

# تبیین مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی حکمت متعالیه و بررسی میزان تجلی آن در کالبد بازارهای ایرانی؛ مطالعه موردی: بازار همدان، سرای شریفیه

علی رضا صادقی<sup>۱\*</sup> (نویسنده مسئول)، مسعود دادگر<sup>۲</sup>، سحر سماواتی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> استادیار بخش شهرسازی دانشکده هنر و معماری دانشگاه شیراز  
<sup>۲</sup> عضو هیئت علمی جهاد دانشگاهی و مدیر گروه پژوهشی معماری و منظر شهری پژوهشکده فرهنگ، هنر و معماری  
<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری شهرسازی دانشکده هنر و معماری دانشگاه تربیت مدرس تهران

(تاریخ دریافت: ۹۶/۱۲/۲۰ تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۶/۱۸)

## چکیده

امروزه در زمینه زیبایی‌شناسی و چگونگی قضاوت و تجربه آن، تنوع بی‌حد و مرزی در معماری، برنامه‌ریزی شهری و طراحی شهری ایرانی دیده می‌شود. می‌دانیم که یکی از نمودهای عینی معماری و شهرسازی سنتی ایران که متأسفانه امروزه نقش اصلی خود را از دست داده، بازار است. به نظر می‌رسد بررسی مقوله‌های مربوط به ارزش‌های زیبایی‌شناسی شهرهای اسلامی در بازارهای ایرانی با هدف بازآفرینی و احیای این ارزش‌ها ضروری است؛ چرا که به باور حکمای اسلامی، زیبایی‌های موجود در محیط، جلوه‌هایی از زیبایی مطلق یعنی حق تعالی هستند و بازارها همواره به عنوان ستون فقرات شهرها ایفای نقش کرده‌اند. با توجه به این نکته، در این تحقیق دیدگاه‌های مختلف در زمینه زیبایی‌شناسی اسلامی بررسی و ویژگی‌های بازارهای ایرانی بازخوانی شده است. در ادامه و در بستری از مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی و با استفاده از روش تحقیق توصیفی تحلیلی و تحلیل محتوا و شیوه تحقیق گروه تمرکز، شاخص‌های زیبایی‌شناسی در حکمت متعالیه (زیبایی‌شناسی جامع) استخراج و در مورد کالبد سرای شریفیه همدان تحلیل شده است. نتایج حاصل از این پژوهش نشانگر این مهم هستند که مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی جامع در بازارهای ایرانی در قالب دو گونه کلی مؤلفه‌های ذهنی - روان‌شناختی و فرمی - کالبدی قابل تقسیم‌بندی هستند و عوامل بسیاری از جمله نور، رنگ، کمال، تناسب، هندسه، سلسله مراتب در آفرینش این زیبایی تأثیرگذار بوده‌اند.

واژگان کلیدی: زیبایی‌شناسی اسلامی، حکمت متعالیه، زیبایی‌شناسی جامع، بازار ایرانی، سرای شریفیه بازار همدان.

## مقدمه و بیان مسئله

ایران در طول تاریخ همواره یکی از برجسته‌ترین مراکز تجمع انسانی بوده است که ساختار شهرهای سنتی و اسلامی آن با نظام شناختی کیهانی‌اش غنی‌ترین الگوهای معماری و شهرسازی را باز می‌نمایاند. سنت در اینجا نه به معنای اعتقاد به ارتجاع و واپسگرایی، بلکه به معنای اعتقاد به اصولی مترقی، ماندگار و هویت‌بخش است که کرامت و حقوق انسان و محیط پیرامون او را پاس می‌دارد. در واقع شهر سنتی منظومه بناهایی است که تحت سیطرهٔ بینش سنتی و آداب و رسوم آن و متأثر از محدودیت‌های اقلیمی و فنی شکل گرفته و لاجرم دارای وحدت و هم‌آوایی است و اهدافی متعالی و الهی را پیگیری می‌کنند. این نوآوری در پی دست یافتن به کمالی است که هرگز حاصل نمی‌شود، مگر در عالم بالا. خداوند سبحان احسن الخالقین است و انسان که خلیفهٔ خداوند بر روی زمین است با خلایقیت، این ودیعهٔ الهی ذرات وجود را به سوی نظمی کیهانی سامان می‌دهد. معمار و شهرساز معتقد به سنت نوآوری را تکمیل تدریجی دستاورد پیشینیان و سپردن آن به آیندگان می‌داند. معمار و شهرساز سنتی به اندازه توان خود ارزشی بر ارزش‌های معماری می‌افزاید و ادعای معماری خلق الساعه را ندارد (حجت، ۱۳۸۴: ۶۲-۵۵). از این رو، فضای زندگی شهرهای اسلامی همواره تحت تأثیر قوانین الهی بوده که با جاری شدنش تمامی شئون زندگی مردم را در بر می‌گرفت و محیطی روحانی را فراهم می‌آورد که نمودش در تمامی اندام‌های این شهر از خانه تا میدان و از کوچه تا خیابان و بازار دیده می‌شود. در این زمینه، پژوهش‌های بسیاری بر چستی، شخصیت، ساختار، ارکان، ابعاد، الگوها، انواع، نمونه‌ها، ویژگی‌ها، شئون، صفات، تحولات و تطورات و شاخص‌های شهر اسلامی تأکید داشته‌اند (نقی زاده، ۱۳۸۹: ۱-۱۴؛ پورجعفر و دیگران، ۱۳۹۴: ۳-۲۱؛ خدایی و تقوایی، ۱۳۹۰: ۱۰۳-۱۱۳؛ نقی زاده، ۱۳۹۴: ۶۳-۸۰؛ رحیمی و نقی زاده، ۱۳۹۵: ۱۳-۲۰؛ عرفانی و نوید پور، ۱۳۸۷: ۷۲-۹۱؛ نقی زاده، ۱۳۷۷: ۴۷-۶۱؛ مشکینی و رضایی مقدم، ۱۳۹۳: ۳۷-۶۸؛ بیات، ۱۳۹۴: ۱۳۷-۱۶۷ و صفایی پور و سجادیان، ۱۳۹۴: ۱۵۹-۲۰۵). در شهر اسلامی معماران مؤمن با هنر خود در ایجاد درکی بهتر از فضای هستی معتقد به آن، طراحی فضاهای شهری و بناهای معماری را بر عهده گرفتند تا مؤمنان در فضاهایی قرار گیرند که جلوه‌هایی از حق را به یاد آورند. در شهر اسلامی هم مؤمن به عنوان شهروند این شهر و هم اثر معماری و فضای شهری به عنوان محصول عمل هنرمند معمار وجهی مشترک دارند و آن یاد خداست. معمار در مسجد، بازار، مدرسه و بناهای دیگر ضمن برآوردن نیازهای مادی استفاده کنندگان از آنها، جلوه‌هایی از حضور خدا را به تصویر می‌کشد؛ در واقع مسافر این شهر همیشه خود را در درون چیزی می‌بیند، از حالی به حال دیگر و از ادراکی به ادراکی دیگر دست می‌یابد (استیرلن، ۱۳۷۷: ۶۳). با این تفکر اندام‌های گوناگون شهر اسلامی در یک نظام پیوسته و هماهنگ ادراکی قرار می‌گیرند؛

اما در این نظام پیوسته، یکی از بارزترین نمودهای عینی معماری و شهرسازی مجموعه‌های بازار شهری است که همواره به عنوان ستون فقرات و قلب تپندهٔ شهر ایفای نقش می‌کند (لک و حکیمیان، ۱۳۹۶: ۱۰۹-۱۳۴)؛ چرا که در شهر اسلامی، استفاده کننده از فضا از دروازه‌های شهر به بازار و کاروان‌سراهای اطراف آن وارد می‌شد. در این شهر بازار مکانی است برای فعالیت‌های اقتصادی؛ اما در اسلام، اقتصاد از معاد باری تعالی جدا نیست. در این مکان معاملات چند سویه صورت می‌گیرد که یک سوی آن خداست. این موضوع فقط در روابط بین افراد دیده نمی‌شود بلکه با ساخت نیایشگاه در کنار راسته بازار و دعوت بازاریان و خریداران به نماز بر وجود رابط اصلی این معاملات یعنی خداوند تأکید می‌کند. در برخی بازارها مساجد، مدارس و دیگر بناهای مذهبی چنان در مسیر راستهٔ اصلی و فرعی قرار می‌گیرند که تفکیک فعالیت اقتصادی و فرهنگی غیر قابل انجام است (سرای، ۱۳۸۹: ۲۵-۳۷؛ دانشپور و شیر، ۱۳۹۴: ۱۷-۲۵). در مطالعهٔ معماری بازار نیز آنچه ذهن تحلیل‌گر انسان را به خود مشغول می‌کند، تکرار و تدامی است که در فرم ساختمان و اشکال مشترک بازارها چون راهروها، طاق‌های گنبدی شکل، نورگیرها و ... وجود دارد. در واقع فضاها و عناصر سرپوشیده و سرباز بازار چون راسته، چهارسوق، سرا، تیم، تیمچه و دالان را می‌توان از با ارزش‌ترین تجربه‌های معماری و شهرسازی دانست (جباری، ۱۳۸۹: ۲۹-۳۷).

پیدایی و موجودیت بازارها در سرزمین پهناور ایران از گذشتهٔ بسیار دور آغاز شده و طی قرون متمادی به دلایل گوناگون اقتصادی، سیاسی، نظامی و مذهبی به تدریج تکامل یافته است (ایراندوست و بهمنی اورامانی، ۱۳۹۰: ۵-۱۵)؛ اما امروزه بازار نه تنها کارکرد و هویت اصلی خود را از دست داده است، بلکه عناصر شکل‌دهندهٔ فضا که همواره زیبا و متناسب با فرهنگ و هنر اسلامی و ارزش‌های جامعه بوده‌اند در حال افول و فراموشی هستند (لک و حکیمیان، ۱۳۹۶: ۱۰۹-۱۳۴). با بررسی مطالعات انجام شده در زمینهٔ زیبایی‌شناسی معاصر، می‌توان مدعی شد که بیشتر مطالعات محدود به زیبایی‌های ظاهری است؛ به‌ویژه در عصر کنونی که بشر به بهانهٔ تجدد همه‌جانبه، افزون بر بی‌مهری به میراث تاریخی خود، تلاش کرده هنر و زیبایی‌شناسی را هم همانند هر عرصهٔ دیگری، دنیوی و مادی کند. زیبایی‌شناسی معاصر، نه تنها از نظر معرفت‌شناسی، بلکه به لحاظ روش مطالعه هم با آنچه در سنت و دین رایج بود، زاویه گرفته و پیامد این فاصله، بروز مشکلات و از بین رفتن هویت و زیبایی در بسیاری از بناهای معماری ایرانی امروزی است. از این رو، درک و بررسی مقوله‌های مربوط به زیبایی‌شناسی بازارهای سنتی ایرانی، با هدف بازآفرینی و احیای این ارزش‌ها ضروری است. ارزش‌هایی واجد کیفیت‌های مطلوب زیبایی‌شناختی که می‌توانند کالبد بحران‌زده شهر ایرانی امروزی را غنایی دوباره بخشند؛ زیرا یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین بنیادهای هویت‌ساز در همهٔ ابعاد فرهنگی و انسانی جامعه دیدگاه آن جامعه دربارهٔ زیبایی‌شناسی است. ویژگی‌های زیبایی‌شناسانه و هویت می‌توانند رابطه‌ای دوسویه و متقابل داشته

(استخراج، مرور، کدگذاری، سازمان‌دهی و طبقه‌بندی داده‌ها، تحلیل و تفسیر نتایج و تهیه گزارش نهایی) (خسروی و عابد-سعیدی، ۱۳۸۹: ۱۹-۳۰ و صادقی، ۱۳۸۷: ۴۷-۷۵).

در این پژوهش، ۲ گروه بحث متمرکز ۶ نفره از متخصصان معماری و طراحی شهری تشکیل شد. نمونه‌گیری این تحقیق کاملاً هدفمند بود و افراد انتخاب شده برای شرکت در گروه‌های متمرکز، شامل اعضای هیئت علمی دانشگاه، دانشجوین و دانش‌آموختگان کارشناسی ارشد معماری و طراحی شهری و کارشناسان و مدیران سازمان میراث فرهنگی بودند که از یک سو با مباحث مرتبط با زیبایی‌شناسی اسلامی و زیبایی‌شناسی حکمت متعالیه (جامع) و از سوی دیگر با وضعیت موجود سرای شریفیه بازار همدان آشنایی کامل داشتند. به منظور پیشبرد تحقیق، ابتدا به کمک مطالعات اسنادی و روش‌های تحقیق توصیفی - تحلیلی و تحلیل محتوا، مؤلفه‌ها و شاخص‌های اولیه زیبایی‌شناسی در حکمت متعالیه شناسایی شد. در ادامه بر اساس موارد شناسایی شده، گروه بحث متمرکز اول تشکیل و از حاضران خواسته شد تا بر اساس ویژگی‌های مشترک مفهومی، هر کدام از شاخص‌های شناسایی شده را تصدیق و دسته‌بندی کنند. با تحلیل و تفسیر نتایج این مصاحبه گروهی، شاخص‌ها و مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی جامع دسته‌بندی و در قالب نمایه‌ای ارائه شد. در ادامه و بعد از شناخت و تحلیل یکپارچه وضع موجود سرای شریفیه بازار همدان، گروه بحث متمرکز دوم تشکیل و از اعضای گروه خواسته شد تا چگونگی تأثیرگذاری مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی جامع در عناصر تشکیل‌دهنده سرای شریفیه بازار همدان را بررسی و تحلیل کنند. نتایج حاصل از این مصاحبه گروهی در قالب جدولی ارائه شد و بر اساس آن راهبردها و راهکارهایی نیز برای بازآفرینی ارزش‌های زیبایی‌شناسی جامع در بازارها به عنوان نمونه‌ای از فضاهای شهری ارائه شد.

### چارچوب نظری

#### سراها به عنوان فضاهای مهم بازار ایرانی

بازار به مثابه قلب تپنده شهر ایرانی-اسلامی نه تنها نمود ابعاد اجتماعی-فرهنگی-اقتصادی شهر، بلکه مهم‌ترین فضای شهری و بستر استخوان‌بندی شهر ایرانی اسلامی است؛ چنان‌که نقش بازار در سازمان فضایی شهر ایرانی اسلامی، موضوع بسیاری از پژوهش‌های متأخر بوده است (لک و حکیمیان، ۱۳۹۶: ۱۰۹-۱۳۴). در زمینه مفهوم لغوی بازار باید اذعان کرد که واژه بازار در فارسی میانه، وازار بوده و با ترکیب‌هایی چون وازارگ (بازاری)، وازارگان (بازارگان) و وازارید استفاده شده است (ایراندوست و بهمنی اورامانی، ۱۳۹۰: ۵-۱۵). این واژه در زبان پهلوی «واکار» خوانده شده که با گذشت زمان به شکل بازار درآمده است. در زبان عربی «ببازار» و «ببازره» (ادیب صابری، ۱۳۶۴: ۱)، در زبان آلمانی «basar»

باشند. زیبایی‌شناسی، نشانگر سمت و سوی دگرگونی‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه است. اگر ارزش‌های زیبایی‌شناسانه دچار بحران شود کم‌کم همه ابعاد جامعه به سوی بحران حرکت می‌کند. در تفکر آرمانی اسلامی، هنرمند باید صورت حقیقت را بشناسد و شکل یا قالب حقیقت را درک کند و از آنجا که یکی از نتایج مترتب بر هنرها تجلی زیبایی است، فضای حاصل از ظهور هنر باید نشانگر زیبایی باشد (بمانیان و دیگران، ۱۳۸۹: ۳۷-۷۰؛ صادقی، ۱۳۹۳: ۷۰-۸۱؛ صادقی و جنگجو، ۱۳۹۶: ۳۷۷-۳۹۲). با توجه به آنچه گفته شد این مقاله می‌کوشد تا در بستری از مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی، مبانی، مؤلفه‌ها و شاخص‌های زیبایی‌شناسی در آرای متفکران حکمت متعالیه (زیبایی‌شناسی جامع)، استخراج و در نمونه مورد مطالعه و بررسی کند. به منظور انجام این مهم، سرای شریفیه بازار همدان انتخاب و شاخص‌های زیبایی‌شناسی در عناصر گوناگون شکل‌دهنده سرای شریفیه همدان تحلیل شده است. همچنین راهکارهایی برای بازآفرینی این ارزش‌ها در بازارها به عنوان گونه‌ای از فضاهای منسجم شهری ارائه شده است.

### روش پژوهش

تحقیق حاضر به منظور بازشناخت مؤلفه‌ها و شاخص‌های زیبایی‌شناسی در آرای متفکران حکمت متعالیه (زیبایی‌شناسی جامع) و تحلیل این شاخص‌ها در کالبد سرای شریفیه همدان به عنوان نمونه موردی، از روش‌های تحقیق توصیفی-تحلیلی، تحلیل محتوا و موردی بهره گرفته است. همچنین در فرایند پیشبرد تحقیق، از شیوه‌های تحقیق مشاهده، مرور متون، منابع و اسناد تصویری استفاده شده و برای تحلیل محتوا و دسته‌بندی شاخص‌های زیبایی‌شناسی جامع به دست آمده از مبانی نظری پژوهش و ارزیابی نمونه موردی بر اساس این شاخص‌ها، از شیوه گروه بحث متمرکز (مصاحبه گروه کانونی یا مصاحبه گروهی) بهره گرفته شده است. در شیوه گروه بحث متمرکز، افرادی مشخص و انتخاب شده، در یک یا چند بحث گروهی در زمینه موضوعی خاص یا مجموعه‌ای از موضوع‌ها شرکت می‌کنند. در واقع این شیوه، نوعی مصاحبه گروهی هماهنگ در قالب جلسه‌های بحث سازمان‌دهی شده است که طی آن افراد، نظر‌ها و تجربه‌های خود را در تبادل نظر با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند. در این شیوه، پژوهشگر، شرکت‌کنندگان (یا گروه نمونه) را که تعداد آنها بین ۴-۱۲ نفر است (بر اساس متجانس یا نامتجانس بودن شرکت‌کنندگان) بر مبنای طرح پژوهش و توانایی همکاری آنان به صورت هدف‌دار انتخاب می‌کند. این شیوه دارای ۳ مرحله اصلی است: ۱- مفهوم‌سازی (تعیین موضوع بحث و هدف از تشکیل گروه) ۲- مصاحبه گروهی (آماده کردن سؤالات و راهنمای بحث، انتخاب شرکت‌کنندگان، انتخاب زمان و مکان مناسب، اجرای بحث گروهی) ۳- تجزیه و تحلیل اطلاعات

و در زبان مالایایی «Pazar» تلفظ می‌شود (سرای، ۱۳۸۹: ۲۵-۳۷) و مجموعاً به معنای «جایگاه داد و ستد» دانسته شده است (حبیب، ۱۳۸۵: ۲۷-۳۴). ساختمان بازار در شهرهای قدیمی ایران، ستون فقرات کالبدی شهر را تشکیل می‌داد و سایر عناصر مهم شهری، مانند مسجد، مدرسه، تکیه و حمام را در بافت شهری به یکدیگر متصل می‌کرد. در واقع بازار، کیفیت پیوستگی را در شهر ایرانی - اسلامی کهن، متبلور ساخته است (ضیاء توانا، ۱۳۸۰: ۲۰).

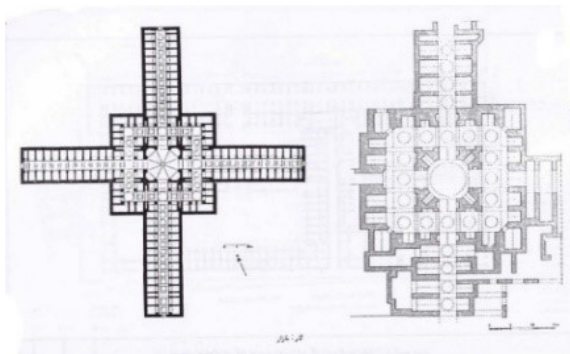
جایگاه بازار در شهر اسلامی، محل توجه و موضوع تفحص و تحقیق بسیاری از جغرافیدانان، خاورشناسان و مخصوصاً اسلام‌شناسان قرن بیستم بوده است. بعضی از آنان بازار را بخش اساسی و هسته مرکزی «شهر اسلامی» خوانده‌اند (ماسینیون، ۱۳۸۹: ۴۷۴) و بعضی دیگر چون پلانول، مسجد جامع را و برخی مانند گروه باؤم، هر دو را. به هر حال، همبستگی مسجد جامع و بازار به عنوان یک مجموعه و اهمیت آن دو در ساختار بنیادی شهر اسلامی، امری مشهود و عینی است (حبیب، ۱۳۸۵: ۲۷-۳۴). از لحاظ اجتماعی - فرهنگی بازار همواره کانون بزرگ خبررسانی درون شهری بوده است (بیهقی، ۱۳۵۶: ۷۳۰). در شهر اسلامی بازارها به مسجد جامع وابستگی کالبدی و کارکردی نزدیکی داشته‌اند. مسجد جامع به سبب تقدم وظایف مذهبی، در جای مناسبی در هسته مرکزی و محور اصلی شهر ساخته می‌شد و بازار به عنوان مرکز معیشت مردمی و فعالیت‌های صنفی معمولاً در جوار مسجد جامع قرار داشت. بازارها به شکل‌های کالبدی مختلف وجود دارند که در تصاویر شماره ۱ تا ۳ نمونه‌ای از آنها ارائه شده است.

اما از مهم‌ترین عناصر و فضاهای بازار ایرانی، سراها هستند. سراها در طول اصلی بازارها، فضاهایی بوده‌اند که در عمق قرار می‌گرفتند و فقط از طرف بازار ورودی داشتند. سراها (باراندازها) مخصوص انبار کالاها می‌بودند که قصد عرضه شدن آنها در زمانی خاص وجود داشت و تجار بازار آنها را در سراها می‌انباشند و به تدریج به مغازه و حجره برده و به فروش می‌رساندند.

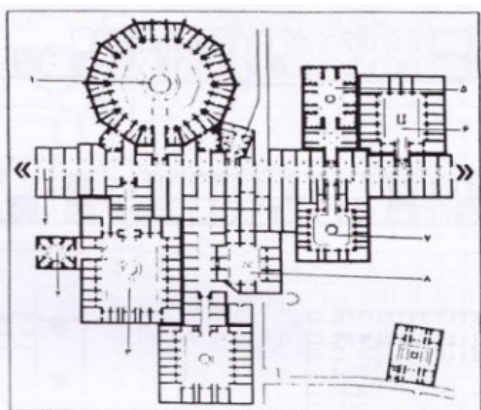
سراها دو نوع‌اند: سراهای سرپوشیده که تعداد آنها بسیار کم است؛ مانند سرای چهار بازار نزدیک چهار سوق بزرگ بازار تهران و سراهای رویاز که اکثر سراها از این نوع هستند. عنصر مرکزی سراها حیاط است و حجره‌ها گرداگرد آن قرار دارند. پس از ورودی که خود شامل سردر، هشتی و دالان است حیاط قرار دارد. تقریباً در کلیه سراها دورادور طبقه بالا، ایوانی سراسری هست که محل عبور مردم بوده و دسترسی به داخل حجره‌ها به وسیله همین ایوان باریک، صورت می‌گرفته است. بیشتر سراها، طرحی مربع یا مربع مستطیل دارند که گوشه‌های آن پخ شده، فضای سبز دارند و باغچه‌های آن شبیه طرح حیاط‌های اشراف است؛ یعنی حوض در وسط است و چهار گوشه حیاط درخت کاری و یا گل کاری شده است. معماری سراها به گونه‌ای است که فضای باز داخلی

نمایی قرینه‌سازی شده، هندسی و منظم دارد؛ مثلاً اندازه همه حجره‌ها یکسان است. فضای ورودی این سراها اغلب با اندکی فرورفتگی با سردری آجرکاری و یا کاشی کاری با دری بزرگ مزین شده است. درهای سراها شب‌ها بسته می‌شود؛ مانند سرای امیر و سرای انیس الدوله در بازار تهران (فرزانه، ۱۳۷۸: ۴۸-۵۱).

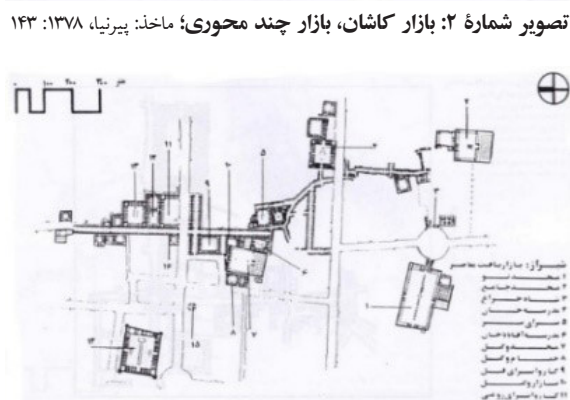
پس از بازشناخت مفاهیم مرتبط با بازار و معرفی سراها به عنوان یکی از فضاهای اصلی بازارها، در ادامه به بازخوانی مفاهیم مرتبط با زیبایی و زیبایی‌شناسی در فرهنگ اسلامی و حکمت متعالیه پرداخته شده است.



تصویر شماره ۱: بازار لار، بازار متقاطع (صلیبی)؛ ماخذ: پیرنیا، ۱۳۷۸: ۱۴۰



کاشان، بازار چند محوری؛ ماخذ: پیرنیا، ۱۳۷۸: ۱۴۳



تصویر شماره ۳: بازار شیراز، بازار خطی (طولی)؛ ماخذ: پیرنیا، ۱۳۷۸: ۱۳۶

## انگاره‌های مؤثر در خلق زیبایی در فرهنگ اسلامی

زیبایی امری نسبی است و به معنی حالت و کیفیت زیبا و عبارت است از نظم و هماهنگی به همراه عظمت و پاکی که در شیء وجود دارد و عقل و تخیل و تمایلات عالی انسان را به تحسین و لذت و انبساط پدید آورد (فرهنگ معین، ذیل واژه). زیبایی‌شناسی از منظرهای گوناگون قابل بحث است. مفهوم این واژه در هر یک از حوزه‌های معرفت‌شناسانه، علوم عقلی و علوم نظری، علوم قدیم و علوم جدید، معنایی قابل تفکیک دارد. به باور حکمای اسلامی، زیبایی‌های موجود در این عالم، جلوه‌های مفیدی از زیبایی مطلق یعنی حق تعالی هستند (ذوالنون، ۱۳۸۹: ۱۶-۲۰)؛ چرا که از دیدگاه دین مبین اسلام و قرآن کریم، سرچشمه همه چیز خداست و پایان همه چیز نیز به سوی اوست. او جهان را آفرید و ما انسان‌ها را چنان آفریده که می‌توانیم جهان را درک کنیم و در بایم (ذَلِكُمْ اللَّهُ رَبُّكُمْ خَالِقُ كُلِّ شَيْءٍ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ فَاَنى تُوَفَّكُونَ) (غافر، آیه ۶۲). در واقع حق تعالی سرچشمه و پدید آورنده همه حسن‌هاست و همه زیبایی‌های محسوس، آفریده او هستند. همچنین سرچشمه همه حسن‌های نامحسوس و عقلی و قلبی نیز اوست (اللّٰذِىْ اَحْسَنَ كُلَّ شَيْءٍ خَلَقَهُ) (سجده، آیه ۷). همه زیبایی‌های اخلاقی و رفتاری و شهودی نیز به او باز می‌گردد و مبنای هر کار اخلاقی، خداوند است. همه خوبی‌ها به او استناد دارد و اگر بدی باشد، ناشی از سوء اختیار انسان است (مَا اَصَابَكَ مِنْ حَسَنَةٍ فَمِنَ اللّٰهِ وَمَا اَصَابَكَ مِنْ سَيِّئَةٍ فَمِنَ نَفْسِكَ) (نساء، آیه ۷۹) (هاشم نژاد، ۱۳۸۵: ۳۱۳-۳۳۲). پس، حق تعالی، زیبای مطلق است که زیبایی‌ها را برای بندگانش بیرون آورده است (زَيْنَةُ اللّٰهِ الَّتِىْ اُحْرَجَ لِعِبَادِهِ) (اعراف، آیه ۳۲)، آسمان را زینت بخشیده است (اِنَّا زَيْنَا السَّمَاءِ الدُّنْيَا) (صافات، آیه ۶)، چهره زمین را به زیورها آراسته است (اِنَّا جَعَلْنَا مَا عَلَى الْاَرْضِ زَيْنَةً لِّهَا) (کهف، آیه ۷) و کار هر گروه را در نزد خودشان جلوه داده است (كَذٰلِكَ زَيْنًا لِّكُلِّ اُمَّةٍ عَمَلُهُمْ) (انعام، آیه ۱۰۸). از سوی دیگر، هر آنچه نام نیکوست، از آن اوست و او در نام و نشان نیز زیباست (اللّٰهُ لَا اِلَهَ اِلَّا هُوَ لَهُ الْاَسْمَاءُ الْحُسْنٰى) (طه، آیه ۸)؛ (وَاللّٰهُ الْاَسْمَاءُ الْحُسْنٰى فَادْعُوْهُ بِهَا وَذَرُوْا الَّذِیْنَ یُلْحِدُوْنَ فِىْ اَسْمَائِهِ) (اعراف، آیه ۱۸۰). پس او هم در نام زیباست و هم در کردار؛ و به تعبیر دیگر هم در ذات و صفات زیباست و هم در فعل (خرقانی، ۱۳۹۰: ۶۰-۸۶). این حقیقت که این خداوند است که سرچشمه حسن‌ها و زیبایی‌هاست (صبغه الاله و من احسن من الاله صبغه) (سوره بقره، آیه ۱۳۸) همان اصلی‌ترین حلقه‌ای است که در معماری و شهرسازی معاصر فراموش شده است.

گفته شد که در قرآن سرچشمه زیبایی‌ها خداوند و صفات اوست. انواع زیبایی‌ها در آیات قرآن به سه گروه تقسیم شده است: الف) زیبایی‌های مادی و ظاهری: «و الانعام خلقها لکم فیها دفاء و منافع و منها تاكلون» (نحل، آیات ۵-۸)؛ ب) زیبایی‌های معقول «افلا ينظرون الی الابل کیف خلقت» (الغاشیه، آیه ۱۷) و ج) زیبایی‌های معنوی و روحی (اخلاقی) «فاصبر صبرا جمیلا» (معارج، آیه ۵) (نقره کار، ۱۳۸۷: ۲۱۸). در این زمینه و از دید مرتضی مطهری، تعریف ماهوی و منطقی از زیبایی اولاً غیر ممکن و ثانیاً غیر سودمند است و بهتر

است به جای آن به بررسی آثار و نتایج زیبایی پرداخت. تقسیم وی از انواع و مراتب ادراک زیبایی، براساس توجه به آثار زیبایی است و بر این اساس زیبایی را در چهار رده «حسی»، «خیالی»، «عقلی» و «قلبی» اثرگذار و قابل درک می‌داند (مطهری، ۱۳۷۸: ۸۲). همچنین تناسب و توازن، چینش منظم، تنوع و تضاد، گوناگونی رنگ‌ها، پیراستگی از عیوب و هدفمندی، ویژگی‌های آفرینش الهی در نظام هستی‌اند که از آنها به عنوان نشانه‌های زیبایی در قرآن کریم نام برده شده است (خرقانی، ۱۳۸۷: ۱۱-۴۷).

معماران و شهرسازان نیز براساس گفته‌های ارزشمند فیلسوفان و عالمان اسلامی مفاهیمی مرتبط با زیبایی‌شناسی در زمینه معماری و شهرسازی ایرانی-اسلامی، مطرح و عناصر و مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی در شهر ایرانی-اسلامی را معرفی کرده‌اند. محمود توسلی در کتاب قواعد و معیارهای طراحی فضای شهری هماهنگی و تناسب جزء و کل را بحث اساسی زیبایی می‌داند و بیان می‌دارد هر فضایی را در شهر نمی‌توان فضای شهری دانست، مگر آنکه بر اساس قواعد زیبایی‌شناسی شکل گرفته باشد (توسلی، ۱۳۷۶: ۳). اینکه چه فضایی در شهر معینی زیباست، ریشه فرهنگی و تاریخی دارد. وی عناصر زیبایی در شهر ایرانی را آگاهی از فضا، اصل سادگی، نظم، پیوستگی، هم‌پوندی، محصوریت، اصل سادگی، طراحی جداره‌ها، خصوصیت ایستایی و پویایی، مقیاس و تناسب، تقارن، فضاهای متباین، اصل قلمرو، و اصل ترکیب می‌داند (همان: ۸۳-۱۱۳). محمد نفی زاده در کتاب ادراک هویت و زیبایی شهر در پرتو تفکر اسلامی، از تقسیم زیبایی به زیبایی معنوی و زیبایی مادی، زیبایی معقول، زیبایی محسوس، زیبایی حقیقی و زیبایی کاذب، یا زیبایی طبیعی و زیبایی هنری سخن گفته است (نفی زاده، ۱۳۸۶: ۲۳۳). وی بیان می‌دارد زیبایی در شهر و بنای ایرانی-اسلامی را عناصری چون نماد و رمز، لذت و مطلوبیت، هویت، ذوق، کمال، پاکی، هماهنگی، معنویت، امنیت، ذکر، یادآوری، علم، آگاهی، هدایت، آرامش، فقدان احساس غربت، معناداربودن محیط، نورانیت و آینگی، قانون‌مندی، دوری از زشتی، رنگ، وحدت، تعادل، حلد، حریم، اندازه، مقیاس انسانی، و وحدت در کثرت تشکیل می‌دهند (همان: ۲۹۳-۳۰۲). عبدالحمید نقره کار در کتاب درآمدی بر هویت اسلامی در معماری و شهرسازی، زیبایی را وجودی حقیقی می‌داند که در عالم ماده با صورت‌های مادی به وسیله حواس و در عالم معقول با صفات مفهومی به وسیله عقل و در عالم ملکوت به وسیله دل (روح)، به نسبت قوه و ظهور وجود و ظرفیت مخاطبان ادراک می‌شود (نقره کار، ۱۳۸۷: ۲۳۹-۲۴۸). وی عناصر زیبایی‌شناسی را کارایی، ایستادگی، تناسب، سرزندگی و پویایی، شکوه، برانگیزندگی، ظرافت، بی‌عیب و نقص بودن، خلاقیت، اصیل و با ارزش بودن، ظهور و بروز کامل داشتن، تنوع داشتن عناصر، پر نقش و رنگ بودن، آرامش بخش و ایمن بودن و ... می‌داند که این نکات و مؤلفه‌های ارزشمند می‌تواند برای بازآفرینی زیبایی در شهر معاصر به کار گرفته شود.

در جدول ۱ انگاره‌ها و مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی از دیدگاه متفکران اسلامی و متخصصان معماری و شهرسازی ارائه شده است.

جدول شماره ۱: تحلیل دیدگاه متفکران اسلامی و متخصصان معماری و شهرسازی ایرانی اسلامی در زمینه زیبایی شناسی

مؤلفه های زیبایی شناسی	نگرش	متفکر / صاحب نظر
نمادپردازی، کمال، لذت نشانه، تدریجی بودن شکل گیری	زیبایی شناسی وجودی: زیبایی و جمال و آرایش در هر هستی بسته به آن است که سرشت در نوع خود به هستی برتر دست یازد و به پایان کمالی که هدف است برسد.	فارابی (۳۳۹-۵۲۶ق) کتاب سیاست المدینه
نظم، هماهنگی موسیقایی، ترکیب منظم اشکال بصری، تناسب مطلوب، تقارن	زیبایی شناسی ماهوی: این گروه معتقدند که «فی الواقع جمیل در این عالم اثری است از نفس کلی سماوی»	اخوان الصفا (سده ۴ ق) رساله موسیقی
نور، رنگ، تناسب، ترکیب	وی زیبایی را نه عاملی بسیط، بلکه تعامل پیچیده‌ای میان عوامل تعریف کننده آن می‌دانست.	ابن هیثم (۴۳۰-۳۵۴ق) کتاب المناظر
نظم، تالیف، اعتدال، عشق تناسب و اندازه معین	زیبایی شناسی وجودی: واجب الوجود دارای زیبایی محض و حسن محض است و مبدأ و منشأ زیبایی و حسن هر چیزی است. زیبایی امری عینی و مساوی با وجود و خیر است. زیبایی خدا یعنی به گونه‌ای باشد که بر او ضرورت دارد چنان باشد؛ برای مثال قدر بودن، لطیف بودن، کریم بودن و جواد بودن بر حضرتش ضرورت دارد	ابن سینا (۳۵۹-۴۱۶ق) کتاب الشفا
کمال تناسب	زیبایی شناسی ماهوی: وی نهایت زیبایی را در داشتن همه کمالات سزاوار و ممکن هر چیز می‌داند (دیدگاه کمال‌گرا)	محمد غزالی (۴۵۰-۵۰۵هق) احیاء العلوم الدین
کمال و ادراک آن، لذت نور، عشق، دریافت کننده زیبایی و آمادگی وی. کمال ماهیتی از کثرت به وحدت	زیبایی شناسی ماهوی: حدیث اثبات لذت عبارت است از حاصل شدن کمال هر چیزی را و دانستن حصول آن. زیبایی و حسن را متعلق به فراسوی عالم مادی می‌داند.	سهروردی (۵۸۷-۵۴۹ه). رساله سفیر سیمرغ رساله حقیقه العشق یا مونس العشاق
گذر از زیبایی به کمال، محتویات ذهنی دریافت کننده، ارتباط بین واقعیت موجود و محتویات ذهن دریافت کننده (ارتباط بین درون و بیرون)	وی با توجه به دو سرچشمه بیرونی و درونی در پدیدار شدن زیبایی، دو مرتبه زیبایی را از هم تفکیک می‌کند: زیبایی فی نفسه، زیبایی لغیره.	کتاب زیبایی و هنر از دیدگاه اسلام
بینش نمادین، انطباق محیطی، الگوی مثالی باغ بهشت، نظام فضایی مثبت، مکمل بودن، رنگ، مشارکت اجتماعی، حس مکان، نور، مقیاس انسانی، سلسله مراتب، نوآوری، درون‌گرایی، حضور مسجد، وحدت در عین کثرت	حضور الهی و زیبایی در معماری اسلامی یا در مساجد ساده و سفید رنگ اولیه جلوه گر شده است که بی‌آرایه بودند نشان یادآور وحدتی است که همه غنای عالم را به تنهایی داراست.	نادر اردلان و لاله بختیار (تاریخ گرا و بوم‌گرا) کتاب حس وحدت (۱۳۸۰)
نماد و نشانه و رمز و معنا عشق، معنویت، لذت و مطلوبیت، فرهنگ، هویت، ذوق، کمال، پاکی، هماهنگی، امنیت، ذکر، یادآوری، علم، آگاهی، هدایت، آرامش، فقدان احساس غربت، احساس ارتباط با جهان هستی، معنادار بودن محیط، نورانیت و آینگی، قانون مندی، دوری از زشتی رنگ، حس مکان، بری بودن از زشتی‌ها، وحدت، تعادل، حد، حریم، اندازه، مقیاس انسانی عدم تسلط مادیت و مصنوع بر انسان، تناسب توجه به کلیت (وحدت در کثرت)	می‌توان از تقسیم زیبایی به زیبایی معنوی و زیبایی مادی، زیبایی معقول. زیبایی محسوس، زیبایی حقیقی و زیبایی کاذب، یا زیبایی طبیعی و زیبایی هنری سخن گفت.	محمد نقی زاده، کتاب ادراک هویت و زیبایی شهر در پرتو تفکر اسلامی (۱۳۸۶)
رنگ، هندسه، جنس، آرایش	زیبایی وجودی است حقیقی که در عالم ماده با صورت‌های مادی به وسیله حواس و در عالم معقول با صفات مفهومی به وسیله عقل و در عالم ملکوت به وسیله دل (روح)، به نسبت قوه و ظهور وجود و ظرفیت مخاطبان ادراک می‌شود.	عبدالحمید نقره‌کار، کتاب درآمدی بر هویت اسلامی در معماری و شهرسازی (۱۳۸۷)
<b>جمع‌بندی مؤلفه‌ها</b>		
نور، رنگ، نمادپردازی، لذت، نظم، اعتدال، عشق، کمال و ادراک آن، دریافت کننده زیبایی و آمادگی وی، قاعده لاتکرار فی التجلی، حسن، بری بودن از زشتی‌ها، اصل سادگی، پیوستگی، مردم‌واری، خودبسندگی، پرهیز از بیهودگی، مسائل اعتقادی، بینش نمادین، انطباق محیطی، الگوی مثالی باغ بهشت، نظام فضایی مثبت، مکمل بودن، رنگ، نماد و نشانه و رمز و معنا، فرهنگ، هویت، ذوق، پاکی، هماهنگی، امنیت، ذکر، علم، هدایت، آرامش، فقدان احساس غربت، احساس ارتباط با جهان هستی، معنادار بودن محیط، نورانیت و آینگی، قانون مندی، دوری از زشتی رنگ، حس مکان، بری بودن از زشتی‌ها، وحدت، تعادل، حد، حریم، اندازه، مقیاس انسانی عدم تسلط مادیت و مصنوع بر انسان، تناسب توجه به کلیت (وحدت در کثرت)، تقارن، نظم، ارتباط بین درون و بیرون، ابتکار و نوآوری، هم‌پوندی، محصوریت، اصل سادگی، خصوصیت ایستایی و پویایی، مقیاس درون‌گرایی، حضور مسجد، نمادها، هماهنگی موسیقایی (ریم)، نشانه‌ها وحدت، تعادل، حد، حریم، اندازه، مقیاس انسانی عدم تسلط مادیت و مصنوع بر انسان، تناسب توجه به کلیت (وحدت در کثرت)، هندسه، جنس، آرایش، ریم.		

جدول شماره ۲: دیدگاه متفکران حکمت متعالیه در زمینه زیبایی‌شناسی

ویژگی، بستر و علت زیبایی	چگونگی نمود بیرونی
بستر زیبایی‌شناسی	سلسله مراتب وجود
علت فاعلی	حس، عقل، خیال، شهود، سلسله مراتب لذت و بهجت
علت مادی	صفات وجودی حق تعالی
علت صوری	تناسبات عرضی و طولی
علت غایی	تکامل ماهیتی و وجودی سیر بین کثرت و وحدت

ماخذ: نگارندگان با استفاده از نقره کار، ۱۳۸۷: ۱۷۶-۱۷۸

در واقع نکته اصلی این فلسفه، نظریه اصالت وجود و استخراج احکام وجود است. حکمت متعالیه یک زیبایی‌شناسی چهار مرحله‌ای است که در آن با سیری پویا، انسان ابتدا به حوزه زیبایی‌های حقیقی وارد می‌شود؛ آنها را کسب کرده و سپس دوباره به همین عالم باز می‌گرداند. این سلوک چهار مرحله‌ای پایگاه مهمی را پدید می‌آورد که همه مکاتب دیگر فلسفه اسلامی را در درون خود جمع می‌کند (نقره کار، ۱۳۸۷: ۲۲۳). در این زمینه، صدرالمتألهین شیرازی بیان می‌دارد: هر زیبایی و کمالی رشحه‌ای و پرتوی از زیبایی و کمال خداوند است. هو مبدأ کل خیر و کمال و منشأ کل حُسن جمال (یعنی حق تعالی سرچشمه هر نیکی و کمال و منشأ هر زیبایی و حُسن است) (صدرالدین شیرازی، بی تا، ج ۱: ۱۱۵). صدرالمتألهین در جلد دوم اسفار، هر زیبایی را که در این جهان است، سایه و پرتوی از زیبایی موجود در جهان‌های بالا و عوالم دیگر می‌داند که البته در آن عوالم خالی و عاری از هرگونه نقص و شائبه و تغییرند؛ اما در این جهان، مشوب به ماده و نقص و تغییرند. هر نیرو، کمال و منظره و زیبایی که در این جهان فرودین یافت می‌شود، در حقیقت سایه و تصویرهایی هستند از آنچه در جهان فرازین است. این امور تنزل یافته و متکثر شده‌اند و به صورت جرم درآمده‌اند، بعد از آنکه از هرگونه نقص و عیب بری و پاک و از هرگونه غبار، زنگار و تاریکی عاری بودند (هاشم نژاد، ۱۳۸۵: ۳۳۲-۳۱۳). همچنین صدرالمتألهین در زمینه آثار زیبایی و تأثیری که زیبایی بر ادراک کننده می‌گذارد، از سه تأثیر اصلی صحبت می‌کند که عبارت‌اند از:

الف) دوستی و عشق: یعنی وقتی موجودی، کمالی را درک و شهود می‌کند، حالتی ایجاد می‌شود که به آن عشق گفته می‌شود؛ یا به عبارت دیگر عشق حالت ابتهاج و سروری است که با حضور کمال و جمال در نزد مُدرک حاصل می‌شود.

ب) لذت: فاعل شناسا با درک زیبایی، احساس لذت و خوشایندی می‌کند. طبق این بیان لذت یعنی ادراک کمال و جمال، و درد یعنی ادراک ضد کمال و ضد زیبایی. در حکمت متعالیه وجود با کمال و خیر یکی است؛ از این رو هرچه وجود کامل تر باشد، لذیذتر است. طبق این اصل حق تعالی لذیذترین وجودهاست (صدرالدین شیرازی، ۱۳۸۰: ۱۵) و ادراک شهودی حق تعالی، والاترین لذت‌هاست.

اما در بررسی ماهیت هنر و زیبایی‌شناسی اسلامی از نقطه نظر حکمای مسلمان، اغلب دیدگاه‌ها و آرای ایشان ذیل یکی از سه مکتب بزرگ حکمت اسلامی جای می‌گیرد. این سه مکتب عبارت‌اند از: حکمت مشاء، حکمت اشراق و حکمت متعالیه. حکمت متعالیه یا فلسفه صدرایی بر ۳ رکن اصلی استوار است: ۱- نظریه اصالت وجود ۲- اتحاد علم و عالم و معلوم ۳- نظریه حرکت جوهری (نقره کار، ۱۳۸۷: ۷۰). از آنجا که به نظر می‌رسد حکمت متعالیه بر ایند همه مکاتب دیگر فلسفه اسلامی و دستگامی است که مکاتب فلسفی پیش از خود را در درون خود جمع می‌کند، این پژوهش به علت جامعیت رویکرد حکمت متعالیه، بر آرای متفکران این مکتب فکری تمرکز کرده است.

### حکمت متعالیه و زیبایی‌شناسی جامع

اسلام به عنوان کامل‌ترین دین الهی، همه قواعد، سنت‌ها و مطلوب‌های لازم برای پاسخ‌گویی به نیازهای شهروندان را در درون خود دارد. در واقع دین مقدس اسلام سرشار از ظرافت‌ها در تبیین لزوم ارزش‌های والای انسانی و راهکارهای رفتاری و عملی در ابعاد مختلف اجتماعی و فعالیت‌های روزمره جامعه بشری است. شهروند جامعه اسلامی با پیروی از آموزه‌های دینی و دستورات حیات بخش معنوی و متعالی دین مقدس اسلام، شرایط مطلوب برای زندگی توأم با همه فضائل اخلاقی و ویژگی‌های ارزشی را پدید می‌آورد. از این رو، هر قدر که شهروندان جامعه اسلامی بیشتر به اصول ارزشی و آموزه‌های دینی و اخلاقی پایبند و مقید باشند، بیشتر زمینه استکمال و رشد انسان‌ها فراهم و سعادت انسان‌ها تأمین می‌شود (عبدوس، ۱۳۷۵: ۱۰). به عقیده ملاصدرا انسان یکی از مظاهر خداوند است؛ مظهری که به صورت، عالم صغیر و در معنا، عالم کبیر است و به تعبیری آینه تمام‌نمای حق تعالی است. تمامی کائنات، صورت‌های تفصیل حق هستند و آدمی گرچه از حرکت جوهری ماده تحقق می‌یابد؛ اما می‌تواند «کون جامع» گشته و حقیقت تمام کائنات در او تحقق یابد (شجاری و عزیزاده، ۱۳۹۱: ۲۷-۵). بر این اساس حکمای اسلامی در مکتب حکمت متعالیه، زیبایی‌پدیدارها را امری حقیقی و وجودی به شمار می‌آورند، احساس زیبایی و لذت را ناشی از ادراک وجود دانسته و از آنجا که وجود و ابزار ادراکی انسان را متنوع می‌دانند، برای زیبایی انواعی قائل‌اند (نقره کار، ۱۳۸۷: ۱۷۵). در واقع در این دیدگاه، انسان‌های صاحب فضیلت در آینه اخلاق ربانی خود مظاهر صفات جمال خداوند هستند. حق تعالی با ذات خود در آینه دل‌های انسان‌های کامل، کسانی که متخلّق به اخلاق الهی هستند، تجلی می‌کند تا اینکه آینه دل آنها، مظهر جلال ذات و جمال صفات الهی باشد. انسان‌های دیگر هم جمال و زیبایی خداوند را در آینه هنرهای خود متجلی می‌سازند (هاشم نژاد به نقل از صدرالمتألهین، ۱۳۸۵: ۳۳۲-۳۱۳). از جمله فیلسوفان این حکمت می‌توان ملاصدرا، امام خمینی، سنت‌گرایان (نصر و ...) را نام برد. در جدول ۲ به تبیین ویژگی‌های این مکتب فکری پرداخته شده است.

تحلیل محتوا ارزیابی شدند (مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی که بیشتر تکرار شده بودند، مشخص شدند). این مؤلفه‌ها و شاخص‌ها در گروه بحث متمرکز تشکیل شده، مطرح و بر اساس ارزیابی متخصصان و در قالب مصاحبه‌های گروهی، تحلیل و دسته‌بندی شدند. نتایج حاصل از بررسی مفهوم زیبایی‌شناسی جامع در گروه بحث متمرکز، مشخص کرد که این مفهوم به طور کلی از دو جنبه عین و ذهن قابل بررسی است. از یک طرف کالبد شهر مطرح است و از طرف دیگر ذهنیت شهروندان. از این رو مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی جامع در قالب دو گروه عمده مؤلفه‌های فرمی - کالبدی و مؤلفه‌های ذهنی - روان‌شناختی دسته‌بندی شدند. این مؤلفه‌ها و شاخص‌های مرتبط با آنها در قالب جدول ۴ و نمودار ۱ معرفی شده‌اند.

ج) تحسین برانگیزی: اثر دیگری که زیبایی روی نفس مدرک دارد، تحسین برانگیزی است. به این تأثیر زیبایی در کلام وحی الهی هم اشاره شده است: «و لو أعجبك حُسنهن» (احزاب، آیه ۵۲)، «... فلما رأينه أكبرته و قطن ایدهن و قطن حاش لله، ما هنا بشره، ان هذا الا ملک کریم» (یوسف، آیه ۳۱) (هاشم نژاد و نعمتی، ۱۳۹۰: ۱۶۲-۱۳۷). در جدول ۳ آرای برخی از متفکران حکمت متعالیه به منظور تبیین مؤلفه‌ها و شاخص‌های زیبایی‌شناسی جامع بررسی شده است.

### مرور یافته‌ها و تحلیل نمونه موردی

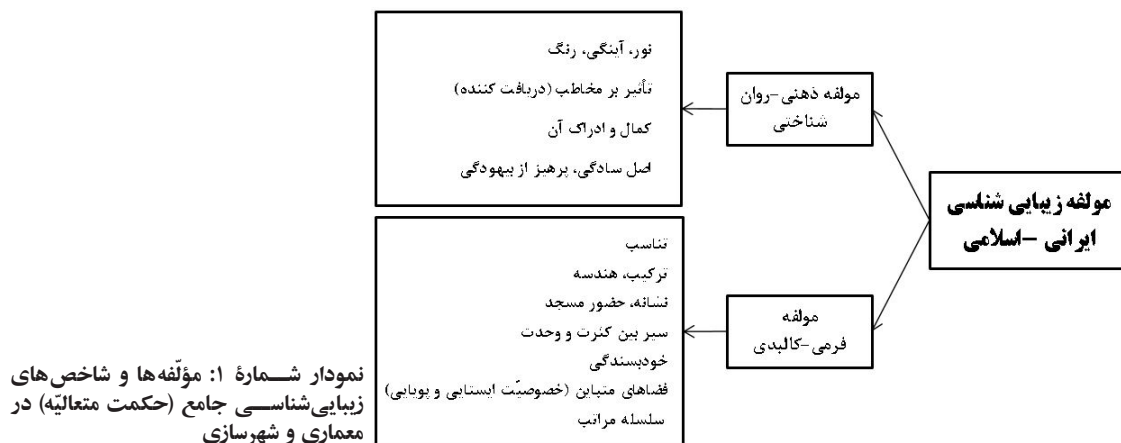
با توجه به آنچه گفته شد، مؤلفه‌های اصلی زیبایی‌شناسی جامع از دیدگاه متفکران اسلامی، فلاسفه مکتب حکمت متعالیه و متخصصان معماری و شهرسازی (جدول‌های ۱ و ۳) با روش

جدول شماره ۳: تبیین مؤلفه‌ها و شاخص‌های زیبایی‌شناسی جامع از طریق تحلیل آرای متفکران

نظریه پرداز	منبع نظریه	بستر و زمینه تفکر در مورد زیبایی	مؤلفه‌ها و شاخص‌های مرتبط با زیبایی‌شناسی
ملاصدرا	کتاب اسفار جلد ۷	زیبایی‌شناسی جامع: زیبایی صورت (امری تحسین برانگیز) یا امری تحسین برانگیز است. منشأ زیبایی جمیل مطلق است. زیبایی امری عینی و آفاقی است. به نظر صدرالمتألهین زیبایی با وجود مساوت دارد. پس از ویژگی‌های وجود، مثل اصالت داشتن، مشکک بودن و... برخوردار است.	ادراک مراتب بالاتر، وحدت‌گرایی قاعده «لا تکرار فی التجلی»، اعتدال، تناسب، تقارن و خوشایندی، کمالات بایسته و شایسته، داشتن شمائل لطیف و ترکیب نیک
استاد مرتضی مطهری	فطرت فلسفه اخلاق	زیبایی‌شناسی جامع: وی زیبایی را وابسته به حکمت عملی زندگی انسان می‌داند. تقسیم ایشان از انواع و مراتب ادراک زیبایی، براساس توجه به آثار زیبایی است. در این تقسیم زیبایی در چهار رده «حسی»، «خیالی»، «عقلی» و «قلبی» اثرگذار و قابل درک است.	تناسب (میان‌روی)، هدفمندی، تناسب، ابتکار و نوآوری، آفرینش و خلقت، تضاد به عنوان مقدمه ظهور هماهنگی و کمال.
امام خمینی	صحیفه امام و انسان از دیدگاه امام خمینی	زیبایی‌شناسی جامع: زیبایی صفت یا ویژگی عارض بر چیزی نیست، بلکه خاصیت ذاتی شیء است. در مقایسه زیبایی‌ها با هم در حقیقت مراتب وجودی اشیا مقایسه می‌شوند. به این ترتیب بنیاد علم زیبایی‌شناسی علم وجودشناسی خواهد بود.	ادراک زیبایی، اتحاد با زیبایی، آوردن از زیبایی (محو و فنا)، تجلی از باطن به ظاهر، دعوت به زیبایی، دعوت مخاطبان به سیر از ظاهر، پرهیز از اسراف و استفاده نابجا از مواد و مصالح، پرهیز از اشکال مخالف با هویت جامعه اسلامی، سادگی.
سنت‌گرایان (سید حسین نصر و ...)	هنر و معنویت	زیبایی مانند رحمت، عشق و آرامش، در اسلام صفتی الهی محسوب می‌شود.	سرشت ریاضی‌وار هنر اسلامی، خارج کردن هر گونه نفسانیت از روح هنرمند و تأکید بر جداسازی خلاقیت فردی از نگاه هنرمند مسلمان، نور، رنگ، آب.

جدول شماره ۴: مفهوم مؤلفه‌های عمده زیبایی‌شناسی جامع

مؤلفه	مفهوم
فرمی - کالبدی	این مؤلفه نشانگر جنبه‌های عینی و کالبدی زیبایی‌شناسی جامع و واسطه ارتباط با مخاطب برای ادراک زیبایی است.
ذهنی - روان‌شناختی	این مؤلفه نشانگر جنبه‌های نمادین ماهوی زیبایی‌شناسی جامع است که نقش مهمی در شکل‌گیری معماری و شهرسازی ایرانی - اسلامی دارد.

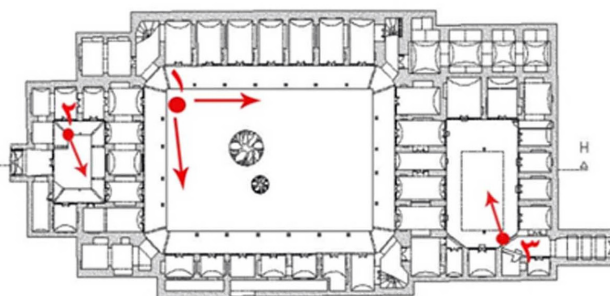




## تحلیل زیبایی‌شناختی سرای شریفیه بازار همدان

بازار همدان در مرکز بافت سنتی شهر واقع است. این شهر با قرارگیری بر مسیر شاهراه تجاری غرب به شرق که بین‌النهرین را به فلات ایران مرتبط می‌کرده در شکل‌گیری بازار نقش عمده‌ای داشته است. بازار سنتی و کاروان‌سراهای شهر همدان، بیشتر با سبک معماری دوره قاجار به ساخته شده‌اند و با وسعتی حدود ۳۰ هکتار به دو صورت عمده‌فروشی و خرده‌فروشی فعالیت می‌کنند. سرای شریفیه که واجد ارزش معماری است، در میان بازار و محدود به راسته‌های نخودبریزها، حلبی‌سازها، علاقه‌بندها و صحاف‌خانه بوده و دارای دسترسی به هر یک از این ۴ راسته است. این سرا یکی از مراکز عمده عزاداری در ایام محرم بوده است. در این ماه سقف سرا با چادر پوشیده می‌شود و دسته‌های عزاداری در آن به سوگواری می‌پردازند. دو حیاط

کوچک در دو ضلع شمالی و جنوبی آن قرار دارد. بنا در دو طبقه با ایوان و تالار با ستون چوبی است و منسوجات و فرش در آن عرضه می‌شود. مساحت طبقه همکف آن ۱۲۲۷ متر مربع و طبقه اول آن ۱۴۵۴ متر مربع در زمینی به مساحت ۱۸۹۵ متر مربع است (تصویر ۴). پس از شناخت و تحلیل ویژگی‌های کالبدی و عملکردی سرای شریفیه بازار همدان، گروه بحث متمرکز دوم تشکیل و از شرکت‌کنندگان خواسته شد در قالب بحث و مصاحبه گروهی و بر اساس مؤلفه‌ها و شاخص‌های تدقیق شده زیبایی‌شناسی جامع، به ارزیابی و تحلیل چگونگی تأثیرگذاری این مؤلفه‌ها و شاخص‌ها در کالبد، عناصر و فضاهای اصلی سرای شریفیه بازار همدان بپردازند. نتایج این تحلیل و ارزیابی، در جدول ۶ ارائه شده است.



تصویر شماره ۴: معرفی موقعیت قرارگیری و وضع موجود سرای شریفیه بازار همدان؛ ماخذ: نگارندگان

جدول شماره ۵: تحلیل سوات سرای شریفیه همدان به روش SWOT سوات

مشخصه‌ها	نقاط قوت	نقاط ضعف	نقاط فرصت	نقاط تهدید
کالبدی	<ol style="list-style-type: none"> <li>وجود ریتم‌ها و تناسب‌های مطلوب با مقیاس انسانی.</li> <li>خط آسمان هماهنگ و ریتمیک.</li> <li>محصوریت مناسب و درون‌گرایی که نشان‌دهنده اصل قلمرو در معماری ایرانی است.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>عدم توجه به ارزش‌های موجود در جداره‌های تاریخی در مرمت و استفاده از آنها.</li> <li>نصب تابلوها با رنگ‌ها و اندازه‌های متفاوت به صورت بی‌نظم.</li> <li>اغتشاش بصری تاسیسات.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>همجواری سراهای ارزشمند.</li> <li>امکان استفاده از الگوهای ارزشمند معماری موجود در ساخت و سازهای جدید.</li> <li>امکان فعال نمودن بناهای واجد ارزش هویتی و معماری با کاربری بومی.</li> <li>جلوه‌گری مسجد به عنوان نشانه شاخص</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>تاسیسات به گونه‌ای ناهماهنگ با مصالح سرا (چوب) نصب و در مواردی نیز منجر به آتش‌سوزی و از بین رفتن نماهای با ارزش شده است.</li> </ol>
عملکردی	<ol style="list-style-type: none"> <li>فعالیت کاربری‌های قدیمی و بومی.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>جایگزین شدن کاربری‌های ناسازگار.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>مجاورت با بازارها و راسته‌های اصلی آن که قطب اقتصادی شهر هستند. هویت سرا و تصویر ذهنی</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>بناهای متروکه</li> </ol>


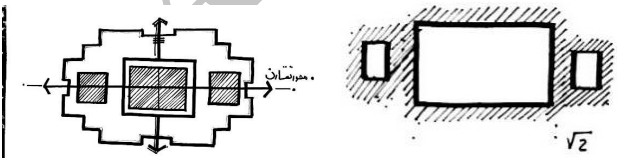
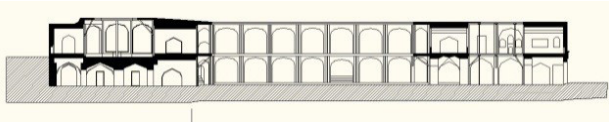
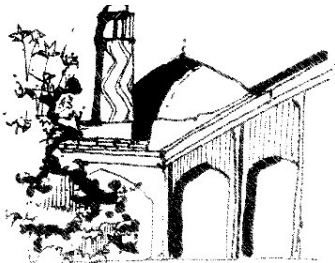
جدول شماره ۶: تحلیل مؤلفه‌ها و شاخص‌های زیبایی‌شناسی جامع (حکمت متعالیه) در کالبد سرای شریفیه همدان

چگونگی تأثیرگذاری مؤلفه‌ها در عناصر تشکیل دهنده سرای شریفیه بازار همدان							مؤلفه‌ها و شاخص‌ها	
مصادق	نوع استفاده کننده‌گان	ارتباط با بافت پیرامون	پلان	فضاهای درونی	ورودی‌ها	ترتیبات، مصالح	مؤلفه ذهنی - روان‌شناختی	مؤلفه فرمی - کالبدی
پنجره‌ها	•	•••	•	•••	•••	••		
همجواری با سایر عناصر و شیوه طراحی	•••	•	•	••	•••	•••	تأثیر بر مخاطب، دریافت‌کننده و آمادگی ادراک وی، کمال	
در طراحی پلان، در انتخاب مصالح	•••	•••	•••	•••	•••	•••	اصل سادگی، آرامش، پرهیز از بیهودگی	مؤلفه فرمی - کالبدی
در طراحی پلان، در انتخاب مصالح	•	•••	•••	•••	•••	•••	تناسب	
در طراحی پلان و جداره‌ها. در انتخاب مصالح.	••	•••	•••	•••	•••	•••	ترکیب، هندسه،	
محل قرارگیری در بافت	•••	•••	•	•••	••	•••	نشانه	
محل قرارگیری در بافت	•••	•••	•	••	•••	•••	سیر بین‌کثرت و وحدت، ارتباط بین درون و بیرون	
محل قرارگیری در بافت	•••	•••	•	••	•••	•••	انطباق محیطی (خودبسنده‌گی)	
همجواری با عناصر بافت، طراحی پلان	•	•••	•••	•••	•••	••	فضاهای متباین (خصوصیت ایستایی و پویایی)	
شیوه طراحی پلان، شیوه ارتباط با بافت	••	•••	•••	•••	•••	•	سلسله مراتب	

(••• تأثیرگذاری زیاد، •• تأثیرگذاری متوسط، • تأثیرگذاری کم)

همچنین در جدول ۷، مصادق مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی جامع (حکمت متعالیه) در کالبد سرای شریفیه همدان در قالب طرح‌واره مفهومی نشان داده شده است.

جدول شماره ۷: طرح‌واره‌های مفهومی معرف مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی جامع در کالبد سرای شریفیه همدان

مؤلفه زیبایی‌شناسی	دیاگرام معرف مؤلفه
نور، آیینگی، رنگ	
تأثیر بر مخاطب، دریافت‌کننده و آمادگی ادراک وی، کمال	
اصل سادگی، آرامش، پرهیز از بیهودگی آن	
تناسب	
ترکیب، هندسه و سرشت ریاضی‌وار	
نشانه	

مؤلفه زیبایی‌شناسی	دیگرام معرف مؤلفه
سیر بین کثرت و وحدت، ارتباط بین درون و بیرون	
انطباق محیطی (خودبسندگی)	
فضاهای متباین (خصوصیت ایستایی و پویایی)	
درون‌نگرایی	
سلسله مراتب	

## نتیجه‌گیری

گفته شد که یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین بنیادهای هویت‌ساز در همه ابعاد فرهنگی و انسانی جامعه دیدگاه آن جامعه در زمینه زیبایی‌شناسی است. اگر ارزش‌های زیبایی‌شناسانه دچار بحران شود کم‌کم همه ابعاد جامعه به سوی بحران حرکت می‌کند. در تفکر ایرانی - اسلامی، هنرمند باید صورت حقیقت را بشناسد و شکل یا قالب حقیقت را درک کند و از آنجا که یکی از نتایج مترتب بر هنرها تجلی زیبایی است، فضای حاصل از ظهور هنر باید نشانگر زیبایی باشد. زیبایی‌شناسی از دیدگاه متفکران حکمت متعالیه و قضاوت آن از دیدگاه معماران و شهرسازان در دو بعد فرمی - کالبدی و ذهنی - روان‌شناختی قابل بررسی است. در تحلیل مؤلفه‌های زیبایی‌شناختی حکمت متعالیه در کالبد بازارهای ایرانی و به‌ویژه در سرای شریفیه بازار همدان به موارد زیر اشاره می‌شود:

۱- مؤلفه نور، نشانی از حرکت به سمت حقیقت است و این موضوع در بازارهای ایرانی در کنار عوامل دیگری مانند اقلیم و موقعیت قرارگیری بنا و نحوه استفاده از آن مطرح می‌شود. در فضاهای بازار ایرانی به دقت از سلسله مراتب نور در تاریکی برای حرکت و هدایت از فضایی به فضای دیگر استفاده شده است. شیوه‌های استفاده از نور در بازار همدان به صورت تأمل در نحوه ورود نور به صورت مستقیم یا غیرمستقیم (عناصر واسطه) و قابل رؤیت برای ناظر یا غیرقابل رؤیت، تغییر در ماهیت ظاهری نور به لحاظ شفاف، نیمه شفاف یا کدر بودن از طریق انتخاب مصالح، رسیدن به کیفیات خاص مطلوب محیط با ایجاد مکث و کنترل بازتاب نور به وسیله عناصر طبیعی و آب، مکان‌یابی روزنه‌های واردکننده نور نسبت به فضاهای داخلی و نظام فعالیت‌های درونی برای تعریف فضا به مدد تاریکی و نبود نور است.

۲- مؤلفه آینگی، در آیین ایرانیان باستان آب مانند گیاه همواره از عناصر مقدس بوده است. آب در بازار شریفیه به صورت عنصر مرکزی و به منظور تلطیف هوا، آسایش اقلیمی، انعکاس نور و به منظور تطهیر استفاده می‌شود. رنگ‌ها نیز که از تابش نور حاصل می‌شوند، نماد تجلی وحدت در کثرت و وابستگی کثرت به وحدت هستند. در فضای بازار شریفیه نیز نور نشانگر عالم بالا و

فضای معنوی است و تنوع رنگ در تزیینات و مصالح (با انتخاب مصالح بومی دارای وحدت)، بر زیبایی بازار افزوده است. از سوی دیگر مؤلفه لذت، ذوق و عشق از پایدارترین تجلیات روح آدمی و اصیل‌ترین ابعاد وجود بشری است. مناره و گنبد مسجد جامع همدان به عنوان نشانه الهی از درون سرای شریفیه از دیدهای متوالی دیده می‌شود.

۳- در مورد مؤلفه تأثیر بر مخاطب، دریافت‌کننده و آمادگی ادراک وی باید گفت که چنانچه بر این اعتقاد باشیم که معماری ایرانی، معماری حقیقت‌جوست و حقیقت آن کمال است و اصل کمال از ذات پروردگار است، پس هر آنچه در معماری حضور دارد عضوی از اوست. رنگ و بافت مصالح بومی و نور خورشید آرامش‌بخش و ادراک فضا را برای مخاطب سریع‌تر می‌کند. استفاده از خطوط و حجم‌های صاف و پوشش‌های گیاهی در افزایش این ادراک تأثیرگذار هستند. مخاطب با عبور از سلسله مراتب حرکتی که از نظر ابعاد و تاریکی و روشنی فضاهایی متباین هستند به این سر می‌رسد و این، ادراک فضا را برای مخاطب میسر می‌کند.

۴- مؤلفه سیر بین کثرت و وحدت، ارتباط بین درون و بیرون در سرای شریفیه به صورت نظم هندسی سطوح افقی و عمودی، یکسانی و تکرار الگوها که مایه وحدت در عین کثرت است و فضاهای متباین (خصوصیت ایستایی و پویایی) جلوه‌گری می‌کند.

۵- مؤلفه انطباق محیطی (خودبسندگی) در استفاده از مصالح بومی و همساز با اقلیم، مانند سنگ و چوب خودنمایی می‌کند.

۶- مؤلفه درون‌گرایی در تعریف فضای بسته، نیمه بسته، نیمه باز، باز و سلسله مراتب عملکردی و سلسله مراتب فضایی به منصف ظهور می‌رسد.

تحلیل مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی جامع در بازار همدان نشانگر این مهم است که به منظور باز آفرینی فضاهای شهری معاصر می‌توان از مؤلفه‌ها و ارزش‌های زیبایی‌شناختی که در این مقاله به آنها اشاره شد استفاده کرد و کالبد بحران‌زده شهر ایرانی - اسلامی امروزی را غنایی دوباره بخشید. در جدول ۸ راهکارهای این مهم ارائه شده است.

جدول شماره ۸: راهکارهای حفظ و احیای زیبایی در بازارها به عنوان فضای عمومی شهری بر مبنای مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی جامع (حکمت متعالیه)

مؤلفه زیبایی‌شناسی جامع	شاخص	راهکار
مؤلفه فرمی - کالبدی	نور، آیینگی، رنگ	* استفاده از این سه شاخص در طراحی جزئیات و کلیت فضا متناسب با اقلیم.
	تأثیر بر مخاطب، دریافت‌کننده و آمادگی ادراک وی، کمال	* شناخت تصویر ذهنی استفاده‌کنندگان از فضا و تلاش در زمینه ارتقای هویت‌مندی فضا. * استفاده از ترکیبی از نظر مردم و کارشناسان در بازآفرینی زیبایی بازارها به عنوان فضاهای شهری و توجه به ابعاد عینی و ذهنی فضا نقش مهمی در احیای فضا خواهد داشت. * تأکید بر مشارکت گروه‌های اجتماعی در طراحی و بازآفرینی.
	اصل سادگی، آرامش، پرهیز از بیهودگی آن	* بازگرداندن پایداری و ماندگاری به معماری بناها. * پاکسازی فضا از تاسیسات و الحاقات رونمایی زائد.
مؤلفه ذهنی - روانشناختی	تناسب	* استفاده از تناسب بومی و تناسب تلاپی به کار رفته در بنا و بافت.
	ترکیب، هندسه،	* شناخت مصالح بومی استفاده شده و ترکیب بجا و متناسب آنها.
	نشانه	* مدیریت بصری مکان برای دید مناسب به ورودی نشانه‌های خاص همچون مسجد، مدرسه، سرا و ... * تقویت و ارتقای دید به عناصر شاخص در راستای خوانایی محیط و جهت‌یابی افراد در فضا.
	سیر بین‌کثرت و وحدت، ارتباط بین درون و بیرون،	* توجه به ارزش‌های نهفته در ارتباط بین فضاها.
	انطباق محیطی (خودبسندگی)	* استفاده از مصالح بومی برای طراحی و احیای فضاها. * تدوین چارچوبی برای بومی و محلی نمودن راهکارهای مرمتی فضا.
	فضاهای تباین (خصوصیت‌یستایی و پویایی)	* احترام به ساختار و استخوان‌بندی اصلی شهر در تعریف شبکه‌ای پیوسته و تباین از فضاها.
	سلسله‌مراتب	* حفظ استخوان‌بندی و ریخت‌شناسی در محدوده فضا. * تأکید بر محورهای پیاده برای ادراک سلسله‌مراتب رسیدن به فضا.

- ایراندوست، کیومرث و آرمان بهمنی اورامانی (۱۳۹۰)، «تحولات کالبدی بازار سنتی در شهرهای ایران»، **نشریه مطالعات شهر ایرانی اسلامی**، شماره ۵، صص ۵-۱۵.
- بمانیان، محمدرضا؛ محمدرضا پورجعفر؛ فریال احمدی و علی‌رضا صادقی (۱۳۸۹)، «بازخوانی هویت معنوی و انگاره‌های قدسی در معماری مساجد شیعی»، **فصلنامه علمی-پژوهشی شیعه‌شناسی**، شماره ۳۰، صص ۳۷-۷۰.
- بیات، بهرام (۱۳۹۳)، «رویکرد اسلامی به شهر؛ ویژگی‌های شهر اسلامی»، **فصلنامه علمی پژوهشی نظریه‌های اجتماعی متفکران مسلمان**، شماره ۱، صص ۱۳۷-۱۶۷.
- بیهقی، محمدبن حسین (۱۳۵۶)، **تاریخ بیهقی**، انتشارات فیاض، مشهد.
- پورجعفر، محمدرضا؛ علی پورجعفر و سیمای صفدری (۱۳۹۴)، «انواع شهر اسلامی و اشاراتی به نحوه شاخص‌سازی در راستای شهر آرمانی-اسلامی»، **فصلنامه پژوهش‌های معماری اسلامی**، شماره ۸، صص ۲۱-۳.
- پیرنیا، محمدکریم (۱۳۷۸)، **آشنایی با معماری اسلامی ایران**، انتشارات سروش دانش، تهران.
- توسلی، محمود (۱۳۷۶)، **قواعد و معیارهای طراحی فضای شهری**، مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران، تهران.
- جباری، مینا (۱۳۸۹)، **همیشه بازار**، انتشارات آگه، تهران.
- جعفری، محمدتقی (۱۳۸۵)، **زیبایی و هنر از دیدگاه اسلام**، موسسه تدوین و نشر آثار علامه جعفری، تهران.
- حبیب، فرح (۱۳۸۵)، «هماوایی نور و رنگ در فضای شهری ایرانی»، **نشریه هنرهای زیبا**، شماره ۲۷، صص ۲۷-۳۴.
- حجت، عیسی (۱۳۸۴)، «هویت انسان‌ساز و انسان‌ساز (تأملی در رابطه هویت و معماری)»، **نشریه هنرهای زیبا**، شماره ۲۴، صص ۶۲-۵۵.

در پایان باید بر این نکته تأکید کرد که سنت بازارهای ایرانی خواهان آرامش و زیبایی توأمان است که این مهم از طریق حفظ اصول و احیا و بازآفرینی مؤلفه‌های از دست رفته امکان‌پذیر است. در این زمینه شناخت تصویر ذهنی ساکنان و کسبه بازار و حفظ هویت فضاهای داخلی بازارها چون سراها، احیای مراسم بومی (همچون برگزاری مراسم عاشورا و تاسوعا) به منظور ارتقای حس تعلق مردم به فضا و شکل‌گیری ذهنیت آنان، شناخت مصالح بومی استفاده شده و ترکیب بجا و متناسب آنها بر اساس مؤلفه خودبسندگی، سامان‌دهی مؤلفه‌های اصلی کالبدی فضا که دچار آسیب شده‌اند از طریق رویکردهای کارشناس محور و مردم محور، و استفاده از ترکیبی از نظر مردم و کارشناسان در بازآفرینی زیبایی فضاهای شهری و توجه به ابعاد عینی و ذهنی فضا نقش مهمی ایفا خواهد کرد.

## پی‌نوشت

1. Focus Group

## فهرست منابع و مراجع

- قرآن کریم.
- اردلان، نادر و لاله بختیار (۱۳۸۰)، **حس وحدت**، نشرخاک، تهران.
- ادیب صابری، فروغ (۱۳۶۴)، **تاریخچه بازار تهران**، انتشارات موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران، تهران.
- استیرلین، هانری (۱۳۷۷)، **اصفهان تصویر بهشت**، ترجمه جمشید ارجمند، چاپ اول، انتشارات فرزاد، تهران.

۳۵. لک، آزاده و پانته آ حکیمیان (۱۳۹۶)، «کنکاشی در ریخت‌شناسی بازار ایرانی با رویکرد نظریه‌های فضایی شهر موارد مطالعاتی: بازار شیراز و کرمان»، **نشریه علمی و پژوهشی صفا**، شماره ۷۶ (دوره ۲۷ شماره ۱)، صص ۱۰۹-۱۳۴.

۳۶. مشکینی، ابوالفضل و علی رضایی مقدم (۱۳۹۳)، «بررسی مولفه‌ها و شاخص‌های شهر اسلامی با تاکید بر نقش و اهمیت فرهنگ‌سازی در تحقق الگوی شهر اسلامی- ایرانی»، **نشریه شهر پایدار**، شماره ۱، صص ۳۷-۶۸.

۳۷. مطهری، مرتضی (۱۳۷۸)، **مجموعه آثار**، جلد ۱، انتشارات صدرا، قم.

۳۸. معین، محمد (۱۳۶۲)، **فرهنگ فارسی**، انتشارات امیرکبیر، تهران.

۳۹. نقره‌کار، عبدالحمید (۱۳۸۷)، **درآمدی بر هویت اسلامی در معماری و شهرسازی**، انتشارات وزارت راه و شهرسازی (مسکن و شهرسازی سابق)، تهران.

۴۰. نقی‌زاده، محمد (۱۳۷۷)، «صفات شهر اسلامی در متون اسلامی»، **نشریه هنرهای زیبا**، شماره ۴ و ۵، صص ۴۷-۶۱.

۴۱. نقی‌زاده، محمد (۱۳۸۶)، **ادراک زیبایی و هویت شهر در پرتو اسلامی**، سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان، اصفهان.

۴۲. نقی‌زاده، محمد (۱۳۸۹)، «تأملی در چیستی شهر اسلامی»، **نشریه مطالعات شهر ایرانی اسلامی**، شماره ۱، صص ۱-۱۴.

۴۳. نقی‌زاده، محمد (۱۳۹۴)، «الگو، مبانی، ارکان، صفات و اصول شهر اسلامی»، **نشریه فیروزه اسلام**، شماره ۱، صص ۶۳-۸۰.

۴۴. ماسینیون، لویی (۱۳۸۹)، **جغرافیای تاریخی کوفه**، ترجمه عبدالرحیم قنوات، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه و انتشارات سمت، تهران.

۴۵. هاشم‌نژاد، حسین (۱۳۸۵)، «درآمدی بر فلسفه هنر از دیدگاه فیلسوفان بزرگ اسلامی»، **نشریه علمی-پژوهشی قبسات**، شماره ۳۹، صص ۳۳۲-۳۱۳.

۴۶. هاشم‌نژاد، حسین و سیدجواد نعمتی (۱۳۸۵)، «زیبایی‌شناسی در فلسفه صدرالمتألهین»، **نشریه علمی پژوهشی فلسفه**، شماره ۲، صص ۱۶۱-۱۳۷.

۱۶. خدایی، زهرا و علی اکبر تقوایی (۱۳۹۰)، «شخصیت‌شناسی شهر اسلامی؛ با تاکید بر ابعاد کالبدی شهر اسلامی»، **نشریه مطالعات شهر ایرانی اسلامی**، شماره ۴، صص ۱۰۳-۱۱۳.

۱۷. خرقانی، حسن (۱۳۸۷)، «مفاهیم زیبایی‌شناسی در قرآن»، **فصلنامه مطالعات اسلامی**، شماره ۸۰، صص ۴۸-۱۱.

۱۸. خرقانی، حسن (۱۳۹۰)، «دیدگاه علامه طباطبایی در حوزه زیبایی‌شناسی و اخلاق»، **فصلنامه پژوهش‌های قرآنی**، شماره ۶۸، صص ۸۵-۶۰.

۱۹. خسروی، شراره و ژیلا عابد سعیدی (۱۳۸۹)، «گروه تمرکز، روشی در گردآوری اطلاعات»، **نشریه پرستاری ایران**، شماره ۶۸، صص ۱۹-۳۰.

۲۰. دانشپور، عبدالهادی و الهام شیری (۱۳۹۴)، «عناصر کالبدی کارکردی شکل‌دهنده به هویت بافت‌های تاریخی شهر ایرانی اسلامی»، **نشریه نقش جهان**، شماره ۹، صص ۱۷-۲۵.

۲۱. ذوالفقون، سیدحسین (۱۳۸۹)، «غرض کرشمه حسن است (هنر و فلسفه اسلامی)»، **ماهنامه فرهنگ پویا**، شماره ۱۹، صص ۱۶-۲۰.

۲۲. رحیمی، لیلا و محمد نقی‌زاده (۱۳۹۵)، «تجلی عدالت اجتماعی در ساختار شهر اسلامی (محل)»، **نشریه هویت شهر**، شماره ۲۶، صص ۱۳-۲۰.

۲۳. سرایی، محمدحسین (۱۳۸۹)، «تحولات بازارهای ایرانی اسلامی؛ مطالعه موردی: بازار یزد»، **نشریه مطالعات شهر ایرانی اسلامی**، شماره ۲، صص ۲۵-۳۷.

۲۴. شجاری، مرتضی و جعفر محمدعلیزاده، (۱۳۹۱)، «ارتباط مراتب انسان با مراتب هستی از دیدگاه ملاصدرا»، **نشریه علمی پژوهشی انسان پژوهی دینی**، شماره ۲۷، صص ۵-۲۸.

۲۵. شیرازی، صدرالدین محمد (صدرالمتألهین) (بی‌تا)، **اسرار الآیات**، انتشارات انجمن حکمت و فلسفه، تهران.

۲۶. شیرازی، صدرالدین محمد (صدرالمتألهین) (۱۳۸۰)، **المبدأ و المعاد**، تحقیق سید جلال‌الدین آشتیانی، بوستان کتاب، قم.

۲۷. صادقی، علی رضا و سینا جنگجو (۱۳۹۶)، «بهره‌گیری از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی به منظور تبیین نقش فلسفه اسلامی در شکل‌گیری معماری متعالی شهری»، **نشریه علمی پژوهشی مدیریت شهری**، شماره ۴۸، صص ۳۷۷-۳۹۲.

۲۸. صادقی، علی رضا (۱۳۹۳)، **تبیین نسبت حس تعلق با زیبایی‌شناسی محیطی در فضاها عمومی شهر ایرانی اسلامی**، رساله دکتری شهرسازی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.

۲۹. صادقی، ناهید (۱۳۸۷)، «ویکردی بر رشد حرفه‌ای معلمان: موردی از کاربرد شیوه مصاحبه گروه‌های کانونی»، **مجله روان‌شناسی و علوم تربیتی**، دوره ۲۸، شماره ۲، صص ۴۷-۷۵.

۳۰. صفایی‌پور، مسعود و مهیار سجادیان (۱۳۹۴)، «جستاری بر تحولات و تطورات مفهوم شهر اسلامی»، **فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری چشم‌انداز زاگرس**، شماره ۲۴، صص ۱۵۹-۲۰۵.

۳۱. ضیاء‌توانا، محمدحسین (۱۳۸۰)، **بازار قیصریه لاری**، چاپ اول، نشر نی، تهران.

۳۲. عبدوس، محمدتقی و محمد مهدی اشتهاوردی (۱۳۷۵)، **اصول اخلاق امامان (ع)**، جلد ۵، دفتر تبلیغات حوزه علمیه، قم.

۳۳. عرفانی، جواد و محمدرضا نویدپور، (۱۳۸۷)، «تأملی بر مفهوم شهر اسلامی در شهرهای نوین سده‌های آغازین اسلام (از مدینه‌النبی تا سامرا)»، **نشریه هفت شهر**، شماره ۲۵ و ۲۶، صص ۷۲-۹۱.

۳۴. فرزانه، فرهاد (۱۳۷۸)، **گامی در جهت انسجام کالبد شهر همدان**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد معماری، دانشگاه تهران، تهران.