

انسان مسلمان به منزله نماد شهری

محمد مهدی گودرزی سروش*

هادی چهاردولی**

چکیده

شهرهای امروزی سرشار از نمادها و نشانه‌هایی است که گاه واجد معنای عمیق و گاه عاری از هرگونه معناهای زیباشناسی هستند. اِلمان‌هایی که گاه می‌توانند هویت بخش باشند و از بستر تاریخ و فرهنگ و هنر سرزمینی برخاسته باشند و اِلمان‌هایی که فاقد هرگونه ویژگی‌های هویتی و فرهنگی هستند؛ حتی اِلمان‌هایی که در ستیز با فرهنگ جامعه هستند و با فرم‌ها و معانی خویش باعث استحاله فرهنگی افراد جامعه می‌شوند. پس بررسی و تحلیل نمادهای شهری و نگاه موشکافانه و عمیق‌تر به آن، مسئله بسیار مهمی در

*- استادیار دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.

Akhlagh@dte.ir

** - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.

hadichahardoly@yahoo.com

تاریخ تایید: ۱۳۹۳/۰۳/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۲/۰۱

طراحی شهرهای امروزی است. در پژوهش‌های انجام‌شده درباره‌ی المان‌های شهری، مطالب زیادی مطرح شده است؛ اما در این مقاله، سعی بر این است تا از منظری دیگر به این موضوع نگاه شود و با مطالعات کتابخانه‌ای و مشاهده‌های میدانی و انجام مصاحبه‌های هدفمند، این موضوع بررسی شود. انسان مسلمان خود می‌تواند نمادی شهری بوده و به‌عنوان خلیفه‌الله، جلوه و نمود جمال و کمال خداوندی باشد و با اعمال و کردار خود بر شهروندان و استفاده‌کنندگان از محیط تأثیر بگذارد. اهمیت بررسی این موضوع که انسان می‌تواند نوعی نماد شهری باشد، بحث تأثیر متقابل بین محیط و رفتار است؛ زیرا محیطی که ویژگی‌های الهی دارد، می‌تواند بر رفتار مردم تأثیر بگذارد. رفتار الهی مردم نیز، محیطی با ارزش‌های ماورائی ایجاد می‌کند و نتیجه‌ی ادامه‌ی این تأثیر متقابل شهری، سرشار از معانی عمیق الهی است، شهری که سیمایی با هویت دارد. رفتار و ارتباط انسان با محیط به دو شکل صورت می‌پذیرد: ارتباط کلامی و غیرکلامی. در این پژوهش، ارتباط غیرکلامی بررسی می‌شود. نمونه‌ی انتخاب‌شده، سروان نیروی انتظامی محمدرضا هیکلی است که در حوزه‌ی فعالیت خود؛ یعنی شهرستان همدان و تقاطع سعیدیه، به‌واقع نمودی از انسانی تأثیرگذار است. در این نوشتار، سعی بر این است تا موضوع نمادها از زاویه‌ی دیگر بررسی شود.

واژه‌های کلیدی

سیمای شهر، نماد شهری، انسان، رفتار غیرکلامی.

مقدمه

در دنیای اسلام، شهر و انسان در ارتباطی دوسویه و مؤثر قرار دارند؛ به این صورت که اصلاح هر کدام و نزدیک شدن به مبانی اسلامی، دیگری را نیز به مسیر درست هدایت می‌کند. زندگی شهری کنش و فعالیت در فضا است و نگرستن به فضا از چنین زاویه‌ای، مستلزم داشتن نگاهی انسان‌شناسانه و جامعه‌شناسانه است. رفتارها و کنش‌های انسانی معنی را بر شهر مترتب می‌کند، شهر نیز می‌تواند بر انسان تأثیر بگذارد و به رفتار او خط بدهد؛ پس پرداختن به مسئله رفتار شهروند مسلمان به خصوص، افرادی که تأثیرگذاری بیشتری دارند، مسئله‌ای حیاتی است. دین مبین اسلام با جهان‌بینی اعتقادی خاص خود و جایگاه ویژه‌ای که برای انسان قائل است، به او وظایف خاصی را محول کرده است. بخش عمده‌ای از این وظایف در ارتباط با سایر افراد تجلی پیدا می‌کند. اهمیت ارتباط بین انسان‌ها تا جایی است که به جزئیات رفتار مردم با یکدیگر نیز توجه و تأکید شده است و برای هر یک از مردم در قبال سایرین، حقی تعیین شده است. دلیل این موضوع، تأثیرگذاری انسان‌ها بر یکدیگر است. هنگامی که انسان به عنوان نماد تلقی می‌شود، این بدان معنی است که او این مجال را دارد تا با توجه به موقعیت خویش، تأثیرگذاری بیشتری از سایر افراد داشته باشد. این موضوع در جوامع سکولار و مادی‌گرای امروزی نیز به خوبی مشاهده می‌شود؛ اما تفاوت نگاه بسیار عمیقی وجود دارد، در جوامع مادی‌گرا، به ظاهر انسان توجه می‌شود؛ اما مبانی اسلامی به باطن انسان توجه دارد. اینجا است که انسان مسلمان می‌تواند، جلوه‌ای از خدا و جانشینی از او بر زمین باشد؛ اما این جانشینی مقامی سرشار از معنا است و تأکید بر رفتار انسان به عنوان نمود این جانشینی است. در اینجا باید اشاره شود که تلقی

انسان به عنوان نماد شهری فقط اشاره به بخشی از توانایی‌های وجود او است و این به معنی تنزل انسان در حد نماد شهری نیست.

پرسش‌های پژوهش

آیا انسان را به عنوان نماد شهری می‌توان تلقی کرد؟
تأثیرگذاری انسان به عنوان نماد شهری بر محیط چگونه است؟

روش تحقیق

تحقیق مدنظر از نوع تحقیق کیفی است که شامل استفاده آگاهانه و گردآوری مجموعه‌ای از داده‌های تجربی است. در این تحقیق، به روش کتابخانه‌ای به تحلیل موضوع نمادها و تأثیر در فضای شهری و بحث رفتار غیرکلامی پرداخته شده است. در این راستا از کتاب‌های مختلف، منابع اینترنتی، مجله‌ها و مقاله‌های فارسی و انگلیسی و تحقیقات انجام گرفته معماران و پژوهشگران استفاده شده است. در ادامه از طریق مشاهده مستقیم و مطالعات میدانی و مصاحبه، انسان به عنوان نماد شهری بررسی می‌شود.

پیشینه تحقیق

موضوع مدنظر نگاهی نو و از زاویه‌ای خاص به بحث المان و نشانه‌های شهری است؛ اما اگر بخواهیم به موضوع نمادهای شهری ساخته شده بپردازیم، می‌توان این‌گونه عنوان کرد: مجسمه‌سازی در ایران، سابقه‌ای به درازای تمدن این سرزمین دارد. اولین کسانی که به مفهوم امروزی، به ساخت مجسمه و المان‌های شهری پرداختند، افرادی همچون ابوالحسن صدیقی و علی‌اکبر صنعتی و علی قهاری بودند. از سال‌های ۱۹۲۰، افرادی مانند پرویز

تناولی و ژازه طباطبایی با بهره‌گیری از راهکارهای مدرن و استفاده از عناصر سنتی جامعه ایران، سعی در احیای هویت ملی و ارتباط جهانی داشتند. این جریان، با کارهای مجسمه‌سازی همچون قدرت‌الله معماریان و بهمن محمصص ادامه پیدا کرد.

سیمای شهر

تصویر یا سیمای ذهنی، همه برداشت‌ها، دانسته‌ها، باورها، حدس‌ها و انتظاراتی است که فرد از محیط پیرامون خود دارد و ارزش‌ها، کیفیت‌ها، عملکردها و اولویت‌های متفاوتی را در ذهن وی ایجاد می‌کند. این تصورها، تابعی از تمام اطلاعاتی است که فرد تا آن برهه از زمان دریافت کرده و در ذهن خود انباشته است. می‌توان گفت، سیما یا تصویر ذهنی از شهر، طرح‌واره‌ای ارزش‌گذاری شده در ذهن فرد، از منظر شهر است. عوامل متعدد فیزیولوژیکی، فردی، اجتماعی، اعتقادی، ارزشی و ... در ایجاد سیما یا تصویر ذهنی، نقش مهمی ایفا می‌کند. سیما یا تصویر ذهنی فرد از محیط، حاصل دو عامل اصلی است؛ از طرفی خاطرات، روابط و تجربه‌ها، آرزوها و توقع‌ها، همه به صورت مجموعه‌ای ادراکی، رابطه بین فرد و «منظر» را زمینه‌سازی کرده است و از طرف دیگر، اطلاعات ارسال شده سه‌بعدی از «منظر» که تصویر را شکل می‌دهد (طرح‌واره‌ها). در این فرآیند، انسان اطلاعات دریافتی از محیط را در ذهن منظم کرده و علاوه بر اجزای محیط، نظم یا رابطه حاکم میان آنان را نیز در ذهن خود به تصویر کشیده است و به آن معنا می‌بخشد. این تصویر، پایه و اساس هرگونه کنش و واکنش فرد با محیط می‌شود. لازم به ذکر است که سیما یا تصویر ذهنی ایجاد شده، تصور شهروند از محیط است و به همین خاطر، با واقعیت موجود انطباق کامل و دقیق ندارد.

بنابراین سیمای شهر، آن تصویر ذهنی است که انسان در چارچوب ساختار شخصیتی‌اش، آگاهانه یا ناآگاهانه از جنبه‌های خاصی از واقعیت فیزیکی موجود، تجربه کرده است. این تصویر ذهنی برای فرد، فقط مربوط به زمان حال نیست؛ بلکه با تصورات ذهنی او از گذشته و آینده ترکیب می‌شود و خاطراتی از گذشته و توقعاتی از آینده را ایجاد می‌کند (پاکزاد، ۱۳۸۵). درک محیط شهری، فرایندی ذهنی است که از طریق ارتباط انسان و فضای پیرامونش ایجاد می‌شود. انسان پیام محیط را دریافت کرده و تصویری از محیط در ذهن خود به وجود می‌آورد. (حبیبی، ۱۳۷۸)

سیمای شهر اسلامی

به‌طورکلی، فرهنگ اسلامی که نوع خاصی از فرهنگ دینی با نمود مردمی است، دو نوع تأثیر عمده بر شهرها گذاشت: ۱. تغییر رفتار شهرنشینی مردم؛ ۲. تحول صورت ظاهری شهرها. (ضرابی و نژاد طیبی، ۱۳۸۹)

سیمای شهرهای دنیای اسلام خود آینه‌ای است بر مظاهر تمدن اسلامی. اسلام در عین جهان‌شمولی، در شهر زاده شده و در شهر گسترش یافته است. بیشتر محققانی که به بررسی آثار، بناها، شهرهای اسلامی و تاریخ تمدن اسلامی پرداخته‌اند، بر این باورند که اسلام دین شهری است. در سیر تاریخی اسلام‌گرایی، شهرهای بزرگی شکل گرفتند که در کنار آنها شمار شهرهای کوچک و متوسط نیز افزایش یافت. این شهرهای بزرگ، در عین همسانی با سایر شهرها، ویژگی‌های منحصربه‌فردی را به‌نمایش گذاردند. از قرن هجدهم با نفوذ استعمار اروپاییان در شهرهای اسلامی تا به امروز، شاهد به‌هم‌خوردن تعادل‌های زیستی و بصری در محیط‌های شهری هستیم.

شهرهای دوره اسلامی در ایران، مانند دوران پیش از اسلام، از سه بخش اصلی به نام‌های کهن دژ و شارستان و ربض تشکیل می‌شدند. کهن‌دژ بخش حکومتی و مقر حاکم و برخی نهادهای حکومتی بود. این بخش، به‌طور معمول در وسط شهر و روی تپه‌ای طبیعی بنا می‌شد تا از نظر دفاعی در وضع مناسبی قرار داشته باشد. کیاخره عنوانی بود که پیش از اسلام به این بخش اختصاص داشت. ربض یا حومه، حوزه پیرامونی کهن‌دژ و شارستان بود. مزارع و باغ‌ها و روستاها فضاهای اصلی در ربض به‌شمار می‌رفتند. شارستان یا شهرستان به بخشی اطلاق می‌شد که محل زندگی مردم بود.

در شناخت سیمای بیرونی شهرهای اسلامی، می‌توان به نشانه‌هایی اشاره کرد که علاوه بر کاربردهای شهرنشینی، هدایت‌کننده مسافران بوده‌اند. مناره‌ها در شهرهای اسلامی، چنین کارکردی داشته‌اند. مناره‌ها راهنمای عابرابری بوده‌اند که به طرف مساجد یا فضاهای اطراف آنها یا مراکز محلات و شهر حرکت می‌کرده‌اند. در شناخت سیمای درونی شهرهای اسلامی نیز می‌توان سردر مساجد و خانه‌ها و بازارها را مدنظر داشت. (میرمحمدی، ۱۳۷۵)

نمادها و نشانه‌ها در فضای شهری

در ژوئیه ۱۹۳۹، مراسمی در دانشگاه لیلاند استنفورد به مناسبت صدمین سالگرد کشف سلول واحد اساسی بافت‌های زنده، برگزار شد. امروزه به این حقیقت پی‌برده‌ایم که نماد، واحد اساسی همه رفتارهای انسان و تمدن است. سرچشمه همه رفتارهای انسان در استفاده از نماد است. نماد بود که اجداد انسان‌نمای ما را به انسان تبدیل کرد و از آنها انسان ساخت. همه تمدن‌ها فقط با استفاده از نمادها، ایجاد شده‌اند و تداوم یافته‌اند. این نماد بود که نوزاد انسان

اندیشمند را به موجود انسانی تبدیل کرد. رفتار انسانی، رفتاری نمادین است و رفتار نمادین، رفتاری انسانی است. نماد جهان، بشر است. در واقع معنا را موجودات انسانی به اشکال فیزیکی عطا کرده‌اند که در نتیجه آن، تبدیل به نمادها می‌شوند. (White, 1940. Leslie A)

کوپن لینچ نشانه‌ها را در کنار راه، لبه، گره و محله یکی از پنج عاملی می‌داند که سیمای شهری را می‌سازد. به عقیده او نشانه‌ها نفوذناپذیرند و نقاط ارجاع‌دانی هستند که غالب مردم آنها را از بیرون درک می‌کنند. (لینچ، ۱۳۷۴) نشانه‌ها عواملی در تشخیص قسمت‌های مختلف شهر هستند؛ با این تفاوت که ناظر به درون آنها راه نمی‌یابند. به‌طور معمول، اشیائی که ظاهری مشخص دارند؛ مانند ساختمان‌ها و علائم و فروشگاه‌ها یا حتی کوه، می‌تواند نشانه‌ای باشد. خصوصیت نشانه باید چنان باشد که بتوان آن را از میان عوامل بسیار بازشناخت. پاره‌ای از نشانه‌ها را که بر پایه‌ای از عوامل کوچک قد برافراشته‌اند، می‌توان از دور به زوایای مختلف تمیز داد و از آنها در جهت‌یابی همه‌جانبه استفاده کرد. تک‌برج‌ها و گنبد طلایی، معرف نشانه در سیمای شهرند. (همان)

نشان‌ها و نمادها از کهن‌ترین، پیچیده‌ترین، پرنفوذترین و جالب‌ترین ابزارهایی هستند که در جهت ظهور و آشکارسازی مسائل پنهان جهان مادی و معنوی به‌کار گرفته شده‌اند. بشر توانسته است به کمک این ابزارها، اندیشه و حتی خیال خود را به‌صورت هنر پدیدار کند. المان شهری از اجزای مهم مبلمان شهری هستند که می‌توانند در ارتقای حس مکان و هویت شهروندان تأثیر به‌سزایی داشته باشند. المان یا نماد شهری، ترکیبی است پیکره‌وار که در

ساخت آن ویژگی‌های درون احجام و اشکال هندسی و سازه‌ای و به‌طورکلی، هرآنچه جنبه تزئینی دارد، استفاده می‌شود. این ترکیبات، نظامی هندسی و تعادلی پایدار دارند، به‌گونه‌ای که پس از خودنمایی در سطح شهر، افراد را جذب خود می‌کند و به‌طور سمبلیک، مشخصه‌ای برای شناخت شهر در نظر گرفته می‌شود.

المان‌های شهری پس از جذب و پذیرش شهرنشینان، جزء شاخصه‌های اصلی شهر می‌شوند. (ایزدین، ۱۳۹۱) المان‌های شهری می‌توانند در اشکال مختلفی ظاهر شوند. کیفیتی که باعث متمایز شدن نمادهای شهری از دیگر اجزای سیمای شهر می‌شود، توانایی آنها در بیرون‌زدن از محیط اطراف خود است. ویژگی که به بینندگان جهت می‌دهد و در آنها حس غرور مدنی و هویت ایجاد می‌کند. آنها به‌ویژه برای بازدیدکنندگانی که از شهرها و مکان‌های دیگری می‌آیند، به یادماندنی‌ترین اجزا در منظر شهری هستند. (پامیر، ۱۳۹۱) با توجه به ویژگی‌های بصری خاص المان‌های شهری و تأثیر بر هویت بخشی شهری می‌توان نتیجه گرفت، المان‌های شهری به‌عنوان مهم‌ترین و تأثیرگذارترین عناصر بر تصویر ذهنی شهرها هستند. این نمادها همانند هر نماد دیگری از دو عملکرد «بیان معنا» و «ایجاد حس هویت» برخوردار است. هر نشانه‌ای به بیان معنایی فراتر از خود می‌پردازد و حس تعلق به جامعه‌ای خاص را اظهار می‌کند. این نشانه‌ها به دلیل اینکه در زندگی روزمره تکرار می‌شوند، حس خاصی از معنا و هویت را تکرار می‌کنند. (مزینی، ۱۳۸۱)

باید در اینجا به این موضوع اشاره کرد که اگر نمادها و المان‌های شهری براساس مبانی اسلامی و اعتقادی باشند، می‌توانند در خیابان‌ها و پارک‌ها و بوستان‌های شهری و هر جای دیگر شهر، ضمن ایجاد جاذبه، زمینه گرایش

شهروندان به معنویت‌ها را نیز فراهم کنند. (کریمیان، ۱۳۸۹) فضای شهری بستری است که حیات مدنی در آن جریان می‌یابد و واقعه‌ها و حادثه‌ها رخ می‌دهد. وقایع و حوادثی که حیات مدنی را به حیات واقعه‌ای تبدیل کرده، سبب می‌شوند تا خاطره شکل گیرد و ذهن، محل انباشت خاطره شود. فضاهای مختلف شهری با زنده‌نگه‌داشتن خاطرات، حوادث تاریخ را زنده نگه می‌دارند. (حبیبی، ۱۳۷۸) این موضوع، به‌وضوح در مبانی اسلامی نیز وجود دارد؛ تاجایی که یکی از ویژگی‌های هنر و معماری اسلامی، نمادگرایی یا رمز و تمثیل است که وجه اشتراک غالب هنرهای دینی محسوب می‌شود. طبق این ویژگی، هرگز قید به طبیعت که در مرتبه سایه است، وجود ندارد و هر نمادی، حقیقتی در ماورای این جهان پیدا می‌کند؛ بنابراین در هنر و معماری اسلامی، رمز و نماد، همچون آئینه‌ای شفاف است که حقایق عالم ملکوت را جلوه‌گر می‌کند. می‌توان چنین تصور کرد که هنرمندان مسلمان، این خصیصه را از دین اسلام و به‌خصوص، قرآن مجید آموخته باشند (حسینی، ۱۳۸۹)؛ زیرا قرآن مجید نیز بر رمز و نماد و مثال استوار است. از طریق نمادپردازی، انسان قادر می‌شود، موقع و مقام فردی خود را تعالی بخشد و به‌موجب آن به حیات اجتماعی و هدف‌دار دست یابد. هر محصول را می‌توان نماد یا ابزاری دانست که در خدمت هدف و نظم و «معنا» بخشیدن به نسبت‌های معینی میان انسان و محیط اوست. (ایمنی، ۱۳۸۹) البته باید به این نکته توجه کرد که در معماری ایرانی اسلامی، نمادگرایی و رمزپردازی نه به معنا و منظور پیچیدگی و غامض بودن اثر و خودنمایی معمار؛ بلکه به‌معنای ساحتی معنوی دادن به هر شیئی، همواره مدنظر هنرمندان مسلمان بوده است و برای هر عمل و پدیده‌ای، اصلی آسمانی و معنوی و مثالی قائل بوده‌اند. (نقی‌زاده، ۱۳۷۹)

رفتار

معنای لغوی رفتار عبارت است از جمیع فعالیت‌هایی که از موجود زنده سر می‌زند. می‌توان اظهار کرد که فرد از طریق عکس‌العملی رؤیت‌پذیر به محیط عینی خود، تصمیم‌گیری می‌کند. در واقع فرآیند رفتاری، عکس‌العملی از آگاهی ذهنی و ادراک افراد به محیط زندگی خودشان است؛ بنابراین می‌توان گفت مردم دربارهٔ فعالیت‌ها و کارهایی که می‌خواهند در محیط خود انجام دهند، در حدی بسیار دقیق و معقول فکر می‌کنند؛ در نتیجه، رفتاری اندیشیده ارائه خواهند کرد. برای توجیه بیشتر رابطهٔ رفتار و محیط هر شخص، می‌توان چنین اظهار کرد که اطلاعات کسب‌شده و انتخاب‌شدهٔ فرد از محیط، پس از آنکه تصمیم‌گیری و سازمان‌یابی ذهنی شد، به صورت نوعی فرایند انتقال رفتار محیطی در محیط اتفاق می‌افتد. (به‌فروز، ۱۳۷۰) دربارهٔ رفتار دینی باید عنوان کرد که شهر اسلامی، فضایی برای رفتار و عمل است. اعمال و رفتاری که از تعالیم اسلامی استنباط می‌شود. از جمله رفتارهای اهل شهر: عدالت، امنیت، رعایت حقوق شهروندی، تعاون و مشارکت و ... است. (لطیفی، صفری چابک، ۱۳۹۲) همان‌طور که از تعالیم اسلامی استنباط می‌شود، دین‌داری دو مؤلفهٔ باور دینی و رفتار دینی است. همان‌گونه که بدون باورهای مذهبی نمی‌توان کسی را دین‌دار نامید، بدون رفتارهای دینی نیز، دین‌داری تحقق نمی‌یابد. افزون بر این برای رستگاری انسان، ایمان و باور به تنهایی کافی نیست؛ بلکه رفتارهای شایسته‌ای بر اساس ایمان و اعتقاد نیز لازم است. به همین دلیل، در قرآن کریم هر جا از ایمان سخن به میان می‌آید، بی‌درنگ پس از آن، از عمل صالح یاد می‌شود. (موسوی اصل، ۱۳۸۷) رفتار دینی در ایران، با توجه به خصیصه‌های فرهنگی، سرشار از مؤلفه‌های زیباشناختی است. زبان‌شناس و

مردم‌شناسی به نام «ویلیام بی‌من» که سالیانی را در ایران سپری کرده است، رفتار میان‌فردی ایرانیان را دارای بُعد زیبایی‌شناختی دانسته است و آن را با هنر مقایسه می‌کند:

رفتار میان‌فردی ایرانیان دارای بُعد زیباشناختی غیرقابل انکاری است. مهارت فردی در برقراری ارتباط و تعامل با دیگران در تعیین ارزش‌ها و جایگاه او در جامعه نقش اساسی دارد. معنی و مفهوم این بُعد زیباشناختی به نحو اجتناب‌ناپذیر به استعاره می‌انجامد. اگر روابط میان‌فردی در ایران با هنر مقایسه شود، نامعقول نیست؛ زیرا عبور از پیچ‌وخم روابط شخصی روزمره و موقعیت‌های تعاملی، حتی برای کسانی که در درون این نظام نشوونما یافته‌اند، نیازمند مهارتی تمام‌عیار و همه‌جانبه است. در نتیجه فرد ماهر و چیره‌دست پاداش می‌برد و فرد بی‌دست و یا زیان می‌بیند. نظر به اینکه پیشبرد بسیاری از امور در گرو مهارت و زبردستی افراد در برقراری ارتباط است از این رو، مهارت‌های کلامی و غیرکلامی در زندگی روزمره از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. (بی‌من، ۱۳۸۶: ۲۲)

رفتار و ارتباط کلامی و غیرکلامی

هنگامی که صحبت از انسان به میان می‌آید، بی‌درنگ به این فکر خواهیم کرد که انسان در کدام محیط زندگی می‌کند؛ یعنی رابطه انسان بدون محیط به‌طور کامل، بی‌منطق و نامفهوم خواهد بود. ارتباط انسان با محیط و سایر شهروندان در ارتباط کلامی و غیرکلامی متجلی می‌شود. (اربابی، ۱۳۷۹) «اختلاف بین ارتباط کلامی و غیرکلامی به‌سادگی مقایسه اعمال و صحبت نیست، مثلاً صحبت کردن نیز خود آمیخته به عناصر غیرکلامی چون تن صدا، سکوت‌های

بین جمله‌ها و غیره است.» (محسنیان راد، ۱۳۸۴: ۲۴۷) ارتباطات کلامی، مجموع روابطی است که از طریق گفت‌وگو حاصل می‌شود. در ارتباطات کلامی، ما با زبانی که بتواند معانی و مفاهیم و منظورمان را انتقال دهد، سروکار داریم. زبانی که باید بتواند با حامل‌ها و اصطلاحات خود، زمان و فضا و موقعیت، رویدادها و وقایع و چگونگی آن را انتقال دهد. برجسب‌هایی که بتواند به وسیله معانی مختلف کلمات و تلفظ‌ها و شیوه‌های بیان، موضوعی را از شخصی به شخص دیگر انتقال دهد و در این نقل و انتقال، تصور شنونده از وقایع، همانند گوینده باشد. (یحیایی ایل‌های، ۱۳۸۴) باعنایت به تعریف مطرح شده از ارتباطات کلامی، ارتباطات غیرکلامی شامل تمامی حالت‌های ارتباطی می‌شود که به زبانی رسمی وابسته نیست. ارتباطاتی که به‌موجب آن ایده‌ها و مفاهیم تشریح و تفسیر می‌شوند، بدون اینکه از مفاهیم و اصطلاحات کلامی استفاده شود. بشر به غیر از ابزار تصویری که با حس بینایی وی ارتباط داشت، (همان، ۴) ابزارهای دیگری همچون ارتباطات چهره‌ای و حرکتی را نیز داشته است. نمادهای چهره‌ای همانند اخم کردن، خندیدن، عصبانی شدن، گریه کردن و ... حالت‌های مختلفی هستند که به‌صورت مؤثر در موقعیت‌های مختلف و در ارتباطات رودرو انتقال‌دهنده حالات و پیام بوده‌اند. اینکه آیا پیام‌های کلامی برتری دارند یا غیرکلامی و کدام غالب هستند، بستگی به موقعیت دارد. بیان تعمیمی معتبر، درباره اهمیت نسبی پیام‌های کلامی و غیرکلامی، در تمام موقعیت‌ها امکان‌پذیر نیست. (ریچموند، ۱۳۸۸: ۹).

هرچند همواره در نوع اطلاعاتی که به‌صورت کلامی منتقل می‌شود و اطلاعاتی که به‌شکل غیرکلامی انتقال می‌یابد، نوعی هم‌پوشی وجود دارد؛ اما

در بین آنها تفاوت‌های طبیعی زیادی به چشم می‌خورد که هر منبع را برای انتقال انواع خاصی از پیام‌ها مناسب‌تر نشان می‌دهد. لغات و واژگان، بهترین ابزار انتقال اطلاعات واقعی هستند. با این وجود در حوزه هیجان‌ها، برتری با زبان بدن است؛ زیرا علائم سریع چهره‌ای، نظام اولیه در ابراز هیجان است. شما چهره شخصی را بررسی می‌کنید تا بفهمید که آیا او عصبانی، منزجر، ترسیده و غمگین است یا احساس دیگری از این قبیل دارد. لغات همیشه نمی‌تواند احساسات افراد را توصیف کند و اغلب برای بیان آنچه در چهره هیجان‌زده افراد دیده می‌شود، مناسب نیستند. (بولتون، ۱۳۸۴)

رفتار غیرکلامی با محیط را می‌توان در سه عنوان زیر دسته‌بندی کرد:

۱. عناصر ثابت:

عناصر ثابت عناصری هستند که به ندرت و به آهستگی تغییر می‌کنند. این عناصر، بیشتر شامل عناصر معماری استاندارد از جمله دیوار و سقف و ... است. خیابان‌ها و ساختمان‌ها نیز در مقیاس شهری، جزء این دسته به حساب می‌آیند. سازماندهی فضایی این عناصر، اندازه آنها، مکان، تسلسل و چیدمان آنها و ... ارتباط معنایی خاصی در محیط ایجاد می‌کند. (راپاپورت، ۱۳۹۱).

۲. عناصر نیمه ثابت:

عناصر نیمه ثابت شامل انواع مختلف چیدمان، مبلمان، پرده، اثاثیه، گیاهان، تابلوهای راهنما، مبلمان خیابان، تابلوهای تبلیغاتی، ویتترین مغازه‌ها و سایر عناصر است. این عناصر به آسانی و به سرعت تغییر می‌کنند و در دادن معنی به مکانی که به آن تعلق دارند، واجد نقش مهمی هستند. اهمیت آنها در برقراری ارتباط، بیش از عناصر کالبدی ثابت است. بیشتر مردم، خود را از محیط‌های ساخته شده آماده و عناصر کالبدی ثابت رها می‌کنند؛ این محیط‌ها به ندرت

تغییر می‌کنند. مردم تمایل دارند با داشتن حق انتخاب شخصی، خود به ایجاد و برقرای ارتباط بپردازند. (راپاپورت، ۱۳۹۱)

۳. عناصر غیر ثابت:

عناصر غیر ثابت که مدنظر این نوشتار است، مربوط به انسان‌ها، محیط آنها، انتقال ارتباطات فضایی و موقعیت جسمانی، وضعیت کالبدی، ژست دست و بازو، حالت ظاهر و صورت، عکس‌العمل گردن و دست‌ها، اشاره‌های سر، ارتباطات چشمی و بسیاری از رفتارهای غیرکلامی است. ارتباط عناصر غیر ثابت با محیط و افراد حاضر در محیط را اطلاعات ظاهری انجام می‌دهند. این اطلاعات ظاهری عبارت‌اند از: ایستا: تغییر می‌کنند؛ ولی بسیار آهسته، مانند ساختار استخوان‌بندی، اندازه، شکل محل، اجزای صورت و ...؛ آهسته: بسیار با سرعت تغییر می‌کند، مانند چین و چروک‌ها و خنده و ...؛ سریع: به سرعت تغییر می‌کند، مانند حرکت‌ها، رنگ پوست و ... (راپاپورت، ۱۳۹۱)

از جمیع مطالب بالا می‌توان به این نتیجه رسید که رفتار غیرکلامی انسان، یکی از مؤلفه‌هایی است که می‌تواند بر محیط پیرامون و انسان‌های دیگر تأثیر بگذارد، انسان‌هایی که به طور مستمر، شاهد این حرکات هستند.

انسان به عنوان نشانه شهری

نمادها برخلاف آنچه امروزه تصور می‌کنند، وضعی و قراردادی نیستند؛ بلکه امری حقیقی و وجودی هستند. نماد، حقیقت را طبق قانونی وجودی بیان می‌کند. نماد در عین اینکه در صورت، ظاهر شده است، در عین حال به بی‌نهایت راه دارد و انسان را به بی‌نهایت و طرف حق هدایت می‌کند. (نقی‌زاده و امین‌زاده، ۱۳۸۹) انسان موجودی است که در کشاکش نیروهای مختلف

محیطی، خود منشأ عمل است و با اعمال خویش، هویت خود را رقم می‌زند. عمل، رفتاری است لازم که بر مبادی معینی استوار شده باشد. حداقل مبادی لازم برای آنکه رفتاری به عمل تبدیل شود، سه مبدأ است: مبدأ معرفتی و مبدأ میلی و مبدأ ارادی.

انسان به منزله عامل، تصویری است که نگرش اسلامی درباره خود به دست می‌دهد. صرف نظر از اینکه چه هویتی یافته باشد و به چه راهی رفته باشد:

الناس في الدنيا عاملان: عامل في الدنيا للدنيا ... و عامل عمل في الدنيا لما بعدها ...؛ مردم در دنیا عامل اند و از این حیث دو دسته‌اند: یکی عاملی است که در دنیا برای دنیا کار می‌کند و دیگری، عاملی است که در دنیا برای آنچه پس از آن به ظهور خواهد رسید، عمل می‌کند (باقری، ۱۳۷۵).

انسان‌ها با زندگی در فضا، رابطه‌ای پیوسته و متقابل برقرار می‌کنند، از آن تغذیه می‌شوند و آن را تغذیه می‌کنند. از آن تغییر پذیرفته و آن را تغییر می‌دهند. در آن فضا حرکت می‌کنند و با این حرکت خود، در آن فضا معنا می‌آفرینند. اجزای فضا را به نشانه‌های معناداری برای خود تبدیل می‌کنند یا نشانه‌هایی از بیرون بر فضا می‌افزایند؛ پس هر یک از صحنه‌ها نیاز به نظام‌های نشانه‌گذاری و تفاوت‌گذاری دارند تا بازیگران بتوانند خود را در زنجیره‌های مزبور به درستی جای دهند. این گونه نشانه و تفاوت‌گذاری‌ها اشکال عام و جهان‌شمول ندارد؛ بلکه جوامع و فرهنگ‌های مختلف از طریق بازنمودهای جمعی و وجدان عمومی رابطه خویش را با فضا تنظیم می‌کنند. (فکوهی، ۱۳۸۳)

خود انسان نیز می‌تواند نمادی از عالم بالا باشد. از دیدگاه حکمت اسلامی، انسان نوع و گونه‌ای خاص از حیوانات و حتی جانداران نیست؛ بلکه

کامل‌ترین تجلی الهی است که به قولی می‌توان او را (حی متألّه مانت) یا (زنده‌خداگرای دارای مرگ جسمانی) تعریف کرد. (نقره‌کار، ۱۳۸۹) انسان، جانشین خداوند روی زمین است. یکی از محوری‌ترین مباحث خلقت در رابطه با انسان، بحث خلیفه‌الله بودن یا جانشینی انسان در روی زمین است. آیه شریفه ﴿إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً﴾ به این مبنای اساسی آفرینش انسان اشاره می‌کند. این جانشین بودن مستلزم داشتن صفاتی خداگونه است که به صورت بالقوه در نهاد انسان نهاده شده است. انسان در صورت رسیدن به فعلیت کامل می‌تواند آینه تمام‌نمای صفات حق و مظهر کمال و جمال خداوندی شود و در راستای خلقت خویش قرار گیرد که همانا تجلی صفات والای الهی است. (نیک‌صفت، ۱۳۸۵) افعال بشر می‌تواند بر آنچه در عالم حوادث است، استیلا پیدا کند و همه آنها زیر فرمان او قرار گرفته و مسخر اراده او شود و نفس جانشین کردن بشر که در گفتار خدای متعال به آن اشاره شده، همین است. (ابن خلدون، ۱۳۶۲) هنگامی که انسان پا در مسیر کمال می‌گذارد و رفتار و کردار او نیز منطبق با این روند است، می‌تواند تأثیر عمیقی بر سایر افراد بگذارد. دلیل این تأثیرگذاری، نیاز درونی سایر انسان‌ها است که در اسلام به فطرت کمال‌گرایی و در بین روان‌شناسان با تعبیر دیگری از آن یاد شده است. این گونه است که انسان مسلمان، همواره به دنبال کمال است. هنگام مشاهده اعمالی که نشان از این کمال دارد، به سرعت جذب آن شده و به نوعی گمشده خویش را می‌یابد و از آن تأثیر می‌پذیرد. (نیک‌صفت، ۱۳۸۵)



ارتباط انسان با معبود (نقره کار، ۱۳۷۹: ۲۶)

انسان به عنوان نشانه شهری، نمونه موردی (سروان محمدرضا هیكلی)

با نگاهی به معنی و کارکرد نشانه‌های شهری، این موضوع دریافت می‌شود که یکی از ویژگی‌های بسیار مهم نشانه‌های شهری، بیان معنا است. هر نشانه‌ای به بیان معنایی فراتر از خود می‌پردازد. این نشانه‌ها به این دلیل که در زندگی روزمره تکرار می‌شوند به بیان معنا می‌پردازند. نشانه‌های شهری، همیشه به عنوان علائم و نشانه‌های القاکننده تفکر و بینش حاکم بر جامعه و بر شهرها، درخور توجه بوده‌اند. این علائم می‌توانند به عنوان نوعی رسانه عمومی بسیار مهم، ایفای نقش کنند و به آگاهی بخشی ساکنان شهر و حتی بازدیدکنندگان آن بپردازند. نقش نشان‌های شهری و فضاها شهری، آنچنان مهم است که از جنبه‌های گوناگون بر ساکنان تأثیر می‌گذارد و رفتار آنها را شکل می‌دهد. درواقع نشانه‌های شهری، وسایلی مؤثر و نسبتاً ارزان برای ارتباط و تطابق با محیط هستند. (بهمنی کازرونی، جلالی، ۱۳۹۲) همان‌طور که بیشتر اشاره شد،

انسان با توجه به مقام جانشینی خود بر زمین، می‌تواند به بهترین شکل جلوه‌گر جمال خداوندی بر زمین باشد.



سروان محمدرضا هیکی سروان نیروی انتظامی استان همدان است که سال‌هاست در چهارراه خواجه رشید همدان مشغول به خدمت است. نوع حرکات و به‌نوعی رفتار غیرکلامی ایشان که در قالب لبخند دائم و احترام نظامی و سایر رفتارهای انسانی است، تاحدی جالب و زیبا است. صحت این ادعا مصاحبه‌های هدف‌مندی است که با افراد انجام شده است. این افراد به‌طور مستمر از آن فضا عبور می‌کردند. نکته جالب توجه اینکه، رانندگان گاهی دوست دارند اندکی پشت چراغ بایستند و نظاره‌گر رفتار جالب ایشان باشند. این موضوع تاحدی بود که وقتی شهرداری همدان تصمیم به احداث پل روگذر گرفت، بسیاری از مردم و شهروندان به روابط عمومی نیروی انتظامی آن شهر مراجعه کردند تا از محل خدمت سروان هیکی، بعد از احداث پل مطلع شوند. در مصاحبه‌ای که با روابط عمومی نیروی انتظامی همدان انجام شد، شاهد

تعداد تماس‌های بسیار زیادی از سوی مردم بودیم. این موضوع نشان‌گر علاقه مردم به این نشانه شهری پراهمیت بود. ایشان هم‌اکنون در چهار راه سعیدیه همدان مشغول به خدمت است.

مطالعه رفتار ترافیکی

با مطالعات میدانی دقیق و ثبت مشاهده‌ها در هنگام حضورداشتن یا نداشتن سروان هیکلی نتایج زیر به دست آمد:

طبق بررسی‌های انجام‌شده، این موضوع روشن شد که هنگام حضورداشتن یا حضورنداشتن ایشان، رفتار ترافیکی رانندگان و استفاده‌کنندگان بسیار متفاوت است. هنگامی که ایشان حضور ندارند، گاهی رفتارهای پرخطرگرایانه ترافیکی به حداکثر میزان خود می‌رسد. هنگامی که چند ثانیه به قرمز شدن چراغ باقی مانده است، رانندگان با حداکثر سرعت از تقاطع عبور می‌کنند؛ اما هنگامی که سروان حضور دارند، رانندگان سعی می‌کنند تا حد ممکن پشت چراغ بایستند و شاهد حرکات ایشان باشند. در ادامه مشاهده شد، هنگام سبزشدن چراغ و زمانی که سروان حضور ندارند، رانندگان با سرعت ناگهانی حرکت می‌کنند؛ اما هنگام حضور ایشان با آرامش بیشتر حرکت می‌کنند. نکته جالب توجه، تذکرات ایشان و تأثیر بر رفتار رانندگان است. سروان هیکلی هنگام مشاهده تخلفات ساده، با لبخند و حرکات بدن به یک تذکر اکتفا می‌کنند. در این خصوص با تعداد زیادی از افرادی که به‌طور مکرر از آن مکان عبور می‌کردند، مصاحبه انجام شد و این نتیجه به دست آمد: اکثر افراد نه به دلیل ترس از جریمه شدن؛ بلکه به دلیل احترام به ایشان سعی می‌کنند تخلفات مذکور را انجام ندهند. با مطالعه‌ای که نیروی انتظامی همدان انجام داد، به تأثیر حضور

ایشان بر میزان تصادفات، به نسبتهی معنادار اشاره کرده است. مطالعات انجام شده، نتایج مطلوب بسیار زیادی را شامل می شود که نشان از تأثیر بسیار زیاد این شخص به عنوان نماد شهری دارد.

نتایج

از مطالعات انجام شده که به روش های مختلف به ارزیابی این نمونه موردی و تأثیر آن در سیمای شهر همدان انجام شد و مقایسه با نمادها و نشانه های شهری و تأثیر آن ها بر سیمای شهر این نتیجه حاصل شد: انسان مسلمان می تواند با خلق و خوی خویش و حتی بدون اینکه با سایر افراد ارتباط کلامی برقرار کند، تأثیر خود را بگذارد و باعث تأثیرگذاری و حتی اصلاح رفتار افراد مختلف باشد. ویژگی هایی که می توان در المان های شهری مشاهده کرد، گاه به طور بارزتر و ویژه تری در انسان جلوه می کنند؛ زیرا انسان به دلیل مقام خلیفه الله بودن، معانی بسیار عمیق تری را نسبت به سایر نمادهای شهری منتقل می کند. بنابراین نقش انسان به عنوان نماد را می توان از مقایسه تطبیقی بین ویژگی های نمادهای شهری و رفتار انسان استنباط کرد. برای بررسی این موضوع که آیا انسان به عنوان نماد شهری می تواند تأثیرگذار باشد، نیاز به مشاهده مستقیم دارد. این مشاهده ها به شکل بارزی مؤکد این مطلب است که نمونه موردی انتخاب شده به عنوان نماد شهری، ویژگی های نماد را دارد و این شایسته تعمیم به سایر انسان ها در جایگاه های مختلف است

منابع

۱. ابن خلدون، عبدالرحمن، ۱۳۶۲، مقدمه/ابن خلدون، ترجمه: محمد پروین گنابادی، ج ۱، چ ۴، تهران: علمی و فرهنگی.
۲. اربابی، آزاده، ۱۳۷۹، «بررسی رفتار در جغرافیای رفتاری»، نشریه دانش جغرافیا، تهران، ص ۱۱ و ۱۲.
۳. ایزدیین، نادر، ۱۳۹۱، «تعریف المان‌های متناسب با پیکره شهر»، متن گزارش شهر نیوز، کرج.
۴. ایمنی، نادیه، ۱۳۸۸، «حقیقت نهفته»، آیینة خیال، تهران.
۵. باقری، خسرو، ۱۳۷۵، «انسان به منزله عامل: بحثی تطبیقی درباره نقش پیش فرض‌ها در روان‌شناسی»، مجله روش‌شناسی علوم انسانی، قم.
۶. بهروز، فاطمه، ۱۳۷۰، «بررسی ادراک محیطی و رفتار در قلمرو مطالعات جغرافیای رفتاری و جغرافیای انسان معاصر»، مجله تحقیقات جغرافیایی، اصفهان.
۷. بی‌من، ویلیام، ۱۳۸۶، زبان منزلت و قدرت در ایران، ترجمه رضا مقدم‌کیا، ج ۱، چ ۲، تهران: نی.
۸. پاکزاد، جهان‌شاه، ۱۳۸۵، راهنمای طراحی فضای شهری، ج ۱، چ ۳، تهران: شهیدی.

۹. پامیر، سای، ۱۳۹۱، آفرینش مرکز شهری سرزنده، ترجمه مصطفی بهزادفر و امیر شکیبامنش، ج ۱، چ ۲، تهران: دانشگاه علم و صنعت.
۱۰. حبیبی، سیدمحسن، ۱۳۸۳، «شهر بی‌خاطره، شهر بی‌هویت، شهرهای جدید»، نشریه داخلی تخصصی شرکت عمران شهرهای جدید، تهران.
۱۱. حبیبی، سیدمحسن، ۱۳۷۸، «فضای شهری: حیات واقعه‌ای و خاطره جمعی»، مجله صفا، تهران.
۱۲. حسینی، سیدهاشم، ۱۳۸۹، «کاربرد تزئینی و مفهومی نقش شمسه در مجموعه شیخ صفی‌الدین اردبیلی»، نشریه مطالعات هنر اسلامی، تهران.
۱۳. راپاپورت، آموس، ۱۳۹۱، معنی محیط ساخته‌شده، ترجمه فرح حبیب، ج ۱، چ ۱، تهران: سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری.
۱۴. ریچموند، ویرجینیایی و جیم‌سی، مک‌کروس، بی‌تا، رفتار غیرکلامی در روابط میان‌فردی، ترجمه فاطمه‌سادات موسوی و ژیل‌عبدالله‌پور، ج ۱، چ ۱، تهران: نشر داتره.
۱۵. ضرابی، اصغر و کاووس علی‌نژاد طیبی، ۱۳۸۹، «تحلیلی بر عناصر کاربری‌های شهری در شهرهای اسلامی»، مجله اطلاع‌رسانی و کتابداری، مشهد.
۱۶. فکوهی، ناصر، ۱۳۹۱، انسان‌شناسی شهری، ج ۱، چ ۱، تهران: نی.
۱۷. کریمیان، حسن، ۱۳۸۹، «نمادهای فرهنگی در مناظر شهری: بیان معنا، حس هویت آرامش روحی»، مجله پژوهش جغرافیای انسانی، تهران.
۱۸. لینچ، کوین، ۱۳۷۴، سیمای شهر، ترجمه منوچهر مزینی، ج ۱، چ ۴، تهران: دانشگاه تهران.

۱۹. مزینی، منوچهر، ۱۳۸۱، «فرهنگ و زیبایی‌شناسی شهر»، نشریه علوم اجتماعی آزما، تهران.

۲۰. نقی‌زاده، محمد، ۱۳۷۹، «رابطه هویت (سنت معماری ایران) با (مدرنیسم) و (نوگرایی)»، مجله هنرهای زیبا، تهران.

۲۱. نیک‌صفت، ابراهیم، ۱۳۸۵، «روش، مبانی و نظریه انسان کامل در اسلام و انسان‌گرایی»، مجله اطلاع‌رسانی و کتابداری، مشهد.

۲۲. محسنیان‌راد، مهدی، ۱۳۸۴، ارتباط‌شناسی، ج ۱، چ ۴، تهران: سروش.

۲۳. یحیایی ایل‌ای، احمد، ۱۳۸۴، «ارتباط کلامی و غیرکلامی»، روزنامه شرق، ش ۷۰۷.

۲۴. موسوی اصل، سیدمهدی، ۱۳۸۷، «نقش رفتارهای دینی در بهداشت روانی»، نشریه روان‌شناسی و دین، قم.

۲۵. لطیفی، غلامرضا و ندا صفری چابک، ۱۳۹۲، «بازآفرینی مفهوم محله در شهرهای ایرانی اسلامی بر پایه اصل نوشهرگرایی»، نشریه علوم اجتماعی، تهران.

۲۶. نقره‌کار، عبدالحمید، ۱۳۸۷، مبانی نظری معماری، ج ۱، چ ۲، تهران: دانشگاه پیام نور.

۲۷. نقی‌زاده، محمد و امین‌زاده، بهناز، ۱۳۷۹، «رابطه معنا و صورت در تبیین مبانی هنر»، مجله هنرهای زیبا، تهران.

28. Leslie A. White(1940,oct). The Symbol: The Origin and Basis of Human Behavior, Philosophy of Science, 7(4) , 451-463.