



An Analysis on the Planning of Identity Signs in the Urban Spaces

ARTICLE INFO

Article Type

Analytical Review

Authors

Seyfi Farzad H.^{*1} MSc,
Ghourchi M.² PhD,
Poor Azizi A.¹ MSc

How to cite this article

Seyfi Farzad H, Ghourchi M, Poor Azizi A. An Analysis on the Planning of Identity Signs in the Urban Spaces. Political Spatial Planning. 2019;1(2):83-89.

ABSTRACT

Aims Urban spatial planning may be defined as the spatial planning in the geographical location of the city, based on the approach of providing the needs of inhabitants within the geographic spaces, following the recreation of the roles and functions of urban elements. By planning identity signs in urban spaces, it is meant to make the safety and security of the city sustainable. By identifying the emotional, psychological, and educational needs of citizens, visual discipline is created; by planning the identity signs of city's index and planning the signs, vitality is created for citizens; and in completion, with city architecture, facade and urban landscape will be managed in such a way that the citizens' mental and objective needs are met. Given the role of signs in the city, the question of this study is in what situations, will signs meet the need for security and self-awareness of the inhabitants? In what situations, are vitality and beauty transmitted to the citizens and affect the city's atmosphere? Applying a descriptive-analytical method and using library studies as well as available documents, this study examined the planning of urban signs to achieve the main function of the sign.

Conclusion Signs in urban spaces with appropriate planning can have positive effects and meet citizens' needs for self-awareness, security, education, etc. In this regard, convergence should be created among decision makers, urban managers, and culture, community, economics, politics, and geography of the urban space of citizens.

Keywords Urban Spatial Planning; Urban Signs; Identity Elements; Urban Identity

¹Humanities Department, Geography Faculty, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

²Earth Sciences Department, Geography Faculty, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

*Correspondence

Address: Tarbiat Modares University, Nasr Bridge, Jalal-Al-Ahmad Highway, Tehran, Iran
Phone: +98 (21) 82880000
Fax: -
hadisayfifarzad@yahoo.com

Article History

Received: February 01, 2018
Accepted: March 06, 2018
ePublished: June 21, 2019

CITATION LINKS

[1] Criteria for identification and assessment of city identity [2] National identity elements with researchial approach [3] Urban identity [4] Improvement and urban reconstruction in terms of geography [5] Assessment of urban identity in the Iranian new towns in base of the Isfahan identity school [6] A search in the concept of the Iranian city [7] The openness of open space [8] Open urban spaces [9] The role of landscape architecture in recreating signs of life and identity in urban landscape [10] Qualitative research methods in human geography [11] An investigation of forces influence on urban space formation [12] Environmental philosophy and geography schools

تحلیلی بر آمایش نشانه‌های هویتی در فضاهای شهری

هادی سیفی‌فرزاد * MSc

گروه جغرافیای سیاسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، ایران

مرتضی قورچی PhD

گروه جغرافیای انسانی و آمایش، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

علی پورعزیزی MSc

گروه جغرافیای سیاسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، ایران

چکیده

مقدمه: آمایش شهری، به تعبیری آمایش سرزمین در محدوده فضای جغرافیایی شهر است که با رویکرد تحقق نیازهای سکنه در درون فضاهای جغرافیایی به دنبال بازآفرینی نقش‌ها و کارکردهای عناصر شهری است. منظور از آمایش نشانه‌های هویتی در فضاهای شهری آن است که ایمنی و امنیت در شهر پایدار شود. با شناسایی نیازهای عاطفی، روانی و آموزشی شهروندان، انتظام بصری صورت گیرد و با آمایش نشانه‌های هویتی شاخص شهر و آمایش نشانه‌ها، سرزندگی برای شهروندان رقم بخورد و در تکمیل آن، با معماری شهر، نما و منظر شهری مدیریت شود، به گونه‌ای که در ادامه نیازهای ذهنی و عینی شهروندان برآورده شود. با توجه به نقش نشانه‌ها در شهر؛ سؤال این پژوهش این است که نشانه‌ها در چه صورتی نیاز به امنیت و خودآگاهی سکنه را برآورده خواهند کرد؟ سرزندگی و زیبایی در چه شرایطی به شهروندان منتقل می‌شود و فضای شهر را متأثر می‌کند؟ این تحقیق با شیوه توصیفی-تحلیلی و با بهره‌گیری از مطالعات کتابخانه‌ای و اسناد و مدارک موجود به بررسی آمایش نشانه‌های شهری برای رسیدن به کارکرد اصلی نشانه پرداخت.

نتیجه‌گیری: نشانه‌ها در فضاهای شهری با آمایشی مناسب می‌توانند کارکردهای مثبتی داشته باشد و نیاز شهروندان به خودآگاهی، امنیت، آموزش و غیره برآورده کنند. در همین زمینه باید بین تصمیمات برنامه‌ریزان و مدیران شهری و فرهنگ، اجتماع، اقتصاد، سیاست و جغرافیای فضای شهری شهروندان همگرایی ایجاد شود.

کلیدواژه‌ها: آمایش شهری، نشانه‌های شهری، عناصر هویتی، هویت شهری

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۱/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۲/۱۵

* نویسنده مسئول: hadisayifizarad@yahoo.com

مقدمه

آمایش در کلیت خود به دنبال تامین نیازهای جامعه از درون فرصت‌هایی است که فضای جغرافیایی در اختیار آن قرار می‌دهد. در همین راستا آمایش، نیازمند شناخت محیط است و همچنین انسان پیوسته در حال سازمان‌دهی فضا است. ذهن انسان به تشخیص، رده‌بندی، نام‌گذاری و تمایزبخشی فضاها نیاز دارد. رده‌بندی و حریم پایه‌های شناخت و معنادارکردن جهان هستی‌اند. مجتمع‌های زیستی، ساختمان‌ها و مناظر همگی نتیجه تلاش ذهن انسان برای مفهوم‌بخشیدن به جهان و انسانی‌کردن آن از طریق اعمال نظامی خاص بر آن است. این نظم آگاهانه از طریق سازمان‌دهی و نام‌گذاری حاصل می‌شود. محیط‌های مصنوع در اجزا و در کلیت خود منظم هستند.

هانری لوفیور که به مقوله سازمان‌دهی فضایی پرداخته است به جنبه غیرمادی فضا بیشتر توجه می‌کند و معتقد است انسان‌ها براساس نیازهای اجتماعی خود فضای زندگی خویش را سامان‌دهی می‌نمایند، از این رو در تولید فضا و تبدیل آن به مکان‌هایی برای زیست فرهنگی، تجربه حافظه تاریخی و زندگی روزمره آن را دخیل می‌دانند. نحوه سازمان‌دهی فضایی یا به تعبیر لوفیور "تولید فضا" در دوره‌های تاریخی گوناگون به دلیل تغییر در بازیگران اجتماعی، موفقیت‌ها، عملکردها، شیوه معیشت و غیره اشکال متفاوتی به

خود می‌گیرد. در نتیجه نه فضای طبیعی و نه فضای ذهنی بلکه فضای اجتماعی است که برای انسان اهمیت بیشتری دارد. این فضا در جهان سرمایه‌داری، در نتیجه کنش متقابل زندگی روزمره و تقسیم‌بندی‌های شهری تولید می‌شود، بنابراین فضای تولیدشده، تاریخ‌مند، اجتماعی و نشأت‌گرفته از زندگی روزمره است.

منظر خلق‌شده در بستر خواستگاه این فضای اجتماعی خوانش روایات انسان‌هایی است که ضمن تجلی فرهنگ انسانی و جمع روابط قدرت و تولید دارای شروع، وسط و انتهای از بقای هویت، قدرت، موفقیت و شکست است.

روایت منظر همانند قوانین، واقعیت را نظام می‌دهند، اعمال را توجیه می‌کنند و مردم را برای عمل‌کردن به شیوه خاصی ترغیب یا مجبور می‌کنند. حال نشانه‌ها درون فضاهای شهری با توجه به کارکردها و ویژگی‌هایی که دارند باید نیاز شهروندان به خودآگاهی، امنیت و آموزش را که درون کارکرد هویتی شهر قرار دارد برآورده کند. به عبارتی مدیران شهری باید آمایش نشانه‌ها را در راستای نیاز و اهداف شهروندان قرار دهند. در همین زمینه باید بین تصمیمات برنامه‌ریزان و مدیران شهری و فرهنگ، اجتماع، اقتصاد، سیاست و جغرافیای فضای شهری شهروندان همگرایی ایجاد شود.

مبانی نظری پژوهش

هویت: هویت مستلزم درک دو معنای متضاد است؛ دو معنایی که در تقابل‌های دوگانه در مقابل هم قرار می‌گیرند ولی تکمیل‌کننده یک مفهوم به نام هویت هستند. این دو معنا همان شباهت و تفاوت هستند؛ شباهت درون‌گروهی و تفاوت برون‌گروهی است. این کیفیت به مفهوم متباین‌بودن در عین هماهنگی نیز شباهت دارد و می‌توان آن را تمایز از غیر و تشابه با خودی دانست [1]. بنابراین این "من" اگر گروه باشد، در این صورت هویت گروهی مجموعه‌ای از خصایص مشترک اجتماعی و فرهنگی را شامل می‌شود که دیگر گروه‌ها فاقد آن هستند.

می‌توان مولفه‌های هویت را ارزش‌ها، اعتقادات، هنجارها، نمادها، آگاهی‌ها، طرز تلقی‌ها، احساسات، نیازها و تمایلات دانست. هویت جمعی، هویت گروهی است که یک جمع (گروه) را از دیگر جمع‌ها (گروه‌ها) جدا می‌سازد [2]. بدیهی است که هویت ملی، هویت شهری، هویت روستایی و غیره در حوزه هویت جمعی قرار دارد. با این وجود می‌توان نتیجه گرفت که هویت را می‌توان به هویت فردی یا شخصی و هویت جمعی یا اجتماعی تقسیم‌بندی کرد (جدول ۱) [3].

هویت شهری: شهر، پدیده‌ای سرزمینی، تکوین‌یافته در تاریخ، حاصل فرهنگ و جلوه‌های فضایی نقش‌های انسان در محیط جغرافیای است. هر شهر تحت تأثیر محیط جغرافیایی، شامل ساختارهای فرهنگی-تاریخی آن منطقه جغرافیایی شکل می‌گیرد. البته ساختارهای فرهنگی از جمله ایدئولوژی و سیاست‌های حاکم بر هر منطقه جغرافیایی در هویت شهر تأثیر می‌گذارد. از این رو می‌توان گفت هویت هر شهر تجلی فرهنگ در محیط است [4]. بدین ترتیب می‌توان هویت شهری را شامل مشخصه‌هایی دانست که عبارت از تاریخ، مکان، خاطره جمعی، متن روابط اجتماعی عام و خاص و احساس تعلق فردی، خانوادگی، گروهی، قبیله‌ای، مکانی، رویدادهای اجتماعی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی و سیاسی، دگرگونی‌های جامعه‌ای حقوق و وظایف شهروندی یا فقدان آنها، سطح فناوری و روابط کهنتری و مهتری، جایگاه طبقاتی، روابط بین‌المللی و جایگاه ملی است. هویت شهری از خلال کنش و واکنش عناصر یادشده و از تضادها و فصول مشترک آنها سر بر

فضای شهری فضایی است که به همه مردم اجازه می‌دهد که به آن دسترسی داشته و در آن فعالیت کنند. در فضا فرصت آن وجود دارد که برخی مرزهای اجتماعی شکسته شوند و برخوردهای از پیش تدوین‌نیافته به وقوع بپیوندند و افراد در یک محیط اجتماعی جدید با هم اختلاط یابند. تقی‌زاده ویژگی‌های مطرح فضای شهری از جمله امکان دسترسی عام، مسقف‌نبودن، دسترسی و حضور پیاده و غیره را تشریح کرده است (جدول ۲) [8].

جدول ۲) ویژگی‌های مطرح فضای شهری

ویژگی فضای شهری	شرح
امکان دسترسی عام	دسترسی همه مردم در همه اوقات بدون هیچ محدودیت خاص؛ هر چه امکان حضور مردم در یک فضا با سهل‌ترین شرایط بیشتر باشد، این فضا گرایش به سمت فضای شهری دارد.
مسقف‌نبودن	فقدان سقف یکی از معیارهای اصلی فضای شهری است؛ این معیار با استناد به مصادیق رایج برای فضای شهری از قبیل میدان، خیابان، پارک و کناره معرفی می‌شوند.
دسترسی و حضور پیاده	فضای شهری باید به گونه‌ای باشد که پیاده‌ها در آن امکان حضور داشته باشند و صرفاً برای سواره‌های محصور در اتاقک اتومبیل نباشد.
حضور فیزیکی	در این دوران که فضای مجازی بر تعاملات و حضور و زیارت افراد تأثیرگذار بوده توجه به حضور فیزیکی افراد در فضا برای فضای شهری بودن ضرورت دارد.
رایگان بودن	برای حضور در فضای شهری نیازی به پرداخت هیچ‌وجهی نیست؛ البته این شرط مطلق نیست، بلکه مثلاً شاید برای حضور در برخی پارک‌ها مبالغی دریافت گردد و این موضوع به طور کامل قابل تعمیم نیست.
عمومی بودن	اصلی‌ترین ویژگی که باعث می‌شود فضایی را فضای شهری بنامیم، منظور از عمومی بودن این است که: ۱) همگان امکان ورود به آن را دارند و هیچ شهروندی از حضور در آن منع نمی‌شود. ۲) عملکرد خاصی برای آن مشخص نشده باشد، یا اینکه علی‌رغم عملکرد خاص، امکان حضور مردم در آن بدون پرداختن به آن فعالیت خاص، با پرداختن به سایر فعالیت‌های خاص وجود داشته باشد.
ظهور تعاملات اجتماعی	شرط اصلی و ضروری ظهور یک فضا به عنوان فضای شهری است؛ و شاید اصلح باشد که به جای استفاده از تعبیر تعاملات اجتماعی از تعبیری چون حیات شهری، فعالیت‌های اجتماعی، حیات مدنی و احراز وحدت اجتماعی و ظهور هویت جمعی و ملی استفاده کرد.

فضای شهری بیشتر دارای کارکردی اجتماعی در ارتباط مستقیم با روزمرگی شهروندان است. حال هر آنچه درون فضای شهری قرار گیرد با شهروندان در ارتباط خواهد بود. ارتباط بین فضاهای شهری با شهروندان زمانی شکل خواهد گرفت که زبان ارتباط را شهروندان درک کنند، به عبارتی به نظر می‌رسد که این زبان باید از جنس فرهنگ و هویت شهروندان باشد.

این پژوهش با شیوه توصیفی-تحلیلی و با بهره‌گیری از مطالعات کتابخانه‌ای و اسناد و مدارک موجود به بررسی آمایش نشانه‌های شهری برای رسیدن به کارکرد اصلی نشانه می‌پردازد.

نشانه‌های شهری: منظر شهری سطح تماس انسان و پدیده شهر است. شهر به مثابه متن از طریق یک واسط ارتباطی به عنوان رسانه‌ای دایمی و در دسترس همگان، همواره خود را به مخاطب عرضه می‌دارد [9]. مخاطب با ارتباطی که با آن برقرار می‌کند با توجه به آگاهی‌های قبلی خود تحت تاثیر آن قرار می‌گیرد و حتی با تکرار این ارتباط ارزش‌های خاصی که گاهی مد نظر دیگری است آموزش و نهادینه می‌شود. نشانه‌های شهری به عنوان برقرارکننده ارتباط،

می‌آورد، می‌بالد، می‌پاید، دگرگون می‌شود و حاوی وجوه مثبت و منفی متعددی می‌شود [5]. بنابراین هر شهری اجزا و عناصری را با صفات و ویژگی‌های خاصی داراست که موجب معرفی آن شهر و تمایز شهر و ساکنان آن با دیگر شهرها و دیگر افراد می‌شود. هویت و شخصیت شهر زمانی معنا پیدا می‌کند که شاخص‌های خاص شهر نمود یابند. شاخص‌هایی که ریشه در زمان و مکان دارند و با سنت، عقاید و فرهنگ آن جامعه پیوسته‌اند [4]. هویت شهر هم عینی و هم ذهنی است. عینی از آن نظر که در شهر یکسری نمایه‌های بیرونی مانند معماری، سازه‌ها و خدمات انسانی دیده می‌شود. بخش عمده‌ای هم ذهنی است و به تصوراتی که کالبد و فضای شهری در ذهن انسان ایجاد می‌کند مربوط می‌شود [5]. بنابراین هویت شهری شهر را از سایر شهرها و ساکنان آن را از ساکنان شهرهای دیگر جدا می‌کند.

جدول ۱) انواع هویت

انواع هویت و پرسش از هویت	دیگری (غیر)	وجه ارتباط با دیگری	قلمرو و تجسم عینی آن
هویت فردی			
من به عنوان موجود چه کسی هستم؟ (هویت وجودی)	جهان (هستی)	موجودیت	انسان
من به عنوان زن یا مرد چه کسی هستم؟ (هویت جنسی)	مرد/زن	جنسیت	بدن (تن)
من به عنوان یک سوژه (فاعل) آزاد انتخاب‌گر چه کسی هستم؟ (هویت فاعلی)	من مفعولی	فعلیت	نقش
هویت جمعی			
من به عنوان یک ایرانی چه کسی هستم؟ (هویت فرهنگی)	تمدن (دستاوردهای تمدنی و فرهنگی)	فرهنگ	تاریخ و تمدن
من به عنوان یک عضو در یک طبقه یا گروه چه کی هستم؟ (هویت طبقاتی یا گروهی)	سایر طبقات و گروه‌ها	ثروت، قدرت و منزلت	مالکیت، اقتدار و سبک زندگی (مصرف)
من به عنوان یک قوم یا نژاد چه کسی هستم؟ (هویت قومی و نژادی)	سایر اقوام و نژادها	نژاد (رنگ)، زبان و قومیت	-
من به عنوان یک عضو در یک قلمرو سیاسی چه کسی هستم؟ (هویت ملی)	کشور دیگر	ملیت (عضویت سیاسی-تابعیت)	دولت-ملت (قلمرو سیاسی و جغرافیایی-کشور)

فضای شهری: فضای شهری متعلق به شهر است و شهر نیز مانند هر پدیده انسان‌ساخت دیگر در همه مراتب وجودی خود جلوه حضور و اندیشه انسان و نمادی از ارزش‌ها، سنت‌های زیستی و هنجارهای جاری در اندیشه مردمانی است که علاوه بر برخورداری از اصول فرهنگی مشترک به واسطه تعلق به یک قلمرو فرهنگی در باورهای جمعی و به تبع آن در روابط اجتماعی خود به مرتبه‌ای از همبستگی و توافق رسیده‌اند و بر این مبنا به مکان سکونت و استقرار مشترک خود شکل داده‌اند [6]. لذا شهر مجموعه‌ای فرهنگی-کالبدی است که براساس نیازها، فعالیت‌ها و رفتارهای ساکنین آن شکل‌گرفته است. تقسیم فضاهای شهری را می‌توان براساس نحوه استفاده از آنها در سه دسته فضاهای عمومی، فضاهای نیمه‌خصوصی یا نیمه‌عمومی و فضاهای خصوصی تقسیم‌بندی کرد.

فضاهای شهری بخشی از فضاهای باز و عمومی شهرها هستند که ماهیت زندگی جمعی را متبلور می‌سازند [7]. لینچ معتقد است که

قالب بازنمایی، مدیریت فضای عمومی شهر را در دست می‌گیرد و به بازتولید نشانه‌های شهری ملهم از تفکر حاکم بر شهر می‌پردازد تا بتواند حافظه دیداری و شنیداری شهروندان را مدیریت نماید.

هویت شهری توسط نیروهایی که متن شهری را تدوین می‌کنند به صورت معنا و محتوا درون نشانه‌های شهری قرار می‌گیرند و نیروهای موثر در فضای شهری دست به ایجاد هویت شهری مورد نظر خود از طریق نفوذ در اذهان شهروندان می‌زنند و با تکرار آن در فضای شهری تقویت هویت شهری را سبب می‌شوند.

فضای شهری یکی از عناصر بسیار مهم در خوانایی شهر است، کلید درک و رابطه اصولی شهروند و شهر است. علاوه بر این، ویژگی اجتماعی و عمومی بودن از شرط‌های اساسی یک فضای شهری است که ارتباط بین شهروندان با یکدیگر و شهروندان با شهر را موجب می‌شود. با این توصیف‌ها نشانه‌های شهری را می‌توان متنی برای خوانایی در شهر و همچنین عامل و واسطه شهر و شهروند با خود و دیگران دانست.

با توجه به کارکردهای فضای شهری مانند ظهور وحدت جمعی و اجتماعی، انواع اطلاع‌رسانی، عملکردهای هنری، رفع نیازهای انسانی و غیره فضاهای شهری برای ایفای چنین نقش‌ها و عملکردهایی نیاز به ابزارها و سیستم‌عاملی دارد که در این مورد هم نشانه‌های شهری به صورت ابزارگونه و رسانه‌ای در اختیار فضاهای شهری قرار می‌گیرند تا در بطن این فضاها برای ایفای عملکردهای فضای شهری موثر باشند. بدیهی است که نیروهای زمانی، اداری، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و غیره نشانه‌ها را در اختیار فضاهای شهری برای نقش‌آفرینی در عملکردهای قرار می‌دهند. به عبارت دیگر "نشانه‌ها" درون فضای شهری در ایفای عملکردهای آن با توجه به ویژگی و تعریف نشانه نقش‌آفرینی می‌کنند. نشانه‌های شهری به عنوان یک عنصر خاص و نماد شاخص فضای شهری، عمل می‌کنند. این نشانه‌ها در راستای سبک‌ها، روش‌ها و اعتقادات یک اجتماع شکل می‌گیرند و می‌توانند به معرفی یک منطقه خاص به لحاظ تاریخی، جغرافیایی، فرهنگی و غیره بپردازند که در برقراری ارتباط موثر شهروندان و کسانی که به محل رفت‌وآمد دارند نقش مهمی ایفا می‌کنند. به این طریق زمانی که "خودی" و حتی "دیگری" به درون فضای شهری وارد می‌شود، در این فضا به واسطه نشانه‌ها از معنای درون آن آگاهی می‌یابد و از آن متأثر می‌شود؛ حال چنانچه این معناها یکدست و دارای رمزگانی از فرهنگ و هویت شهر باشد این آگاهی در همین راستا قرار می‌گیرد.

معنای نهفته و القا شده به شهروند (مخاطب) می‌تواند در راستای خوانایی شهر برای مسیریابی باشد. این عمل برای تداعی خاطرات در ذهن شهروندان، نقشه‌های ذهنی، کمک به فضاهای شهری برای ایفای نقش و عملکردهای خود در برابر شهروند یا به عنوان وسیله‌ای، کالبد و محتوای فضای شهری را تحت تاثیر قرار می‌دهند.

با تاکید بر گفتمان میان صورت ذهنی، جامعه و فضا که در جغرافیای رفتار فضایی مورد توجه است، افراد اطلاعات به دست آمده از محیط فیزیکی (طبیعی و انسان‌ساخت) و محیط اجتماعی را جذب و همسان می‌سازند و از این طریق تصویر و بازنمایی‌های روان‌شناختی و منحصر به فرد خودشان را از واقعیت‌ها ترسیم می‌کنند^[12]. فضای جغرافیایی بر ذهن و رفتار (آگاهی) مخاطبان خود تاثیر می‌گذارد، در نتیجه نشانه‌ها در فضاهای شهری معنا و محتوای خود را با رمزگان خود بر مخاطب عرضه و مخاطب را از معنای درون خود متأثر می‌کند و در ادامه در طراحی نقشه‌های ذهنی شهروندان ایفای نقش می‌کند.

رسانه‌ای است که با مشخصه‌های غنی از نمادهای معنی‌دار آکنده‌اند^[10]. فضای شهری یکی از عناصر بسیار مهم در خوانایی شهر و کلید درک شهر و رابطه اصولی شهروند و شهر است. علاوه بر این ویژگی اجتماعی و عمومی بودن از شرط‌های اساسی یک فضای شهری است که ارتباط بین شهروندان با یکدیگر و شهروندان با شهر را موجب می‌شود. با این توصیف‌ها نشانه‌های شهری را با توجه به مفهوم و تعریف نشانه، می‌توان متنی برای خوانایی در شهر و همچنین عامل و واسطه رسانی در ارتباط شهر و شهروند با خود و دیگران دانست.

نشانه‌ها درون فضای شهری از دو بخش فرم و محتوا تشکیل شده است؛ بنابراین نشانه‌های شهری با توجه به مفهوم نشانه می‌توانند درون محیط فیزیکی یا کالبدی و حتی نظام اجتماعی، معنا و محتوا را در فضای شهری خلق کنند؛ با این وجود نشانه‌های شهری تنها در بُعد فیزیکی و کالبدی (بدنه، ساختمان، قسمتی از بنا و تجسیدی) خلاصه و تعریف نمی‌شود. نیروهایی در فضای شهری اثرگذار هستند و موجب تحول و تکامل فضاهای شهری می‌شوند (جدول ۳)^[11]. از جمله نیروهای سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و غیره در شکل‌گیری نشانه‌های شهری و تحولات فرمی و محتوایی آن می‌توانند تاثیرگذار باشند.

جدول ۳) نیروهای موثر بر فضا و تحولات شهری

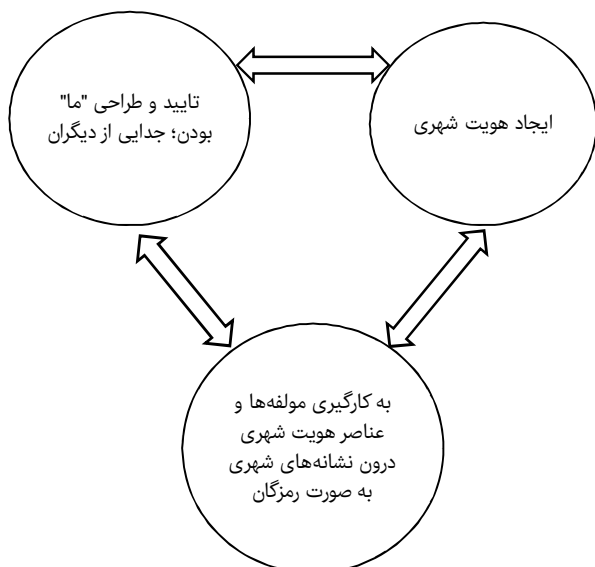
نیروهای موثر بر فضا و تحولات شهری	ویژگی نیرو
نیروی زمان	محصول تجربه ساکنین یا همان فرهنگ و گذشته تاریخی است، توجه به شرایط اقلیمی و ارزش‌های اجتماعی، با توجه به نیروی زمان فضای شهری نیز با توجه به تحولات فرهنگی و اجتماعی تغییر می‌کند.
نیروی اداری	با طرح‌های توسعه شهری سعی دارد کنترل‌های اداری را جایگزین نیروهای تاریخی کند؛ احداث شبکه‌های شطرنجی و صدور ساخت‌وسازهای منظم که تحت تاثیر ذهن طراح بوده نه نیازهای انسانی برای همین غیرانسانی است یا واجد طرح و نقشه، ذهنی طراح، از بالا به پایین و آمرانی
نیروی اقتصادی	توجه به مزیت‌های نسبی مکان، عدول از ضوابط پیشنهادی طرح‌های جامع و تفصیلی به دلیل نیاز مادی شهرداری‌ها، به گونه‌ای که فضای شهری را محصول سرمایه‌داران و نیازهای آنان می‌کند تا محصول نیاز جامعه و طراحی برنامه ریزان.
نیروی سیاسی	مبتنی بر اراده حکومت مرکزی و تجلی قدرت و ایدئولوژی حکومت مرکزی در فضای شهری از طرق مختلف، نماد شکوه و عظمت حکومت
نیروی اجتماعی	توجه به ارزش‌های اجتماعی و مصالح بلندمدت جامعه؛ تاثیر نیروهای اجتماعی در فضای شهری منجر می‌شود که فضای شهری بستر لازم برای تقویت مناسبات اجتماعی را داشته باشد در نتیجه احساس تعلق به اجتماع ساکن ایجاد شود.

نشانه‌ها به واسطه بازنمایی (تولید معنا از طریق چهارچوب‌های مفهومی و گفتمانی در داخل نشانه‌ها، به ویژه زبان یعنی "بازنمایی به لحاظ مفهومی") در دو جنبه مثبت (به طور مثال، نقش آن در بازسازی هویت قومی در برابر امپریالیسم فرهنگی و منفی "مبتنی بر ریاکاری و قلب حقایق در خدمت به سلطه و قدرت") ساخت و خوانش فضای شهر نقش‌آفرینی می‌کند. طبق نظر /یولاکست "نمایندن و نشان‌دادن به شیوه قاطع، به عبارتی طراحی‌کردن" در

شهری تاثیر خواهد گذاشت (شکل ۴).

پس از تایید وجود عناصر و مولفه‌های هویت شهری درون نشانه‌ها، مشخص می‌شود که آمایش و سازمان‌دهی نشانه باید در راستای ایجاد شرایطی قرار گیرد که کارکردهای فضای شهری را به دنبال داشته باشد. به عبارت دیگر کارکرد مناسب فضاهای شهری وابسته به ایجاد حس امنیت و تعلق در شهروندان است. ایجاد چنین احساسی در شهروندان نیاز به سازمان‌دهی نشانه‌های شهری در راستایی که معناها درون آن به عنوان یک کل واحد قرار گرفته باشد و هدفمندانه هویت شهری قابل تعمیم و مناسبی را القا کند، دارد.

هویت مرز میان "ما" و "دیگران" است؛ بنابراین باید دارای یک سری مولفه‌ها و عناصری باشد که بیانگر حقیقت و ویژگی‌های "ما" باشد. هویت هر شهر تجلی فرهنگ آن محیط است، فرهنگی که در طول زمان و بر پایه اندوخته‌های علمی، شرایط و ویژگی‌های جغرافیایی محیط شکل گرفته است. هویت شهر، خود شهر و شهروندان شهر را از دیگر شهرها و ساکنان در سایر شهرها جدا می‌کند. عمومی و اجتماعی بودن از ویژگی‌های ذاتی فضای شهری است که با قرارگیری نشانه درون آن این دو ویژگی را فراتر می‌کند. رسانه‌ای بودن نشانه که از ویژگی ذاتی آن است در راستای عمومی بودن و تعاملات اجتماعی فضای شهری قرار دارد که می‌تواند در درون خود معناهای مختلفی را رمزگان کند.



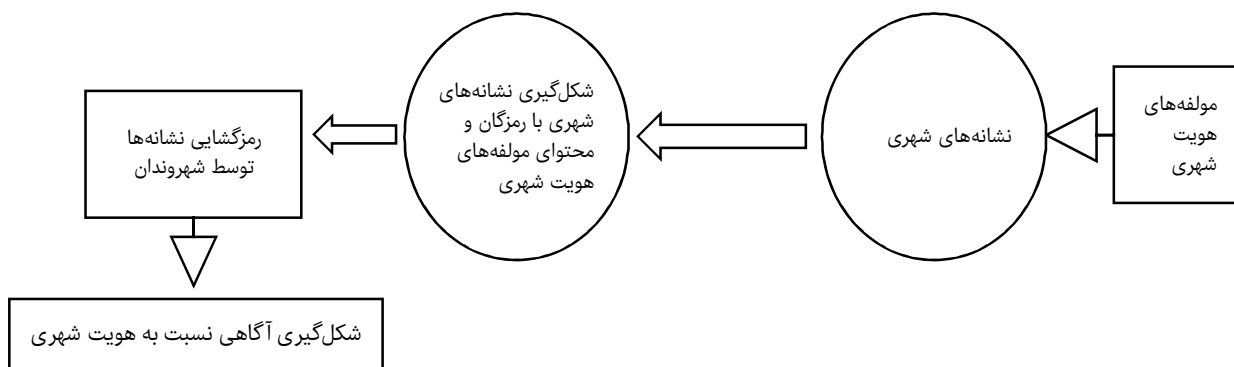
شکل ۱) رابطه عناصر هویت شهری و نشانه‌های شهری در شکل‌گیری آگاهی شهروندان

اگر نشانه‌های شهری در معناها و محتواهای خود متاثر از مولفه‌ها و عناصر هویت شهری قرار گیرند، این معناها و محتواها را بر مخاطب عرضه می‌کنند و موجب بازنمایی هویت شهری در اذهان مخاطبان می‌شود زیرا شهروندان از طریق رمزگشایی نشانه‌ها به درون محتوای آنها پی می‌برند و با کشف معنا از آن متاثر می‌شوند (شکل ۱).

ساکنان شهر به عنوان صاحبان اصلی فضای شهری به عنوان یک "ما" خود را از سایر شهروندان شهرهای "دیگر" جدا می‌بینند و خواهان این هستند که در مقابل دیگران خود را با مولفه‌ها و ویژگی‌هایی تعریف کنند. به همین منظور نیروهای متحول کننده فضاهای شهری مایل می‌شوند برای معرفی شهروندان خود معنا و محتواها را درون نشانه‌ها قرار دهند که هم معرف هویت شهروندان باشد و هم ساکنان شهر را از دیگران جدا کنند (شکل ۲).

برای تایید و طراحی "ما" شهروندی که جدای از "دیگر" شهروندان سایر شهرها است نیاز به ایجاد هویت شهری است؛ برای ایجاد چنین هویتی بین شهروندان نیاز به رسانه‌ای چون نشانه‌های شهری است. با قراردادن مولفه‌ها و عناصر هویت درون خود به عنوان رمزگان، آگاهی شهروندان را از هویت متاثر می‌کنند و همچنین موجب بازنمایی هویت در فضاهای شهری می‌شوند (شکل ۳).

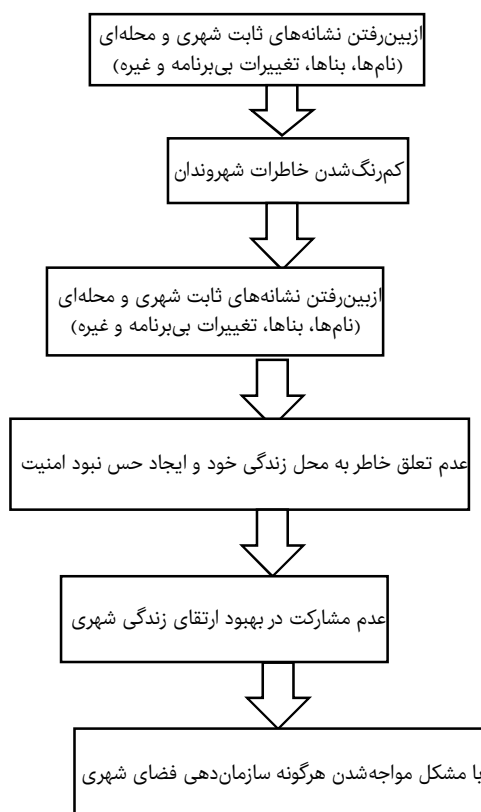
زمانی هویت در یک شهر می‌تواند مبنایی بر جدایی خود شهر و شهروندانش از شهرها و دیگران باشد که نشانه درون فضاهای شهری بر پایه فرهنگ، تاریخ، جغرافیا و غیره شهر شکل بگیرد. حال با توجه به اینکه فضاهای همساز با هویت شهری موجب آرامش و امنیت مشارکت شهروندان می‌شود، نشانه و سازمان‌دهی آنها در فضاهای شهری اهمیت می‌یابد؛ زیرا فضاهای شهری محل تعاملات اجتماعی است و این تعاملات در مکان‌هایی دیده می‌شود که برای شهروندان حس امنیت و حس تعلق را فراهم نمایند؛ بنابراین نشانه‌های شهری باید به صورت هدفمند در راستای هویت شهری که برگرفته از مولفه‌ها و عناصر هویت شهری است سازمان‌دهی شوند. برای رسیدن به این مقصود، مقوله معنا در فضاهای شهری و نشانه‌ها باید دارای یکدستی و هماهنگی باشد به طوری که معنای واحدی چون هویت شهری را انتقال دهد؛ در غیر این صورت هر نوع آشفتگی در همین منظور، کارکردهای اصلی فضای شهری را به عنوان عنصر حیاتی شهر با مشکل مواجه می‌کند؛ زیرا غیرهدفمند بودن و همچنین آشفتگی معناها حس امنیت و تعلق شهروندان را که متاثر از نشانه‌هاست با ضعف روبرو می‌کند و متقابلاً سطح تعاملات اجتماعی کاهش یافته و شهر به عنوان سیستم با بی‌نظمی روبرو خواهد شد که بر کارکردهای فضای



شکل ۲) رابطه عناصر و مولفه‌های هویت شهری و نشانه‌های شهری

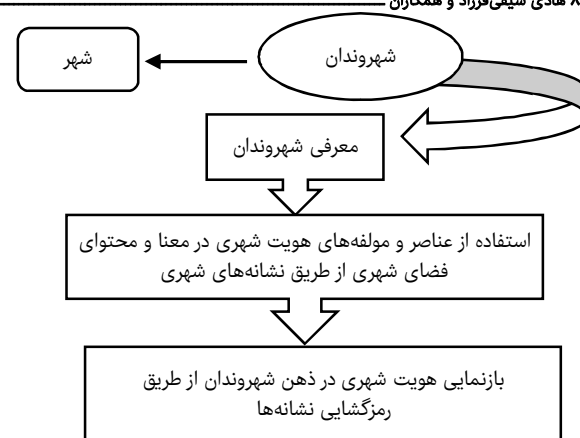
فضای شهری کمتر وجود داشته باشد و در فضاهای عمومی بر روابط و فعالیت‌های برگرفته از اجتماع اصالت داده شود و برای معرفی شهر در مقیاس ملی و جهانی یک اِلمان برتر و برگرفته از مولفه‌ها و خصوصیات مذکور شهر، شکل بگیرد.

شکل‌دادن به نشانه‌هایی که موجب تجمع خاطرات در شهروندان شود تا با ایجاد حس تعلق مشارکت در بهبود و ارتقای کیفیت زندگی شهری را افزایش دهد. برای تبدیل شدن به جهان شهر فرهنگی، خلق نشانه‌های فرهنگی، به عنوان برند جهانی گامی اساسی به شمار می‌رود. منظرهای بومی و سنتی هم می‌توانند با بازگویی، تکثیر و تطبیق در طول زمان، موقعیت فرهنگی کسب کنند. مکان‌هایی که اگر ماهرانه ساخته شوند می‌توانند ایده‌ها را بیان کرده و احساسات را برانگیزانند. تنوع نشانه‌ای اگر به تدریج نشانه‌ای و اختلال در هویت شهری و شهروندان می‌شود (شکل ۵). هرگونه اختلال و نابسامانی در آمایش نشانه‌های شهری، سازمان‌دهی و آمایش کلی فضای شهری را متاثر خواهد کرد؛ زیرا شهروندان زیر سایه تعلق و امنیتی که با کارکرد نشانه‌ها از فضای شهری می‌گیرند، در اجرا و آمایش شهری همکاری خواهند کرد. استفاده از کارکرد آموزشی نشانه‌ها به منظور آموزش مفاهیم فرهنگی و صلح پایه برای ارتقای فرهنگی جامعه، در همین راستا جلوگیری از رشد اندیشه‌های مادی و مصرف‌گرایی و از بین بردن حس شکاف طبقاتی بین شهروندان در کارکرد نشانه می‌تواند مد نظر قرار بگیرد.

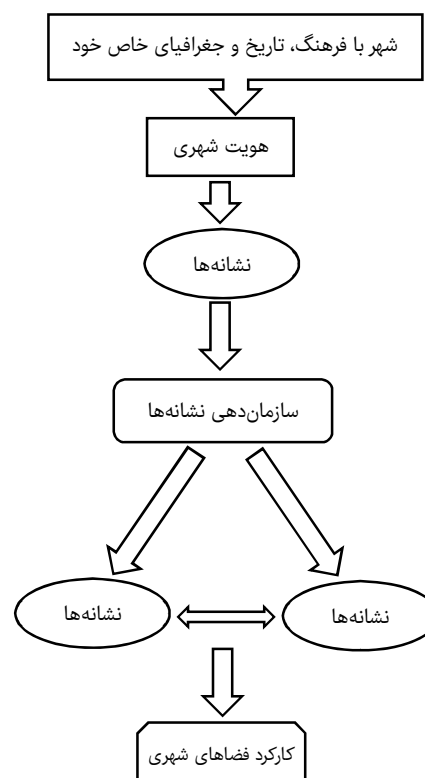


شکل ۵) رابطه نشانه‌ها، خاطرات، تعلقات شهری، مشارکت و برنامه‌های سازمان‌دهی

تشکر و قدردانی: از گروه جغرافیای سیاسی دانشگاه تربیت مدرس و اساتید این گروه کمال قدردانی و تشکر را داریم که شرایط لازم را برای کار و پژوهش در زمینه‌های نوین جغرافیای سیاسی ایجاد



شکل ۳) چرخه مفهومی ایجاد هویت شهری در فضای شهر و درون نشانه‌های شهری



شکل ۴) رابطه هویت شهری و آمایش نشانه‌ها بر کارکردهای فضای شهری

نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که نشانه‌های شهری باید به منظور رفع نیازها و بهبود رابطه فضای شهری با شهروندان آمایش شوند. عناصر هویت شهری و ملی را در همه ابعاد درون خود داشته باشد تا اینکه ضمن ایجاد خودآگاهی در شهروندان حس تعلق را تبدیل به احساس امنیت کرده تا پویایی و سرزندگی شهری ایجاد شود. به عبارتی نوعی همگرایی و نظم معنایی در ساختار نشانه‌ها وجود داشته باشد که برگرفته از خصوصیات و ویژگی‌های فرهنگی، تاریخی، اجتماعی، سیاسی و جغرافیایی فضای شهری باشد؛ هم روند تکاملی خود را داشته باشد و هم اتصال با گذشته و هویت جامعه را حفظ کند. در همین زمینه باید خیابان به معنای کلاسیک در فضای شهری وجود داشته باشد. خیابانی یکپارچه و منسجم و واجد زیبایی و نظم و از طرف دیگر فعالیت‌های اجتماعی و حیات جمعی در خیابان وجود داشته باشد، غلبه حکومت و قدرت در

- 5- Zayyari KA, Pazhoohan M, Khalili A. Assessment of urban identity in the Iranian new towns in base of the Isfahan identity school. Urban Reg Stud Res. 2013;5(18):139-54. [Persian]
- 6- Allahdadi B. A search in the concept of the Iranian city. J Urban Dev Org HaftShahr. 2008;2(25-26):44-59. [Persian]
- 7- Lynch K. The openness of open space. In: Banerjee T, Southworth M, editors. City sense and city design: Writings and projects of Kevin Lynch. Cambridge: MIT Press; 1995.
- 8- Naghizadeh M. Open urban spaces. Tehran: Iran's Municipalities and village administrators; 2011. [Persian]
- 9- Sa'adatfard A, Dabiri M. The role of landscape architecture in recreating signs of life and identity in urban landscape [Internet]. Tehran Beautification organization; 1980 [updated 2013 Sep; cited 23 May 2017]. Available from: <https://goo.gl/f9tjgr>.
- 10- Hay I. Qualitative research methods in human geography. PoorAhmad A, EskandariNodeh M, translator. Tehran: Samt; 2009. [Persian]
- 11- Soltani A, Namdariyan AA. An investigation of forces influence on urban space formation. Hoviatshahr. 2010;4(7):123-30. [Persian]
- 12- Shokouei H. Environmental philosophy and geography schools. Tehran: Gitashenasi; 2003. [Persian]

کرده است.

تأییدیه اخلاقی: موردی از سوی نویسندگان بیان نشده است.

تعارض منافع: موردی از سوی نویسندگان بیان نشده است.

سهم نویسندگان: هادی سیفی‌فرزاد (نویسنده اول)، نگارنده مقدمه/روش‌شناس/پژوهشگر اصلی/تحلیلگر آماری/نگارنده بحث (۴۰٪)؛ مرتضی قورچی (نویسنده دوم)، نگارنده مقدمه/روش‌شناس/تحلیلگر آماری/نگارنده بحث (۴۰٪)؛ علی پورعزیزی (نویسنده سوم)، پژوهشگر کمکی (۲۰٪)

منابع مالی: موردی از سوی نویسندگان بیان نشده است.

منابع

- 1- Mirmoqtadaei M. Criteria for identification and assessment of city identity. Honarhaye Ziba. 2004;19(19):17-26. [Persian]
- 2- Abolhasani SR. National identity elements with researchial approach. Politic Q. 2009;38(4):1-22. [Persian]
- 3- Ghorab N. Urban identity. Tehran: Iran's Municipalities and village administrators; 2011. [Persian]
- 4- Pourahmad A, Shamaei A. Improvement and urban reconstruction in terms of geography. 2nd Edition. Tehran: University of Tehran Press; 2006. p. 93 [Persian]