

بررسی تأثیر عامل هویت (ایرانی، اسلامی) بر زیبایی شهر

تاریخ دریافت: ۱۳۸۸/۴/۱۵
تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۸۸/۵/۱۸

علی سلسله* - محسن سلسله**

چکیده

مسئله هویت شهری اصولاً یکی از پیچیده‌ترین و بحث‌انگیزترین مباحث نظری و حرفه‌ای در شهرسازی است. منظور از هویت، پاسخی است که به پرسش در خصوص کیستی یا چیستی موجودات داده می‌شود و معادل Identity در زبان انگلیسی می‌باشد. در واقع، هویت آن حقیقت وجودی است که شخص یا شیء از آن برخوردار می‌باشد. گفته می‌شود تنها پدیده‌ای که دغدغه هویت دارد، انسان است. انسان همواره به دنبال ابزاری می‌گردد که خود را به واسطه آن تبیین کند. از سوی دیگر فرد با حضور و رشد یافتن در جمع، علاوه بر آن که دارای هویت شخصی یعنی نام، منزلت اجتماعی و روابط شخصی با دیگران می‌گردد بلکه با گرفتن عناصر مشترکی که فرهنگ خوانده می‌شود، هویت جمعی می‌یابد. اصولاً هویت یک پدیده، امری انتزاعی و منفک از سایر موضوعات مرتبط با آن پدیده نیست. مثلاً هویت شهر با همه موضوعات مرتبط با شهر و با موضوعات عدیده‌ای از جمله: با اهل شهر، باورها و اعتقاداتشان، شیوه زیست مردم، نوع ارتباطشان با سایر جوامع، آرمان‌ها و الگوهای زندگی‌شان، رفتار و فرهنگشان، و با نوع تفکر و جهان‌بینی‌شان مرتبط و غیرقابل تفکیک است (نقی زاده، ۱۳۸۶). طراحان و سیاستمداران و مدیران شهر نیز نمی‌توانند بر پایه مبانی نظری بیگانه طرح و برنامه تهیه کنند و به شیوه بیگانه خط‌مشی کنند و مردم را به آن شیوه فراخوانند و در عین حال توقع داشته باشند که شهر هویت زیبای ایرانی و اسلامی داشته باشد. هنگامی که تمرکز اصلی بر جنبه‌های حیات قرار گیرد، وقتی معیارها و الگوهای اصلی، ظرف تمدن بیگانه باشد، وقتی تفاخر و نمایش خود در آثار انسانی رواج یابد، وقتی مد و مصرف و اسراف جای قناعت و میانه‌روی و تعادل را بگیرند، آنگاه نمی‌توان انتظار داشت که فضا و کالبد حاصل، چیزی جز پاسخگویی به این رفتارها باشد. پرسش اصلی پژوهش به چیستی نقش هویت و امر زیبا و چگونگی استفاده از سرمایه‌های هویت (اسلامی، ایرانی) در جهت بهسازی شهرها باز می‌گردد و هدف اصلی پژوهش شناخت هویت از ابعاد گوناگون و بررسی تأثیر بخشی و کارکردی نمودن آن در زیباسازی شهرها می‌باشد و واکاوی علل زشتی شهرهای مدرن سرزمین ایران، از دیگر اهداف این پژوهش است.

واژگان کلیدی:

شهر، زیبایی، هویت ایرانی، هویت اسلامی.

Email: ubtin@yahoo.com

Email: mohsen.selseleh@yahoo.com

* دانشجوی کارشناسی ارشد شهرسازی دانشگاه علم و صنعت ایران

** دانشجوی دکتری تخصصی ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

مقدمه

با مرور و گردشی اجمالی و مقدماتی در فضاهای شهری معاصر و مذاقه در آنچه که از کلیت، اجزاء، منظر و سیمای آنها احساس و ادراک می‌شود، به همراه نگرشی به شهر از جایگاه‌ها و منظرهای مختلف و با مروری بر آنچه که در مراکز آموزشی و حرفه‌ای و اجرایی و مدیریتی می‌گذرد، دو سوال اساسی به ذهن انسان متبادر می‌شوند: سوال اول این است که در عین وجود و فعالیت مراکز علمی و هنری و آموزش‌های متعدد، حتی با حضور سازمان‌هایی برای زیباسازی، در بسیاری از شهرها، به خصوص در شهرهای بزرگ چرا شهرها همچنان زشت هستند و هر روز نیز بر انواع و بر مرتبه زشتی‌هایشان افزوده می‌شود؛ سوال دوم این است که علیرغم حضور مؤسسات فوق به همراه تشکیلات عریض و طویلی با عنوان سازمان میراث فرهنگی به همراه آگاهی مردم و متخصصین از ارزش‌های آثار تاریخی و اظهار علاقه به آنها، در عین دسترسی به فناوری روز که بسیار پیچیده‌تر و پیشرفته‌تر از گذشته است و علیرغم تأکید قریب به اتفاق دست‌اندرکاران برجایگاه «هویت» در آثار انسانی، چرا شهرها آن چنان بی‌هویت شده‌اند، که همگان از بی‌هوتی آنها می‌گویند و از آن شکایت دارند؟ البته قبل از همه اینها نیز، می‌توان از معنای ادراک و معیارها و مراتب آن و همچنین رابطه آن با زیبایی و هویت آثار انسان ساخت و از جمله زیبایی و هویت شهر و معماری سوال کرد. اصولاً این زشتی‌ها، نتیجه عدم آشنایی پدید آوردندگان فضاها و عناصر شهری با مفهوم زیبایی در کنار رواج سلطه روحیه سوداگری و سیطره تفکر و روش مادیگرایانه مأخوذ از بیگانه بر بسیاری از فعالیت‌های شهری از جمله آموزش، طراحی، برنامه‌ریزی، ساخت و سازها، رفتارهای فردی، اجتماعی و استحاله مفاهیم و ارزش‌ها است.

بسیاری از آنها معیارها و مصادیق زیبایی در تفکر و فرهنگ اسلامی و ایرانی را نمی‌شناسند و گروهی به آن باور ندارند. آنها نمی‌دانند که شهر را باید از ابتدا با معیارها و براساس اصول زیبایی‌شناسانه (آن هم با اصول و معیارهای خودی) طراحی و آن را زیبا خلق کرد. نه این که اجازه داد زشتی‌ها پدید آیند، رشد کنند، خود را به جای زیبایی معرفی و مطرح کنند، در جان و روح اهل شهر ریشه بدوانند، روح و اخلاق و نگرش مردم را تخریب کنند، به عنوان معیاری مطلوب مطرح شوند، بسیاری از مردم از آنها پیروی کند به زغم برخی افراد بعنوان واقعیت‌های غیر قابل انکار درآیند و آنگاه، پس از تثبیت زشتی‌ها، برای زیبا کردن این «زشتی» پدید آمده، اقدام شود که این اقدامات نیز عموماً فاقد مبانی نظری متقنی هستند (نقی زاده، ۱۳۸۶، ص ۳). اشکال اصلی دیگر، آموزش و ترویج تعریف و نمونه‌ها و الگوها و مصادیق زیبایی از منظر بیگانه و غیر ایرانی و مبتنی بر جهان‌بینی غیرتوحیدی است. این روند، علاوه بر این که سبب مهجور ماندن تعریف ایرانی زیبایی می‌شود، به تغییر تدریجی ذائقه ایرانی (در تمیز و تمایل به زیبایی) منجر خواهد شد. پژوهشگر در این مقاله به بررسی و تدقیق این مسائل می‌پردازد و از این رهگذر راهکار ارائه خواهد داد.

۱. اهداف تحقیق

- الف) شناخت و تبیین امر هویت به عنوان یک سرمایه اصیل با ریشه‌های اسلامی و ایرانی
- ب) بررسی مفهوم امر زیبا (object beauty) و زیبایی
- ج) بازشناسی عوامل موثر در زیباسازی شهرهای موجود و در حال ساخت
- د) بررسی تأثیربخشی و کاربردی هویت ایرانی و اسلامی در امر زیبایی شهرها

۲. بیان مسأله

سوال اول این است که در عین وجود و فعالیت مراکز علمی و هنری و آموزشی متعدد و حتی با حضور سازمان‌هایی برای زیباسازی در بسیاری از شهرها، به خصوص در شهرهای بزرگ، چرا شهرها همچنان زشت هستند و هر روز نیز بر انواع و مرتبه زشتی‌هایشان افزوده می‌شود؟

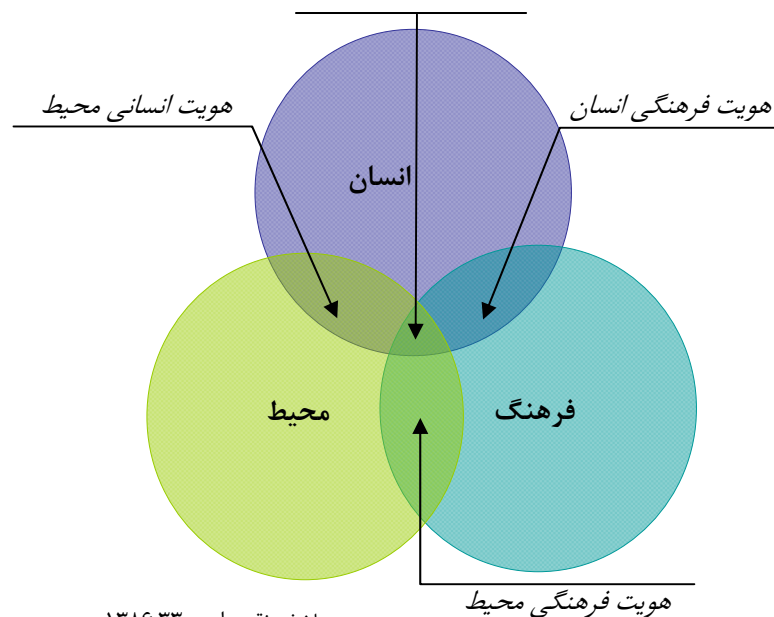
سوال دوم: نقش و عملکرد هویت در زیبایی شهرها چیست؟ چگونه می‌توان از آن به عنوان ابزاری برای زیبا کردن شهرها استفاده نمود؟

۳. هویت

در یک تعبیر زیبا چنین آمده است: هویت گوهری است که من با آن منم و زنده‌ام. این گوهر را چه فرد و چه جامعه در یک بستر تاریخی به دست آورده‌اند. علوم و فنون، مهارت‌ها، اندیشه‌ها و تجارب با ارزش سودمندی که امروز از دیگران می‌گیرند، در تحلیل نهایی، از اجزای هویت ما خواهند شد و رمز و راز بقای خودی در همین است. همانگونه که خط، زبان، لباس، روش‌های تولید، آیین کشورداری و خیلی از چیزهای دیگر که امروز از مؤلفه‌های ملی و عناصر هویت و متعلقات فرهنگ خویش می‌دانیم، در گذر و گشتار تاریخی خویش و در اثنای داد و ستد و مبادله با دیگران به دست آورده‌ایم (فرستخواه، ۷۲). در کشور ما که یکی از غنی‌ترین سرزمین‌ها از نظر بهره‌مندی از میراث و دستاوردهای فرهنگی است و از نمودهای آن شهرسازی و معماری ویژه و شناخته شده، در سطح جهانی می‌باشد؛ با توجه به این مطلب که زندگی امروز خود را چگونه می‌خواهیم و به فردا چگونه می‌اندیشیم و از گذشته خود چگونه بهره برمی‌داریم، ساختن شهرها و تولید عناصر معماری از حساسیت خاصی برخوردار است. لذا نیازمندیم که هویت گذشته و امروزی این دو را بازشناسیم و آن را تقویت نماییم (برزگر، ۱۳۸۳، ص ۱۹۵).

فرهنگ و محیط، هویت ساز زندگی انسان می‌باشند، به نحوی که هرکدام نقش اساسی در تشکیل هویت بر عهده دارند. از دیگر سو می‌توان دید که فصل مشترک هویت انسانی محیط و هویت فرهنگی انسان، هویت محیط را تشکیل می‌دهد (نمودار ۱).

نمودار ۱: ارتباط انسان، فرهنگ، محیط و نسبت آنها با هویت
«هویت» «محیط»



ماخذ: نقی زاده، ۱۳۸۶، ۳۳۰

مروری بر معانی مذکور برای واژه هویت حاکی از جایگاه والا، ارزشمند و معنوی این لغت در زبان اصلی آن (عربی و سپس فارسی) است. اولین معنای مذکور برای هویت «ذات باری تعالی» و معنای بعدی آن «هستی و وجود» هستند (معین، ۱۳۷۵، ج ۴). مرحوم دهخدا نیز در معنای هویت آورده است: «هویت عبارت است از تشخیص و همین معنی میان حکیمان و متلکمان مشهور است. هویت گاه بر وجود خارجی اطلاق می‌گردد و گاه بر ماهیت با تشخیص اطلاق می‌گردد که عبارت است از حقیقت جزئیة (دهخدا، ۱۳۷۸).

۴. انواع و مراتب هویت انسان

از منظر هر فرد هویت را به دو صورت می‌توان مورد مذاقه قرار داد: یکی هویت واقعی فرد آن گونه که هست و دیگری هویت او آن گونه که خود را می‌نماید یا با آن شناخته می‌شود. نوع سوم از هویت را نیز می‌توان فرض کرد و آن هویتی است که انسان تمایل دارد به آن شناخته شود و می‌توان آنرا هویت آرمانی نامید. در توضیح هویت آرمانی قابل

ذکر است که صفات و بارزدهای آن، از اصول فکری و ارزش‌های فرهنگی و ویژگی‌های غایات آرمانی و اهداف اصلی زندگی و الگوهای انسان استخراج می‌شوند، انسان میل وصول به آن را داشته و در راه تحصیل آن عمل می‌کند و انسان به معرفی و ترویج آن پرداخته و خود را واجد آن می‌داند. طبیعی است که با توجه به منبع و مرجع صفات و بارزدهای این هویت (جهان‌بینی، فرهنگ، آرمان‌های حیات و الگوها) هویت آرمانی جوامع و افراد مختلف، متفاوت و حتی گاهی متضاد جلوه می‌کند (نقی زاده، ۱۳۸۶، ص ۳۰۶).

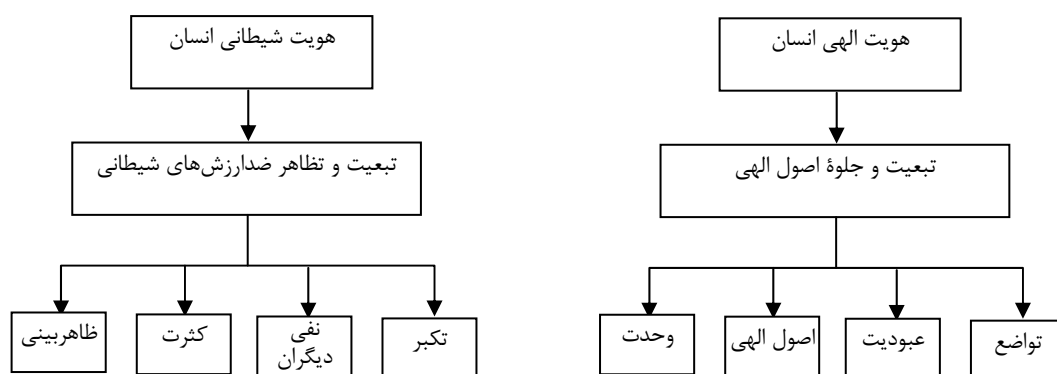
به طور کلی همه انواع هویت‌ها در سه گروه اصلی یا سه نوع هویت اصلی طبقه‌بندی می‌شوند. هویت شخصی، هویت شخصیتی و هویت معنوی (یا روحانی) انسان. هویت شخصی انسان به مراتب هویت طبیعی و هویت اکتسابی برمی‌گردد. در هویت طبیعی عوامل متعددی از قبیل پدر و مادر و تبار و نژاد و... اثر گذار است که انسان در ایجاد آنها نقشی ندارد. هویت اکتسابی به آن دسته ویژگی‌ها اطلاق می‌شود که یا به طور عام توسط انسان تحصیل می‌شوند و یا این که توسط خود او تغییر کرده‌اند یا قابل تغییر هستند (مثل محل زندگی). هویت شخصیتی به وجوه فکری و فرهنگی انسان می‌پردازد و عمدتاً در رابطه انسان با گروه‌های مختلف هم نوعش که مقصد و اهداف مشترکی دارند قابل تعریف است. هویت شخصیتی انسان دارای مراتبی است که عمدتاً عبارتند از: هویت فرهنگی، هویت اجتماعی، هویت خانوادگی، هویت ملی، هویت مذهبی.

هویت روحانی و معنوی انسان، بارزترین و اصلی‌ترین وجه هویتی انسان از نظر متألهین می‌باشد و عامل اصلی تمایز او با همه موجودات عالم هستی است و به دلیل تأثیری که بر انواع دیگر هویت به ویژه هویت شخصیت انسان دارد از جایگاه والا و ارجحندی برخوردار است. نکته مهم این است که بین هویت انسان و هویت آثار او ارتباطی وجود دارد که این ارتباط مقوم یا تضعیف کننده هویت انسان خواهد بود. با عنایت به جایگاه و ارزش هویت روحانی، آن را می‌توان در دو سوی «هویت الهی» و «هویت شیطانی» قرار داد (نقی زاده، ۱۳۸۶: ۳۰۹-۳۰۸).

۵. هویت آثار انسانی

با بررسی‌های مفهومی هویت در آنچه آمد، وضعیت آثار انسانی و از جمله محیط زندگی، شهر و معماری نیز روشن می‌گردد. اگر الگو، الگویی بیگانه است که بر پایه تفکر غیر الهی شکل گرفته و مروج و مبلغ شیوه زیست شیطان مآبانه است، اگر کالبد و فضای حاصل بر پایه ضد ارزش‌هایی شکل گرفته که اصول و ارزش‌های الهی را خدشه‌دار می‌نمایند، اگر محیط و فضا، ضدارزش‌هایی را به جامعه القا می‌کنند و اگر کالبد محیط عامل گرایش و سوق جامعه به سمت شیوه‌ای از تفکر و زیست باشد که در تقابل با ارزش‌ها و عبودیت الهی باشند، می‌توان گفت که هویت شهر به هویت شیطانی تمایل نشان می‌دهد و بالعکس اگر الگو، الگویی انسانی و شکل گرفته بر پایه ارزش‌های الهی و مروج زندگی انسانی و جلوه‌ای از ارزش‌های الهی و عامل هدایت جامعه به روی شیوه‌ای از تفکر و زیست باشد که همسو و مقوم ارزش‌های الهی باشد، می‌توان هویت شهر را هویتی الهی (یا متمایل به هویت الهی) نامید (همان: ۳۱۵). نمودار شماره ۲، نشان‌دهنده جلوه‌های کلی هویت الهی، هویت شیطانی و تبعات هر کدام می‌باشد.

نمودار ۲: جلوه‌ها و تظاهرات دو وجه اصلی هویتی انسان (نقی زاده، ۱۳۸۶، ص ۳۱۱)



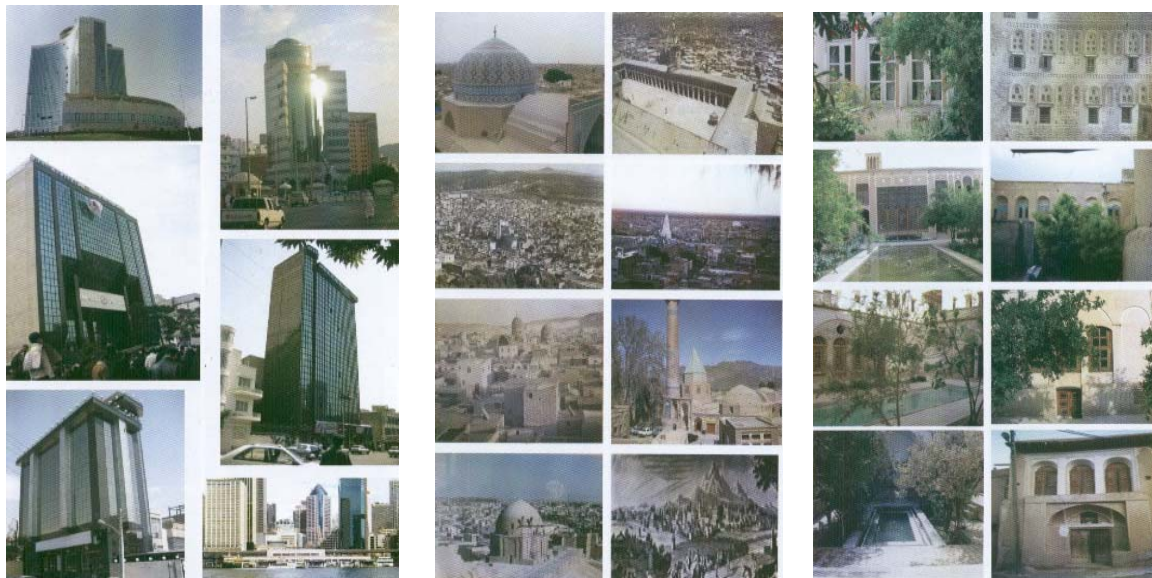
ماخذ: نقی زاده، ۱۳۸۶، ۳۱۱

عناصر اصلی موجود در محیط زندگی و مرتبط با انسان را می‌توان در طبقات چهارگانه «خویشتن»، «جامعه»، «طبیعت» و «مصنوع انسان» دسته‌بندی نمود (نقی زاده، ۱۳۸۴ الف: ۱۲۴). با این بیان روشن می‌شود که ارتباطات و همچنین تعریف این چهار قلمرو در قالب هر جهان‌بینی ویژگی‌های خاص خود را خواهد داشت. به این ترتیب فرهنگ جامعه یکی از مهمترین منابع اصول و ارزش‌هایی است که ملاک عمل پدید آورندگان آثار انسانی (عالمان و هنرمندان) هستند. این اصول و ارزش‌ها به انحاء مختلف، عوامل هویت بخش جامعه‌ای هستند که به آنها معتقد است. یکی از مهمترین این زمینه‌ها، تظاهر و جلوه این اصول و ارزش‌ها در معماری و شهر است. پس، ملاحظه وجوه فرهنگی در معماری و شهرسازی، موجد کیفیتی در محیط است که بیانگر وجهی از هویت جامعه واجد آن فرهنگ (به عنوان ایجاد کننده آن کالبد و فضای خاص) می‌باشد (نقی زاده، محمد، ۱۳۸۶: ۳۳۰). تصاویر شماره‌های ۱ و ۲ نشان دهنده نمونه‌هایی از کالبد شهرهای اسلامی تاریخی می‌باشند و هویت اسلامی در آنها نمود دارد. بنابراین می‌توان گفت: اگر مبانی فکری و به تبع آن شیوه زیست و اصول شکل‌دهنده فضا و مبانی طراحی از بیگانگان اخذ شده و به طور مستقیم ملاک عمل قرار گیرند، به تدریج استحاله هویتی و فرهنگی رخ خواهد داد. اما اگر تعاملات با سایر جوامع در پرتو جهان‌بینی و فرهنگ خودی رخ دهد، تثبیت و تقویت هویت ایرانی را در پی خواهد داشت (نمودار شماره ۳) و (تصویر شماره ۳).

تصویر ۱: نمونه‌هایی از سیطره معنوی مساجد و عناصر مذهبی بر کالبد شهرهای تاریخی

تصویر ۲: نمونه‌ای از مساکن تاریخی

تصویر ۳: نمونه‌هایی از تکرار معماری بی‌هویت بیگانه



ماخذ: نقی زاده، ۱۳۸۶: ۵۰۱

ماخذ: نقی زاده، ۱۳۸۶: ۵۰۳

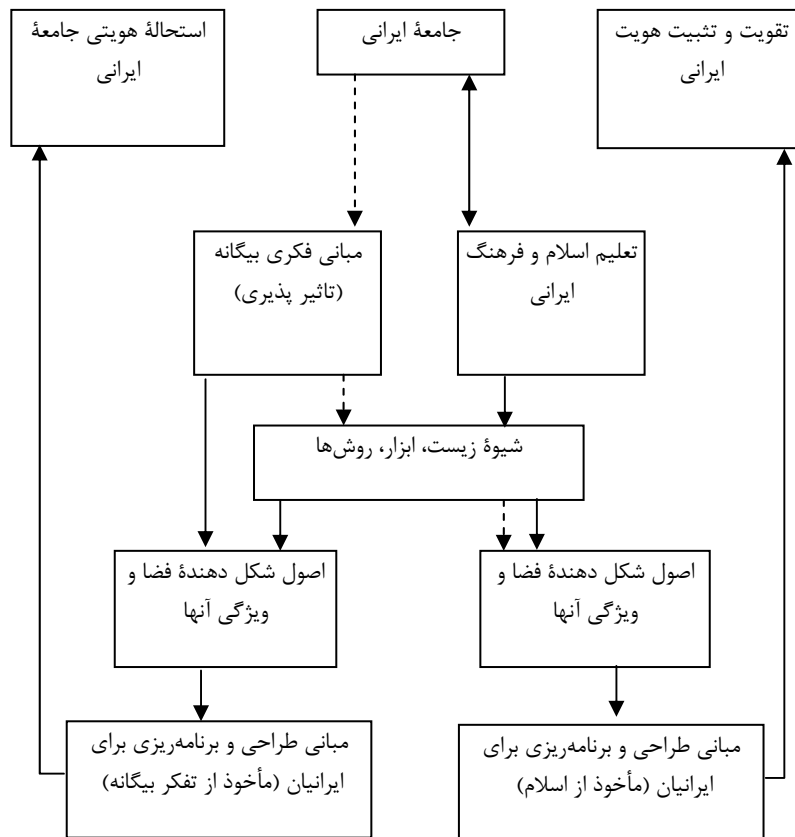
ماخذ: نقی زاده، ۱۳۸۶: ۴۹۹

بنابراین فرهنگ (ارزش‌های فرهنگی) و معماری / شهرسازی، تأثیر متقابلی بر یکدیگر دارند. به دلایل عدیده‌ای، این تأثیرات به ویژه تأثیری که معماری و شهرسازی بر فرهنگ می‌گذارند بسیار پیچیده و قابل توجه می‌باشد. به اجمال می‌توان گفت که اولاً فرهنگ جامعه بر شیوه زیست و فعالیت‌های انسان و در نتیجه بر روند خلق فضا تأثیر مستقیمی دارد. تا جایی که غالب محققین و حتی کسانی که سعی در دگرگونی و استحاله معماری / شهرسازی و محیط و فضای زندگی ملت‌ها دارند، در وهله اول به دگرگونی فرهنگی جامعه تأکید می‌ورزند و ثانیاً معماری و شهرسازی تأثیرات وسیعی بر زندگی و شیوه زیست و ارتباطات انسان‌ها با یکدیگر و در نتیجه بر فرهنگ جامعه دارند. در عصر حاضر به جهت پنهان بودن اصول و مبانی نظری معماری و شهرسازی و همچنین به دلایل غلط مباحثی که رخ می‌دهد، توجه به تأثیر معماری و شهرسازی بر فرهنگ و استحاله فرهنگ جامعه در اثر رواج شیوه‌ای خاص از معماری و شهرسازی، اهمیت ویژه‌ای یافته است. در این مورد می‌توان گفت که محیط (معماری شهر) واجد هویتی است که این هویت نشان از مفاهیم و مقولاتی دارد که اهم آن به قرار زیر هستند:

- هویت محیط مصنوع بیانگر ارزش‌های حاکم بر جامعه می‌باشند.

- هویت محیط مصنوع بیانگر ارزش‌هایی است که جامعه به متصل بودن به آن تمایل داشته و خویش را در صورت واجد بودن و رعایت آن ارزش‌ها، در مسیر کمال و ترقی می‌پندارد.
- ویژگی‌های محیط مصنوع بیانگر هویتی هستند که جامعه تمایل دارد به آن هویت شناخته شود.
- ویژگی‌های محیط مصنوع بیانگر هویت جامعه‌ای هستند که آن محیط را پدید آورده و در آن زیست می‌کند.
- ویژگی‌های محیط مصنوع بیانگر هویتی می‌باشند که عده‌ای (طراحان، برنامه‌ریزان و مدیران شهر) می‌خواهند برای جامعه به وجود آورند.

نمودار ۳: تثبیت یا استحاله فرهنگ ایرانی



ماخذ: نقی‌زاده، ۱۳۸۶، ۴۵۵

بر این اساس بهترین حالت را می‌توان وقتی دانست که آثار انسان و از جمله شهر، بر پایه اصولی شکل گرفته و هویتی را دارا باشند که آن اصول منبعت از فرهنگ جامعه بوده و هویت حاصله مبین اصول و مبانی فرهنگی مأخوذ از جهان‌بینی جامعه بوده و در عین حال، جامعه با آگاهی کامل به این ارتباطات، از داشتن چنین هویتی خرسند باشد و به آن مباحثات کند (همان: ۳۳۲-۳۳۱).

تصویر ۴: نمونه‌هایی از عناصر فاقد هویت ایرانی-اسلامی در میانه میدان‌ها



ماخذ: نقی‌زاده، ۱۳۸۶، ۵۰۹

۶. مفهوم هویت در شهرسازی از نظر محققین

به عقیده الکساندر، هویت در محیط فرهنگی تجلی می‌کند که ارتباط طبیعی و منطقی بین فرد و محیط حاصل شده باشد (Alexander, 1977). وی معتقد است که بین فرد و محیط زندگی‌اش ارتباط و احساس تعلق خاطر به وجود نخواهد آمد، مگر آن که قادر به شناخت عمیق و تشخیص آن باشد، توان درک تمایز آن نسبت به محیط‌های دیگر را نیز داشته باشد و بداند در چه زمانی و به چه صورت، پاسخ مناسبی به کشش‌های انجام یافته در آن محیط بدهد. والتر بور، نیز عقیده دارد هویت همان تفاوت‌های کوچک و بزرگی است که باعث بازشناختن یک مکان (خوانایی محیط) می‌شود و حس دل‌بستگی و حساسیت به محیط را به وجود می‌آورد. خاص بودن هر محیط به معنی اجتناب از یکنواختی، وجود تنوع و جذابیت است. در شکل و نحوه قرارگیری فضاها، در طرز دسترسی به فضاها و در کاربری‌ها نیز می‌باید وجود داشته باشد (بذرگر، ۱۳۸۳: ۱۹۷). ولف نیز معتقد است که هویت در محیط نتیجه ارتباطات مقابل سه جزء است که در داخل یک مجموعه عمل می‌کند:

- ترکیب ظاهری و کالبدی نماها (سمبل‌ها) در محیط
- عملکردها و فعالیت‌های قابل مشاهده در محیط
- مفاهیم نمادها (سمبل‌ها) در محیط (همان).

«کالن» هویت را توجه به شخصیت فردی هر محیط و پرهیز از یکنواختی و مشابهت در محیط‌های شهری از طریق به جلوه درآوردن ویژگی‌های خاص هر محیط تعریف می‌کند (کالن، ۱۳۷۷: ۷۸). جیکوبز نیز هویت را در رابطه با فعالیت‌ها و زندگی در خیابان‌های شهری از دیدگاه برنامه‌ریزی شهری تعریف می‌کند. وی معتقد است شهرها امن‌تر، قابل زندگی‌تر و پرجاذبه‌تر می‌شوند چنانچه خیابان‌هایشان به ترکیب پیچیده‌ای از فعالیت‌های مختلف اختصاص داده شوند (Jacobs, 1969: 85).

در تعریف هویت محیط مصنوع، راپاپورت هویت را خصوصیتی از محیط که در شرایط مختلف تغییر نمی‌کند و یا خصوصیتی که موجبات قابلیت تمیز و تشخیص عنصری را از عنصر دیگر فراهم می‌آورد و عناصر شهری را از یکدیگر متمایز می‌سازد، تعریف می‌کند (بتلی، ۱۳۸۲: ۹۸)، (Rapoport, 1990: 153). لینچ در کتاب شکل خوب شهر، هویت را به معنای بسیار ساده: معنی مکان تعریف می‌کند: هویت یعنی حدی که شخص می‌تواند یک مکان را به عنوان مکانی متمایز از سایر مکان‌ها مورد شناسایی قرار دهد، به گونه‌ای که شخصیتی مشخص و منحصر به فرد داشته باشد (لینچ، ۱۳۷۶: ۱۰۵).

با مطالعه متون شهرسازی می‌بینیم که یکنواختی، یکسان بودن و بی‌هویتی و بی‌معنا بودن شهرها به عنوان یک معضل از جانب اندیشمندان این عرصه به دفعات طرح گردیده و مورد توجه قرار گرفته است.

۷. زیبایی، امر زیبا (aesthetic object)

واژه استتیک را نخستین بار الکساندر باو مگارتن در قرن هجدهم به معنای شناخت حاصل از راه حواس، یعنی همان معرفت حسی به کار برد. او بعدها از این واژه در اشاره به ادراک زیبایی به کمک حواس، به ویژه در هنر بهره جست. کانت با کاربرد این واژه در احکام زیبایی‌شناسی در هر دو عرصه هنر و طبیعت به آن جانی تازه بخشید. دامنه این مفهوم در ادوار متأخر بار دیگر گسترده‌تر شده است. اکنون این واژه را تنها در توصیف داورها یا ارزیابی‌ها، که در مورد ویژگی‌ها، نگرش‌ها، تجربه و لذت یا ارزش نیز به کار می‌گیرند و دیگر آن را به زیبایی صرف محدود نمی‌سازند. قلمرو امر زیبا دیگر از مرز حس التذات زیبایی‌شناختی آثار هنری گذشته است: اکنون می‌توان از طبیعت نیز درکی زیباشناسانه داشت، اما فهم ماهیت این ادراک و ویژگی‌های مرتبط با آن راهی طولانی برای فهم چگونگی ارزیابی آثار هنری و علت ارزش آنها پیش‌رویمان گشوده است.

مفاهیم: نگرش زیبایی‌شناختی (Aesthetic attitude)، ویژگی‌های زیبایی‌شناختی (Aesthetic features) و تجربه زیبایی‌شناختی دارای تعاریف مرتبط با یکدیگرند. مثلاً می‌توان نگرش را چون امری که الزاماً یا طبیعتاً در شناخت ویژگی‌ها یا ایجاد این تجربه موثر است، توصیف کرد یا می‌توان تجربه زیبایی‌شناختی را حاصل ادراک

ویژگی‌ها یا نتیجه آنچه نگرش، باید به آن دست یابد دانست. همچنین می‌توان ویژگی‌ها را محتوای تجربه زیبایی شناختی یا هدف این نگرش تعریف کرد (گلدمن، ۱۹۹۹).

ساموئل هاجسون از محققان برجسته مفهوم زیبایی در قرن هجدهم در کتاب خود تحت عنوان تحقیق در باب زیبایی، نظم، هماهنگی و طرح، در پی پاسخ به این سوال است که منشأ لذتی که ما از زیبایی می‌بریم چیست؟ وی در پاسخ به این پرسش، نگاه ما را معطوف به بیننده می‌کند تا شیء و توجه به درک این نکته است که این پرسش تا وقتی که ما توجه خود را بر اشیاء متمرکز می‌کنیم بی‌پاسخ باقی می‌ماند. زیرا به نظر می‌رسد که منشأ لذت از زیبایی هم در شیء است و هم در وجود ما. بر این اساس هاجسون آن پرسش را به شکل پرسشی مرکب از دو پرسش ساده‌تر مطرح می‌کند، اول این که منبع لذت زیبایی در وجود ما چیست؟ دوم، منبع این لذت در اشیاء چیست؟ پاسخ وی به پرسش اول این است که ما به سبب بهره‌مندی از «حس درونی» از اشیاء لذت می‌بریم، پاسخ وی به پرسش دوم این است که اشیای زیبا به موجب «وحدت در کثرت»، برای ما لذت ایجاد می‌کنند (تسلی، ۱۹۹۹). در درک مفهوم زیبایی توجه به مُدرک و مُدرک فوق‌العاده حائز اهمیت است «آنچه درک می‌کند و آنچه درک می‌شود».

۸. زیبایی‌شناسی و اسلام

در میان متألهین و به ویژه در بین مسلمانان، اصالت و حقانیت با زیبایی الهی و معنوی است. زیبایی‌های ظاهری عموماً زینت نامیده می‌شوند. غزالی بر این اعتقاد است که عالم علوی حسن و جمال است و اصل حسن و جمال تناسب است و هر چه متناسب است. نمودگاری است از جمال آن عالم، چه هر جمال و حسن و تناسب که در این عالم محسوس است، همه ثمره جمال و حسن آن عالم است. «مطالعه آثار عرفای مسلمان حکایت از آن دارد که زیبایی خالق عشق است و عشق ثمره تماس با زیبایی و عشق باید هادی انسان به کمال باشد، که اگر چنین نشد نه آن عشق، عشق است و نه آن زیبایی، زیبایی است، بلکه هر دو، مجازی و اوهامی از عشق و زیبایی‌اند. بر این اساس زیبایی با عشق ارتباطی بنیادین و غیرقابل برگشت دارند. به این معنی که اگر چه که مراتب مختلف زیبایی با موضوعاتی همچون هنر، نیکی، تعادل، تناسب، لذت و امثالهم همراه و حتی گاهی مترادف فرض می‌شود، اما عالی‌ترین مرتبه زیبایی، مرتبه‌ای است که با عشق همراه باشد (تصویر ۵).

تصویر ۵: نمونه‌هایی از سیطره و سلطه کالبدی و فیزیکی عناصر معنوی بر شهر و کالبد آن



ماخذ: نقی‌زاده، ۱۳۸۶، ۵۰۰.

۹. عوامل موثر در خلق و ظهور زیبایی

با عنایت به جهان‌بینی و فرهنگ، می‌توان عوامل متنوعی را در خلق زیبایی موثر دانست که این عوامل در دو گروه اصلی قابل دسته‌بندی هستند: گروهی که ممکن است خاص جهان‌بینی و فرهنگ مورد مطالعه باشند و گروهی که در همه جهان‌بینی‌ها و فرهنگ‌ها و تمدن‌ها، مشترک هستند، اما طبیعتاً در هر جهان‌بینی و فرهنگ و تمدنی معنا و تفسیر و جلوه خاص خود را دارند. به عنوان نمونه می‌توان به "توحید در تفکر اسلامی" و "تشلیث در مسیحیت" در گروه اول اشاره نمود. می‌توان عوامل اصلی تأثیرگذار و موثر بر شکل‌گیری و ظهور زیبایی را تحت این عناوین معرفی نمود: عشق، معنویت، نمادها، نشانه‌ها، لذت و مظلومیت، فرهنگ، هویت، ذوق، کمال (نقی‌زاده، ۱۳۸۶: ۲۸۶ - ۲۷۶).

۱۰. شهر زیبا

یکی از مطالعات اصلی این است که چرا شهر، باید زیبا باشد؟ بر این اساس زیبایی یعنی چه؟ و در چه عناصر و فضاهای شهری زیبایی اهمیت بیشتری دارد؟ زیبایی یکی از نیازهای اصلی انسان‌ها است که هر یک از وجوه مختلف (صوری، معقول، معنوی) آن در ساخت‌های مختلف زندگی جایگاه و مصداق ویژه خود را دارند و هر کسی نیز به نوعی در پی تحصیل و ادراک زیبایی است. شهرها (متشکل از عناصر، اجزاء، فضاها، عملکردها و قوانین حاکم به انضمام روابط جاری در شهر و هویت آن) به عنوان بزرگترین مجموعه‌ها و آثار انسانی بر کره زمین که ظرف فعالیت‌های انسانی هستند، می‌توانند و باید جلوه‌های متنوع زیبایی را به انسان القاء کنند و اصولاً هر چقدر و هرگونه که شهر و محیط زندگی بتواند مراتب زیبایی را به ساکنین خویش القا کند، به همان نسبت می‌تواند به آرامش و سعادت و تعادل اهل خویش مدد رساند و مشکلات جاری زندگی را برای آنان قابل تحمل‌تر نماید، این نظر که «اصولاً فضای شهری، فضایی است که واجد زیبایی باشد» (کریر، ۱۳۷۵) یا به عبارت دیگر «هر فضایی در شهر را نمی‌توان فضای شهری دانست، مگر آن که براساس قواعد زیبایی‌شناسی شکل گرفته باشد (توسلی ۱۳۷۲: ۳) تبیین‌گر رابطه شهر و زیبایی هستند. از این منظر، فضای شهری، فضایی است که زیبا باشد و معیارهای زیبایی‌شناسانه در ایجاد آن دخالت داشته باشند و این یعنی: مترادف بودن طراحی شهر با خلق فضای زیبای شهری. طبیعی است که با پذیرش این نظریه، نباید جهان‌بینی و تفکری را که بنیاد «قواعد زیبایی‌شناسی» خواهد بود، مغفول نهاد و در حقیقت این جهان‌بینی است که معیارهای زیبایی فضای شهر را سامان خواهد داد و فضاهای شهری در تمدن‌های مختلف را متمایز خواهد نمود. بنابراین تقلید از قواعد زیبایی‌شناسی دیگران زمینه‌ساز از خود بیگانگی و بحران هویت خواهد شد (نقی زاده، ۱۳۸۱). در روند ایجاد محیط و فضای زیبا در شهر توجه به نکات زیر به عنوان اساس کار ضرورت دارد:

- باید توجه کرد که مفاهیمی چون زینت و تزئین و آرایش، جایگزین زیبایی نشوند (نقی‌زاده، ۱۳۸۴، ب).
- در زیباسازی شهر یا ایجاد شهر (فضا و محیط) زیبا، نباید تنها بر زیبایی صوری متمرکز بود و سایر مراتب زیبایی را مغفول نهاد. در حقیقت مجموعه مراتب زیبایی یک شهر باید علاوه بر ادراک حسی انسان و ابزار این ادراک، سایر قوای مدرکۀ او را نیز متأثر نموده و در واقع، علاوه بر ادراک حسی، ادراکات روانی و معنوی و باطنی انسان نیز باید زیبایی شهر را به انسان القاء کنند.
- زیبایی باید بومی و ملی (برآمده از فرهنگ و جهان‌بینی جامعه) و به عبارت ساده «با هویت» باشد و به تعبیر دیگر هویتش با هویت جامعه هماهنگ باشد تا جامعه بهتر بتواند آن را درک و با آن رابطه برقرار کرده و در اثر تماس با آن احساس هویت و استقلال نماید. بزرگترین اشکال تکرار و تقلید الگوهای زیبایی مأخوذ از الگوهای بیگانه (با زیبایی‌های خلق شده با معیارهای اجنبی)، ایجاد بحران هویت و از خود بیگانگی و احساس حقارت در جامعه است.
- معیارهای مراتب مختلف زیبایی باید در دسترس و مورد شناخت طراحان و برنامه‌ریزان و مدیران و اهل شهر باشند تا امکان ارزیابی زیبایی و تعیین مرتبه آن و همچنین شناسایی ساحتی از حیات انسان که زیبایی، ما بازا و مرتبط با آن است وجود داشته باشد (نقی‌زاده، ۸۶، ص ۲۸۰ تا ۲۹۳).
- موضوع بسیار مهمی که امروزه رایج است، موضوع «زیباسازی» شهر از طریق برخی تزئینات بسیار ابتدایی و ظاهری است، تا جایی که حتی تابلوهای بزرگ تبلیغاتی که مروج مصرف و در بسیاری موارد مبلغ فرهنگ بیگانه و حتی اهانت به فرهنگ بومی هستند نیز در قلمرو زیباسازی شهر مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این مقوله باید توجه کرد که اولاً نباید اجازه داد که شهر زشت طراحی، برنامه‌ریزی و ساخته شود. تا سپس ناچار به زیباسازی آن و به تعبیری آرایش و بزک کردن آن مجبور شد. ثانیاً در زیباسازی شهر باید زشتی‌ها را شناخت و در امحا آنها همت گماشت تا شهر زیبا شود، نه این که به طریقی زشتی‌ها را به نحوی استتار کرد که در بدو امر ادراک نشوند. از نمونه‌های قابل توجه در زشت کردن شهرها همانگونه که یاد شد، وجود انواع تابلوها و تصاویر تبلیغاتی است که تأثیر به‌سزایی در تقلیل کیفیت محیط و زیبایی آن دارند. اینها نه تنها با اهداف انسانی در تضاد بوده و معنویت و ارزش‌های متعالی فرهنگ انسانی را به شدت تهدید می‌نمایند، که این شیوه جاری در تبلیغات ارزش‌های فرهنگی

جامعه را که قرن‌ها حافظ هویت جامعه و عامل استقلال و خودکفایی ملتی بوده‌اند، نابود می‌کند. ارزش‌ها و اصولی چون قناعت، بومی‌گری، احتراز از خودنمایی و... (همان).

۱۱. عوامل موثر بر ادراک زیبایی شهر

دو مکتب فکری برای درک زیبایی قابل تعریف هستند. یکی عوامل ادراکی در زمان ادراک را، مد نظر دارد و دیگری عوامل غیرادراکی، مثل فرهنگ، دانش علمی و الگوها را موثر می‌داند. با توجه به منابع دریافت اطلاعات انسان، با ملحوظ داشتن آرمان و ایده‌آل‌های انسان که از جهان‌بینی و فرهنگش سرچشمه می‌گیرند و با عنایت به ادراکات انسان، می‌توان عواملی را به عنوان عوامل ادراک زیبایی معرفی نمود. به عبارت دیگر، عواملی قابل طرح هستند که انسان‌هایی با تفکر، فرهنگ، محیط و آرمان‌های متفاوت، آن عوامل را به عنوان عامل درک زیبایی می‌شناسند و در هر صورت (با شدت و ضعف متفاوت) آنها را عامل زیبا بودن یک پدیده به شمار می‌آورند. برخی عوامل موثر بر ادراک زیبایی شهر عبارتند از: وحدت، تجرد، حیات، تناسب، رنگ، حس کمال، ارتباط با تاریخ، کمال مطلوب، ارضای نیازها، تخیل ناظر، تعصبات، رزش‌ها، ممارست، کرامت انسان، ارزش‌گذاری، توجه به کلیت، اقناع ادراکات حسی، نماد و نشانه و رمز و معنا، تازگی و طراوات، سلیقه، شلوغی و ازدحام، آگاهی دادن، بری بودن از زشتی‌ها (همان: ۲۰۲-۲۹۳).

۱۲. مراتب هویت معماری و شهر

برای شهر و محیط زندگی انسان نیز، همانند هر اثر انسانی دیگر، می‌توان هویتی قائل شد، که این هویت ضمن آن که منبعث از تفکر و هویت انسانی است، مقوم آن نیز می‌باشد. هویت تاریخی، هویت فرهنگی، هویت عملکردی، هویت کالبدی، هویت طبیعی، هویت دینی، هویت انسانی (همان: ۳۶۲-۳۵۰).

۱۳. عوامل و نشانه‌های هویتی شهر

با توجه به جمیع جهات مربوط به انواع و مراتب هویت، عوامل و عناصر متنوعی را می‌توان به عنوان نشانه‌های هویتی یک شهر یا عنصر معماری نام برد: مؤلفه‌های هویتی شهر در دو گروه اصلی "شکل" و "محتوا" قابل طبقه‌بندی هستند، که البته نامگذاری‌های دیگری از جمله: ظاهر و باطن، پیدا و پنهان، کالبدی و معنایی، عینی و ذهنی را می‌توان برای این دو گروه برگزید. در گروه اول (بارزه‌های شکلی) می‌توان از نشانه، اندازه، تعداد، جمعیت، تمیزی، آلودگی، عملکرد، شلوغی و مانند آن نام برد. در گروه دوم (بارزه‌های محتوایی) موضوعاتی چون نمادها، معنی، تاریخ، فرهنگ مردم، عملکرد، رفتار، زیبایی، پاکی و ... قابل ذکر هستند (نقی پور، ۱۳۸۶: ۳۶۱-۳۵۱).

۱۴. بحران هویت

بحران هویت که در واقع به تقابل بین هویت موجود و هویت مورد نظر ایشان یا بین هویت انسان و آرمان‌هایش و یا بین هویت انسان و هویت جامعه‌ای که الگوی وی می‌باشد مربوط می‌شود، موضوعی است که در طول تاریخ، انسان‌ها و جوامع مختلف کم و بیش با آن مواجه بوده‌اند. علت اصلی بحران هویت را در تزلزل انسان‌ها نسبت به هویت واقعی خویش می‌توان جستجو کرد که طبیعتاً از تزلزل اعتقادات و باورها ناشی می‌شود. این بحران نتیجه طبیعی و ناگزیر غفلت از بعد معنوی حیات است. این غفلت و این بحران، بدان حد برای انسانیت انسان خطرناک و فاجعه آمیز تشخیص داده شده‌اند که عده‌ای را که حتی خود اعتقادی به اخلاق و معنویات ندارند، بر آن داشته است تا بگویند "بہتر است اخلاقیات و مذهب را در جامعه ترویج کنیم، اگر چه خود اعتقادی به آن نداریم".

بحران هویت که گاهی از آن به بی‌هویتی نیز تعبیر می‌شود، در واقع، به تقابل هویت یک پدیده، با هویت مورد نظر یا هویت مطلوب از آن پدیده اشاره دارد. از نظر برخی صاحب‌نظران شهرسازی نظیر دکتر نقی‌پور، «بی‌هویتی» شهرهای ایرانی و به ویژه بی‌هویتی شهرهای بزرگی چون تهران ناشی از مدرن کردن کالبد شهر قبل از مدرن کردن ساختار اقماری و اداری شهر بوده است (تصاویر ۴ و ۵). به عبارت دیگر علت اصلی «بی‌هویتی» شهرهای ایران، ناهماهنگی کالبد توسعه‌های معاصر که تقلیدی ناقص از الگوهای بیگانه غربی هستند، با اصول و ارزش‌های فرهنگی، با شیوه زیست، با

تاریخ و هویت ملی و بافت‌های شهری تاریخی است. بحران هویت شهر را باید با بحران هویت انسانی به ویژه با بحران هویت اهل شهر متناسب دانست (همان: ۳۶۴-۳۶۸).

تصویر ۷: نمونه‌هایی از سیطره عناصر غیرمعنوی بر کالبد شهر



تصویر ۶: نمونه‌هایی از معماری تقلیدی و ظهور بحران هویت

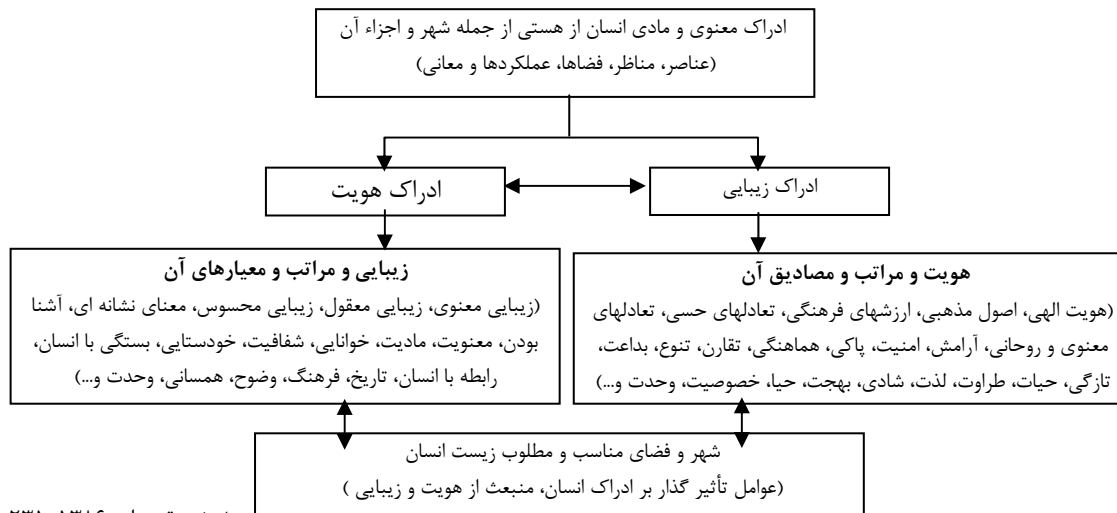


جمع‌بندی

با عنایت به مباحث گفته شده، می‌توان چنین نتیجه گرفت که عدم هماهنگی ظرف و مظهر در دامن زدن به مسأله بی‌هویتی و نتیجتاً زشتی شهرهای بزرگ کشورمان، نقش بسیار مهمی بازی می‌کند. برخی دلایل این زشتی‌ها عبارتند از:

- ❖ عدم آشنایی پدید آوردندگان فضاها و عناصر شهری با مفهوم اصیل زیبایی و شهرسازی اسلامی و بوم‌گرا
 - ❖ رواج سلطه روحیه سوداگری و سیطره تفکر و روش مادپرگرایانه مأخوذ از بیگانه بر بسیاری از فعالیت‌های شهری
- نکته قابل ذکر آن است که اصولاً «هویت یک پدیده» امری انتزاعی و منفک از سایر موضوعات مرتبط با آن پدیده نیست، مثلاً هویت شهر، با همه موضوعات مرتبط با شهر و با موضوعات عدیده‌ای از جمله: با اهل شهر، با باورها و اعتقاداتشان، با شیوه زیست مردم، با نوع ارتباطاتشان با سایر جوامع، با آرمان‌ها و الگوهای زندگی‌شان، با رفتار و فرهنگشان، با نوع فکر و جهان‌بینی‌شان و با بسیاری موضوعات دیگر مرتبط و غیرقابل تفکیک است. به این ترتیب، مردم نمی‌توانند به شیوه‌ای زندگی کنند و توقع داشته باشند شهر و متعلقاتشان هویتی متمایز با هویت آن شیوه زیست یا هویتی متمایز با هویت فضایی که برای آن شیوه زیست مناسب است را داشته باشند. طراحان و برنامه‌ریزان و مدیران شهر نیز نمی‌توانند بر پایه مبانی نظری بیگانه، طرح و برنامه تهیه کنند و به شیوه بیگانه خط‌مشی تعیین کنند و مردم را به آن شیوه فرا خوانند و در عین حال توقع داشته باشند که شهر هویت زیبای ایرانی و اسلامی داشته باشد. وقتی قرار باشد که به شیوه بیگانگان زیست شود، وقتی که سوداگری بر بسیاری از فعالیت‌ها حاکم باشد. وقتی معیارها و الگوهای اصلی، ظرف تمدن بیگانه باشد، وقتی تفاخر و نمایش خود، در آثار انسانی رواج یابد، وقتی مد و مصرف و اسراف جای قناعت و میانه‌روی و تعادل را بگیرند، هنگامی که تمرکز اصلی بر جنبه مادی حیات قرار گیرد، آنگاه نمی‌توان انتظار داشت که فضا و کالبد حاصل چیزی جز پاسخگویی به این رفتارها باشد (نقی‌پور، ۷۵). بی‌تردید بازگشت به ریشه‌ها، بازیابی خود و هویت خویش در ابزارهای برنامه‌ریزی و طراحی و توجه به خاستگاه و زادبوم، هدایتگر شهرهای ما به سوی زیبایی خواهد بود (نمودار ۴).

نمودار ۴: هویت شهری



ماخذ: نقی زاده، ۱۳۸۶: ۲۳۱

منابع

- برزگر، محمدرضا (۱۳۸۳) "بازشناسی هویت شهری" مجموعه مقالات همایش مسایل شهرسازی ایران؛ جلد اول: ساخت شهری، شیراز، دانشگاه شیراز.
- بنتلی، ای یین و دیگران (۱۳۸۲) "محیطهای پاسخده" مصطفی بهزادفر، تهران، دانشگاه علم و صنعت ایران.
- تسلی، جیمز (۱۳۸۵) "تجربه گرایی" مجموعه مقالات، دانشنامه زیبایی شناسی، تهران، فرهنگستان هنر.
- توسلی، محمود (۱۳۶۵) "اصول و روشهای طراحی شهر و فضاهای مسکونی در ایران" جلد اول، تهران، وزارت مسکن و شهرسازی.
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۸) "لغت نامه دهخدا" تهران، دانشگاه تهران.
- فراسخواه، مقصود "تأملی در پارادوکس های هویت و اقتباس" نشریه ایران فردا، سال اول، شماره پنجم.
- فرجامی، محمدرضا (۱۳۸۳) "ابعاد هویت شهری" مجموعه مقالات همایش مسایل شهرسازی ایران؛ جلد اول، شیراز، دانشگاه شیراز.
- کالن، گوردون (۱۳۷۷) "منظر شهری" منوچهر طبیبیان، تهران، آگاه.
- کریر، راب (۱۳۷۵) "فضای شهری" خسرو هاشمی نژاد، تهران، جهاد دانشگاهی.
- گلدمن، آلن (۱۳۸۵) "امر زیبا" مجموعه مقالات کتاب دانشنامه زیبایی شناسی، تهران، فرهنگستان هنر.
- گلکار، کورش (۱۳۷۸) "کندوکاری در تعریف طراحی شهری" تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران.
- لینچ، کوین (۱۳۷۶) "تئوری شکل خوب شهر" حسین بحرینی، تهران، دانشگاه تهران.
- لینچ، کوین (۱۳۷۲) "سیمای شهر" منوچهر مزینی، تهران، دانشگاه تهران.
- معین، محمد (۱۳۸۵) "فرهنگ معین" تهران، امیرکبیر.
- نقی زاده، محمد (۱۳۷۵) "تقابل سبکهای معماری وارداتی با ارزشها و اصول حاکم بر معماری اسلامی" مجموعه مقالات سومین سمینار سیاستهای توسعه مسکن در ایران، تهران، وزارت مسکن و شهرسازی.
- نقی زاده، محمد (۱۳۷۹ ب) "رابطه هویت سنت معماری ایرانی با مدرنیسم و نوگرایی" مجله هنرهای زیبا شماره ۷، تابستان.
- نقی زاده، محمد (۱۳۸۴ الف) "جایگاه طبیعت و محیطزیست در فرهنگ و شهرهای ایرانی" تهران، واحد علوم و تحقیقات.
- نقی زاده، محمد (۱۳۸۱ الف) "تأثیر معماری و شهر بر ارزشهای فرهنگی" مجله هنرهای زیبا، شماره ۱۱، تابستان.
- نقی زاده، محمد (۱۳۸۶) "ادراک زیبایی و هویت شهر (در پرتو اسلامی)" اصفهان، سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان.
- نقی زاده، محمد (۱۳۸۷) "شهر و معماری اسلامی" اصفهان، مانی.
- وزیری، علینقی (۱۳۶۳) "زیباشناسی در هنر و طبیعت" تهران، هنرمند.
- نقی زاده، محمد (۸۵ الف) "معماری و شهرسازی اسلامی" اصفهان، راهیان.
- نقی زاده، محمد (۸۵ ب) "مبانی هنر دینی در فرهنگ اسلامی تجلیات عینی و تألیفی" اصفهان، راهیان.
- معین، محمد (۱۳۷۵) "فرهنگ معین" جلد چهارم، تهران، امیرکبیر.
- هایدن، دولارس (۱۳۸۴) "بومی کردن فضای شهری" کیانوش ذاکر حقیقی، مجموعه مقالات نوشتارهایی درباره توسعه شهری پایدار، تهران، مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری.
- هایدگر، مارتین "پرسش از تکنولوژی" شاهپور اعتماد، نشر مرکز تهران، بیتا.

Alexander, C.; S. Ishakawa and M.Silverstein (1977) "A Pattern Language – Towns, Buildings, Construction" New York, Oxford University Press.
 Jacobs, Jane (1969) "The Death and Life of Great American Cities" New York, Vintage Rapoport.
 Amos (1990) "The Meaning of the Built Environment" Revised Tucson, University of Arizona Press.