

# تحلیل محتوای مجله‌های «هنر معماری»، «معمار» و «معماری و ساختمان»

بر اساس نظریه برجسته‌سازی (۱۳۷۷ تا ۱۳۹۷)\*

علیرضا عظیمی حسن آبادی

پژوهشگر دکتری معماری، گروه معماری، دانشکده فنی و مهندسی، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران.

سعید تیزقلم زنوزی\*\*

استادیار، گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

محسن کاملی

استادیار، گروه معماری، دانشکده فنی و مهندسی، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران.

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۱/۲

تاریخ پذیرش: ۹۹/۲/۱۳

تاریخ قرارگیری روی سایت: ۹۹/۰۴/۰۱

**چکیده** | علی‌رغم نقش مجلات تخصصی در تبلیغات، آموزش و ایجاد جریان‌های فکری در معماری معاصر ایران، تاکنون هیچ تحقیق جامعی پیرامون محتوای این رسانه‌ها صورت نگرفته است. تحلیل محتوای مجلات «معمار»، «هنر معماری» و «معماری و ساختمان» طی بیست سال فعالیت اخیر آنان هدف این پژوهش است. اهمیت این تحقیق با درک نقش رسانه‌ها در جهت‌دهی به افکار حرفه‌مندان بر اساس نظریه برجسته‌سازی مشخص می‌شود. تحلیل محتوا با مراجعه به منابع دست اول (نسخ اصل مجلات) و کدگذاری دو مرحله‌ای مقالات بر اساس سیاهه و آرسی محقق ساخته در ۳۳ معیار موضوعی. تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش آنالیز میان‌موردی (cross-case analysis) صورت پذیرفته تا نتایج در دو سطح آمارهای کمی و تحلیل‌های کیفی ارائه شوند. سه مجله مذکور، به‌عنوان باثبات‌ترین نشریات تخصصی معماری ایران در بیست سال اخیر که همچنان چاپ آنان ادامه دارد، مجموعاً ۲۲۱ نسخه از سال ۱۳۷۷ تا پایان ۱۳۹۷ مشتمل بر ۴۹۶۵ مقاله چاپ کرده‌اند. موضوعات «معرفی پروژه در ایران» (مجموعاً ۳۹/۱۹ درصد از کل مقالات)، «تاریخ و مبانی نظری» (مجموعاً ۲۳/۱۹ درصد از کل مقالات)، «اخبار رویدادهای معماری» (مجموعاً ۹۳/۱۲ درصد از کل مقالات) و «معرفی پروژه در غرب» (مجموعاً ۸۱/۱۰ درصد از کل مقالات) بیشترین سهم از محتوای چاپی را به خود اختصاص داده‌اند. بیش از ۳۶/۶۲ درصد واریانس مقالات منتشرشده در باب چهار موضوع مذکور است. مضمون برجسته در بین تمامی مجلات «معرفی پروژه در ایران» است. مجلات تخصصی معماری نقش مؤثری در سوگیری معماران در استفاده از رسانه‌ها به‌عنوان بستر معرفی آثار ساختمانی خود و متعاقباً جهت‌دهی اذهان ایشان به سمت «معماری غرب» از طریق انتشار «تاریخ و مبانی نظری» داشته‌اند. در خاتمه میزان هم‌سویی بین مقالات با دغدغه‌های جامعه حرفه‌ای معماران و برخی محورهای جایگزین پیشنهاد شده است.

**واژگان کلیدی** | مجله معمار، مجله هنر معماری، مجله معماری و ساختمان، رسانه و معماری، نشریات معماری.

**مقدمه** | جهان معاصر جهانی اشباع از رسانه‌هاست. درک رسانه‌ها و سواد رسانه‌ای جزء الزامات زندگی در این عصر

است. در کشورهای توسعه‌یافته «مسئله سواد رسانه‌ای را در حوزه‌های مختلف همچون تحلیل انتقادی محتوای رسانه‌ها، سواد دیجیتال و اطلاعاتی، سواد فیلم، سواد خوانش اخبار و اطلاعات، سواد اینترنت و امنیت آنلاین، سواد بازی‌های

\*\* نویسنده مسئول: ۰۹۱۲۶۲۲۲۸۴۳@fazayenoMedia@gmail.com

نهران مجلات مذکور با پرداختن به موضوعات مختلف است. سوگیری‌هایی که به صورت مستقیم به اندیشه معماران و جهان‌اندیشی (و نه چگونگی اندیشیدن) ایشان مرتبط است.

### ضرورت تحقیق

از یک سو «بررسی مقالات منتشرشده در یک مجله نشان‌دهنده روند و مسائلی است که بر نظم فکری اثر می‌گذارد» (Cokley, Caldwell, Miller & Muhammad, 2001, 46) و از سوی دیگر تحقیقات پیرامون رسانه‌ها در ایران به دلیل محدودیت‌ها و تعداد رسانه‌ها بسیار کم‌رنگ است. در عین حال نبود تصویری جامع از نقش رسانه در فضای کشور همگام با عدم مطالعات مستقل و پژوهش‌های تطبیقی بین نشریات معماری (به‌عنوان اصلی‌ترین رسانه بیست سال اخیر معماران) واضح است. به نظر می‌رسد به دلیل ماهیت میان‌رشته‌ای این‌گونه تحقیقات، بررسی و تعمیق آنها تا امروز به تأخیر افتاده است. بنابراین انجام چنین پژوهش‌هایی با توجه به اهمیت روزافزون نقش رسانه‌ها در فضای فکری کشور ضروری است. این‌گونه مطالعات به درک ما از رسانه و ارتقای سواد رسانه‌ای جامعه معماران کمک می‌کند.

نبود چنین مطالعاتی همچنین باعث شده است که حداقل سه مشکل اساسی در فضای معماری کشور به وجود آید: نخست، افتادن در یک دور باطل و تکرار تجارب اشتباه توسط نشریه‌ها و رسانه‌های کوچک‌تر و جوان‌تر که پیش از این توسط رسانه‌های بزرگ‌تر تجربه شده بودند. دوم، تولید فضای سوءاستفاده و فریب افکار عمومی در حوزه‌های مختلف معماری توسط کسانی که از عدم آگاهی معماران و مردم بهره‌برداری منفعت‌طلبانه می‌کنند. سوم عدم شناخت ما از رسانه‌ها و مسائل مطرحی از جانب ایشان ما را به مصرف‌کننده‌ای صرف تبدیل می‌کند که نقشی منفعل دارد. حال آن‌که فلسفه رسانه و مجلات دقیقاً برعکس این موضوع است. شفاف‌سازی این مقوله به تبیین جایگاه نشریات و افزایش قدرت درک شناختی ما کمک شایانی خواهد کرد. سه نشریه «معمار»، «هنر معماری» و «معماری و ساختمان» از زمان آغاز انتشار هریک، تا پایان زمستان ۱۳۹۷ مجموعاً بیش از دویست و بیست و یک نسخه به چاپ رسانده‌اند. جدا از حجم عظیم فعالیت مطبوعاتی، انباشت تجربه، جمع‌آوری اسناد تاریخی و انتقال دانش توسط این سه نشریه، انتشار منظم و بدون وقفه، تلاش در جهت معرفی استعدادهای نو و جریان‌سازی، کیفیت بالای چاپ، تنوع محتوا، برگزاری مهم‌ترین رویدادهای معماری ایران و گستردگی همکاری با بخش عظیمی از جامعه معماران ایران، باعث ایجاد فاصله بین این سه نشریه با دیگر مطبوعات و رسانه‌های معماری، شهرسازی و طراحی داخلی ایران شده است. در حالی مدیریت نظام فکری سپهر بخشی از معماری

دیجیتال، سواد رسانه‌های ارتباطی و... تعریف و دنبال کرده‌اند» (Petranova, Hossova & Velicky, 2017, 64). «حتی در کشورهای کوچکی همچون مونته‌نگرو در اروپای شرقی نیز از سال ۲۰۰۹، موضوع سواد رسانه‌ای به‌عنوان واحد درسی اختیاری در دسترس دانش آموزان مدارس قرار گرفته است» (Perovic, 2015, 95). فضای معماری معاصر ایران نیز جدا از این وضعیت نیست. رسانه‌ها به‌عنوان نهادهای مستقل رصدکننده حرکت جامعه، هم‌زمان با اثرگذاری بر آنها، وظیفه پایش و جهت‌دهی به آینده را نیز بر عهده دارند. از همین رو به رسانه‌ها، خصوصاً مطبوعات، در کنار قانون اساسی، مجلس و احزاب، لقب «رکن چهارم دموکراسی» را داده‌اند. از سویی دیگر امروز این واقعیت مسلّم شده است که رسانه‌ها نمی‌توانند به مردم بگویند چگونه فکر کنند. هرکسی قطعاً براساس سبک زندگی و شرایط خود مستقلاً، تفکر و نتیجه‌گیری خواهد کرد، اما رسانه‌ها می‌توانند به مردم بگویند که به «چه چیزی» فکر کنند. رسانه‌ها با تمرکز بر یک موضوع و یا عدم پردازش یک خبر به راحتی حوزه فکری مخاطبان را به جهات دلخواه خویش تغییر می‌دهند و به‌نوعی به فضای فعلی و آینده ما «شکل‌دهی» می‌کنند. در همین زمینه «مارشال مک‌لوهان» اساس تحولات تاریخی و اجتماعی را نظام ارتباطات می‌داند، نظامی که قدرت آن را دارد که انسان را در ابتدا «قبیله‌زدایی» کند و سپس او را در عصر الکترونیک به سوی «قبیله‌ای شدن مجدد» تشویق کند. او در کتاب خویش، «درک رسانه‌ها: پیشرفت بشریت» می‌نویسد: «در تمدن مکتوب رابطه انسان با گروه اجتماعی مربوطه‌اش تقریباً به‌طور کامل از هر نوع احساس و عاطفه جمعی و خانوادگی خالی شد، از این رو فرد از نظر عاطفی طوری احساس آزادی کرد که قادر است از قبیله‌اش جدا شود (قبیله‌زدایی) و به‌صورت انسانی مدرن و متمدن درآید» (Mc Luhan, 2018, 155). مک‌لوهان با اشاره به اهمیت سوادآموزی و شکل‌گیری ذهنیت مدرن انسان، رسانه را بستر غیرقابل‌انکار پیشرفت بشریت می‌داند. او باور دارد: «کسب اعتبار مجدد در دهکده جهانی انسان را وامی‌دارد که خود را وارد نظام گفتار بین‌المللی کند. در این نظام رسانه نخستین معلم و در عین حال مخاطب است. حتی پیام انسان، خود، رسانه است و همین رفت و برگشت باعث اثرگذاری رسانه بر انسان‌ها و ساخت قبیله‌ای نو می‌شود» (ibid.).

### بیان مسئله

مسئله اصلی این پژوهش تحلیل محتوا و مطالعه تطبیقی سه نشریه «معمار»، «معماری و ساختمان» و «هنر معماری» از طریق بررسی موضوعی مقالات چاپ‌شده در آنهاست. درواقع پژوهشگر در این تحقیق به دنبال سوگیری‌های آشکار و

اندازه‌گیری تأثیر رفتاری رسانه‌ها از رابطه تا علیت (آزمون برای یافتن رابطه‌ها به صورت تحقیق پیمایشی، آزمون علیت به صورت تحقیق آزمایشی)» (گونتر، ۱۳۸۴، ۱۴). در این بین انجام تحقیقات با موضوع کارکرد رسانه‌ها و بررسی آثار پیام‌های ارتباطی بر آحاد مردم که به نظریه‌های اجتماعی- رفتاری شناخته می‌شوند، از بالاترین اهمیت برخوردارند. «تأکید این نظریه‌ها بر روش‌های کمی پژوهش است که طی آن اعتبار هر نظریه را می‌توان براساس روش‌های نظام‌مند و دقیق مورد بررسی و سنجش قرار داد. این نظریه‌ها در مقابل سنت نظری دیگری قرار می‌گیرند که به نظریه‌های فرهنگی موسوم‌اند و کانون توجهشان بر زبان و مفهوم متون و نحوه درک آنها متمرکز است. نظریه‌های فرهنگی ریشه در جامعه‌شناسی تفسیری، زبان‌شناسی، مطالعات ادبی و انسان‌شناسی دارند» (مهدی‌زاده، ۱۳۹۵، ۴۷۷). از نظریه‌های اجتماعی- رفتاری می‌توان به «نظریه تزریقی»، «نظریه برجسته‌سازی»، «نظریه استحکام یا تأثیر محدود»، «نظریه یادگیری اجتماعی یا جامعه‌پذیری»، «نظریه کاشت»، «نظریه ماریج سکووت»، «نظریه شکاف آگاهی»، «نظریه وابستگی مخاطبان»، «نظریه استفاده و رضامندی»، «نظریه ساخت اجتماعی واقعیات یا برساخت‌گرایی اجتماعی» و نهایتاً «نظریه چارچوب‌سازی» اشاره کرد.

«نظریه برجسته‌سازی مدعی تأثیر رسانه‌ها بر شناخت و نگرش مردم و تعیین اولویت‌های ذهنی آنان از طریق انتخاب و برجسته‌سازی بعضی از موضوعات و رویدادها در قالب خبر و گزارش خبری است. به این معنا که رسانه‌ها با برجسته‌ساختن بعضی از موضوعات و رویدادها، بر آگاهی و اطلاعات مردم تأثیر می‌گذارند. گرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مردم «چگونه» بیاندیشند اما می‌توانند تعیین کنند که «درباره چه» بیاندیشند» (همان). شاو و مک‌کومبز در این باره می‌نویسند: «مهم‌ترین تأثیر ارتباط جمعی در این کارکرد، ایجاد نظم فکری برای مخاطبان و نظم دادن به دنیای پیرامون ماست» (شاو و مک‌کومبز، ۱۳۸۳، ۱۱۲). در این بین سورین و تانکاره اظهار می‌دهند که «برجسته‌سازی برای موضوعاتی که مردم پیرامون آنها اطلاعات بیشتر یا تجربه مستقیم دارند اشتباهی مهلک برای یک رسانه بوده و ریسک فرایند انتقال هدفمند پیام را بالا می‌برد. در واقع هرچه عامه تجربه مستقیم کمتری نسبت به یک موضوع و رویداد خاص داشته باشند، بیشتر به اطلاعات رسانه‌ها متکی می‌شوند و برجسته‌سازی آسان‌تر انجام خواهد شد. از این رو رسانه‌ها همیشه به دنبال موضوعات بدیع و جدیدی هستند که در نیل آنها به اهداف کلان‌شان سرعت بخشند» (سورین و تانکاره، ۱۳۹۱، ۷۲).

انگل و کورت لنگ فرایند برجسته‌سازی را به شش مرحله

ایران تا حدودی در انحصار این سه نشریه است که تاکنون هیچ تحقیق جامعی پیرامون محتوای ۲۲۱ نسخه منتشرشده این نشریات صورت نگرفته است. در این تحقیق، پژوهندگان به تحلیل محتوای تمام نسخه‌های مذکور خواهد پرداخت.

## روش تحقیق

این تحقیق از حیث نوع نگاه به مسئله یک تحقیق بنیادی- تجربی (از نوع مقطعی) است. روش تحقیق تحلیل محتواست که یکی از اشکال معتبر تحقیقات اجتماعی و ارتباطات است. در این روش «داده‌های کیفی به داده‌های کمی تبدیل می‌شوند تا امکان ارائه مجدد تفسیرهای کیفی مهیا شود» (Elo & Kyngas, 2008, 110) در این تحقیق به دلیل اهمیت موضوع، حجم نمونه محدود نبود و کلیه جامعه آماری شامل مجموعاً ۲۲۱ نسخه مجله از سال ۱۳۷۷ تا پایان سال ۱۳۹۷ مشتمل بر ۴۹۶۵ مقاله تحلیل محتوایی شدند. واحد تحقیق نیز در این پژوهش هرگونه یادداشت، مقاله، گزارش و مطلبی است که در قالب نوشتار در مجلات جامعه آماری منتشر شده‌اند. همچنین بررسی براساس سیاهه و آرسی محقق ساخته مشتمل بر ۳۳ معیار موضوعی بوده است. ابزار گردآوری مطلوب و متناسب با روش تحلیل محتوا اطلاعات کتابخانه‌ای بود. در گام بعدی کدگذاری دو مرحله‌ای و تجزیه و تحلیل میان‌موردی با هدف ساخت مفاهیم از اطلاعات اولیه آماری مستخرج از سیاهه و آرسی صورت پذیرفته است. روایی و پایایی ابزار به دلیل استفاده از منابع دست اول و آرسیوی کامل مجلات مورد پژوهش صد درصد است. همچنین برای اطمینان از صحت و پوشش مکفی معیارهای موضوعی از ۵ تن از اساتید حرفه که به فضای نشریات معماری آشنا هستند نظرخواهی شد. تحلیل‌های کمی (توصیفی و تبیینی) و کیفی (براساس تفسیر) نیز در خاتمه ارائه شده‌اند.

## نظریه برجسته‌سازی

رسانه‌ها را از وجوه مختلفی می‌توان بررسی کرد: «محصولات رسانه‌ها (تحلیل محتوا، تحقیق آزمایشی در زمینه محصول رسانه‌ها، تحلیل محتوای کیفی)، اندازه‌گیری میزان استفاده و قرارگرفتن مخاطبان در معرض رسانه‌ها (روش‌های دستیابی به اطلاعات، تحقیقات در زمینه رسانه‌های مکتوب، میزان استفاده از رسانه‌های الکترونیکی، رویکردهای کیفی در شناخت مخاطبین)، اندازه‌گیری واکنش‌های عاطفی به رسانه‌ها (تحقیقات عاطفی منبث از صنعت رسانه، تحقیقات آکادمیک)، اندازه‌گیری واکنش‌های شناختی به رسانه‌ها تحت نام توجه و فهم (اندازه‌گیری هم‌زمان با تماشا، رویکردهای فرعی هم‌زمان با تماشا)، اندازه‌گیری اثر شناختی رسانه‌ها (تحقیقات تعیین دستور کار، کاشت باورها و نظریات) و

تقسیم کرده‌اند: ۱. پراهمیت جلوه‌دادن رویدادها، ۲. پوشش متفاوت، ۳. قالب خاص برای موضوعات، ۴. زبان و لحن خاص، ۵. اتصال موضوعات نمادهای ثانویه شناخته‌شده و ۶. اظهارات اشخاص معتبر و معروف» (Lang & Lang, 2018, 867).

## ادبیات موضوع

با بررسی بانک‌های اطلاعاتی پایان‌نامه‌های کشور مشخص شد که موضوع این تحقیق به صورت مشابه و با روش تحقیق مشابه هرگز مورد مطالعه نبوده است. در باب تحقیق با موضوع مشابه اما با روش تحقیق متفاوت نیز پژوهش مشابهی جهت گزارش یافت نشد. از حیث تحقیقات با موضوع غیرمشابه اما مرتبط و با روش تحقیق متفاوت، یک پژوهش از پریسا علی‌محمدی یافت شد که در سال ۱۳۸۶ در قالب تز دکتری خود در دانشگاه آزاد اسلامی به موضوع «نقش تجربه با واسطه (رسانه‌ای) در شناخت دانشجویان معماری معاصر ایران» پرداخته است. او در این پژوهش از دو دسته از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی و دانشگاه تهران پیرامون روش شناخت و منابع دریافت اطلاعات آنان نظرسنجی کرده است. علی‌محمدی در پایان نتیجه گرفته است که «دانشجویان بیشتر معماران و آثاری را دوست می‌دارند که از طریق رسانه شناخته و تجربه کرده‌اند، ولی تغییر علایق بدون عمق کافی بوده و شناخت از آثار جهانی بیشتر ظاهری و سطحی است. بیشتر به تصاویر پرداخته می‌شود و آثار شناخته‌شده از معماران مورد علاقه، اغلب تنها یک عدد [پروژه] است» (علی‌محمدی، ۱۳۸۶، ۷۲). او علت این امر را عدم احاطه به زبان و نظام‌های نمادین هر رسانه می‌داند و استدلال می‌کند که «رسانه‌ها در ایران ضعیف عمل می‌کنند [در حالی که] می‌توانند بسیار تأثیرگذار باشند» (همان). او نتایج خود را به کل سیستم آموزشی معماری در ایران تعمیم می‌دهد و در خاتمه ضمن ارائه راهکارهایی نتیجه می‌گیرد که «امروزه رسانه به عامل جهت‌دهی دانشجویان ایران تبدیل شده، بدون آنکه از توان و ظرفیت آموزشی آن به‌طور کامل و مناسب استفاده شود» (همان، ۷۳). تحقیق علی‌محمدی به لحاظ درک اهمیت رسانه به‌عنوان یکی از منابع آموزش معماران، بسیار هوشمندانه بوده است، زیرا ظاهراً این اثرگذاری از همان دوران دانشجویی آغاز می‌شود. زمان انجام این پژوهش (بین سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۸۵) نیز نشان دیگری از هوشمندی و آینده‌بینی محقق آن است. از حیث موضوع غیرمشابه اما مرتبط، با روش تحقیق یکسان با پژوهش ما سه تحقیق یافت شد. ایمان رئیسی، دیگر دانشجوی دکتری معماری دانشگاه آزاد اسلامی، در رساله دکتری خود به سال ۱۳۸۷ تحت عنوان «نقش نقد در جهت‌دهی به معماری معاصر ایران» به رسانه‌های معماری به‌عنوان بستر

انتقال و آموزش نقد رجوع کرده بود. او تحقیق خود را اساساً با استناد به کلیه نشریات معماری منتشرشده در ایران انجام داده است. او در این تحقیق، نشریات معماری از ۱۳۲۵ (یعنی زمان انتشار نشریه «آرشیکتک»، نخستین نشریه معماری در ایران) تا ۱۳۸۰ خورشیدی را با هدف کشف نقدهای معماری بررسی کرده بود. او در نهایت نتیجه گرفت که «نقد تأثیر کمی در جهت‌دهی معماری معاصر ایران داشته است» (رئیسی، ۱۳۸۷، ۳۲۴). روش تحقیق رئیسی در این پژوهش تحلیل محتوا بوده است، اما همان‌گونه که تأکید شد، صرفاً پیدا کردن و گونه‌شناسی مقالات نقد معماری در آن پژوهش هدف بوده است. هادیان قزوینی (۱۳۹۱) نیز پنج نشریه علمی-پژوهشی را که بین سال‌های ۱۳۷۱-۱۳۹۰ انتشار یافته‌اند، انتخاب کرده و با فنون تحلیل استنادی و تحلیل شبکه‌ی اجتماعی به تحلیل و مصورسازی روابط هم‌استنادی و خوداستنادی آنها پرداخته است. این روابط به کمک نرم افزار یو. سی. آی. نت (UCINET) تحلیل شده و با کمک نرم‌افزار نت‌دراو (NetDraw) به صورت شبکه‌ای مصورسازی شده‌اند. تعیین نشریات مستقل، محبوب، اشاعه‌گر دانش و کنترل‌گر، خوشه‌بندی سلسله‌مراتبی نشریات جامعه و ترسیم نقشه دوبعدی آنها بر مبنای مشابهت الگوهای دریافت استناد، تعیین سطح ارتباطات علمی در شبکه نشریات معماری بین سال‌های ۱۳۷۱-۱۳۹۰ از نتایج این پژوهش بوده است. مجلات مورد بررسی هادیان قزوینی به چاپ نمی‌رسند و به دلیل برخورداری از مطالب بسیار تخصصی اغلب مورد استفاده اساتید و محققان معماری است. نشریات مورد بررسی این تحقیق مجلات چاپی و توزیع‌شده در بین عموم دفاتر معماری و حرفه‌مندان است که در بازار معماری فعالیت حرفه‌ای می‌کنند. همچنین روش تحقیق این پژوهش تحلیل محتواست. هم هادیان قزوینی و هم این تحقیق کلیه مقالات منتشرشده نشریات هدف خود را بررسی کرده‌اند. ستاوند و روستا (۱۳۹۲) نیز در مقاله خود با عنوان «تحلیل کمی و کیفی مقاله‌های مجله معماری و شهرسازی آرمانشهر از ابتدای انتشار تاکنون (۱۳۸۷-۱۳۹۲)» تعداد ۱۴۳ مقاله در ۱۰ شماره از نشریه «آرمانشهر» را براساس ۸ متغیر بررسی کرده‌اند.

تفاوت تحقیق مذکور با این تحقیق در نوع جامعه آماری، تعداد متغیرها و موضوع مورد تحقیق بوده است. ستاوند و روستا بر معیارهایی همچون تحویلات نویسندگان، مدت زمان پذیرش مقالات و نهادهای همکار پرداخته بودند، لیکن این تحقیق فقط بر موضوع مقالات براساس نظریه برجسته‌سازی تمرکز دارد. در باب تحقیقات بین‌المللی نیز محققان خارج از کشور هیچ‌گاه بر تحقیق پیرامون سه نشریه مورد توجه این پژوهش، به صورت مستقیم اقدام نورزیده‌اند.

## معیارهای موضوعی سنجش مقالات

## یافته‌ها

آمارهای کمی حاصل از تحلیل محتوای مجلات در ادامه می‌آید (جدول ۲).

برای دستیابی به تصویری جامع‌تر و شفاف‌تر از ۲۰ سال فعالیت این سه مجله معماری در ایران نمودارهایی نیز توسط محققان تولید شدند. برای مثال نمودار پراکنش زیرموضوع «معرفی پروژه در ایران» در سه سال اخیر بین سه مجله مورد تحقیق به صورت تصویر ۱ و ۲ تصویرسازی شده است. از آنجا که مجلات «هنر معماری» و «معماری و ساختمان» به صورت فصلنامه و مجله «معمار» به صورت دوماهنامه منتشر در نمودارهایی جداگانه دسته‌بندی شده‌اند.

آمار کل مقالات تمام مجلات مورد پژوهش به شرح جدول ۳ است. طبق تحقیق دو زیرموضوع «معرفی پروژه در ایران» و «تاریخ و مبانی نظری» برای هر سه مجله حیاتی، مهم و

کلیده مقالات جامعه آماری حسب تجارب کاری محققان در سه موضوع اصلی «معماری»، «معماری داخلی» و «دیگرها» دسته‌بندی شدند. در هریک از این سه موضوع، زیرموضوعات متنوعی قرار گرفتند. نهایتاً حسب پایش‌های اولیه ۱۸ زیرموضوع برای موضوع «معماری»، دوازده زیرموضوع برای موضوع «معماری داخلی» و سه زیرموضوع برای «دیگرها» انتخاب شد. تمام مقالات براساس موضوعات و زیرموضوعات در دو مرحله کدگذاری شدند و تعداد آنها شمارش شدند. جدول ۱ معرف موضوعات اصلی و زیرموضوعات است.

مجموعاً ۱۲ جدول جهت بررسی این پژوهش توسط محققان تکمیل و به صورت کامپیوتری مستندسازی شده‌اند. جهت سنجش صحت فرایند، نسخی از مجلات به صورت تصادفی انتخاب و مجدداً بررسی شدند.

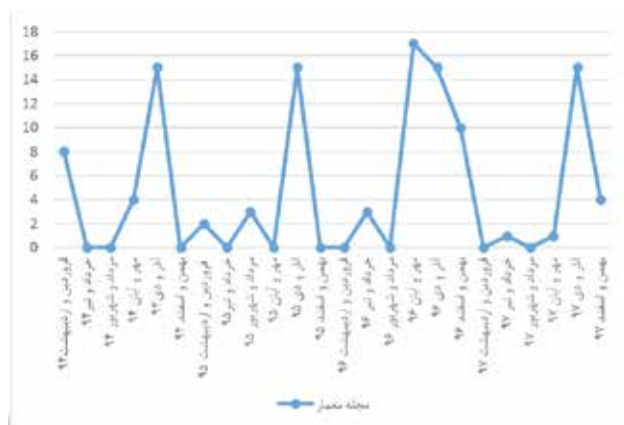
جدول ۱. موضوعات اصلی و زیرموضوعات هریک به‌عنوان معیارهای سنجش. مأخذ: نگارندگان.

زیرمجموعه‌های «موضوع معماری»	زیرمجموعه‌های موضوع «معماری داخلی»	زیرمجموعه‌های موضوع «دیگرها»
سبک‌شناسی معماری غرب	اصول طراحی داخلی	طراحی صنعتی
سبک‌شناسی معماری شرق	معرفی پروژه طراحی داخلی در غرب	شهرسازی
اصول طراحی معماری	معرفی پروژه طراحی داخلی در شرق	نقاشی، مجسمه‌سازی، موسیقی، خوشنویسی و ...
تاریخ و مبانی نظری معماری	معرفی پروژه طراحی داخلی در ایران	
مواد و مصالح	معرفی معماران طراحی داخلی ایرانی	
معرفی کتاب و مجله	معرفی معماران طراحی داخلی غیرایرانی	
معرفی پروژه در غرب	تاریخ و مبانی معماری داخلی در ایران	
معرفی پروژه در شرق	تاریخ و مبانی معماری داخلی در جهان	
معرفی پروژه در ایران	طراحی مبلمان و دکوراسیون	
هوشمندسازی	مبانی نظری معماری داخلی	
معماری دیجیتال	گفت‌وگو با معمار داخلی	
معرفی معمار ایرانی	نورپردازی	
معرفی معمار غیر ایرانی		
گفت‌وگو با معمار ایرانی		
گفت‌وگو با معمار غیرایرانی		
معماری بومی و سنتی		
اخبار دانشجویی و دانشگاه‌ها		
اخبار رویدادهای معماری		

جدول ۲. اطلاعات آماری اولیه از مجلات تحلیل‌شده. مأخذ: نگارندگان.



تصویر ۱. نمودار مقایسه‌ای پراکنش زیرموضوع «معرفی پروژه در ایران» در سه سال اخیر بین دو مجله «هنر معماری» و «معماری و ساختمان». مأخذ: نگارندگان.



تصویر ۲. نمودار پراکنش زیرموضوع «معرفی پروژه در ایران» در مجله «معمار» در سه سال اخیر. مأخذ: نگارندگان.

دست‌آورد اولیه آماری	عنوان مجله	نتیجه
سهم تعداد نسخ هریک از مجلات نسبت به کل براساس درصد	مجله معماری	۵۱ درصد
سهم هریک از مجلات بر اساس تعداد نسخ	مجله معماری و ساختمان	۲۶ درصد
فرآوانی اسمی هریک از مجلات از مجموعه ۴۹۶۵ مقاله بررسی شده	مجله هنر معماری	۲۳ درصد
درصد سهم هریک از مجلات از مجموعه ۴۹۶۵ مقاله بررسی شده	مجله معماری	۱۱۳ نسخه
درصد سهم مقالات هر موضوع نسبت به کل	مجله معماری و ساختمان	۵۷ نسخه
درصد سهم مقالات هر موضوع نسبت به کل	مجله هنر معماری	۵۱ نسخه
درصد سهم مقالات هر موضوع نسبت به کل	مجله معماری	۲۵۵۷ مقاله
درصد سهم مقالات هر موضوع نسبت به کل	مجله معماری و ساختمان	۱۳۸۵ مقاله
درصد سهم مقالات هر موضوع نسبت به کل	مجله هنر معماری	۱۰۲۳ مقاله
درصد سهم مقالات هر موضوع نسبت به کل	مجله معماری	۵۱ درصد
درصد سهم مقالات هر موضوع نسبت به کل	مجله معماری و ساختمان	۲۸ درصد
درصد سهم مقالات هر موضوع نسبت به کل	مجله هنر معماری	۲۱ درصد
درصد سهم مقالات هر موضوع نسبت به کل	معماری	۸۷ درصد
درصد سهم مقالات هر موضوع نسبت به کل	معماری داخلی	۸ درصد
درصد سهم مقالات هر موضوع نسبت به کل	دیگر موضوعات	۵ درصد
درصد سهم مقالات هر موضوع نسبت به کل	معماری	۴۳۳۶ مقاله
درصد سهم مقالات هر موضوع نسبت به کل	معماری داخلی	۳۷۰ مقاله
درصد سهم مقالات هر موضوع نسبت به کل	دیگر موضوعات	۲۵۹ مقاله

تمرکز بر برخی موضوعات مردم را ناخودآگاه به توجه یا عدم توجه به موضوعات مطلوب رسانه سوق می‌دهند. رسانه‌ها اگرچه ناتوان در جهت‌دهی به مردم در «چگونه» اندیشیدن هستند، لیکن می‌توانند تعیین کنند که عموم «درباره چه» بیاندیشند یا بحث کنند. حجم نمونه شامل کلیه جامعه آماری، یعنی تمام نشریات به‌چاپ‌رسیده توسط سه نشریه معماری، هنر معماری و نهایتاً معماری و ساختمان، بوده است. روش تحقیق این پژوهش از نوع تحلیل محتوا با کدگذاری دو مرحله‌ای و تجزیه و تحلیل میان‌موردی بوده است. براساس این پژوهش مشخص شد که سه مجله «معمار»، «هنر معماری» و «معماری و ساختمان» طی ۲۰ سال فعالیت خود از ۱۳۷۷ تا ۱۳۹۷ و با انتشار ۴۹۶۵ مقاله مجموعاً به موضوعاتی با ترتیب «معرفی پروژه در ایران» (مجموعاً ۱۹/۳۹ درصد از کل مقالات)، «تاریخ و مبانی نظری» (مجموعاً ۱۹/۲۳ درصد از کل مقالات)، «اخبار رویدادهای معماری» (مجموعاً ۱۲/۹۳

جزء سه زیرموضوع برتر بوده است. پس از این دو، زیرموضوع «اخبار و رویدادهای معماری» برای دو نشریه «معمار» و «معماری و ساختمان» مهم بوده است. این در حالی است که برای «هنر معماری» زیرموضوع «معرفی پروژه در غرب» در اولویت بوده است. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده مشخص شد که مجله معماری بیشترین اهتمام خود را بر انتشار «مبانی نظری معماری»، مجله هنر معماری بیشترین اهتمام خود را بر «معرفی پروژه در غرب» و مجله معماری و ساختمان بیشترین اهتمام خود را بر «معرفی پروژه در ایران» اختصاص داده است (جدول ۴).

### بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این تحقیق تحلیل محتوای سه عنوان از مجلات فعال و چاپی پیرامون معماری ایران است. این تحقیق در چارچوب نظریه برجسته‌سازی است که باور دارد رسانه‌ها با

جدول ۳. سیاهه کل مقالات مجلات سه‌گانه براساس موضوعات. مأخذ: نگارندگان.

موضوع کلان	زیرمجموعه‌ها	مجله هنر معماری	مجله معمار	مجله معماری و ساختمان	مجموع کل	مجموع دسته
معماری	سیک‌شناسی معماری غرب	۸	۲	۵	۱۵	۴۳۳۶
	سیک‌شناسی معماری شرق	۱	۵	۹	۱۵	
	اصول طراحی معماری	۲۳	۷۳	۲۱	۱۱۷	
	تاریخ و مبانی نظری معماری	۱۲۷	۵۳۰	۲۹۸	۹۵۵	
	مواد و مصالح	۱۶	۶۰	۸	۸۴	
	معرفی کتاب و مجله	۴	۸۶	۱۳	۱۰۳	
	معرفی پروژه در غرب	۱۷۹	۲۸۴	۷۴	۵۳۷	
	معرفی پروژه در شرق	۱۵	۶۶	۵۹	۱۴۰	
	معرفی پروژه در ایران	۱۴۹	۵۰۸	۳۰۶	۹۶۳	
	هوشمندسازی	۶	۴۲	۲۱	۶۹	
	معماری دیجیتال	۷	۸	۸	۲۳	
	معرفی معمار ایرانی	۲۹	۵۸	۱۸	۱۰۵	
	معرفی معمار غیر ایرانی	۲۱	۳۲	۷	۶۰	
	گفت‌وگو با معمار ایرانی	۲۴	۴۹	۵۰	۱۲۳	
	گفت‌وگو با معمار غیرایرانی	۷	۲۶	۴	۳۷	
	معماری بومی و سنتی	۴۹	۱۸۰	۹۱	۳۲۰	
	اخبار دانشجویی و دانشگاه‌ها	۵	۱۴	۹	۲۸	
اخبار رویدادهای معماری	۶۵	۳۰۴	۲۷۳	۶۴۲		
معماری داخلی	اصول طراحی داخلی	۵	۲	۳	۱۰	۳۷۰
	معرفی پروژه طراحی داخلی در غرب	۸۴	۱۷	۳	۱۰۴	
	معرفی پروژه طراحی داخلی در شرق	۱۶	۱	۱	۱۸	
	معرفی پروژه طراحی داخلی در ایران	۷۳	۳۳	۱۰	۱۱۶	
	معرفی معماران طراحی داخلی ایرانی	۹	۴	۱	۱۴	
	معرفی معماران طراحی داخلی غیرایرانی	۳	۰	۰	۳	
	تاریخ و مبانی معماری داخلی در ایران	۸	۰	۸	۱۶	
	تاریخ و مبانی معماری داخلی در جهان	۱	۱	۱	۳	
	طراحی مبلمان و دکوراسیون	۲۶	۰	۰	۲۶	
	مبانی نظری معماری داخلی	۱۹	۶	۶	۳۱	
	گفت‌وگو با معمار داخلی	۲	۱	۲	۵	
دیگرها	نورپردازی	۱۵	۹	۰	۲۴	۲۵۹
	طراحی صنعتی	۱۵	۷	۱	۲۳	
	شهرسازی	۳	۶۵	۱۸	۸۶	
	نقاشی، مجسمه‌سازی، موسیقی و ...	۹	۸۴	۵۷	۱۵۰	

جدول ۴. قوی‌ترین و ضعیف‌ترین زیرموضوعات در سه مجله از سال ۱۳۷۷ تا ۱۳۹۷. مأخذ: نگارندگان.

نام مجله	رتبه	قوی‌ترین زیرموضوع	فراوانی مقالات	درصد از کل مقالات مجله	موضوع کلان
هنر معماری	۱	معرفی پروژه در غرب	۱۷۹	۵/۱۷	معماری
	۲	معرفی پروژه در ایران	۱۴۹	۶/۱۴	معماری
	۳	تاریخ و مبانی نظری	۱۲۷	۴/۱۲	معماری
معمار	۱	تاریخ و مبانی نظری	۵۳۰	۷/۲۰	معماری
	۲	معرفی پروژه در ایران	۵۰۸	۹/۱۹	معماری
	۳	اخبار رویدادهای معماری	۳۰۴	۹/۱۱	معماری
معماری و ساختمان	۱	معرفی پروژه در ایران	۳۰۶	۱/۲۲	معماری
	۲	تاریخ و مبانی نظری	۲۹۸	۵/۲۱	معماری
	۳	اخبار رویدادهای معماری	۲۷۳	۷/۱۹	معماری
نام مجله	رتبه	ضعیف‌ترین زیرموضوع	فراوانی مقالات	درصد از کل مقالات مجله	موضوع کلان
هنر معماری	۳۱	گفت‌وگو با معمار داخلی	۲	۱۹/۰	معماری
	۳۲	تاریخ و مبانی معماری داخلی در جهان	۱	۰۹/۰	معماری داخلی
	۳۳	سبک‌شناسی معماری شرق	۲	۰۹/۰	معماری داخلی
معمار	۳۱	معرفی معماران طراحی داخلی غیرایرانی	۰	۰	معماری داخلی
	۳۲	تاریخ و مبانی معماری داخلی در ایران	۰	۰	معماری داخلی
	۳۳	طراحی مبلمان و دکوراسیون	۰	۰	معماری داخلی
معماری و ساختمان	۳۱	معرفی معماران طراحی داخلی غیرایرانی	۰	۰	معماری داخلی
	۳۲	طراحی مبلمان و دکوراسیون	۰	۰	معماری داخلی
	۳۳	نورپردازی	۰	۰	معماری داخلی

در بازه تحقیق حاضر رشد فزاینده‌ای را نشان می‌دهد. این نشریه از سال ۱۳۹۴ با شتاب فراوانی به سمت تحلیل آثار معماری، نقد جریان‌ها و افراد، نظریه‌سازی و اندیشه‌ورزی تغییر جهت داده است. طبق آمار، مجله هنر معماری از شماره ۱ تا ۲۳ (۵ سال نخست فعالیت) مجموعاً ۲۵ مقاله، از شماره ۲۴ تا ۴۳ (پنج سال دوم فعالیت) تعداد ۵۷ مقاله و از شماره ۴۴ تا ۵۱ (طی فقط ۷ شماره در دو سال اخیر) تعداد ۴۷ مقاله در حوزه تاریخ و مبانی نظری چاپ کرده است. به نظر می‌رسد تعداد مقالات این حوزه در سال‌های پیش‌رو افزایش یابند. از این حیث این مجله را باید اکنون یکی از رسانه‌های اصلی در حوزه تبیین نظریات در معماری

درصد از کل مقالات) و «معرفی پروژه در غرب» (مجموعاً ۱۰/۸۱ درصد از کل مقالات) پرداخته‌اند. رویکرد مجله هنر معماری عطف به جدول ۴، صراحتاً «معرفی پروژه» بوده مجموعاً ۳۲/۱۰ درصد مقالات این مجله معرفی آثار معماری (ایران و غرب) است. نظر به تمایل برخی جریان‌های سیاسی به جزیره‌سازی ایران و قطع ارتباط با دنیا، خصوصاً جهان غرب، ارزش سرآمدی هنر معماری در توجه فراوان به معماری معاصر غرب دوچندان خواهد بود. همچنین شناخت امروز ما از آثار معماری غرب تا حد زیادی مرهون کوشش اهالی این نشریه است. از سویی دیگر تبیین نظریات و انعکاس نقدها و تحلیل‌ها در نسخ پایانی این مجله



جالب آنکه نشر معمار، ناشر مجله معمار در این زمینه هیچ فعالیتی نداشته و تنها به چاپ مجله اهتمام ورزیده است. رتبه‌بندی کل زیرموضوعات نشریات در جدول ۵ معرفی شده‌اند. علی‌رغم تعداد بالای اظهار نظر اساتید معماری و اجماع نسبی بر لزوم الگوبداری از معماری‌های همچون معماری کشور ژاپن به‌عنوان یکی از کشورهایی که معماران آن هم‌زمان با مدرنیزاسیون صنعت معماری به اصول و ارزش‌های سنتی خود پایبند بودند، تعداد مصاحبه‌ها با معماران ژاپن و بررسی پروژه‌های این کشور در بازه ۲۰ساله مورد بررسی انگشت‌شمار بوده است. به‌نظر می‌رسد تمایل الگوبرداری از ژاپن بیشتر در حد حرف بوده است تا عمل. با توجه به اینکه هیئت تحریریه هر سه مجله مورد پژوهش و اکثر نویسندگان مقالات از معماران فعال و اساتید دانشگاه درون حرفه بودند، این پرسش به‌وجود می‌آید که اگر اجماع بر الگوبرداری از ژاپن یا شرق وجود داشته، پس چرا در چنین وضعیتی تعداد پروژه‌های معرفی‌شده از غرب و گفت‌وگوهای صورت‌پذیرفته با غربیان یا ترجمه‌شده از نگاشته‌های آنان از هیچ نظر قابل مقایسه با جهان شرق نیست؟ تنها ۲/۸۱ درصد مقالات مجلات به معرفی آثار معماری شرق اختصاص یافته است. این رقم برای آثار معماری غرب ۱۰/۸۱ درصد است.

به اذعان اکثر معماران، نبود جامعه، انجمن، نظام صنفی یا هر نهاد تجمیع‌کننده دیگری که جدا از سازمان نظام مهندسی به سازماندهی معماران مشغول باشد ریشه بسیاری از مشکلات معماری ایران است. این موضوع در بین ۴۹۶۵ مقاله بررسی‌شده نبوده یا اگر بوده آن را به مقاله داغ (hot paper) بدل نکرده است. «مسئولیت‌های اجتماعی معماران» از دیگر موضوعاتی است که جز در شمارگان پایانی «هنر معماری» در دیگر مجلات و نسخ چاپی ایشان هیچ‌گونه ردپایی از آن نیست.

«آموزش معماری» نیز از جمله موضوعاتی است که علی‌رغم اهمیت خود در نشریات معماری جایی ندارد. رکورد اخبار دانشجویی و دانشگاه‌ها ۰/۵۶ درصد است. این در حالی است که در موضوع «دیگرها»، زیرموضوع معرفی آثار نقاشی و مجسمه‌سازی و ... با رکورد ۳/۰۲ رتبه ششم برترین موضوعات را کسب می‌کند. از آنجا که بیشترین تعداد مقالات چاپ‌شده توسط هر سه مجله زیرموضوع «معرفی پروژه در ایران» با رکورد ۱۹/۳۹ درصد کل مقالات طی بیست سال اخیر بوده است. به‌خوبی می‌توان به علت بحران اقتصادی و کاهش تیراژ این نشریات هم‌گام با گسترش فضای وب و تأسیس روزانه وبسایت‌هایی که فقط بر روی انتشار رایگان آثار معماری ایرانی تمرکز کرده‌اند پی برد. این وبسایت‌ها «مغز محتوایی» مجلات تخصصی معماری ایرانی را هدف گرفته و عملاً جذابیت آنها را با نشر رایگان و

ایران دانست. مفهومی که با تسلط اصحاب این رسانه بر آثار بین‌المللی دور از ذهن نیست و تلاش پیشین آنها در شناخت جهان را باید پیش درآمد این موفقیت دانست.

مجله معمار در موضوع تاریخ و تبیین مبانی نظری معماری در ایران تلاش وافر انجام داده است. «معمار» همچنین علاقه زیادی به معرفی آثار معماران ایرانی نیز دارد. علی‌رغم ۲۰ سال فعالیت معمار، می‌توان تلاش آنان در عمق‌بخشی به مبانی نظری معماری در ایران را ناکافی دانست. این موضوع به حدی قابل انتقاد است که به‌نظر «معمار»، و جایزه معمار، فرصتی در حد یک رویداد برای معرفی آثار معماری ایران و جلب توجه است نه تبیین اندیشه‌ها. با این حال تلاش ۲۰ساله اهالی معمار به‌عنوان پیشکسوت حرفه قابل احترام و تقدیر است.

مجله معماری و ساختمان معرفی آثار معماران ایرانی را در اولویت خود دارد. بیشترین درصد اختصاص‌یافته به یک زیرموضوع در پژوهش حاضر به همین مطلب در «معماری و ساختمان» (۲۲/۱۰ درصد) تعلق گرفته است. در این زمینه یک بحث فرعی مطرح می‌شود و آن کیفیت و شدت پرداخت موضوع توسط مجله است. اگرچه «معماری و ساختمان» در آمار کمی تعداد بیشتری از مقالات خود را به بررسی آثار اختصاص داده است، اما تعداد صفحات و میزان عمق‌بخشی به آثار اندک بوده است. شاید اگر معیار سنجش بر محور میزان عمیق شدن در موضوع باشد، آنگاه «معماری و ساختمان» مورد نقد سطحی‌گرایی و صرفاً نمایش چند عکس از آثار قرار گیرد. اتفاقی که در «معمار» کمتر و در «هنر معماری» بسیار کمتر افتاده است.

عطف به جدول ۴ مشخص است که مجله هنر معماری هرگز هیچ زیرموضوعی را رها نکرده و طی فعالیت آن حداقل یک مقاله بدان پرداخته است. این در حالی است که دو مجله دیگر علی‌رغم انتشار شمارگان بیشتر، موضوعاتی را کاملاً رها کرده‌اند. در مسئله‌ای نادر مشخص می‌شود که هر دو مجله معمار و معماری و ساختمان جوایز سالانه‌ای در باب معماری داخلی دارند اما ضعیف‌ترین موضوعات آنها مربوط به موضوع معماری داخلی است. علی‌رغم اهتمام مسئولان مجله معماری و ساختمان در برگزاری ۱۱ دوره جایزه معماری داخلی ایران تا سال ۱۳۹۷ و توجه اهالی مجله معمار در اعطای بخشی از جایزه خود به معماری داخلی، لیکن این نشریات تا کنون در برخی موضوعات مرتبط با معماری داخلی حتی یک مقاله منتشر نکرده‌اند. این در حالی است که مجله هنر معماری، با کمترین تعداد شمارگان نسبت به دو مجله دیگر، نه‌تنها تمام موضوعات را پوشش داده است که به‌عنوان یک ناشر از امتیاز نشر خود بهره برده و با چاپ ده‌ها کتاب سعی کرده مطالب مجله را تکمیل کند.

جدول ۵. رتبه‌بندی زیرموضوعات در بازه زمانی ۲۰ساله تمام مجلات. مأخذ: نگارندگان.

رتبه	زیر موضوع	فراوانی مقالات	درصد از کل مقالات مجلات	موضوع کلان
۱	معرفی پروژه در ایران	۹۶۳	۱۹.۳۹	معماری
۲	تاریخ و مبانی نظری	۹۵۵	۱۹.۲۳	معماری
۳	اخبار رویدادهای معماری	۶۴۲	۱۲.۹۳	معماری
۴	معرفی پروژه در غرب	۵۳۷	۱۰.۸۱	معماری
۵	معماری بومی و سنتی	۳۲۰	۶.۴۴	معماری
۶	نقاشی، مجسمه سازی و...	۱۵۰	۳.۰۲	معماری
۷	معرفی پروژه در شرق	۱۴۰	۲.۸۱	معماری
۸	گفت‌وگو با معمار ایرانی	۱۲۳	۲.۴۷	معماری
۹	اصول طراحی معماری	۱۱۷	۲.۳۵	معماری
۱۰	معرفی پروژه طراحی داخلی در ایران	۱۱۶	۲.۳۳	معماری داخلی
۱۱	معرفی معمار ایرانی	۱۰۵	۲.۱۱	معماری
۱۲	معرفی پروژه طراحی داخلی در غرب	۱۰۴	۲.۰۹	معماری داخلی
۱۳	معرفی کتاب و مجله	۱۰۳	۲.۰۷	معماری
۱۴	شهرسازی	۸۶	۱.۷	معماری
۱۵	مواد و مصالح	۸۴	۱.۶۹	معماری
۱۶	هوشمندسازی	۶۹	۱.۳۸	معماری
۱۷	معرفی معمار غیرایرانی	۶۰	۱.۲۰	معماری
۱۸	گفت‌وگو با معمار غیرایرانی	۳۷	۰.۷۴	معماری
۱۹	مبانی نظری معماری داخلی	۳۱	۰.۶۲	معماری داخلی
۲۰	اخبار دانشجویی و دانشگاه	۲۸	۰.۵۶	معماری
۲۱	طراحی مبلمان و دکوراسیون	۲۶	۰.۵۲	معماری داخلی
۲۲	نورپردازی	۲۴	۰.۴۸	معماری داخلی
۲۳	معماری دیجیتال	۲۳	۰.۴۶	معماری
۲۴	طراحی صنعتی	۲۳	۰.۴۶	معماری
۲۵	معرفی پروژه طراحی داخلی در شرق	۱۸	۰.۳۶	معماری داخلی
۲۶	تاریخ و مبانی معماری داخلی در ایران	۱۶	۰.۳۲	معماری داخلی
۲۷	سبک‌شناسی معماری غرب	۱۵	۰.۳۰	معماری
۲۸	سبک‌شناسی معماری شرق	۱۵	۰.۳۰	معماری
۲۹	معرفی معماران طراحی داخلی ایرانی	۱۴	۰.۲۸	معماری داخلی
۳۰	اصول طراحی داخلی	۱۰	۰.۲۰	معماری داخلی
۳۱	گفت‌وگو با معمار داخلی	۵	۰.۱۰	معماری داخلی
۳۲	معرفی معماران طراحی داخلی غیرایرانی	۳	۰.۰۶	معماری داخلی
۳۳	تاریخ و مبانی معماری داخلی در جهان	۳	۰.۰۶	معماری داخلی
-	-	۴۹۶۵	۱۰۰	-

طراحی داخلی اختصاص یافته است. این در حالی است که هر سه مجله جوایز و مسابقاتی را تحت عناوینی همچون معماری داخلی به صورت سالانه برگزار می کنند. حضور اندک و ناچیز مطالب مرتبط با معماری داخلی در انتهای جدول آماري نشان از عدم توجه این سه به حوزه کاری مذکور دارد. با توجه به افزایش جمعیت شاغلان حرفه به نظر می رسد به زودی شاهد حضور طیف وسیعی از معماران در پروژه های طراحی داخلی باشیم. از سویی دیگر طراحی داخلی به دلیل سرمایه اندک جهت تحقق ممکن است به زودی مورد توجه کارفرمایان و عموم مردم قرار گیرد. از این حیث احتمالاً توجه به این حوزه به عنوان راهکاری برای افزایش فروش به زودی مورد توجه رسانه ها قرار خواهد گرفت.

در نهایت پرداختن به موضوعات پایین دست جدول ۵ توسط این نشریات یا دیگر رسانه ها به عنوان بخش های غیر قابل حذف از نظام معماری ایران و همچنین انجام تحقیقات با نگاه کیفی به محتوای مجلات برای تکمیل این تحقیق پیشنهاد می شود. در این تحقیق، موضوعات مقالات بررسی شدند. تحقیقات دیگر می توانند به زیرموضوعات پردازند. برای مثال مجله هنر معماری در ذیل موضوع معرفی معماران آثار متعددی از ایشان را بررسی کرده است. ممکن است با چنین نگاهی معرفی آثار معماری ایران در این نشریه افزایش چشمگیری داشته باشد و اساساً نقش این رسانه در تحقیق حاضر متحول شود. همچنین تغییر نقطه دید از مجلات به معماران مخاطب مجلات مورد پژوهشی پیشنهادی است. می توان در یک تحقیق به یافته های این پژوهش استناد کرد و آن را از جایگاه جمعی از معماران به روش های تحقیقی همچون دلفی یا مانند آن مورد سنجش قرار داد. تأثیر رسانه های معماری بر مردم و تغییر در میزان درک و سواد عموم از معماری نیز از دیگر عناوین پیشنهادی جهت تحقیقات بعدی است.

سریع آثار روی صفحات وب و شبکه های اجتماعی خود نابود کرده اند. از بین ۴ رتبه برتر زیرموضوعات مورد توجه نشریات، یعنی «معرفی پروژه در غرب»، «معرفی پروژه در ایران»، «اخبار و رویدادهای معماری» و «تاریخ و مبانی نظری»، فقط زیرموضوع تاریخ و مبانی نظری هنوز از تأثیرات منفی نشر رایگان فضای وب و شبکه های اجتماعی در امان مانده است. البته نشر هیچ مطلبی در وب مضر نیست. بلکه این رویکرد و روش ارائه ساده و غیرعمیق نشریات در ۲۰ سال فعالیت ایشان بوده است که باعث خسران حاضر شده است. تاریخ و مبانی نظری به دلیل طولانی و متن محور بودن محتوای خود، هنوز موضوع خوبی برای انتشار در وبسایت ها نیستند. همچنین دلایلی همچون میل نویسندگان آنها به چاپ مقاله شان در مجلات معتبر، کسب امتیاز علمی با چاپ در این مجلات و نه صرفاً نشر در وبسایت ها و دلایلی از این دست را بتوان در این زمینه برشمرد. اما به هر تقدیر انتشار آثار ایرانی و غربی و اخبار رویدادهای معماری در مجلات به شکل فعلی دیگر جذاب نیست و بعید است منجر به فروش شود. مگر دلایل محکمی برای این اقدام مطرح شود یا روش ارائه تغییر کند. همچنین نقد و تحلیل و عمق بخشی به بررسی آثار به جای معرفی صرفاً شناسنامه ای آنان به عنوان راهکار پیشنهاد می شود.

همان گونه که پیش تر ذکر شد، معماری داخلی در بین سه موضوع برتر هر کدام از مجلات هیچ جایگاهی نداشت. موضوع معماری داخلی در بین ۲۰ موضوع برتر مورد توجه مجلات نیز تنها سه نماینده دارد. «معرفی پروژه طراحی داخلی در ایران» با ۲/۳۳ درصد، «معرفی پروژه طراحی داخلی در غرب» با ۲/۰۳ درصد و «مبانی نظری معماری داخلی» با ۰/۶۲ درصد مجموعاً رقم درصدی ۵/۰۴ درصد را به دست می دهد. به بیان دیگر تنها ۵/۰۴ درصد مطالب سه مجله معمار، هنر معماری و معماری و ساختمان در ۲۰ سال فعالیت اخیر به

## پی نوشت

\* این مقاله مستخرج از رساله دکتری «علیرضا عظیمی حسن آبادی» با عنوان «تحلیل محتوای بیست ساله مجلات تخصصی معماری در ایران» است که به راهنمایی دکتر «سعید تیزقلم نوزی» و مشاوره دکتر «محسن کاملی» در دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساوه در حال انجام است.

## فهرست منابع

- رئیس، ایمان. (۱۳۸۷). نقش نقد در جهت دهی به معماری معاصر ایران (رساله دکتری). دانشگاه آزاد اسلامی.
- ستاوند، محمد هادی و روستا، مجتبی. (۱۳۹۲). تحلیل کمی و کیفی مقاله های مجله معماری و شهرسازی آرمانشهر از ابتدای انتشار تاکنون (۱۳۸۷-۱۳۹۲). آرمانشهر. ۴۰۵-۳۹۳، (۱۱)۶.
- سلطانی، علی اصغر. (۱۳۸۴). قدرت، گفتمان، زبان: سازوکارهای جریان قدرت در جمهوری اسلامی. تهران: نشر نی.
- سورین، ورنر و تانکار، جیمز. (۱۳۹۱). نظریه های ارتباطات (ترجمه علیرضا دهقان). تهران: دانشگاه تهران.
- شاه، دونالد و مک کومبز، مکسول. (۱۳۸۳). کارکرد برجسته سازی در مطبوعات (ترجمه امید مسعودی). تهران: انتشارات خجسته.
- علی محمدی، پریسا. (۱۳۸۶). نقش تجربه با واسطه (رسانه ای) در شناخت دانشجویان معماری معاصر ایران. هویت شهر. (۱۱)، ۶۳-۷۴.
- گونتر، بری. (۱۳۸۴). روش های تحقیق رسانه ای: اندازه گیری مخاطبان،

- Elo, S., Kyngas, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal Of Advanced Nursing*, 62(1), 107-115
- Lang, K. & Lang, G. E. (2018). *Television and Politics (Classics in Communication and Mass Culture Series)*. London: Routledge.
- Mc Luhan, M. (2018). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Ottawa: Mc Grawhill Publication.
- Perovic, J. (2015). Media literacy in Montenegro. *Media and Communication*, 3(4), 91-105.
- Petranova, D., Hossova, M., & Velicky, P. (2017). Current developments trends of media literacy in European Union Countries. *Communication Today*, 8(1), 52-64.
- واکنش‌ها و تأثیر (ترجمه مینو نیکو). تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۹۵). نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه انتقادی. تهران: همشهری.
- هادیان قزوینی، حمیده. (۱۳۹۱). بررسی ساختار درونی معماری در نشریات تخصصی مربوطه با روش تحلیل استنادی و شبکه اجتماعی بین سال‌های ۱۳۷۱ تا ۱۳۹۰. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز، تهران، ایران.
- Cokley, K., Caldwell, L., Miller, K., Muhammad, G. (2001). Content analysis of the journal of black psychology (1985-1999). *Journal of Black Psychology*, (27), 424-438.

#### COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Manzar journal. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



#### نحوه ارجاع به این مقاله

عظیمی حسن‌آبادی، علیرضا؛ تیزقلم زنوزی، سعید و کاملی، محسن. (۱۳۹۹). تحلیل محتوای مجله‌های «هنر معماری»، «معمار» و «معماری و ساختمان» براساس نظریه برجسته‌سازی، بازه زمانی ۱۳۷۷ تا ۱۳۹۷. منظر، ۱۲(۵۰)، ۲۴-۳۵.

DOI: 10.22034/manzar.2020.216834.2027

URL: [http://www.manzar-sj.com/article\\_107705.html](http://www.manzar-sj.com/article_107705.html)

