مطالعات محیطی هفت حصار شماره چهل‌وسوم/ سال دوازدهم/ بهار ۱۴۰۲
صفحات ۳۸-۲۱

تبیین بینامتنی معماری مجتمع‌های تجاری معاصر در ایران (سال‌های ۱۳۶۰ تا ۱۴۰۰ شمسی)*

پریا البرزی**، حسین سلطان‌زاده***، سید بهشید حسینی****

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۴/۹
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۱۲/۴

چکیده

مجتمع‌های تجاری در دهه اخیر رشد و گسترش چشمگیری در کشور ایران داشته‌اند و به دلایل متعدد، نظیر مقیاس بزرگ و طیف وسیع بازدیدکنندگانشان، از اهمیت بالایی برخوردارند. همان‌طور که تعامل و تقابل‌هایی میان مباحث جهانی‌شدن و منطقه‌گرایی وجود دارد، برخی دیدگاه‌ها در زمینه نقد طراحی مجتمع‌های تجاری، به دلیل پیشرفت‌های فناوری و شرایط ناشی از جهانی شدن، این مراکز را به صورت عناصر مشابه و تکرار شونده در دنیا و مروج مصرف‌گرایی برمی‌شمارند. در حالی که برخی دیگر از دیدگاه‌ها، به دلایلی نظیر راهبردهای برندسازی و رشد اقتصادی مجتمع‌های تجاری، بر هویت منحصر به فرد و وابسته به بستر و زمینه این مراکز تاکید دارند. هدف از این پژوهش، تبیین بینامتنی معماری مجتمع‌های تجاری، به صورت خوانش ارتباط میان آثار معماری این حوزه با آثار هم‌عصر یا پیشین آن در ایران و غرب است. همچنین این پژوهش در پی آن است، انواع و ابعاد کاربرد بینامتنیت در معماری مجتمع‌های تجاری معاصر را دریابد. روش‌شناسی پژوهش حاضر بر اساس مدل پیاز پژوهش ساندرز، در پارادایم شناخت‌شناسی تفسیرگرا، از نوع کیفی و با رهیافت تحلیل محتوایی است و همچنین به لحاظ نوع نتایج، تبیینی است. گردآوری اطلاعات به صورت اسنادی- کتابخانه‌ای و بازدید میدانی انجام شده و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها، توصیفی و تحلیل استنتاجی است. نمونه‌های مورد بررسی در این پژوهش، به صورت گزینشی از مجتمع‌های تجاری معاصر در کشور ایران است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد در خوانش بینامتنی آثار معماری، تداوم و پیوستگی متون با یکدیگر و تاثیرات تعامل و تقابل‌های جهانی‌سازی و منطقه‌گرایی مشهود می‌شود. مراتب بینامتنی را می‌توان به اقسام «قوی/ ضعیف» و «صریح/ ضمنی» و بیش‌متنیت «تقلید/ تغییر» طبقه‌بندی کرد. همچنین عواملی نظیر رشد و گسترش فناوری، تبادلات فرهنگی و تکنولوژی و قدرت و تجربه طراح در ایده‌پردازی بر بینامتنیت آثار معماری مجتمع‌های تجاری موثر هستند. به علاوه نتایج نشان می‌دهد، کاربرد بینامتنیت در فرم معماری مجتمع‌های تجاری در ایران که با تمسک به روش تحلیل خود آثار به دست آمده، به صورت بازنمایی‌های تاریخی، جغرافیایی و فرهنگی و یا تقلید و اقتباس از آثار معماران مطرح غربی است. همچنین از دیدگاه نشانه‌شناسی، با در نظر گرفتن مجتمع‌های تجاری و مال‌ها به مثابه فضاهای شهری کنترل‌شده، می‌توان رشد تکه‌چینی‌هایی از فضاهای وانموده که بازتولیدی از فضاهای دیگر و نمودی از کاربرد بینامتنیت است را در این مراکز مشاهده کرد.

واژگان کلیدی

بینامتنیت در معماری، بازنمایی، تکه‌چینی (کلاژ)، فضای وانموده، مجتمع‌های تجاری.

* این مقاله برگرفته از رساله دکتری نگارنده اول با عنوان «نقش فرهنگ و تکنولوژی در معماری مجتمع‌های تجاری و مراکز خرید» به راهنمایی نگارنده دوم و مشاوره نگارنده سوم در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی است.

** گروه معماری، دانشکده معماری و شهرسازی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. Parya.Alborzi@yahoo.com

*** استاد گروه معماری، دانشکده معماری و شهرسازی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) Hos.soltanzadeh@iauctb.ac.ir

**** استاد گروه معماری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر، تهران، ایران. Behshid_Hosseini@art.ac.ir

ISSN: 2322-5602

©: IAUH

مقاله پژوهشی- مورد پژوهی

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.22225602.1402.11.43.4.4]

مقدمه

در عصر حاضر، مباحثی نظیر جهانی شدن و منطقه‌گرایی و تعامل و تقابل آنها موضوع بسیاری از پژوهش‌هاست. از سویی ویژگی‌های ناشی از جهانی شدن، باعث افزایش تاثیرات فرهنگ و معماری مناطق گوناگون بر یکدیگر شده و نوعی همسانی و همگنی را ایجاد می‌کند. از سوی دیگر، رویکردهایی مانند منطقه‌گرایی بر حفظ ویژگی‌ها و هویت خاص مکان‌ها تاکید دارد. تعامل و تقابل این مباحث، در کشورهای در حال توسعه با پیشینه‌ی قوی تاریخی و فرهنگی مانند ایران، بیشتر مورد مناقشه قرار می‌گیرد و تاثیرپذیری آثار معماری از زمینه‌های تاریخی و فرهنگی کشور ایران یا تاثیرپذیری از زمینه‌های متفاوت نظیر اندیشه‌های جریان‌ساز غربی، اهمیت می‌یابد (مهدوی‌نژاد و جعفری، ۱۳۹۲، بایزیدی و همکاران، ۱۳۹۶ و Raheja and Bahga, 2018).

پیش از دهه ۷۰ شمسی، بازار شهرها، مهم‌ترین فضای خرید محسوب می‌شد. ولی به تدریج مراکز خرید و مجتمع‌های تجاری در تهران و شهرهای بزرگ کشور شکل گرفته و در دهه ۹۰ شمسی، رشد و گسترش چشمگیری یافته‌اند. این مراکز، به عنوان فضاهای عمومی نوین شهرهای معاصر محسوب می‌شوند که علاوه بر خرید مجموعه‌ای از فعالیت‌های گوناگون اجتماعی، فرهنگی و فراغتی را شامل شده و به دلیل موقعیت قرارگیری و طیف وسیع بازدیدکنندگانشان، از اهمیت بالایی برخوردارند (Alborzi, et al.,2022). همچنین مجتمع‌های تجاری غالبا ساختمان‌هایی درشت دانه در مقیاس شهری هستند که سرمایه‌های اقتصادی زیادی صرف ساخت و نگهداریشان می‌شود، بنابراین دارای این پتانسیل هستند، که از جمله بناهای ماندگار به عنوان میراث معماری معاصر محسوب شوند. بدیهی است هرچه تعداد استفاده‌کنندگان از این مراکز بیشتر باشد، رونق اقتصادی و پویایی مجتمع‌های تجاری افزایش می‌یابد. طراحی این مراکز نیز، ارتباط مستقیمی با جلب و ترغیب استفاده‌کنندگان به مجتمع‌های تجاری دارد و متضمن حیات و پویایی آنهاست. از این رو خوانش و تحلیل معماری مجتمع‌های تجاری اهمیت زیادی برای کسب آگاهی و تجربه به منظور طراحی مناسب این مراکز دارد. در زمینه‌ی خوانش و نقد طراحی مجتمع‌های تجاری، برخی دیدگاه‌ها به دلیل پیشرفت‌های فناوری و شرایط ناشی از جهانی شدن و دشوار بودن تعیین مرز دقیق فرهنگ‌ها به دلیل تاثیری که در سطوح و لایه‌های گوناگون بر یکدیگر دارند، این مراکز را بی‌ارتباط با بستر و زمینه می‌دانند که در نقاط گوناگون کشورها تکرار می‌شوند و مصرف‌گرایی را به صورت استاندارد تکرار می‌کنند (Sun and Yu, 2020; Zhang and Yu, 2010,). در حالی که برخی دیگر از دیدگاه‌ها، به دلیل میان‌رشته‌ای بودن رشته طراحی خرده‌فروشی[1] و راهبردهای حاکم بر برندسازی و رشد اقتصادی، بر ایجاد هویت خاص، منحصر به فرد و وابسته به بستر و زمینه‌ی این مراکز تاکید دارند. (De Chernatony,2010; Qu, Kim, & Im,2011; Xie, et al., 2017,)

با توجه به مطالبی که ذکر شد و اهمیتی که مجتمع‌های تجاری به واسطه تعداد فراوان و نقشی که در شهر ایفا می‌کنند، یافته‌اند؛ خوانش و تحلیل معماری مجتمع‌های تجاری به منظور شناخت هویت و فرهنگ موثر در ایجاد آنها، ضرورت خاص پژوهش حاضر است. به بیان دیگر، تبیین بینامتنیت در مجتمع‌های تجاری، یا ارتباطی که میان یک اثر معماری با آثار هم‌عصر یا پیشین آن وجود دارد، از اهداف این پژوهش است. به این منظور، این پژوهش می‌کوشد به پاسخ این پرسش‌ها بپردازد: روابط بینامتنی میان معماری مجتمع‌های تجاری معاصر در کشور ایران با معماری ایران و غرب چگونه است؟ و انواع و ابعاد کاربرد بینامتنیت در معماری مجتمع‌های تجاری معاصر چگونه نمود یافته است؟ لازم به ذکر است، قلمرو این پژوهش به لحاظ نوع کاربری، مجتمع‌های تجاری درون شهری و به لحاظ جغرافیایی و زمانی، گزینشی از میان مجتمع‌های تجاری موجود در کشور ایران است که بین سال‌های ۱۳۶۰ تا ۱۴۰۰ شمسی طراحی شده‌اند.

روش تحقیق

در خصوص روش‌شناسی و با استناد به مدل شش لایه پیاز پژوهش ساندرز (Saunders, et al ,2019,130) باید گفت از لحاظ فلسفه پژوهش، پژوهش حاضر در پارادایم شناخت شناسی تفسیرگرا است. از لحاظ راهبرد و رهیافت، این پژوهش از نوع کیفی و با رهیافت تحلیل محتوایی است و از لحاظ نوع نتایج، تبیینی است. به بیان دیگر در این پژوهش به منظور تبیین کاربرد و مراتب نظریه بینامتنیت در معماری، گردآوری و طبقه‌بندی داده‌ها در دو حوزه‌ی «بینامتنیت» و «کاربرد بینامتنیت در معماری»، با مرور پیشینه‌های نظری و تجربی موجود در منابع دست اول و دوم، با خلاصه‌سازی، تفسیر و استنتاج به دست آمده است. سپس با هدف تبیین و تحلیل ارتباطات بینامتنی در برخی از مجتمع‌های تجاری کشور ایران با استفاده از نتایج حاصل از بخش نخست، به بررسی موردی و تطبیقی ۱۴ مجتمع تجاری پرداخته شده است. از آنجایی که منبع جامع یا بانک اطلاعاتی از این مراکز در کشور ایران وجود ندارد، نمونه‌های انتخاب شده، محصول جست‌وجو در میان منابع اطلاعاتی موجود نظیر وب‌سایت مجتمع‌های تجاری و بازدیدهای میدانی است که حائز ویژگی «بینامتن بودن» بودند. همچنین قابل ذکر است که تمام داده‌ها در مورد مشخصات فیزیکی و بصری ساختمان‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و مشاهدات مستقیم و عکس‌برداری گردآوری

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1402.11.43.4.4]

شدند و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت توصیفی و تحلیل استنتاجی است. در خصوص نمونه‌برداری در این پژوهش، لازم به ذکر است که انتخاب نمونه‌ها به صورت گزینشی با معیارهای گونه‌بندی مجتمع‌های تجاری از لحاظ محل قرارگیری و نوع خدماتی که به استفاده‌کنندگان ارائه می‌دهند و همچنین مقیاس ساختمان صورت گرفته است. یعنی از میان ۶۰ مورد از مجتمع‌های تجاری معاصر که بین سال‌های ۱۳۶۰ تا ۱۴۰۰ شمسی طراحی شده‌اند، ۱۲ نمونه مجتمع تجاری درون شهری و با خدمات فضاهای خرید به همراه کافی‌شاپ و رستوران (یا در برخی نمونه‌ها، فضاهای فرهنگی و تفریحی) گزینش شدند. به علاوه، دو نمونه دیگر (سرای گردشگری سیمرغ و ایران مال) علی‌رغم اینکه از نوع مجتمع‌های حومه‌ای هستند و ایران مال مقیاسی بسیار بزرگ‌تر از سایر نمونه‌های مورد بررسی در این پژوهش داراست، به علت نقش برجسته‌ای که بینامتنیت در معماری آنها ایفا می‌کند، به نمونه‌های گزینش شده در این پژوهش افزوده شدند. در خصوص افق زمانی پژوهش نیز باید گفت تبیین کاربرد و مراتب نظریه بینامتنیت در معماری، با بررسی معماری دوران پست مدرن که دوران شکل‌گیری مجتمع‌های تجاری به شکل امروزی است، یعنی از دهه ۶۰ میلادی تا امروز صورت گرفته و نمونه‌های مورد بررسی در این پژوهش، برخی از مجتمع‌های تجاری و مال‌های[۲] معاصر در کشور ایران است که در بازه زمانی سال‌های ۱۳۶۰ تا ۱۴۰۰ شمسی احداث شده‌اند (تصویر۱).



تصویر ۱- روش شناسی پژوهش بر اساس مدل پیاز پژوهش ساندرز

پیشینه تحقیق

نظریه بینامتنیت نخستین بار توسط یولیا کریستوا[۳] مطرح شده و به پیوند میان متون می‌پردازد. برخی زمینه‌های نظری موثر در شکل‌گیری نظریه بینامتنیت کریستوا عبارتند از: نظریه‌های زبان‌شناسی مدرن فردیناندو سوسور[۴] و منطق مکالمه‌ی میخائیل باختین[۵] (نامورمطلق، ۱۳۹۴، ۱۳). همگام با کریستوا، رولان بارت[۶] (Barthes,1989,170)، در شکل‌گیری زیرشاخه‌ای با عنوان بینامتنیت خوانشی نقش اساسی ایفا کرده است. همچنین اندیشمندان و محققان دیگر نظیر لوران ژنی[۷]، میکائیل ریفاتر[۸] و ژرار ژنت[۹]، به کاربردی کردن رویکرد بینامتنیت پرداخته‌اند (آلن،۱۳۹۲، ۱۱ و نامورمطلق،۱۳۹۴، ۱۲-۱۴) و با جستجوی منابع به وجود آورنده متن‌های متاخر، تاثیرات عناصر برگرفته را در متن نوین بررسی کرده‌اند (چیت‌ساز و همکاران، ۱۳۹۸).

پژوهش‌ها و منابع متعددی به معرفی بینامتنیت می‌پردازند و جهت آشنایی با این نظریه بسیار مفید هستند، که از آن جمله می‌توان به کتاب «بینامتنیت» اثر آلن (۱۳۹۲) اشاره کرد. این کتاب، از جمله آثاری است که به تاریخ نظریه ادبی معاصر، از نظریات زبان‌شناسی سوسور و باختین که ریشه‌های بینامتنیت هستند، تا رویکردهای ساختارگرایی و فمنیسم و پست مدرنیستی نظریه بینامتنیت پرداخته است. این کتاب در بخش مربوط به نتایج پست مدرن نظریه بینامتنیت، به این نظریه در بستر هنرهای غیر ادبی نظیر سینما و معماری با دیدگاهی کلی‌نگر پرداخته است و ضرورت بررسی و تحلیل دقیق‌تر موضوع بینامتنیت در معماری حس می‌شود. کتاب «درآمدی بر بینامتنیت: نظریه‌ها و کاربردها» اثر نامورمطلق (۱۳۹۴) نیز از دیگر آثاری است که در قالب سه فصل اصلی با عناوین «پیشابینامتنیت، بنیانگذاران و اصلاحگران» به زمینه‌ها و ریشه‌های شکل‌گیری بینامتنیت، نظریه‌پردازان نسل اول و نسل دوم این نظریه پرداخته و گذار نظریه بینامتنیت از نظریه به کاربرد عملی آن به ویژه در هنرهای غیر ادبی را روشن ساخته است که از این حیث نیز مورد استفاده این پژوهش قرار می‌گیرد.

در خصوص پژوهش‌هایی که با موضوع بینامتنیت و معماری صورت گرفته است، می‌توان به گفت‌وگوی جفری کیپنس[۱۰] و آیزنمن[۱۱] اشاره کرد. در بخشی از این گفت‌وگو جفری کیپنیس اصطلاح بینامعماری[۱۲] را با الهام از بینامتنیت مطرح ساخته و از آن در جهت خوانش آثار

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.22225602.1402.11.43.4.4]

معماری در ارتباط با یکدیگر و نه خوانش آثار معماری با اتکا به رشته‌های دیگر نظیر نقاشی نام می‌برد (Kipnis, & Eisenman, 2013). برخی پژوهش‌ها به لحاظ تبیین کاربرد نظریه بینامتنیت در معماری دوران پست مدرن، مورد توجه و تحلیل پژوهش حاضر قرار گرفته‌اند. از آن جمله می‌توان به پژوهشی از رحیمی اتانی و همکاران (Rahimi Atani, et al ,2018) اشاره کرد که از بینامتنیت به عنوان ابزار نقد برای استخراج مفاهیم و لایه‌های متکثر معنایی در معماری پست‌مدرن استفاده شده و به این منظور دو رویکرد تاریخ‌گرا و دیکانستراکشن مد نظر قرار گرفته است. نتایج نشان داده است که در رویکرد تاریخ‌گرا، از تقلید نشانه‌های عینی تاریخی و به صورت کنایه طنزآمیز استفاده شده و به محور هم‌زمانی موجود در روابط بینامتنی توجهی نمی‌شود. درحالی که در رویکرد دیکانستراکشن، هر دو محور هم‌زمانی و درزمانی بینامتنیت مد نظر قرار گرفته و توجه به چندین ارزش و چند لایه‌ای بودن، در آثار نمود می‌یابد. همچنین سلطان‌زاده و ایلکا (۱۳۹۲) در پژوهش خود، با رویکرد نشانه‌شناسی در آثار آیزنمن، به تبیین بینامتن بودن مفاهیم سنتی و نوین در رویکردهای واسازی و فولدینگ پرداخته‌اند. نتایج نشان داد، تقابل مفاهیم سنتی و نوین برای خلق اثری متعلق به زمان و مکان حاضر (حائز ویژگی «اکنونیت») درآثار آیزنمن نوعی بینامتنیت مفهومی و انتزاعی است. همچنین در آثار آیزنمن، «مفهوم نابنا» (غیاب متن در نشانه‌شناسی پساساختارگرا) وجود داشته و بنا به مثابه متن ناتمام و در حال اجرا استنباط می‌شود.

در برخی پژوهش‌ها، از بینامتنیت به عنوان ابزار نقد معماری، به منظور تبیین معنای آثار معماری استفاده شده است. در این زمینه می‌توان به پژوهش‌های رحیمی‌اتانی و همکاران (۱۳۹۷و ۱۳۹۹) اشاره کرد که با استفاده از بینامتنیت به عنوان یک دستگاه نقد معماری، به نقد مساجد معاصر الغدیر و ولیعصر تهران پرداخته‌اند. نتایج نشان داده است که بکارگیری نقد بینامتنی، لایه‌های متعدد متن معماری (از لایه‌های پدیداری تا زایشی) را مورد بازخوانی قرار می‌دهد و از خوانش سطحی آثار معماری جلوگیری می‌کند. ابعاد گوناگون معنایی در آثار معماری، در روابط بینامتنی به وسیلهٔ تعدد لایه‌های مختلف در درون خویش در دو محور عمودی (درزمانی) نظامِ نشانگی درون آن و محور افقی (هم زمانی) نظام رمزگانی آن، حاصل می‌شود. در پژوهشی دیگر نیز، به بینامتنیت در معماری ایران بین سال‌های ۱۹۶۱ تا ۱۹۷۷ میلادی، بر اساس نظریه بینامتنیت ضعیف لوران ژنی، پرداخته شده است. با توجه به بازه زمانی مورد نظر، آثار معمارانی نظیر، هوشنگ سیحون، کامران طباطبائی دیبا و نادر خلیلی و نحوه‌ی بینامتنیشان با معماری سنتی ایران و معماری غرب تحلیل شده است (Ghaseminia & Soltanzadeh, 2016). پژوهش‌هایی از این دست که بینامتنیت و معماری، را هدف قرار می‌دهند، می‌توانند در زمینه نحوه تحلیل و تبیین بینامتنیت در معماری معاصر ایران و به ویژه مجتمع‌های تجاری که مد نظر این پژوهش است موثر واقع شوند.

علاوه بر موارد ذکر شده، رویکردهای نشانه‌شناختی به مجتمع‌های تجاری، میتواند دلالت‌های معنایی که در عصر حاضر برای این فضاها وجود دارد را روشن سازد که از آن جمله می‌توان به پژوهش عسگری و همکاران (۱۳۹۷) و نجومیان (۱۳۹۵) اشاره کرد. برخی از دلالت‌های نشانه‌ای که نجومیان برای مال‌ها به عنوان یکی از گونه‌های مجتمع‌های تجاری قائل می‌شود عبارتند از «مال به عنوان شهر، مال به عنوان فضای وانموده و مال به عنوان یک فضای عمومی نوین» که در پژوهش حاضر نیز به آن‌ها پرداخته شده است. همچنین به منظور دستیابی به معیارهای موجود در پژوهش‌ها برای گونه‌بندی مجتمع‌های تجاری که در گزینش نمونه‌های پژوهش می‌تواند موثر واقع شود نیز باید گفت، یکی از منابع موجود که به تعریف و طبقه‌بندی مراکز خرید و مجتمع‌های تجاری می‌پردازد، «شورای بین‌المللی مراکز خرید»[۱۳] است. این مرکز بر اساس معیارهای گوناگونی نظیر مساحت زیر بنای مرکز تجاری، تعداد و نوع فروشگاه‌ها و محدوده‌ای که مجتمع تجاری به استفاده‌کنندگان خدمت‌رسانی می‌کنند، نظیر محله و منطقه، به گونه‌بندی مجتمع‌های تجاری در نواحی مختلف از جمله امریکا، کانادا، اروپا و آسیای شرقی پرداخته است (ICSC,n.d.). کلمن (Coleman, 2007) نیز در کتاب خود، ضمن ارایه معیارهای دسته‌بندی مراکز خرید، انواع مراکز خرید کشور انگلستان را در سه گونه اصلی «خارج از شهر و حومه‌ای، مرکز شهر و انواع نوظهور مراکز خرید» معرفی می‌کند. علاوه بر این، پژوهش‌های عزیزی و اسدی (۱۳۹۶) و کاظمی و امیرابراهیمی (۱۳۹۸) نیز از جمله مواردی هستند که به ریخت‌شناسی مجتمع‌های تجاری و گونه‌شناسی مجتمع‌های تجاری در تهران پرداخته‌اند و به لحاظ تفاوت‌هایی که میان دسته‌بندی‌های جهانی مجتمع‌های تجاری و انواع آن در ایران وجود دارد می‌توانند در این پژوهش مورد استناد قرار گیرند.

مبانی نظری

بینامتنیت: دوران پست مدرن، دوران تکثر اندیشه‌ها و وجود پارادایم‌های گوناگون است. یکی از این اندیشه‌ها، پارادایم زبان‌شناسی است که به همراه نظریه‌های نشانه‌شناسی، ساختارگرایی و پساساختارگرایی، باعث بروز گفتمان‌های انتقادی در رشته‌های گوناگون از فلسفه، ادبیات و جامعه‌شناسی تا هنر و معماری، شده است (Nesbitt, 2007). در این پژوهش، بینامتنیت که در ارتباط تنگاتنگی با نشانه‌شناسی، ساختارگرایی و پساساختارگرایی می‌باشد، مورد استفاده قرار گرفته است.

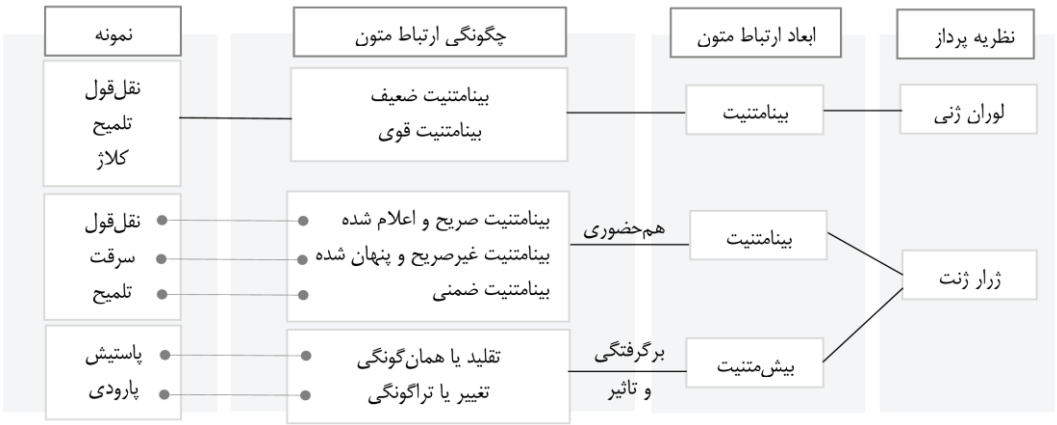
[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.23225602.1402.11.43.4.4]

بر اساس نظریه بینامتنیت، متن‌ها هیچگاه به طور دفعی و مستقل خلق نمی‌شوند. بلکه همواره در شبکه‌ای از متون شکل می‌گیرند. چنان‌که هیچ متنی بدون پیش‌متن نیست. برای متن‌ها آغازی وجود ندارد بلکه همواره تقلید و تداوم است (نامورمطلق،۱۳۹۴). به تعبیر کشمیرشکن: «ایده‌ی اصیل مولف هرچه باشد، شرایط خاصی باید وجود داشته باشد تا این ایده‌ها روی دهند. متن مولف و حتی شوق تولید آن، رابطه تنگاتنگی با دیگر متون و دیگر مولفان دارد. خوانندگان نیز تنها می‌توانند در پرتو آنچه از قبل دیده‌اند متن را بخوانند» (کشمیرشکن۱۳۹۵،۳۸۰). پس روابط بینامتنی نه فقط در خلق آثار، بلکه در خوانش و درک آنها حضور دارند؛ چنان‌که هیچ خوانشی صورت نمی‌گیرد مگر اینکه متنها پیش خوانده شده در آنها دخالت کنند (نامورمطلق،۱۳۹۴).

در ادامه به منظور تبیین مراتب بینامتنیت و چگونگی ارتباط متون به اندیشه و آراء صاحبنظران این حوزه پرداخته می‌شود. در میان صاحبنظران حوزه بینامتنی، لوران ژنی، با قائل شدن مراتب بر پایه میزان و چگونگی ارتباط میان دو متن و مطرح کردن اصطلاح «بینامتنیت ضعیف»[۱۴]، به کاربردی شدن این نظریه کمک شایانی کرده است. به تعبیر نامورمطلق، «در بینامتنیت ژنی، اگر دو متن، دسته کم در دو دسته صورت و مضمون، با یکدیگر ارتباط برقرار کرده باشند، بینامتنیت قوی است، اما اگر این روابط در یک لایه یا سطح متوقف شود، بینامتنیت ضعیف تلقی می‌شود» (نامورمطلق،۱۳۹۴،۱۹۳) و «در نتیجه تمایز قائل شدن میان بینامتنیت ضعیف و قوی، موضوعاتی همانند نقل‌قول‌ها، تلمیحات و کلاژ امکان تحقق در حوزه بینامتنیت را می‌یابند» (همان،۲۰۶).

ژرار ژنت که از دیگر نظریه‌پردازان حوزه بینامتنیت است، هر نوع رابطه میان یک متن با متن‌های دیگر را با واژه ترامتنیت[۱۵] نامگذاری نموده و آن را به پنج دسته تقسیم کرده است[۱۶]که از میان موارد مورد نظر وی، «بینامتنیت» و «بیش‌متنیت[۱۷]» به رابطه میان دو متن هنری می‌پردازد (نامورمطلق،۱۳۹۱). برای روشن شدن تفاوت میان بینامتنیت و بیش‌متنیت باید گفت، در تقسیم‌بندی ژنت، میان همحضوری و برگرفتگی تمایز وجود دارد. یعنی هرگاه بخشی از یک متن در متن دیگر حضور داشته باشد، رابطه میان این دو بینامتنی است (Genette,1984,8). اما اگر رابطه دو متن بر اساس برگرفتگی بنا شده باشد، بیش‌متنیت نامیده می‌شود که تاثیر و الهام‌بخشی کلی مورد نظر است (نامورمطلق،۱۳۸۶). از این رو، انواع بینامتنیت ژنت در سه دسته قابل تقسیم‌بندی است: «بینامتنیت صریح و اعلام شده» که بیانگر حضور آشکار یک متن در متن دیگر است، مانند نقل قول. «بینامتنیت غیرصریح و پنهان شده» که بیانگر حضور پنهان یک متن در متن دیگر است، مانند سرقت ادبی و هنری و در نهایت «بینامتنیت ضمنی» که مولف متن دوم با بکاربردن نشانه‌هایی به بینامتن بودن متن خود و حتی مرجع آن به صورت ضمنی اشاره می‌کند. در این نوع بینامتنی، مخاطبان خاصی که نسبت به متن اول آگاهی دارند، متوجه بینامتن می‌شوند (نامورمطلق،۱۳۸۶، ۱۳۵-۱۳۶). همچنین درجاتی که ژنت در زمینه‌ی میزان برگرفتگی و چگونگی تاثیرپذیری یک متن از متن‌های دیگر در حوزه‌ی بیش‌متنیت قائل می‌شود به دو دسته کلی «تقلید و تغییر» قابل طبقه‌بندی است (نامورمطلق،۱۳۹۱). البته طبقه‌بندی ژنت بر اساس سبک آثار و گونه‌شناسی، به موارد دیگری نظیر پارودی[۱۸] و پاستیش[۱۹] نیز ادامه می‌یابد. جمع‌بندی از طبقه‌بندهای مطرح شده از سوی صاحب‌نظران حوزه بینامتنی در تصویر۲ نمایش داده شده است که می‌تواند در تبیین مراتب و ابعاد بینامتنی در معماری مجتمع‌های تجاری معاصر مورد استفاده قرار گیرد.



تصویر ۲- مراتب بینامتنیت مطرح شده از سوی نظریه‌پردازان این حوزه.

بینامتنیت و معماری (از بازنمایی[۲۰] تا فضای وانموده[۲۱]): با مروری اجمالی بر رویکردهای گوناگون معماری دوران پست مدرن، که دوران پیدایش و رشد مجتمع‌های تجاری در غرب نیز محسوب می‌شود (Coleman, 2007) می‌توان به مظاهر کاربرد بینامتنیت در معماری دست یافت.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.22225602.1402.11.43.4.4]

بازنمایی در معماری، از جمله کنش‌هایی‌است که بارها در طول تاریخ معماری تکرار شده است. پیشینه مفهوم بازنمـایی در هنـر بـه افلاطـون بازمی‌گردد که هنر را تقلید تقلید و کـار هنرمنـد کـه بـه اعتقـاد وی ارائـه‌ای از تصـویر مثلـی بـود، را دو درجـه از حقیقـت دور مـی‌دانسـت (غفاری،۱۳۹۴). به تعبیر منصوریان (۱۱۰،۱۳۹۱) «درک عام و کلاسیک از مفهوم ارائه و بازنمایی، بر اسـاس منطـق و نظـام دیـالکتیکی دال و مدلول یا الگو و بازنمـوده دنبال می‌شده است». در دوران مدرن بازنمـایی پیشرفت‌های فناوری در معمـاری بـا مـوارد گونـاگونی نظیـر تکـرار عناصر ناشی از تولید انبوه و صنعتی‌سازی، تاکید بر حـذف تزیینـات و ایـده‌ی شفافیـت صـورت گرفـت. امـا در دوران پسـت مـدرن، در پـی اندیشه‌های زمینه‌گرایی که وجود داشت، میل به بازنمایی‌های فرهنگی و جغرافیایی نزد معماران محبوبیت یافت و «تقلید، اقتباس و اسـتفاده‌ی گزینشی از عناصر تاریخی» (نزبیت،۱۳۹۶،۶۰) و بازنمایی عناصری از معماری با سبک‌های خـاص و بـا هـدف خلـق معنـا و ایجـاد روایـاتی از معماری، مورد استقبال برخی از معماران مطرح این دوره، موسوم به پست‌مدرنیست‌های تاریخ‌گرا[۲۲] قرار گرفت. به تعبیر استرن، سـه رویکـردی که ویژگی‌های معماری پست‌مدرن را شکل می‌دهند عبارتند از:«تزیین‌گرایی[۲۳]، زمینه‌گرایی[۲۴] و اشاره‌گرایی یا کـاربرد تلمـیح[۲۵]». وی در مـورد اشاره‌گرایی به این موضوع می‌پردازد که درس‌هایی در تاریخ، نوآوری‌های تکنولوژیک و علوم رفتاری وجود دارند که برای تولیـد معنـا، بایـد از این موارد بهره برد (Stern,1977). شاید بتوان گفت استرن با مطرح کردن اشاره گرایی، به بینامتنیت در دو محور درزمانی و هم‌زمـانی اشـاره می‌کند.

اما در پست‌مدرنیسم، «تنها یک تاریخ وجود ندارد، چندین تصویر از گذشته با توجه به دیدگاه‌هـای مختلـف وجـود دارد» (Corbo, 2015). از این رو در اندیشه‌ی دیکانستراکشن، بازنمایی، به اندیشه چندمعنایی و چندارزشی مبدل می‌شود. به بیان دیگر، در اواخر سال‌های۱۹۸۰میلادی، اندیشه دیکانستراکشن با ریشه‌هایی از اندیشه‌های فلسفی ژاک دریدا[۲۶] و از طریق معماران نظریـه‌پـردازی نظیـر «برنـارد چـومی[۲۷]» و«پیتـر آیزنمن» در معماری پست‌مدرن شکل گرفته است (اقبالی،۱۳۸۶). آیزنمن تحت تاثیر دریدا، معماری را به عنوان یک متن در نظر گرفتـه اسـت، یک پالیمسست[۲۸] که به خوانش های متعدد نیازمند بوده و ماهیت واقعی آن نامعین و ناپایدار است. در واقع او از مفهوم پالیمسست بـه عنـوان راهی برای طراحی در لایه‌ها به هر دو صورت ملموس و مفهومی استفاده کرده است. در رویکرد او، لایه‌ها مربوط به عوامل گونـاگونی ماننـد، خصوصیات فیزیکی و تاریخی خاص سایت و همچنین حاصل از افزودن داستانی به یک سایت هستند. آیزنمن، با استفاده از بحـث لایـه‌هـا و سوپرپوزیشن[۲۹]، مفهوم زمان و تاریخ را مطرح می‌کند و سایت را به عنوان یک پالیمسست یا لوح محفوظ که باید کشف شود و ردپای تـاریخ و زمان گذشته همواره در آن وجود دارد، درنظر می‌گیرد (Eisenman,1998 ; Kjerrgren,2011). بـه همـین ترتیـب در آثـار معمـاران دیگـر رویکرد دیکانستراکشن، نظیر چومی به نوعی این دیدگاه وجود دارد (Papadakis,1988). به تعبیر رحیمی اتانی و همکاران، در دیکانستراکشن «زمینه‌گرایی، مکالمه‌ی گذشته و حال، چندمعنایی و چند ارزشی، چند لایه‌ای بودن و ارتباط میان فرهنگ و گذشته» از ویژگـی‌هـای بینـامتن بودن آثار است (Rahimi Atani, et al, 2018).

علاوه بر بازنمایی و پالیمسست که از مظاهر کاربرد بینامتنیت در معماری پست‌مدرن هستند، باید به اندیشه «شهر کلاژی[۳۰]» کالین رو و فـرد کوتر[۳۱] نیز اشاره کرد که در آن، ایده‌ی کلاژ یا تکه‌چینی به مثابه یک «روش» کـه امکـان تکثرگرایـی دموکراتیـک را ایجـاد مـی‌کنـد و بـه ارجاعات متکثر موجود در شهر کلیت می‌بخشد، مطرح می‌شود (Rowe & Koetter,1978).

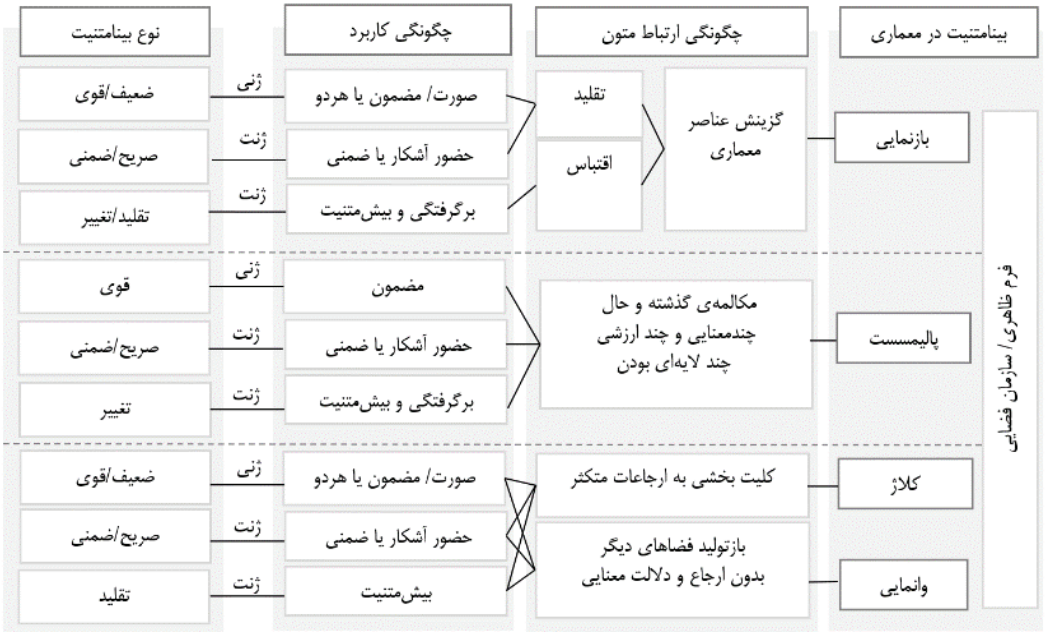
در عصر کنونی، «بازنمایی» که پیشتر به صورت بازنمایی‌های تاریخی و جغرافیـایی و یـا پالیمسسـت و چنـدمعنایی مطـرح شـد، بـا تغییراتـی مفهومی مواجه شده است. به بیان دیگر، در اواخر قرن بیستم، در نتیجه پیشرفت‌هـای فنـاوری و افـزایش مصـرف‌گرایـی، حـس بینـایی، بـه مهم‌ترین حس انسان تبدیل شده است و «تصویر به اصلی‌ترین وسیله ارتباطی جامعه مصرف‌کننده مبدل گشته و ایده بیان به یک هدف مهـم معماری تبدیل شده است» (Opincariu,2011). به تعبیر ژان بودریار[۳۲]، فیلسوف فرانسوی پست‌مدرن، عصر کنونی بر اساس مفهوم وانمـایی شکل گرفته و تصاویر جایگزین واقعیت شده و اشیا و کالاها به نشانه‌ها و نمادهایی تبدیل شده‌اند. در این دوران نظام نشانه- ارزش جـایگزین نظام استفاده- ارزش شده است و نشانه‌ها هستند که فرهنگ‌سازی جدید یا وانموده‌ها را ساختار می‌بخشند. این نمادهـا و نشـانه‌هـا در دنیـای امروز دیگر از واقعیت خود پیشی گرفته و واقعی‌تر از خود واقعیت به نظر می‌رسد (Baudrillard,1995) که در ادبیـات بودریـار «ابرواقعـی یـا بیش واقعی[۳۳]» نامگذاری می‌شود. بر این اساس چون نشانه‌ها، ارجاعی به بیرون ندارند، رابطه‌ی دیالکتیکی و دال و مدلولی موجود در بازنمایی دیگر وجود ندارد و بازدارندگی از هرگونه معنی، ارجاع و مدلول، به اصلی تغییرناپذیر در این دوران مبدل شده است (منصـوریان،۱۳۹۱). بودریـار خود برای توضیح امر بیش‌واقعی، «دیزنی‌لند[۳۴]» را مثال می‌زند که نمونه کاملی از انواع وانموده‌های پیچیده است (بودریـار،۱۳۹۷). جمـع‌بنـدی آنچه از انواع کاربرد بینامتنیت در معماری دوران پست‌مدرن بدست آمد در تصویر ۳ به نمایش درآمده است.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1402.11.43.4.4]



تصویر ۳- انواع ارتباطات بینامتنی در معماری پست مدرن

چهارچوب نظری تحقیق: با توجه به طبقه‌بندی مراتب گوناگون بینامتنیت که توسط صاحبنظران این حوزه صورت گرفته است (تصویر ۲) و صورت‌های متنوع کاربردهای بینامتنیت در معماری (تصویر ۳)، می‌توان چهارچوب نظری پژوهش را به صورت مراتب نشان داده شده در تصویر ۴، برای کاربردهای بینامتنیت در معماری مجتمع‌های تجاری در نظر گرفت.



تصویر ۴- چهارچوب نظری پژوهش: مراتب کاربرد بینامتنیت در معماری مجتمع‌های تجاری

یافته‌های تحقیق و تجزیه و تحلیل آنها

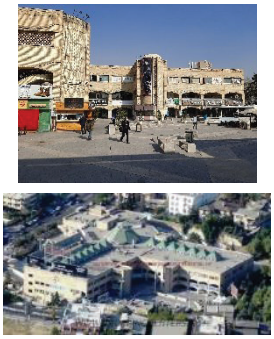
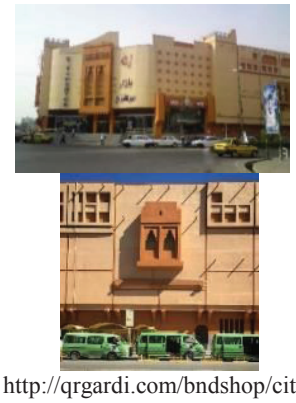
بینامتنیت در معماری مجتمع‌های تجاری در ایران: شاید بتوان ریشه‌های نخستین مجتمع‌های تجاری امروزی ایران را در فروشگاه‌های بزرگی دانست که در در دوران پهلوی دوم، به تأسی از فرهنگ غرب و با بکارگیری فناوری‌های روز شکل گرفت. نظیر «فروشگاه فردوسی» در سال ۱۳۳۶ و «فروشگاه کوروش» در سال ۱۳۵۰ شمسی. در سال‌های دهه ۶۰ شمسی که مقارن است با جنگ تحمیلی، روند احداث مجتمع‌های تجاری متوقف شد و پس از آن در سال‌های دهه ۷۰ شمسی بیشترین فراوانی مراکز خرید (و نه مجتمع‌های

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.22225602.1402.11.43.4.4]

تجاری) به پاساژها اختصاص داشت. پاساژها غالبا ترکیبی از ساختار بازارهای سنتی و پاساژهای قرن نوزدهم اروپا و فاقد فضاهای تفریحی و فراغتی بودند و مطالعه‌ی آن‌ها خارج از بحث این پژوهش است. اما روند احداث مجتمع‌های تجاری پس از دهه ۷۰ شمسی رو به گسترش گذاشت. در دهه ۸۰ شمسی مجتمع‌های تجاری که علاوه بر فضاهای خرید، فضاهای تفریحی داشتند، احداث شدند و در در دهه ۹۰ شمسی تهران و شهرهای بزرگ کشور، با گسترش عظیم تعداد و گونه‌بندی‌های متنوع مجتمع‌های تجاری مواجه شد. در ادامه با توجه به چهارچوب نظری پژوهش، تحلیل نمونه‌های گزینش شده، ارائه می‌شوند.

بازنمایی‌های جغرافیایی و فرهنگی: تحلیل نمونه‌های گزینش شده از مجتمع‌های تجاری در این پژوهش نمایان ساخته است که بازنمایی‌های بکاررفته در طراحی مجتمع‌های تجاری موجود در ایران ، به جز عوامل تاریخی، فرهنگی و جغرافیایی مرتبط با کشور ایران در برخی موارد بازنمایی نوعی معماری التقاطی موسوم به کلاسیک است که به نظر می‌رسد بیشتر تابع رواج مد در سطح کشور است. خاستگاه شکل‌گیری و علل رواج چنین سبک‌هایی خود موضوع پژوهش دیگری است. در جدول ۱ برخی نمونه‌ها از کاربرد بازنمایی در طراحی مجتمع‌های تجاری در کشور ایران مورد تحلیل قرار می‌گیرند.

جدول ۱- تحلیل ابعاد بینامتنی کاربرد بازنمایی در طراحی مجتمع‌های تجاری.

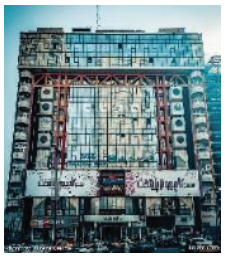
اثر	تصویر مجتمع‌های تجاری	اثر	تصویر اثر (متن) پیشین	نحوه کاربرد بینامتنیت	نوع بینامتنی
مجتمع تجاری گلستان-تهران-۱۳۶۸		سرای درب عباسی بازار تبریز	 (وزارت مسکن و شهرسازی، ۲۲،۱۳۸۸)	بازنمایی ضمنی و اشاره به معماری سراهای بازارهای ایران و کاربرد متریال، عناصر و تناسبات موجود در بازارهای سنتی ایران	- بینامتنیت قوی (فرم و پلان) - بینامتنیت ضمنی - برگرفتگی از معماری سنتی ایران.
سیتی سنتر بندرعباس -هرمزگان -۱۳۸۴	 http://qrgardi.com/bndshop/city-center-shop	بادگیرها و فرم معماری بندر لافت هرمزگان		بازنمایی به صورت الحاق عناصر شاخص فرهنگی اقلیمی روی نمای بنا با اندازه‌ای اغراق شده بدون تاثیرگذاری در روابط فضایی و پلان.	- بینامتنیت ضعیف (فقط در فرم ظاهری) - بینامتنیت صریح
سون سنتر- تهران- ۱۳۹۴		معماری نئو کلاسیک غربی	 معبد پانتئون در پاریس https://fa.wikipedia.org	بازنمایی فرم ظاهری نظیر سقف گنبدی، طاق‌نماها و فضای ورودی و تناسبات، با الهام از سبک نئوکلاسیک غربی. همچنین وجودی گنبدی مشابه گنبدهای سبک نئوکلاسیک غربی. (شبه نئو کلاسیک)	- بینامتنیت ضعیف (فقط در فرم ظاهری) - بینامتنیت صریح

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1402.11.43.4.4]

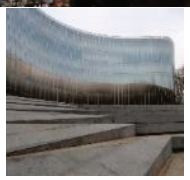
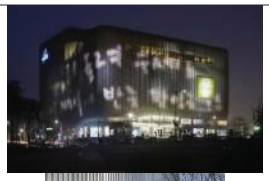
اثر	تصویر مجتمع‌های تجاری	اثر	تصویر اثر (متن) پیشین	نحوه کاربرد بینامتنیت	نوع بینامتنی
بام لند تهران- ۱۳۹۶	 فرم ظاهری جزییاتی از محوطه‌سازی و گودال باغچه 	معماری سنتی مناطق کویری ایران	 باغ فتح آباد کرمان https://fa.wikipedia.org  گودال باغچه خانه تاریخی پیرنیا	بازنمایی عناصر اقلیمی و ویژگی‌های معماری سنتی در کل بنا نظیر بادگیر و گودال باغچه نمایش تناسبات و مردم‌واری معماری ایرانی	- بینامتنیت قوی (فرم و پلان) - بینامتنیت ضمنی - برگرفتگی از معماری سنتی ایران.

تقلید و اقتباس از معماری معاصر غرب: برخی دیگر از انواع ارتباطات بینامتنی مجتمع‌های تجاری، طیفی از تقلید و بازنمایی‌های ظاهری تا برگرفتگی از مجتمع‌های تجاری یا سایر فضاهای طراحی و ساخته شده توسط معماران مطرح غربی است. این امر در سطوح گوناگونی از فرم و حجم معماری مجتمع‌های تجاری تا تزیینات و پوسته ظاهری نمود یافته است. در برخی موارد نوع کاربرد بینامتنیت در طراحی مجتمع‌های تجاری با نظر گرفتن شرایط سایت پلان و زمینه‌ی مورد طراحی صورت گرفته است و به نوعی کاربرد بینامتنیت از «بازنمایی» به «پالیمسست» نزدیک شده است. در جدول ۲، به برخی از این نمونه‌ها و تحلیل نوع ارتباطات بینامتنی آنها پرداخته شده است.

جدول ۲- تحلیل ابعاد بینامتنی کاربرد بازنمایی و پالیمسست آثار معماری غربی در طراحی مجتمع‌های تجاری.

اثر	تصویر مجتمع‌های تجاری	اثر	تصویر اثر(متن) پیشین	نحوه کاربرد بینامتنیت	نوع بینامتنی
مجتمع تجاری بوستان-تهران-۱۳۷۴	 	king of Prussia Mall- Pennsylvania -1963	  /https://c1.staticflickr.com	اقتباس فرم قوسی شکل موجود در حجم بیرونی بنا. بدون تاثیرگذاری در پلان.	بازنمایی - بینامتنیت ضعیف (فقط در فرم ظاهری) - بینامتنیت صریح
مجتمع کامپیوتر پایتخت- تهران- ۱۳۷۴		Nakagin Capsule Tower – Japan- 1972	 https://www.archdaily.com	کاربرد برخی عناصر به کار رفته در سبک‌های هایتک و جنبش متابولیسم ژاپن در نمای ساختمان بدون تاثیر بر پلان و فضای داخلی	بازنمایی - بینامتنیت ضعیف (فقط در فرم ظاهری) - بینامتنیت صریح بیش‌متنیت/ تغییر

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.22225602.1402.11.43.4.4]

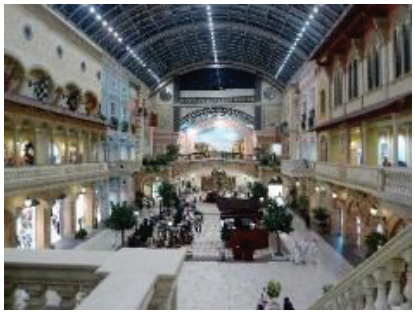
مجتمع تجاری گلدیس-تهران- ۱۳۷۹		London- Lloyd's building	 https://www.archdaily.com	کاربرد برخی عناصر به کار رفته در سبک‌های هایتک در نمای ساختمان بدون تاثیر بر پلان و فضای داخلی	بازنمایی -بینامتنیت ضعیف (فقط در فرم ظاهری) -بینامتنیت صریح - بیش‌متنیت/ تغییر
ارگ تجریش-تهران- ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۳	 	Galleria Centercity- South Korea -2008-2010	  https://www.archdaily.com	اقتباس از فرم با لبه‌های منحنی، صفحات انعکاس‌دهنده در نما، نورپردازی در نما، لند اسکیپ ورودی. توجه به بستر و زمینه بومی سایت طراحی.	پالیمسست - بینامتنیت قوی - بینامتنیت ضمنی - بیش‌متنیت/ تغییر
طرح ساخته نشده مجتمع تجاری دریا- ۱۳۹۱	 گروه معماری ارش بعد چهارم فضا http://arsh4d-studio.com/project/darya-commercial-complex	Galleria Centercity- South Korea -2008-2010	 https://www.archdaily.com	استفاده از فرم با لبه‌های منحنی، کاربرد صفحات انعکاس‌دهنده در نما، نورپردازی در نما، لند اسکیپ ورودی	بازنمایی - بینامتنیت ضعیف (فقط در فرم ظاهری) - بینامتنیت صریح
طرح ساخته نشده مجتمع تجاری	 گروه معماری کارند https://karandgroup.com/portfolio	Торговый центр «Хорошо». 2016 ,Russia IQ Studio	 https://archi.ru/russia/71424/uspeshnoe-voploschenie	اقتباس از فرم ظاهری و متریال به صورت پره‌های منعطف و متحرک.	بازنمایی بینامتنیت ضعیف (فقط در فرم ظاهری) بینامتنیت ضمنی بیش‌متنیت/ تغییر
سیتی سنتر شاهین شهر اصفهان- ۱۳۹۷	 /https://aoapedia.ir	Pierres Vives / Zaha Hadid Architects -France-2012	 https://www.archdaily.com	اقتباس از فرم ظاهری و کشیدگی ساختمان همچنین فرم گشودگی‌ها و استفاده از خطوط مورب در حجم و نما.	بازنمایی - بینامتنیت ضعیف (فقط در فرم ظاهری) - بینامتنیت ضمنی - بیش‌متنیت/ تغییر

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1402.11.43.4.4]

بستین بستر-تهران-۱۳۹۷		Atrium Amras / Zechner & Zechner-2013	 https://www.archdaily.com	نوع تزیینات نما و بدون تاثیر در حجم و پلان	بازنمایی – بینامتنیت ضعیف (فقط در فرم ظاهری) – بینامتنیت صریح
سرای گردشگری سیمرغ- مازندران- ۱۳۹۸		Heydar Aliyev Center / Zaha Hadid Architects-2013		بازنمایی کلی حجم و فرم ظاهری بدون تاثیر گذاشتن در فضای داخلی و پلان	بازنمایی -بینامتنیت ضعیف (فقط در فرم ظاهری) -بینامتنیت صریح -بیش‌متنیت/ تقلید

تکه‌چینی فضاهای وانموده: با توجه به نتایج حاصل از مطالعات نظری، علاوه بر بازنمایی و پالیمسست، تکه‌چینی و امر وانموده نیز از نمودهای معماری بینامتنیت است. برخی ادبیات نظری مرتبط با رویکرد نشانه شناسی مجتمع‌های تجاری، از این مراکز به مثابه شهرهای مینیاتوری یا شهرهای آبستره (Carr et al, 1992; Zheng, 2011) که تمامی اجزای شهر را در قالبی کنترل شده دارا هست، یاد می‌کنند. علاوه بر این می‌توان «دلالت نشانه‌ای مال به عنوان فضای وانموده» را برای این مراکز قائل شد و به تعبیر نجومیان، مال‌ها را می‌توان تداوم تم‌پارک‌هایی[۳۵] دانست که بازتولید فضاهای دیگر است (نجومیان،۱۳۹۵).

امروزه مجتمع‌های تجاری و مال‌ها برای جذب تعداد بیشتر شرکت‌کنندگان به مراکز ایجاد تجربه برای گروه‌های مختلف استفاده‌کنندگان تبدیل شده‌اند. از راهکارهای معماری این امر، ایجاد تجارب گوناگون حسی با استفاده از بازنمایی و تکه‌چینی معماری‌های گوناگون است. نمونه‌های متعددی از مجتمع‌های تجاری با ویژگی معماری کلاژگونه و نمایش امر وانموده در دنیا وجود دارد. از جمله مال وست ادمنتن[۳۶] در کانادا که در سال ۱۹۸۵ میلادی احداث شده است و بخش‌های گوناگون آن نمایشی از تکه‌چینی فضاها با معماری متفاوت است. برای مثال بخشی از مال که به رستوران‌های آن اختصاص دارد، بازنمایی از زندگی شبانه و رستوران‌های موجود در یک خیابان شهر نیواورلئان امریکا هست (تصویر۵) و در بخشی دیگر از مال موسوم به «Europa Blvd»، ظاهر خیابان‌های اروپایی به نمایش در آمده است (Attractions, n.d.). به همین ترتیب در مال مرکاتو[۳۷] در دوبی، بازنمایی یک خیابان ایتالیایی و یا شاید بتوان گفت بازنمایی مجددی از تصویر بدلی خیابان‌های اروپایی در مال ادمنتن صورت گرفته است (تصویر۶). همچنین مال ابن بطوطه[۳۸] در دوبی، تکه‌چینی از بازنمایی سبک‌های مطرح معماری شش کشور هست که بر اساس روایت‌های داستانی سفرهای جهانگرد معروف «ابن بطوطه» ساخته شده و بدلی از نسخه‌های اصلی‌است که برای مخاطبان کمترآشنا، اصیل و واقعی به نظر می‌رسد. به تعبیر نجومیان، مال‌ها فضاهای بازنمایی منتزع از جهان هستند که خود واقعیت فرض می‌شوند و این همان تعبیری است که بودریار از آن به «بیش واقعیت» یاد می‌کند (نجومیان،۱۳۹۵).



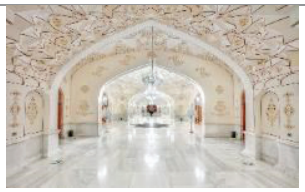
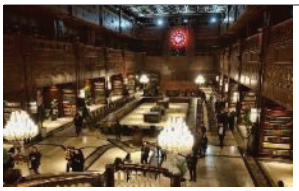
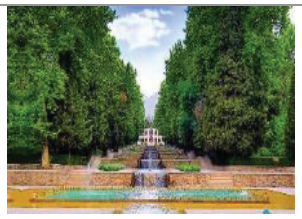
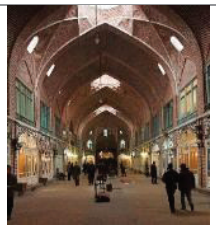
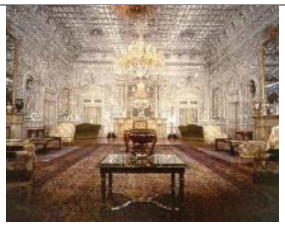

تصویر ۵ (تصویر سمت راست)- بازنمایی نمای ساختمان‌های شهر نیواورلئان در مال (https://bestedmontonmall.com)

تصویر ۶ (تصویر سمت چپ)- بازنمایی مجددی از خیابان اروپایی مال ادمنتن در مال مرکاتو در دوبی (https://www.dubai-online.com)

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.22225602.1402.11.43.4.4]

در کشور ایران نیز، ایران مال از جمله نمونه‌هایی است که تکه‌چینی از فضاهای وانموده، به منظور ایجاد تجارب جدید برای بازدیدکنندگان در طراحی معماری آن به کارگرفته شده است و این امر همان‌طور که پیشتر اشاره شده، نمودی از کاربردهای بینامتنیت در معماری می‌باشد. در جدول ۳ نمونه‌هایی از تکه‌چینی فضاهای وانموده در این مجتمع‌تجاری مشخص شده است.

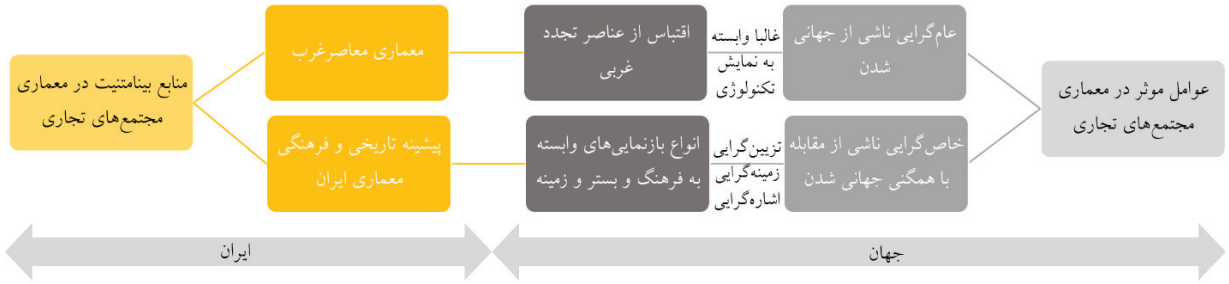
جدول ۳- تکه‌چینی از فضاهای وانموده در طراحی مجتمع‌های تجاری.

تکه‌چینی از فضاهای وانموده				
	باغ ایرانی	بازارهای سنتی ایرانی	آینه‌کاری و تزیینات عصر قاجار	معماری رنسانس
فضاهای وانموده	 باغ دیدار ایران مال www.iranmall.com	 تیمچه علی اکبر ایران مال www.iranmall.com	 تالار آینه ایران مال www.iranmall.com	 کتابخانه جندی‌شاپور ایران مال www.iranmall.com
نمونه‌های پیشین	 باغ شاهزاده ماهان کرمان fa.wikipedia.org	 تیمچه مظفریه- بازار سنتی تبریز fa.wikipedia.org	 تالار برلیان کاخ گلستان تهران /www.hamshahrionline.ir	 کتابخانه بادلین[۳۹] دانشگاه اکسفورد www.experienceoxfordshire.org

بحث

با توجه به یافته‌های پژوهش و تجزیه و تحلیل آن‌ها، می‌توان نمودهای گوناگون کاربرد بینامتنیت در معماری مجتمع‌های تجاری شهر تهران، را در سه دسته اصلی طبقه‌بندی کرد که عبارتند از « بازنمایی‌های جغرافیایی و فرهنگی»، «تقلید و اقتباس از معماری غرب» و «تکه‌چینی از فضاهای وانموده». همچنین مهم‌ترین منابع تاثیرگذار در طراحی معماری این مراکز، «پیشینه تاریخی و فرهنگی معماری ایران و معماری معاصر غرب» هستند. در حقیقت این دو منبع با آنچه در روند تاریخی شکل‌گیری و تحولات معماری مجتمع‌های تجاری، به ویژه تحولات در فرم و ظاهر این مراکز در دنیا رخ داده است، منطبق است. بدین صورت که، پیدایش و شکل‌گیری مجتمع‌های تجاری و مراکز خرید، همزمان است با سال‌های دهه ۶۰ میلادی که موسوم به دوران پست‌مدرن است. عدم برتری اندیشه‌ای بر دیگری، تکثر و تنوع آرا و اندیشه‌ها را در این دوران رقم زده است و این امر تا امروز ادامه دارد. از سویی شرایط ناشی از جهانی شدن و رشد و پیشرفت‌های تکنولوژی، نوعی عام‌گرایی و همگنی را ایجاد کرده است و از سویی دیگر پاسخ‌های متنوع و متعددی در مقابل آنچه این عام‌گرایی را ایجاد کرده و به دنبال تاکید بر نوعی خاص‌گرایی است در این دوران بروز و ظهور یافته است که تزیین‌گرایی، زمینه‌گرایی و اشاره‌گرایی یا کاربرد تلمیح از جمله آنها است. این موارد غالبا نوعی وابستگی به فرهنگ، بستر و زمینه را مورد تاکید قرار می‌دهند. مرور اجتمالی تاریخ تحولات مجتمع‌های تجاری، کاربرد هر دو نوع این رویکردها در طراحی مجتمع‌های تجاری، را نمایان ساخته است. به بیان دیگر عام‌گرایی ناشی از جهانی شدن در معماری مجتمع‌های تجاری، به صورت نمایش عناصر تجدد غربی و غالبا با نمایش تکنولوژی همراه بوده است و خاص‌گرایی ناشی از مقابله با همگی جهانی‌شدن در معماری این مراکز، غالبا به صورت انواع بازنمایی‌های وابسته به فرهنگ و بستر و زمینه شکل گرفته است (تصویر ۷).

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1402.11.43.4.4]



تصویر ۷- دو رویکرد موجود در طراحی معماری مجتمع‌های تجاری که منابع تاثیرگذار در بینامتنیت را شکل داده‌اند.

به علاوه، وجود طیف‌های گوناگون تاثیرپذیری آثار از این منابع که به صورت تقلیدهای سطحی و بعضا کپی کردن از آثار پیشین یا هم‌دوره اثر یا اقتباس‌های ضمنی از آنهاست، روشن می‌سازد عوامل متعددی بر بینامتنیت و شدت آن موثر هستند. در حقیقت در عصر حاضر به علت پیشرفت‌های فناوری نظیر رشد و توسعه ارتباطات، اهمیت یافتن رسانه‌ها و گسترش اینترنت و فضاهای جمعی، سرعت تبادل اطلاعات و همچنین تبادلات فرهنگی و تکنولوژی به شدت افزایش یافته است. این عوامل به صورت بالقوه باعث شدت بخشیدن به جریان بینامتنیت می‌شوند. چرا که طراحان به سرعت از آنچه در جهان درحال وقوع هست اطلاع می‌یابند و اندوخته‌های ذهنی ایشان که به طور خودآگاه یا ناخوداگاه بر طراحی‌شان تاثیرگذار است، تحت تاثیر این روند تبادل اطلاعات و فرهنگ و تکنولوژی قرار می‌گیرد. حال نحوه استفاده از این حجم عظیم اطلاعات، بسته به عوامل گوناگونی از جمله جهان‌بینی طراح، تجربه، تخصص و موارد متعدد دیگر که خود مبحث پژوهش دیگری را شکل می‌دهد، می‌تواند به صورت مثبت و سازنده باشد یا خیلی سطحی و بعضا مخرب برای فرهنگ و پیشینه بستر مورد استفاده. به بیان دیگر، گاه به علت وجود ضعف در ایده‌پردازی‌های طراحانه، اقتباس از طرح‌های دیگر، جنبه‌ی مثبتی برای کار طراحی در پی نداشته و بعضا نوعی خودباختگی فرهنگی- تخصصی در زمینه طراحی معماری مجتمع‌های تجاری را در پی دارد. چرا که ایده‌پردازی‌های ناشی از تبادلات فرهنگ و تکنولوژی، بدون پشتوانه فکری و تئوری‌پردازی، تنها به صورت نمایشی ظاهری و سطحی از فرهنگ و تکنولوژی، نمود می‌یابد (تصویر ۸).



تصویر ۸- عوامل موثر بر بینامتنیت و انواع بینامتنیت

همچنین لازم به ذکر است به منظور تبیین نمودهای کاربرد بینامتنیت در معماری هر اثر (مجتمع‌تجاری) و مشخص کردن مراتب تاثیرپذیری آن از آثار پیشین، می‌توان از دو روش استفاده کرد. روش نخست که در این پژوهش نیز مورد استفاده قرار گرفته است، تمسک به بررسی و تحلیل خود آثار معماری است و روش دوم انجام پژوهش‌های میدانی نظیر مصاحبه با طراحان هریک از مجتمع‌های تجاری و کسب شناخت از ایده‌هایی است که در هر طراحی بکاربرده‌اند. البته تشخیص این موضوع که چقدر پاسخ‌های طراحان از دقت کافی برخوردار است و کاربرد بینامتنیت و مراتب آن در هر یک از آثار چقدر از ایده‌پردازی‌های خلاقانه طراحان ناشی شده است و چقدر به صورت اقتباس یا کپی از کارهای موجود است، امری است پیچیده و تخصصی. زیرا این احتمال نیز وجود دارد که طراحان در نقاط گوناگون دنیا، تحت تاثیر شرایط گوناگون، به ایده‌هایی مشترک و کانسپت‌های مشابه دست یابند بدون آنکه از یکدیگر اطلاعی داشته باشند. پس به دلایل ذکر شده و دشواری دسترسی به

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.22225602.1402.11.43.4.4]

طراحان و همچنین احتمال وجود خطا در بیان منبع اصلی مورد اقتباس در طراحی ایشان، این پژوهش به تحلیل معماری مجتمع‌های تجاری (جداول ۱ تا ۳) پرداخته است.

نتیجه‌گیری

بینامتنیت به عنوان یک رویکرد مطالعاتی و روش تحقیق می‌تواند در خوانش ارتباط‌های یک متن یا اثر معماری و دریافت نسبت آن با آثار هم‌عصر یا پیشینش موثر واقع شود. به بیان دیگر در خوانش بینامتنی آثار معماری، به نوعی تداوم و پیوستگی متون با یکدیگر و تاثیرات تعامل و تقابل‌های جهانی‌سازی و منطقه‌گرایی مشهود می‌شود. از این رو بینامتنیت می‌تواند روشی سودمند در خوانش آثار به منظور دریافت معنا و شناخت هویت و فرهنگ موثر در ایجاد آنها باشد. دامنه تاثیرپذیری آثار از منابع هم‌عصر یا پیشین و منابع منطبق با فرهنگ و زمینه‌ی اثر یا زمینه‌ای متمایز از آن، متفاوت است. با استناد به طبقه‌بندی‌های ارائه شده توسط نظریه‌پردازان حوزه‌ی بینامتنیت، می‌توان مراتب این تاثیرپذیری را (مطابق با طبقه‌بندی ژنی) به اقسام «قوی/ ضعیف» و (مطابق با طبقه‌بندی ژنت) «صریح/ ضمنی» و همچنین بیش‌متنیت «تقلید/ تغییر» طبقه‌بندی کرد. در این پژوهش نیز به منظور تبیین مراتب تاثیرپذیری آثار از آثار پیشین یا هم‌عصر آنها، از طبقه‌بندی‌های ذکر شده استفاده شد.

نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد، کاربرد بینامتنیت در معماری می‌تواند به انواع گوناگون «بازنمایی»، «پالیمسست»، «تکه‌چینی» و «وانمایی» نمود یابد. در بازنمایی، ویژگی و عناصر تاریخی، جغرافیایی و فرهنگی به صورت‌های مختلف، مورد تقلید یا اقتباس قرارمی‌گیرند. در پالیمسست، به طراحی در لایه‌های متعدد زمانی پرداخته می‌شود و با ایجاد مکالمه میان گذشته و حال، هم‌زمان چند معنایی و چندارزشی مدنظر قرار می‌گیرد. در این نوع از کاربرد بینامتنیت، به دلیل درهم‌تنیدگی لایه‌های متعدد غالبا بینامتنیت از نوع ضمنی و بیش‌متنیت از نوع تغییر صورت می‌گیرد. در تکه‌چینی، ارجاعات متعدد در کنار هم قرار میگیرند و به واسطه‌ی عاملی (نظیر یک روایت) که در هر اثر ممکن است متفاوت باشد، کلیتی واحد را ایجاد می‌کنند. در وانمایی نیز که اساسا مفهومی مطرح شده توسط بودریار است، نمادها و نشانه‌ها، واقعی‌تر از خود واقعیت و اصیل به نظر می‌آیند. به بیان دیگر فضاهای وانموده در واقع نوعی بازتولید فضاهای دیگر و بدون ارجاع به آنها هستند که خود واقعیت فرض می‌شوند.

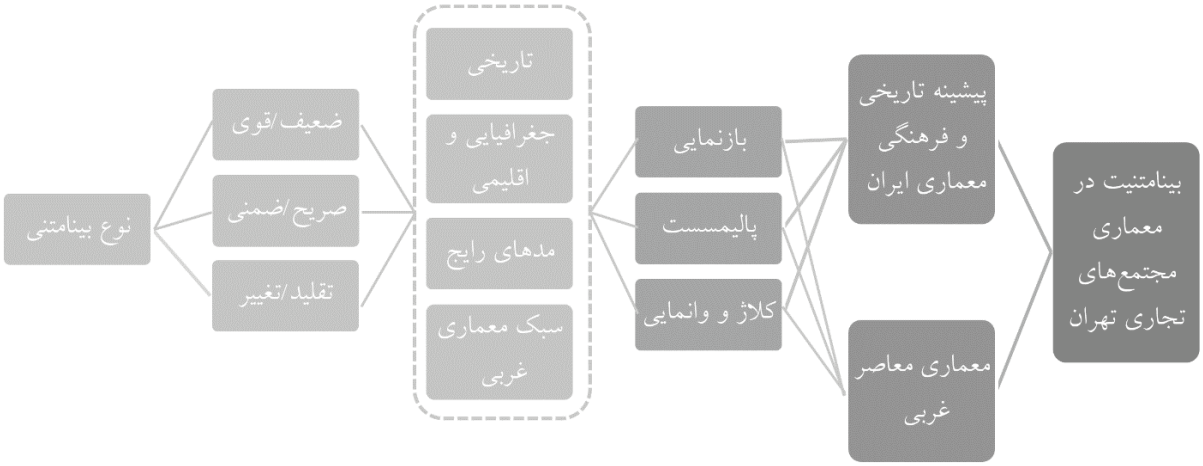
همچنین نتایج پژوهش روشن می‌سازد، کاربرد بینامتنیت در معماری مجتمع‌های تجاری و مال‌ها در ایران، به طور کلی، ترکیبی از پیشینه تاریخی و فرهنگی معماری ایران و معماری معاصر غربی است و این امر با آنچه در روند تاریخی شکل‌گیری و تحولات معماری مجتمع‌های تجاری، به ویژه تحولات در فرم و ظاهر این مراکز در دنیا رخ داده است، منطبق است. به بیان دیگر کاربرد بینامتنیت در معماری مجتمع‌های تجاری مورد بررسی در این پژوهش، بسته به نوع طراحی صورت گرفته در هر مجتمع، به صورت بازنمایی‌های تاریخی و جغرافیایی و گاهی حتی پیروی کننده از مدهای رایج در معماری (موسوم به سبک کلاسیک غربی) و برگرفته از سبک معماری غربی است. همچنین آثار طراحی و ساخته شده‌ی معماران مطرح غربی، منبع تقلید ظاهری و سطحی یا اقتباس و الهام برخی از طراحان مجتمع‌های تجاری ایران قرار گرفته است و بسته به میزان تاثیری که بر طرح مجتمع‌تجاری گذاشته، مورد تحلیل قرار گرفته و در مراتب ضمنی یا صریح و ضعیف یا قوی طبقه‌بندی شده است (مطابق جداول ۱و ۲). همچنین از دیدگاه نشانه‌شناسی، با در نظر گرفتن مجتمع‌های تجاری و مال‌ها به مثابه فضاهای شهری کنترل‌شده، می‌توان رشد تکه‌چینی‌هایی از فضاهای وانموده که بازتولیدی از فضاهای دیگر و نمودی از کاربرد بینامتنیت هستند را در این مراکز مشاهده کرد. دلالت نشانه‌ای مال به عنوان فضای وانموده، بستری برای تقلید یا تغییر و به طور کلی بازتولید فضاهایی را ایجاد کرده که به منظور جذب حداکثر افراد به مجتمع‌های تجاری و مال‌ها در دنیا و ایران متداول گشته و برای مخاطبان عام، اصیل و حقیقی به نظر می‌رسند (مطابق جدول۳).

همچنین لازم به ذکر است وجود طیف‌های گوناگون تاثیرپذیری آثار از منابع بینامتنیت، روشن می‌سازد عوامل متعددی بر بینامتنیت و شدت آن موثر هستند. که از آن جمله می‌توان به پیشرفت‌های فناوری و تاثیر آن در تبادلات فرهنگی و تکنولوژی بین نقاط گوناگون جهان که باعث سرعت‌بخشی به جریان بینامتنیت می‌شود، اشاره کرد. همچنین قدرت و تجربه طراح در ایده‌پردازی خود عامل مهمی است که می‌تواند نتایج گوناگونی از جمله «ایجاد طرحی خلاقانه و بدیع ناشی از اقتباس و کاربرد بینامتنیت» یا حتی « ایجاد طرحی ضعیف و سطحی ناشی از کپی برداری از سایر آثار» که نوعی خودباختگی فرهنگی- تخصصی را نیز در پی دارد، دربرگیرد. البته تبیین دقیق این مساله نیازمند بررسی‌های تخصصی موردی و انجام مصاحبه با طراحان آثار و کسب شناخت از منشا ایده‌های بکارگرفته شده در طراحی‌هایشان است که به عنوان پیشنهادی برای پژوهش‌های آتی در راستای موضوع این پژوهش مطرح می‌شود.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.23225602.1402.11.43.4.4]

در پایان می‌توان گفت تحلیل نمونه‌های منتخب در این پژوهش روشن می‌سازد، مهم‌ترین منابع تاثیرگذار در طراحی مجتمع‌های تجاری دو حوزه «پیشینه تاریخی و فرهنگی معماری ایران» و « معماری معاصر غرب» هستند. همچنین چگونگی ارتباط متون در طراحی معماری مجتمع‌های تجاری، در سه حوزه اصلی «بازنمایی»، « پالیمسست» و «تکه‌چینی فضاهای وانموده» قابل طبقه‌بندی بوده و طیفی از بازنمایی‌های تاریخی، جغرافیایی، مدهای رایج و سبک‌های متنوع معماری غربی را شامل شده است. مراتب بینامتنی آثار، بسته به نوع طراحی هر نمونه (مجتمع تجاری)، به انواع ضعیف/ قوی، صریح/ضمنی و تقلید/تغییر قابل تحلیل است. مطابق آنچه در تصویر ۹ نشان داده شده است.



تصویر ۹- روابط بینامتنی در معماری مجتمع‌های تجاری مورد تحلیل در این پژوهش.

پی‌نوشت‌ها

۱- از دهه‌ی ۱۹۸۰ میلادی، طراحی خرده‌فروشی (Retail design) به عنوان یک رشته مجزا که آمیخته‌ای از رشته‌های معماری، طراحی صنعتی، طراحی ارتباطات و همچنین علوم اجتماعی، روانشناسی محیط، جامعه شناسی، برندسازی و بازاریابی است، شناخته شد(Quartier,2015) و (Christiaans & Almendra,2012).

۲- مال (Mall) گونه‌ای از مجتمع‌های تجاری بزرگ و بسیار بزرگ است که به لحاظ خدماتی که به استفاده‌کنندگان می‌دهند به جز فضاهای خرید، فضاهای تفریحی و فراغتی و فرهنگی را نیز شامل می‌شوند

۳- Julia Kristeva

۴- Ferdinand Mongin de Saussure

۵- Mikhail Bakhtin

۶- Roland Barthes

۷- Laurent Jenny

۸- Michael Riffaterre

۹- Gerard Genette

۱۰- Jeffrey Kipnis

۱۱- Peter Eisenman

۱۲- Interarchitecturality

۱۳- ICSC: International Council of Shopping Centers

۱۴- Iintertextualite Faible

۱۵- Transtextualite

۱۶- پنج دسته «ترامتنیت» ژنت عبارتند از: بینامتنیت، سرمتنیت (Arcitextualite)، پیرامتنیت (Paratextualite)، فرامتنیت (Metatextualite) و بیش‌متنیت (Hypertextualite).

۱۷- Hypertextualite

۱۸- پارودی(Parodie) تقلید یا تغییر شکلی عامدانه از محصولی فرهنگی- اجتماعی (شامل انواع متون ادبی و غیر ادبی و گفتار در معنای بسیار گسترده باختینی آن) است که با دیدگاهی دست‌کم سرگرم‌کننده، نه لزوما تمسخرآمیز، موضوع اصلی خود را بازآفرینی می‌کند (صدریان،۱۳۸۸).

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.22225602.1402.11.43.4.4]

۱۹- پاستیش (Pastiche) در ادبیات، هنر، موسیقی و معماری به معنی تقلید آگاهانه و ستایشگرانه از سبک دیگر هنرمندان یا بـه‌کـارگیری مؤلفـه‌هـای آثارشان در یک اثر هنری است(Pastiche, n.d.).

۲۰- Representation

۲۱- Simulacrum

۲۲- پست‌مدرنیست‌های تاریخ‌گرا نظیر ونتوری (Robert Venturi)، مایکـل گریـوز (Michael Graves)، رابـرت اسـترن (Robert A.M Stern) و چارلز مور (Charles W. Moore).

۲۳- Ornamentalism

۲۴- Contextualism

۲۵- Allusionism

۲۶- Jacques Derrida

۲۷- Bernard Tschumi

۲۸- Palimpsest

۲۹- Superposition

۳۰- Collage City

۳۱- Colin Rowe & Fred Koetter

۳۲- Jean Baudrillard

۳۳- Hyperreal

۳۴- Disneyland

۳۵- Theme park

۳۶- West Edmonton Mall

۳۷- Mercato Shopping Mall

۳۸- Ibn Battuta Mall

۳۹- Bodleian Library

منابع

- آلن، گ. (۱۳۹۲)، *بینامتنیت*، ترجمه پیام یزدانجو، تهران، نشر مرکز.
- اقبالی، ر. (۱۳۸۶). ریشه‌های دیکانستراکتیویسم در فلسفه، هنر و معماری. *نشریه هنرهای زیبا*. ۳۰، ۶۳-۷۲.
- بایزیدی، ق.، اعتصام، الف، حبیب، ف. و مختاباد امرئی، م. (۱۳۹۶). جهانی سازی و منطقه‌گرایی در معماری معاصر: تعامل یا تقابل. *هویت شهر*. سال یازدهم، ۳۱. ۱۷-۳۰.
- چیت‌ساز، ش.، ندایی‌فرد، الف. و نامورمطلق، ب. (۱۳۹۸). خوانش بیش‌متنی نقش مایه انار در زیورآلات ایرانی. *باغ نظر*، ۱۶(۷۷)،۴۳-۵۸.
- رحیمی‌اتانی، س.، بذرافکن، ک. و رئیسی، الف. (۱۳۹۷). شیوه نوین خوانش متن معماری مبتنی بر نظریه بینامتنیت (نمونه موردی: مسجد الغدیر). *فرهنگ معماری و شهرسازی اسلامی*، بهار و تابستان. شماره ۶ ، ۵۷-۷۱.
- رحیمی‌اتانی، س.، بذرافکن، ک. و رئیسی، الف. (۱۳۹۹). بازخوانی اثر معماری به کمک مدل نقد بینامتنی؛ نمونه موردی: مسجد ولیعصر. *باغ نظر*،(۸۳)۱۷، ۴۱-۵۲.
- سلطان‌زاده، ح. و ایلکا، ش. (۱۳۹۳). بازتاب مفهوم بینامتنیت منتج از برهمکنش مفاهیم سنتی و مدرن در نشانه‌شناسی طراحی شهری معاصر، مورد پژوهی: طراحی شهری و معماری سبک واسازی و فولدینگ. *مدیریت شهری*، سال سیزدهم، ۳۴. ۷۷-۹۴.
- صدریان، م.ر. (۱۳۸۸). تعریف پارودی در دوران پسامدرن. *اندیشه‌های ادبی*. دوره ۱، ۱. ۴۵-۶۹.
- عزیزی، م. م. و اسدی، ر. (۱۳۹۶). تحلیلی بر ریخت‌شناسی مجتمع‌های تجاری، مطالعه موردی: مجتمع تجاری کوروش ، منطقه ۵ تهران. مطالعات شهری، ۲۴، ۵۵-۶۸.
- عسگری، ع.، نصیر سلامی، م.ر.، سلطان‌زاده، ح. و هاشم‌نژاد شیرازی، ه. (۱۳۹۷). معماری مصرفی؛ تحلیلی معناشناختی بر پدیده مصرف در مراکز بزرگ خرید شهری. *باغ نظر*. سال پانزدهم، ۵۹. ۱۷-۲۸.
- غفاری، الف.(۱۳۹۴). زیبایی‌شناسی و هنر در افلاطون. *قبسات*. سال بیستم، زمستان. ۶۱-۸۴.
- کاظمی، ع. و امیرابراهیمی، م. (۱۳۹۸).گونه‌شناسی مجتمع‌های تجاری در شهر تهران. *انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال پانزدهم،۵۶. ۱۱-۴۳.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.23225602.1402.11.43.4.4]

- کشمیرشکن، ح. (۱۳۹۵)، *درآمدی بر نظریه و اندیشه‌ی انتقادی در تاریخ هنر*، تهران، نشر چشمه.
- منصوریان، س. (۱۳۹۱). وانمایی: تاریخچه و مفهوم. نگاهی به الزامات وانمایی برای جامعه و هنر معاصر از منظر ژان بودریار. *کیمیای هنر*. سال اول،۲. ۱۰۹-۱۲۰.
- مهدوی‌نژاد، م.ج و جعفری، ف. (۱۳۹۲). تعامل و تقابل منطقه‌گرایی و جهانی شدن در معماری معاصر. *پژوهش‌های معماری اسلامی*، سال اول، ۱. ۵۹-۷۵.
- نامورمطلق، ب. (۱۳۸۶). ترامتنیت مطالعه روابط یک متن با دیگر متن‌ها. *پژوهشنامه علوم انسانی*، ۵۶، ۸۳-۹۸.
- نامورمطلق، ب. (۱۳۹۱). گونه‌شناسی بیش‌متنی. *پژوهش‌های ادبی*. ۹(۳۸). ۱۳۹-۱۵۲.
- نامورمطلق، ب. (۱۳۹۴). *درآمدی بر بینامتنیت: نظریه‌ها و کاربردها*، نشر سخن، تهران، ویراست دوم.
- نجومیان، الف. (۱۳۹۵). مال هم‌چون یک روایت. مصاحبه کنندگان: نوید پورمحمدرضا و کوروش آصف‌وزیری. *روایت*، ۷. ۲۹۴-۳۰۹.
- نزبیت،ک. (۱۳۹۶). *تئوری معماری پست مدرن(۱۹۶۵-۱۹۹۵)*. مترجم: پویان روحی. تهران. کتابکده کسری.
- وزارت مسکن و شهرسازی. معاونت معماری و شهرسازی، دفتر معماری و طراحی شهری (۱۳۸۸). *بازار ایرانی تجربه‌ای در مستندسازی بازارهای ایران*. انتشارات جهاد دانشگاهی، دانشگاه تهران.
- Alborzi, P., Soltanzadeh, H., & Hosseini, S. B. (2022). Examining the Contribution of Form and Façade of Buildings to the Branding of Commercial Complexes A Case Study of Commercial Complexes in Tehran. *The Monthly Scientific Journal of Bagh-e Nazar*, 18(104), 45-58. doi: 10.22034/bagh.2021.269577.4775
- Attractions, www user survey. (n.d.) Retrieved March 31, 2021, from https://bestedmontonmall.com/
- Barthes, R. (1989). *From work to text*. In P. Rice & P. Waugh(Ed.), Modern Literary Theory: A Reader(pp. 166-172). London: Edward Arnold.
- Bahga, S., Raheja, G.(2018). An account of critical regionalism in diverse building types in postcolonial Indian architecture. *Frontiers of Architectural Research* , https://doi.org/10.1016/j.foar.2018.09.001
- Baudrillard, J. (1995). *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Carr, S., Francis, M., Rivlin, L.G., Stone, A.M., (1992). *Public Space*. Cambrige University Press, Cambridge.
- Christiaans,H. Almendra,R.A.(2012), Retail Design: A New Discipline. *International Design Conference Design,* Dubrovnik - Croatia, May 21 – 24.
- Coleman, P. 2007, *Shopping Environments: Evolution, Planning and Design,* Architectural Press, Oxford, USA.
- Corbo, S. (2015). From Formalism to Weak Form: The Architecture and Philosophy of Peter Eisenman. 25 Jan. ArchDaily. Retrieved March 22, 2021,from https://www.archdaily.com/591214/from-formalism-to-weak-form-the-architectureand-philosophy-of-peter-eisenman.
- De Chernatony, L. (2010), *From Brand Vision to Brand Evaluation:The Strategic Process of Growing and Strengthening Brands.* Routledge. (Third edition).
- Eisenman,P.(1998). *Moving Arrows, Eros and Other Errors.* Architectural Association Publications.
- Genette, G. (1984*). Figures of Literary Discourse (A. Sheridan, Trans.)*. New York: Colombia University Press.
- Ghaseminia, M., & Soltanzadeh, H. (2016). Intertextual Relationships in the Contemporary Architecture of Iran During 1961-1977. *Space Ontology International Journal*, Volume 5 Issue 4 Autumn, 39-50.
- ICSC, (n.d.). Europe-Shopping-Center-Definition-Standard. Retrieved Jully 11, 2021, from https://www.icsc.com/uploads/t07-subpage/Europe-Shopping-Center-Definition-Standard.pdf.
- ICSC, (n.d.). US-Shopping-Center-Definition-Standard. Retrieved Jully 11, 2021, from https://www.icsc.com/uploads/t07-subpage/US-Shopping-Center-Definition-Standard.pdf.
- Kjerrgren, L. (2011). Layers of Land.The Palimpsest Concept in Relation to Landscape Architecture. Bachelor's project at the Department of Urban and Rural Development .Swedish University of Agricultural Sciences, Uppsala.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.22225602.1402.11.43.4.4]

- Kipnis, J., & Eisenman, P. (2013). I am for tendencies. Log, (28), 133-142. Retrieved February 18, 2021, from http://www.jstor.org/stable/43630875
- Nesbitt K.(2007). *Theorizing new agenda for architecture an anthology of architectural theory*, Princeton Architectural Press.
- Opincariu, D. (2011). Structure and Building Facades, the new concept of ornament. *Acta Technica Napocensis*, 54, 193–203.
- Papadakis A.(1988). Deconstruction in architecture, *Architectural Design*, pp. 32-39.
- Pastiche, (n.d.). *In Merriam-Webster's collegiate dictionary*. https://www.merriam-webster.com/dictionary/pastiche.
- Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 32(3), 465–476. doi:10.1016/j.tourman.2010.03.014.
- Quartier, K. (2015). Retail design, a discipline in its own right. .Researchgate.(https://www.researchgate.net/publication/324919082_Retail_design_a_discipline_in_its_own_right) viewd(16.5.2020).
- Rahimi Atani, S; Bazrafkan, K; Raeisi, I; (2018). Intertextual Reading of Postmodern Architecture (Based on Historicist Postmodern Architecture and Deconstruction). *Int. J.Architect. Eng. Urban Plan*, 28(1): 15-24 .
- Rowe,C . and Koetter,F. (1978). *Collage City*, Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Stern, R. A.M. (1977) "New Directions in Modern American Architecture: Postscript at the Edge of Modernism," *AAQ*, 9, (2-3), 66-71.
- Saunders, M., Lewis, Ph., Thornhill, A., & Bristow, A. (2019). "*Research Methods for Business Students" Chapter 4: Understanding research philosophy and approaches to theory develop*ment. Edition 8. (pp.128-171).
- Sun,Sh. & Yu, Y. (2020). Dimension and formation of placeness of commercial public space in city center: A case study of Deji Plaza in Nanjing.*Frontiers of Architectural Research*, https://doi.org/10.1016/j.foar.2020.08.001.
- Xie,D.X, Fan, H.J. & Chang, J.(2017). From space reproduction to place-making: the new trend of China's urban regeneration. *Urban Development Studies*, 24. pp. 110-115.
- Zhang, T.W. & Yu, Y. (2010). The production and management of urban public open space in the globalization era: the case of Qianjiang New Town. *Urban Planning Forum*, 5. pp. 1-14.
- Zheng, Y. Y. (2011). On the Space Analysis of Shopping Mall. *Advanced Materials Research*, 243-249, 6530–6533. doi:10.4028/www.scientific.net/amr.243-249.6530

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1402.11.43.4.4]

Intertextual explanation of the architecture of contemporary commercial complexes in Iran (1981-2021)

Parya Alborzi, Ph.D. Candidate, Department of Architecture, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
Hossein Soltanzadeh, Professor, Department of Architecture, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
Seyed Behshid Hosseini: Professor, Department of Architecture, Art University, Tehran, Iran.

Received: 2021/6/30 *Accepted: 2022/2/23*

Introduction: Commercial complexes have grown significantly in big cities of Iran, in the last decade and are important for various reasons such as large scale and wide range of visitors. As there are interactions between globalization and regionalism, some viewpoints on the critique of the design of commercial complexes and malls, due to technological advances and the conditions of globalization, make these centers similar and repetitive elements in the world and promoters of consumerism. While some other viewpoints, for reasons such as branding strategies and the economic growth of these centers, emphasize a unique and context-dependent identity. The purpose of this study is to explain the intertextuality of the architecture of commercial complexes by reading the relationship between the architectural works of this field and its contemporary or earlier works in Iran and the West. This study also seeks to find out the types and dimensions of the use of intertextuality in the architecture of contemporary commercial complexes.
Methodology: The methodology is based on Saunders Research Onion. The research philosophy of the present study is interpretive epistemology, the research approach is a qualitative, and the research strategy is content analysis. It is also explanatory in terms of the type of results. Data gathering was done by document- library information and field survey, and the method of data analysis is descriptive and inductive analysis. The samples studied in this study are a selection of contemporary commercial complexes in Iran.
Results: The results show that in the intertextual reading of architectural works, the continuity of texts with each other and the effects of interaction and confrontations between globalization and regionalism are evident. The intertextual levels can be classified into "strong/weak" and "explicit/implicit" and the Hypertextualite "imitation/change". The results also show that the use of intertextuality in the architectural form of commercial complexes and malls in Iran is in the form of historical, geographical, and cultural representations and imitations or adaptations of the works of prominent Western architects. From a semiotic point of view, by considering commercial complexes and malls as controlled cities, one can observe the growth of collages of Simulacrum that are a reproduction of other spaces and a manifestation of the use of intertextuality in these centers.
Conclusion: The analysis of the selected examples in this research makes it clear that the most important influential sources in the design of commercial complexes are the two fields of "historical and cultural background of Iranian architecture" and "contemporary Western architecture". Also, the way texts are related in the architectural design of commercial complexes can be classified into three main areas: "representation", "palimpsest " and "collage of simulacrum" and includes a range of historical, geographical representations, popular fashions, and diverse styles of western architecture. Depending on the type of design of each example (commercial complex), the intertextual levels of the works can be analyzed into weak/strong, explicit/implicit, and imitation/change types.

Corresponding Author's E-mail: Hos.soltanzadeh@iauctb.ac.ir

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.23225602.1402.11.43.4.4]