N., & Charalambous, N. (2018). Inquiries into public space practices, meanings and values. *Journal of Urban Design*, 23(6), 797-802.
- Hall, S. (1997). *Representation in Cultural representations and signifying practices*, London: Sage publication.
- Karaoglu, İ. E., (2024). Intercultural City Programme of Barcelona and public space: An analysis of problematisations and policy conceptualisations, *Geoforum*, Volume 150, 103967, ISSN 0016-7185.

19. Hall, S. (1992). *Formation of Modernity, Introduction to sociology*. London: Polity Press.
20. Hall, S. (1991). *Old and New Identities, Old and New Ethnicities. Culture, Globalization and the World-system: Contemporary Conditions for the Representation of Identity*. Ed.
21. M.I.T. (2014) *Industrial Urbanism: Places of Production*. MIT Urban Planning.
22. Coates, N. (2003) *Guide to Ecstacy*. London: Laurence Publishing.
23. Carter, C. and Donald, J. (1993) *Space and place: theories of identity and location*. USA: University of Michigan: Lawrence & King Wishart.
24. Lai, A.E., Collins, F.L. and Yeoh, B.S.A. (2013) *Migration and Diversity in Asian Contexts*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
25. Gilroy, P. (1993). *The Black Atlantic: Modernity and Double Consciousness*, Verso.
26. Yang, B, Lu, L., Dan, Zh., (2021). An Analysis of Hall's Theory of Cultural Identity and Its Application in Flipped Class, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Proceedings of the 2nd International Conference on Language, Communication and Culture Studies*, 588.
27. Lynch, K. (1960) *The Image of the City*. Cambridge, Massachusetts and London: Massachusetts Institute of Technology Press.
28. Mihelic, B. and Pollak, K. (2010) *What Makes Historic Towns Identifiable: What to Preserve and What to Transform? The Case of Ljubljana*, in IPHS Conference Proceedings (2010) *Urban Transformation: Controversies, Contrasts and Challenges*, Vol.3. Istanbul: Cenkler Printing Office, pp. 109-119.
29. Viana, D.Z. (1997) *Topogenesis of the City. Semantics of the Myth of Origin*, in Muntanola, J. (1997) *Architecture, semiotics and social sciences. Topogenetics*. Universitat Politecnica de Catalunya: Edicions UPC, pp. 499-510.
30. Yawn, L. (2011) *Frangipane and Pierleoni Territories in the Era of the Antipopes (1050-1150)*, *Prima Biennale dello Spazio Pubblico*. Facolta di
7. Li, J., Dang, A., Song, Y. (2022). *Defining the ideal public space: A perspective from the publicness*, *Journal of Urban Management*, Volume 11, Issue 4, , Pages 479-487, ISSN 2226-5856.
8. Remesar, A. (2023). *Symbolic public space and culture on the outskirts of Barcelona. The case of Bon Pastor (Barcelona)*, *Design for All Institute of India*, 18(1), 43-80.
9. Wojnarowska, A. (2016), *Model for Assessment of Public Space Quality in Town Centers*, *European Spatial Research and Policy*, 23(1).
10. Chhabra, P., & Shukla, A. (2024). *The Etymology of Public Space-Exploring Crafting Community Spaces*. *Journal of Visual and Performing Arts*, 5(1), 1207-1218.
11. Fincher, R., Iveson, K., Leitner, H., & Preston, V. (2014). *Planning in the multicultural city: Celebrating diversity or reinforcing difference?*. *Progress in Planning*, 92(5), 1-55. 10.1016/j.progress.2013.04.001
12. Low, S. M. (2019). *Spatializing culture: The ethnography of space and place*. In S. Low (Ed.), *The Routledge Handbook of Anthropology and the City* (pp. 27-40). Routledge.
13. Low, S., & Smith, N. (Eds.). (2013). *The politics of public space*. Routledge.
14. Lefebvre, Henri (1991). *The Production of Space*, Translated by Donald Nicholson-Smith, Massachusetts: Blackwell.
15. Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT Press.
16. Zukin, S. (1995). *The cultures of cities*. Blackwell.
17. Mitchell, D. (2003). *The right to the city: Social justice and the fight for public space*. Routledge.
18. Panahi, A., & Mohammadzadeh, A. (2016). *The image of Iranian women in the travelogues of the French from the early Qajar period to the Constitutional Revolution based on Stuart Hall's representation theory*. *Cultural History Studies; Iranian History Association Research Journal*, 7(27), 1-23. [In Persian]

- S. (2022). Assessing the quality of urban public spaces from social justice perspective (Case study of Rasht, Iran). *Human Geography Research*, 54(1), 193-217. doi: 10.22059/jhgr.2020.300191.1008101. [In Persian]
39. Du Gay, P., et.al. (2013) *Doing Cultural Studies: The story of the Sony Walkman Milton Keynes*. Thousand Oaks, CA, Sage Publications Limited.
40. Andreadou, T., Karamanou, Z. (1997) From representing a concept to the concept of representation, in Muntanola, Architecture, semiotics and social sciences.
41. Serreli, S. (2013) *City Project and Public Space*. New York and London: Springer Science & Business Media.
42. Madanipour, A., Knierbein, S. and Degros, A. (2013) *Public Space and the Challenges of Urban Transformation in Europe*. New York: Routledge.
43. Leontiadis, S. (2015) *The Architecture of Public Open Urban Spaces: Syntax and Representation*. Saarbrücken, Germany: Edizioni Accademiche Italiane.
44. Jarzombek, M. (2000) *The Psychologizing of Modernity; Art, Architecture and History*. Cambridge University Press.
45. Worth, S.E. (2005) *Art and Epistemology*, Internet Encyclopedia of Philosophy; A Peer-Reviewed Academic Resource.
46. Herman, D., Jahn, M. and Ryan, M-L. (2010) *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. Oxfordshire and New York: Routledge.
47. Hall, S., Evans, J., and Nixon, S. (2013) *Representation* (2nd ed.). London: Sage, in association with The Open University.
48. Aiello, G., & Parry, K. (2020). *Visual communication: Understanding images in media culture*. Sage.
- Architettura Roma: Istituto Nazionale Urbanistica.
31. Ananiadou-Tzimopoulou, M. and Yerolympos, A. (2000) *Squares in Greece*, in Miotto, L. *The Square, a European Heritage; A topical survey in five countries (Spain, France, Greece, Italy, Poland)*. European Commission: Fondation Maison des Sciences de l'Homme.
32. Miotto, L., Muret, J.P. (2000) *A Future for the Square in Europe, The Square, a European Heritage; A topical survey in five countries (Spain, France, Greece, Italy, Poland)*. European Commission: Fondation Maison des Sciences de l'Homme.
33. Babaeifard, A., Khodakarman Gilan, N., & Javadi, M. (2019). A review of the concept of identity in urban space. *The 3rd International Congress on Civil Engineering, Architecture and Contemporary Urban Development*. [In Persian]
34. Pirbabaei M T, Nejad Ebrahimi A, Abizadeh S. (2018). Representing the Meaning of Urban Spaces in Ardabil in the Safavid Era Through Hall's Cultural Approach. *CIAUJ*. 4(1), 1-14. doi:10.29252/ciau.4.1.1 [In Persian]
35. Arnheim, R. (1977) *The Dynamics of Architectural Form*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
36. Beckmann, J. (1998) *Seeing with your Eyes; An Email Discussion between Vivian Sobchack and John Beckmann, The Virtual Dimension: Architecture, Representation and Crash Culture*. New York: Princeton Architectural Press.
37. Saura, M. and MUNTANOLA, J. (2011) *Bakhtin, Architectonics And Architecture*. XIV International Congress on Bakhtin. Arquitectonics, 24. Barcelona: Iniciativa Digital Politecnica UPC Barcelona.
38. Nabizadeh Zolpirani, M., Azimi, N. and Mohammadpour,