

فصلنامه ژئوپلیتیک - سال سیزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۶ Scopus

صص ۶۶-۳۵

تحلیل ژئوپلیتیکی عوامل مؤثر در نمادسازی فضاهای جغرافیایی شهر تهران (مطالعه موردی: نمادسازی برج میلاد)

دکتر زهرا احمدی پور* - استاد جغرافیای سیاسی، دانشگاه تربیت مدرس
عبدالوهاب خوجم‌لی - دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی، دانشگاه تربیت مدرس
دکتر محمدرضا پورجعفر - استاد شهرسازی، دانشگاه تربیت مدرس

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۷/۱۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۵/۰۸

چکیده

نمادها و چشم‌اندازهای شهری بازنمایی‌کننده جریان‌های فضایی سیاسی، اجتماعی و اقتصادی غالب در کالبد شهر هستند و عامل و نیروی غالب، شکل‌دهنده به نماد اصلی شهر خواهد بود. شهر تهران نیز از این قاعده مستثنی نیست. طبق پژوهش صورت گرفته گفتمان نظام سرمایه‌داری، عوامل اقتصادی و هرچه غربی و مدرن شدن سبک زندگی شهری و تغییر سلیقه شهروندان و اهداف سیاسی و اجتماعی بازیگران غالب شهری نظیر نهاد شهرداری و صدا و سیما نقش اصلی را در تغییر نماد شهری تهران از برج آزادی به برج میلاد بر عهده داشته‌اند. برج میلاد از مزیت قابلیت رویت گسترده برخوردار بوده و برآورده‌کننده نیازهای تجاری و اقتصادی شهر تهران می‌باشد و برج آزادی نیز با موقعیت گره‌ای عمده و قرار داشتن در کانون تحولات سیاسی-اجتماعی تاریخی معاصر جامعه ایران نقش سیاسی-اجتماعی پررنگی دارا است و می‌توان گفت این دو در عین بازنمایی‌کننده شکاف و گسل قدرت و اختلاف طبقاتی در جامعه مکمل نیازهای نشانه‌ای و نمادین شهر تهران هستند. روش تحقیق مقاله توصیفی-تحلیلی بوده و توصیف و تحلیل کارکرد دو نماد آزادی و میلاد و تحلیل گفتمان‌های سیاسی-اجتماعی و اقتصادی شهر تهران اساس کار بوده است.

واژه‌های کلیدی: نماد، بازنمایی، برج آزادی، برج میلاد، تهران.

۱- مقدمه

برای جغرافیدان‌ها فهم دینامیک‌های فعال در شکل دادن به چشم‌اندازهای شهری معاصر و تاریخی، اعمال یادمانی وضعیت‌هایی که حالت ملموس به آنها می‌دهند از اهمیت زیادی برخوردار است (Whelan, 2002: 508).

هر شهر از عناصر مختلفی تشکیل می‌شود و به سبب کارکردهای متفاوتی که هر عنصر و یا فضای جغرافیایی در زندگی اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و... شهروندان دارد، چشم‌اندازهای متفاوتی را خلق می‌کند. این چشم‌اندازهای جغرافیایی به صورت خاص به سبب ارزش نمادینی که در هویت بخشی به شهر دارند و معرفی آن به سایر مردم حائز اهمیت می‌باشند.

نمادهای شهری از مهمترین عناصر شهری هستند که بازنمایی کننده نیروهای سیاسی- اجتماعی و اقتصادی حاکم بر شهر بوده و به واسطه تغییرات این نیروها نیز تغییر می‌یابند. نمادهای اصلی شهر باید توانایی بازنمایی و نمایندگی کردن این نیروها را داشته باشند در غیر این صورت به تدریج کارکردشان به وسیله نمادهای دیگر یا ساخت نماد جدید جایگزین خواهد شد. کما اینکه شهرها در دوره‌های مختلف از نمادهای متفاوتی برای هویت‌سازی، معرفی و نمایاندن خود استفاده کرده‌اند.

نماد شهری خودش را از طریق عناصر مختلفی نظیر نقشه‌های شهری، معماری، اسامی خیابان‌ها و مکان‌ها، شعر و به همان اندازه آداب و رسوم، جشنواره‌ها و دسته‌ها بیان می‌کند. رقابت بین نخبگان سیاسی، گروه‌های استراتژیک و طبقات اجتماعی نه تنها در جهت کنترل و سهم بری از منابعی مانند سرمایه، زمین و بوروکراسی اداری می‌باشد بلکه این رقابت در نفوذ در نشانه‌ها و سمبل‌ها نیز جاری است. رسانه چاپی، تلویزیون و فضای مجازی دارایی‌های هستند که نخبگان تلاش می‌کنند تا بر آنها تسلط یافته و مدیریتشان کنند. به ویژه، سمبل‌های جدید ابداع و تبلیغ می‌شوند که قدرتشان به وسیله کسانی جذب می‌شود که آنها را ایجاد کرده‌اند. نمادهای قدیمی اغلب با معانی جدید آغشته می‌شوند و توسط مسئولان سیاسی برای ارتباط با افتخارات گذشته و بنابراین برای ابداع دوباره تاریخ مورد استفاده قرار می‌گیرند. نمادهای شهری و آداب رسوم بیشتر از یک انعکاس ساده از جامعه هستند، آنها استخوان

عریانی از جامعه و روابط بین گروه‌های تشکیل‌دهنده از همه نوع آن نظیر طبقه، قومیت، جنس و سن می‌باشند (Dieter Evers and Nordin, 2012: 1).

شهر تهران نیز به‌عنوان پایتخت ایران از این قواعد مستثنی نیست، تهران در دوره قاجاریه از طریق دروازه‌هایی که در چندین ورودی شهر به سبک معماری ایرانی اسلامی ساخته شده بودند و کاخ (ارگ) شاهی گلستان در مرکز شهر به معرفی کارکرد خود به‌عنوان پایتخت سیاسی حکومتی که بر ارزش‌های ایرانی اسلامی کهن ایران بنا نهاده شده بود تأکید می‌کرد و این دو نماد بازنمایی‌کننده کارکرد این نیروها در عرصه شهر بودند. با تأسیس حکومت پهلوی و شکل‌گیری نیروهای سیاسی-اجتماعی که از ارزش‌های سنتی ایران بریده بودند دیگر این دو نماد بخصوص دروازه‌های سنتی شهر بازنمایی‌کننده این نیروها نبوده و در راستای تسهیل کارکرد نیروهای جدید تخریب شدند. با بقای حکومت پهلوی و گسترش فیزیکی شهر تهران و شکل‌گیری انواع جریان‌های فضایی سیاسی، اجتماعی و اقتصادی پیچیده و هرچه متأثر شدن فضای شهر از کارکردها و مقتضیات فرهنگ غربی برج شهید (آزادی) با هدف اجرای تشریفات سیاسی استقبال از مهمانان خارجی و مراسم حکومتی و به‌عنوان نشانه و نماد تهران جدید در سال ۱۳۴۹ ساخته شد. برج شهید با توجه به خصوصیات معماری خود بعد از انقلاب برخلاف بیشتر نشانه‌ها و نمادهای دوره پهلوی دست نخورده باقی ماند و با توجه به شکل‌گیری حوادث منتهی به انقلاب اسلامی در حول آن هویتی جدید یافته و به برج آزادی تغییر نام داده شد. این برج در دهه‌های بعد نیز نقش سیاسی خود را حفظ کرد به‌طوری‌که عمده راهپیمایی‌های سیاسی در نظام جمهوری اسلامی به این برج ختم می‌شود و با توجه به دید بصری و آیکون‌زایی گسترده آن در سطح شهر و صدا و سیمای ایران و فیلم‌های دهه ۶۰ و ۷۰ میلادی، به‌صورت نماد برجسته شهر تهران خود را نهادینه کرد.

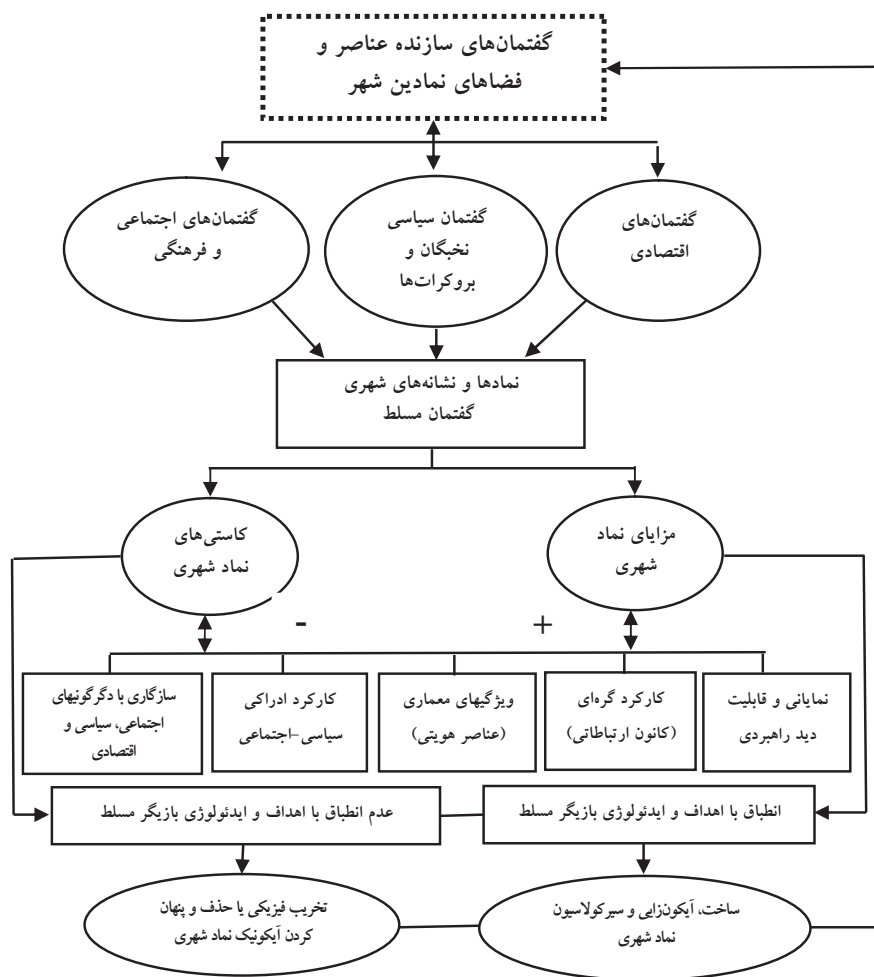
اما با گسترش شهر تهران و هر چه پیچیده‌تر شدن جریان‌های فضایی شهر و شکل‌گیری نیروهای سیاسی اجتماعی متفاوت در سطح کشور از اواخر دهه ۱۳۷۰ و اوایل دهه ۱۳۸۰ به تدریج نقش نمادین برج آزادی کاهش یافت و نیاز به نماد جدید احساس گردید به‌طوری‌که برج میلاد در وسط شهر تهران و با کارکرد بصری خیلی زیاد با ارتفاع کلی ۴۳۵ متر و کارکرد

ابتدایی مخابراتی و نشانه‌ای در تپه‌های کوی نصر ساخته و در سال ۱۳۸۷ افتتاح گردید و در حال حاضر با آیکون‌زایی گسترده برای آن سعی در نهادینه کردن آن به‌عنوان نماد شهر تهران و حذف و پنهان کردن آیکونوگرافیک برج آزادی وجود دارد. بر این اساس مقاله حاضر در پی آن است تا روشن کند چه نیروها و عوامل سیاسی-اجتماعی و اقتصادی در تغییر نماد شهر تهران از برج آزادی به برج میلاد نقش داشته‌اند؟

۲- روش تحقیق

روش تحقیق مقاله حاضر توصیفی-تحلیلی است که از طریق آن به مقایسه مزایا و کاستی‌های دو برج آزادی و میلاد می‌پردازد. روش جمع‌آوری اطلاعات کتابخانه‌ای و منابع اینترنتی و استنباط پژوهشگر از مشاهدات میدانی موضوع پژوهش می‌باشد.

شکل شماره ۱: مدل نظری پژوهش



۳- مبانی نظری پژوهش

۳-۱- فضاها و عناصر نشانه‌ای شهری

فضای شهری اتصالی از عناصر بی‌شمار سازماندهی شده از طرق گوناگون برای تولید یک ساختار فیزیکی ویژه است. دینامیک طبیعی این ساختار فضایی منجر به ظهور، ناپدید شدن یا دگرگونی عناصر متمایزی از آن می‌شود که این ساختار از آنها تشکیل شده است. فضاهای شهری از نظر معانی داده شده به آنها از طریق ساختار اجتماعی که در آنها غوطه‌ور شده‌اند نمو می‌یابند (Valera and Others, 1998: 367).

فضای شهری مملو از نشانه‌ها و نمادهایی است که توسط بازیگران و فعالان متنوع شهری به صورت خودآگاه و ناخودآگاه در آن جاسازی شده و در ارتباط با یکدیگر نظام نشانه‌ای شهر را شکل داده‌اند. نظام نشانه‌ای شهر در کلیت خود متأثر از اهداف و خواسته‌های بازیگران مسلط و عمده در فضای شهری می‌باشد که با توجه به اهداف، منافع و ایدئولوژی سیاسی، اجتماعی و مذهبی خود آن را شکل داده‌اند. نشانه‌های شهری، منظور ما، در اینجا شامل انواع اشکال و تصاویر و بناها و عناصر جاسازی شده در فضای شهری هستند که علاوه بر کارکردهای جانبی و زیبایی‌شناختی انتقال‌دهنده پیام سازندگان خود هستند که آن نیز از عقبه سیاسی-ایدئولوژیک سازندگان‌شان به همراه اهداف و منافع دراز مدت و کوتاه مدت تاکتیکی‌شان ساخته شده شکل داده می‌شوند. نظام نشانه‌ای شهر در بخش‌های مختلف خود به منظرهای شهری شکل می‌دهند و منظرهای شهری از طریق نشانه‌های نظام نشانه‌ای شهر معنا پیدا می‌کنند.

این واقعیت به این بحث اشاره می‌کند که هویت مکان و مناظر بصری در سکونتگاه‌ها [یا شهرها] مرتبط با تأثیرات اجتماعی و فرهنگی و در ارتباط با سازمان فضایی قرار دارد. در اینجا توجهات متمرکز روی این امر است که چگونه هویت مکان توسط سمبل‌ها و تصاویر برج‌ها ارتقاء داده می‌شود و به وسیله افراد و گروه‌های مختلف در زمینه‌های مختلف توسعه داده شده و استفاده می‌شود. این سمبل‌ها و تصاویر اهمیت ارتباطاتی دارند و به‌طور غیرقابل اجتنابی

بخشی از موجودیت‌هایی هستند که وجود و خصوصیت‌شان وابسته به روابط با هر دوی فرآیندهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و تاریخی محلی و بزرگتر است (Ebne Saleh, 1998: 153).

۲-۳- گفتمان‌های سازنده عناصر و فضاهای نمادین

امروزه گفتمان‌ها، ساخت و نهادینه کردن آنها از بخش‌های اصلی پیشبرد سیاست‌های شهری و ملی در فضای جغرافیایی به‌شمار می‌رود. لذا همواره بخشی از سیاست‌های اعمالی در فضاهای شهری از جنبه‌های گفتمانی نیز برخوردار است.

سیاست‌های اتخاذ شده توسط نخبگان حاکم شهری از اصلی‌ترین عوامل شکل‌دهنده به فضاهای شهری و خلق فضاهای نمادین در شهرها است. عموماً این فضاهای نمادین به‌طور گسترده‌ای از عقبه ایدئولوژیک و سیاسی این نخبگان متأثر است و همزمان ایدئولوژی‌ها و آرمان‌های جامعه شهری را نیز منعکس می‌کند. این نخبگان از طیفی از ارزش‌های مورد قبول جامعه که همزمان در راستای هدف بقای سلطه آنها بر جامعه است برای تغییر و خلق فضاها و نمادهای شهری استفاده می‌کنند.

در این راستا نقطه طبیعی عزیمت برای مطالعه بازنمایی ارزش‌های سمبلیک در گفتمان سیاست فضای عمومی شهر مفهوم بیان شده توسط لوفور (۱۹۹۱) یعنی «بازنمایی فضا» است. در این چارچوب فضای عمومی توسط برنامه‌ریزان و بوروکرات‌ها به‌طور استدلالی نشان داده می‌شود. این فضا تا آنجایی که در زندگی درک می‌شود انتزاعی است و در برنامه‌ها، کدها و طرح‌ها نشان داده می‌شود که چطور ساختار و تجویز فضای عمومی با استدلال و به‌طور عملی سازماندهی شده و به تصویب می‌رسد (Valera and Others, 1998: 369). این اعمال باعث شکل‌گیری و توسعه مفاهیمی نظیر شهر فرهنگی شده‌اند که نتیجه اعمال سیاست و قدرت نخبگان حاکم شهری برای ایجاد نظام‌های نشانه‌ای نمادین هماهنگ با منافع و علایق‌شان در شهرها است.

شهر فرهنگی (شهری با نظام نشانه‌ای منسجم) شهری است که توسط نخبگان باسواد و

قوانین که این نخبگان متأثر از هویت‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و ملی یک کشور وضع کرده‌اند ایجاد می‌شود و توسط جهانی مستقل از سمبل‌ها حمایت می‌شود که به واقعیت مادی سرایت کرده و نظم دولتی را تسهیل می‌کند. راما آن را به‌عنوان "شبکه‌ای از نشانه‌ها که به نظر می‌رسد به‌طور خودمختاری بر روی جهان مادی شناور است و بافتی از معانی که واقعیت را تزئین می‌کنند" توصیف می‌کند. هدف از سمبل‌ها به نظم در آوردن جهان مادی در داخل یک واقعیت منسجم منطقی است که می‌تواند به آسانی از طریق نوشته‌های Letrados [یا قوانین وضع شده توسط نخبگان] دستکاری شده و تحت کنترل قرار گیرد (Ornelas, 2007: 3-4).

اقتصاد نیز از گفتمان‌های اصلی در شهرها به‌خصوص شهرهای نظام سرمایه‌داری بوده است و کالبد شهرهای امروزی بر اساس ابداعات و نیازهای نظام سرمایه‌داری شکل گرفته است.

در رابطه با تأثیر گفتمان‌های اقتصادی بر مناظر شهری با مفهوم ارتقاء محل سر و کار داریم؛ ارتقاء محل به «استفاده هوشمندانه از تبلیغات و بازاریابی در ارتباط با تصاویر انتخابی از محل‌ها یا مناطق جغرافیایی ویژه برای مخاطبان» اشاره دارد. شبیه به دیگر کالاها در جامعه سرمایه‌داری «مکان نیز بسته‌بندی شده و به‌عنوان کالا فروخته می‌شود» (Kim, 2010: 14).

در رقابت با دیگر مکان‌ها، توسعه‌دهندگان، برنامه‌ریزان و دیگر ائتلاف‌های رشد خصوصیات سمبولیک شهرها را ارتقاء می‌دهد. همان‌طوری‌که گوتدینر اظهار می‌کند، این بازیگران از زمینه‌های قدرتمند و جاذبه‌های فرهنگی درون بافت در حال رشد رقابت داخل شهری برای سرمایه‌گذاری مالی جهانی استفاده می‌کنند. اینها نشان‌دهنده این است که چطور اقتصاد سیاسی توسعه شهر با خصوصیات سمبولیک مکان در هم بافته شده است. بخش املاک و مستغلات و بازیگران دولتی اعمالشان را با استفاده از ایدئولوژی‌های طرفدار رشد به‌عنوان امری اجتناب‌ناپذیر و مطلوب به تصویر می‌کشند (Ibid: 17-18). به عبارتی وقتی فضا سود

1-Rama

2-Gottdiener

می‌دهد مسئله چگونگی استفاده از زمین به موضوع عمده مبارزه سیاسی تبدیل می‌شود که تا حدی مرتبط با برنامه‌ریزی شهری است (Ernstson, 2013: 9). در اغلب مواقع، تحت فشار فزاینده رقابت اقتصادی، تصمیم‌گیرندگان سیاسی در جستجوی معماری فرهنگی شاخص برای ترکیب کردن مناظر رقابتی از بازتولید اقتصادی و انسجام فرهنگی اجتماعی در درون یک نماد مشترک شهری هستند که منبعث از غرور مدنی [و هویت شهروندان و جامعه شهری] باشد (Frantz, 2005: 50).

گفتمان‌های اجتماعی-فرهنگی نیز تأثیرگسترده‌ای در خلق نظام نشانه‌ای شهر دارند. هر گروه انسانی به فراخور تاریخ و فرهنگ خود و بر اساس ارزش‌های فرهنگی - مذهبی که به آنها باور دارد و به آنها افتخار می‌کند و به یاری اندیشه‌هایی که در پی تبلیغ آن است سعی می‌کند نمادهای مختلفی را برای کاربرد در فضاهای جغرافیایی و خلق چشم‌اندازهای شهری به کار گیرد. این گروه‌ها و جوامع در دوران جدید زندگی شهری در داخل سازمان‌های مردم‌نهاد، جناح‌ها و احزاب سیاسی سازماندهی شده‌اند و هرکدام از آنها با توجه به ارزش‌های مطلوب خود سعی در غالب کردن گفتمان اجتماعی و سیاسی خود دارند. در این میان چشم‌اندازهای شهری و نمادها و نشانه‌های شهری که اجزاء معنا دهنده به این چشم‌اندازها هستند یکی از عرصه‌های اساسی رقابت میان این گروه‌های سیاسی- اجتماعی عرصه شهر می‌باشند که به نوعی با مشاهده نوع چینش این نمادها و چشم‌اندازها و نمادهای خاص شهری می‌توان به خطوط گسل و شکاف قدرت میان این گروه‌ها در عرصه شهر و جامعه نیز پی برد که ناشی از تصمیمات سیاسی جمعی آنها است.

نگاهی به قسمت ورودی تصمیمات فرهنگی سیاست، ویژگی جمعی بودن و پویای مبارزات سیاسی برای استقرار یک چشم‌انداز مشترک در میان بسیاری از معانی جدال‌برانگیز فرهنگ شهری را آشکار می‌کند. فضای عمومی همواره قلمرو سیاسی را نشان می‌دهد جایی که هویت‌های مختلف در یک جدال و رقابت نمادین با یکدیگر مقابله می‌کنند (Ibid: 51).

۳-۳- قدرت سیاسی و نظام نشانه‌ای شهر (چشم‌انداز)

هر سیاستی به‌طور اجتناب‌ناپذیر، از ایدئولوژی تأثیر می‌پذیرد. از این‌رو، بین ایدئولوژی و قدرت، همواره یک رابطه پایداری وجود دارد (Shakoui, 2003: 48). همچنین فلسفه‌های سیاسی و ایدئولوژی‌ها، اقتصاد سیاسی خاصی را به وجود می‌آورند و این اقتصاد سیاسی، نقش عمده‌ای را در کیفیت و آرایش مکانی-فضایی پدیده‌ها [و در نتیجه خلق چشم‌اندازها] ایفا می‌کند (Ibid: 75).

برابر نظریه چشم‌انداز به‌منزله یک متن، چشم‌اندازها را عامل قدرت و ایدئولوژی‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی شکل می‌دهند. به‌طوری‌که، نمود عامل قدرت و کارکردهای اجتماعی-اقتصادی آن را می‌توان به روشنی هم در شکل چشم‌انداز و هم در درونمایه چشم‌انداز مشاهده کرد (Ibid: 210-211). به عبارتی چشم‌اندازها و نمادها و نشانه‌ها کارکرد ابزاری برای عامل قدرت و ایدئولوژی‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی دارند.

جغرافیای انسانی علاقه قابل توجهی را به ارتباط بین قدرت و سازماندهی فضای شهری و مناظر شهری نشان داده است. مطالعات نشان داده‌اند که چطور سازماندهی شهری محیط زیست و مناظر فرهنگی شهر را می‌سازد که می‌تواند بیان‌کننده ایده‌آل‌های رژیم سیاسی مسلط باشد. همان‌طور که لوفور خاطر نشان می‌کند که هر جامعه‌ای فضا یا منظر خودش را تولید می‌کند درحالی‌که لوینسن^۱ (1998) بیان می‌کند که «افراد با قدرت سیاسی درون یک جامعه فضای عمومی خودشان را برای انتقال (و سپس آموزش عمومی) درس‌های سیاسی مطلوب خودشان سازماندهی می‌کنند.» مایکل^۲ (2000) ارتباط بین قدرت و مناظر شهری را توسعه می‌دهد وقتی که او خاطر نشان می‌کند که «مناظر ... الحاق‌های از قدرت هستند ... آنها ساخته شده‌اند تا نشان دهند که چه کسانی قدرت را در دست دارند ... همچنین برای تقویت آن، قدرت سمبل‌های محکم، ثابت و بی‌امان از آن را ایجاد می‌کنند.» بنابراین در بحث

1-Lefebvre

2- Levinson

3- Mitchell

مایکل (2000) مناظر جنبه ایدئولوژیکی دارند. اگرچه این امر بدین معنی نیست که معانی مناظر نمی‌تواند محل جدال و ستیزه باشد بلکه مناظر در این دیدگاه «راهی برای انتخاب و نشان دادن جهان به طوری که به آن معنای ویژه‌ای بدهد» می‌باشد. پس منظره یک جزء مهم در ساختن رضایتمندی و هویت ... برای پروژه‌ها و مطلوبیت دادن به منافع قدرتمند اجتماعی است. «سازماندهی فضا در شهرهای کشورهای سوسیالیست یک مثال خوب از این نکته است. برای رژیم‌های سوسیالیست شکل دادن به فضای شهری جزء مهمی از پروژه‌های سیاسی با هدف ایجاد اشکال جدید اجتماعی بود. به طوری که وردری^۱ (1999) اظهار می‌کند:

"... در میان معمول‌ترین روش‌هایی که رژیم‌های سیاسی؛ فضا را علامت‌گذاری می‌کنند؛ قرار دادن مجسمه‌های خاص در مکان‌های ویژه و نام‌گذاری مجدد نشانه‌هایی نظیر خیابان‌ها، میدان‌های عمومی و ساختمان‌ها هستند. این اقدام؛ محیط مرئی را برای مناظر فراهم می‌آورند و با اجتماعی کردن؛ آنها را به ارزش‌های سیاسی ویژه آغشته می‌کنند..." (Light and Young, 2010: 6).

به طور کلی در جاهایی که شهرها در یک شرایط سیاسی ستیزه‌جویانه تکامل می‌یابند و مثلاً از حالت شهر استعماری به شهر پسااستعماری گذر می‌کنند، جنبه‌هایی از چشم‌انداز شهری نظیر یادمان‌های عمومی، اسامی خیابان‌ها، ساختمان‌ها، طرح‌های شهری و ابتکارات طراحی شهری اهمیت ویژه‌ای می‌یابند. آنها این واقعیت را نشان می‌دهند که شهر محصول مبارزه میان گروه‌های هم منفعت در حال نزاع برای رسیدن به سلطه بر محیط است. بنابراین گروه‌ها به دنبال سلطه بر دیگر چشم‌اندازها هستند، چشم‌اندازهای شهری اغلب همانند یک بوم نقاشی برای این قدرت است و مبارزه قدرت در آن تجلی می‌یابد. به ویژه مجسمه‌های عمومی به عنوان یک منبع مهم پرده‌برداری جغرافیدانان از تغییرات سیاسی و فرهنگی گسترده‌تر به کار می‌روند (Whelan, 2002: 508).

1- Verdery

۴-۳- کارکردهای فضاهای نمادین

به‌طور کلی، بر طبق کارکردهای نظم‌دهی نمادها، نقش نمادها در نظم‌دهی در چهار دسته قابل تبیین است:

نظم دادن به فضا: نمادها با جدا کردن «اینجا» از «هر کجا» و متعلق کردن اینجا به خود و جدایی‌گزینی با غیر، وجود را امکان‌پذیر می‌کنند.

نظم دادن به مفاهیم: نمادها همگی متجلی‌کننده یک جهان‌بینی متمرکز بر رابطه بین زندگی و مرگ هستند و مفاهیم دیگر حول این جهان‌بینی مرکزی نظم داده می‌شود.

نظم دادن به ارتباطات: بیان فیزیکی دادن به یک ایده در تقویت، همه‌شمولی و نهایتاً تداوم آن ایده بسیار مفید خواهد بود. تبلور کالبدی ایده، به ابزاری تذکر دهنده بدل شده که دائماً مفهوم ایده را متذکر می‌شود، با بیان شیوه مقبول رفتار، به ترغیب و تقویت شیوه رفتار مطلوب می‌پردازد. بر این اساس نمادها به روابط بین عناصر و مردم، بین مردم و مردم، الگوی ارتباط، رفتارها، شیوه‌های متداول و مشروع رفتار نظم می‌دهند.

نظم دادن به زمان: از یک طرف نماد ممکن است مکان را به زمان مقدس (ازل، مرگ و ابدیت) ارتباط دهد و از این طریق مکان را به مکان مقدس تبدیل می‌کند (Khosravi and Faragheh, 2013: 149-150).

۴-۵- عوامل مؤثر در کارکرد نمادها

برای تبدیل یک بنا یا نشانه شهری به نماد و نیز میزان توانایی آن در رابطه با حفظ این نقش و نیز جامعیت و همه‌گیری آن برای پوشش دادن گفتمان‌های مختلف در جامعه و توانایی انعطاف آن در رابطه با این دگرگونی‌ها و برآورده کردن منافع و اهداف بازیگران سیاسی، یک نماد باید از ویژگی‌های مختلفی برخوردار باشد که باید به آنها توجه گردد چرا که عملکرد آن بستگی به این ویژگی‌ها دارد.

۱- میزان نمایانی

میزان نمایانی بستگی به مشخصات فیزیکی بنا از جمله ارتفاع و موقعیت استقرار بنا دارد و اینکه تا چه میزان در بطن روابط و جریانات فضایی حاکم بر سطح شهر قرار دارد.

۲- قابلیت دید راهبردی

قابلیت دید راهبردی به میزان دیده شدن یک بنا یا نماد از محورهای عمده ارتباطی و خیابان‌های اصلی شهر و نیز میزان این قابلیت نسبت به نقاط چهارگانه جغرافیایی دارد که حس جهت‌یابی در شهر را نیز تقویت می‌کند و در شهرهای مسطح که دارای عوارض خاص طبیعی یا انسانی نیستند حائز اهمیت فراوان است.

۳- کارکرد گره‌ای (کانون ارتباطی عمده-دسترسی)

کارکرد گره‌ای اشاره بر موقعیت قرارگیری نماد یا بنا در میدانی اصلی، چهارراه‌ها یا پایانه‌های اصلی اتوبوسرانی و ترمینال‌های مسافرتی و فرودگاه‌ها دارد و در آن میزان دسترسی و نیز سهولت دسترسی شهروندان به مکان قرارگیری نماد حائز اهمیت است.

۴- ویژگی‌های معماری (نشانه‌های هویتی)

ویژگی‌های معماری در نمادها اشاره به میزان استفاده از نشانه‌های معماری دارد که ریشه در تاریخ و فرهنگ آن جامعه دارد و افراد آن جامعه با مشاهده آنها نسبت به آن احساس تعلق کنند یا به‌واسطه این نشانه‌های معماری و هویتی پیام‌های ویژه‌ای را از آن درک کنند که سازندگان این نمادها از آن انتظار دارند.

۵- توانایی نقش‌آفرینی در فرآیندهای سیاسی-اجتماعی

این توانایی وابسته به میزان مزیت‌های بنای یادبودی یا نماد در ویژگی‌ها و کارکردهای دیگرش از جمله ویژگی‌های معماری، میزان نمایانی و دسترسی، کارکرد ادراکی سیاسی-اجتماعی و اقتصادی و توانایی انطباق با دگرگونی‌های سیاسی اجتماعی جامعه دارد و به هر میزان یک نماد از این ویژگی‌ها بیشتر برخوردار باشد توانایی نقش‌آفرینی آن در فرآیندهای

سیاسی اجتماعی نیز برجسته‌تر خواهد بود.

۶- توانایی انطباق با دگرگونی‌های سیاسی-اجتماعی

این توانایی بر میزان انعطاف‌پذیری یک نماد در قرارگیری در بطن تحولات سیاسی اجتماعی در دوره‌های مختلف تاریخی دارد که باز به ویژگی‌های کارکردی دیگری چون عامل نمایانی، دسترسی و میزان ادراک سیاسی اجتماعی جامعه نسبت به آن بستگی دارد.

۷- کارکرد ادراکی سیاسی-اجتماعی (سابقه تاریخی)

این کارکرد اشاره بر سابقه تاریخی نماد و میزان نقش‌آفرینی آن در دوره‌های مختلف تاریخی دارد به طوری که قرار گرفتن نماد در دوره‌های مختلف تاریخی در بطن تحولات سیاسی اجتماعی و اقتصادی جامعه خود به خود به آن اهمیت تاریخی و سیاسی-اجتماعی می‌دهد و میزان انعطاف آن را نیز در مقابل دگرگونی‌های آتی جامعه افزایش می‌دهد.

۸- کارکرد اقتصادی

این کارکرد اشاره به میزان نقش و کارکرد اقتصادی و تجاری دارد که در داخل نماد یا حول آن انجام می‌گیرد. با توجه به هرچه ماهیت اقتصادی و تجاری یافتن جامعه امروز توانایی کارکردی نمادها در این نقش‌مزیت‌های ویژه‌ای به آن در کنار کارکردهای دیگر نمادینی که اشاره شد به نماد یا بنای یادمانی می‌دهد.

۴- یافته‌های پژوهش

۴-۱- فرایند غالب‌سازی نمادهای شهری تهران

نمادهای شهری از ابتدا به صورت نماد ساخته نمی‌شود، بلکه در مواقعی یک ابژه بر اثر شرایطی خاص چون شرایط سیاسی و اجتماعی ویژه، نمادین شده و به عنوان نماد شهری توسط شهروندان آن شهر یا حتی کشور مصرف می‌شود (Davarpanah, 2012: 102). در واقع نماد شهری در نشانه‌شناسی شهری همانند یک نشانه در متن شهری در نظر گرفته می‌شود. خواندن نشانه بدون در نظر گرفتن بافت و متنی که نشانه در آن قرار دارد، تعاملی که آن نشانه با سایر

نشانه‌های بیرون و درون متن خود دارند اعم از ساکنان و شهروندانی که نماد شهری را مصرف می‌کنند، تاریخ وقایعی که نماد شهری آن را تجربه کرده است غیرممکن است (Kamran, 2013: 14).

تهران در دوره‌های مختلف شاهد نمادهای شهری متفاوتی بوده است، در دوره قاجار مجموعه کاخ گلستان و دروازه‌های شهر نماد شهر بوده‌اند و در دوره مشروطیت میدان بهارستان و ساختمان مجلس به‌عنوان نماد شهر تهران مطرح بوده‌اند که عمده فعالیت‌های سیاسی-اجتماعی جامعه در حول آنها اتفاق می‌افتاده است.

سردر باغ ملی، برج آزادی و برج میلاد [نیز به ترتیب] هر سه نماد شهر تهران هستند و در کنار یکدیگر معنی دارند؛ چرا که زندگی شهر تهران را در مقاطع مختلف تاریخی نشان می‌دهند. سر در باغ ملی در مقطعی (پهلوی اول) نماد تهران بوده و در مقطعی دیگر، برج آزادی و اکنون برج میلاد نماد آن است؛ ولی آن دو اثر نیز به قوت خود باقی‌اند. حضورشان کم‌رنگ نشده است و حتی شاید این آثار مکمل یکدیگرند. باید بپذیریم که شهر تهران در حال زندگی و پوست انداختن است اما هرکدام از این آثار، معرف زمانه خود هستند (Barabadi, 2011: 17).

در دهه ۱۳۲۰ و اوایل دهه ۱۳۳۰ شمسی به‌دلیل تحولات سیاسی رخ داده در کشور از جمله برکناری رضا شاه به‌دنبال جنگ جهانی اول وارد شدن کشور به دوره‌ی کشمکش سیاسی دهه ۱۳۲۰ که در آن همانند دوران مشروطیت فرآیندهای سیاسی-اجتماعی عمده کشور در حول میدان بهارستان و ساختمان مجلس روی داد این دو عنصر شهری به‌عنوان نمادهای فعالیت‌های دموکراسی خواهی و نقش‌آفرینی مردم در فرایندهای سیاسی جامعه معرفی شدند. با کودتای ۳۰ مرداد ۱۳۳۲ کشور دوباره به ورطه استبداد شاهی افتاد و در نتیجه روند بازنمایی نمادهای میدان بهارستان و ساختمان مجلس نیز متوقف گردید. به تدریج با انجام اصلاحات ارضی و درآمدهای حاصل از فروش نفت تحول اقتصادی در سطح کشور و شهر تهران روی داد و نقش نظام سرمایه‌داری و تولیدات صنعتی در نظام سیاسی-اجتماعی کشور پررنگ گردید. در این دوره به‌دلیلی مهاجرت‌های گسترده کارگران و خانواده‌های شهرستانی به تهران

این شهر گسترش فضایی سریعی یافت و کارکردهای نظام سرمایه‌داری و فرهنگ غربی در کالبد آن کاملاً نمایان بود. لذا با توجه به تحولات رخ داده در فضای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی کشور و عدم توانایی بازنمایی این تحولات توسط نمادها و عناصر شهری سابق نیاز به ساخت یک نماد و نشانه در پایتخت ضروری می‌نمود. لذا از اواسط دهه ۱۳۴۰ تلاش‌ها برای ساخت چنین نمادی آغاز شد که منتهی به ساخت برج شهیاد یا آزادی کنونی گردید.

۲-۴- نظام سرمایه‌داری و نمادسازی در شهر تهران

اولین نشانه‌های نفوذ نمادها و نشانه‌های معماری غربی در تهران در اواسط سلطنت ناصرالدین شاه در ساخت بنای شمس‌العماره و مدرسه دارالفنون و اعمال تغییرات کالبدی در شهر تهران در دهه‌های ۱۲۴۰ و ۱۲۶۰ شمسی در دو مرحله متجلی شد که در نتیجه احساس نیاز سیاسی کشور برای اقتباس پیشرفت غرب بود و از آن پس به تدریج گسترش یافت و با انقلاب مشروطه و تأسیس سلسله پهلوی به اوج خود رسید. به طوری که در دوره پهلوی اول کالبد فضایی شهر تهران و حتی اسامی خیابان‌ها و میادین کاملاً بر اساس کارکرد نظام سرمایه‌داری و در راستای ایجاد حکومت ملی بازسازی گردید که هر دو از ابداعات تمدن غربی بودند.

نقطه کانونی این نوسازی منطبق با نظام سرمایه‌داری «شهر» بود. زیباسازی و مدرن‌سازی شهری، مطابق با الگوی غربی، تغییر نام، بازسازی بافته‌ای سنتی و کهنه و احداث شاهراه‌ها و میدان‌های بزرگ همه به ترتیب در تهران و در ادامه در سایر شهرهای ایران با سرعت توقف‌ناپذیری ادامه یافت (Jalalpour, 2012: 46). در واقع نظام سرمایه‌داری برای کارکرد و گسترش خود نیاز به دولت ملی داشت و دولت ملی برای بقا و دوام خود نیاز به ساخت و گسترش عناصر و ارزش‌های فرهنگ هنجاری مردمی داشت که بر پایه آن ادعای مشروعیت می‌کرد لذا به طور گسترده‌ای به ترویج نمادها و نشانه‌های ملی در سطح کشور به ویژه در کانون سیاسی خود نمود.

این فرآیندها کاملاً در چهارچوب نظریه فرهنگی گرامشی قرار می‌گیرد که معتقد بود، هژمون فرهنگی نظام سرمایه‌داری با به‌کارگیری قدرت نرم، نمادسازی، تبدیل هنجارهای

هژمون هنجاری پذیرفته شده و در نهایت حوزه اقتناع سعی در گسترش سبک زندگی خود دارد که تداوم سرمایه‌داری وابسته به آن است (Ajili and beige, 2013: 107).

با تغییرات اساسی فضای شهری تهران در دوره پهلوی اول و با گسترش و تشویق نظام سرمایه‌داری در کشور کالبد شهر تهران در دوره پهلوی دوم هرچه بیشتر با نمادها و نشانه‌های مدرنی چون سینماها، وزارتخانه‌ها، بانک‌ها، پارک‌ها، مغازه‌ها، بلوارها، ماشین‌ها، تبلیغات تجاری و پوشاک سبک غربی مزین گردید و برج شهیاد به تقلید از شهرهایی چون پاریس و نیویورک به‌عنوان نمادی برای شهر تهران ساخته شد. این فرآیند به‌شدت هرچه تمام‌تر در طرح‌های شهرداری تهران در دوره پهلوی دنبال می‌شد تا تهران را هرچه بیشتر با فرآیند جهانی‌شدن نظام سرمایه‌داری غربی همگام سازد، شاید «طرح شهستان پهلوی» که انقلاب اسلامی مجال اجرای آن را در وسط شهر تهران نداد نمود بارز آن می‌بود. این فرآیند با پیروز انقلاب اسلامی وقوع چنگ تحمیلی به‌طور موقت کند گردید و متأثر از سیاست‌های نظام اسلامی نمادها و نشانه‌های فرهنگ ایرانی-اسلامی در کالبد فضایی و فیزیکی شهر تهران گسترش یافت که به‌طور وسیعی در نام‌گذاری یا تغییر اسامی خیابان‌ها و میادین و آیکون‌زایی نمادهای ایرانی-اسلامی و به‌خصوص رویدادهای سیاسی و صحنه‌هایی از جنگ تحمیلی و تصاویر شهدای جنگ در سطح شهر تجلی یافت.

علی‌رغم این تحولات؛ کارکردهای نظام سرمایه‌داری، نیرومندترین گفتمان حاکم بر فضای نمادها و نشانه‌های شهر تهران را چه از لحاظ کالبد کلی و چه از لحاظ نیروی غالب در نظام تصمیم‌گیری شهری برای مدیریت و اجرای پروژه‌های شهری تشکیل می‌دهد و در این قالب است که بازیگران سیاسی، اجتماعی و اقتصادی سطح شهر نمادها و نشانه‌ها و آیکون‌های منطبق بر اهداف و ارزش‌های خاص خود را برای کسب مشروعیت و پیش برد اهداف خلق می‌کنند.

۳-۴- برج آزادی

از جمله عناصر مهم هویت بخشی شهرها نمادها [یا برج‌های نمادین] هستند. که به‌صورت

شناسنامه‌ای گویا از گذشته و حال شهر، نقش اصلی در معرفی آن به مخاطب دارند. بررسی و مطالعه در خصوص این نمادها نشان می‌دهد که بنیان این نوع بناها بر پایه مفاهیم، سنت‌ها، فرهنگ و هویت و تاریخ شهر استوار شده است. برج آزادی تهران، برج العربی دبی، برج ایفل پاریس، برج ایتالیا، برج‌های دوقلوی کوالالامپور و ... چنان باشکوه و پرمحتوا ساخته شده‌اند که از حد شهرها فراتر رفته و جهانیان کشور خاص را با آن نماد و المان در ذهن تداعی می‌کنند (Lotfi and Mohammadi, 2012: 62).

برج آزادی که نام قبلی‌اش شهید بود در سال ۱۳۴۹ توسط حسین امانت ساخته شد. در آن سال آقای امانت دانشجوی ۲۴ ساله‌ای بود که مأموریت یافت به مناسبت یاد بود جشن‌های ۲۵۰۰ ساله شاهنشاهی ایران، میدانی در پایتخت طراحی کند که نماد «ایران مدرن» و نشان «دروازه تمدن بزرگ» در قرن بیستم باشد (Amani, 2009: 2). برج آزادی بنایی است که طی چهار دهه اخیر ایران، در تمامی مناسبات تاریخی، سیاسی و اجتماعی با مردم ایران در ارتباط تنگاتنگ بوده است، چنان‌که نام خود را از زبان همین مردم در تجمعات خیابانی می‌یابد و از این طریق حضور خود را در میان مردم و خاطرات‌شان نشانگر می‌شود (Malacke, 2013: 9).

۴-۴- مزیت‌ها و کاستی‌های برج آزادی

۴-۴-۱- مزیت‌های برج آزادی

الف: قابلیت دید راهبردی

ویژگی‌های فوق‌الذکر و همچنین نقش آن به‌عنوان دروازه غربی تهران، این نماد را در ردیف عناصر هویت‌مند تهران جای می‌دهد. قابلیت رویت این نماد از نقاط مختلف و همچنین نقاط مرتفع شهر در سطح گسترده‌ای فراهم بوده و در اذهان همه مردم این شهر دارای جایگاه ویژه‌ای است (Zandie and Zandie, 2010: 32). امکان رویت قله دماوند، قله توچال و برج میلاد از برج و میدان آزادی وجود دارد. از آنجا که برج آزادی، خود نیز از نشانه‌های راهبردی

شهر تهران به‌شمار می‌رود، دریافت مناظر راهبردی از این نقطه به سمت دیگر نشانه‌های راهبردی، در حقیقت ارتباط و تعاملی بین نشانه‌های راهبردی این کلانشهر برقرار می‌کند. این میدان به‌عنوان یک کانون راهبردی در یافت منظر، با کلیه نشانه‌های راهبردی شهر تهران دارای ارتباط بصری است (Ibid: 33). در واقع میدان آزادی مهمترین کانون دید راهبردی تهران به‌حساب می‌آید.

ب: کارکرد گره‌ای (کانون ارتباطی عمده)

میدان آزادی دروازه ورودی غربی تهران به‌شمار رفته و در مسیر خطوط ارتباطی اصلی پایتخت برای حرکت به سمت غرب و جنوب کشور قرار دارد. همچنین در جوار این میدان فرودگاه مهرآباد قرار داشته که در حال حاضر پروازهای داخلی در آن انجام می‌شود و مسافران خارجی فرودگاه امام خمینی نیز برای ورود به شهر باید از میدان آزادی عبور کنند. همچنین ترمینال مسافربری غرب پایتخت در جوار این میدان قرار دارد و شبکه گسترده از پایانه‌های اتوبوسرانی شهری تهران در محل این میدان قرار دارد که در مجموع قابلیت دید بسیار خوبی را برای اقصای مختلف شهروندان تهرانی به وجود می‌آورد که تداوم‌بخش و تقویت‌کننده نقش نمادین آن است.

ج: ویژگی‌های معماری

برج آزادی در معماری خود دارای مؤلفه‌هایی است که [آن را به‌صورت روایتگر تاریخ و تمدن ایران در می‌آورد و] می‌تواند در اثربخش بودن آن ایفای نقش کند. همان‌طور که مانیفست مسابقه طراحی دروازه ایران، تبلور شمایی از تاریخ ایران را اصل اساسی دروازه ورودی تهران، پایتخت ایران قرار می‌دهد؛ معمار توانا و خلاق این بنا، حسین امانت، در زمانی که تنها ۲۴ سال داشته است با گردآوری و تحلیلی که از شناخت کامل فرهنگ، هنر و البته تاریخ معماری ایران زمین بر می‌آید، نشانه‌های بسیاری از این تاریخ را در کنار هم و به‌درستی می‌آمیزد و به این ترتیب موزه‌ای از تاریخ این سرزمین پدید می‌آورد. توجه دقیق به نمایش سلسله مراتب در شکل‌گیری هنر باستان تا گسترش در دوران اسلامی معماری برج در کنار تکنولوژی مدرن و

بسیار پیچیده، دقیق و منحصربه‌فردی که حتی تا همین امروز نمونه مشابهی در داخل ایران نداشته است باعث می‌شود تا برج آزادی با نمایش «دوره کهن، اسلامی و معاصر معماری ایران» در کنار یکدیگر باخوش‌آمدگویی به مسافرانی که وارد پایتخت ایران می‌شوند موزه زنده معماری ایران، نماد ایران و نشانه این تمدن و فرهنگ باشد (Gholamali tehrani, 2013).

د: کارکرد ادراکی سیاسی-اجتماعی

با توجه به وقوع تحولات تاریخی منتهی به انقلاب اسلامی در پای این برج و برپایی تظاهرات مختلف سیاسی و اجتماعی در جوار آن و خاطرات جمعی شهروندان از میدان و برج آزادی، این برج به‌صورت نمادی از تحولات سیاسی اجتماعی ایران معاصر درآمده و به‌عنوان نماد شهری تهران نهادینه شده و در چند دهه گذشته به‌صورت وسیعی با حمایت نهادهای چون صدا و سیما و شهرداری تهران آیکون‌زایی شده است. برج آزادی به‌عنوان نماد مورد ادعای عمده بازیگران سیاسی-اجتماعی کشور و پایتخت می‌باشد و قابلیت بازنمایی تمامی فرآیندهای سیاسی-اجتماعی فضای شهر تهران را دارا می‌باشد و همه مسیرهای راهپیمایی و تظاهراتی گروه‌های سیاسی اجتماعی عمده با اهداف مختلف پایتخت به این میدان و برج ختم می‌شود.

۲-۴-۴- کاستی‌های برج آزادی

الف: عدم نمایانی

ارتفاع کم بنای برج آزادی باعث گردیده است تا میزان نمایانی آن برای شهروندان تهرانی کم باشد به‌طوری‌که تنها با نزدیک شدن به میدان آزادی می‌توان بنای برج را مشاهده کرد. همچنین به‌دلیل همین عدم نمایانی کارکرد جهت‌یابی برای شهروندان را دارا نمی‌باشد در صورتی‌که شهرهایی به بزرگی تهران باید دارای بناهایی با قابلیت نمایانی بالا از هر نقطه شهر ویژگی نشانه‌ای جهت‌یابی برای شهروندان باشند.

ب: تغییر نگرش شهروندان تهرانی

تغییر نگرش شهروندان تهرانی به برج آزادی را می‌توان به‌خوبی در کار پژوهشی خانم کامران فهم کرد:

«با مطالعه عکس‌های یادگاری با برج آزادی در دو دهه ۵۰ و ۸۰ و از طریق مطالعه انواع دلالت‌ها، رمزگان فنی، اجتماعی و تفسیری و زیر رمزگان‌های مربوط به آنها دریافتیم که علی‌رغم تغییرات جزئی در رمزگان فنی در سطح عکس‌ها، آنچه که نظام عکس یادگاری با نماد شهری چون برج آزادی را در دهه ۸۰ دستخوش تغییر کرده است، تغییر در رمزگانه تفسیری و در واقع زیر رمزگان‌های ادراکی و ایدئولوژیک شهروندان تهرانی از شهر تهران، شهروندی و همچنین تغییر در مفهوم نماد شهری است. مصرف برج آزادی در بازه زمانی سی ساله وجود رقیب و حریفی چون برج میلاد (سمبل تهران مدرن) نیز در تغییر خوانش شهروندان تهرانی از نماد شهر تهران بی‌تأثیر نبوده است. با بررسی عکس‌های مهاجران افغانی که توسط عکاسان دور میدان آزادی گرفته شده است در می‌یابیم که برج آزادی برای آنان کارکرد نمادین خود را داراست. برج آزادی برای آنان هنوز نماد تهران است. اما با واکاوی تعداد عکس‌های شخصی در ژست‌های مختلف، صحنه‌آرایی‌ها و اضافه شدن وسایلی چون موتور و ... می‌توان دریافت که برج تنها فرصتی برای عکس شدن را برای آنان فراهم کرده است. عجیب است شهروندان تهرانی هنوز این برج را دوست دارند، از معماری آن ستایش می‌کنند. در تقابل با برج میلاد آن را دارای اصالت و اعتبار می‌دانند اما از بازنمایی و تجسم خود در کنار این برج اکراه دارند، آن را عملی «شهرستانی» می‌دانند. تقابل میان عشق و نفرت از برج میلاد مصداق و تجلی بارز همین تقابل دوگانه ما از شهر تهران باشد. شهری که هر روز به هزاران دلیل منطقی از آن انتقاد می‌کنیم و دوباره به آغوشش باز می‌گردیم. در این میان حضور عکاسان دور میدان آزادی برای مهاجران افغانی و سربازان و سایر گروه‌های به حاشیه رانده شده، فرصتی است تا به واکاوی و مطالعه خود و تصویر مطلوب از خویش در فراغت و آسودگی بپردازند. برج محمل و پناهگاهی است برای آنانی که در سایه آن خود را بیابند و برای ما محملی که از خویشتن و شهر خود بگریزیم» (Kamran, 2013: 23).

ج: دگرگونی‌های اجتماعی و اقتصادی

شهروندان تهرانی از لحاظ اجتماعی اقتصادی تحولات زیادی را از سر گذرانده‌اند که بر یکدیگر تأثیر داشته‌اند. در دهه ۱۳۶۰ به دلیل جنگ و اتخاذ سیاست‌های بسته اقتصادی و بسته شدن ارتباطات اجتماعی با کشورهای خارجی تا حدود زیادی جامعه متأثر از تحولات انقلابی سستی‌تر و پایبند به ارزش‌ها بود و از یکسانی بیشتری برخوردار و تنوع سلیقه در آن کم بود. ولی بعد از جنگ اتخاذ سیاست درهای باز اقتصادی در دوره ریاست جمهوری هاشمی رفسنجانی این شرایط را عوض کرد و در دهه ۱۳۷۰ جامعه به تدریج شاهد شکل‌گیری تنوع و نیز رشد طبقه متوسط و مرفه بود این وضعیت در تهران هر چه بیشتر نمایان بود و با ریاست جمهوری خاتمی در دهه ۱۳۸۰ ارتباطات اجتماعی با جهان خارج نیز بیشتر گردید و جامعه هر چه بیشتر از حال و هوای سستی دهه ۶۰ و انقلاب و جنگ تحمیلی خارج شد که این امر به‌طور مستقیمی بر نگرش شهروندان به برج آزادی که نماینده و بازنمایی کننده این دوره‌ها وقایع تاریخی بود تأثیر گذاشت و مسئولان کشوری و شهر تهران را به‌طور ناخودآگاه به فکر ساخت نماد و بنای دیگر برای شهر تهران انداخت. در این دوره خودروی سواری پیکان از خط تولید خارج شد که خود برای دهه‌ها نمادی از یکسانی جامعه ایران بود. سطح رفاه جامعه تهران نیز به‌واسطه تمرکز هرچه بیشتر امکانات و بودجه کشور در این شهر افزایش یافت و شکل‌گیری و نفوذ اینترنت و ساخت نمادهای بلند مرتبه در دیگر کشورها از جمله امارات متحده عربی، عربستان، مالزی، هرچه غرب‌گراتر شدن فرهنگ جامعه و تأثیرات مدرنیته و پیشرفت اقتصادی و غیره خود به خود سلايق اجتماعی را در مورد بناهای نمادین چون برج آزادی تغییر داد. لذا دیگر برج آزادی علی‌رغم خیلی از کارکردها و مزیت‌های اجتماعی، اقتصادی و عملکردی از بازنمایی این دگرگونی‌ها باز ماند ولی با وجود تلاش گسترده برای پنهان کردن آی‌کونیک آن و نهادینه کردن رقیبش یعنی برج میلاد، به دلیل عقبه تاریخی-ایدئولوژیک این برج هنوز به‌طور کامل کنار زده نشده است.

د: تحولات سیاسی

همان‌گونه که گفته شد برج آزادی وقایع سیاسی اجتماعی مهمی را از سر گذرانده است، این

برج در پس تحولات سیاسی اجتماعی دهه ۱۳۵۰ و ۱۳۶۰ به نمادی برای تهران، کشور، انقلاب و جمهوری اسلامی تبدیل شد به طوری که اسم آن نیز ناشی از این تحولات تغییر یافت. اما به تدریج کارکرد سیاسی آن از طرف یک جناح سیاسی قبضه شد و جناح‌ها و سلیقه‌های دیگر سیاسی از کارکرد سیاسی آن که همانا راهپیمایی و تظاهرات حول آن در راستای اعلام خواسته‌هایشان بود محروم شدند. این دو دستگی در جناح‌های سیاسی و تغییر نگرش بخشی از شهروندان تهرانی به عملکرد برج و میدان آزادی تأثیرگذار شد. علی‌رغم این موارد با توجه به موقعیت این برج و نیز عقبه ایدئولوژیک آن که خیابان‌های محوری پایتخت از میدان امام حسین، فردوسی، هفت تیر، ولی عصر و انقلاب به‌عنوان مسیر راهپیمایی اصلی در تهران مستقیم به میدان آزادی ختم می‌شود در صورت امکان استفاده جناح‌های سیاسی اجتماعی موجود در کشور از آن، از قابلیت بالایی در بازنمایی جریان‌ات فضای سیاسی- اجتماعی مختلف موجود در جامعه برخوردار خواهد بود چرا که مهمترین گره ارتباطی پایتخت به‌شمار می‌رود.

ه: بی‌توجهی شهرداری و صدا و سیما

نهاد شهرداری به‌عنوان مهمترین عامل اجرایی در پایتخت از آیکون‌زایی این برج دست کشیده است و صدا و سیما جمهوری اسلامی نیز دیگر به آیکون‌زایی آن نمی‌پردازد. گفتمان غالب بر مدیریت شهری تهران، شهرداری را بر آن داشت که با توجه به فرایند جهانی شدن و تلاش برای اتصال به اقتصاد جهانی پروژه برج مخابراتی میلاد را به نماد رسمی شهر تهران تبدیل نماید. در حال حاضر با توجه به بازنمایی‌های صورت گرفته توسط شهرداری تهران و سازمان صدا و سیما این برج تبدیل به نماد اصلی شهر تهران شده است.

علی‌رغم آن‌که رسانه ملی از آیکونیزه کردن برج آزادی دست کشیده و به‌طورگسترده‌ای در شبکه‌های مختلف به بازنمایی برج میلاد می‌پردازد، اما همچنان برج آزادی؛ ارتباط خود با عقبه ایدئولوژیک سیاسی اجتماعی‌اش را حفظ کرده است.

۵-۴- برج میلاد

نمادهای نوین معماری شکل‌دهنده بخشی از هویت کالبدی و آشکار شهرها به‌شمار می‌روند. شهر تهران از دیرباز دارای نشانه‌های شهری گوناگونی بوده است. در این بین، بنایی همچون میدان آزادی به‌عنوان دروازه غربی تهران در سه دهه اخیر با توجه به تغییرات فرهنگی و توانایی مهندسی دهه‌های اخیر در ایران به‌ویژه شهر تهران، نیاز به حضور نمادهای برتر که در برگیرنده هویت جدید مهندسی و فناوری کشور باشد ضروری به نظر می‌رسید (Kheirkhah, 2008: 53).

برج میلاد در سال ۱۳۸۷ در زمان افتتاح بلندترین برج ایران دومین برج بلند خاورمیانه و چهارمین برج بلند دنیا در نوع خود محسوب می‌شد. این برج نه‌تنها به‌عنوان یک برج مخابراتی بلکه به‌عنوان یک نشانه شهری در راستای ایجاد شهری هویت‌مندتر و نیز ارتقاء حس جهت‌یابی در شهر تهران در نظر گرفته شده است. مجموعه برج میلاد در زمینی به مساحت تقریبی ۱۵ هکتار بر روی تپه‌های کوه نصر در میان شبکه بزرگراهی شمال غرب تهران واقع شده است. این مجموعه از شمال به بزرگراه همت، از شرق به بزرگراه چمران، از جنوب به بزرگراه حکیم و از غرب به بزرگراه شیخ فضل‌الله نوری منتهی شده است. ارتفاع این برج ۳۱۵ متر بدون آنتن و ۴۳۵ متر با آنتن بوده و دارای ۱۲ طبقه است (Pourjafar and Montazer alhojeh, 2010: 69-70).

همان‌طور که قبلاً نیز اشاره شد تلاش زیادی از سوی شهرداری تهران به‌عنوان متولی ساخت و بهره‌بردار این برج و صدا و سیما برای معرفی آن به‌عنوان نماد شهر تهران و آیکونیزه کردن آن حتی در شبکه‌های تلویزیونی ملی را شاهد هستیم. در اینجا به مزیت‌ها و کاستی‌های برج میلاد پرداخته می‌شود.

۶-۴- مزیت‌ها و کاستی‌های برج میلاد

۶-۴-۱- مزیت‌های برج میلاد

الف: نمایانی بالای برج

برج میلاد به واسطه ارتفاع بسیار زیاد آن و قرار گرفتن بر روی تپه‌های نیمه شمالی شهر تهران تقریباً از همه نقاط کلان‌شهر تهران قابلیت رویت دارد. این قابلیت برج یکی از ضرورت‌های شهرهای بزرگی چون تهران که همانا وجود نشانه‌ای برای جهت‌یابی ساکنان شهر می‌باشد را برطرف کرده است.

مقدار ۵۲۰ واحد بار بصری به دست آمده در تپه گیشا نسبت به ۲۹۵ و ۱۹۰ واحد بار بصری سایت‌های عباس‌آباد و پردیسان موقعیت تپه‌های گیشا را در اولویت انتخاب سایت برج قرار داده است. به علاوه اولویت نکاتی همچون مالکیت ارضی، موقعیت جغرافیایی، توزیع امواج تلویزیونی و مخابراتی توسط دیگر محققین انجام و تپه گیشا را در پارک نصر نیز به‌عنوان گزینه برتر اعلام کرده بودند (Ibid: 118).

ب: کارکردهای مدرن برج

برج میلاد از لحاظ مشخصات بنا و عملکرد نشانه‌ای آنکاملاً منطبق با مدل‌های مشابه خود در شهرهای مهم جهان هست.



همچنین کارکردهایی که برای این برج در نظر گرفته شده است کاملاً با نیازهای روز شهرهای مدرن و پرجمعیتی چون تهران که دارای طبقات اجتماعی با رفاه بالا و سرمایه‌دار است، کاملاً سازگار هست. مرکز ارتباطات بین‌المللی تهران، با دارا بودن بخش‌های مختلفی نظیر برج میلاد، سالن همایش‌ها، هتل پنج ستاره، مرکز تجاری و اداری به‌عنوان یک منبع درآمد پایدار برای شهر تهران محسوب می‌شود. طبق برآورد کارشناسان اقتصادی، بازگشت سرمایه ساخت برج در عرض حداکثر پنج سال صورت می‌گیرد و پس از آن مرکز ارتباطات تهران وارد سوددهی می‌شود. درآمدهای این مرکز از محل جذب گردشگر، اجاره فضاهای مخابراتی - تلویزیونی، اجاره مراکز تجاری و برگزاری همایش‌ها حاصل می‌شود (<http://www.yadman.ir/farsi/BorjeMilad/ShokoheMilad/Eghtesadi.aspx>).

۲-۶-۴- کاستی‌های برج میلاد

الف: کمبود نشانه‌های هویتی

برج میلاد با وجود ادعای طراحان آن مبنی بر ایرانی-اسلامی بودن معماری آن چندان از این نظر برجسته نبوده ویژگی‌های معماری مدرن در آن از برجستگی بیشتری برخوردار است به‌ویژه که شبیه به برج‌های مخابراتی همسان خود در دیگر نقاط جهان است و محدود نشانه‌های معماری ایرانی-اسلامی در آن نیز حداقل برای ناظران عادی به چشم نمی‌آید و شهروندان به لحاظ هویتی کمتر با ارتباط برقرار می‌کنند. به عبارتی کمبود نشانه‌های هویتی در این بنا برعکس برج آزادی از نواقص عمده آن است.

ب: ایراد دسترسی

همان‌گونه که اشاره شد بزرگراه‌های عمده پایتخت از چهار سوی برج میلاد عبور می‌کنند اما این امر دلیل بر قابلیت دسترسی آسان عموم به آن نمی‌باشد چرا که هیچ‌گونه مکان گره‌ای ارتباطی در نزدیکی برج میلاد وجود نداشته و کارکرد بزرگراه‌های عبوری نیز بیشتر برای ماشین‌های شخصی هست که قصد جابجایی عمده در جهت‌های چهارگانه شهر را دارند. لذا

به هیچ‌وجه قابلیت دسترسی آسان را برای عموم شهروندان تهرانی فراهم نیاورده است. شهروندان تهرانی نیز برای انجام کارهای روزمره نیازی به مراجعه به آن ندارند. اصولاً عملکرد برج میلاد به نحوی طراحی شده است که اشخاص از طبقات خاص جامعه را به‌سوی خود جذب می‌کند.

ج: عدم توانایی نقش‌آفرینی در فرآیندهای سیاسی-اجتماعی

مکان‌گزینی برج میلاد به نحوی بوده است که در مسیر هیچ‌کدام از مسیرهای راهپیمایی عمده پایتخت قرار نداشته و از لحاظ تاریخی نیز در نقطه‌ای از شهر قرار گرفته است که بعد از انقلاب اسلامی زیر فرایند شهرنشینی قرار گرفته و از عقبه اجتماعی-سیاسی ضعیفی برخوردار است. همچنین این برج تا زمان کنونی در کانون هیچ‌یک از تحولات سیاسی اجتماعی عمده پایتخت نبوده و کارکردهای در نظر گرفته شده برای آن شامل هتل پنج ستاره، مرکز تجاری-اداری، سالن همایش‌ها و رستوران نیز تنها توانایی بسترسازی برای فرآیندهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی رسمی و محدود را داراست. کارکرد عمدتاً اقتصادی آن نیز تنها افراد خاصی را به‌سوی خود جذب کرده و جنبه توریستی و گردشگری آن برجسته است که با توجه به استانداردهای لحاظ شده در آن عموم شهروندان توانایی استفاده از آن را ندارند.

د: برجستگی کارکردهای اقتصادی

برجستگی کارکردهای اقتصادی و کم‌رنگ بودن کارکردهای اجتماعی و فرهنگی آن برای عموم افراد جامعه از کاستی‌های عمده مجموعه برج میلاد برای نهادینه شدن به‌عنوان نماد شهر تهران و حتی کشور است. این امر حس تعلق شهروندان را نسبت به آن خواهد کاست و به‌تدریج منجر به بیگانگی افراد نسبت به آن خواهد شد یا در بهترین حالت تنها نماینده و بازنمایی کننده قشر مرفه و سرمایه‌دار جامعه و نظام سرمایه‌داری خواهد بود. کارکردهای فاز دو این پروژه بیشتر نماینده این جنبه است؛

هتل پنج ستاره:

این هتل برای ارائه تسهیلات اقامت و پذیرایی از گردشگران داخلی و خارجی و

شرکت‌کنندگان در همایش‌ها پیش‌بینی شده و مجموع زیربنای در نظر گرفته شده برای آن حدود ۶۰ هزار متر مربع است.

مرکز تجاری و اداری:

این مراکز با هدف شناساندن موقعیت صنعتی و تجاری کشور، ارائه خدمات سطح بالا و گسترش تجارت، طراحی و ساخته می‌شود. زیربنای مرکز تجاری در حدود ۴۰ هزار متر مربع با امکاناتی نظیر بخش معاملات بازرگانی داخلی و خارجی، نمایشگاه‌های کالا و خدمات، ارتباطات علمی و فنی، ارتباطات مخابراتی و تصویری و بخش خدمات است. به‌منظور ارائه فضای مناسب برای استقرار دفاتر شرکت‌های خدماتی و مؤسسات دولتی و خصوصی، مرکز اداری با زیربنای حدود ۴۰ هزار متر مربع طراحی و ساخته می‌شود.

کاربری‌های خود برج:

کاربری برج گردشگری، تسهیل و گسترش ارتباطات بیسیم (Wireless) در سطح تهران بزرگ، بهینه‌سازی و گسترش رادیو تلویزیون (FM/UHF/VHF)، ایجاد زیرساخت‌های تلویزیون دیجیتال (MVDS/DVB)، هواشناسی و کنترل ترافیک است.
(<http://www.yadman.ir/farsi/BorjeMilad/MiladTower/phases.aspx>)

جدول شماره ۱: مقایسه کاستی‌ها و مزیت‌های دو برج آزادی و میلاد

برج آزادی	برج میلاد
مزیت‌ها	کاستی‌ها
قابلیت دید راهبردی	ایراد دسترسی
کارکرد گره‌ای (کانون ارتباطی عمده)	کمبود نشانه‌های هویتی
ویژگی‌های معماری برجسته	عدم توانایی نقش‌آفرینی در فرآیندهای سیاسی-اجتماعی
کارکرد ادراکی سیاسی-اجتماعی	برجستگی کارکردهای اقتصادی (تک‌بعدی بودن)
کاستی‌ها	مزیت‌ها
عدم نمایانی	نمایانی بالا (کارکرد نشانه‌ای)
تغییر نگرش شهروندان تهرانی	کارکردهای مدرن برج (بازنمایی کننده نیروهای نظام سرمایه‌داری)
دگرگونی‌های اقتصادی و اجتماعی	
تحولات سیاسی	
بی‌توجهی شهرداری و صدا و سیما	

۵- تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری

با نگاهی به مزیت‌ها و کاستی‌های برج آزادی و میلاد می‌توان دریافت که وزنه مزیت‌ها به سمت برج آزادی سنگینی می‌کند. میدان و برج آزادی از لحاظ موقعیت مکانی در مهمترین گره ارتباطی پایتخت قرار گرفته است که قابلیت دید مطلوبی را برای اقشار مختلف جامعه فراهم می‌آورد. اما به دلیل ارتفاع کم نقش نشانه‌ای جهت‌یابی و کانون بصری متمرکز برای نظم دادن به فضای بصری شهر را نمی‌تواند برآورده کند چرا که از همه نقاط شهر قابل رویت نیست. اما وجود نشانه‌های هویتی جامع از تاریخ ایران باستان و اسلام حس تعلق جمعی را برای شهروندان که ناظر آن هستند به دست می‌دهد. میدان و برج آزادی با نقش‌آفرینی گسترده در تحولات سیاسی- اجتماعی شهر تهران همچون تظاهرات و راهپیمایی‌ها هنوز هم نقش پررنگی در این زمینه دارد و از این لحاظ در کانون توجه همه گروه‌ها و جناح‌های سیاسی و اجتماعی شهر قرار دارد هرچند که در سال‌های اخیر جناح‌های معدودی از قدرت توانسته‌اند از این کارکرد آن استفاده کنند.

مزیت عمده برج میلاد، قابلیت دید گسترده است و نشانه جهت‌یابی و کانون بصری خوبی را برای شهروندان به دست می‌دهد. کارکردهای اقتصادی این برج نیز کاملاً هماهنگ با نیازهای نظام سرمایه‌داری و اقتضائات مدرنیته و طبقه مرفه جامعه است. اما از دیگر جهات همچون سابقه تاریخی، ویژگی‌های معماری، مکان گره‌ای، ادراک سیاسی- اجتماعی شهروندان نسبت به آن و امکان دسترسی برای اقشار مختلف جامعه دچار کاستی و ضعف است.

برج میلاد از سوی دو نهاد به‌طور گسترده‌ای مورد آیکون‌زایی قرار می‌گیرد؛ یکی شهرداری که به‌عنوان متولی ساخت و بهره‌برداری از برج به‌دنبال نهادینه کردن آن به‌عنوان نماد و برند شهر تهران در ایران و جهان بوده و این برج را معرف دوره جدید از نوآوری و پیشرفت‌های شهری می‌داند و دیگری صدا و سیما که در گذار از گفتمان فرهنگی در تلاش برای تضعیف نقش سیاسی- اجتماعی میدان و برج آزادی برای جلوگیری از بهره‌بردای گروه‌ها و جناح‌های رقیب از آن به آیکون زدایی آن پرداخته است، کاری که در بحرین در مورد میدان لولو به‌صورت تخریب فیزیکی صورت گرفت و در مورد میدان و برج آزادی به‌صورت حذف و پنهان کردن آیکونیک انجام می‌شود. طبق یافته‌های این پژوهش، تلاش‌هایی که برای ساخت و نهادینه کردن برج میلاد انجام

می‌شود به‌طور غیرمستقیم تلاشی برای بازنمایی کردن گفتمان سرمایه‌داری و تأکید بر سهم عوامل اقتصادی، نیروهای نظام سرمایه‌داری و تأثیرپذیری هرچه بیشتر فضای شهر از سبک زندگی غربی و تغییر سلیقه شهروندان است. از نمایی دیگر این تلاش‌ها نمایان‌کننده شکاف و گسل قدرت و اختلاف طبقاتی میان ثروتمندان و اقشار متوسط و ضعیف جامعه ایران است. برج آزادی نمادی از تلاش جامعه ایران برای اعلام و درخواست خواسته‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی‌اش بوده است و برج میلاد نمادی از سلطه نظام سرمایه‌داری بر فضای شهر تهران هست.

گفتمان اقتصادی در قالب تغییر نگرش شهروندان و انگیزه‌های مالی شهرداری و نیاز به بازنمایی جریان‌های فضایی عظیم تجاری و مالی جاری در کالبد شهر تهران عمل کرده و گفتمان سیاسی نیز در همپوشانی نسبی با گفتمان اجتماعی و فرهنگی عمل کرده و در جنبه‌هایی از خود انگیزه‌های سیاسی و اجتماعی پنهان جناح‌هایی از قدرت را در خود داشته است که در راستای تضعیف کارکرد سیاسی-اجتماعی نمادین و تاریخی برج آزادی عمل کرده‌اند.

اما این دو برج تا حدود زیادی کاستی‌های نمادین شهر تهران را در داشتن یک نماد جامع جبران می‌کنند و از لحاظ کارکردی مکمل یکدیگر به‌شمار می‌روند و شایسته است که از سوی دو نهاد شهرداری تهران و صدا و سیما ج.ا.ایران به‌طور متناسب مورد آیکون‌زایی قرار بگیرند.

۶- قدردانی

نگارندگان بر خود لازم می‌دانند از معاونت پژوهشی دانشگاه تربیت مدرس به‌خاطر فراهم آوردن شرایط انجام پژوهش حاضر کمال تشکر را داشته باشند.

References

1. Ajili, Hadi and Mahdi Beigi (2012); Anatomy of lifeStyle at the capitalist society, Journal of Counseling and Psychotherapy (LifeStyle), Fourth year, Number 13, Spring [in Persian].
2. Amani, Hossein (2009); Scientific Core of Student Mobilization Department of Architecture, Faculty of Art and Architecture, Islamic Azad University[in Persian].
3. Bar Abadi, Saeid(2010); Peeling Tehran, Shargh Newspaper, On 3 September, Architecture Section, P 17 [in Persian].
4. De Frantz, Monika (2005); From Cultural Regeneration to Discursive Governance: Constructing the Flagship of the 'Museumsquartier Vienna' as a Plural Symbol of Change, International Journal of Urban and Regional Research.
5. Dieter Evers, Hans And Ramli Nordin (2012), The symbolic universe of Cyberjaya, Malaysia, CenPRIS, Universiti Sains Malaysia, ZEF, Center for Development Research, University of Bonn, 10.
6. Ebne Saleh, Mohammad Abdollah (1998), Place Identity: The Visual Image of Saudi Arabian Cities, Vol. 22, No. 2.
7. Ernstson, Henrik (2013); The social production of ecosystem services: A framework for studying environmental justice and ecological complexity in urbanized landscapes, Landscape and Urban Planing 109.
8. Golam Ali Tehrani, Arash (2012); A living museum of architecture: symbol, sign, spring newspaper, page 9, the social sector [in Persian].
9. JalalPur, Shohreh (2012); Explain change the names of cities of Iran at first Pahlavi period and role of Iran Culture Academy, Journal of Ganjineh Asnad [in Persian]
10. Kamran, Afsaneh (2013); symbols of urban semiotics keepsake photo "The Case of the Azadi Tower at the souvenir photos of the 50's and 80's", Proceedings of the First Conference of urban spaces representation in art and literature, published by the beautification Organization [in Persian].
11. Kheirkhah, Naser (2007); above the eyelid City, Tehran Memorials, Journal of Economic, Social and Cultural Journal of International Communication Center Tehran, Special Milad Tower Opening [in Persian].
12. Khosravi, H. and F. Khosravi Fragh (2013); the urban elements of Islamic-Persian architecture and urbanism, examining the relationship between form and content and aesthetics Syntaktyk and semantics, National Conference of city beautification [in Persian].
13. Kim, Chigon (2010); Place promotion and symbolic characterization of New Songdo City, South Korea, Cities, 27.

14. Light, Duncan and Craig Young(2010), RECONFIGURING SOCIALIST URBAN LANDSCAPES: THE 'LEFT- urnal of Studies and Research in Human Geography.
15. Lotfi, S. and Abdul Hamid Mohammadi(2011); Relationship symbols of urban identity (Case study: Gonbad City), Journal of Geography (regional planning), second year, second volum [in Persian].
16. Malaeke, Sepanta (2013); Exclusive interview: "Spring" and "Hossein Amanat"; Designer and architect of the Azadi Tower architect concerns, Bahar Newspaper, Monday, page 9, Social Section [in Persian].
17. Ornelas, Christopher (2007); Cementing History: A Study of Boulevards in Mexico City and Buenos Aires, 3-4.
18. Pour Jafar, Mohammadreza and Mahdi Montazerahojah (2009); Urban Signs, Tehran, Tehan Publications, Publisher Partners Publishing Hella [in Persian].
19. Shakouie, Hosein (2003); New Ideas in Philosophy OF geography, Environmental philosophy and geographic School, volume II, Tehran, SAMT Publications [in Persian].
20. Valera, Sergi and Joan Cuardia and Enric Pol (1998), A Study of the Symbolic Aspects of Space Using Nonquantitative Techniques of Analysis, Netherlands, Quality & Quantity 32.
21. Whelan, Y (2002); The construction and destruction of a colonial landscape: monuments to British monarchs in Dublin before and after independence, Journal of Historical Geography, 28.
22. www.yadman.ir/farsi/BorjeMilad/MiladTower/phases.aspx [in Persian].
23. Zandiyeh, Mahdi, and Razieh, Zandiyeh(2009); Seek strategic view corridors in Tehran, Scientific Theory of Iranian Architectural Association, Number 1, [in Persian].