

الگوی سیاست‌گذاری نمادهای اسلامی - ایرانی شهری (مبنتی بر دیدگاه نخبگان فرهنگی)

نویسندگان: حسین هنرور صدیقیان^۱، کریم‌خان محمدی^۲، علی‌اصغر اسلامی تنها^۳

تاریخ دریافت: ۹۷/۱/۳۰

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۸/۶/۱۴

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال بیست‌ودوم، شماره ۸۴، پاییز ۱۳۹۸

چکیده

نمادهای شهری حامل خاطرات مشترک مردم و مفاهیم فرهنگی و اجتماعی‌اند و منتقل‌کننده معانی ضمنی گسترده‌ای در ذهن مردم یک شهر هستند و از این‌رو در شکل‌گیری ساختار معنایی شهر و احساس هویت‌مندی مردم شهر نقش عمده‌ای ایفا می‌کنند. برای دست‌یابی به یک شهر دارای نمادهای مطلوب، لازم است الگویی متناسب با ویژگی‌های آن فرهنگ و ملهم از آموزه‌های دینی شکل گیرد. داده‌های مورد نیاز در این تحقیق در بخش ادبیات موضوع به روش مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای گردآوری شد. آنگاه مصاحبه با برخی از نخبگان و مسؤولین حوزه فرهنگ و نمادهای شهری در دستور کار قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون استفاده گردید. در این مقاله تعداد ۹۵ کد تفسیری، ۱۵ مضمون سازمان‌یافته و در نهایت ۵ مقوله فراگیر از متن مصاحبه‌ها استخراج گردید و ابعاد و مؤلفه‌های الگوی مورد نظر مشخص و روابط بین آن‌ها تبیین گردید. مقوله‌های فراگیر این الگو عبارت‌اند از: مبانی نمادسازی، تجربیات نمادسازی، کارکرد نمادها، تمدن‌سازی نماد و محیط‌شناسی نمادها. با استفاده از این الگو، سیاست‌گذاران فرهنگی امکان می‌یابند تا با بهره‌گیری از تجارب سایر کشورها و توجه به وضعیت فرهنگی و محیطی کشور به وضع سیاست فرهنگی در حوزه نمادهای شهری بپردازند. پیشنهاد می‌گردد سیاست‌گذاری فرهنگی با نگاه بر احیای نمادهای اسلامی - ایرانی شهری صورت گیرد و طراحی این نمادها از طریق بازتولید، بازسازی و احیای نمادهای گذشته در قالب‌های جدید به انجام رسد.

واژگان کلیدی:

فرهنگ، سیاست‌گذاری فرهنگی، الگو، شهر، نماد شهری

۱. دکتری سیاست‌گذاری فرهنگی، دانشگاه باقرالعلوم (ع)، (نویسنده مسئول)، honarvar1360@yahoo.com

۲. دانشیار گروه فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه باقرالعلوم (ع)، khanmohammadi49@yahoo.com

۳. استادیار گروه فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه باقرالعلوم (ع)، islamitanha@bou.ac.ir

۱ - مقدمه و بیان مسئله

نمادها ابزار انتقال اندیشه بشر در زمان‌های مختلف می‌باشند. حیات مستمر نمادها از قرن‌ها قبل تاکنون نشان‌دهنده نیروی پایدار آن‌ها در جوامع بشری است. خصوصیات نمادها در انتقال اندیشه انسان‌ها موجب پیوند نسل‌های متوالی گردیده و همچون پل ارتباطی ادراک انسان‌ها را از محیط پیرامون خود، از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌دهند. نمادهای آشنای هر ملت ریشه‌های هویت هر سرزمین به حساب می‌آیند، این نمادها معرف و مولد فرهنگ هر مرزوبوم می‌باشند (کمالی و بمانیان، ۱۳۹۳، ص ۱). نشانه‌گذاری نمادین مکان‌ها، محافظت از نمادهای تشخیص هویت، بیان حافظه جمعی با رویه‌های واقعی ارتباطات، ابزاری مهم و اساسی است که مکان‌ها به کمک آن‌ها می‌توانند به حیات خود ادامه دهند (Castells, 1991, p 350).

نمادها قدرت تداعی معانی را دارند. اهمیت نمادها در ارتباطات به اندازه‌ای است که گاه ماهیت ارتباط خود تحت تأثیر نمادها قرار می‌گیرد (ساروخانی، ۱۳۹۵، ص ۲۰) و بدون آن‌ها انسان‌ها هویت ملی نخواهند داشت. به عنوان مثال، پرچم یک کشور، نماد و مظهر ابدیت آن سرزمین است و موجد پیوند نسل‌های آن در قرون متمادی می‌گردد (محسنیان راد، ۱۳۸۴، ص ۱۶). در شهرهای اسلامی، نمادهای توحید و خداپرستی، آخرت‌گرایی، توجه به نیازمندان، اخوت اسلامی، مهربانی و خیرخواهی، نبوت و بسیاری دیگر از مفاهیم اعتقادی، ارزشی و حقوقی می‌توانند به نمادهای منعکس شده در معماری و شهرسازی تبدیل شوند (عاملی، ۱۳۹۶، ص ۲). معماری یکی از مهم‌ترین بسترهایی است که تجلی‌دهنده هویت و عناصر هویت‌بخش زندگی انسان‌هاست. یکی از مهم‌ترین دلایل حفاظت از بناهای تاریخی، حفظ و تقویت همین هویت است، هویتی که در ساحت معماری و شهرسازی تجلی می‌کند. بناهای تاریخی نمادی از هویت فرهنگی و بخشی از میراث ما به شمار می‌آیند (مهدوی‌نژاد و دیگران، ۱۳۹۴، ص ۶۰). به دلیل افزایش سطح مبادلات فرهنگی و نیز سرعت زیاد تغییرات در عصر حاضر، فضاهای شهری با تعدد و تنوع نمادها مواجه شده‌اند. اگرچه نظارت و کنترل این وضعیت چندان ساده نیست ولی باین حال سیاست‌گذاران فرهنگی و مدیران شهری باید امر سیاست‌گذاری، مدیریت و ساماندهی هرچه بهتر نمادها در فضای شهری را پیگیری و دنبال کنند. دلیل این امر اولاً لزوم ملاحظات زیبایی‌شناختی و توجه به موضوع با اهمیت سیما و منظر شهری است و ثانیاً وجود این تصور است که برخی از نمادهای موجود در شهرها با ارزش‌ها، هنجارها و فرهنگ اسلامی - ایرانی ما مغایرت دارند. برای نیل به این هدف یعنی سروسامان دادن به وضعیت نمادهای شهری فقط



داشتن بنیان‌های نظری علمی کفایت نمی‌کند؛ بلکه باید یک الگویی طراحی شود که بر اساس آن مدیران شهری، هنرمندان، معماران، طراحان و سایر افرادی که به‌نوعی مسؤولیتی در حوزه نمادهای شهری دارند بتوانند وضعیت نمادها را هر چه بهتر سامان ببخشند (داورپناه، ۱۳۹۱، ص ۵).

در باب ضرورت تدوین الگو می‌توان بنا بر ضرورت عقلی و ضرورت عملی و عینی مطالبی بیان داشت. بنا به ضرورت عقلی بدون داشتن روشی که بتواند سیاست‌گذار را در تنظیم امور و هماهنگ‌سازی مراحل کار و رسیدن به تصمیم‌های هدایت‌کننده کار بسیار دشوار می‌شود. بنا به ضرورت عملی و عینی نداشتن شناخت عمیق و دقیق از فرهنگ و فعالیت‌های آن، جدی‌نگرفتن اصلاح فرهنگی، عدم توجه به تحولات پرسرعت فرهنگی، نپرداختن به تغییر ساختارهای فرهنگی و روش‌های مدیریت فرهنگی، متأثر شدن از فرهنگ توسعه محور اقتصاد سرمایه‌داری، نداشتن تصویر روشن و نظام‌مند از عوامل و اهداف فرهنگی و مشخص نبودن نقش هر کدام از بخش‌های اداری و مردمی گواه روشنی است که سازمان نمی‌تواند به اهداف فرهنگی خود دست یابد (پیروزمند، ۱۳۸۷، ص ۴۷). اهمیت حفظ نمادهای دینی به اندازه‌ای است که امام صادق (ع) می‌فرماید: «تا کعبه باقی است دین پایدار است». در این حدیث گهربار، رئیس مذهب جعفری حفظ دین اسلام را در گرو نگهداری و مراقبت از مهم‌ترین نماد توحیدی آن، یعنی کعبه می‌دانند. همچنین نمادها باطن و شخصیت فرد را نشان می‌دهند و اندیشه و خط سیر فکری او را معرفی می‌کنند. در این زمینه امام علی (ع) می‌فرماید: «کمتر کسی است که خود را شبیه قومی کند و از جمله آن‌ها به حساب نیاید».

از جمله مسائلی که در فضا‌سازی زندگی اجتماعی مورد تأکید قرآن کریم و حدیث قرار گرفته ظواهری است که برانگیزنده یاد خدا باشد. از این رو به نظر می‌رسد استفاده از نمادهای محتوی ارزش‌های پایدار بتواند اضطراب‌ها و وسوسه‌های افسارگسیخته دنیوی را کاهش داده و صفا و آرامش را جایگزین آن‌ها سازد. رهبر معظم انقلاب در دیداری با مدیران شهری می‌فرماید: «در یک شهر اسلامی نموده‌ها و نمادهای مختلف در خیابان‌ها، پارک‌ها، بوستان‌های شهری و هر جای دیگر شهر، ضمن ایجاد جاذبه، زمینه‌گرایش شهروندان به معنویات را فراهم می‌کنند».

«ما شهرها را می‌سازیم و شهرها نیز ما را می‌سازند.» این عبارت کوتاه جایگاه معماری و شهرسازی را به‌گونه‌ای نافذ ترسیم می‌کند. مدلول آن این است که شهرها مردم را مطابق میل و اراده شهرسازان و معماران، پرورش می‌دهند. ناگفته پیداست که معماری و شهرسازی همواره یکی از شاخص‌ترین مؤلفه‌های فرهنگی و هنری



اقوام به شمار آمده است. از دیگر سو، چندی است که در سیر شتابنده تحولات جامعه امروزی، فرهنگ‌های بومی و قومی در معرض مخاطره جدی قرار گرفته و موارث گذشته با تهدید مواجه شده‌اند.

در سند چشم‌انداز بیست‌ساله کشور، به لزوم توجه و بازیابی هویت معماری ایرانی و اسلامی اشاره شده است. در متن الگوی پایه اسلامی ایرانی پیشرفت نیز که معرف سیر کلی بهسوی تمدن نوین اسلامی ایرانی در نیم‌قرن آینده است، تدبیر دهم آن اشاره مستقیم به نمادهای اسلامی - ایرانی دارد. متن کامل این تدبیر بدین شرح است: «اهتمام به احیا و توسعه نمادهای اسلامی - ایرانی به‌ویژه در پوشش، معماری و شهرسازی با حفظ تنوع فرهنگی در پهنه سرزمین».

نمادهای شهری گاهی چنان باشکوه، باابهت و پرمعنی ساخته می‌شوند که گویی پا را از شهر خود فراتر نهاده و مرزهای کشورها را درنوردیده‌اند، طوری که مردم جهان، یک کشور خاص را با نماد شهری آن در ذهن خود تداعی می‌کنند؛ نظیر برج ایفل در فرانسه. در کشور خودمان نیز مردم، بعضی از شهرها را با نمادهای خاص آن می‌شناسند، به‌عنوان مثال مشهد را با بارگاه امام رضا (ع). این امر نشان‌دهنده ارزش بالای نمادهای تاریخی و فرهنگی در معرفی یک شهر است. می‌بایست در شناخت، حفظ و اعتلای نمادهای گذشته کوشید و علاوه بر این با بهره‌گیری از عواملی همچون اعتقادات و باورها، طبیعت و هنر به ایجاد نمادهای ارزشمند، جدید و معناداری در شهرها پرداخت (بحرینی و تاج‌بخش، ۱۳۸۶، ص ۲۳۰).

بدون شک سرعت تحولات فرهنگی و تغییرات فزاینده اجتماعی در سطح ملی و جهانی تأثیرات گسترده‌ای در جامعه و فرهنگ ایران داشته است، به‌گونه‌ای که فرصت‌ها و تهدیدهای جدید و پیچیده‌ای فراروی جامعه قرار گرفته است؛ فرصت‌هایی نظیر تنوع فرهنگی و وجود ایده‌ها و موضوعات زیاد برای نمادسازی و تهدیدهایی نظیر ترویج نمادهای غربی و وجود خودباختگی در برخی مسؤولین در مواجهه با معماری جهانی. پیدایش و تشدید این پیچیدگی‌ها از یک سو و وجود ابهامات و عدم قطعیت در خصوص علل شکل‌گیری مسائل و نابسامانی‌های موجود در حوزه فرهنگی کشور به‌ویژه در عرصه نمادها که بخشی از فرهنگ است، اهمیت شناخت دقیق و کامل آن‌ها را برای متولیان سیاست‌گذاری فرهنگی و مسؤولین ذی‌ربط مسلم نموده است. در حال حاضر یکی از حلقه‌های مفقوده فرهنگ در کشور ما، فرهنگ معماری است. در صورت ادامه شرایط فعلی، نمی‌توانیم به هویت فرهنگی معماری در عصر خود برسیم. معماری قدیمی ما دارای هویت فرهنگی خاصی بوده است. در حال حاضر یک



انقطاع و گسست در فرهنگ ما به وجود آمده که رابطه بین معماری و فضای فرهنگی قطع شده است. معماری امروز ما به دلایل مختلف بر اساس فضای فرهنگی ما ساخته نمی‌شود. هرچقدر نمادهای شهری ما بر اساس معماری غربی ساخته شود، فرهنگ کشور را تحت تأثیر خود قرار داده و به همان میزان جامعه را از فرهنگ اسلامی و ایرانی دور می‌سازد.

با ملاحظه سیمای شهرهای امروز به خصوص پایتخت کشور، چنین به نظر می‌رسد که هیچ تلاش آگاهانه و هدف‌داری در جهت هویت‌بخشی در آن‌ها صورت نپذیرفته است. مسئله این است که در این شهرها بسیاری از نمادهای اسلامی - ایرانی یا به کلی از بین رفته و یا به شدت کم‌رنگ شده‌اند. به نظر می‌رسد در معماری و شهرسازی ایران به فرهنگ عمومی کم‌توجهی شده و ملاحظات فرهنگی در ضوابط معماری و شهرسازی رعایت نشده است. چگونگی کاربرد نمادهای شهری به گونه‌ای که به‌عنوان یکی از وسایل جمعی اثربخش به کار آیند امری است که مستلزم سیاست‌گذاری مطلوب و اثربخش است.

با توجه به مطالب فوق‌الذکر که اهمیت و ضرورت سیاست‌گذاری فرهنگی در زمینه نمادهای شهری را مشخص نمود، باید ساماندهی و ارائه یک الگوی سیاست‌گذاری مناسب در کشور در دستور کار قرار می‌گرفت، امری که فقدان آن احساس می‌شد. لذا پژوهش حاضر به دنبال ارائه الگویی مناسب برای به‌کارگیری نمادهای اسلامی - ایرانی در شهر است.

در این راستا ابتدا ادبیات نظری موضوع به بحث گذاشته می‌شود و بعد از ارائه چارچوب مفهومی، یافته‌های تحقیق و الگوی سیاست‌گذاری موردنظر که عمدتاً از طریق مصاحبه با نخبگان و مدیران فرهنگی کشور با استفاده از روش تحلیل مضمون استخراج گردیده است، ارائه می‌گردد.

۲- ادبیات موضوع و پیشینه

۲-۱- ادبیات نظری

با توجه به ماهیت موضوع پژوهش حاضر که از نوع تبیینی نبوده و به بررسی روابط میان پدیده‌ها نمی‌پردازد، بلکه از نوع توصیفی - اکتشافی بوده و معطوف به تحلیل و توصیف چگونگی‌هاست، این پژوهش چارچوب نظری نداشته و به‌جای آن چارچوب مفهومی ارائه می‌گردد. چارچوب مفهومی، مجموعه مفاهیم مرتبطی است که بر محورهای اصلی موضوع تحقیق تمرکز دارد و آن‌ها را در قالب یک الگوی منسجم و



مرتبط مفهومی به همدیگر پیوند می‌دهد. در این تحقیق چارچوب مفهومی ما به‌طور خلاصه عبارت است از: «سیاست فرهنگی نمادسازی شهری». مفاهیم محتوای این بخش پیرامون مشتقات و اصطلاحات مرتبط با پنج مفهوم کلیدی؛ ۱. فرهنگ؛ ۲. سیاست‌گذاری فرهنگی؛ ۳. الگو؛ ۴. شهر و ۵. نمادشهری خواهد بود.

۲-۱-۱- فرهنگ

فرهنگ به معنای روش‌های زندگی اعضای یک جامعه یا گروه‌های یک جامعه است. فرهنگ شامل نحوه لباس پوشیدن، آداب و رسوم، ازدواج و زندگی خانوادگی، الگوهای کار، آیین‌های دینی و تفریح و فراغت است (آنتونی گیدنز، ۱۳۸۷، ص ۳۴). چند نمونه از تعاریف مشهور و کاربردی فرهنگ به شرح ذیل است: یانگ (۱۹۴۲) معتقد است؛ فرهنگ ترکیبی است از انگاره‌ها، نگره‌ها، عادت‌های مشترک و کم‌وبیش یکسانی که در جهت برآوردن نیازها و همبستگی آدمی پروانده شده است. مالدینوفسکی (۱۹۴۴) می‌گوید: فرهنگ عبارت است از کلیت یکپارچه‌ای شامل وسایل، کالاهای مصرفی، ویژگی‌های اساسی گروه‌های اجتماعی گوناگون، پیشه‌ها، باورها و رسم‌های بشری. هانتینگتون (۱۹۴۵) می‌گوید: مراد از فرهنگ هر شیء، عادت، اندیشه، نهاد و شیوه فکری یا عملی است که انسان می‌آفریند یا می‌آورد و سپس به دیگران و نسل‌های بعد می‌سپارد (آشوری، ۱۳۸۰، صص ۷۰-۴۹).

در دیدگاه مقام معظم رهبری فرهنگ عبارت است از: «عقیده، برداشت و تلقی هر انسان از واقعیات و حقایق عالم و نیز خلیقات فردی، اجتماعی و ملی» (دیدار با اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۱/۹/۲۵).

تاکنون تلاش‌های بسیاری برای طبقه‌بندی و جمع‌آوری تعاریف مختلف از فرهنگ صورت گرفته است. شورای عالی انقلاب فرهنگی در یک تعریف جامع، فرهنگ را چنین توصیف می‌کند: «فرهنگ نظام‌واره‌ای است از باورها و مفروضات اساسی، ارزش‌ها، آداب و الگوهای رفتاری ریشه‌دار و دیرپا و نمادها و مصنوعات که ادراکات، رفتارها و مناسبات جامعه را جهت و شکل می‌دهد و هویت آن را می‌سازد» (نقشه مهندسی فرهنگی کشور، ۱۳۹۳، ص ۲). بر اساس این تعریف، فرهنگ چهار عنصر دارد که عبارت‌اند از باورها، ارزش‌ها، هنجارها و نمادها. این تعریف تحلیلی فرهنگ است؛ بنابراین همه فرهنگ‌ها قابل تقلیل به چهار عنصر هستند و یک رابطه متداخل دارند؛ یعنی محور فرهنگ نظام باورهاست. آخرین لایه بیرونی، لایه نمادهاست؛ بنابراین نمادها تجلی باورها هستند. با توجه به ارتباط لایه‌ها و سطوح فرهنگ با یکدیگر باید گفت نمادها بر باورها و اعتقادات تأثیر می‌گذارد و بالعکس.



۲-۱-۲- سیاست‌گذاری فرهنگی

سیاست‌گذاری فرهنگی تعیین خط‌مشی و راهبردهای کلان فرهنگی برای رسیدن به اهداف چهارگانه توسعه فرهنگی می‌باشد که عبارت‌اند از: همکاری‌های فرهنگی، مشارکت فرهنگی، میراث فرهنگی، هویت فرهنگی (همایون و جعفری، ۱۳۸۷، ص ۱۵). سیاست‌گذاری فرهنگی، مبتنی بر اصول و راهبردهای کلی و عملیاتی شده‌ای است که بر نوع عملکرد فرهنگی یک نهاد اجتماعی استیلا دارد. به عبارت دیگر؛ سیاست‌گذاری فرهنگی، نوعی توافق رسمی و اتفاق نظر مسئولان و متصدیان امور در تشخیص، تعیین و تدوین مهم‌ترین اصول و اولویت‌های لازم و ضروری در فعالیت فرهنگی است و راهنما و دستورالعمل برای مدیران فرهنگی خواهد بود.

تعریف مختار ما از سیاست‌گذاری فرهنگی در این تحقیق مجموعه فرایندهای تغییر ترجیحات انسان‌هاست که سمت‌وسوی فرهنگی دارد. هدف غایی سیاست‌گذاری فرهنگی تغییر در فرایند تصمیم‌گیری افراد است (فاضلی و قلیچ، ۱۳۹۲، ص ۳۴). از دیدگاه علم سیاست‌گذاری، سیاست فرهنگی مقوله‌ای است دارای اهمیت راهبردی که بر توسعه پایدار تأثیر می‌گذارد و در واقع بخش اساسی آن است (اشترینان، ۱۳۸۱، ص ۱۰). سیاست فرهنگی به معنای ارزش‌ها و اصول هدایت‌کننده در امور فرهنگی است (نجاتی حسینی و دیگران، ۱۳۷۹).

۲-۱-۳- الگو

در تعریف ساده‌ای از الگو می‌توان گفت الگو، نمایش نظری و ساده‌شده از جهان واقعی است (سورین، ۱۳۸۶، ص ۶۵). الگو معرف بسیار ساده از واقعیتی بسیار پیچیده است که برای توصیف و شرح روابط میان متغیرها و حتی گاهی تعیین چگونگی وقوع یک رخداد بکار می‌رود. توماس دای از نام‌آورترین نویسندگان و اساتید مدیریت، الگو را نمای ساده‌شده برخی از جنبه‌های جهان واقعی می‌داند که با بازسازی و تلخیص واقعیت شناخت انسان از آن را خلاصه می‌کند و چند کاربرد مهم دارد:

- بیان شفاف و ساده اندیشه ما درباره سیاست؛
- شناسایی جنبه‌های مهم سیاست؛
- ایجاد تمرکز بر جنبه‌های اصلی مسائل و کمک به ارتباط آن‌ها باهم؛
- تفکیک مسائل مهم و غیرمهم از یکدیگر؛ و
- زمینه‌سازی برای توصیف سیاست و پیش‌بینی پیامدهای آن (دای، ۲۰۱۲، ص ۳۱).



۲-۱-۴- شهر

اصول و قواعدی که برای ایجاد نوشهرها به کار گرفته می‌شود، عمدتاً همانی است که در عهد کلاسیک یونان به کار گرفته می‌شد. مقیاس انسانی مبنای طراحی معابر و منازل قرار می‌گیرد، شبکه معابر کاملاً به گونه‌ای شطرنجی طراحی می‌شود، منازل بر مبنای گونه‌های متفاوت مسکن در یونان مورد طراحی واقع می‌شوند و برای نخستین بار مفهوم میدان در شهر رنگ می‌گیرد. این میدان مرکز مبادلات فرهنگی، تجاری و اداری می‌شود. کلیه ساختمان‌ها و بناهای اصلی در اطراف این میدان واقع می‌شوند (حبیبی، ۱۳۸۲، ص ۲۰).

شهر در رویکرد جغرافیایی، حاصل رابطه‌ای است که انسان با طبیعت به وجود می‌آورد به گونه‌ای که شهر را می‌توان محیطی انسان‌ساخت تعریف کرد. انسان برای ارضای نیازهای خود در بستری از دگرگونی‌های معنایی (نمادین) اقتصادی، سیاسی و اجتماعی فضا را نیز دگرگون می‌کند. این دگرگونی از خلال یک فرآیند تخریب-ساختن انجام می‌گیرد؛ بدین معنی که برای ساختن فضاهای جدید همواره نیازهای اولیه‌ای به تخریب فضاهای پیشین وجود دارد. چه بسیار در طول تاریخ مشاهده شده است که حتی با نابودی کامل یک شهر، تاریخ آن شهر باز نایستاده و در دوره‌ای آتی، بار دیگر شهر در مرزهای قدیمی و یا نزدیک به آن‌ها و با تجدید گذشته تاریخی آن بازسازی شده است (فکوهی، ۱۳۸۳، ص ۳۳).

شهر را می‌توان محیطی برای تجلی هویت، ارزش‌های منبعث از اعتقادات، جهان‌بینی و فرهنگ ساکنین و پدیدآورندگان آن دانست. این مفهوم در طول دوران و در سرزمین‌های مختلف با محیط‌های طبیعی و انسانی متفاوت و تحت تأثیر تحولات تاریخی و ایدئولوژیکی، تغییرات بسیاری به خود دیده است. مفهوم شهر به ویژه تحت تأثیر تحولات مدرنیته، تغییر فزاینده یافته است، به گونه‌ای که بسیاری از عناصر و اجزای شهر کهن در آن رنگ‌باخته‌اند (سیفیان، ۱۳۷۸، ص ۵۸).

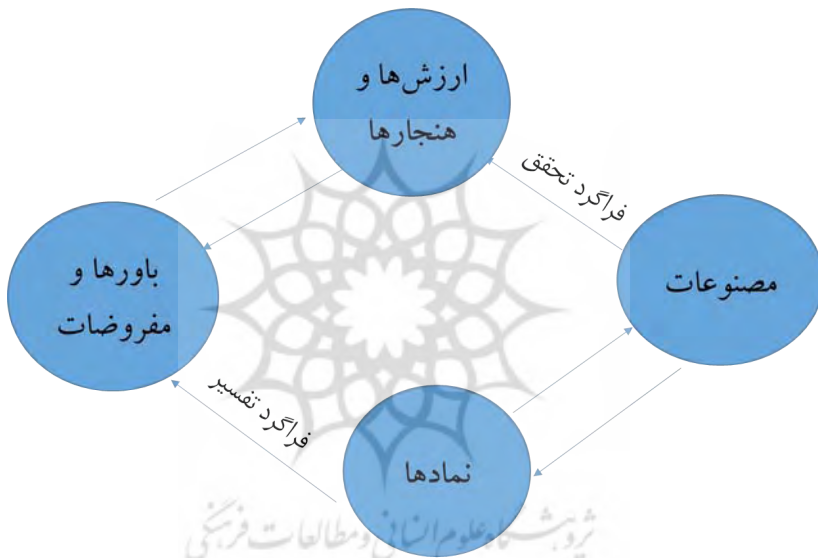
شهرهای با هویت، تاریخ و فرهنگ ویژه خود را دارند و از خاطره جمعی برخاسته از فضا برخوردارند و به همین دلیل دارای هویت و جوهری هستند که آن‌ها را از شهرهای دیگر متمایز می‌کند. هر شهری از آغاز حیات خود نمادهای هویت‌آفرینی را شکل می‌دهد. آن دسته از شهرهایی که موفق می‌شوند با گذشت زمان و با وجود تغییرات زیادی که متحمل می‌شوند، عناصر و مجموعه هویت خود را حفظ و تقویت کنند، برای خود نمادهای عمیق و قوی را برمی‌گزینند که ریشه‌های محکم در تاریخ و فرهنگ ملی‌شان دارند (عاملی، ۱۳۹۶، ص ۲۸). از دهه ۱۹۷۰ میلادی، با روشن شدن اهمیت



معنای نمادین محیط در زندگی مردم، توجه به نمادهای شهری و مباحث نمادگرایی و زیبایی‌شناسی در شهرها توسعه پیدا کرد (بهزادفر، ۱۳۸۷، ص ۶۰).

۲-۱-۵- نماد شهری

برای نشان دادن جایگاه نمادها در فرهنگ می‌توان از مدل پویایی‌های فرهنگ خانم ماری جو هِج استفاده کرد. همان‌طور که در شکل شماره ۱ ملاحظه می‌شود این مدل تأکید بر اهمیت نمادها در کنار سایر عناصر دارد. مدل هِج تحت تأثیر دیدگاه نمادین - تفسیری بر فراگردهای نمادسازی و تفسیر تأکید دارد. همان‌طور که در شکل ذیل مشاهده می‌گردد نمادها از مصنوعات تولید می‌شوند و سپس ضمن فرایند تفسیر بر باورهای فرهنگی اثر می‌گذارند.



شکل ۱- مدل پویایی‌های فرهنگ (مأخذ: کتاب نظریه سازمان، ماری جو هِج، ۱۳۸۹)

نمادهای شهری، نمادهایی همگانی‌اند که فرهنگ و لایه‌ها و ویژگی‌های فرهنگی شهر را بیان می‌کنند و نظام ارزش‌ها را نشان می‌دهند. به عبارت دیگر، نمی‌توان نمادهای شهری را از بعد فرهنگی متمایز کرد و فضای شهری که توسط فرهنگ خاصی ایجاد شده، دارای ارزش نمادین است. بر این اساس فرهنگ بر اساس نمادها مفهوم‌پردازی می‌شود (عاملی، ۱۳۹۶، ص ۳۲). نمادهای شهری از جمله بناهای مهم در طراحی معماری و طراحی شهری محسوب می‌شوند، به نحوی که گاه حتی از خود شهر پراهمیت‌تر جلوه می‌نمایند. چراکه بیانگر هویت، شخصیت و عصاره شهر در یک ساختار نمایان هستند (لطفی و محمدی، ۱۳۹۱، ص ۶۲).



نمادشناسی در شهر در حوزه‌های مختلفی قابل بررسی است: الف) نماد در فرم: مهم‌ترین فرم‌ها عبارت‌اند از: دایره، مربع و مثلث. ب) نماد در رنگ: رنگ‌ها و به‌ویژه رنگ‌های اصلی نیز همانند فرم‌ها معانی نمادین دارند. ج) نماد در نور: نور علاوه بر نقش مهم و اصلی خود که همان ادراک بینایی است، دارای ارزش نمادین نیز می‌باشد. (سازمان زیباسازی شهر تهران، ۱۳۹۲، ص ۲۲).

۲-۲- پیشینه پژوهش

پیشینه تحقیق دربرگیرنده پژوهش‌های دیگر محققین است که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم با موضوع تحقیق ما ارتباط دارد. مهم‌ترین کتب، مقالات و تحقیقاتی که به موضوع نمادهای شهری پرداخته‌اند در قالب جدول شماره ۱ ارائه می‌گردد:

جدول ۱- طبقه‌بندی پژوهش‌های پیشین درباره نمادهای شهری

نویسندگان (سال) - روش	اهداف و یا سئوالات اصلی	مهمترین یافته
داورپناه (۱۳۹۱) روش نشانه‌شناسی	ارائه چارچوبی نظری درباره نمادها و نشانه‌ها به‌ویژه با رویکرد استفاده از این چارچوب نظری در مباحث مدیریت فضاهای شهری ازجمله در حوزه‌های طراحی منظر، مبلمان شهری، زیباسازی شهری، معماری و تبلیغات شهری	ارائه مدلی کاربردی درباره مدیریت و کاربرد نمادها و نشانه‌ها در فضای شهری که در آن فرآیند کاربرد نمادها و نشانه‌ها از زمان سفارش خلق یک اثر نمادین تا زمان مشاهده آن توسط شهروندان ترسیم شده است. در این مدل بازخورد مخاطبین و موانع احتمالی فهم درست یک نماد یا نشانه شهری نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد.
عاملی (۱۳۹۶) روش توصیفی - مقایسه‌ای	چگونه فضاهای عمومی شهر، هویت ملی، مذهبی و تاریخی را منعکس می‌کنند؟	در شهرهای مورد مطالعه، سنت و مدرنیته توأمان مورد توجه است و هویت تاریخی شهر از طریق سیاست‌گذاری‌هایی چون بازسازی، نوسازی، بهسازی، هماهنگ‌سازی، باز زنده‌سازی یا ترمیم حفظ‌شده و درعین حال سیاست‌گذاری و معماری بی‌توجه به روند پیشرفت‌گرایانه نبوده است.
مهدوی‌نژاد و دیگران (۱۳۹۴) روش توصیفی - تحلیلی	توسعه ظرفیت‌های اجتماعی و فرهنگی شهر و شهروندان تهران با تأکید بر ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی	بر اساس مدل پیشنهادی این تحقیق می‌توان نمادهایی را شناسایی کرد که به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم، مفاهیم ارزشمند و هویت فرهنگی اجتماعی تهران در دل آن‌ها مستتر شده است. به‌کارگیری این نمادها در نظام طراحی، برنامه‌ریزی و مدیریت شهری؛ نکته‌ای کلیدی در دستیابی به شهری با هویت اسلامی- ایرانی خواهد بود.



نویسندگان (سال) - روش	اهداف و یا سئوالات اصلی	مهمترین یافته
آیباغی (۱۳۹۰) روش توصیفی - تحلیلی	بررسی و تجزیه و تحلیل برج آزادی به‌عنوان نماد شهر تهران از منظر هویت	در بررسی هویت کالبدی برج آزادی بر اساس مؤلفه‌های اسلامی و ایرانی مواردی چون: تعادل، استفاده از حوض و آب، ارتباط با طبیعت، مردم‌واری و ... حاصل گردید.
لطفی و محمدی (۱۳۹۱) روش پیمایشی	بررسی نحوه ارتباط نمادهای شهری با هویت ساکنان آن	نمادهای شهری از عناصر اصلی هویت‌بخشی به شهر هستند.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود کتب، مقالات و تحقیقاتی در موضوع نمادهای شهری در کشور به رشته تحریر درآمده است؛ اما در آن‌ها اولاً به شکل محدود یا جنبی به مقوله نمادهای شهری پرداخته شده است، ثانیاً هیچ‌کدام مستقلاً به ارائه الگوی سیاست‌گذاری نمادهای اسلامی - ایرانی شهری در کشور نپرداخته‌اند. لذا تحقیق حاضر می‌کوشد با ارائه یک الگوی سیاست‌گذاری مناسب در حوزه نمادهای شهری، مسؤولین امر را در اصلاح وضع موجود و رسیدن به نقطه مطلوب یاری رساند.

۳- روش تحقیق

می‌توان انواع تحقیق را به لحاظ هدف به سه نوع بنیادی، کاربردی و توسعه‌ای تقسیم‌بندی نمود. کشف حقیقت و ارائه دانش نو، اساس تحقیق بنیادی را پایه‌گذاری می‌نماید. تحقیق کاربردی، تحقیق عملی منظم، دقیق و منطقی برای حل مسائل و تصمیم‌گیری درست است. هدف اساسی پژوهش توسعه‌ای نیز تدوین یا تهیه برنامه‌هاست. تحقیق پیش‌رو، با توجه به ماهیت و ویژگی اهداف و سئوالات آن و اینکه در چارچوب الگوسازی است، از نوع توسعه‌ای - کاربردی می‌باشد.

پژوهش حاضر پژوهشی از نوع کیفی است. در یک تعریف ساده می‌توان گفت یافته‌ها در پژوهش کیفی، از طریق روش‌های آماری یا دیگر ابزار کمی‌سازی به دست نمی‌آید. هدف در روش تحقیق کیفی، شناسایی، دسته‌بندی و استخراج مفاهیم بر اساس مطالعه متون یا مبتنی بر دیدگاه نخبگان است.

روش‌های گردآوری و تحلیل داده‌ها

داده‌های موردنیاز در این تحقیق در بخش ادبیات نظری و پیشینه موضوع از منابع مختلف مانند کتاب‌ها، مقالات، مصاحبه‌های الکترونیکی و گزارش‌های پژوهشی منتشرشده گردآوری شد. آنگاه مصاحبه با برخی از صاحب‌نظران، اندیشمندان و



مسئولین حوزه فرهنگ کشور در زمینه سیاست‌گذاری نمادهای اسلامی- ایرانی شهری در دستور کار قرار گرفت.

در خصوص روش تحلیل داده‌های گردآوری‌شده، با توجه به موضوع تحقیق و میان‌رشته‌ای بودن آن و با عنایت به اینکه شناخت و طبقه‌بندی نظریه‌ها و دیدگاه‌ها در الگوسازی، اقدام محوری تحقیق خواهد بود، لذا محقق از روش کیفی مفهوم‌سازی که در اینجا روش تحلیل مضمون مدنظر است، استفاده نمود.

روش تحلیل مضمون یکی از قوی‌ترین روش‌هایی که قادر است قطعات گسسته و پراکنده واقعیت اجتماعی را به روشی نظام‌مند در کنار یکدیگر سازمان داده و تصویری جامع از آن ارائه دهد. تحلیل مضمون یک راهبرد تقلیل و تحلیل داده‌هاست که توسط آن داده‌های کیفی تقسیم‌بندی، طبقه‌بندی، تلخیص و بازسازی می‌گردند. تحلیل مضمون اصولاً یک راهبرد توصیفی است که یافتن الگوها و مفاهیم مهم را از درون مجموعه داده‌های کیفی تسهیل می‌نماید (Given, 2008, p 867). در واقع به تحلیل مضمون باید به‌مثابه یک روش بنیادین برای تحلیل کیفی نگریست؛ زیرا این روش مهارت‌های محوری برای انجام بسیاری از شکل‌های دیگر تحلیل کیفی را فراهم می‌آورد (Braun & Clarke, 2006).

جامعه و نمونه

جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق به‌واسطه بهره‌برداری از روش کیفی، علاوه بر منابع مکتوب- اسنادی و کتابخانه‌ای- با انجام مصاحبه نیمه‌ساختار یافته و عمیق با چند نفر از نخبگان حوزه فرهنگ، نمادهای شهری و سیاست‌گذاری فرهنگی حاصل شد. در این بخش با در نظر گرفتن ابعاد گسترده و مهم مقوله سیاست‌گذاری در حوزه نمادها، نمونه افراد با ویژگی‌های فوق، با دقت و به‌طور غیراحتمالی هدفمند، انتخاب گردید. محقق از بین موارد موجود آن‌هایی را انتخاب کرد که به فهم بیشتر و بهتر از موضوع کمک کنند. در این تحقیق بعد از مصاحبه با ده نفر از صاحب‌نظران و نخبگان فرهنگی، اشباع نظری حاصل گردید. تعداد مصاحبه‌ها تا زمانی که داده‌های جدید، مضمون جدیدی شکل ندادند و داده‌ها حالت تکراری پیدا نکنند و به تعبیر دیگر محقق به کفایت نظری نائل شود ادامه یافت.

روایی و پایایی ابزار جمع‌آوری اطلاعات

جهت سنجش اعتبار در این پژوهش از روش اعتبارسنجی توسط مشارکت‌کنندگان استفاده شده است. این روش به این معناست که پژوهشگر، یافته‌های خود را دوباره به میدان پژوهش برمی‌گرداند تا معلوم شود که آیا به نظر مشارکت‌کنندگان صحیح



و معتبرند یا نه (لیندلف و تیلور، ۱۳۸۸: ۳۰۴). جهت انجام این امر در پژوهش حاضر از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد که صحت گفته‌های خود را تأیید کرده و بر درستی آن‌ها مهر تأیید بزنند.

مراحل انجام و به‌کارگیری روش

با توجه به روش تحقیق که تحلیل مضمون است به تفسیر مضامین برخواسته از مصاحبه‌ها در سه مرحله پرداخته شد. در مرحله اول کدهای توصیفی هر مصاحبه به‌طور دقیق مطالعه و گزارش شد. در مرحله دوم تحلیل و استخراج مضامین سازمان یافته از کدهای توصیفی صورت گرفت و در نهایت در مرحله سوم به استخراج مضامین فراگیر پرداختیم. بدین معنی که کل مصاحبه‌های انجام شده مورد مطالعه قرار گرفت و اجزا و واحدهایی که دارای معنا و مقصود مشابه بودند، در قالب جداول به شکل جداگانه دسته‌بندی شدند.

۴- یافته‌های تحقیق

در این مقاله با استناد به متون و منابع مورد مطالعه و مصاحبه با نخبگان و مدیران فرهنگی کشور با استفاده از روش تحلیل مضمون سعی شد به توصیفی از وضعیت موجود در زمینه نهادهای شهری و ارائه الگویی مناسب برای رسیدن به وضعیت مطلوب پرداخته شود. پیرامون مصاحبه‌های صورت گرفته این نکته حائز اهمیت است که آن‌ها در دو دسته ذیل قابل تقسیم هستند:

- تعدادی از مصاحبه‌ها (۳ مصاحبه) برگرفته از مصاحبه‌های از قبل صورت گرفته در موضوع تحقیق هستند که متن مصاحبه‌ها در اینترنت موجود بود که در جدول ذیل با علامت * مشخص شده است.

- بقیه مصاحبه‌ها (۷ مصاحبه) نیز توسط محقق از نخبگان مرتبط با موضوع تحقیق گرفته شده است که بدون علامت در جدول مشخص گردیده است.

در جدول شماره ۲ مشخصات مصاحبه‌شوندگان آورده شده است:

جدول ۲- مشخصات مصاحبه‌شوندگان

مصاحبه‌شوندگان	سمت مدیریت و اجرایی / سابقه فرهنگی	علامت اختصاری
دکتر محمد اسحاقی	مشاور عالی دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی	م ۱
دکتر حسن بنیانیان	رئیس کمیسیون پیوست‌نگاری فرهنگی	م ۲
دکتر حسین سرافراز	مسئول دفتر رصد، پایش و آینده‌نگاری فرهنگی	م ۳
دکتر ناصر فکوهی *	جامعه‌شناس و انسان‌شناس فرهنگی	م ۴



مصاحبه‌شوندگان	سمت مدیریت و اجرایی / سابقه فرهنگی	علامت اختصاری
دکتر بهمن ادیب‌زاده *	معمار و عضو هیئت‌علمی دانشگاه	۵ م
دکتر جواد کریمیان اقبال	مدیر کل سابق معماری و ساختمان شهرداری تهران	۶ م
مهندس امیر فرجامی	معمار و دبیر سابق شورای عالی معماری و شهرسازی	۷ م
دکتر محمود گلابچی *	چهره ماندگار معماری	۸ م
دکتر سید محمد حسینی	وزیر سابق فرهنگ و ارشاد اسلامی	۹ م
دکتر محمود حاجیلویی	معاون خط‌مشی‌گذاری و هماهنگی اجرای ستاد فرهنگ	۱۰ م

۴-۱- کدگذاری توصیفی

در مرحله اول از تحلیل مضمون ابتدا به کدگذاری توصیفی مصاحبه‌های صورت گرفته پرداختیم. بدین گونه که پس از پیاده‌سازی و ویرایش دقیق متن مصاحبه‌ها با مطالعه دقیق و خط به خط مصاحبه‌ها، مضامین توصیفی استخراج و کد به آن‌ها اختصاص یافت. سپس متن هر ردیف مطالعه و کدهای اولیه استخراج گردیدند. شایان ذکر است با توجه به محدودیت حجمی، تمامی متن کدها در این مقاله درج نشده است. نمونه‌ای از کدها به همراه تعداد ارجاعات آن‌ها در جدول شماره ۳ آورده شده است.

شواهد (متن مصاحبه‌ها)	کدهای توصیفی	تعداد ارجاعات
امروزه «برج ایفل» سمبل فرانسه است و در تمام دنیا هر کسی اولین تصویری که از فرانسه دارد برج ایفل است. درحالی که برج ایفل در زمان خودش اصولاً با این هدف ساخته نشد. (م ۴)	نمود قدرت در نمادسازی	۵
بنابراین یک نکته مهمی است که ما باید نمادهای اسلامی و ایرانی خودمان را استخراج کنیم مشخص کنیم و بعد مطرح کنیم. (م ۹)	توجه به نمادهای اسلامی- ایرانی	۲
نمادها می‌توانند کارکردهای احساسی ما را درگیر کنند و امتداد ببخشند. بینامتنی بودن نماد یعنی این که نماد بتواند با سایر نمادها، با سایر گفتمان‌ها و با تاریخ و با میراث فرهنگی و به‌طور کلی با حافظه فرهنگی ایرانی‌ها ارتباط برقرار کند. (م ۳)	برانگیختگی احساسی در نمادسازی	۱
منظور این است که از نقطه صفر بنایی را بسازیم و آن را از ابتدا بارگذاری معنایی کنیم. چیزی که از نیستی بیرون می‌آید و مثل یک طفل تازه به دنیا آمده را می‌توان بارگذاری معنایی کرد. (م ۴)	داشتن طرح و برنامه در نمادسازی	۳



تعداد ارجاعات	کدهای توصیفی	شواهد (متن مصاحبه‌ها)	
۴	تأثیر جهانی‌سازی بر نمادسازی داخلی	نخبگان ما تفکرشان این است که آلا و لابد ما فقط نماد آن‌ها (غربی) را می‌توانیم اجرا کنیم و آن‌ها خوب جواب می‌دهد. می‌گویند معماری الان جهانی است. (م ۶)	۵
۲	تبلور تمدن در نمادسازی	هشت هزار سال تمدن داریم ولی تمدنمان ظاهر بیرونی نداشته است. (م ۶)	۶
۱	بعد تاریخی نمادسازی	نماد، اصلی‌ترین عنصر شکل‌گیری مرزها و متمرکز شدن قدرت بر این مرزها شده است. (م ۴)	۷
۲	بعد فرهنگی و اجتماعی نمادسازی	میدان‌ها به‌عنوان مفصل بزرگ شهری که نقش‌های بزرگی را در شهر همانند نقش اجتماعی، ترافیکی و اقتصادی بر عهده دارند نیاز است به آن‌ها توجه بیشتری کرد. (م ۵)	۸
۴	ایجاد ضوابط و مقررات در نمادسازی	سیاست‌های کلی باید تدوین و ابلاغ شود و بعد این‌ها مثل یک چتری هست روی قوانین مجلس و تصمیمات دولت و برنامه‌های پنج‌ساله. چون باید این سیاست‌های کلی را لحاظ کنند. (م ۹)	۹
۳	نماد نشان‌دهنده فرهنگ است	بازی حاشیه با مرکز و پیرامون، بازی‌ای هست که یکی از مکانیزم‌های اصلی نشانه‌سازی هر فرهنگی هست یعنی درون هر فرهنگی این اتفاق می‌افتد. اصلاً یکی از دینامیزم‌های فرهنگ، رابطه و مناسبات بین مرکز آن فرهنگ و پیرامون آن فرهنگ است. (م ۳)	۱۰

۴-۲- کدگذاری تفسیری (سازمان‌دهنده)

در این مرحله پس از دسته‌بندی مکرر مفاهیم و انجام فراگردهای مقایسه‌ای مستمر، در نهایت ۱۵ کد تفسیری تدوین شد. در جدول ۴ نمونه‌ای از کدهای توصیفی، مقولات سازمان‌دهنده و شواهد آن از متن مصاحبه‌ها آورده شده است. تمرکز این مرحله بیشتر بر کدها و مفاهیم است نه داده‌ها. البته ممکن است کدها و مفاهیم جدیدی نیز در این مرحله ظهور یابند.

جدول ۴- نمونه‌ای از کدهای توصیفی، کدهای تفسیری (مقولات سازمان‌دهنده) و شواهد آن

کدهای تفسیری	کدهای توصیفی	شواهد (متن مصاحبه‌ها)	
کارکرد نماد	مؤلفه‌های فرهنگی نمادسازی	باید با این نهادسازی‌ها و ساختار سازی‌ها در واقع به این موضوع توجه کرد، این موضوع از آن موضوع‌هایی است که مثل توسعه پایدار می‌باشد. می‌گویند که توسعه پایدار از راه نهادسازی است، باید این‌ها تبدیل به نهادسازی شود. (م ۷)	۱
مبانی نمادسازی	ارزشی بودن	باید به معماری و به مصالح ساختمان‌های خود به‌عنوان یک ارزش نگاه کنیم و سعی کنیم این ارزش‌ها را در جامعه توسعه دهیم. (م ۸)	۲



کدهای تفسیری	کدهای توصیفی	شواهد (متن مصاحبه‌ها)
نهادهای متولی نمادسازی	ایجاد ضوابط و مقررات در نمادسازی	یک سری ضوابط را باید اینجا با قوه قهریه هم که شده است بگوییم باید همه این را رعایت کنند. (م ۹)
تجربیات نمادسازی	استفاده از تجربیات جهانی در نمادسازی	خود کعبه یک نماد است. جهانی و تاریخی هم هست و توحیدی هم هست. گذشته و تاریخی بودنش برمی گردد به عصر خلقت زمین. این نمادهای جدید چه ضرورتی است؟ آن وقت این را می‌سازند که نماد شهر مکه بشود این. ما وقتی بحث نماد می‌کنیم کشورهای مختلف و شهرهای مختلف به دنبال ساخت یک چیزی و نمادی هستند؛ بنابراین می‌شود تجربه‌های جهانی شما هر جا که بروید. (م ۱)
تمدن‌سازی نماد	استفاده از فرهنگ تمدنی در نمادسازی	ما الآن مهم‌ترین چیزی که در معماری ایرانی- اسلامی است و اگر بخواهیم اسمش را ببریم و در نمادسازی داریم عقبه تفکری است. خوراک فرهنگی و خوراک معماری و شهرسازی است که برگرفته از عقبه معماری درون‌گرای ما باشد. (م ۶)
کارکرد سیاسی نماد	نمود قدرت در نمادسازی	نمادهایی بوده‌اند که کارکرد داشته‌اند. البته برای قدرت‌ها، این قدرت‌ها به دلیل تأثیری که می‌بایست بر روی جامعه می‌داشتند این نمادها را به وجود می‌آوردند. (م ۴)
بعد الهی در نمادسازی	عنصر تقدس در نمادسازی	همواره کاتالیزورها و تشدیدکننده‌هایی برای ایجاد نماد وجود داشته است، مثل عنصر تقدس و قدرت. (م ۴)
محیط شناسی نماد	نقش دشمن در نمادسازی غربی	اولاً شما باید در فضای ایران وجود دشمن را بپذیرید؛ یعنی تهاجم فرهنگی را باید بپذیرید. و گرنه نگاهتان به فضای فرهنگی ایران فضای واقع‌بینانه نخواهد بود. (م ۱۰)
سیاست‌پذیر بودن نمادسازی	هم تعینی و هم تعیینی بودن سازوکار نمادسازی	می‌شود گفت که ما باید به یک مدل جدیدی از تعیین و تعیین برسیم. دقت می‌فرمایید؟ نه نفی هیچ کدام است نه اثبات هر کدام به تنهایی. بلکه لازم و ملزوم هستند، بلکه یکی از این‌ها مقدم است. (م ۱)
میراث تاریخی نماد	اهمیت به فرهنگ بومی در نمادسازی	کشورهایی که مثلاً یک نمادهایی در یک شهری دارند، نمادهای آن شهر نشان می‌دهد که این‌ها وفادارند به فرهنگ خودشان یعنی خودباختگی ندارند. آنچه شما در ایران می‌بینید حاصل یک خودباختگی ۴۰۰ ساله است. (م ۲)



۴-۳- کدگذاری فراگیر (یکپارچه‌ساز)

با ادامه مقایسه و تحلیل مستمر مضامین تفسیری، در نهایت دیدگاه نخبگان فرهنگی پیرامون سیاست‌گذاری فرهنگی در حوزه نمادها در قالب مضامین فراگیر احصاء شد. در کدگذاری فراگیر، هدف، ایجاد مجموعه سازمان‌یافته‌ای از کدها و مفاهیم اولیه است که نتیجه بررسی دقیق و تفصیلی گزاره‌های هر مصاحبه در مرحله کدگذاری تفسیری است. در ادامه، همه مراحل کدگذاری و استخراج مضامین و مقولات را در جدول شماره ۵ به‌طور خلاصه گزارش داده‌ایم:

جدول ۵- فراوانی تعداد مضامین استخراج‌شده از مصاحبه‌ها

تعداد کدهای توصیفی	تعداد مضامین سازمان‌یافته	تعداد مقولات فراگیر
۹۵	۱۵	۵

در نهایت پس از ترکیب مفاهیم سازمان‌دهنده با یکدیگر، شبکه مضامین تحت پنج مضمون فراگیر «مبانی نمادسازی»، «تمدن‌سازی در نماد»، «کارکرد نمادها»، «محیط‌شناسی نماد» و «تجربیات نمادسازی» تشکیل گردید که در شکل ۲ نشان داده شده است.



شکل ۲- شبکه مضامین (مضامین فراگیر تولیدشده) از دیدگاه نخبگان فرهنگی پیرامون سیاست‌گذاری نمادهای اسلامی - ایرانی شهری



۴-۴-۴- تشریح مضامین فراگیر

در ادامه پس از ارائه شبکه مضامین و احصاء دیدگاه نخبگان فرهنگی پیرامون سیاست‌گذاری نمادهای اسلامی- ایرانی شهری به تبیین و تشریح هر یک از مضامین پرداخته می‌شود. شایان ذکر است که برای تشریح مضامین مذکور از شیوه نمونه‌آوری استفاده می‌شود تا ابتدای مضامین بر داده‌های تحقیق- نظرات نخبگان فرهنگی- نشان داده شود و تحلیل‌های کیفی محقق مشهود و قابل داوری گردد.

۴-۴-۱- مبانی نمادسازی

این مؤلفه به بررسی این سؤال می‌پردازد که برای الگوسازی نمادهای اسلامی- ایرانی شهری به چه مبانی نیاز داریم؟ در این بعد چند دسته از مبانی مدنظر است: معارف دینی، مبانی قرآنی، قانون اساسی و رهنمودهای امامین انقلاب.

می‌توان این‌گونه بیان نمود که مبانی نمادسازی می‌بایست از معارف دینی، سخنان رهبران نظام و اسناد بالادستی نظیر قانون اساسی و نقشه مهندسی فرهنگی کشور اخذ شود. در این راستا «می‌گوییم این مبانی را برای این که ما به آن برسیم از منابع به آن می‌رسیم. حالا منابع چه چیزهایی هست؟ این منابع، معارف اسلامی است مثلاً قرآن و سنت و این‌هاست بعد یک مقداری پایین‌تر می‌آییم می‌گوییم کلام رهبر و بزرگان که باز از آن گرفته‌شده است ولی شسته رفته‌تر و نزدیک‌تر است. بعد اسناد ملی که این مبانی را چه‌کار کرده‌اند. پس یک مبانی دارید این مبانی از این منابع گرفته‌شده است. این مبانی را باید تبدیل کنید در چندلایه به یک نماد شهری» (مصاحبه ۱).

۴-۴-۲- تمدن‌سازی در نمادسازی

این مؤلفه به این سؤال پاسخ می‌دهد که چه ارزش‌هایی باید در جامعه توسعه پیدا کند تا جامعه به آن هدف متعالی خود برسد؟ این ارزش‌ها به دو فضای ذهنی و عینی تقسیم شده است؛ که قسمتی مربوط به همان ذهنیت موجود در مورد نمادسازی است، مثلاً اینکه این نماد بر اساس چه تفکری و با چه هدفی ساخته شده است و نشان‌دهنده چه نوع جامعه‌ای است و بخشی نیز معطوف به بروز عینی نماد یعنی همان حجم و فیزیک نماد است. تمدن صورت خارجی فرهنگ، تجسم و عینیت بیرونی آن است. فرهنگ، داشته‌های معنوی و نرم‌افزاری یک ملت است، در حالی که تمدن بروندهای سخت‌افزاری را نیز شامل می‌شود.

به همین خاطر «مهم‌ترین چیزی که شما فکر می‌کنم در این تحقیق باید به آن توجه کنید این است که بیانی که انجام می‌دهید اتصال بین فرهنگ و تمدن ما در زمینه معماری و شهرسازی طی دو سده قبلی یا بهتر بگوییم ۱۵۰ سال گذشته



با الآن و استفاده بهینه از زمینه‌ای که اکنون ایجاد شده است که بسیاری هم غربی است. ما چه خواهیم چه نخواهیم این الآن ایجاد شده است، ما این را باید بهبودش دهیم» (مصاحبه ۶).

۴-۴-۳- کارکردهای نماد

این مؤلفه دو کارکرد برای موضوع نمادسازی در نظر می‌گیرد: کارکرد عمومی و کارکرد سیاسی

الف) کارکرد عمومی نمادها: که شامل توجه به مقوله زیبایی‌شناسی نمادها، خلق هویت جمعی، اثرگذاری بر ذهن شهروندان و شکل دادن به رفتار مطلوب و بهنجار اجتماعی و فرهنگی می‌شود.

ب) کارکرد سیاسی نمادها: نمادها علاوه بر کارکرد عمومی خود، در هر دوره نشان‌دهنده نوع حکومت و قدرت آن جامعه نیز بوده‌اند؛ بنابراین این بعد پاسخگوی این سؤال است که نماد در کدام عصر ایجاد شده است؟ چه نوع حکومتی وجود داشته است؟ رابطه مردم با حکومت و میزان اثرگذاری حکومت‌ها بر مردم به چه میزان بوده است؟ این نمادها انتقال‌دهنده پیام‌های بازیگران سیاسی، سازنده نظام ارزشی حاکم در مواقع مختلف همانند انتخابات، بحران‌های سیاسی و زیست‌محیطی هستند.

حکومت‌ها نقش مهمی در نمادسازی دارند. «نمادسازی مسلم است که کار حاکمیت است. البته این حاکمیت با مدیریت جوامع انسانی تفاوتی ندارد. به نظر من این ناشی از یک تصور خام و عدم صداقت است که کسی (یک روشنفکر) از جوامع امروزی صحبت کند ولی به نوعی خودش را بخواهد از مفهوم قدرت جدا کند. ما نباید وقتی از نمادهای شهری یا اجتماعی صحبت می‌کنیم خودمان را به‌طور کامل از مفهوم قدرت جدا کنیم» (مصاحبه ۴).

۴-۴-۴- محیط‌شناسی نماد

مؤلفه جغرافیایی و محیطی به بررسی این موضوع می‌پردازد که نمادها در کدام موقعیت و بستر شکل می‌گیرند؟ آیا با توجه به آداب رسوم و سنت‌های هر شهر ایجاد می‌شوند. این مؤلفه به موضوع هویت شهری، توجه به قومیت‌ها، نگاه درونی یا بیرونی به نمادسازی، نگاه توریستی به نمادها می‌پردازد.

یکی از پویایی‌های فرهنگ رابطه فرهنگ با مرکز و پیرامون خود است. «حاشیه همان جایی هست که رابطه بین درون فرهنگ با بیرون از آن را برقرار می‌کند. در حقیقت پیرامون شهر، منطقه‌ای هست که خصلت مرزی دارد و مرزها خصلت تراوایی دارند، خصلت ارتباطی دارند مثل پل می‌مانند و امکان دادوستد را با بیرون از مرزهای



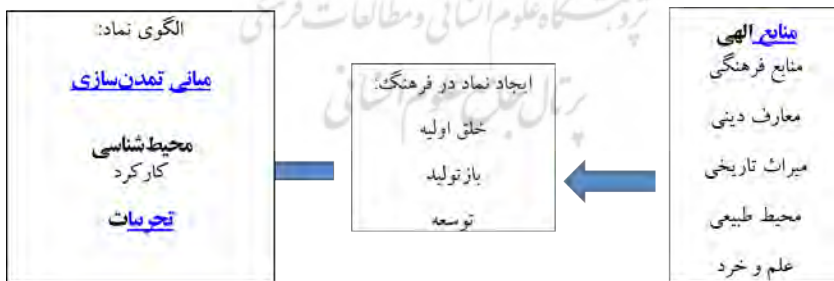
یک شهر برقرار می‌کنند. به هر میزانی که از مرکز فاصله بگیریم ما با فضاهای بینابینی یا مرزی مواجه می‌شویم، فضاهایی که سعی می‌کنند هم خصلت شهری داشته باشند هم خصلت بیرون از شهر» (مصاحبه ۳).

۴-۴-۵- توجه به تجربیات در نمادسازی

این مؤلفه از دو منظر به نمادسازی می‌پردازد: منظر اول میراث تاریخی در نمادسازی اسلامی- ایرانی و منظر دوم نگاه به تجربیات جهانی در زمینه نمادسازی است. در منظر اول توجه به نمادهایی که در تاریخ و فرهنگ ما در گذشته وجود داشته و اکنون کمرنگ شده است، مورد نظر است و منظر دوم به این نکته تأکید می‌کند که در امر نمادسازی بایستی به تجربیات جهانی در این عرصه نیز توجه نمود. ما به وجود گذشته خویش محتاجیم، زیرا بر شانه‌های گذشتگان خود سواریم و آینده ما در گرو تجربیات گذشته‌مان است. نمونه‌ای از این تجربیات بررسی نحوه نهادینه شدن نمادها در فرهنگ جوامع است. «حالا تلقی این که یک سیستم است که عناصر فرهنگی را تشکیل می‌دهد یا شبیه یک سیستم است؟ به نظرم هر دویش را می‌شود از آن استفاده کرد که هم می‌توان از طریق تحول در باورهای جامعه آرام آرام نمادی شکل بگیرد، هم می‌شود مدیریت شده یک گروهی، نمادی را تعریف کند و به واسطه ظرفیتی که در آن نماد و پاسخگویی به نیازهای مردم یک جامعه است آرام آرام آن نماد بیاید جزو فرهنگ» (مصاحبه ۲).

۴-۵- رابطه بین فرهنگ و نمادهای اسلامی- ایرانی

در نمودار شماره ۱ رابطه بین فرهنگ و نماد مشخص شده است. رابطه نماد و فرهنگ به رابطه دوطرفه است؛ چراکه نماد از محیط و فرهنگ نشأت می‌گیرد و در معماری و نمادهای شهری به سرانجام می‌رسد.

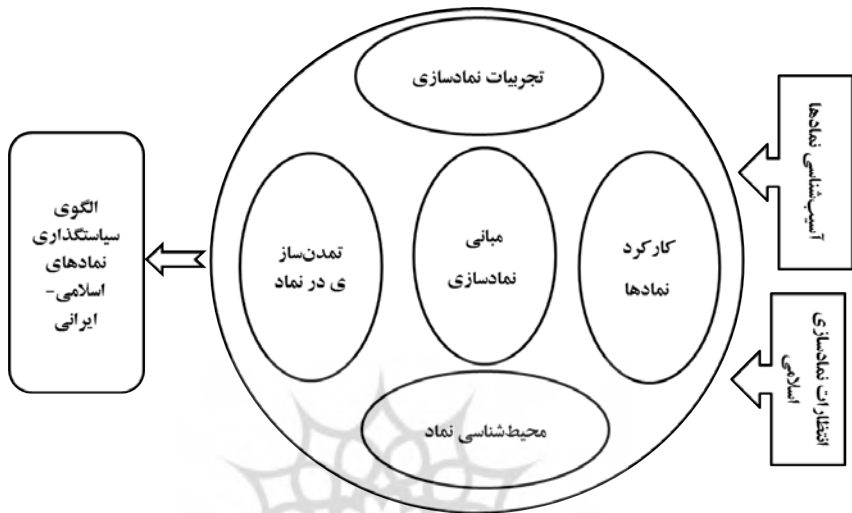


۴-۶- فرآیند ورود به عرصه نمادسازی

سیاست‌گذاری فرهنگی هدف تأثیرگذاری در حوزه فرهنگ و توسعه فرهنگی را دنبال می‌کند. سال‌هاست که سیاست‌گذاران به این امر اذعان دارند که تحولات در شاخص‌های کلان اجتماعی نظیر شاخص‌های جمعیتی، شاخص‌های مشارکت



اجتماعی - سیاسی، شاخص‌های رفاه اجتماعی و مقولات دیگری چون آموزش، بهداشت و آسیب‌های اجتماعی همگی از سیاست‌گذاری فرهنگی تأثیر می‌پذیرند. سیاست‌گذاری در زمینه نمادهای شهری نیز نوعی سیاست‌گذاری فرهنگی محسوب می‌شود. در نمودار شماره ۲ فرآیند ورود به عرصه نمادسازی ترسیم شده است:



نمودار ۲- فرآیند ورود به عرصه نمادسازی

۴-۷- الگوی سیاست‌گذاری نمادهای اسلامی - ایرانی شهری

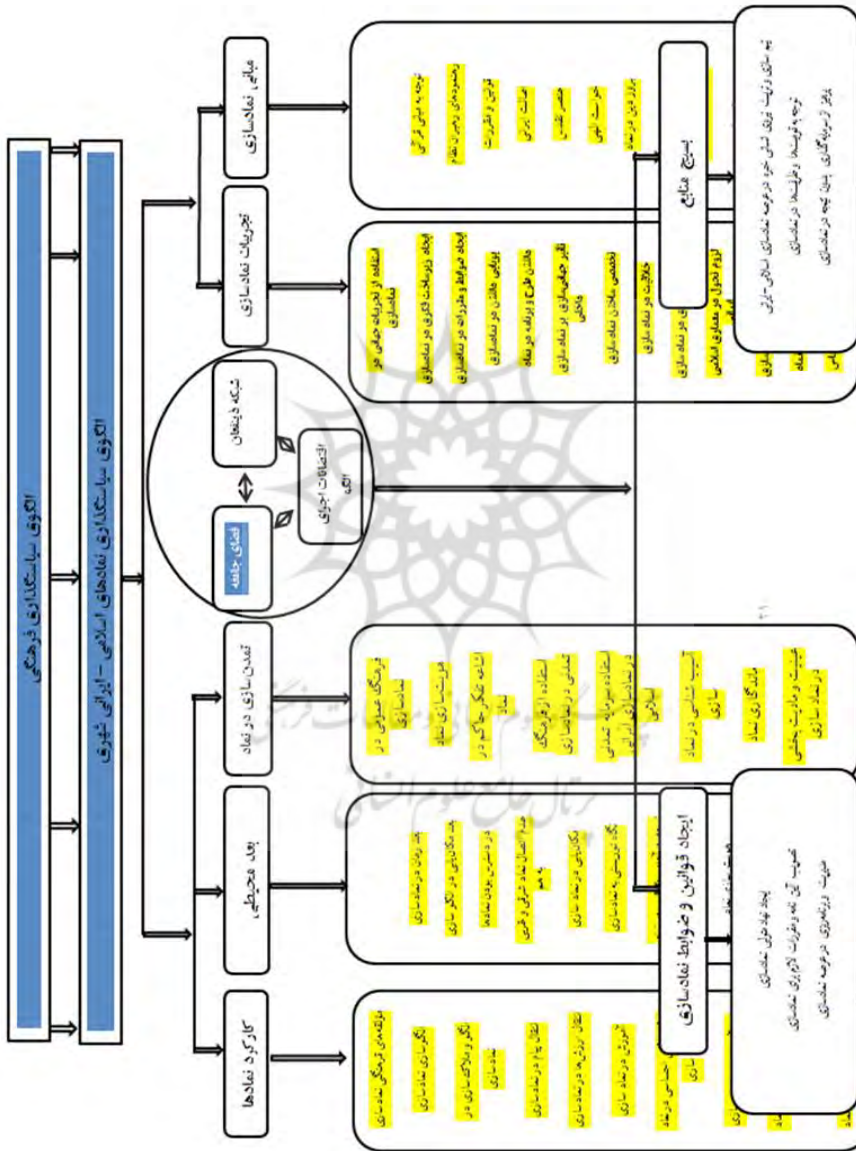
در این بخش تلاش شده است تا الگوی مطلوب سیاست‌گذاری نمادهای اسلامی - ایرانی شهری ارائه شود. رسیدن به یک الگوی ثابت و معرفی نمادها و کارکرد آن‌ها، باعث تقویت پایه‌های فرهنگی گشته و دیگر شاهد تقلیدی کور و نابجا از غرب که موجب مملو شدن سطح جامعه از فرهنگ بدلی و غیراصیل بشود، نخواهیم بود.

مقام معظم رهبری (مدظله العالی) در تبیین منظور خود از الگو می‌فرماید: «الگو یک وسیله و معیار و میزانی است برای اینکه آن کاری را که انسان می‌خواهد انجام دهد، با آن الگو تطبیق داده شود. وقتی می‌گوییم الگوی اسلامی - ایرانی، یعنی یک نقشه جامع؛ بدون نقشه جامع دچار سردرگمی خواهیم شد».

در فرایند و سیر تکاملی دستیابی به الگوی موردنظر، طی مصاحبه‌های متعدد و تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده و تبیین رابطه بین داده‌های گردآوری شده از نخبگان مختلف، محقق تلاش نمود تا با اخذ دیدگاه‌های گوناگون به مفهوم‌سازی مضامین و روابط میان آن‌ها بپردازد و الگوی نهایی خود را ارائه دهد.



با توجه به مفاهیم برآمده از تحقیق، نمودار شماره ۳ الگوی سیاست‌گذاری نمادهای اسلامی- ایرانی شهری را نشان می‌دهد. این نمودار در حقیقت نشان‌دهنده محورهای اصلی الگوی سیاست‌گذاری نمادهای اسلامی- ایرانی شهری است. الگوی زیر بر رویکرد ترکیبی برای الگوی اسلامی- ایرانی نماد تأکید نموده و از به بیان مؤلفه‌های پنج‌گانه سیاست‌گذاری نمادهای اسلامی- ایرانی در شهر می‌پردازد:



با توجه به تحلیل‌های صورت‌گرفته، الگوی ما در این تحقیق از پنج مؤلفه اصلی تشکیل‌شده است که هرکدام اثرات جانبی بر شکل‌گیری الگوی نمادهای اسلامی - ایرانی شهری دارد. اجرای الگو در یک مقطع خاص و به‌صورت یک عمل مستقل انجام نمی‌گیرد، بلکه به‌صورت یک چرخه، فرایندی را تشکیل می‌دهد که شامل چندین فعالیت و مرحله است. بدین مفهوم که عوامل زیادی که نقش اساسی دارند وظایف مختلفی را در راستای انجام و اجرای الگو گذاری ایفا می‌کنند. بعد اجرا پژوهی در این الگو به این سؤال پاسخ می‌دهد که در فرایند پیاده‌سازی الگوی سیاست‌گذاری نمادهای شهری برای اجرای موفق، چه اقتضائاتی را باید در نظر گرفت؟ یکی از اقتضائات و نکات مهم و مؤثر در اجرا پژوهی و مطالعات اجرا، بسیج منابع، ابزارهای اجرا و رویکردها و روش‌های اجرا است. بعد شبکه ذی‌نفعان درصدد پاسخ به این سؤال است که چه نکاتی در رابطه با شبکه ذی‌نفعان که شامل تمامی آحاد و اقشار ملت، نخبگان فرهنگی، فعالان فرهنگی، مجریان، دستگاه‌های دولتی و غیردولتی، سازمان‌های مردم‌نهاد، هیئت‌های مردمی و غیره، باید مدنظر قرار بگیرد؟

۵- بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۵-۱- بحث

طبق پژوهش‌های انجام‌شده، این پژوهش با نتایج مطالعات پیشین از این حیث که اکثر آن‌ها نمادهای شهری را حامل مفاهیم ارزشمند می‌دانستند و از عناصر هویت‌بخشی به شهر قلمداد می‌کردند، همخوانی دارد اما همان‌طور که عرض شد سیاست‌گذاری در بخش نمادهای شهری موضوعی است که در تحقیقات گذشته کمتر بدان پرداخته شده است. فرآیند سیاست‌گذاری شامل سه بخش کلی تدوین، اجرا و ارزیابی است. سیاست‌گذاری نمادهای اسلامی - ایرانی شهری یک عنصر اولیه در شکل‌دهی به مسیر نهادینه شدن نمادهای شهری مطلوب است. به‌طور کلی سیاست‌گذاری در این زمینه هم روش، هم ابزار وصول و هم راهبرد را شامل می‌شود. الگوی برآمده از تحلیل‌های صورت‌گرفته از مضامین مصاحبه‌شونده‌ها در واقع بیان‌کننده نقشه‌راهی در جهت رسیدن به تمدن نوین اسلامی است که در آن هم به ابعاد زیبایی‌شناختی و هم به ابعاد تاریخی و تمدنی توجه شده است و نگاهی هم به سمت آینده دارد که با اجرای این الگو می‌توان بیان داشت جامعه به هدف متعالی تشکیل تمدن نوین اسلامی با بروز نمادین آن خواهد رسید.



۵-۲- نتیجه‌گیری

از آنجا که نمادها بخشی از فرهنگ یک جامعه محسوب می‌شوند، الگوی سیاست‌گذاری نمادهای شهری زیرالگویی از الگوی سیاست‌گذاری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران به‌شمار می‌رود. مبانی سیاست‌گذاری فرهنگی در کشور ما همان مبانی احیای فرهنگ و تمدن اسلامی-ایرانی است که یکی از اجزای مهم احیای این فرهنگ و تمدن، احیای نمادهای شهری است. سیاست‌گذاری فرهنگی موردنظر ما با نگاه بر احیای نمادهای اسلامی-ایرانی شهری صورت می‌گیرد. در این پژوهش سعی شد با توجه به اینکه ما کشوری اسلامی هستیم و سیاست‌گذاری‌ها و الگوهای فرهنگی ما بر مبنای قرآن و عترت تدوین می‌گردد، الگویی در زمینه سیاست‌گذاری نمادهای اسلامی-ایرانی شهری با استفاده از روش کتابخانه‌ای و مطالعات اسنادی و بهره‌گیری از مصاحبه با نخبگان فرهنگی کشور و تحلیل مضمون این مصاحبه‌ها طراحی گردید. در طول فرایند تحقیق تعداد ده مصاحبه با مدیران فرهنگی و صاحب‌نظران این حوزه که شناخت و تجربه خوبی از عرصه فرهنگی در کشور داشته و سال‌ها در مناصب و سطوح مختلف خدمات فرهنگی داشته‌اند مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت تا اشباع نظری حاصل گردید.

در مسیر پژوهش، مصاحبه‌ها به نحوی بود که هدایت‌کننده به سمت طراحی الگوی سیاست‌گذاری نمادهای اسلامی-ایرانی شهری باشد. مصاحبه از مسئولان فرهنگی مسلمان کشور یعنی خبرگانی که خود در ایران سالها تجربه اجراء داشته و آگاهی کاملی از مبانی اسلام و فرهنگ ایرانی داشته‌اند، اعتبار اسلامی-ایرانی بودن الگو را تأیید می‌کند، یعنی هم ایران و فرهنگ ایرانی را با تجربه و علم خود می‌شناخته و هم آگاهی کامل نسبت به اسلام داشته‌اند به طوری که مؤلفه‌های الگو کاملاً منطبق با موضوع فرهنگ است. این الگو متشکل از پنج مؤلفه اساسی شامل مبانی نمادسازی، تجربیات نمادسازی، کارکرد نمادها، تمدن‌سازی در نماد و محیط‌شناسی نماد است. الگوی مذکور در جهت رسیدن به تمدن نوین اسلامی-ایرانی است که در آن هم به ابعاد زیبایی‌شناختی توجه شده است و هم به ابعاد تاریخی و تمدنی و نگاهی هم به سمت آینده دارد که با اجرای این الگو می‌توان بیان داشت که جامعه به آن هدفی که در الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت یعنی رسیدن به تمدن نوین اسلامی دارد با بروز نمادین آن خواهد رسید. با استفاده از این الگو، خط‌مشی‌گذاران عرصه فرهنگی امکان می‌یابند تا با بهره‌گیری از تجارب سایر کشورها و توجه به وضعیت و موقعیت‌های فرهنگی و محیطی کشور خود، بهترین و مناسب‌ترین روش را برگزینند و به انتخاب و وضع سیاست و خط‌مشی در نظام فرهنگی کشور در حوزه نمادها بپردازند.



۵-۳- پیشنهادها

بر اساس تحقیق انجام‌شده که متضمن تعامل با نخبگان و مدیران فرهنگی کشور در سطوح مختلف بود، ایده‌های عملی و علمی بسیاری آشکار گردید که می‌تواند راهنمای خوبی برای علاقه‌مندان این حوزه باشد. از آنجاکه در مبحث نمادها باید نهادسازی و ساختارسازی صورت بگیرد پیشنهاد اصلی این تحقیق در مورد نمادهای شهری، این است که به‌منظور انجام کارهای فکری و نظری و تشخیص محتوای نمادهای شهری، کمیته هنر و معماری در ساختار دفتر مقام معظم رهبری (مدظله العالی) تشکیل گردد و این کمیته ضمن تعامل با کمیته فرهنگ و تمدن شورای عالی انقلاب فرهنگی، سیاست‌های لازم را برای تصویب به شورای عالی پیشنهاد دهد. کمیته هنر و معماری می‌بایست اصول طراحی محیطی و به‌کارگیری نمادهای شهری را بر اساس فرهنگ، رسوم، هویت، عقاید، احساسات و اشتیاق ملت، ارتباطات، تشابهات و تضادهای فضاهای معماری و نظایر آن، تعیین و سیاست‌ها و قوانین موردنیاز را برای تصویب نهایی به شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه دهد. در ادامه این بخش پیشنهادهای حاصل از تحقیق در دو بخش ارائه می‌گردد:

۵-۳-۱- پیشنهادهایی برای سیاست‌گذاران و نهادها

- استفاده از مشارکت مردمی به‌عنوان اولین اصل در سیاست‌گذاری نمادهای شهری
- به‌کارگیری طرح‌های تشویقی و حمایت از استفاده از نمادهای شهری ملهم از فرهنگ اسلامی - ایرانی
- اعلام فراخوان و برگزاری مسابقه به‌منظور به‌کارگیری نمادهای اسلامی - ایرانی شهری
- بازتولید، بازسازی و احیای نمادهای شهری گذشته در قالب‌های جدید
- توجه به مباحث اسلامی و پایه‌ای معماری اسلامی - ایرانی در دانشکده‌های معماری
- تعیین قوانین بازدارنده و تحمیل هزینه برای استفاده‌کنندگان از نمادهای شهری غربی
- به‌کارگیری حس مسؤولیت سازمان‌ها و نهادها به‌منظور حفظ نمادهای تاریخی و هویت‌ساز شهر
- استفاده از تجربیات بین‌المللی در زمینه نمادسازی شهری البته با رویکرد بومی‌سازی
- انجام تحقیقات در هر شهر به‌منظور شناخت ظرفیت‌های آن شهر در امر نمادسازی شهری و سپس استفاده از نظرات کارشناسان به‌منظور اجراء و پیاده‌سازی آن



- تلفیق معماری ایرانی با مؤلفه‌های مدرن به منظور ایجاد شهری زیبا و جذاب
- ۵-۳-۲- پیشنهادهایی برای سایر پژوهشگران
- طراحی الگوی ارزیابی سیاست‌گذاری نمادهای اسلامی - ایرانی شهری
- ارائه مدل مواجهه با تهاجم فرهنگی در زمینه نمادهای شهری
- بررسی موانع اجرای الگوی نمادسازی اسلامی - ایرانی شهری
- مطالعه نقش و عملکرد دولت و شهرداری‌ها در نمادسازی اسلامی - ایرانی شهری

۶- منابع

۶-۱- منابع فارسی

الف) مقاله‌ها

۱. آبیایی، حمید، (۱۳۹۰)، بررسی نماد شهری تهران (برج آزادی) از منظر هویت، سومین همایش ملی عمران شهری، سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سنندج.
۲. بابایی، سحر و توکلی، غلامرضا؛ (۱۳۹۴). تدوین مدل فرآیندی سیاست‌گذاری در سازمان‌های دولتی، فصلنامه سیاست‌گذاری عمومی، شماره ۳، صص ۲۹-۵۳.
۳. بحرینی، سیدحسین و تاج‌بخش، گلناز؛ (۱۳۸۶). مفهوم قلمرو در فضاهای شهری و نقش طراحی شهری خودی و تحقق آن، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۶، تهران.
۴. سیفیان، محمدکاظم، (۱۳۷۸). قالب و محتوا در معماری اسلامی، هنرهای زیبا، سال دوازدهم، شماره ۱، صص ۵۸-۶۰.
۵. کمالی، محسن و بمانیان، محمدرضا؛ (۱۳۹۳). بررسی جایگاه نمادها و نشانه‌ها در هویت شهری، همایش ملی معماری، عمران و محیط‌زیست شهری.
۶. لطفی، صدیقه و محمدی، عبدالحمید؛ (۱۳۹۱). بررسی ارتباط نمادهای شهری با هویت شهر (مطالعه موردی: گنبد کاووس)، فصلنامه جغرافیا، سال دوم، شماره ۲، صص ۶۱-۷۰.
۷. همایون، محمدهادی و جعفری، نادر؛ (۱۳۸۷). درآمدی بر مفهوم و روش سیاست‌گذاری فرهنگی (درس‌هایی برای سیاست‌گذاران)، اندیشه مدیریت، سال دوم، شماره ۲، صص ۵-۳۵.

ب) کتاب‌ها

۱. آشوری، داریوش، (۱۳۸۰). تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ، تهران: آگه.
۲. آنتونی گیدنز، (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
۳. اشتریان، کیومرث، (۱۳۸۱). روش سیاست‌گذاری فرهنگی، تهران: کتاب آشنا.
۴. بهزادفر، مصطفی، (۱۳۸۷). هویت شهر (نگاهی به هویت تهران)، تهران: مرکز مطالعات فرهنگی شهر.



۵. پیروزمند، علیرضا، (۱۳۸۷). طبقه‌بندی موضوعات مهندسی فرهنگی، تهران: شورای عالی انقلاب فرهنگی.
۶. جوهر، ماری، (۱۳۸۹). نظریه سازمان: مدرن، نمادین - تفسیری و پست‌مدرن، ترجمه حسن دانایی‌فرد، تهران: مهربان.
۷. حبیبی، سید محسن، (۱۳۸۲). از شار تا شهر: تحلیلی تاریخی از مفهوم شهر و سیمای کالبدی آن، دانشگاه تهران.
۸. داورپناه، افشین، (۱۳۹۱). درآمدی بر مدیریت و کاربرد نمادها و نشانه‌ها در فضای شهری، تهران: دریافت.
۹. ساروخانی، باقر، (۱۳۹۵). جامعه‌شناسی ارتباطات (اصول و مبانی)، تهران: اطلاعات.
۱۰. سورین، ورنر و تانکارد، جیمز؛ (۱۳۸۶). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: دانشگاه تهران.
۱۱. عاملی، سیدسعیدرضا، (۱۳۹۶). نمادهای هویتی شهر: پاریس، مادرید، استانبول و کیوتو، تهران: دانشگاه تهران.
۱۲. فاضلی، نعمت‌ا... و قلیچ، مرتضی، (۱۳۹۲). نگرشی نو به سیاست فرهنگی: سیاست فرهنگی از دیدگاه مطالعات فرهنگی، تهران: تیسرا.
۱۳. فکوهی، ناصر، (۱۳۸۳). انسان‌شناسی شهری، تهران: نی.
۱۴. لیندلف، تامس و براین، تیلور؛ (۱۳۸۸). روش‌های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات، عبدا... گیویان، تهران: همشهری.
۱۵. محسنیان راد، مهدی، (۱۳۸۴). ایران در چهار کهکشان ارتباطی، تهران: سروش.
۱۶. مهدوی‌نژاد، محمدجواد، (۱۳۹۴). نمادهای هویتی شهر تهران، تهران: هنر معماری قرن.
۱۷. نجاتی حسینی، سید محمود و دیگران؛ (۱۳۷۹). مشارکت فرهنگی، تهران: آن.
۱۸. نقشه مهندسی فرهنگی کشور، (۱۳۹۳). تهران: شورای عالی انقلاب فرهنگی.
۱۹. نمادها و شهرها، (۱۳۹۲). سازمان زیباسازی شهر تهران، تهران: هنر معماری قرن.

۶-۲- منابع لاتین

Article

1. Braun, V & Clarke, V. (2006). **Using Thematic Analysis in Psychology**, *Qualitative Research in Psychology*. Vol 3. No.2, pp 77-101

Books

2. Given, L.M. (Ed) (2008). **The Sage Encyclopedia of Quantitative Research Methods**. Vols. 1&2. California
3. Castells, Manuel (1991). **The Informational City**, Oxford, Blackwell

