

Exploring the Role of Urban Identity Symbols in the Quality of Urban Life

1. Khosrow Pourjavan^{ID*}: PhD, Department of Architecture, Faculty of Islamic Revolution Technology, National University of Skills, Tehran, Iran.

***Corresponding Author's Email Address: pourjavan@nus.ac.ir**

How to Cite: Pourjavan, K. (2024). Exploring the Role of Urban Identity Symbols in the Quality of Urban Life. *Manifestation of Art in Architecture and Urban Engineering*, 2(4), 82-101.

Abstract:

Cities have always been a source of identity, cultures, customs, and traditions in various societies. Identity within cities fosters cohesion and the development of individuals' social participation. Culture, influenced by certain elements, facilitates the growth of communities. Urban identity is sometimes shaped by the symbols and signs present in cities. From the earliest cities dating back over 3,000 years to the present day, identity and urban symbols have laid the foundation for urban growth and development. In order to achieve an analytical model for designing urban symbols and signs, and to enhance the quality of urban life for residents, it is necessary to identify the dimensions and components related to identity, as well as the elements that constitute urban symbols. Following a detailed discussion, both quantitative and qualitative factors in the design of urban symbols are explained with a view to promoting urban quality of life and the vitality of city inhabitants. Accordingly, this study introduces the dimensions of urban identity, exploring identity, symbols, and their associated dimensions. For data collection, documentary and library research methods were employed, including the review of relevant books and articles. Given the nature of the subject, a descriptive-explanatory research method was applied to analyze the materials. The findings and recommendations of this study indicate that employing the concept of identity and identifying the nature of the components of urban symbols—including architectural, social, cultural, environmental, and human dimensions—enhance the quality of life for urban residents.

Keywords: Identity, Urban Identity, Symbol, Culture, Environment.

Received: 02 December 2024

Revised: 15 January 2025

Accepted: 25 January 2025

Published: 09 February 2025



Copyright: © 2024 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

واکاوی جایگاه نمادهای هویتی شهرها بر کیفیت زندگی شهری

۱. خسرو پورجوان¹، دکتری، گروه معماری، دانشکده فنی انقلاب اسلامی، دانشگاه ملی مهارت، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

*پست الکترونیک نویسنده مسئول: pourjavan@nus.ac.ir

نحوه استناددهی: پورجوان، خسرو. (۱۴۰۳). واکاوی جایگاه نمادهای هویتی شهرها بر کیفیت زندگی شهری. تجلی هنر در معماری و شهرسازی، ۲(۴)، ۸۲-۱۰۱

چکیده

شهرها همواره موجب پدید آمدن هویت، فرهنگها، آداب، رسوم در جوامع مختلف می‌شوند. هویت در شهرها موجب همبستگی و توسعه مشارکت اجتماعی افراد می‌گردد. فرهنگ تحت عناصری زمینه رشد جوامع را هموار می‌نماید. هویت شهرها گاه متأثر از نمادها و نشانه‌ها در شهرها پدید می‌آیند. هویت و نمادهای شهری از نخستین شهرها که بیش از ۳۰۰۰ هزار سال قدمت دارد تا به امروز زمینه ساز رشد و توسعه شهری بوده است. جهت دستیابی به یک مدل تحلیلی در طراحی نمادها و نشانه‌های شهری و نیز ارتقای کیفیت زندگی شهری برای ساکنین، ضروری است که ابعاد و مؤلفه‌های مرتبط با ابعاد هویت و شناسایی مؤلفه‌های نماد شهری، شناسایی گردند. پس از بحث و بررسی در این خصوص، عوامل کمی و کیفی طراحی نمادهای شهری در جهت توسعه ارتقای کیفیت زندگی شهری و سرزندگی ساکنین تبیین می‌گردند. در همین راستا این پژوهش به معرفی ابعاد هویت شهری، هویت، نماد و ابعاد آنها را مورد واکاوی قرار می‌دهد. جهت جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش، از شیوه مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای شامل مطالعه کتاب‌ها و مقالات مرتبط استفاده شده است و با توجه به ماهیت موضوع، به روش تحقیق توصیفی-تبیینی مطالب مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج پژوهش و پیشنهادات نشان می‌دهد، بهره‌گیری از مفهوم هویت و شناسایی ماهیت مؤلفه‌های نمادهای شهری شامل معماری، اجتماعی، فرهنگی، محیطی و انسانی و ابعاد آن بر کیفیت زندگی ساکنین شهرها می‌افزاید.

کلیدواژگان: هویت، هویت شهری، نماد، فرهنگ، محیط.

تاریخ دریافت: ۱۲ آذر ۱۴۰۳

تاریخ بازنگری: ۲۵ دی ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۶ بهمن ۱۴۰۳

تاریخ انتشار: ۲۱ بهمن ۱۴۰۳



مقدمه

امروزه توجه به مفهوم هویت و ابعاد آن به دلیل تغییرات تأثیرگذار در شهرها از اهمیت بیشتری برخوردار شده است. عناصر هویت بخش شهری در بستر مطالعه بر روی ابعاد نمادهای شهری شامل مفهوم ابعاد فرهنگی، اجتماعی، محیطی، معماری و انسانی و نیز مؤلفه‌های فرهنگی، اجتماعی، محیطی، معماری و انسانی و مباحث پیرامون آنها آغاز می‌گردد. هرگاه پدیده‌ای در اثر فرآیند زمان خاص خود دگرگونی پذیرد، در شکل جدید و در معنای نو از انسجام، یکپارچگی، انتظام و اعتبار برخوردار خواهد بود نظم جدید از دل سازمان کهن سر برون خواهد زد. دگرگونی‌های فرهنگی، اجتماعی، محیطی، معماری و انسانی با توسعه تکنولوژی تغییرات بسیار زیادی نموده است. فلذا توجه به ابعاد مختلف موارد اشاره شده، از اهداف مهم این پژوهش است و به دنبال چگونگی دستیابی به نمادهای زنده و با هویت در شهرها و راهکارهای ویژه‌ای مرتبط با موضوع می‌باشد.

هویت جوامع ایرانی که با اعتقادات اسلامی در محدوده جغرافیایی خاصیتی قوام گرفته است، از جهات بسیاری از جمله: از نظر مبانی تعیین کننده ویژگی‌ها و صفات هویت، از حیث مبانی مقایسه هویتش با هویت سایر جوامع، از نظر جنبه‌های تکامل بخشی و یا مضمحل کننده هویت، قابل توجه است. بنابراین شناسایی مؤلفه‌های هویتی که جهان بینی و فرهنگ اسلامی و ایرانی برای فرد ایرانی معرفی می‌نماید، ضروری است. این موضوع از آنجا ناشی می‌شود که یکی از مهم‌ترین موضوعات مرتبط با حیات انسان که بر جملگی فعالیتهای انسان تأثیر گذاشته و آنها را جهت می‌دهد، موضوع "هویت" است که انسان (فرد و جامعه) برای خویش قائل بوده و میل دارد آن را احراز نماید. نگاهی به تاریخ جوامع نشان می‌دهد که جملگی حرکت‌های عظیم در جوامع بشری به نحوی با این موضوع ارتباط داشته اند. لذا در طراحی نمادهای هویتی شهری به این مسأله توجه می‌گردد و با اهمیت دادن به مسأله هویت و نمادهای بومی می‌توان شکل شهرهای جدید را متناسب با هویت ایرانی اسلامی ساخت.

نمادهای شهری محل تعامل و معاشرت گروه‌های مختلف مردم می‌باشد. محلی که مردم با توجه به هویت آن برخورد و معاشرت متفاوتی دارند. شاخصه‌های شهری به عنوان نماد و زبان گویای هویت فضای شهری عمل می‌کنند. این شاخصه‌ها در راستای سبک، روش، تاریخ، اعتقادات و جغرافیای یک اجتماع شکل می‌گیرند و می‌توانند به معرفی یک جامعه کمک کنند و نقش مهمی را ایفا می‌کنند. از آنجایی که طراحان شهری نقش مهمی در نقش مهمی در ساختار و مکان یابی فضاها و شاخصه‌ها بر عهده دارند بایستی در ایجاد فضاهای شهری مناسب با محیط و اجتماع دارای مطالعات و شناخت کافی از هویت شهری و رفتارشناسی انسان در برخورد با هم نوع خود و عوامل محیطی را دارا باشد. شهر دارای مؤلفه‌هایی است که عملکردهای مختلفی را در بر دارد. ساختار نمادهای شهری تحت تأثیر کدام عوامل قرار می‌گیرد؟ ابعاد و مؤلفه‌های نمادهای شهری چه چیزهایی هستند؟ هویت در شکل‌گیری نمادهای شهری چه جایگاهی دارد؟ این پژوهش بر آن است تا به سوالات مطرح شده پاسخ دهد و ابعاد نتایج و یافته‌های پژوهش ارائه می‌گردد.

روش‌شناسی پژوهش

با توجه به ماهیت موضوع، این پژوهش به روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است. در واقع سعی شده است ابتدا به مفاهیم اولیه پرداخته شود و سپس مباحث مرتبط با کیفیت و کمیت با نگاه به بحث هویت مورد واکاوی قرار گرفته است. جهت جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش، از شیوه مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای شامل مطالعه کتابها و مقالات مرتبط استفاده شده است.

چارچوب نظری

شهر به مثابه یک موجود زنده از گذشته موجب می‌شد که افراد بسیاری بتوانند در مکانی در کنار یکدیگر زندگی نمایند و عواملی همچون سیاست، اقتصاد، فرهنگ، مذهب، ورزش، تفریح و ... و همچنین مجموعه قوانینی زندگی در شهرها دارای ساختار می‌نمود. این شهر در هرکجای کره خاکی که شکل می‌گرفت و تحت تأثیر هر فرهنگ، تکنولوژی، آداب و رسومی که قرار داشت، سعی می‌نمود تا زمینه آسایش ساکنین خود را فراهم نماید. شهرها بدلیل اینکه محل فرهنگ شهری هستند، مهم تلقی می‌گردند. جین جاکوبز شهرشناس معروف می‌گوید، خیابان شهر اساسی‌ترین جنبه زندگی شهری است که بوسیله محیط‌های مصنوعی همچون دالان، بازارچه‌ها، پارک‌های سرگرمی، نمادها هویت پیدا می‌کند (1). بنابراین شهر با مولفه‌های شکل می‌گیرد. سه مولفه اصلی تشکیل دهنده شهر که می‌توان آنها را مولفه‌های اولیه نامید موارد زیر می‌باشند:

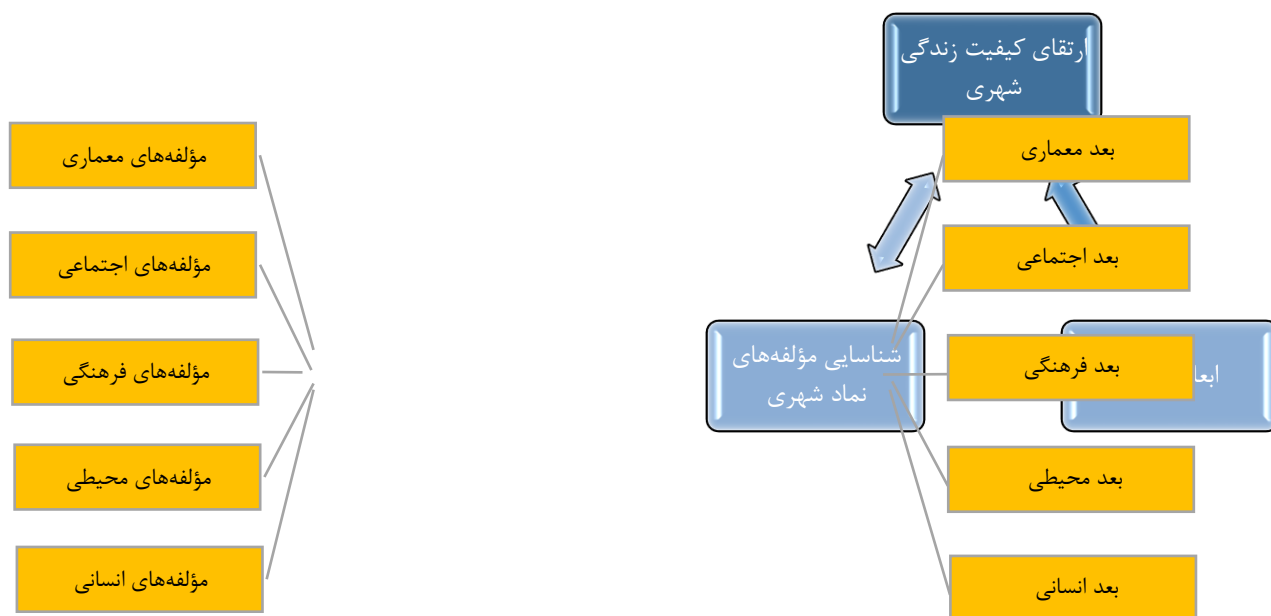
۱. مولفه‌های طبیعی: کوه، رود، تپه، دشت و...

۲. مولفه‌های مصنوعی: تک بنا، راه، میدان، نمادها، بلوک‌های شهری و...

۳. مولفه‌های انسانی: فرهنگ، زبان، مذهب، آداب و رسوم، سواد و ... (2)

از کنار هم قرار گرفتن عوامل فوق مولفه‌های دیگری پدید می‌آیند که می‌توانند موجب توسعه یک شهر شوند مولفه‌های مانند هویت. هویت یک شهر می‌تواند فراتر از شهر رفته و تأثیرگذار بر روی منطقه و کشور و حتی جوامع دیگر نیز باشد.

هویت و چیستی با فرهنگ ارتباط وثیقی دارد، هنگامی که از هویت سخن گفته می‌شود به ساز و کار فرهنگ (باورها، نمادها، آداب و رسوم، سنن، ارزش‌ها و آرمان‌ها) پرداخته می‌گردد. در باب تعریف هویت به نظر یکی از حکمای مسلمان "فارابی" اشاره می‌شود؛ هر چیزی دارای ماهیتی است ممتاز از وجود (هویت)، ماهیت، عین وجود نیست و وجود جز مقدم ماهیت هم نیست. بدین گونه فارابی در اینجا کلمه هویت را با کلمه وجود به طور مترادف به کار می‌برد. هویت موضوعی است که مورد نیاز و خواست هر انسانی است. در زمینه جنبه‌های هویت موضوعات متنوعی مطرح است که کمال مطلوب؛ تطابق خواست انسان با آن چیزی است که نمایانده می‌شود و در عین حال وحدت جامعه را خدشه‌دار نمی‌نماید و استقلال جامعه را تقویت می‌کند و تداوم تاریخی ملی را فراهم می‌کند (3) هویت به عنوان احساسی تعریف می‌شود که نشان می‌دهد ما کیستیم، چه چیزهایی ما را به دیگران شبیه می‌کند و چه چیزهایی ما را از دیگران متمایز می‌سازد (4). هویت به معنی یک مکان، یعنی یک مکان ویژگی‌های مخصوص به خود را دارا باشد در حقیقت هویت به قلمرویی از حیات اجتماعی اطلاق می‌شود که متعلق به فرد باشد. هویت، احساس این همانی انسان با فضا (رابطه هویت انسان و هویت پدیده‌ها) مرتبه و درجه‌ای از هویت است و با بکارگیری تعبیری همچون "من"، "خود"، "شخصیت"، "تعلق" و امثالهم برای فرد و اجتماع "هویت" شکل می‌گیرد. انسان به عنوان یک عامل اصلی در هویت تابع سه ویژگی است (جسم، ذهن و روح یا جسم، نفس و روح) (5).



شکل ۱. مدل نظری پژوهش؛ الگوی تحلیلی دستیابی به ارتقای کیفیت زندگی شهری

فرضیات پژوهش:

۱. ارتقاء جایگاه نمادهای هویتی شهرها موجب تقویت کیفیت زندگی شهروندان در شهرها و رضایت‌مندی ساکنین می‌شود.
۲. شناسایی مؤلفه‌های هویتی و نمادهای هویتی در شناسنامه‌دار شدن شهرها تأثیر دارد.

مؤلفه‌های تشکیل دهنده نمادهای هویتی شهر:

هویت:

هویت مجموعه‌ای از صفات و ویژگی‌هایی است که می‌توان آن را در فضاها، شاخصه‌ها و نماد‌های یک جامعه شهری یافت بی‌توجهی به هویت شهرها باعث پدیدار شدن محیط‌های شهری ناسازگار با جامعه می‌شود. هویت یک فضا، حس تعلق را به استفاده‌کنندگان از آن فضا القا می‌کند و حس وابستگی را به فضا تقویت می‌کند. شهرها همانند یک اثر هنری بزرگ هستند و هویت آن را ارزشمند و پایدار می‌کند و معرف آن می‌باشد. تأثیر شاخصه‌ها نقش بسزایی در تعیین و تقویت هویت شهرها دارد. وجود شاخصه‌های با هویت، اجتماع‌پذیری فضاها را بالا برده و موجب آرامش امنیت و مشارکت شهروندان می‌شود. از این رو طراحی و شناسایی نمادهای شهری باید بسیار مورد توجه قرار گیرد. در فضای عمومی شهرها حواص بصری و غیر بصری در ادراک هویت فضایی، خاطره‌انگیزی فضا، احساس تعلق به محیط و دریافت کیفیت‌های محیطی نقش بسزایی دارد. هویت مجموعه باورهای ذهنی است که سبب تفاوت گذاری میان خود و دیگر می‌شود و به عمل فردی یا اجتماعی بر اساس آن و با هدف حفظ و تداوم و تقویت آن و یا در جهت تخریب و تضعیف هویت‌های دیگری دامن

می‌زند (3).

هویت، خاصیتی است که توسط مقایسه یک پدیده یا تصویری از هرگونه های مشابه آن که در ذهن نقش بسته است پدید می آید. به عبارت ساده می توان گفت آیا این پدیده همان است که فرد در ذهن خود دارد یا خیر. در واقع زمانی که در مقایسه یک پدیده و یا یک فضا نتوان وضع موجود را تا حدی زیاد با انتظارات ذهنی خود از آن مکان تطابق داد یا آن پدیده را به رسمیت شناخت، اصطلاح بحران هویت یا بی هویتی مطرح می گردد. به عنوان نمونه با شنیدن خانه روستایی شمال کشور یکسری فاکتورهایی براساس اقلیم و فرهنگ آن مکان برای آن خانه در ذهن افراد شکل می گیرد در صورت دیدن آن و عدم تطابق با آن ویژگی ها، اصطلاح بی هویت بودن خانه مطرح می گردد (6).

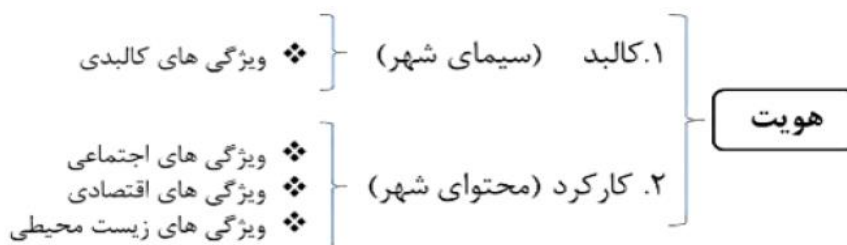
از منظر واژه شناسی و ریشه شناسی «هویت، احساس تعلق خاطر به مجموعه ای مادی و معنوی است که عناصر آن از قبل شکل گرفته اند.» هویت در انسان شناسی، به معنای نوعی خود آگاهی فردی یا جمعی نسبت به وجود مجموعه ای از خصوصیات فرهنگی- اجتماعی است که این خصوصیات، فرد یا گروه مزبور را از فرد، افراد یا گروه های دیگر که مثابه هویت های دیگری طبقه بندی می شوند، متمایز می کند و عموماً خود را با یک نام یا لاقبل با ضمیر «ما» مشخص می کند (7). شناخت مؤلفه های اجتماعی و فرهنگی در نمادها و نشانه های شهری می تواند به باز تولید هویت ملی در میان ساکنان کمک زیادی نماید مؤلفه های دینی و سیاسی و تاریخی کمتر اثربخش است. به طور کلی منشا اصلی و شناختی هر ملت هویت ملی آنها را شکل می دهد. هویت ملی از وجود احساس مشترک در میان عده ای از افراد که یک ملت واحد را می سازند، شکل می گیرد. از منظر جامعه شناسی هویت ملی نوعی احساس علق و تعهد عاطفی نسبت به مجموعه ای از مشترکات ملی جامعه است که موجب وحدت و انسجام می شود و دارای ابعاد مختلف است. هویت ملی بالاترین سطح هویت جمعی در یک جامعه است.

دو نظر و دیدگاه در هویت شهری:

در دیدگاه اول پاکزاد: مفهوم هویت از دیدگاه شهرسازی و معماری غالباً در دو بخش مکمل یکدیگر مطرح می شوند.

اول ایجاد خاطره و تداعی در شخص و دوم تمایز و استقلال در شخص. بنابراین تشخیص هویت فرایندی قیاسی بین عینیتی موجود با داده هایی که از آن در ذهن است (8).

در دیدگاه دوم لینچ: مهم ترین مفهوم از نظر او خوانایی است، یعنی بتوان به آسانی اجزای شهر را شناخت و بتوان آن ها را در ذهن در قالبی به هم پیوسته به یکدیگر ارتباط داد و باید به ناظر احساس امنیت دهد و باعث به وجود آمدن رابطه ی موزون بین " تصویر شهر " مفهوم مهم دیگر از لینچ شخص و جهان خارج شود.



شکل ۲. عوامل موثر در هویت مندی (9)

نمادهای تاثیرگذار بر روی هویت شهرها:

درک ما از جمله حاصل شناخت نمادها است. نمادها رکن بنیادین زندگی اجتماعی انسانها در شهرها هستند. شهرها پیش از آنکه از چیزها تشکیل شده باشد، از تفاوتها تشکیل شده است، تفاوتهای مادی که جهت‌های لازم را برای آن که بدانیم به کجا و چگونه باید حرکت کنیم به ما می‌دهند در واقع می‌توان گفت: تنوع مکانی دلالت بر تنوع معنایی دارد (10). دل بستگی های مکانی بخشی از هویت مکانی است اما هویت مکانی گسترده از دل بستگی مکانی است. هویت مکانی در واقع از یک طرف انواع خاطرات، ارزش‌ها و افکار و محوطه‌ها را شامل می‌شود و از طرف دیگر روابط میان مکان‌های متفاوت را در بر می‌گیرد مانند خانه، مدرسه، محله، نمادها، نشانه‌ها و ... فضاهای شهری، متنوع هستند و جنبه‌های گوناگون دارند.

نمادهای شهری:

شهر موجودی زنده است که با سایر اندام‌های جامعه پیوند دارد، 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 نیایم، این بحران و بیماری وسعت بیشتری خواهد یافت. شهرها، هم‌اکنون ترکیبی است از سه قسمت عمده بافت قدیمی از هم گسیخته، با کالبدی از هم پاره شده که بسرعت در حال تخلیه شدن و اضمحلال است، مسکن کثیف، غیر بهداشتی و غیرانسانی با بافتی کاملاً خود بخودی، خالی از هرگونه تمهیدات زیست محیطی و نشأت گرفته از سوداگری بر زمین در حاشیه شهر و سرانجام محلات متجدد با نوعی معماری کج سلیقه، پر خرج و پر طمطراق، آن هم با بافتی خود بخودی و خالی از هر اندیشه کالبدی-فضائی. شهر در هر سه قسمت خالی از ضابطه و قاعده شهرسازی و معماری منطبق بر زمان است. شکل‌گیری هویت شهری تحت تأثیر فرهنگ، شکل طبیعی و کالبدی مصنوع شهر قرار دارد (11).

ویژگی‌های کالبدی نمادهای شاخص شهری:

۱. وحدت: بسیاری از اصول معماری در قالب وحدت قابل مطالعه اند برای نمونه می‌توان توازن را به وحدت وزن و یا تقارن را به وحدت فاصله بیان نمود. پیوستگی و انسجام را می‌توان زیر مجموعه وحدت دانست.
۲. سلسله مراتب: یکی از مهم ترین اصول حاکم بر فضای شهری و مکان‌های عمومی اصل سلسله مراتب است عبور از فضایی به فضایی دیگر با فضایی واسطه. برای نمونه معابر سر پوشیده به هنگام ورود و اتصال به میداين یا ارتباط گروه های مختلف فضای شهری کمتر به طور مستقیم و همراه با وحدت فضایی است و سبب بالا رفتن خوانایی می‌شود.
۳. حریم، قلمرو و هویت: شکل‌گیری سلسله مراتبی آشکار در تبیین رابطه‌ی فضاهای شهری با فضاهای نیمه خصوصی و خصوصی بوده است. احساس قلمرو هم در رابطه با فضا نسبت به یک دیگر و هم در یک فضای واحد، رده بندی فضایی میان درون و بیرون.

ساختار شهرها برآیند تفکرات و جهانبینی ملل و تمدن‌ها هستند. سیمای کالبدی و مکان‌های شهر، ما به ازای ساختارهای ذهنی ساکنان آن و یا مشخص کننده روش فکری آنها هستند. (Stringer, 1975) عناصری چون نماد(نشانه)، راه، لبه، گره و محله و مهم‌تر از همه عناصر و ابعاد معماری تشکیل دهنده سیمای شهر می‌باشند. از آنجا که نشانه با مقوله فرهنگ ارتباطی تنگاتنگ دارد، لذا در این نوشتار به بحث نشانه پرداخته می‌شود. به کمک نمادها و نشانه‌های شهری می‌توان نوعی هویت را برای افراد جامعه ایجاد نماییم. همچنان که در طول تاریخ در مان‌های مختلف با استفاده از نمادها و نشانه‌های هویتی میراث غنی به

نسل‌های بعدی آن جامعه انتقال یافته است. کوین لینچ تصویر هر محیط شهری را به سه جز تجزیه می‌کند؛ هویت، ساختار و معنی (12, 13). این سه جز پیوسته با یکدیگر و به صورت وحدت یافته‌ای تصویر ذهنی از شهر را جلوه‌گر می‌نماید.



شکل ۳. نمایی از شهر فاقد نماد هویت شهری

نماد (نشانه):

واژه نماد در لغات نامه دهخدا به معانی آمده است «به معنی فاعل هم آمده است که ظاهر کننده باشد. (برهان قاطع) نماینده و ظاهر کننده» و در فرهنگ فارسی معین نیز به معانی مختلفی آمده است: ۱-نماینده، سمبل ۲- مظهر، نشانه ۳- علامت. نماد در لغت به معنی نمود، نما و نماینده است و در برابر واژه فرنگی^۱ می‌آید که از کلمه یونانی^۲ به معنی علامت، نشانه و اثر گرفته شده است.

نمادها (نشانه‌ها) نیز همچون بسیاری از موضوعات و پدیده‌ها، با توجه به عواملی قابل طبقه‌بندی است. در اینجا از باب نمونه به دو نوع یا دو روش برای طبقه‌بندی نشانه اشاره می‌کنیم: تقسیم نشانه بر پایه اصالت معنا و تقسیم نشانه بر پایه رابطه اش با انسان. در اینجا معنا شامل میزان عمومیت یا میزان گسترش در جوامع و قدمت نشانه است. به بیان دیگر، نشانه‌ای که اولاً واحد حقانیت بیشتر یا بیانگر حقایق عالی‌تری باشد و همچنین از قدمت بیشتری برخوردار باشد، نشانه‌ای با اصالت است (10). نماد رسانه‌های شهری می‌تواند با حامل‌های نمادی چون تزئینات شهری یا نقاشی و نوشته‌های دیواری مطالعه شود (14).

بهره‌گیری از نمادها و نشانه‌های آشنا برای شهروندان در جهت یادآوری و القاء ارزشهای معنوی یکی از اصلی‌ترین روش‌هاست، که یکی از مهم‌ترین آنها بهره‌گیری از کلام الهی در ترکیب با سایر هنرها در مکانهای مناسب و اندیشیده شهر است. سمبلها و نشانه‌ها مشتمل بر فرمها و اشکال و آن دسته از عناصر شهری و اجزاء معماری می‌باشند که در طول تاریخ برای اکثریت آحاد جامعه معنا و مفهوم (خصوصاً معنوی و روحانی) خاص خود را دارند. برای مثال سیمای یک عنصر شهری همچون مسجد یا حسینیه، یا همجواری برخی عناصر شهری در یک مجموعه (مسجد و بازار و مدرسه)، یا اشکالی چون گنبد، یا طرح‌هایی چون طرح‌های اسلیمی و یا حتی رنگ‌ها و بی‌رنگی‌هایی در شهر می‌تواند ارزش‌هایی را برای مردم یادآوری نمایند (5).

¹ -symbol

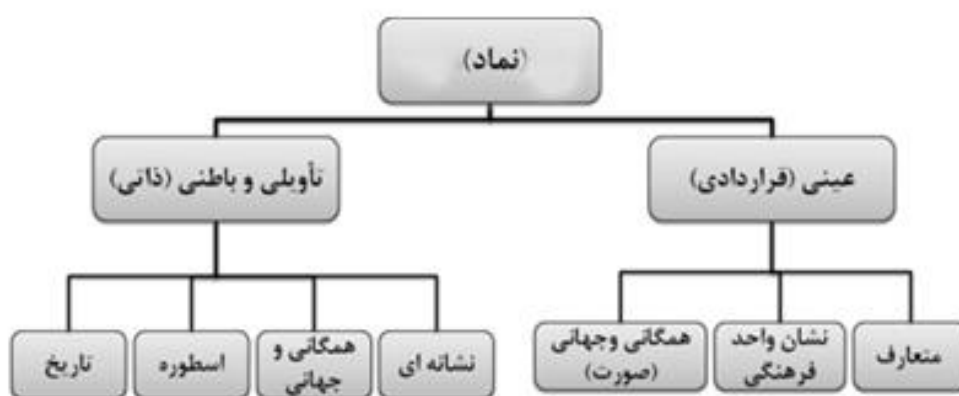
² -symbolon

نماد کلمه‌ای است که معنایی فراتر یا غیر از لفظ خود را القا می‌کند. نماد نشانه‌ای است که نشانگر یک اندیشه، شیء، مفهوم، چگونگی و جز این‌ها می‌تواند باشد. نماد می‌تواند یک شیء مادی باشد که شکلش به‌طور طبیعی یا بر پایه قرارداد با چیزی که به آن اشاره می‌کند، پیوند داشته باشد.

نماد بیانگر مفاهیم فرهنگی و تاریخی برجسته‌ای است که از طریق آنها می‌توان به فرهنگ و افکار گذشتگان پی برد. نمادها را می‌توان برابر با اسطوره‌ها، تصاویر، مظاهر، نشانه‌ها و کلیه جنبه‌های ظاهری و نمادین میراث مادی و معنوی و حامل‌های معنایی دانست که مواردی از قبیل تصاویر ذهنی و عینی، داستان‌ها و نگارش‌های تاریخی، ادبیات، فولکور، زبان، ساختمان‌ها، آثار، مراکز و ابنیه‌های تاریخی، مجسمه‌ها، نقاشی‌ها، شاهکارهای معنوی و فعالیت‌های خلاق هنری را در بر می‌گیرد (15).

نظریات بزرگان در خصوص نمادها:

- به عقیده تیتوس بورکهارت؛ «نماد ماهیتاً همواره در مرکز قرار دارد؛ زیرا تجلی مستقیم و غیر نظری واقعیت روحانی است و بدین ترتیب، از مقامی مشابه با امر قدسی برخوردار است، اما این دو، یک امر واحد نیستند» (16)
- به عقیده ژاک دریدا؛ «نماد و نشانه‌ها واسطه میان انسان و واقعیت می‌باشند» (17)
- به عقیده فارابی؛ «از آنجا که همه مردم شهر فضیلت نمی‌توانند ساختار هستی را بطور حکیمانه درک کنند؛ نمادپردازی راهی است که کمک می‌کند تا در طول زندگی این حقایق هستی‌شناسی به طریق نشانه‌ها بر جان شهروندان عادی شهر فضیلت باشد.» (18).



شکل ۴. ابعاد ساختاری نماد

نمادهای زنده:

نمادها دارای تنوع بسیاری هستند. رمز ماندگاری نمادها، زنده ماندن آن نماد است. هر نماد قاعده‌ای سه‌بخشی است و بایستی رابطه‌ای میان این سه برقرار کند:

۱. زمینه؛ مکانی که وقوع آن موضوع است.
۲. نظام نیروها (نیروهای متضاد)؛ مفهوم حادث شدن رویداد که در آن زمینه فعال است. (با بهره‌گیری از نیروهای متضاد)
۳. ترکیب کالبدی؛ که به آن نیروها امکان می‌دهد خود را در آن زمینه آزاد کنند.

فضای کالبدی، فضایی مصنوع با طبیعی است با شناخت تحقق می‌یابد. چشم انداز دور و نزدیک، منظر طبیعی و مصنوع، بدنه‌ها، پیکره فضایی، نشانه‌ها، عناصر شاخص و غیرشاخص کالبدی، عناصر اصلی کف و بام، خطوط آسمان، آستانه، مسیرها، حدود، مرز و مواردی از این دست بستری را فراهم می‌آورند که شناخت مکان بدون شناسایی آنها به درستی امکان‌پذیر نیست و آنها در واقع به حال و هوا و شخصیت محلی مکان قطعیت می‌بخشند.

نمادهای شهری عموماً با اهداف از پیش تعیین شده توسط هنرمندان و معماران و سازندگان طراحی و اجرا می‌شوند و هنگامی که این نمادها با اهداف مشخصی ساخته می‌شوند، موجب کیفیت بصری آن شهر و زنده بودن آن شهر می‌شوند.

فرهنگ:

فرهنگ محصول تلاش‌های متفاوت انسان در راه خلق و آفرینش یک اثر است که از آزادی عمل و اراده او سرچشمه می‌گیرد. فرهنگ مجموعه پیچیده‌ای از دانش‌ها، باورها، هنرها، قوانین، اخلاقیات، عادات و هرچه که فرد به عنوان عضوی از جامعه خویش فرامی‌گیرد تعریف می‌کند. فرهنگ دیدگاه و نگرش انسان را نسبت به خود جامعه و طبیعت، شکل و جهت می‌بخشد.

فرهنگ، راه مشترک زندگی، اندیشه و کنش انسان است. فرهنگ فارسی معین واژه «فرهنگ» را مرکب از دو واژه «فر» و «هنگ» به معنای ادب، تربیت، دانش، علم، معرفت و آداب و رسوم تعریف کرده‌است. نخستین کسی که فرهنگ را از تعریف کلاسیک آن خارج کرد و مترادف با تمدن به کار گرفت، ادوارد بانت تایلور مردم‌شناس انگلیسی در سال ۱۸۷۱ بود که با انتشار کتاب خود فرهنگ ابتدایی فرهنگ را به عنوان مجموعه‌ای کامل، شامل دانش، عقاید، هنر، اخلاق، قانون، آداب و رسوم و توانایی‌هایی که بشر به عنوان عضوی از جامعه آنها را اخذ می‌کند، معنا کرد (19).

تایلر می‌گوید، فرهنگ مجموعه‌ای پیچیده‌ای است که تمام اشکال دانش، عقاید، هنر، قوانین و هر نوع قابلیت دیگری را که افراد به عنوان عضو جامعه به دست می‌آورند را در بر می‌گیرد. به عقیده ابن خلدون انسان‌ها به وسیله استعداد، تفکر و تأسیس اجتماع، فرهنگ از حیوانات بازشناخته می‌شوند و فرهنگ با بی‌نظمی به وجود نمی‌آید. بنابراین فرهنگ عامل بسیار مهم برای رشد و تعالی انسان می‌باشد (20). به سبب فرهنگ‌های مختلف، نمادها و نشانه‌ها نیز متفاوت از یکدیگر طراحی و اجرا می‌شوند.

فرهنگ از طریق سیستم نظم و مفاهیم را به وجود می‌آورد و مفاهیم در فرهنگ تأثیر می‌گذارند. زمانی که در اعتقادات و افکار انسان تغییر رخ دهد، فضای فیزیکی و محیط دست ساخته انسان نیز تغییر می‌کند. خاص بودن اندیشه‌های ذهنی افراد در مورد مکان، هویت مکانی را به وجود می‌آورد هر چقدر که میان احساسات فرد و مکان زندگی اش هم خوانی بیشتری وجود داشته باشد، فرد نسبت به آن مکان احساس تعلق خاطر بیشتری دارد (10). نشانگان و نمادهای فرهنگی در فضای شهری موجب تقویت هویت بخشی به افراد آن جامعه می‌گردد. فضاهای شهری و پارک‌ها و میدانین فضای تجمعی در شهرها موجب تقویت حیات جمعی شده و به سبب آن زمینه تقویت هویت را فراهم می‌کند. در مقابل نمادهای ضد فرهنگ و ضد هویت و تهاجمات و تعارضات فرهنگی بیگانگان و نمادهای بیگانه ممکن است زمینه تضعیف هویت را فراهم آورد.

محیط:

محیط همانند فرهنگ، به طور سنتی در شناساندن هنجارهای مناسب رفتاری در گروه نقش داشته است و بدون چنین مساعدتی، رفتار صحیح سخت و طاقت فرسا می شود (3). کوبین لینچ محیط شهر را وسیله ای ارتباطی می داند که هم نماد های صریح و هم نماد های ذهنی را در بر دارد. وی برقراری ارتباط میان شهروندان و شهر را بخشی از معنا دانسته و آن را خوانا می نامد بدین معنا که ساکنین یک سکونتگاه تا چه میزان قادر به برقرار ارتباط صحیح با یکدیگر از راه عناصر و شاخصه های کالبدی نمادین هستند. شاخصه گرایی و نمادگرایی وی بسیار با اهمیت می باشد که به یکی از ارزش هاش شکل شهر تبدیل می شود. شهر باید نمایانگر جامعه و ماهیت جامعه بوده و آن را تقویت کند (12, 13).

به عقیده هلباخ داده های محیطی در سه نوع تفکیک شده است:

۱. محیط طبیعی: مانند خاک، هوا، نور، جنگل و ... که انسان و رفتار وی را تحت تأثیر قرار می دهد و به وسیله انسان دگرگون می شود.
۲. محیط اجتماعی: فضای زندگی اجتماعی که همان مسکن، محله و شهرها را تشکیل می دهد می باشد.
۳. محیط فرهنگی: که شامل کتابها، کتابخانه ها، قوانین، دولت ها، بناها و شهرها است. محیط فرهنگی به وسیله انسان ایجاد شده و تاریخ را منعکس می کند (21).

الگو:

یکی از راه های مناسب جهت گسترش نمادهای شهری الگو سازی است. به گفته آدام اسمیت، «الگو یک سری فرضیات مشترک است. الگو روشی است که با آن دنیا را تعبیر می کنیم. الگو دنیا را برای ما شرح می دهد و ما را در پیش گوئی عمل کرد آن یاری می دهد» الگو بیشتر به "ساخت و روابط بین عناصر یک واقعیت" توجه دارد و طرح ساده شده ای است که خطوط اساسی یک مجموعه اجتماعی و نسبت های موجود بین آن ها را مشخص می کند. البته الگوها بسته به زمان ها و فرهنگ ها بسیار متفاوت هستند و الگوها می توانند زندگی انسان ها را تحت تأثیر قرار دهند. الگو باید مختص آن مکان و فرهنگ باشد. در واقع الگوها را نمی توان از موضوعی که شکل گرفته جدا نمود (22). رمز پویایی الگوها به زنده بودن و زنده ماندن آن است. الگوها زمانی می توانند زنده بمانند که نیروی درونی، خود را آزاد کنند. متفاوت هستند و هر هنرمندی از یک نوع الگو جهت رسیدن به اهداف خود استفاده می نماید. البته این موضوع در هنرمندان گذشته نیز وجود دارد، مثلاً پالادیو معمار ایتالیایی دوران رنسانس در طرح هایش از زبان الگویی استفاده می کرد. یا فرانک لویت رایت معمار سرشناس آمریکایی جنبش مدرن نیز طرح هایش را از زبان الگویی به دست می آورد (22). زبان الگو ابزاری است که به وسیله آن موضوع خود را تداوم می بخشد و ساختار خود را حفظ می کند و پیوسته زنده نگه داشته می شود.

تصویر ذهنی متأثر از بعد معماری:

تصویر ذهنی متأثر از مکان و شیوه معماری ایجاد می شود. ساختار روشن، زنده و پیوسته علاوه بر این که می تواند تصویری دقیق به وجود آورد، بلکه می تواند تداعی کننده مکان نیز باشد و همین طور می تواند برای خاطرات مشترک و تعاملات جمعی ساکنان مکان، ماده خام فراهم آورد. تصویر ذهنی با ویژگی های فرهنگی - اجتماعی، سطوح تطبیق دهی، اهداف، انتظارات و عوامل درونی و بیرونی تغییر می کند. تصویر ذهنی می تواند بصورت سلسله مراتبی عمل کند، با تصویر

ذهنی، یک نتیجه از هم‌افزایی محله‌ها و با تصویر ذهنی محله، یک نتیجه از هم‌افزایی بلوک‌ها حاصل گردد. تصویر ذهنی، متأثر از نمادهای معماری یک شهر برای ساکنانش تقویت می‌گردد (23). نمادها و نشانه‌های معماری شهری، زمینه تصویر ذهنی مثبت یا منفی را فراهم می‌نماید.

یکی از جنبه‌های مثبت محیط اثرگذار "تصویر ذهنی یا خوانایی" است که در اثر شناخت محیط بصری و توسط افراد شکل می‌گیرد.



شکل ۵. نمایی از برج آزادی، نماد شهر تهران (نگارنده)

مطابق نظر لینچ تصویر ذهنی یک محیط متأثر از سه قسمت است: هویت، ساختار و معنا.

۱. هویت: به اشیایی از محیط اطلاق می‌شود که در رابطه شکل و زمینه نقش شکل را ایفا می‌کنند.

۲. ساختار: به رابطه ویژه اشیا و عناصر محیط گفته می‌شود.

۳. معنا: سودمندی احساسی یا عملی عناصر محیط است (23).

کیفیت وضوح (خوانایی):

یکی از ویژگی‌هایی که تأثیر بسزایی در ارتقای کیفیت محیط پیرامون زندگی افراد در مجموعه‌های مسکونی دارد، کیفیت وضوح (خوانایی) می‌باشد. خوانایی می‌تواند در دسترسی این‌گونه مجموعه‌ها، ورودی‌ها و فضاهای اصلی مجموعه کمک شایانی نماید. خوانایی زمینه درک یک کل را فراهم می‌نماید و در دو سطح اهمیت پیدا می‌کند: فرم کالبدی و الگوی‌های فعالیت. یکی از موارد مهم در خصوص خوانایی این است که مکان‌ها در یکی از این دو سطح خوانا و قابل فهم می‌شوند، بهره‌گیری کامل از امکانات بالقوه یک مکان در گرو خوانایی مکمل هم فرم کالبدی و هم الگوی فعالیت می‌باشد. یک محله، مجموعه ساختمانی یا فضای داخلی وقتی خوانا و نمایان است که ترکیبی سازمان یافته از اجزایی مرتبط را داشته باشد، این نمایانی هم در نقشه ساختمان و هم در فرم سه‌بعدی آن وجود دارد زیرا بر اساس نظر اولریخ نیرس طرح‌واره‌هایی که برای اکتشاف و شکل‌دادن به تصاویر ذهنی به کار می‌روند یکسان هستند (24).

شناختن آسان اجزای شهری تا بتوان در ذهن با ارتباط دادن آن اجزا تصویر روشن و بدون ابهامی از شهر به دست آورد که این تصویر به جهت یابی افراد و اینکه مسیرشان را گم نکنند کمک می‌کند. این ویژگی به افراد احساس امنیت می‌دهد و باعث می‌شود آنها در محیط نوعی نظم را حس کنند (12, 13). کوین لینچ از نظریه‌پردازان بنام قرن بیستم حوزه شهر و مسائل پیرامون همچون تصویر ذهنی محله‌ها را قسمت نسبتاً بزرگی از شهر می‌دانست که بایستی واجد

خصوصیاتی باشد. از نظر او مناظر یک محله را می توان همیشه از درون آن شناخت و گاه نیز ممکن است وقتی ناظر از کنار آن می گذرد یا به جانب آن می رود، از بیرون به شناسایی بپردازد. لذا خوانایی را قابلیت سازماندهی منطقی و ساخت الگوهای ذهنی از یک مکان توصیف می کند. درجه و میزان خوانایی بسته به توانایی فضا در شکل دهی یک تصویر ذهنی مشخص دارد. همینطور لوریچ خوانایی را شخصیت یک فضا می داند که می تواند ضمن ایجاد نقشه های شناختی قابل فهم به مسیریابی افراد نیز کمک کند. این موضوع بویژه برای افراد بیگانه خیلی مهم است چرا که آنها نیاز دارند، بدون مقدمات قبلی و به سرعت به درک مکان نایل آیند. دو مؤلفه اصلی بر درک و شناخت فضایی تأثیر گذار است: ویژگی های فضا و ویژگی های کاربر. به این صورت که کاربر اطلاعات موجود در فضا را طی فرآیند روان شناختی دریافت و پردازش کند و ویژگی های شخصیتی خود کاربر هم بر این اطلاعات و روند پردازش آن تأثیر می گذارد. خوانایی فضا تحت تأثیر نوع چیدمان فضاها در پلان و میزان پیچیدگی آن و همچنین میزان شاخص بودن المان های سه بعدی موجود در محیط است. خوانایی فضا با دانش فضایی مرتبط شده است. زیرا خوانایی یکی از عواملی است که بر درک افراد از محیط تأثیر گذار است. فضای خوانا دارای سلسله مراتب روشن ساده و صریح است. این ویژگی ها شناخت سریعتر و راحت تری از محیط را امکان پذیر می کنند (25). برابر نظریه «وضوح» لینچ هرچه عوامل مؤثر در ایجاد وضوح بیشتر باشد و مؤثرتر عمل کند، شناخت محیط و کاربرد آن آسانتر می شود. این نظریه بر اهمیت ویژگی های محیط تأکید می کند (21).

حس تعلق:

حس تعلق، شکل گیری نیاز عاطفی و یا یک احساس در انسان است که به یک مکان یا یک موضوع خاص احساس وابستگی دل انگیزی به وجود می آید. احساس تعلق زمانی رخ می دهد که فرد احساس کند بخشی از چیزی بزرگتر از خودش می شود و تأثیر مثبتی در افزایش عزت نفس خواهد داشت. رلف بر عمیق ترین سطح وابستگی به مکان به صورت ناخودآگاه اشاره می نماید و اعلام می دارد ناآگاهانه بودن حس تعلق، زمانی خود را نشان می دهد که فقدان یا جدایی فرد و مکان اتفاق بیفتد و حس تعلق موجب رخداد طیف وسیعی از بی مکانی تا تعلق و هم ذات پنداری شدید با مکان گردد.

بهره گیری از تکنولوژی:

تکنولوژی یک واژه عمومی برای روندهایی است که انسان به وسیله آن ابزار و ماشین آلات را به منظور افزایش نظارت و درک و احاطه بر مواد و مصالح می سازد. شاخه ای از دانش که با ایجاد و استفاده از وسایل و ابزار تکنیکی سرو کار داشته و روابط میان زمینه ها را با زندگی جامعه و محیط بر مبنای تبیین موضوعاتی چون فنون صنعتی، علوم کاربردی و علوم محض برعهده دارد. واژه تکنولوژی برگرفته از ریشه یونانی "technikon" و دلالت بر امری است که به تخته تملق دارد (26). تکنولوژی صرفاً مجموعه ای از فرآورده های تکنولوژیک نیست، به چیزهای دیگری هم مربوط می شود. به اینکه چگونه مردم و به طور خاص تر مهندسان، این فرآورده ها را قابل بهره برداری می کنند، چگونه از آنها برای برآوردن مقاصد خاص خودشان استفاده می کنند. تکنولوژی مبین تلاش انسان هاست، تلاشی برای مناسب کردن دنیایی که در آن زندگی می کنیم، برای برآوردن امیال و نیازهای مان. از این رو کنش تکنولوژی را می توان نوعی رفتار انسانی هدفگرا دانست (27). یکی از مباحثی که تحولات عظیمی در دنیای امروزی به وجود آورده است پیشرفت روزبه روز تکنولوژی می باشد. به عنوان مثال در گذشته به دلیل عدم پیشرفت تکنولوژی و تکنیک های ساخت امکان ایجاد نمادها و نشانه های خاص فراهم نبود. اما امروزه تکنیک ها و مصالح نوین قدرت سازندگان را برای تولید سازه ها و نمادهای خاص و پیچیده را بالاتر برده است. تکنولوژی سهم بسزایی در انتخاب نوع طراحی و اجرای معماری دارد. این

پیشرفت نوآوری‌هایی را به همراه دارد. عدم بهره‌وری از تکنولوژی‌های روز دنیا، اجرای ایده‌ها، طرح‌ها و نمادها را گاهی با مشکل مواجه می‌کند. همچنین با توسعه تکنولوژی، تکنیکهای ساخت نیز دستخوش تغییرات بسیاری شده است.

مفهوم کیفیت و سرزندگی در زندگی شهری:

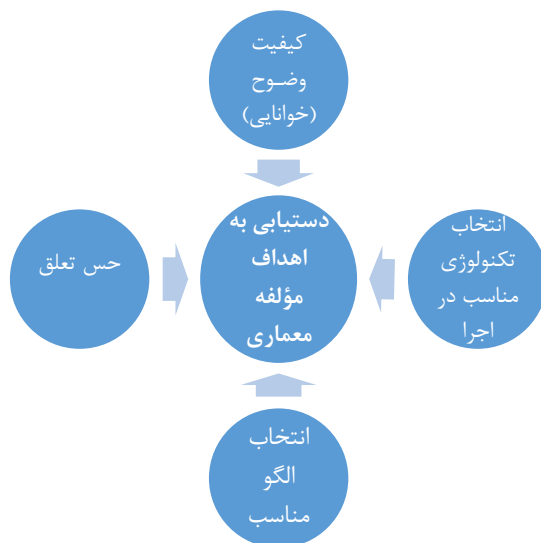
کیفیت در فرهنگ فارسی به معنای "چگونگی، چونی، صفت و حالت چیزی" می‌باشد و در زبان انگلیسی "ماهیت، نوع یا خصوصیت یک شی" اشاره می‌کند. کیفیت یک شی درجه و میزان برتری، مشابهت یا فروتری آن نسبت به اشیاء دیگر است که توسط انسان از طریق ذهنی و عینی به عنوان مجموعه ویژگی‌های آن شی درک و محسوب می‌گردد. با دستیابی به مفهوم کیفیت به مؤلفه‌های فرم مطلوب، معنا و عملکرد مناسب محیط دست می‌یابد (11). کیفیت، چگونگی یک چیز یا پدیده می‌باشد که تأثیر عاطفی و عقلانی خاص بر انسان می‌گذارد. کیفیت محیط یکی از مفاهیم محوری دانش و حرفه طراحی شهری بوده و طبیعتاً از اهمیت فراوانی برخوردار است. در حدی که بسیاری از نظریه پردازان ارتقاء کیفی محیط و فضا را مهمترین وظیفه فعالیت طراحی شهری می‌دانند. کیفیت‌ها می‌توانند حاصل از فرم، عملکرد و یا معنای یک عینیت باشند. لنین معتقد بود که اگر بناست طراحی شهری مفید واقع گردد باید قادر باشد تا از راه اعتلاء کیفیت محیط کالبدی به اعتلاء کیفیت زندگی انسان یاری نماید.

بطور کلی دو عامل بر کیفیت تأثیر مستقیم دارد:

- * عوامل درونی که به فرد و جامعه‌اش مربوط می‌شود و شامل چهار عامل مذهب، جهانبینی، تاریخ و فرهنگ می‌باشد.
 - * عوامل بیرونی که از سوی تعاملات و تأثیرات سایر جوامع دیگر و تمدن‌ها بر فرد و جامعه‌اش تأثیر می‌گذارد (5).
- مفهوم سرزنده به معنای خوشایندی، سرزندگی و شادابی است. یکی از موارد با اهمیت که در مفهوم کیفیت اثرگذار است سرزنده بودن آن است. خوانایی، انعطاف پذیری و حس تعلق و بهره‌گیری از نمادهای هویتی در خوانایی شهرها، زمینه سرزندگی و شادابی ساکنین می‌گردد.



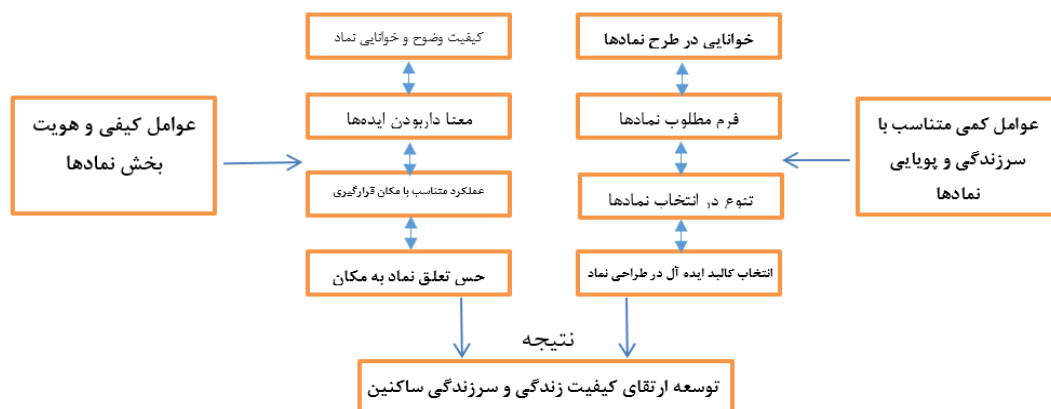
شکل ۶. بهره‌گیری از تکنولوژی در ساخت نمادهای شهری، مجسمه ماندگار علی و نینو باتومی



شکل ۷. چگونگی بهره‌گیری از مؤلفه معماری در نماد سازی متأثر از چهار عامل

نتیجه‌گیری

هدف اصلی پژوهش اهمیت به نمادهای هویتی و شناسایی مؤلفه‌های نمادهای شهری شامل معماری، اجتماعی، فرهنگی، محیطی و انسانی در جهت رسیدن به ارتقای کیفیت زندگی شهری است. مؤلفه‌های کالبدی در طراحی نمادهای شهری به عنوان یکی از عناصر اصلی تشکیل دهنده شهرها عموماً تحت تأثیر نیازهای مختلف به وجود می‌آیند. طراحی نمادهای هویتی در شهرها نقش مهمی در ایجاد هویت شهری، تقویت حس تعلق شهروندان به شهر خود و نیز جذب گردشگران و سرمایه‌گذاران را ایفا می‌نمایند. عوامل کمی متناسب با سرزندگی و پویایی در طراحی نمادها و عوامل کیفی و هویت بخش در طراحی نمادها در شکل زیر ارائه می‌گردد.



شکل ۸. بررسی عوامل کمی و کیفی طراحی نمادهای شهری

۱. افراد در مکان زیست و فعالیت خود (فضای معماری و زندگی) هویت پیدا می کنند. هرچه مکان زیست آنها از اهمیت کیفی و کمی بالاتر باشد، در عرصه های فرهنگی، اجتماعی و انسانی رشد پیدا می کنند. یکی از راه های پایدارسازی و ارتقای جایگاه مؤلفه های فرهنگی، اجتماعی و انسانی استفاده از نمادپردازی و نمادسازی، نشانگان در عرصه های فضای شهری و هویت بخش است که خود مانعی مستحکم در مقابل امواج تهاجم و ترور فرهنگی نیز می شود.
۲. خطر بحران هویت همواره نمادهای شهری را مورد تهاجم قرار می دهد، توسعه ی نمادپردازی و نمادسازی عناصر فرهنگی، اجتماعی و محیطی بایستی در متن طراحی فضاهای شهری قرار گیرد. توجه به مؤلفه های معماری در طراحی نمادها و نشانه ها، زمینه همبستگی با عناصر فرهنگی ملی و محلی آن شهر را فراهم می نماید.
۳. به عقیده کوین لینچ یکی از چهار شرط اصلی برای خلق تنوع بارور در خیابان ها، نواحی و نمادهای و در نتیجه دستیابی به سرزندگی فضای شهری، این است که محدوده و عناصر سازنده ی فضای شهری دارای بیش از دو کارکرد اصلی باشند. (خستو: ۱۳۸۹، ۶۴) لذا جهت ارتقای جایگاه نمادهای در شهرها و دستیابی به سرزندگی ساکنین در فضای شهری در جامعه توجه به ابعاد هویت و اهمیت به مؤلفه های نمادهای شهری در طراحی و خلق نمادها شکل می گیرد. به طور مثال، استقرار نماد و مجسمه ی اساطیر در میدان ها، نامگذاری باستانی و تاریخی محلات، خیابانها و کوچه ها، طراحی نمادین پل های روگذر که موجب یادآوری یک اثر یا معماری تاریخی باشند، رویکرد مناسبی به نمادهای شهری ایجاد می گردد.
۴. استفاده از نمادهای ملی و محلی متناسب با ریشه آن شهر یا منطقه در طراحی نمادها و نشانه های شهری، علاوه بر ارتقای کارکرد و کاربری آن، زمینه تعمق فکری و عقلانی ساکنین نسبت به آن موضوع و ارتقای حسن تعلق و ارزش معنوی و الگو سازی و رضایتمندی نسبت به آن عنصر فرهنگی و نماد را به همراه دارد و آن را به نماد و سمبل جاودانه تبدیل می نماید.
۵. بهره گیری از ابعاد و مؤلفه های انسانی در طراحی نمادها و نشانه ها در پاره ای از موارد موجب افزایش حس سرزندگی نسبت به آن مکان می گردد و در خاطرات نقش می بندد. بعنوان مثال طراحی مبلمان شهری بعلمت آنکه جزیی از محیط شهری بوده و همواره به هویت و شناخت کامل فضا کمک می نماید، زمینه بهبود کیفیت محیط و حسن تعلق به مکان را فراهم می آورد.
۶. توجه به قومیت های گوناگون و نمادهای فرهنگی، تاریخ و تمدن هزاران ساله معماری کشور و شهرها، بهره گیری از غنای فرهنگی، تاریخی و باستانی شان و همچنین توجه به تنوع اقلیم و گونه های مختلف طبیعی و جغرافیایی، بدون شک در ابعاد و مؤلفه های دستیابی به طراحی نمادپردازی و نمادسازی و نشانه ها کمک شایانی می نمایند. در نتیجه پایداری اجتماعی برای ساکنین شکل می گیرد، وضعیتی که در آن ساکنان از زندگی خود رضایت دارند.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در طی مراحل این پژوهش به ما یاری رساندند تشکر و قدردانی می‌گردد.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

حمایت مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

خلاصه مبسوط

Extended Abstract

Introduction

In contemporary urban studies, the concept of identity has gained increasing attention due to rapid and transformative changes within cities. Urban identity reflects the intrinsic connection between the built environment and the cultural, social, and environmental context in which it exists. Cities are not merely physical spaces but are shaped by diverse identity-forming symbols, including architectural landmarks, cultural expressions, environmental features, and human interactions. These symbols offer meaning, continuity, and coherence to urban life, reinforcing a sense of belonging and community among residents (3, 4).

The Iranian context provides a unique backdrop for studying identity, as it is rooted in Islamic and local traditions that shape the urban experience. Historically, Iranian cities have been shaped by strong religious, cultural, and spatial elements that define their symbolic and physical landscapes. This research is predicated on the belief that overlooking urban identity leads to incoherent, dysfunctional environments that fail to serve social, emotional, or functional needs of their inhabitants (6). Symbols in the city—whether visual, spatial, or cultural—play a communicative role and serve as vehicles for transmitting collective memory, shaping spatial behavior, and enhancing urban legibility (12).

The present study aims to investigate the nature and dimensions of urban identity symbols and their relationship with quality of life in urban environments. The research addresses key questions about the environmental, architectural, social, cultural, and human components of urban symbols, and how these components contribute to more vibrant, meaningful, and livable urban spaces.

Methods and Materials

This research adopts a qualitative-descriptive methodology, grounded in documentary and theoretical analysis. Data were collected through an extensive review of books, academic journals, and articles relevant to urban identity, symbolism, and quality of life. The research proceeds through two main stages: first, a conceptual exploration of urban identity and symbolic

components using content analysis; second, analytical modeling of the relationship between urban symbols and residents' perceived urban quality of life. The study categorizes symbols based on cultural, architectural, social, environmental, and human dimensions, emphasizing their individual and collective roles in shaping urban space. The research uses illustrative visual models to portray the relationships among identity indicators and quality of life dimensions.

Findings

The results of the analysis identify five primary dimensions that constitute urban identity symbols: architectural, social, cultural, environmental, and human. Each dimension encompasses specific indicators that play a role in enhancing urban vitality and quality of life.

The architectural dimension includes symbolic buildings, monuments, public art, and stylistic coherence in the urban fabric. These symbols act as visual anchors, fostering spatial orientation and contributing to urban character.

The social dimension consists of collective rituals, social interactions in public spaces, and the inclusivity of urban environments. Symbols that facilitate social cohesion are shown to positively impact trust, safety, and civic participation.

The cultural dimension involves historical narratives, local traditions, and spiritual expressions embedded in symbolic urban elements such as mosques, bazaars, and public squares. These foster a deep sense of belonging and pride among residents.

The environmental dimension refers to the integration of natural elements like rivers, gardens, and mountains with urban design. It includes sensory stimuli (light, sound, smell) that reinforce emotional connection to space.

The human dimension addresses the cognitive, emotional, and behavioral responses of citizens toward urban symbols, including the role of memory, identity formation, and sense of place.

Visual identity in urban spaces was found to enhance readability (legibility) of cities, particularly when symbols were integrated into structured and hierarchical urban layouts. Symbols with strong associative meaning—rooted in local history, religion, or shared experience—evoked a greater sense of security, coherence, and aesthetic satisfaction. Moreover, incorporating local and national symbols led to a stronger sense of community and place attachment, which in turn influenced perceptions of well-being and urban quality of life.

The study further revealed that identity-rich urban symbols serve as cognitive maps, assisting individuals in wayfinding and memory recall, particularly in dense or unfamiliar urban settings. They also play a role in resisting cultural alienation by affirming indigenous values and narratives in the face of globalization.

Discussion and Conclusion

The research concludes that urban identity symbols are essential to the design and development of vibrant, coherent, and livable cities. These symbols go beyond their aesthetic or physical functions—they serve as cultural and psychological anchors that reinforce place identity and community belonging. The interplay between identity and urban form is shown to have a direct impact on the perceived quality of life among city residents.

Urban symbols must be designed with contextual sensitivity. Architectural expressions, for example, should reflect both the historic memory and the evolving aspirations of a city's population. Similarly, cultural symbols should draw upon local traditions without succumbing to nostalgic replication. The study confirms that symbols are most effective when they are integrated into the urban fabric through participatory planning and when they reflect the lived experiences of diverse populations.

The findings also highlight the role of legibility—defined as the ease with which people can understand and navigate urban space—as a central feature of quality urban environments. Elements like scale, hierarchy, unity, and visual coherence all

contribute to the ability of symbols to communicate meaning and evoke emotional responses. In this context, symbols function both as communicative devices and as spatial regulators.

Furthermore, urban symbols contribute to vitality by encouraging interaction, promoting civic pride, and facilitating memory-making. Their effectiveness is increased when they reflect human scale, offer accessibility, and are placed in meaningful settings like intersections, parks, and historic districts. In addition, the integration of modern technologies has expanded the possibilities for symbolic expression, enabling dynamic, interactive, and multi-sensory installations that resonate with younger populations.

Ultimately, a key recommendation from this study is that city planners, designers, and policymakers prioritize symbolic elements not as decorative afterthoughts but as strategic tools for urban development. A city that communicates its identity effectively through symbols offers not only better aesthetics but also higher levels of satisfaction, emotional attachment, and social cohesion among its inhabitants. Therefore, investment in identity-based design—grounded in cultural, social, and environmental realities—should be considered a central component of sustainable urban development strategies.

References

1. Gatt-Diner M. Key Concepts in Urban Studies. Tehran: Translated by Hatami Nejad, Hossein, Barati Nia, Abdol-Motaleb, Toseh Ketabdar Publications; 2014.
2. Behzadfar M. City Identity: A Look at the Identity of Tehran: City Publishing Institute, Tehran; 2011.
3. Fekouhi N. Place-Based Identity and Identity Crisis in Urban Space: A Case Study of Two Residential Complexes in Tehran. Iranian Anthropology Researches. 2013;7-18.
4. Zargami I. Theory of Social Sustainability and Residential Complexes: Tehran: Shahid Rajayi University Publications; 2017.
5. Naqizadeh M. Islamic Architecture and Urbanism (Theoretical Foundations): Raheyan Publishing Institute, Tehran; 2006.
6. Rezghi M, Rezghi K. Analysis of Urban Spaces: First and Last Publications, Tehran; 2016.
7. Habibi M. From Shahr to City: University of Tehran Publishing Institute; 2008.
8. Pakzad J. Theoretical Foundations and Processes of Urban Design: University of Tehran Publications, Tehran; 2010.
9. Hosseini M, Dejdaar O, editors. Investigating the Effective Indicators on Place Identity in Social Housing: A Case Study of Mehr Housing, Golha, Hamadan. International Conference on New Horizons in Civil Engineering, Architecture, and Urban Development; 2019.
10. Mahdavi Nejad MJ. Identity Symbols of Tehran: Century Architecture Art, 1st Edition, Tehran; 2014.
11. Hajjalizadeh J, Pour Mohammad A. Pedestrian-Oriented Urban Spaces: Tehran: Professors' Publications of the University; 2018.
12. Lynch K. Theoretical Foundations and Processes of Urban Design: University of Tehran Publications, Tehran; 2008.
13. Lynch K. The Image of the City: Translated by Manoochehr Mazini, Tehran: University of Tehran Publications; 2008.
14. Akhavan M. Representation of Urban Identity-Forming Elements in Travelogues: A Comparative Study of Tehran and Counties of Tehran Province. Scientific-Research Journal of Social Studies and Research in Iran. 2013;1(4):75-100.
15. Deheshiri MR. Media and Culturalization. Cultural Research Quarterly. 2009;2(8).
16. Burkhardt T. Meanings of Mirror Symbols: Translated by Ahmadreza Ghaem Maghami, Compiled by Mostafa Dehghan, Tehran; 2005.
17. Berten H. The Idea of Postmodernism: London: Routledge; 1995.
18. Noghrehkar A. An Introduction to Islamic Identity in Architecture and Urbanism: Ministry of Housing and Urban Development Publishing Institute, Tehran; 2008.
19. Ashouri D. Definitions and Concepts of Culture: Agah Publishing Institute, Tehran; 1978.
20. Baali F. Society, State, and Urbanization: Sociological Thought of Ibn Khaldun: Translated by Gholamreza Jamshidiha, Tehran: University of Tehran Publications; 2003.
21. Mortazavi S. Environmental Psychology and Its Applications: Tehran: Shahid Beheshti University Publications; 2001.
22. Alexander C. The Timeless Way of Building: Translated by Mehrdad Qiyumi Bidahandi, Tehran: Rozaneh Publications; 2018.
23. Alnasr J. Evaluative Mental Image of the City: Translated by Masoud Asadi Mahalchali, Tehran: Samin Publications; 2014.
24. Lang J. Creating Architectural Theory: The Role of Behavioral Sciences in Environmental Design: Translated by Alireza Aini Far, Tehran: University of Tehran Publications; 2007.
25. Soltani S, Khaki A, editors. Analyzing Readability in Workspaces Using Analytical Syntax Method: A Case Study of Administrative Building in Pre-Construction Phase. National Conference on New Theories in Architecture and Urban Planning; 2014: Islamic Azad University, Qazvin Branch.
26. Rostami Parizad R. The Role of Technology in the Quality of Architectural Spaces and Its Impact on Sustainable Architecture: Shiraz: Architectural Studies; 2019. 1-6 p.

27. Vermaas P, Kross P. An Approach to the Philosophy of Technology: Translated by Mostafa Taghavi, Fakh Kakaei, Tehran: Ame Publications; 2012.