

تأثیر نشانگان و نمادهای فرهنگی فضاهای شهری بر تقویت هویت ملی

محمدرضا سلیمی سبحان

استادیار جغرافیا پژوهشگاه علوم انتظامی و مطالعات اجتماعی

salimi_geo@yahoo.com

جهانگیر حیدری

دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی، دانشگاه خوارزمی تهران

منیر یاری

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه پیام نور تهران مرکز

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۵/۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱/۳۱

چکیده

هویت ملی به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در یک ملت و در میان مرزهای تعریف شده سیاسی است و از آنجا که فضاهای شهری استقرارگاه جمعیت کثیری از شهروندان یک کشور است و مهم‌ترین عامل در شکل‌دهی و شکل‌گیری شهر به عنوان بستر پیدایش حیات جمعی می‌باشند، نقش عمده‌ای در تولید و بازآفرینی مبانی استحکام بخش هویت ملی و فرهنگی شهروندان ایفا می‌نمایند. هویت ملی را می‌توان از طریق نمادپردازی در این فضا بازنمایی و بازتولید نمود، از این طریق ارتباط روانی و عاطفی خاصی میان مردم و فضای شهری که زندگی روزمره‌ی خود را در آن می‌گذرانند، شکل می‌گیرد. در صورتی که احساسی عاطفی نسبت به نمادها که عناصر و اجزاء هویت فرهنگی و ملی جوامع انسانی را نمایش می‌دهند به وجود آید، هویت ملی تقویت و بازتولید می‌شود. به همین دلیل رهبران سیاسی، بی‌توجه به منبع قدرت و مشروعیت خود برآنند تا با ایجاد، گسترش و بهره‌برداری از آنچه گاتمن نمادنگاری ملی می‌خواند کشور خود را به وحدت و یکپارچگی برسانند. منظور از نمادنگاری ملی، توجه به کلیه نمادها، مراجع و آرمانهایی است که میان مردم مشترک است و به آنها همبستگی روحی و در نهایت وحدت می‌بخشد. در صورتی این مهم مورد غفلت قرار گیرد با ایجاد کوچکترین خلاء در بافت و ساختار فرهنگی جامعه، زمینه برای تهاجمات و تعرضات فرهنگی بیگانگان مستعد می‌گردد. لذا این پژوهش با روش توصیفی - تحلیلی به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که چگونه با به کارگیری اصول و فنون هنر نمادپردازی فرهنگی در عرصه‌ی فضای شهری قادر به تقویت مبانی و بن‌مایه‌های هویت ملی می‌باشیم؟ به نظر می‌رسد با توجه به اینکه نمادها از دیر باز شناسنامه‌های شهرها و فرهنگ‌ها بوده و تداعی کننده‌ی خاطرات مشترک، هویت‌های فرهنگی و اساطیر بوده‌اند، رشد و توسعه‌ی آنها در فضای شهری، موجبات تقویت مبانی و ریشه‌های هویت ملی را فراهم می‌سازند.

واژگان کلیدی: نماد، هویت ملی، تهاجم فرهنگی، جغرافیای فرهنگی، هویت فرهنگی

مقدمه

اهمیت فرهنگ ملی از آنجاست که به مثابه‌ی مجموعه‌ی اندیشه‌ها، آرمان‌ها، معیارها، ارزش‌ها و سنت‌های جامعه در پهنه‌ی تاریخ است که باعث پیوند عاطفی و همبستگی بین مردمان یک مرز و بوم می‌شود. شکی نیست که بقای یک کشور و سربلندی و رستگاری آن ملت در گرو حفظ و گسترش جنبه‌های مختلف فرهنگ است. هرگاه فرهنگ از ریشه و عمق تاریخی برخوردار باشد و موهبت ابتکار، ابداع و آفرینش را برای ملل به ارمغان آورد می‌توان آن را حصار محکمی در مقابل تهاجمات فرهنگی و معنوی و اخلاقی به حساب آورد. فرهنگ ملتی که یارای مقابله با هجوم و نفوذ عناصر فرهنگی متضاد با ارزش‌ها و شالوده‌های خود را نداشته باشد، اضمحلال و تحریف شده و سرانجام یا یکسره نابود می‌شود و یا رنگ می‌بازد (قلی‌زاده، ۱۳۷۹: ۵۶) با توجه به اهمیت موضوع، در ساختارهایی که دولت متولی امر فرهنگ و برنامه‌ریزی فرهنگی است، نظام فرهنگی را جزئی از زیر مجموعه خود تعریف کرده و خود را در حوزه برنامه‌ریزی فرهنگی مسئول دانسته و مداخله می‌نماید. در این رویکرد، دولت قائل به مهندسی فرهنگی، ساخت فرهنگی، تولید و توزیع فرهنگی، مدیریت فرهنگی و قائل به مکانیزم‌های اجتماعی برای خود کنترلی نیست و به مسئولیت تام و تمام معتقد است (کاوسی، ۱۳۸۷: ۴۱) لذا یکی از راهکارهای تقویت مبانی فرهنگی و زنده نمودن آن دسته از نشانگان فرهنگی که باعث پیوند عاطفی بین مردمان یک سرزمین است، توسعه و تولید نمادهای فرهنگی و مکان‌گزینی مناسب و تجلی آنها در عرصه‌ی فضای شهری است. امروزه در بسیاری از شهرها نشان‌ها و نمادهای هویت فرهنگی یا به کلی از بین رفته‌اند و یا به شدت کمرنگ شده‌اند و کاربرد این علائم بر پیشانی تعداد اندکی از بناها، تنها تلاشی انفرادی از سوی معدودی از کارفرمایان و معماران و یا گاهاً تقلیدی ناموزون است (کریمیان، ۱۳۸۹: ۱۱۹). از آنجا که فضاهای شهری کانون تمرکز ساکنان زمین‌اند، می‌توان آنها را مناسب‌ترین حوزه تظاهر روح و فرهنگ بشری تلقی کرد. از این رو دانشمندان علوم اجتماعی، متصدیان فرهنگ عمومی و برنامه‌ریزان شهری باید با اجرای برنامه‌های کوتاه مدت و بلند مدت در این حوزه‌ها، ابعاد مثبت فرهنگ ملی را رونق بخشند و آن را تقویت کنند (همان: ۱۲۰) این پژوهش با روش توصیفی - تحلیلی به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که چگونه با به کارگیری اصول و فنون هنر نمادپردازی فرهنگی در عرصه‌ی فضای شهری قادر به تقویت مبانی و بن‌مایه‌های هویت ملی می‌باشیم؟ به نظر می‌رسد با توجه به اینکه نمادها از دیر باز شناسنامه‌های شهرها و فرهنگ‌ها بوده و تداعی کننده‌ی خاطرات مشترک، هویت‌های فرهنگی و اساطیر بوده‌اند، رشد و توسعه‌ی این آنها در فضای شهری، موجبات تقویت مبانی و ریشه‌های هویت ملی را فراهم می‌سازند.

بیان مسئله و ضرورت انجام تحقیق

بدیهی است که در راستای تقویت هویت ملی در عرصه‌ی فضای شهری مبانی و بن‌مایه‌های خصوصیات طبیعی، فرهنگی و نمادهای هویت‌بخش را در مناظر و اماکن موجود در فضای شهری را باید لحاظ نمود. در اینصورت شرایطی رقم می‌خورد که شهر، مردم شهر و خصوصیات آنها در اولین برخورد با شهر معرفی می‌شود. به عنوان مثال چهره‌ی شهر، نوع شکل‌گیری بناها، نمادهای هویت‌بخش شهری و نشانگان فرهنگی و ملی باید در نخستین برخورد با شهر به وضوح نمایان باشد. بنابراین امروزه در تلاطم جهانی شدن و عصر حاکمیت رسانه‌های ماهواره‌ای و اوج‌گیری تأثیرگذاری فضای مجازی، عمده‌ترین مباحثی که دارای ارزش و اعتبار خاصی بوده و نباید فراموش شوند، مقوله‌ی عناصر سازنده‌ی فرهنگ ملی و محلی یک مرز و بوم است. فرهنگ ملی هر سرزمینی، دارای خصوصیات و ویژگی‌های خاص آن سرزمین است که به واسطه عناصر ملی، تاریخی، جغرافیایی، مذهبی، عقیدتی و کلیه آن خصوصیات منحصر به فرد که رنگ و بوی خاصی دارند و به ملت ساکن در آن سرزمین، هویتی متفاوت از دیگران می‌دهد، شکل می‌یابد. اما این مهم تحت تأثیر عواملی چند همچون جهانی شدن، بسط فرهنگ غربی، مسخ هویت‌های ملی و محلی، ظهور ابر رسانه‌ها و فناوری پیشرفته در فضای سایبر و... در معرض آسیب و اضمحلال است. به بیان دیگر فرهنگها که از دیرباز ابزار تفاهم میان ابنای بشر بوده‌اند امروزه به ابزار تهاجم مبدل گشته‌اند، و یکی از استراتژی‌های تأثیرگذار در گسست انسجام فرهنگی و هویتی کشورها، کشاندن تعارضات و تقابلات به عرصه‌های فرهنگی و تحمیل نوعی از خودبیگانگی فرهنگی و هویتی است.

تعریف اصطلاحات و مبانی نظری

هویت ملی

هویت را در مرتبه نخست به دو سطح فردی و جمعی تقسیم می‌کنند، بدیهی است که هویت ملی در حوزه هویت جمعی قرار دارد. هویت جمعی، هویت گروهی است که یک جمع (گروه) را از دیگر جمع‌ها (گروه‌ها) جدا می‌سازد (ابوالحسنی، ۱۳۷۸: ۴). هویت ملی عبارت است از مجموعه خصایص و ارزش‌های مشترک یک ملت مستقل که افراد ملت نسبت به آنها خود آگاهی یافته‌اند و به واسطه آنها به یکدیگر احساس تعلق می‌کنند. هویت ملی باعث تمایز یک ملت از دیگران می‌شود و موجبات معرفی آن ملت را فراهم می‌آورد (حافظ‌نیا، ۱۳۸۱: ۲۱۱). هویت ملی را می‌توان یک حس بالنده میان مردمی دانست که به طور طبیعی به یکدیگر تعلق دارند و از منافع مشترک، تاریخ مشترک و سرنوشت مشترک برخوردارند (پیشگاهی فر، ۱۳۸۶:

۶۳۷). شناسه‌های ملی، در حیطه‌ی قلمرو و سرزمین، جمعیت، حکومت و تاریخ که نماد آنها در ملت تجلی می‌یابد، بروز می‌کند. سنت، عرف، قانون، زبان و گویش، لهجه‌ها، قومیت‌ها، نحوه‌ی زندگی و سکونت، نوع معیشت و فنون مرتبط با آن، آئین‌های ویژه، هنر، نوع تولیدات و بالأخره دین و باورها که در شناسه‌های ملی هر سرزمین یا منطقه‌ی ویژه فرق می‌کند، از پشتوانه‌ی ملیت محسوب می‌شود (شیعه، ۱۳۸۵: ۲۱). بنابراین در یک جمع‌بندی کلی هویت ملی، برخاسته از فرهنگ، معیشت و طبیعت هر سرزمین است.

جغرافیای فرهنگی

جغرافیای فرهنگی به مطالعه نقش فرهنگ در شناخت مفهوم فضا می‌پردازد و در این شناخت به شیوه‌ی فراهم آمدن فرایندهای مختلف در مکان‌های ویژه نظر دارد. ارتباط فرهنگ و فضا در حوزه جغرافیای سیاسی نیز قابل مطالعه است (افضلی، ۱۳۸۷: ۳۶). جغرافیای فرهنگی تاریخ طولانی و پیچیده‌ای دارد. در ابتدا جغرافیدانان آلمان و آمریکا موضوع فرهنگ را در تبیین آنچه که فارغ از داده‌های طبیعی در چشم‌انداز شکل می‌گرفت، به کار بردند و بتدریج در تفسیر مفاهیم آن تغییراتی داده شد. جغرافیدانان آلمان به همزیستی مشترک انسان‌های شهرنشین و روستانشین مفهوم فرهنگی دادند و در تحلیل این مفهوم به تاریخ نزدیک شدند. زیگفرید پاسارچ از پیشگامان جغرافیای فرهنگی در آلمان است که به تجزیه و تحلیل چشم‌اندازهای جغرافیایی پرداخته است. در ایالات متحده آمریکا جغرافیای فرهنگی نیز بر محور تحلیل چشم‌انداز دور می‌زند و «کارل ساوور» پیشتاز جغرافیای فرهنگی در آمریکا، در غنای اندیشه‌های جغرافیایی خود از انسان‌شناسی مایه گرفت و کمتر از جغرافیدانان آلمانی به تاریخ نزدیک شد ولی هرگز از آن بی‌اطلاع نماند و هرگونه تغییری را که بر اثر نفوذ انسانها در چشم‌انداز طبیعی حاصل می‌شد با بار فرهنگی آن جامعه در ارتباط می‌دانست. در فرانسه جغرافیای فرهنگی به معنای تحلیل مناسبات متقابل میان ویژگی‌های خاص گروه‌های قومی و یا قلمروهای تمدنی با آثار و نشانه‌های این گروه‌ها و یا قلمروها بر مناظر و یا سازماندهی فضای جغرافیایی، تعریف شده است (فرید، ۱۳۷۵: ۴۸). حال از آنجا که اندرکنش‌های موجود در جغرافیای فرهنگی شیوه‌ای برای یکپارچه‌سازی جوامع است (کاوسی، ۱۳۸۷: ۴۴) دفاع از مرزهای فرهنگی در برابر تهاجم فرهنگی قدرتهای رقیب که سعی دارند شهروندان کشورهای دیگر را با خود همراه سازند، به مسئله کانونی در «ژئوپلیتیک» هویت تبدیل شده است (مجتهدزاده، ۱۳۹۱: ۸۰) و با استفاده از توان‌های فرهنگی و بازتولید نمادهای فرهنگی می‌توان حاشیه‌ی امنی برای ارزش‌های فرهنگی، به منظور تسلط جو آرامش بر فضای جغرافیای فرهنگی ایجاد نمود.

فرهنگ و تهاجم فرهنگی

در نظر کروبر کلوکهون، فرهنگ مشتمل است بر الگوهای رفتاری صریح و روشن یا غیر صریح و ضمنی که به وسیله نهادها و به گونه نمادی کسب و منتقل می‌شود و شامل بهترین دستاوردهای گروه‌های انسانی است. جان لنگ معتقد است: «فرهنگ‌ها در سراسر جهان منحصر به فرد هستند؛ زیرا هر فرهنگی زمینه و بستر تاریخ خاص خود را دارد. تفاوت در تجربیات تاریخی، محیط‌های طبیعی متفاوت و جهان‌بینی‌های مختلف، فرهنگ‌های گوناگونی را به وجود آورده است، اسپینگر که مکتبش را بر اصالت فرهنگی بنیان گذاشته، معتقد بود که حیات و حرکت یک جامعه به حرکت فرهنگش وابسته است و مرگ یک جامعه، مرگ فرهنگ آن جامعه است و برای ایجاد رستاخیزی اجتماعی و انگیزش انسانی در یک عصر، روشنفکران و پیشوایان فکری آن عصر باید به بعثت فرهنگی بپردازند (حقیقی، ۱۳۸۸: ۷۸). در مقابل تهاجم فرهنگی را می‌توان یک پدیده‌ی نابهنجار اجتماعی در عصر حاضر توصیف کرد که تحت عنوان انتقال فرهنگ و تمدن جهان غرب به دیگر کشورهای دنیا، در راستای اهداف پلید استعماری و قدرت‌های بزرگ در سرزمین‌های دیگر مطرح گردیده است (صمدی، ۱۳۷۰: ۱۶). تهاجم فرهنگی در جریان پیشرونده خود، همگام با پیشرفتهای علمی و عقلی انسان، دستخوش تغییرات گوناگونی، چون تحول از یک بُعدی به چند بُعدی، سادگی به پیچیدگی، کمی به کیفی، استفاده از ابزارها و روش‌های جدیدتر و متناسب با مقتضیات زمان و... شده است. مهاجمان فرهنگ در قرون متمادی با ایجاد باورهای کاذب، بکارگیری احساسات و عواطف انسان‌ها و القاء رفتارها، منش‌ها، خلق‌ها و... به اهداف خود دست یافته‌اند (جمشیدی، ۱۳۷۴: ۸۰) همچنین بستر فرایند تهاجم فرهنگی یک قالب موضوعی به نام تهدید نرم است و آن عبارت است از تمامی اقداماتی که موجب می‌شود تا اهداف و ارزش‌های حیاتی یک نظام سیاسی (زیرساختهای فکری، باورها و الگوهای رفتاری در حوزه اقتصاد فرهنگ و سیاست) به خطر افتد، یا موجب ایجاد تغییر و دگرگونی اساسی در عوامل تعیین کننده هویت ملی یک کشور شود (بلیک، ۱۳۸۹: ۱۲۴)، تهدید نرم وقتی پدید می‌آید که یک ملت یا کشور احساس کند فرهنگ، نهادها و سیاستهای آن بر اثر بهره‌گیری دشمنان از قدرت نرم در حال تغییر و استحاله هستند (همان: ۱۲۵). با توجه به ارزش‌های فرهنگی که بهترین دستاورد گروه‌های انسانی است، آفت‌ها و آسیب‌های مخربی در قالب تهاجم و تهدید، این دستاورد را نشانه گرفته‌اند، یکی از راه‌های مصون سازی ارزش‌های فرهنگی از این آفت‌ها نمادپردازی در عرصه‌ی فضای شهر است.

نماد و مفهوم جغرافیایی آن

نماد یک اصطلاح است، اصطلاحی که بار معنایی اش بسیار فراتر از معنای قراردادی و روزمره اش می باشد و یک کیفیت روانی را بیان می کند (فورد هام، ۱۳۴۶: ۴۰). نماد اندیشه آدمی را بر می انگیزد و انسان را به فراخنای تفکر بدون گفتار می کشاند و در واقع، کوشش بشر جهت یافتن و تجسم مفاهیمی است که از ورای ابهامات و تخیلات و تاریکی ها او را احاطه کرده است (بهزادی، ۱۳۸۰: ۵۲). نماد بیانگر مفاهیم فرهنگی و تاریخی برجسته ای است که از طریق آن ها می توان به فرهنگ و افکار گذشتگان پی برد. نمادها را می توان برابر با اسطوره ها، تصاویر، مظاهر، نشانه ها و کلیه جنبه های ظاهری و نمادین میراث مادی و معنوی و حامل های معنایی دانست که مواردی از قبیل تصاویر ذهنی و عینی، داستان ها و نگارش های تاریخی، ادبیات، فولکور، زبان، ساختمان ها، آثار، مراکز و ابنیه های تاریخی، مجسمه ها، نقاشی ها، شاهکارهای معنوی و فعالیت های خلاق هنری را در بر می گیرد (دهشیری، ۱۳۸۸: ۱۹۳). انسان از راه نماد/ نشانه با هستی، طبیعت، نوع خود و خویشتن خود سخن می گوید. این گفتگوها، بی وساطت نماد هرگز مقدور نمی بود. از همین استعداد نشانه سازی است که نوع آدمی می تواند معنای تمامیت ارضی سرزمین مادری خود را به قطعه ای پارچه ای رنگینی منتقل کند و هزاران کیلومتر دور از وطن در کنار آن نماد و متأثر از احساسات متضاد به هیجان آید و فریاد شادی برکشد یا از سر دلتنگی بگرید (وزیرنیا، ۱۳۸۱: ۶۴) منشا نماد دو نوع است: نمادها روابطی کاملاً قراردادی هستند و یا این که روابطی نهادینه شده اند که در طول زمان، پذیرش عام پیدا کرده اند. در هر دو مورد نمادها روابط مورد نظر خود را در قالبی کوچک، اشاره ای، تصویری، کنایه ای، حرکتی و کلامی ارائه می کنند. در حقیقت ارزش نماد نیز به خاطر همین کارکرد آن است، نمادها مظاهر و نشانه های عینی هستند که منعکس کننده ی احساس و شیوه های رفتار آدمی هستند، به عبارت دیگر، بشر برای نشان دادن خواسته های درونی خویش از نمادها استفاده می کند، نمادها؛ رفتارها و هدفها را هدایت می کنند (بهمنی و صفاران، ۱۳۸۹: ۱۸) اما نماد جغرافیایی در واقع یک شاخص مکانی - فضایی و نشانه ای برای بازتاب فرهنگ، تاریخ و ارزشها و شکل دهنده هویت است (bonnemaison, 45, 2005). این مکان می تواند مکان مقدسی مثل مسجد باشد؛ یک مکان قابل رویت بلند مرتبه مثل برج ایفل؛ یا مکانی که یک فضای روحانی را در حافظه تاریخی خود دارد (فیاض و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۰۴). حافظه ی تاریخی بر بستر فضا حرکت می کند. به عبارت دیگر محور زمانی در رابطه ای پیوسته با محیط فضایی قرار می گیرد و به نوبه ی خود آن را تغییر داده و بر آن معناگذاری، نمادگذاری و نشانه گذاری می کند. فضاهای شهری، محله ها، شهرها در کلیت خود، منطقه های ملی و یا بین المللی بدین ترتیب بدل به پهنه هایی می شوند که می توان آنها را "مکان های حافظه" نامید. این مکانها

در بسیاری از موارد به صورت‌های مختلف هنجارمند می‌شوند. نام‌گذاری بر کشورها، مناطق، شهرها، محله‌ها، میدان‌ها، خیابان‌ها، ایستگاه‌های مترو و اتوبوس شهری، بناهای اداری، آموزشی، کاری، علمی و تفریحی شهر گذاشته می‌شوند و تحولی که این نام‌ها در طول تاریخ سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی پیدا می‌کنند تا اندازه‌ی زیادی حافظه‌ی تاریخی یک پهنه را مشخص می‌سازند (فکوهی، ۱۳۸۳: ۲۶۰). نمادهای جغرافیایی، قلمرو و محدوده‌ی یک سرزمین را به وسیله‌ی " نشانه‌ها" نمایان می‌سازند که در آن قلمرو یا سرزمین نگاره-شناسی یا شمایل‌شناسی را روی زمین بنا می‌نهند؛ بنابراین نمادهای جغرافیایی، مرزهای یک قلمرو (انسانی) را نشان می‌دهند، به آن روح می‌دمند، به آن قلمرو و معنا می‌بخشند و ساخت می‌دهند. همچنین نمادهای جغرافیایی قادرند برای یک مکان، محل یا موقعیتی، نقطه اتکا باشند و از چیزی که از آن ساطع و ناشی می‌شود، قدرت و نیرویی بگیرند (bonnemaison, 45, 2005). مشاهده‌ی نماد یک سرزمین در اذهان دیگر فرهنگ‌ها، در سطح جهان نیز تاثیرگذار است. یک نماد علاوه بر اینکه در محدوده ملی یک سرزمین شناخته شده است، در سطح جهانی نیز قابل شناسایی و عامل تفکیک از سایر فرهنگ‌هاست. درج و گنجاندن نماد یک سرزمین و ناحیه فرهنگی در کتاب‌ها، بروشورهای تبلیغاتی، فیلم‌ها و امروزه نیز از طریق فناوری‌های ارتباطی جدیدی همچون اینترنت بر شناخته شدن، اثرگذاری، تاکید بر آن، موجب پذیرش نماد خاص در سطوح ملی و منطقه‌ای و بین‌المللی شده است. بنابراین آن نماد تبدیل به یک نشانه از یک سرزمین یا فرهنگ خاص می‌شود. نشانه‌هایی همچون اژدها و پاندای چین، برج ایفل فرانسه، بیگ بن انگلستان، اهرام ثلاثه مصر همگی نشانه‌هایی از کشورهای مذکور هستند. البته باید گفت که این نشانه‌ها با معناسازی که از آنها می‌شود معنادار می‌شوند و در پس نشانه‌های فیزیکی و عینی، ذهن آدمی به تاریخ، فرهنگ و ایدئولوژی و هویت هدایت می‌شود که فراتر از یک نشانه و نماد است (فیاض و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۰۶). از جمله عناصر مهم هویت بخشی شهرها نمادها هستند. که به صورت شناسنامه‌ای گویا از گذشته و حال شهر، نقش اصلی در معرفی آن به مخاطب دارند. نمادها و المان‌های شهری از جمله بناهای مهم در طراحی معماری و طراحی شهری محسوب می‌شوند، به نحوی که گاه حتی از خود شهر پراهمیت‌تر جلوه می‌نمایند. چرا که بیانگر هویت، شخصیت و عصاره شهر در یک ساختار نمایان هستند. بررسی و مطالعه در خصوص این نمادها نشان می‌دهد که بیان این نوع بناها بر پایه مفاهیم، سنت‌ها، فرهنگ، هویت و تاریخ شهر استوار شده است (لطفی و محمدی، ۱۳۹۱: ۶۴).

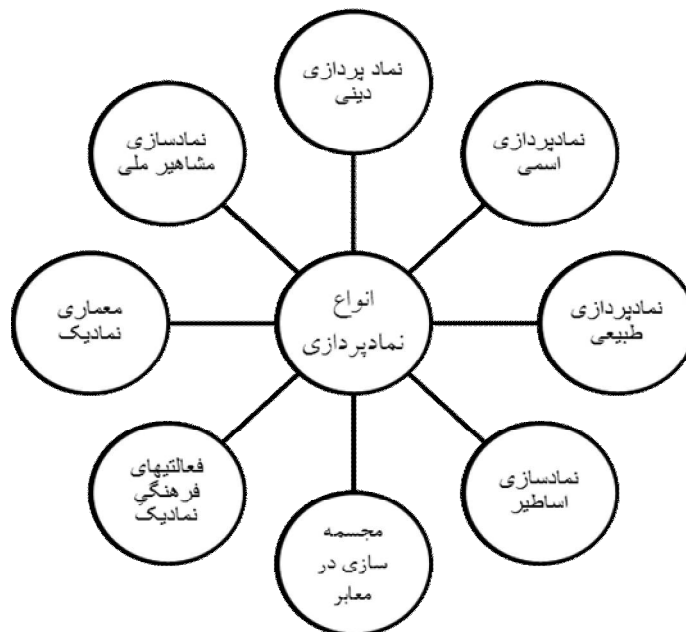
از نظر «دریدا» نماد و نشانه‌ها واسطه میان انسان و واقعیت می‌باشند (Berten, 1995: 7) نشانه‌ها انواع گوناگونی داشته و به روش‌های مختلفی تقسیم‌بندی می‌شوند. مشهورترین تقسیم‌بندی از سوی پیرس ارائه شده است. در این تقسیم‌بندی نشانه‌ها در سه دسته نمادین، نمایه‌ای، و شمایی طبقه‌بندی می‌شوند

(میرحیدر، ۱۳۸۶: ۱۵۳). از میان سه نوع نشانه‌ی فوق الذکر، نوع نمادین دارای اهمیت ویژه‌ای در دانش جغرافیای سیاسی است، زیرا از آنجا که انتزاعی بودن ارزش‌ها سبب عدم درک کامل شرایط واقعی می‌شود، نمادها برای افراد معانی خاصی پیدا می‌کنند و در واقع تجسم ارزش‌ها می‌شوند. از طریق نمادها، ارزش‌ها از شکل انتزاعی خود خارج می‌شوند و به صورت ملموس و عینی در می‌آیند. نمادها به عنوان ابزارهای ارتباطی می‌توانند زمینه‌های هویت مشترک و یکپارچگی را در بین گروه‌ها، سازمان‌ها و ملت‌ها فراهم کنند. مهمترین کارکرد نمادها خصوصیت تجهیزاتی آنهاست. بدین معنا که برخورداری نظام سیاسی از قابلیت بالای نمادین سبب می‌شود که توانایی تجهیزاتی آن در شرایط جنگ و صلح افزایش یابد و نظام بتواند بر قابلیت و ظرفیت تجهیز منابع مادی و معنوی محیط داخلی و بین‌المللی برای پاسخگویی بیشتر به نیازهای واقعی مردم خود بیفزاید (قوام، ۱۳۸۹: ۲۸۲). بنابراین ارتباط و انتقال پیام شکلی از کنش اجتماعی است که دارای قدرت نمادین می‌باشند (تامپسون، ۱۳۸۰: ۲۱) در این راستا به نظر می‌رسد که مکان‌های تاریخی مسلط و مشهور از جمله صور نمادینی هستند که با داشتن قدرت نمادین در بازتولید، جهت‌دهی، بازنمایی، زنده‌سازی هویت مکانی و تأثیرگذاری بر افراد و جوامع که در نهایت منتهی بر بسیج شهروندان می‌گردد، دارای اهمیت بسیاری می‌باشند. به نظر می‌رسد یک مکان مؤثر، در صورتی که از بار سیاسی و ایدئولوژیک برخوردار گردد به عاملی در جهت تجلی و بازنمایی ایدئولوژی‌ها و اندیشه‌ها مبدل گشته و صورت نمادین به خود می‌گیرد. در واقع ممکن است به نماد همان ایدئولوژی یا اندیشه تبدیل گردد.

نماد، هویت و فضاهای شهری در جغرافیای سیاسی

شهر موجودی زنده است که با سایر اندام‌های جامعه پیوند دارد، و اصولاً شهرسازی به عنوان یک پدیده‌ی اجتماعی در ارتباط با سایر پدیده‌هاست، هرگونه کاستی و بیماری در اجزا و فضای این پدیده، مستقیماً به سایر پدیده‌های اجتماعی انتقال می‌یابد و کل این ارگانیزم زنده را بیمار و مضمحل خواهد کرد و تا وقتی ریشه‌های فرهنگ گذشته‌ی خود را در شهرسازی نیابیم، این بحران و بیماری وسعت بیشتری خواهد یافت و در بطن سایر مناسبات اجتماعی و فرهنگی ما نیز رسوخ خواهد کرد (وحدتی‌اصل، ۱۳۸۰: ۴). با این توصیف، این نظر که فضاها «بخصوص فضاهای شهری» بر رفتار فرد تأثیر می‌گذارند و می‌توانند برای تنظیم رفتار او به کار گرفته شوند امری پذیرفتنی است. اصولاً چنین امکانی وجود دارد که از طریق برنامه‌ریزی و طراحی شهری و از راه ترکیب طرح‌ها با نوعی نظام انتظام دهنده، مراتب ارتقای اخلاقی و اجتماعی «و فرهنگی» افراد جامعه را فراهم ساخت (طاهرخانی، ۱۳۸۱: ۸۸) و از آنجا که مهم‌ترین عنصر هر جامعه‌ای، انسان‌ها هستند و

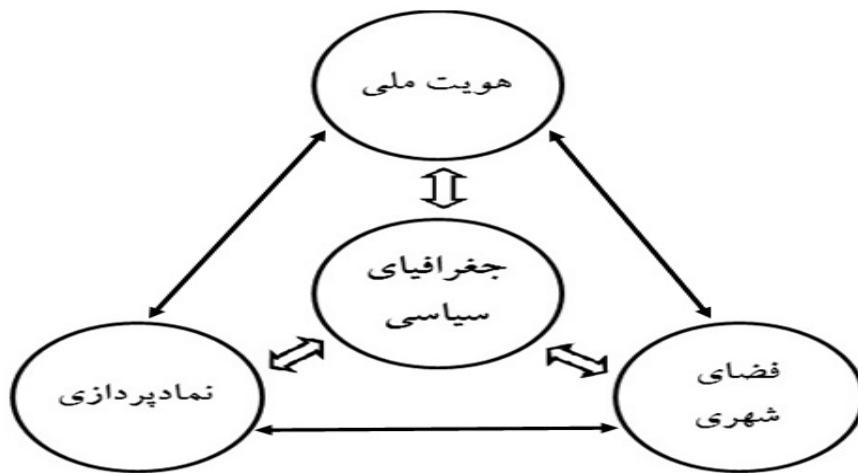
شهرها اصلی‌ترین کانون تمرکز جمعیت (انسان‌ها) به شمار می‌آیند. لذا سمت و سوی تمامی تلاش‌های انجام شده برای بقا و قوام این موجود بوده است (عسگری، ۱۳۸۵: ۷۷) این موجود یعنی انسانِ ناکامل لزوماً در تکاپوی کمال برای واقعیت دادن به روند کمال‌یابی تدریجی است؛ کمال‌یابی تدریجی در راستای هویت فردی، خانوادگی، قومی و ملی. هویت به معنی چه کسی بودن است و اینکه انسان، به صورت فردی یا گروهی، خود را چگونه می‌شناسد و چگونه می‌خواهد خود را به دیگران بشناساند. این انگیزه از سرچشمه اعتقاد به ذاتی بودن و جدا و مستقل بودن مفهوم «ما» از «آنها» آبشخور دارد. ژان‌گاتمن با ارائه فرضیه آیکونوگرافی این امر ذاتی را زیربنای فلسفی پروسه «ملت‌سازی» دانسته است که روند «کشورسازی» را به دنبال دارد. به این ترتیب، آشکار است که بحث «هویت» اگر چه مستقیماً به مبحث «ملت‌سازی» در جغرافیای سیاسی مربوط می‌شود، در عین حال به رو در رو قرار گرفتن هویت‌های ملی دیگر که می‌تواند سبب بروز رقابت میان ملت‌های به «قدرت» تبدیل شده گردد، به مباحث فلسفی ژئوپلیتیک می‌پیوندد. هویت‌گرایی در جغرافیای سیاسی تقویت‌کننده حس «ملیت» در سرزمین‌های سیاسی است که به بودن یا نبودن کشور و ملت معنی می‌دهد. داشتن هویت مستقل و متمایز از دیگران و هویت‌گرایی از پدیده‌های ذاتی بشر است و چون بودنش سازنده ساختار حکومت - کشور و ملت است، نبود شدنش نیز سبب نابودی کشور و ملت خواهد شد (مجتهدزاده، ۱۳۹۱: ۵۴). الگوها و نقش‌های اجتماعی انسان که به مدد استقرار و مشاهده کنش اجتماعی افراد و گروه‌ها شناخته می‌شوند، به نوبه خود می‌توانند به مثابه بیان نماد تلقی شده و نظام ارزش‌ها را شکل دهند. انسان‌ها بر اساس ارزش‌ها، الگوهای اجتماعی را انتخاب می‌کنند (Klucirihohm&Strodtbeck, 1961:57) و بر این اساس کنش‌های اجتماعی با نمادگرایی همپوشی دارند، به شکل‌های مختلف با نمادها ارتباط می‌یابند و نیز با انواع مختلف نماد توجه می‌شوند و رشد می‌کنند به طوری که نمادها نیاز جوامع به همبستگی و تمایز هستند (احمدی‌پور، ۱۳۹۱: ۱۲۸) حال از آنجا که فضاهای شهری استقرارگاه جمعیت کثیری از شهروندان یک کشور می‌باشند می‌توان ارزش‌های ملی را از طریق نمادپردازی در این فضا بازنمایی و بازتولید نمود، از این طریق ارتباط روانی و عاطفی خاصی میان مردم و فضای شهری که زندگی روزمره‌ی خود را در آن می‌گذرانند، شکل می‌گیرد. در صورتی که احساسی عاطفی نسبت به نمادها که حاوی عناصر و اجزاء هویت فرهنگی و ملی جوامع انسانی هستند به وجود آید، هویت ملی تقویت و بازتولید می‌شود. این نمادها به طرق متعددی می‌توانند در عرصه‌ی فضای شهر نمود پیدا نمایند که نمودار شماره ۱ به دسته‌بندی این مقوله اشاره می‌نماید.



شکل شماره ۱- نمودار گونه‌های نمادپردازی در فضای شهری (مأخذ: نگارندگان)

پس باتوجه به موارد مذکور در نمودار فوق، شهر همراه با مجموعه‌های فیزیکی و کالبدی آن نوعی نماد است، که علاوه بر کارکردها و عملکردهای خاصی که هر یک از سازه‌های شهری دارند، ناظر بر معنی شناسی شهری نیز هستند. از طرف دیگر، هر یک از این فضاها، عملکردها و مکان‌های شهری، تابع خصوصیات فرهنگی و اجتماعی هستند که به آنها هویت و معنی می‌بخشد (کلانتری، ۱۳۹۰: ۱۸۹) با این وصف «اماکن و فضاهای شهری» علاوه بر بعد مادی، از بعد غیرمادی نیز برخوردار بوده و احساساتی در ساکنان خود ایجاد می‌کند. بواسطه این احساسات، نوعی تعلق به مکان در افراد ایجاد شده که منجر به شکل‌گیری هویت مکانی می‌شود. این نیروی معنوی حس مکان نامیده می‌شود (احمدی‌پور، ۱۳۹۰: ۴۷) به همین دلیل رهبران سیاسی، بی‌توجه به منبع قدرت و مشروعیت خود برآند تا با ایجاد، گسترش و بهره‌برداری از آنچه گاتمن نمادنگاری ملی می‌خواند کشور خود را به وحدت و یکپارچگی برسانند. منظور از نمادنگاری ملی، توجه به کلیه نمادها، مراجع و آرمانهایی است که میان مردم مشترک است و به آنها همبستگی روحی و در نهایت وحدت می‌بخشد (حافظ نیا، ۱۳۸۵: ۱۸) و فضای شهری که مهم‌ترین عامل در شکل‌دهی و شکل‌گیری شهر به عنوان بستر پیدایش حیات جمعی است، نقش عمده‌ای در تولید و بازآفرینی مبانی استحکام بخش هویت ملی و فرهنگی شهروندان می‌تواند ایفا نماید. شهرها باید بر مبنای اصالت‌های فرهنگی و محیطی خود به زیور هنر نمادنگاری نیز باید آراسته گردند. حفظ هویت ملی یعنی استمرار تاریخ، انتقال پیشینه‌ها از نسلی به نسل دیگر و معنای

درست توسعه‌ی شهری و منطقه‌ای. هر ملتی باید زبان، هنر، فرهنگ، معاری و تکنیک‌های زیباسازی منظر شهری منحصر به خود را داشته باشد. چهره و مبلمان شهری و کالبد فضایی و فیزیکی شهر هر یک به نوبه‌ی خود باید شهر و مردم شهر را معنی کند. آزمون است که بازتاب‌های مدیریت شهری در جایگاه ویژه‌ی خود موجب پایداری فرهنگ‌ها و ارزش‌های ملی در عرصه‌ی جغرافیای سیاسی کشور می‌گردد. شکل شماره ۲ ارتباط بین هویت، فضای شهری و نمادپردازی با جغرافیای سیاسی را نشان می‌دهد.



شکل شماره ۲- رابطه هویت، نماد و فضای شهری با جغرافیای سیاسی (مأخذ: نگارندگان)

با توجه به شکل شماره ۲؛ هویت مهمترین دستاورد افراد در عرصه‌ی جغرافیای سیاسی و فرهنگی یک کشور است که با ابزار نمادپردازی بر فضای شهری تأثیر می‌گذارد و پیوند خود را با فضای شهری تعمیق می‌بخشد و فضای شهری نیز به عنوان یکی از مهم‌ترین و استراتژیک‌ترین فضاهای تجمع انسانی در جغرافیای سیاسی کشورها، با بسترسازی مناسب برای مکان‌گزینی نمادهای هویت بخش ارتباط خود را با نماد و هویت معنی‌دار می‌نماید. براین اساس مکان‌های شاخص شهری همچون میدان، خیابان‌ها، ابنیه و... و تداوم ارتباط با دوام شهروندان با این فضاها و امکان در عرصه‌ی شهری، نیاز نمادپردازی و نمادنگاری را در راستای تقویت هویت ملی در عرصه‌ی جغرافیای سیاسی و فرهنگی را گوشزد می‌نماید. در ادامه تحت عنوان یافته‌های تحقیق به الزامات نمادپردازی در فضای شهری، با هدف تقویت هویت ملی در عرصه‌ی جغرافیای سیاسی و فرهنگی می‌پردازیم.

الزامات نمادپردازی در فضای شهری

الف: مشروعیت بخشی به دولت‌ها

شهر، کانون قدرت و ثروت است. استقرار بخش عظیمی از مراکز، سازمان‌ها و نهادهای حکومتی و دولتی باعث شده شهرها تبدیل به نقطه ثقل قدرت سیاسی و تصمیم‌گیری‌های استراتژیک شوند (عسگری، ۱۳۸۵: ۷۹) همچنین شهر، متشکل از مکان‌های تجلی قدرت و به تعبیری دیگر نمادی از شکوه و جلال حکومت‌ها می‌باشد (سلطانی، ۱۳۸۹: ۱۲۵) نقش دولت‌ها در تهیه طرح‌های شهری، تنظیم چهره عمومی شهرها و ایجاد میدانهای معماری مانند میدان شهرسازانه، میدان جامعه‌شناسی، میدان اقتصادی و مواردی از این دست واقعیتی انکارناپذیر است (کریمیان، ۱۳۸۹: ۱۲۲). از طرفی فرهنگ‌های محلی و ملی هم یک واقعیت انکارناپذیر هستند. عموم این فرهنگ‌ها مبتنی بر سنت‌ها و شعائر تاریخی و دیرپایی هستند که با تحولات مختلف، بازسازی شده و چهره‌های نوینی به خود می‌گیرند بنابراین دولت‌ها در چارچوب این فرهنگ‌ها شکل می‌گیرند و جهت مشروعیت بخشیدن به خود و ایجاد و تداوم یک فرهنگ سیاسی که با ساخت سیاسی و رفتارهای سیاسی مورد نظر آنها تعارضی نداشته باشد و پاسخ به نیازهای فرهنگی مردم مجبورند از فرهنگ خویش حمایت کنند (کاردان، ۱۳۸۶: ۶۵) مکانهای سیاسی خالی از ابعاد فرهنگی نیستند و زمینه‌های ظهور، فرایند شکل‌گیری و کارکرد آنها متأثر از متغیرهای فرهنگی است (افضلی، ۱۳۸۷: ۳۶) برخورداری نظام سیاسی از قابلیت بالای نمادین سبب می‌شود که توانایی تجهیز آن در شرایط جنگ و صلح افزایش یابد و نظام بتواند بر قابلیت ظرفیت تجهیز منابع مادی و معنوی محیط داخلی و بین‌المللی برای پاسخگویی بیشتر به نیازهای واقعی مردم خود بیفزاید (قوم، ۱۳۸۹: ۲۸۲). لذا افزایش نشان‌ها و نمادها در محیط شهری و بر پیشانی بناهای دولتی، سیما و پیکر شهر را متأثر می‌سازد و استفاده بجا و محتوایی از آنها می‌تواند «روحیه شهر را آرام کند و تسکین دهد» (کریمیان، ۱۳۸۹: ۱۲۲). یکی از راهکارهای عینی حمایت از فرهنگ‌ها رواج نمادهای فرهنگی و ملی در میادین، خیابان‌ها و دیگر اماکن موجود در فضای شهری است، از این طریق شهروندان هر روز با نشانگان فرهنگی و ملی خود مواجه گشته و خاطرات مشترک، اساطیر و ادبای خود را تداعی می‌کنند و از طرفی حاشیه‌ای امن برای این ارزش‌های فرهنگی خود احساس می‌نمایند که این فرایند به مشروعیت بخشی دولت‌ها کمک شایانی می‌نماید.

ب: هویت بخشی و زنده سازی هویت اماکن و بناهای تاریخی

هر ناحیه سیاسی، دارای تعدادی نماد و ارزش های معین است و از میان انبوه نظام های سیاسی، دو مجموعه سیاسی روی کره زمین نمی توان یافت که دارای نمادها و ارزش های کاملاً یکسانی باشند و در هر جایی، این نمادها و ارزشها دارای ماهیتی پیچیده است و از الگوهای به هم تنیده ای تشکیل شده است (مویر، ۱۳۷۹: ۲۹). این نمادها هسته اصلی تصورات و رویاهای انسان هستند و به امیال، آرزوها، رفتار و سکنات ما شکل و جهت می دهند. نماد به معنای چیزی است که با قرار گرفتن به جای چیز دیگر، یک قرارداد یا توافقی را به وجود آورده است (Peirce, 1955: 102) فضاهای شهری مینیاتور و فضای نمادین توان های فرهنگی یک ملت به حساب می آیند. از نظر کالن، فضای شهری مهم ترین مکان برای نمایش دادن و اهمیت بخشیدن به رویدادها و واقعه های اجتماعی است (کالن، ۱۳۷۷: ۱۲) به صورتی که هر جزء از عناصر سازنده ی فضای شهری و ساختار فضایی موجود در شهر دارای یک هویت منحصر به فرد است که در تعامل و ارتباط مستقیم و غیرمستقیم با شهر و سایر اجزای شهری می باشد. عناصر سازنده ی فضای شهری خود مولد نگرش خاص در مقاطع زمانی و برخاسته از اندیشه و سطح فرهنگ جامعه می باشند. همچنین این عناصر دارای بار احساسی ویژه ای هستند، این ویژگی اغلب به مانند ویژگی هایی که مکان را خاص و منحصر به فرد می سازند و یا اینکه نوعی تعلقات انسانی را پرورش می دهند، تعریف می شود (پیشگاهی فرد، ۱۳۸۶: ۹۴) قرار دادن عناصری (بسته به اهمیت عنصر و توجه به نقش مکان) در مسیر گذر یا خیابان از یک طرف و در جوانب میدان از طرف دیگر به فضا اعتبار مکانی می بخشد (توسلی، ۱۳۷۹: ۵۰) به صورتی که پتانسیل زنده سازی و هویت بخشی به اماکن و بناها را می آفریند، بنابراین در تاریخ تحولات سیاسی و فرهنگی، مکان های مختلفی مانند میدان آزادی و ساختمان آزادی در جریان انقلاب اسلامی ایران، میدان تحریر در مقاطع زمانی مختلف در مصر، میدان بولونتایا در مسکو، میدان تیان آن من در چین و... ایفای نقش داشته اند. امروزه این عناصر سازنده ی فضای شهری به نمادهای فرهنگی و هویتی پر محتوایی مبدل گشته اند، حال مرمت و بهبود بخشی به وضعیت چنین مکان های هویت بخشی، موجبات استحکام مبانی فرهنگی مردمان یک سرزمین را با تداعی خاطرات تلخ و شیرین مشترک، فراهم می سازند.

ج: نماد عامل جذب توریسم، صدور ارزشهای فرهنگی و تقویت مبانی اقتصادی

گردشگری امروزه به عنوان بخشی از زندگی متمدن بشری شناخته می شود که به عنوان یک نیاز تلاش برای مرتفع کردن آن هر روز در حال افزایش است. همه کشورهای دنیا چه توسعه یافته و چه در حال توسعه به

دلیل بهره‌مندی از فواید متنوع و به خصوص منافع اقتصادی گردشگری، در صدد سیاست‌گذاری برای رونق بخشیدن به این صنعت در جوامع خود هستند (رحیمی، ۱۳۷۸: ۳۴) در این راستا ناحیه مرکزی شهرها، غالباً در برگیرنده‌ی بازارهای سنتی شهری، مراکز تاریخی و فرهنگی به عنوان مراکز گردشگری و یادآور تاریخ شهر هستند (محمدی، ۱۳۸۹: ۱۶۱) که باید مورد توجه قرار گیرند. چرا که شهرها به عنوان یکی از مهم‌ترین میراث‌های تمدن بشر، از جمله اصلی‌ترین مقصدهای گردشگری، به ویژه گردشگری فرهنگی و تاریخی به شمار می‌آیند و باززنده‌سازی هویت‌های فرهنگی و اجتماعی مناطق تاریخی شهرها، با هدف بهره‌برداری از ظرفیت‌های گردشگری آنها، تجربیات موفق‌تری را به دست داده است (رهنمایی، ۱۳۹۰: ۸۳) از اینرو نقش نمادها و سمبل‌های شهری در تقویت گردشگری شهری قابل توجه فزاینده‌ای است. نماد به معنی سمبل و یا نشانه است و نمادها از دیر باز شناسنامه‌های شهرها بوده‌اند که شهری را از شهر دیگر متمایز می‌ساختند و بنا بر سابقه و فرهنگ شهرها، شکل‌های گوناگونی را به خود می‌گرفتند. از نظر پژوهشگران شهری، نماد عنصر و یا فضایی است که تداعی کننده خاطره‌ای مشترک برای مردم شهر باشد. خاطره‌ای که با بازدید از آن، گاه به شکلی ماندگار به گردشگر ناآشنا با شهر نیز منتقل می‌شود. عناصر گاه در طول تاریخ و به مرور زمان به نماد تبدیل می‌شوند مانند یک بنای قدیمی و یا مکان کشته شدن بسیاری در جنگ یا زلزله و... بنابراین نمادها باید به گونه‌ای انتخاب شوند که به شهرها معنی داده و سبب خوانایی آنها شوند. نمادها همیشه یادآور هویت شهرها هستند و در شهر به خوبی دیده می‌شوند به صورتی که پیدا کردن آنها اغلب آسان است بنابراین انتخاب نماد درست در واقع زبان گویا و معرف شهر است که موجب ماندگاری شهرها در ذهن گردشگر در زمانهای مختلف می‌شود. گردشگران در طول بازدید خود، نماد و یا نمادهای شهری را به خوبی به خاطر می‌سپارند، در حالی که مکانهای دیدنی دیگر و جزئیات جذاب شهر را در کوتاه مدت از یاد می‌برند (حسنی-اصفهان‌ی، ۱۳۸۸: ۳۹) آماده‌سازی قطب‌ها، اماکن، محوطه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی کشور و فراهم آوردن امکانات مناسب برای تشویق گردشگران داخلی و خارجی به بازدید و شناسایی و ثبت آثار طبیعی، تاریخی و فرهنگی گردشگری در مراجع ذی‌صلاح ملی و بین‌المللی و توسعه‌ی تحقیقات بنیادی و کاربردی در حوزه‌ی گردشگری و استفاده از فناوری اطلاعات در سامان‌دهی گردشگری کشور راهبردی برای ارتقای وضعیت شاخص‌های حوزه‌ی کمی فرهنگی می‌باشد (قالیباف، ۱۳۹۲: ۲۴۵) بنابراین در سالهای اخیر کشورهای مختلف جهان تلاشهای فراوانی برای جذب گردشگر انجام شده است و در این راستا توسعه و معرفی نمادهای شهری از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. و از آنجا که گردشگری حجم بسیار بالایی از مسافرت‌های بین‌المللی را به خود اختصاص داده است به طوری که آمارها نشان می‌دهد در سال ۲۰۰۷م بیش از ۹۰۳ میلیون نفر در دنیا به قصد

گردشگری مسافرت کرده‌اند. این رقم در مقایسه با سال ۲۰۰۶م رشدی برابر با ۶/۶ درصد داشته است. این موضوع گویای افزایش و اهمیت این صنعت در دنیای امروز است. چرا که گردشگری بین‌المللی با پیشرفت ارتباطات بیش از هر زمانی رو به گسترش است. به طوری که سهم درآمد ایجاد شده از گردشگری بین‌المللی ۶ درصد از کل صادرات جهان را تشکیل می‌دهد. در قرن حاضر، گردشگری یکی از بزرگترین صنایع جهان محسوب می‌شود. طبق اعلام آمار سازمان گردشگری جهانی تنها در زمینه‌ی گردشگری بین‌المللی ۶۱۳ میلیون گردشگر ورودی در سال ۱۹۹۷ وجود داشته است که در آمد حاصل از آن مطابق ۴۴۸ بلیون بوده است. این آمار در دهه‌ی حاضر نیز سیر افزایشی داشته است (قالیباف، ۱۳۹۱: ۲). بنابراین توریسم علاوه بر رونق اقتصادی، موجب گسترش روابط بین‌المللی، همزیستی مسالمت‌آمیز، استحکام دوستی‌ها و صلح و امنیت جهانی می‌شود و از این طریق یکی از مجاری تبادل و صدور فرهنگی و تقویت بن‌مایه‌های اقتصادی یک کشور می‌گردد.

د: نماد تجلی‌گر ارزشهای ملی و فرهنگی

از آنجا که نماد ابزاری است که می‌توان با آن به طور معنی‌دار چیز دیگری را شناساند یا بیانی استعاره‌گونه و رمزی را از اعمال و رویدادها ارائه داد (احمدی‌پور، ۱۳۹۱: ۱۲۷) و در لغت نامه دهخدا، نماد به صورت فاعلی و به معنای «نماینده» و «ظاهرکننده» آمده است و آریانپور آن را «علامت، رمز، اشاره، کنایه و حتی نشانه خویشاوندی و همبستگی دانسته است و عموماً سمبل را نیز به معنای «نماد» دانسته‌اند. اهمیت نشانه‌ها و نمادها در ارتباطات به اندازه‌ای است که گاه ماهیت ارتباط، خود تحت تأثیر نمادها قرار می‌گیرد و بدون آنها انسانها هویت ملی نخواهند داشت. به عنوان مثال، پرچم هر کشور نماد یا نشان و مظهر ابدیت ساکنان آن سرزمین است و به وجود آورنده‌ی پیوند نسل‌های آن در قرون متمادی می‌گردد. نمادها و نشانه‌ها در تمدنهای مختلف ارزش و اهمیت متفاوتی دارند و هنگامی ارزش ملی می‌یابند که مورد قبول اکثریت اعضای جامعه باشند. نشانه‌ها و نمادها از کهنترین، پیچیده‌ترین و جالبترین ابزارهایی بوده‌اند که در جهت ظهور و آشکارسازی مسائل پنهان جهان مادی و معنوی به کار گرفته شده‌اند. بشر توانسته است به کمک این ابزارها، اندیشه و حتی خیال خود را به صورت هنر پدیدار سازد (کریمیان، ۱۳۸۹: ۱۲۱). نمادها چنانچه با دقت و اندیشه متعالی انتخاب شوند، می‌توانند به عنوان رسانه عمومی بسیار مهمی ایفای نقش کنند و به آگاهی بخشی ساکنان شهر و حتی بازدیدکنندگان آن پردازند (همان: ۱۲۲) و از آنجا که اصل متمایز بودن از دیگران و سربلند بودن از ویژگی‌های فردی و گروهی امری ذاتی و مسئله‌ای روانی - اجتماعی است (مجتهدزاده، ۱۳۹۱: ۵۶)

بنابراین نقش نمادها و نشان‌های هویت‌ساز ملی، در فضاهای شهری چنان مهم و تعیین کننده است که از جنبه‌های گوناگون بر ساکنان تأثیر می‌گذارد و رفتار آنها را شکل می‌دهد. فضاهای شهری و عناصر متشکل این فضا، تجلی‌گاه فرهنگ، تمدن و پیشرفت علمی و فرهنگی هر جامعه به شمار می‌آیند که باید اشباع شده و متبلور از بن‌مایه‌ها و نشانه‌های فرهنگی، تاریخی با منشاء ملی و محلی باشد، در آن صورت است که فضای شهر و نمادهای نقش آفرین در آن فضا نمودار شخصیت، منش و شاخص فرهنگ ساکنان و شهروندان می‌گردد و به تعبیری دیگر نمادها حاوی عملکردی مبتنی بر بیان معنا و ارزشها و ایجاد حس هویت مشترک ملی می‌گردند.

ه: نمادها و سرزندگی فضای فرهنگی شهر

سرزندگی شهری، پدیده‌ای ادارکی - شناختی است که در جریان فرایند داد و ستد میان خصوصیات کالبدی و ادراک‌پذیر شهر از یک سو و الگوها و رمزهای فرهنگی، توانایی‌های ذهنی، تجارب قبلی و اهداف ناظر از سوی دیگر شکل می‌گیرد (گلکار، ۱۳۸۶). برای دست یافتن به شهری زنده و یا سرزندگی در محیط شهر، باید مکان‌ها و موقعیت‌هایی برای ایجاد تجربه‌های دوست داشتنی فراهم آورد (لنارد، ۱۳۷۷: ۸۲) فرانک لوید رایت معتقد است که از جمله وظایف مهم نهادهای شهری، اعمال سیاست‌هایی است که مردم شهر را از مشکلاتی مانند یأس و بی‌تفاوتی برهانند (Wright, 2000: 56) فضای شهری به مثابه‌ی ساختاری کالبدی برای تعاملات اجتماعی است که دسترسی به آن برای اعضای جامعه امکان‌پذیر است (تولایی، ۱۳۸۲: ۱۱۰) نقش فضای شهری، یا به عبارتی فضایی که در آن تعاملات اجتماعی شهروندان شکل می‌گیرد و فرهنگ جامعه در بستر آن ارتقا می‌یابد، در کشور ما روز به روز در حال افول است. در کشور ما کارناوال، فستیوال و آنچه به مفهوم جشن‌های خیابانی در جهان مطرح است، آنچنان جایگاهی ندارد و جشن‌های باستانی به جای مانده مانند چهارشنبه سوری، حرمت و کیفیت پیشین خود را از دست داده‌اند. واضح است که لازمه‌ی سرزندگی فضای شهری حضور مردم در شهر است؛ اما امروزه به دلایل گوناگون به خیابان به عنوان یک فضا برای گذران اوقات فراغت توجه نمی‌شود و صرف مدت زمان زیاد در خیابان، مذموم تلقی می‌گردد به گونه‌ای که جوانان از این کار منع می‌شوند (خستو، ۱۳۸۹: ۶۴) لذا با شناسایی و تقویت عوامل مؤثر در سرزندگی فضای شهر، از جمله نمادپردازی در میدین، معماری ساختمانهای اداری و شخصی، اجرای طرحهای نمادین در معابر، پل‌های هوایی، حیاط ادارات و برگزاری جشن‌های باستانی با کیفیتی همخوان با فرهنگ ملی و مذهبی و... می‌توان فضای شهر را احیا و باز سرزنده نمود.

و: نمادپردازی عامل افزایش قدرت نرم

برخی از جوامع جمعیتی بزرگ تا حدودی همگند، اما اکثر جوامع، ترکیبی از اکثریت و اقلیت‌هایی هستند با زبان‌ها، مذاهب، آداب و رسوم، دوستی‌ها، تنفرها و الگوهای زیستی متنوع که باعث تنشهای داخلی و بین-المللی می‌شوند (کالینز، ۱۳۸۵: ۱۱) به نظر می‌رسد این تنش‌ها عامل تحلیل قدرت نرم و سخت یک کشور باشند. لذا در رأس ملاحظات فرهنگی که به دلایل سیاسی - نظامی شایان توجه بسیار هستند، باید مردم قرار داشته باشد. رابطه میان گروه‌های نژادی، قومی، قبیله‌ای و مذهبی شایان توجه ویژه است. چون از خودبیبگانی در مقابل این گروه‌ها اغلب منجر به درگیری‌های قومی و مسلحانه می‌شود. برخی نمادهای فرهنگی چون معابد، گورستانهای ملی، سایر اراضی مقدس و حتی شهرها از اهمیت روانشناختی بسیاری برخوردارند (کالینز، ۱۳۸۴: ۴) بنابراین پرداختن به حساسیتهای فرهنگی این گروههای مختلف از لحاظ روانشناختی باعث آرامش روحی و رضایت جمعی اقوام و گروهها مذهبی و نژادی می‌گردد که این خود عاملی در راستای افزایش قدرت نرم یک واحد سیاسی محسوب می‌گردد. از دیگر مؤلفه‌های اقتدار نرم ایران که می‌تواند در نمادها و نشانه‌های موجود در فضای شهری نمود پیدا نماید عنصر فرهنگ و تمدن ۷۰۰۰ ساله‌ی شهرنشینی در ایران، شخصیت‌های تاریخی همچون دی‌اکو، کوروش بزرگ و... ادیبان و سخن‌پروران محلی و ملی همچون عمر خیام، فردوسی، مولوی، شهریار و... معماری کهن ایران و تنوع آن در مناطق مختلف، بناها و معابدی همچون معبد ۳۵۰۰ ساله زیگورات خوزستان، کاخ هنر آسیا یعنی شهر پارسه «تخت جمشید» به قدمت ۲۵۰۰ سال، معبد ۳۰۰۰ ساله آذرگشسب در آذربایجان، معبد ۲۱۰۰ ساله ی آناهیتای کرمانشاه، آثار برجسته ۲۵۰۰ ساله ی بیستون در کرمانشاه، ارگ ۲۰۰۰ ساله در بم، کاخ تیسفون مدائن در مناطق کردنشین عراق امروزی، تپه‌ی زیویه با ۲۷۰۰ سال قدمت در کردستان، صنایع دستی متعدد که ریشه در اعتقادات مذهبی و باورهای قومی اقوام مختلف ایرانی دارند و شامل ۲۴ گروه و ۱۵۲ شاخه می‌گردند، مفاخر علمی و ادبی همچون بوعلی سینا، فارابی، ابوجعفر محمد خوارزمی، زکریای رازی و... اسطوره‌ها و نمادهای وطن‌پرستی از شهدای جنگ تحمیلی گرفته تا خرم دین و آرش و... نمادهای زنده کننده‌ی ایران به عنوان مهد همزیستی اقوام متعدد (بلیک، ۱۳۸۹: ۱۳۱) چرا که ایرانی بودن، بیش از آنکه قومی و نژادی باشد، فرهنگی است و از دیرباز در ایران نژادهای گوناگون وجود داشته‌اند (حقیقی، ۱۳۸۸: ۷۸). همه قابلیت بهره‌برداری به عنوان برگ‌های برنده در حوزه قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران را دارا می‌باشند که هرکدام از آنها به منطقه و گوشه‌ای از سرزمین پهناور ایران تعلق دارند. نمادپردازی و نمادسازی این عناصر در عرصه‌ی جغرافیای فرهنگی و فضای شهری عاملی در راستای بازتولید اقتدار نرم کشور محسوب می‌گردند زیرا این عناصر می‌توانند به عنوان عوامل

پیوندهای هویت های فراملی و جلوگیری از تحریف و تحقیر تاریخ و افتخارات ملی در کشور نقش آفرینی نمایند.

نتیجه

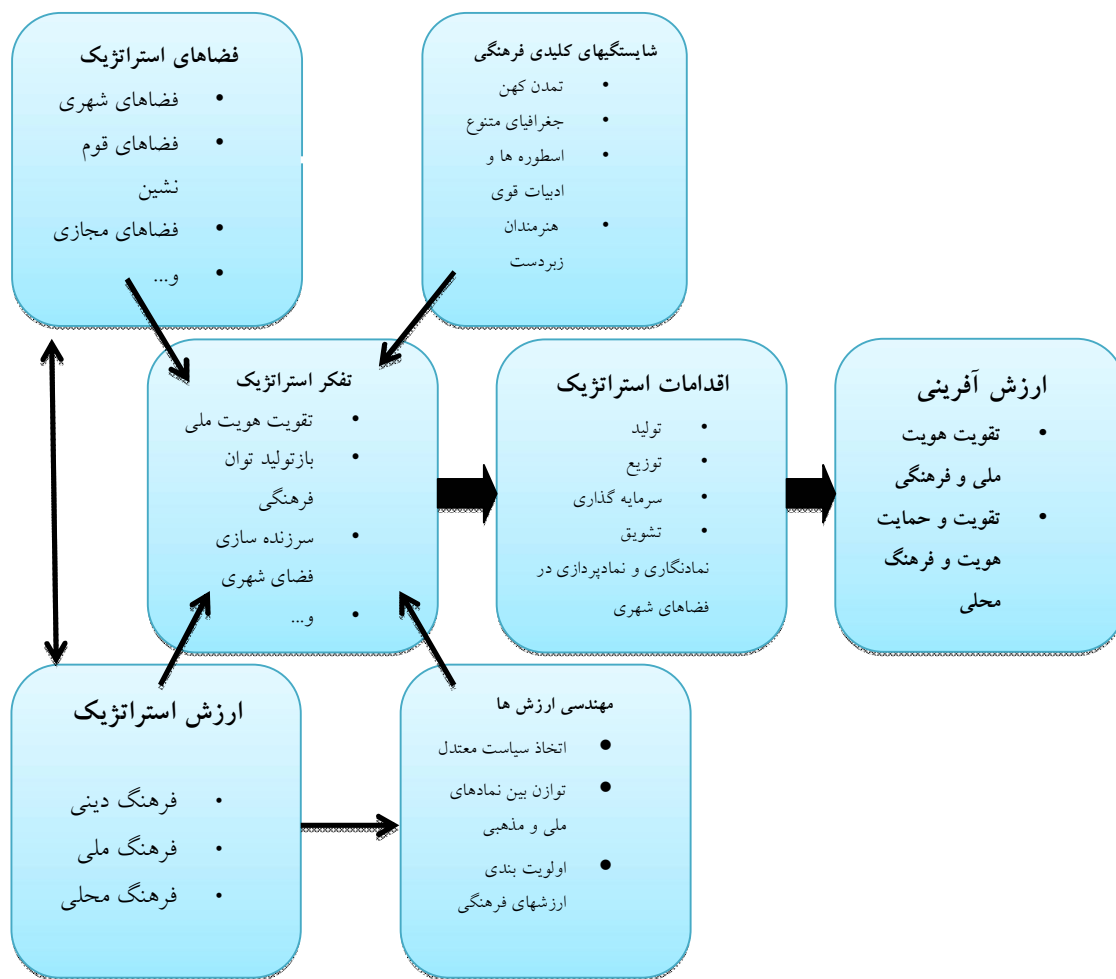
با جمع بندی مطالب مطرح شده، و در نتیجه گیری کلی، می توان گفت:

۱. امروزه باید اذعان نمود که جغرافیای فرهنگی و اصول فرهنگی، ملی، تاریخی و ارزشی یک واحد سیاسی یا به طور کلی هویت ملی یک مملکت پا به پای دیگر مسائل مورد تهدید و در معرض آسیب های جبران ناپذیر قرار دارد. بنابراین بکارگیری اصول پدافند غیر عامل فرهنگی در قالب تقویت و توسعه ی نمادها و نشانهای فرهنگی در فضاهای شهری خواسته ای آرمان گرایانه به نظر نمی رسد و توسل به این امر ضامن موفقیت در عرصه ی تقابل با امواج تهاجم فرهنگی است.

۲. دو دسته از افراد و کارفرمایان که یک دسته ی آن شامل کارفرمایان دولتی و افراد اداری و دیگری سایر کارفرمایان خصوصی و شهروندان می باشند، پدید آورندگان بناها، تأسیسات، معابر، میداين و سایر عناصر ریز و درشت سازنده ی فضای شهری اند، لذا هر اثر معماری، تأسیساتی و... یک اثر فرهنگی نیز محسوب می شود. به عبارتی معماری تبلور فرهنگ و اندیشه ی انسان و تجلی عینی ارزشها و باورهای هر قوم و ملت است. اگر فضاهای شهری عرصه تجلی فرهنگ و تاریخ ملتها شمرده شوند، آنگاه می توان پذیرفت آنچه که امروز در شهرهای ایرانی رخ می نماید نوعی عدول از ارزش های غنی فرهنگی و کهن ساکنان این سرزمین و با نگاهی عمیق تر «واژگونی هنر زمانه» است. از آنجا که فضاهای شهری کانون تمرکز ساکنان زمین اند، می توان آنها را مناسب ترین حوزه تظاهر روح و فرهنگ بشری تلقی کرد. از این رو دانشمندان علوم اجتماعی، متصدیان فرهنگ عمومی و برنامه ریزان شهری باید با اجرای برنامه های کوتاه مدت و بلند مدت در این حوزه ها، ابعاد مثبت فرهنگ ملی را رونق بخشند و آن را تقویت کنند (کریمیان، ۱۳۸۹: ۱۲۰) بنابراین هم کارفرمایان دولتی و هم کارفرمایان خصوصی تا کنون در زمینه ی به کارگیری اصول پدافند غیر عامل در مقوله ی فرهنگ و هویت ملی مرتکب عدول و کم کاری بوده و به نظر می رسد این امر ناشی از عدم اطلاع رسانی و گوشزد نمودن اهمیت این امر از طرف مراجع ذی صلاح است.

۳. چند و چون به کارگیری اصول پدافند ملی که اهم آن عبارتند از بررسی وسیله ها و راه های دفاع از استقلال و منابع ملی (جعفری، ۱۳۸۶: ۸۲) همواره از دغدغه ها و اولویت های فکری سیاستمداران و دولتمردان بوده است، روی آوری به عملی ساختن اصول پدافند غیر عامل فرهنگی در عرصه ی جغرافیای فرهنگی که

نمادپردازی و توسعه‌ی نمادهای فرهنگی و تاریخی در عرصه فضای شهری از مهمترین آن اصول است، می‌تواند به استقلال فرهنگی و تقویت بن‌مایه‌های فرهنگی ملی و محلی کشور کمک مؤثر و قابل توجهی بنماید. نگارندگان در مقاله حاضر کوشیدند تا با استفاده از تحلیل نمادپردازی در عرصه فضای شهری و تأثیر آن در تقویت هویت ملی، ارتباط این دو مفهوم را به صورت یک مدل نظری به نمایش بگذارند و برای بازنمایی نحوه‌ی تأثیرگذاری متغیر نمادپردازی بر تقویت هویت ملی از این مدل برای تبیین و چگونگی تأثیر آنها استفاده شود.



شکل شماره ۳- ارتباط نمادپردازی در فضاهای استراتژیک

بر مبنای این مدل هر کشوری دارای یکسری فضاهای استراتژیک می باشد که فضاهای شهری یکی از این موارد می باشد. از طرفی هر فضای استراتژیکی حاوی عناصر و ارزش های استراتژیک متعددی می باشد که این عوامل منجر به شکل گیری تفکرات استراتژیک در ساختار تصمیم گیری و تصمیم سازی می گردد که در این مدل در راستای تقویت هویت ملی افکار و برنامه ها سازمان دهی می گردند.

پیشنهادها

۱. انسانها در عرصه‌ی مکانی زیست و فعالیت خود هویت پیدا می کنند و برای بهره برداری و همزیستی در قالب حوزه های همگن مکانی به فرهنگ واحد در طول تاریخ دست می یابند، بنابراین توجه به تفاوت های مکانی در عرصه های فرهنگی دارای اهمیت ویژه ای است (توکلی، ۱۳۸۶: ۹۰) لذا برای پایداری سازی نشانگان هویت های فرهنگی و درون زایی عناصر فعال کننده ی احساسات و عواطف مثبت نسبت به اساطیر بومی و محلی، نمادپردازی و نمادسازی آن نشانگان در عرصه ی فضای شهری عاملی هویت بخش و مانعی مستحکم در مقابل امواج تهاجم و ترور فرهنگی است.

۲. زمینه های بحران هویت و فرهنگی موقعی پدید می آید که گروه های اجتماعی ای که دارای هویت و فرهنگ خاصی هستند و از قبل شکل گرفته، با چرخشی مهم در تاریخ خود مواجه می شوند که مستلزم بازبینی ارزشها و رویه های موجود در درون خودشان است. بحران هویت به این معناست که یک ملت باید خود را دوباره و این بار در ارتباط با یک دولت تعریف کنند. از آن سو، نخبگان دولتی نیز باید ارتباط خود را با متن اجتماعی وسیع تر که آن را زیر کنترل خود دارند، تعریف کنند. یعنی رابطه خود را با آن ملت معنادار و قابل احترام سازند و نظریه پیوستگی یک دولت و یک ملت را محقق سازند (واعظی، ۱۳۹۰: ۶۰). یکی از راهکارهای معنابخشی و تجلی ارتباط قابل احترام با متن جامعه در رابطه با مباحث فرهنگی و هویتی، توسعه ی نمادپردازی و نمادسازی عناصر فرهنگی و هویتی اجتماع در متن فضاهای شهری است. این نمادها باید همبستگی معناداری با عناصر فرهنگی ملی و محلی داشته باشند.

۳. به اعتقاد کوین لینچ یکی از چهار شرط اصلی برای خلق تنوع بارور در خیابانها و نواحی شهری و در نتیجه سرزندگی فضای شهری، این است که محدوده و عناصر سازنده ی فضای شهری دارای بیش از دو کارکرد اصلی باشند (خستو، ۱۳۸۹: ۶۴) بنابراین پیشنهاد می گردد در راستای دست یابی به سطحی از سرزندگی در

فضای شهری که جامعه را بی‌نیاز از دریافت نشانگان فرهنگ غربی و زداینده‌ی عطش نسبت به فرهنگ غربی و از خودبیگانگی فرهنگی باشد، تعریف یک کاربری و کارکرد جانبی مبتنی بر توسعه‌ی نمادهای فرهنگی برای عناصر ریز و درشت سازنده‌ی فضای شهری راهکاری اساسی است. به طور مثال، استقرار نماد و مجسمه‌ی اساطیر ایرانی در میادین، اسم‌گذاری باستانی و تاریخی خیابانها و کوچه‌ها، طراحی نمادین پل‌های هوایی که یادآور یک عنصر تاریخی باشند، معماری منظر ساختمان‌های اداری و مسکونی، کیفیت تبلیغات مترو و سازمان اتوبوسرانی و... کارکردی افزون بر کارکرد اصلی این عناصر به آنها می‌بخشد که موجبات استحکام بنیانهای تاریخی و فرهنگی را مهیا نموده و موجب سرزندگی فضای شهری می‌شود.

۴. در طراحی اماکنی که حاوی یک نماد ملی یا محلی می‌باشد، علاوه بر کارکرد و کاربری اصلی آن اماکن، باید به تزئین یک کاربری دیگر نظیر نشیمن‌گاه مناسب و افزایش ظرفیت فضا برای جلب نظر عابران در روح آن مکان اشاره کرد. این کاربری‌های مضاعف موجب تفکر بیشتر و تعمق فکری و عقلانی افزون نسبت به روح و ارزش آن عنصر فرهنگی که نماد آن در آن مکان نقش بسته است می‌باشد. مبلمان شهری که عبارت است از آندسته از عوامل و عناصری که برای جوابگویی به نیاز افراد استفاده کننده از فضا به آن اضافه شده‌اند، از آنجا که جزء لاینفک محیط شهری بوده و هویت و شناخت کامل فضا را امکان‌پذیر می‌سازند (کلانتری، ۱۳۹۰: ۴۱)، باید به گونه‌ای طراحی گردند که حامل پیام یا عنصری از نشانگان فرهنگی شهروندان باشند به عبارت دیگر یک کاربری فرهنگی علاوه بر کاربری اصلی مبلمان شهری باید اضافه گردد.

۵. مدیران، سیاستگذاران و برنامه‌ریزان شهری با رویکرد پدافند غیر عامل باید در صدد دستیابی به اتخاذ راهکارهایی باشند که منجر به انتقال امور فرهنگی و تاریخی از سالنهای سرپوشیده به فضاهای باز شهری و تقویت هویت بصری شهر باشند. چرا که این فضاها هم متعلق به عموم بوده و هم قادر به ایفای نقش در قالب یک فضای ایستا می‌باشند که عموم را به تفکر در رابطه با هویت آن نشان و نماد فرهنگی می‌نماید و همچنین محصولات و داشته‌های فرهنگی در عرصه‌ی فضای شهری در تعامل با یکدیگر قرار می‌گیرند.

۶. امتیاز کشور در مقوله‌ی نمادپردازی و نمادسازی آن است که با وجود وسعت زیاد، تنوع قومی، تاریخ و تمدن هزاران ساله، غنای فرهنگی، تاریخی و باستانی، تنوع اقلیم و گوناگونی گونه‌های طبیعی و عارضه‌های جغرافیایی و... بی شک شناخت یا خلق نماد برای شهرهای مناطق مختلف کار سختی نخواهد بود. بنابراین

پیشنهاد می‌گردد در دواير شهرداریها و ساير نهادهای مسئول در قبال برنامه‌ریزی و مدیریت شهری، کمیسیونی تحت عنوان «کمیسیون شناخت و تولید نمادهای محلی و ملی» متشکل از هنرمندان خوش ذوق و برنامه‌ریزان شهری و مورخان و فرهنگ‌شناسان تشکیل گردد. کار ویژه‌ی این کمیسیون تولید و خلق نمادهای مطابق با فرهنگ و جغرافیای انسانی و طبیعی مناطق مختلف و مشاوره به دست اندرکاران نصب و مستقرسازان آن نمادها در عرصه‌ی فضای شهری باشد. همچنین ایجاد هماهنگی‌های لازم در برنامه‌ریزیهای فرهنگی، معماری ساخت و سازها و تأسیسات شهری از ریز تا درشت از سوی وزارت خانه‌ها و ساير ادارت از وظایف این کمیسیون باید تعریف گردد.

۷. به تقلید از مسئولان شهرداری مشهد، که چند سالی است اقدام به ساخت نمادهای مناسبی و استقرار آن نمادها در مناظر و اماکن عمومی نموده‌اند که تجلی و نمود اعلاي این کار در ساخت نمادهای نوروzy می‌توان مشاهده نمود، پیشنهاد می‌گردد مسئولین ساير شهرها اقدام به عملیاتی نمودن چنین تصمیمی در فضای شهری خود نمایند. این امر موجب سرزندگی فضای شهری، بازسازی عناصر هویت بخش، توسعه‌ی گردشگری و تقویت عناصر فرهنگی کشور می‌گردد.

منابع

- ۱- ابوالحسنی، سیدرحیم (۱۳۸۷)؛ مولفه‌های هویت ملی با رویکردی پژوهشی، فصلنامه سیاست، دوره ۲۸، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۷
- ۲- احمدی‌پور، زهرا و چمران بویه و رضا جنیدی (۱۳۹۱)؛ جنگ نمادین در حوزه ارزش‌ها: رقابت‌های ژئوپلیتیکی و مسابقات ورزشی بین‌المللی، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال ۱۲، شماره ۲۷، زمستان ۱۳۹۱
- ۳- احمدی‌پور، زهرا و میثم میرزایی‌تبار (۱۳۹۰)؛ نقش احساس مکانی در سازماندهی سیاسی فضا، فصلنامه آمایش محیط، سال چهارم، شماره ۱۲، بهار ۱۳۹۰
- ۴- افضل‌ی، رسول (۱۳۸۷)؛ جغرافیای فرهنگی دولت سرزمینی در ایران، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۶۶، زمستان ۱۳۸۷
- ۵- بلیک، ژانت و محمودرضا گلشن‌پژوه (۱۳۸۹)؛ قدرت نرم و تهدید نرم، فصلنامه راهبرد، سال نوزدهم، شماره ۵۵، تابستان ۱۳۸۵
- ۶- بهزادی، رقیه (۱۳۸۰)؛ نماد در اساطیر: فرهنگ نگاره‌های نمادها در هنر شرق و غرب، کتاب ماه هنر، مرداد و شهریور ۱۳۸۰ بهمنی، پردیس و الیاس صفاران (۱۳۸۹)؛ سیر تحول و تطور نقش و نماد در هنرهای سنتی ایران، تهران: انتشارات پیام نور
- ۷- پیشگاهی‌فرد، زهرا (۱۳۸۶)؛ فرهنگ جغرافیای سیاسی، تهران: نشر انتخاب، چاپ اول
- ۸- تامپسون، جان ب (۱۳۸۰)؛ رسانه‌ها و مدرنیته، ترجمه: مسعود اوحدی، تهران: انتشارات سروش
- ۹- توسلی، محمود (۱۳۷۹)؛ اصول و روش‌های طراحی شهری و فضاهای مسکونی در ایران، تهران: مرکز مطالعات معماری و شهرسازی ایران.
- ۱۰- توکلی، مرتضی (۱۳۸۶)؛ هویت مکانی مهندسی فرهنگی، ماهنامه مهندسی فرهنگی شورای عالی انقلاب فرهنگی، شماره ۱۰ و ۱۱، تیر و مرداد ۱۳۸۶
- ۱۱- تولایی، نوین (۱۳۸۲)؛ فضای شهری و روابط اجتماعی - فرهنگی، نامه پژوهش، شماره ۵، بهار ۱۳۸۲
- ۱۲- جعفری، عباس (۱۳۸۶)؛ فرهنگ بزرگ گیتا شناسی (اصطلاحات جغرافیایی)، تهران: نشر گیتا شناسی، چاپ پنجم
- ۱۳- جمشیدی، محمدحسین (۱۳۷۴)؛ تهاجم فرهنگی چیست؟، مطالعات بسیج، شماره ۳ و ۴
- ۱۴- حافظ‌نیا، محمدرضا و مراد کاویانی راد (۱۳۸۵)؛ نقش هویت ملی در همبستگی ملی (مطالعه موردی قوم بلوچ)، مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان،
- ۱۵- حسینی‌اصفهانی، مینو (۱۳۸۸)؛ گردشگری و نمادهای شهری، دو ماهنامه ایرانا، سال پنجم، شماره ۲۸، آذر و دی ۱۳۸۸
- ۱۶- حقیقی، علی محمد (۱۳۸۸)؛ بررسی نقش فرهنگ در توسعه پایدار؛ تحلیل موردی فرهنگ ایران، دو ماهنامه مهندسی فرهنگی، شماره ۳۷ و ۳۸، اسفند ۱۳۸۸
- ۱۷- خستو، مریم و نوید سعیدی‌رضوانی (۱۳۸۹)؛ عوامل مؤثر بر سرزندگی فضای شهری، نشریه هویت شهر، سال چهارم، شماره ۶، بهار و تابستان ۱۳۸۹
- ۱۸- دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۸)؛ رسانه و فرهنگ‌سازی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم، شماره ۸
- ۱۹- رحیمی، رحیم (۱۳۸۷)؛ مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری، تهران: انتشارات سمت

- ۲۰- رهنمایی، محمدتقی، محبوبه ملک‌نیا و منوچهر جهانیان (۱۳۹۰)؛ نقش محورهای فرهنگی و تاریخی منطقه ۱۲ در توسعه گردشگری شهر تهران، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال سوم، شماره چهارم، پاییز ۱۳۹۰
- ۲۱- سلطانی، علی و احمد نامداریان (۱۳۸۹)؛ بررسی تأثیر نیروهای مختلف در شکل‌گیری فضای شهری، نشریه هویت شهر، سال پنجم، شماره ۷، پاییز و زمستان ۱۳۸۹
- ۲۲- شیعه، اسماعیل (۱۳۸۵)؛ جایگاه هویت ملی در مدیریت شهری، مجموعه مقالات اولین همایش برنامه‌ریزی و مدیریت شهری، مشهد: ۱۳۸۵
- ۲۳- صمدی، علی (۱۳۷۰)؛ عوامل و موانع تهاجم فرهنگی، فصلنامه ندا، سال دوم، شماره هشتم، زمستان ۱۳۷۰
- ۲۴- طاهرخانی، حبیب‌الله (۱۳۸۱)؛ ایجاد فضاهای قابل دفاع شهری، فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۹، بهار ۱۳۸۱
- ۲۵- عسگری، محمود (۱۳۸۵)؛ ارکان و الزامات دفاع شهری، فصلنامه مطالعات بسیج، سال نهم، شماره ۳۱، تابستان ۱۳۸۵
- ۲۶- فرید، یدالله (۱۳۷۵)؛ جغرافیای فرهنگی و تهاجم فرهنگی، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۴۱، تابستان ۱۳۷۵
- ۲۷- فکوهی، ناصر (۱۳۸۳)؛ انسان شناسی شهری، تهران: نشر نی، چاپ اول
- ۲۸- فوردهام، فریدا (۱۳۴۶)؛ مقدمه‌ای بر روان شناسی یونگ، ترجمه مسعود میربها، تهران: انتشارات اشرافی
- ۲۹- فیاض، ابراهیم، حسین سرفراز و علی احمدی (۱۳۹۰)؛ نشانه‌شناسی چشم‌اندازهای فرهنگی در جغرافیای فرهنگی؛ راهبردی مفهومی برای فهم و کشف معنا، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره چهارم، شماره ۴
- ۳۰- قالیباف، محمدباقر (۱۳۹۲)؛ نگاهی راهبردی به نظام فرهنگی کشور، تهران: نگارستان حامد، چاپ اول
- ۳۱- قالیباف، محمدباقر، سعید رحیمی‌هرآبادی و سیدمحمد یعقوبی (۱۳۹۱)؛ ژئوپلیتیک توریسم و تحلیل اثرات آن بر توسعه‌ی گردشگری جهان اسلام، پنجمین کنگره جغرافیدانان جهان اسلام، تبریز: آبانماه ۱۳۹۱
- ۳۲- قلی‌زاده، آذر و جواهر سعیدی (۱۳۷۹)؛ بررسی عوامل مؤثر در پیشگیری از تهاجم فرهنگی از دیدگاه مدیران فرهنگی شهر اصفهان، فصلنامه دانش و پژوهش، شماره ششم، زمستان ۱۳۷۹
- ۳۳- قوام، عبدالعلی (۱۳۸۹)؛ چالشهای توسعه‌ی سیاسی، تهران: انتشارات قومس، چاپ پنجم
- ۳۴- کاردان، عباس (۱۳۸۶)؛ فرهنگ ملی و محلی در عصر جهانی شدن، ماهنامه مهندسی فرهنگی شورای عالی انقلاب فرهنگی، شماره ۱۰ و ۱۱، تیر و مرداد ۱۳۸۶
- ۳۵- کالن، گوردون (۱۳۷۷)؛ گزیده منظر شهری؛ ترجمه: منوچهر طیبیان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- ۳۶- کالینز، جان ام (۱۳۸۴)؛ جغرافیای نظامی (جلد اول جغرافیای طبیعی)، ترجمه: محمدرضا آهنی و بهرام محسنی، تهران: دانشگاه امام حسین، چاپ اول
- ۳۷- کالینز، جان ام (۱۳۸۵)؛ جغرافیای نظامی (جلد دوم جغرافیای فرهنگی)، ترجمه: محمدرضا آهنی و بهرام محسنی، تهران: دانشگاه امام حسین، چاپ اول
- ۳۸- کاوسی، اسماعیل و فرزانه چاوش‌باشی (۱۳۸۷)؛ دولت و برنامه‌ریزی فرهنگی، پژوهش‌نامه ۲۸ برنامه‌ریزی فرهنگی، شماره ۲۸، پاییز ۱۳۸۷

- ۳۹- کریمیان، حسن (۱۳۸۹)؛ نمادهای فرهنگی در مناظر شهری بیان معنا، حس هویت و آرامش روحی، فصلنامه پژوهشهای جغرافیای انسانی، شماره ۷۴، زمستان ۱۳۸۹
- ۴۰- کلاتنتری، حسین و هانیه اخوت (۱۳۹۰)؛ برنامه‌ریزی منظر شهری، تهران: پژوهشکده فرهنگ، هنر و معماری جهاد دانشگاهی، چاپ اول
- ۴۱- گلکار، کوروش (۱۳۸۶)؛ مفهوم کیفیت سرزندگی در طراحی شهری، صغه، شماره ۴۴، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- ۴۲- لطفی، صدیقه و عبدالحمید محمدی (۱۳۹۱)؛ بررسی ارتباط نمادهای شهری با هویت شهر (مطالعه موردی: شهر گنبد کاووس)، فصلنامه علمی - پژوهشی جغرافیا برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال دوم، شماره ۲، بهار ۱۳۹۱
- ۴۳- لنارد، کروه‌رست، سوزان و هنری (۱۳۷۷)؛ طراحی فضای شهری و زندگی اجتماعی، معماری و شهرسازی، شماره ۴۴ و ۴۵، تهران
- ۴۴- مجتهدزاده، پیروز (۱۳۹۱)؛ فلسفه و کارکرد ژئوپلیتیک، تهران: انتشارات سمت
- ۴۵- محمدی، جمال و طاهر پریزادی (۱۳۸۹)؛ به کارگیری رهیافت تجدید حیات شهری در نواحی مرکزی - تاریخی دچار افت شهری، فصلنامه پژوهش‌های انجمن جغرافیای ایران، دوره جدید، سال هشتم، شماره ۲۷، زمستان ۱۳۸۹
- ۴۶- مویر، ریچارد (۱۳۷۹)؛ درآمدی نو بر جغرافیای سیاسی، ترجمه: دره میرحیدر، تهران: سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح
- ۴۷- میرحیدر، دره و حسین حمیدی‌نیا (۱۳۸۶)؛ کالبدشکافی نقشه و نقش آن در اعمال قدرت و القاء سیاست، نشریه علوم جغرافیایی، جلد ۶، شماره ۸ و ۹، بهار و تابستان ۱۳۸۶
- ۴۸- واعظی، محمود (۱۳۹۰)؛ بحرانهای سیاسی و جنبشهای اجتماعی در خاورمیانه: نظریه‌ها و روندها، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، چاپ اول
- ۴۹- وزیرنیا، سیما (۱۳۸۱)؛ جایگاه نماد در نظام اندیشه‌ی یونگ، فصلنامه فرهنگستان هنر، شماره ۴
- 50-Berten, H. (1995), The Idea of postmodern, London: Routledge.
- 51-Bonnemaison, Joel (2005), Culture and Space, Conceiving a New Cultural Geography, Edited by Chantal Blance - pamard, Maud Lasseur and Christel Thibault, Translated by Josepenot-Demetry, I.B. Tauris & CO. Ltd, London
- 52-Klucihohn, Flornce R.; Strodtbeck, F.L. (1961) Variations in Value Orientation. Evanston III Row/Peterson & Company, p-57
- 53-Peirce Charles. (1955) Philosophical Writings of Peirce, Newyork: Dower, .p-102
- 54-Wright, F. L. (2000), Brodacre City: A New Community Plan, in: City Reader (Legate, R.T. and Stout, F. Eds.) Routledge, London and New York.