Expert Perspectives on the Dimensions of Sustainable Urban Identity
The Case of Milad Tower, Tehran

Akbar TALEBPOUR[1]
Associate Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran.

Seyed Yaghoub MOUSAVI
Associate Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran.

Neda DADFAR
M. A. of Local urban development, Alzahra University, Tehran, Iran.

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Urban symbols embody meanings that become institutionalized within a society's culture and are closely associated with collective identity. Identity encompasses material, biological, cultural, and psychological indicators that distinguish individuals, groups, communities, and cultures. Urban identity, as a complex and dynamic concept, requires a multidisciplinary, place-based approach that considers physical contexts and the perspectives of diverse stakeholders. Integrating these perspectives provides a framework for analyzing urban identity and informing decision-making in line with sustainable development principles.

Against this background, this study examines the role of urban symbols in sustaining urban identity, focusing on Milad Tower in Tehran. It investigates the tower's contribution to five dimensions of the city's identity: physical-spatial, socio-cultural, economic, environmental-ecological, and political-strategic sustainability. The central research question is: How has Milad Tower contributed to the formation and sustainability of Tehran's urban identity across these dimensions, from the perspective of experts?

The findings aim to support urban planners and administrators in strengthening identity-related connections and preserving Tehran as a repository of collective memory. They may also inform urban institutions' efforts to enhance social responsibility, foster meaningful engagement with citizens, and cultivate a shared urban identity aligned with sustainable development goals.

Material and Methods

The study population comprised managers, experts, and specialists in culture, art, urban planning, architecture, management, and urban sociology. Using purposive sampling based on expert judgment, 17 participants were recruited and interviewed in person. Data were collected through semi-structured interviews. Although theoretical saturation was achieved by the tenth interview, data collection continued until 17 interviews had been completed to obtain a more comprehensive account of the perspectives and opinions of experts and urban managers regarding the subject under investigation.

To assess the quality of the interview protocol, criteria of credibility and reliability in qualitative

1. **Corresponding author**, +989371795404 a.talebpour@alzahra.ac.ir https://orcid.org/0000-0002-1644-6117

research were applied, drawing on Talebpour & Beiranvand (2013). The initial interview protocol was developed based on the relevant theoretical literature and the study's objectives. It was subsequently submitted to several university professors and subject-matter experts for content review and professional evaluation.

Results and discussion

The findings indicate that Milad Tower has not adequately fulfilled its potential to contribute to Tehran's urban identity across the five dimensions examined. Physical-spatial dimension. Milad Tower can be classified as a functional urban landmark that was initially constructed to serve telecommunications purposes, with a symbolic role subsequently attributed to it. This functional origin appears to have limited its capacity to serve as a meaningful and identity-forming urban symbol.

Socio-cultural dimension. The tower's performance has varied over time in response to the preferences and priorities of successive managers and mayors. Discontinuity in programming, a lack of coordination among the tower's various operational units, and high fees for services provided to tourists and visitors have discouraged public visitation. These factors have also constrained the development of emotional and cognitive connections between Milad Tower and the wider public, thereby limiting its capacity to foster a shared sense of urban identity.

Economic dimension. Milad Tower has not fully capitalized on its tourism potential and has been unsuccessful in generating substantial economic value and attracting investment. Consequently, its capacity to contribute to the economic dimension of Tehran's urban identity remains limited.

Environmental-ecological dimension. The tower's environmental performance has been adversely affected by its inappropriate siting, insufficient consideration of seismic hazard zoning and fault lines, disregard for the region's ecological carrying capacity, degradation of the surrounding hills' natural environment, destruction of vegetation without adequate replacement, and increased pressure on regional water resources. The study also identifies increased urban air pollution as a concern. Collectively, these factors indicate that Milad Tower has not made a positive contribution to the environmental-ecological sustainability of Tehran's urban identity.

Political-strategic dimension. The findings point to the tower's limited influence on the political-strategic dimension of Tehran's urban identity. This limitation is associated with its limited involvement in activities with political and diplomatic significance, including election-related events, regional, national, and international political and diplomatic meetings, and the hosting of prominent domestic and international political figures.

Conclusion

The findings demonstrate that Milad Tower, despite its status as a prominent symbol of Tehran, has not played a sufficiently significant role in sustaining the city's urban identity. From the perspective of urban experts, ineffective management and inadequate promotional strategies have undermined the tower's potential to function as an identity-forming symbol. Addressing these shortcomings requires more effective management practices, more coherent programming and promotion, and greater efforts to cultivate a sense of belonging and attachment to the tower among Tehran's residents. In addition, strengthening the tower's engagement with activities of political and diplomatic significance could enhance its contribution to the political-strategic dimension of the city's identity. Overall, realizing Milad Tower's potential as an urban symbol requires an integrated approach that addresses its physical-spatial, socio-cultural, economic, environmental-ecological, and political-strategic dimensions.

Keywords

Urban Symbol, Ecological Sustainability, Thematic Analysis, Milad Tower.

بررسی ابعاد هویت پایدار شهری برج میلاد از منظر خبرگان

اکبر طالب پور[1]
دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

سیدیعقوب موسوی
دانشیار فقید گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

ندا دادفر
کارشناس ارشد توسعه محلی- شهری، دانشگاه الزهرا، تهران، ایران.

چکیده
فضای‌شـهری منبـع هویـت بـوده و به‌واسـطه چنیـن پتانسـیلی، نمادهـا در فضای‌شـهری می‌تواننـد سـبب ایجـاد حـس تمایـز و هویـت در شـهروندان شـوند. نمادهـای شـهری صرف‌نظـر از کارکـرد و هدفـی کـه دارنـد، بـر فرهنـگ شـهروندان و هویـت شـهرها تأثیرگذارنـد. بـا توجـه بـه تأثیرگسـترش فرآینـد شهرنشـینی در ایجـاد اختـلال در شـکل‌گیری هویـت و پایـداری آن و نیـز تأثیـر نمادهـای شـهری به‌عنـوان عناصـر شـکل‌دهنده هویـت، ایـن پژوهـش بـه بررسـی هویـت پایـدار شـهری بـرج میـلاد از منظـر خبـرگان در ابعـاد پنج‌گانـه هویـت شـهری (کالبدی-فضایـی، فرهنگی-اجتمـاعی، اقتصـادی، محیطی-اکولـوژی، سیاسی-اسـتراتژیک) بـا اسـتفاده از روش کیفـی تحلیـل تماتیـک پرداخـت. روش گـردآوری داده‌هـا مصاحبـه عمیـق و نیمه‌سـاختاریافته بـود کـه بـا ۱۷ نفـر از صاحب‌نظـران و کارشناسـان حـوزه هنـر، فرهنـگ، برنامه‌ریـزی شـهری، معمـاری و جامعه‌شناسـی شـهری کـه از طریـق نمونه‌گیـری نظـری هدفمنـد انتخـاب شـده‌بودند، تـا رسـیدن بـه اشـباع نظـری انجـام شـد. نتایـج نشـان داد بـرج میـلاد به‌عنـوان نمادمهـم شـهر تهـران نتوانسـته اسـت نقـش شایسـته‌ای در پایـداری هویـت ایـن شـهر ایفـا کنـد. از منظـر هویـت کالبدی-فضایـی بـرج میـلاد بـا هـدف و کارکـرد مخابراتـی احـداث شـده و دارای ویژگی‌هـای لازم نمـاد شـهری نیسـت، بـه لحـاظ هویـت محیطی-اکولـوژی بـرج میـلاد بـا مکان‌گزینـی غلـط، بی‌توجهـی بـه پهنه‌بنـدی زمین‌لـرزه و گسـل‌ها، بی‌توجهـی بـه ظرفیـت زیسـتی منطقـه، تخریـب محیط‌زیسـت تپه‌هـای منطقـه، تخریـب پوشـش گیاهـی و فشـار آوردن بـه منابـع آبـی تأثیـر مثبتـی بـر پایـداری محیطی-اکولوژیکـی هویـت تهـران نداشته‌اسـت بـه لحـاظ هویـت فرهنگی-اجتماعـی عملکـرد بـرج به‌دلیـل هزینه‌هـای بـالای بازدیـد، تجمل‌گرایـی و عـدم توجـه بـه همـه اقشـار جامعـه مانـع برقـراری ارتبـاط عاطفـی و ذهنـی بـا مـردم شده‌اسـت.

واژگان کلیدی
نماد شهری، پایداری اکولوژیک، تحلیل تماتیک، برج میلاد.

۱. نویسنده مسئول؛ a.talebpour@alzahra.ac.ir https://orcid.org/0000-0002-1644-6117 09351797404

مقدمه

شـهرها مجموعـه‌ای از علائـم و نشـانه‌ها هسـتند کـه هـر یـک مفهومـی را در ذهـن مخاطـب ایجـاد کـرده و می‌تواننـد احساسـات، رفتـار و تصمیم‌هـای او را تحـت تأثیـر قـرار دهنـد (نصـر، ۱۳۹۶). در میـان ایـن نشـانه‌ها، عناصـر مصنـوع انسـانی (ماننـد بناهـا، تابلوهـا و مبلمـان شـهری) بیشـترین حضـور را در فضاهای سـکونتی داشـته و حامـل پیام‌هـای خاص‌انـد. برخـی از ایـن نشـانه‌ها به‌دلیـل موقعیـت و هماهنگـی بـا ارزش‌هـا و فرهنـگ جامعـه، به‌تدریـج مـورد پذیـرش عمومـی قـرار گرفتـه و بـه نمادهـای شـهری بـا معانـی ویـژه تبدیـل می‌شـوند (براتـی و نجفـی تروجنـی، ۱۳۹۵).

نمـاد شـهری عبـارت از معنایـی کـه در پشـت یـک نشـانه شـهری در فرهنـگ جامعـه نهادینـه شده‌اسـت (همـان) و زمانـی شـکل می‌گیـرد کـه نشـانه بـا هویـت و فرهنـگ جامعـه پیونـد برقـرار کنـد (حبیبـی و مقصـودی، ۱۳۹۹). نمـاد شـهری سـاختاری پیکـره‌وار اسـت (شـفیعی، ۱۳۹۵) کـه می‌توانـد شـامل بناهـا، یادمان‌هـا و فضاهـای عمومـی باشـد (سـرور و همـکاران، ۱۳۹۳). ایـن نمادهـا بـا بهره‌گیـری از ویژگی‌هـای حجمـی و هندسـی عناصـر کالبـدی مختلـف، به‌صـورت یـک ماهیـت یکپارچـه سـاخته می‌شـوند و بـا حضـور برجسـته در شـهر، توجـه و ذهـن شـهروندان را بـه خـود جلـب کـرده و در طـول زمـان بـه مشـخصه‌ای سـمبلیک بـرای شناسـایی آن بخش از شـهر تبدیـل می‌گردنـد (شـفیعی، ۱۳۹۵).

هویـت جوابـی بـه یـک نیـاز طبیعـی در بشـر بـه منظـور شناسـاندن خویـش بـه سلسـله‌ای از عناصـر و پدیده‌هـای تاریخـی، فرهنگـی و جغرافیایـی اسـت(مجتهدزاده، ۱۳۹۲). از مفهـوم هویـت در مقابـل سـایرین درکـی ایجـاد می‌شـود کـه خـود و مـن را در مقابـل سـایرین قـرار می‌دهـد (غـراب، ۱۳۹۰). بـر این‌اسـاس، هویـت عبـارت اسـت از مجموعـه‌ای از شـاخص‌ها و علامت‌هـا در زمینـه مولفه‌هـای مـادی، زیسـتی، فرهنگـی و روانـی اسـت کـه باعـث شناسـایی شـخص از شـخص، مجموعـه از مجموعـه یـا اهلیتـی از اهلیـت دیگـر و فرهنگـی از فرهنـگ دیگـر می‌شـود (ابوالحسـنی، ۱۳۸۷).

هویـت هـر جامعـه بازتاب‌دهنـده فرهنـگ آن اسـت و فضاهـای شـهریِ حامـل هویـت، زمینه‌سـاز آرامـش، امنیـت و مشـارکت شـهروندان‌اند (بزرگمهـر و اردلانـی، ۱۳۹۶). هویـت شـهر بـر پایـه برداشـت سـاکنان از محیط شـکل می‌گیـرد و هـر شـهر بایـد شـخصیت متمایـز خـود را داشـته باشـد (موسـوی و شـکور، ۱۳۹۷). شـهرها زمـانی زنده‌انـد کـه بـه فرهنـگ اجتماعـی خـود پایبنـد باشـند و بـا تکـرار الگوهـا و نمادهـای ویـژه، به‌عنـوان بسـتری بـرای بازنمایـی افـکار و ارزش‌هـای شـهروندان، نقشـی اساسـی در شـکل‌دهی هویـت مـکان ایفـا کننـد (جان‌پـولاد و کریـم‌زاده، ۱۳۹۹). هویـت شـهری به‌عنـوان رابطـه بیـن مـردم و محیـط آن‌هـا تبییـن می‌شـود؛ تعامـل پویایـی از عناصـر ملموس و انتزاعـی کـه محیـط نـه تنهـا شـامل سـازه‌های ساخته‌شـده بلکـه شـیوه هـای اقتصـادی و تعامـلات اجتماعـی را نیـز شـامل می‌شـود (Mansour, Alves & da Costa, 2023).

هویـت شـهری مفهومـی پیچیـده، چنـد وجهـی و پویاسـت کـه نیازمنـد رویکـردی تحلیلـی، چندرشـته‌ای و چنـد ذینفعـی اسـت کـه مبتنی‌بـر مـکان اسـت کـه می‌توانـد بـا جنبه‌هـای توسـعه پایـدار همسـو شـود (Nikolić, Manić & Čolić, 2025).

هویـت شـهری حاصـل تعامـل سـه مؤلفـه فرهنـگ، شـکل طبیعـی و کالبـد مصنـوع شـهر اسـت و از طریـق عناصـر فرهنگـی، پیشـینه تاریخـی، خاطـرات جمعـی، فنـاوری سـاخت، عملکردهـا، نشـانه‌ها و نمادهـای شـهری درک می‌شـود. نمادهـای شـهری در زندگـی روزمـره نقـش مهمـی دارنـد و علاوه‌بـر زیبایـی، کیفیـت فضـا و احسـاس مـکان را تقویـت کـرده و بـر خاطـرات جمعـی اثـر می‌گذارنـد (جان‌پـولاد و کریـم‌زاده، ۱۳۹۹؛ بزرگمهـر و

اردلانی، ۱۳۹۶). این نمادها علاوه‌بر انتقال معنا، بازتاب‌دهنده هویت شهر نیز هستند (Lynch, ۱۹۸۱) و می‌توانند تصویری روشن از فرهنگ و هویت شهری ارائه دهند. در کلانشهرهایی مانند تهران که با بحران هویت مواجه‌اند (صرامی، ۱۳۹٤)، اهمیت نمادهای شهری به‌عنوان عناصر هویت‌بخش دوچندان می‌شود (بذرگر، ۱۳۹۶). با وجود ضرورت تغییر در شهرها، حفظ اصالت و جوهره هویتی ضروری است، نمادهای شهری با قرارگیری در فضاهای عمومی و نقاط مهم، پیام‌ها و هویت شهر را به شهروندان منتقل می‌کنند (پورمند و موسیوند، ۱۳۹۰). توجه به نمادگرایی و معانی فرهنگی یکی از ارزش‌های اصلی سیمای شهر است و شهر باید بازتاب‌دهنده ماهیت جامعه باشد؛ عناصری چون نمادگرایی، غنای تاریخی و فرم‌های سنتی در این زمینه نقش کلیدی دارند (کهن‌نژاد، زاهدی و اشرفی، ۱۳۹٤). درنهایت، نمادها از مهم‌ترین عناصر هویت‌بخش‌اند که همچون شناسنامه‌ای گویا گذشته و حال شهر را معرفی می‌کنند (جان‌پولاد و کریم‌زاده، ۱۳۹۹).

به این ترتیب، نمادها از مهم‌ترین عناصر هویت‌دهنده شهرها هستند و همچون شناسنامه‌ای گویا با ابعاد مختلف هویت شهری، از کالبدی و فرهنگی تا اقتصادی، محیطی و سیاسی در ارتباطند (لطفی و محمدی،۱۳۹۱). منظر و هویت بصری شهر، مرز تعامل انسان و محیط شهری است و با اتکا بر خاطرات، نشانه‌ها و نمادها، شهر را به سوی هویت‌مندترشدن هدایت می‌کند. هویت دیداری شهر با نقش‌بستن فرهنگ‌ها، باورها و خاطرات در ذهن شهروندان، احساس تعلق و وابستگی ایجاد می‌کند و این فرآیند در کالبد شهر تحقق می‌یابد؛ کالبدی که باید توان همراهی با ارزش‌ها و خاطرات جمعی را داشته باشد. نمادهای شهری از عوامل مؤثر در ارتقای کیفیت منظر، ایجاد مناظر منحصربه‌فرد و خاطره‌ساز و افزایش خوانایی و سازگاری هویتی شهر هستند (تقوایی، فتوحی و رستمی، ۱۳۹۸) و در شکل‌گیری هویت بصری نقش ویژه‌ای دارند (میرزائی‌نسب فهادان، ۱۳۹۲). نمادهای نمایشی، عملکردی و بیانی با نمایش تاریخ و فرهنگ، ایجاد زیبایی بصری و ارتقای کیفیت منظر، موجب جذب مخاطب، افزایش حضور و ارتباط شهروندان با فضاهای شهری، تقویت حس تعلق و بهبود کیفیت زندگی می‌شوند (نکهت، محمدی و همتی، ۱۳۹۸).

کسب هویت اصیل و رهایی از بحران هویت همواره از دغدغه‌های تاریخی و فرهنگی بشر بوده‌است (لطیفی، فیضی چشمه‌گلی و باجلال، ۱۳۹٤). شهر به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مکان‌های هویت‌مند، دارای ویژگی‌های منحصربه‌فردی است که آن را از سایر شهرها متمایز می‌سازد (نصر و ماجدی، ۱۳۹۲؛ صالحی زلانی، هاشمی و میرزاد، ۱۳۹۸). هویت شهری در ابعاد کالبدی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، محیطی و سیاسی بر حیات شهر و شهروندان اثر گذاشته و حس تعلق و مشارکت را تقویت می‌کند، زیرا هویت میزان دلبستگی فرد به خود، خانواده، شهر و جامعه را تعیین می‌کند (صالحی زلانی، هاشمی و میرزاد، ۱۳۹۸). هویت شهرها موجب آرامش، امنیت و اعتمادبه‌نفس شهروندان شده و تعامل سازنده میان شهر و ساکنان را شکل می‌دهد (مظفری و قربان‌زاده، ۱۳۹۲). از آنجا که هویت شهری از تاریخ، فرهنگ، بناها، محیط طبیعی و فعالیت‌های انسانی نشأت می‌گیرد (صالحی زلانی و همکاران، ۱۳۹۸)، مطالعه و حفاظت از آن اهمیت ویژه‌ای دارد. با این‌حال، رشد سریع شهرها و تأثیرپذیری از فرهنگ‌های مختلف موجب دگرگونی و فاصله‌گرفتن شهرها از هویت اصیل خود شده و بحران هویت را تشدید کرده‌است

(پورمهابادیان، ۱۳۹۵). بر این اساس، انجام پژوهش پیرامون نقش المان‌های شهری در حراست و تقویت هویت پایدار شهری به منظور جلوگیری از تشدید بحران هویت و کمک به حل آن، ضرورت دارد، کلان‌شهر تهران نیز از این قاعده مستثنا نبوده و نیازمند بکارگیری المان‌های شهری در جهت تقویت پایداری هویت شهری و شهروندان است. در این میان برج میلاد یکی از المان‌های شهری موجود در شهر تهران است که از اهمیت قابل توجهی برخوردار بوده و با قابلیت‌های زیبایی‌شناختی، نمادین و کارکردی خود می‌تواند در راستای تقویت هویت شهر تهران مؤثر واقع شود و ضمن ایجاد هویت شهری برای شهروندان تهرانی، آنان را به سوی خود جذب نماید هویتی که سال‌ها قبل برج آزادی برای تهران ایجاد نمود و حتی امروز هم از این برج و میدان به‌مانند مکان‌خاطره جمعی و نماد هویت شهری تهران یاد می‌شود (نوذر و آزاد ارمکی، ۱۳۹٤). نمادهای شهری زمانی پذیرفته می‌شوند که با باورها، فرهنگ و خاطرات شهروندان پیوند برقرار کنند؛ برج میلاد نیز برای تبدیل‌شدن به نماد شهری باید چنین ارتباطی را ایجاد کنند. با این‌حال، به نظر می‌رسد این برج به‌دلیل عملکرد کلان‌مقیاس و فاصله از زندگی روزمره شهروندان، در ایجاد ارتباط با هویت بصری و زندگی شهری تهران چندان موفق نبوده است (پورمند، قنبری و یوسفی، ۱۳۹٤). با عنایت به این‌که تاکنون مطالعه‌ای درباره نقش برج میلاد در هویت پایدار شهری تهران از منظر مدیران و خبرگان شهری انجام نشده است، کمبود مطالعات در این زمینه به‌عنوان مهم‌ترین نماد شهری تهران مشهود است و شایسته است با انجام مطالعاتی از این‌دست ضمن پیوند ذائقه مدیران شهری با سلایق شهروندان، امکان ایجاد ارتباط هویتی شهروندان تهرانی با برج میلاد فراهم شود. براین‌اساس، پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش نمادها در هویت پایدار شهری با تمرکز بر برج میلاد انجام شد و به‌طور خاص، نقش این برج را در پایداری ابعاد مختلف هویت شهری تهران شامل پایداری محیطی-اکولوژیکی، پایداری اجتماعی-فرهنگی، پایداری اقتصادی، پایداری کالبدی-فضایی و پایداری سیاسی-استراتژیک (محمدی‌زاده و محمدی‌زاده، ۱۳۹۹؛ نوفل، کلبادی و پورجعفر، ۱۳۸۸) را بررسی نموده و به این پرسش پاسخ داده است که برج میلاد از منظر خبرگان در شکل‌گیری ابعاد مختلف هویت شهری تهران چگونه عمل کرده است؟ بدیهی است پاسخ این سوال به متولیان و برنامه‌ریزان شهری در ایجاد پیوندهای هویتی آتی در شهر تهران و ایجاد مکان خاطره در کلان‌شهر تهران کمک نموده و به ایجاد ارتباط مؤثر با شهروندان و ایجاد هویت شهری منجر می‌شود.

چارچوب نظری

هویت یکی از مقوله‌های کلان در فرآیندهای اجتماعی و فرهنگی محسوب می‌شود که در یک محیط زمانی (عصر و دوره‌ای که در آن واقعیم) و مکانی (محدوده جغرافیای زندگی) شکل می‌گیرد و قوام می‌یابد (میرساردو، کاوسی و ابراهیم زاده، ۱۳۸۷). در همین راستا، هویت شهر برآیند همه نیروهایی است که شهر را به عرصه کالبدی-اجتماعی منسجم و خانه‌ای برای زندگی جمعی مبدل می‌کنند. شهرها دارای خصوصیات و وجه ممیزه هستند و این ویژگی براساس خصوصیات یا عناصر قابل تشخیص به وجود آمده است که هویت یک شهر را می‌سازد. در نتیجه هویت شهر به‌عنوان ویژگی‌ای از زمینه شهر تعریف می‌شود که به فرد حس مکان می‌دهد (Proshansky, 1978). لینچ هویت شهر را محدوده‌ای تعریف می‌کند که فرد می‌تواند یک مکان را به‌عنوان جایی متمایز

از جاهـای دیگـر بشناسـد و بـه خاطـر بیـاورد (شـماعی و پوراحمـد، ۱۳۸۱). به‌طورکلـی، هویـت شـهری دارای پنـج بعـد زیـر اسـت (محمـدی‌زاده و محمـدی‌زاده، ۱۳۹۹؛ نوفـل، کلبـادی و پورجعفـر، ۱۳۸۸).

۱) هویـت محیطی-اکولـوژی؛ کـه منبعـث از جایـگاه کلـی طبیعـی و مؤلفه‌هـای سـاختاری طبیعـی آن شـامل آب و هـوا، پوشـش گیاهـی، تنـوع خـاک، مسـیر آب و سـایر مـوارد شـکل‌دهنده بـه هویـت طبیعـی شـهر اسـت (نصـر، ۱۳۹۶).

۲) هویـت اجتماعی-فرهنگـی؛ کـه بیشـتر بـر مؤلفه‌هـای انسـانی شـامل تبـار و نیـاکان، اوضـاع دیـن و مذهـب، آداب و رسـوم و گویش‌هـا معطـوف اسـت. بـه طـور کلـی بافت‌هـای شـهری و بـه ویـژه بافـت تاریخـی صرفـا واجـد ارزش‌هـای کالبـدی نیسـت و نمی‌تـوان آن را تنهـا از جنبـه کالبـدی تحلیـل کـرد و مسـائل و مشـکلات آن را تنهـا از ایـن دیـدگاه بررسـی نمـود. حضـور فـرد در یـک فضـا و یـا مـکان شـهری تنهـا بـه برداشـت کالبـدی وی از فضـای شـهری منجـر نمی‌شـود، بلکـه عمومـا بیـن فـرد و فضـا یـا کالبـد فضایـی ارتباطـی برقـرار می‌شـود کـه در ذهـن فـرد جـای می‌گیـرد و زمینه‌سـاز برداشـت ذهنـی او از محیـط اطـراف می‌شـود (خطیبـی، ۱۳۹۲).

۳) هویـت اقتصـادی؛ شـهرها آیینـه تمام‌نمای یـک جامعـه هسـتند کـه حتـی می‌تـوان انعـکاس اقتصـاد یـک جامعـه را در آن‌هـا دیـد. هـر فضـای شـهری بـه فراخـور پیشـینه تاریخـی و شـرایط جغرافیایـی خـود، نوعـی از اقتصـاد را پررنگ‌تـر دنبـال کـرده اسـت. به‌عنـوان مثـال، هویـت اقتصـادی شـهرهای سـاحلی بیشـتر بـه فعالیت‌هـای مرتبـط بـا سـاحل و دریـا گـره خـورده و شـهرهای کوهپایـه‌ای بیشـتر بـا فعالیت‌هـای کشـت و تولیـد هویـت خـود را تعریـف می‌کننـد. برخـی شـهرها هویـت صنعتـی داشـته و برخـی دیگـر، خدماتـی هسـتند (زنگی‌آبـادی و مهـدوی، ۱۳۹۶).

٤) هویـت کالبدی-فضایـی؛ کـه مشـخصات عملکـردی، مشـخصات فضایـی و بصـری را در بـر می‌گیـرد (بهزادفـر، ۱۳۹۲).

۵) هویـت سیاسی-اسـتراتژیک؛ همه شـهرها از هویـت سیاسـی اسـتراتژیک برخوردارنـد امـا اهمیـت و پررنگـی ایـن هویـت در شـهرهای مختلـف متفـاوت اسـت. به‌عنـوان مثـال، شـهرهای مرکـزی و پایتخت‌هـا هویـت سیاسـی پررنگ‌تـری دارنـد و شـهرهای دروازه‌ای و مـرزی، نظامـی، بندرگاهـی، شـهرهایی کـه در مسـیر شـاهراه‌های حیاتـی قـرار دارنـد و... هویـت اسـتراتژیک و حسـاس‌تری دارنـد (زنگی‌آبـادی و مهـدوی، ۱۳۹۶).

نمادهـای شـهری، بسـته‌به کارکـرد خـود در شـهر، می‌تواننـد در شـکل‌دهی یـک یـا چنـد بعـد از هویـت شـهر مؤثـر باشـند. بـه طـور کلـی می‌تـوان، هویـت و نمادهـای شـهری را از منظـر چهـار دیـدگاه مـورد بررسـی قـرار داد. ایـن رویکردهـا از: دیـدگاه جامعه‌شناسـی، دیـدگاه هنـر، دیـدگاه شهرسـازی و دیـدگاه فرهنگـی هسـتند.

صاحب‌نظـران علـوم اجتماعـی بـر ایـن حقیقـت تأکیـد می‌ورزنـد کـه احسـاس هویت از طریـق دیالکتیـک بـین فـرد، اجتمـاع و فضـای شـهری حیـات وی ایجـاد می‌شـود. هویـت یـک شـهر از طریـق مؤلفه‌هـای فرهنگـی، آداب و سـنن، عادت‌هـا و هنرهـای یـک قـوم در مکان‌هـای جغرافیایـی ویـژه نقـش می‌بنـدد. همچنیـن، هویـت اجتماعـی فضاهـای شـهری بـه وسـیله انجـام تحـولات متناسـب بـا نیازهـای شـهروندان در ارتبـاط متقابـل بـا توانایی‌هـا و پتانسـیل‌های محیـط کالبـدی معنـا پیـدا می‌کنـد (مهـدی‌زاده طالشـی، صدیقیـان بیدگلـی و اصـلان زاده، ۱۳۹۸). درواقـع شـهرها نیـز چـون انسـان‌ها کـه دارای ویژگی‌هـا، هویـت و شـخصیت مخصـوص خـود هسـتند دارای هویـت و شـخصیت هسـتند (Topcu, 2011). از دیـدگاه جامعه‌شناسـی، در حقیقـت چیـزی کـه بـه هویـت در سـیمای شـهری معنـا می‌دهـد، رابطـه میـان انسـان بـا زندگـی قبـل و

کنونی اوست که در بستر شهر ظاهر می‌شود و یکی از ابزارهای نگهداری یا خلق آن، حافظه جمعی شهر و خاطرات ذهنی شهروندان می‌باشد؛ به این ترتیب، می‌توان نسبت رابطه متقابل میان هویت و منظر شهری را در چهار عامل به‌صورت خلاصه گنجاند که خود ابزاری برای نگهداری و صیانت از هویت در سیما و چشم‌انداز شهر است: ۱) ویژگی‌های کالبدی شهر و قابلیت‌های آن (مانند نشانه‌ها و نمادهای نمایشی، عملکردی و بیانی)؛ ۲) معناها و مفهوم‌های قابل درک در شهر؛ ۳) بستر پویای زمان و زندگی امروز و...؛ ٤) زندگی اجتماعی و حیات مدنی شهروندان. از دیدگاه این رویکرد، نمادهای شهری، بخشی از پیکره و سیمای شهری هستند که در ساخت هویت بصری شهر، نقش بسزایی دارند (پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۰).

از دیدگاه هنر، شهر به منزله یک متن تصویری، متون دیگر (نوشتاری و گفتاری) از یک ساختار زبانی خاص پیروی می‌نماید. بنابراین، عنصرها، نشانه‌ها و نمادهای این متن می‌بایست در رابطه با هم و وابسته به کل متن باشند تا بتوان آن را به‌عنوان یک متن منسجم، شهر، تعبیر کرد (عادلوند، موسوی‌لر و منصوری، ۱۳۹۵).

رویکرد شهرسازان به نمادهای شهری بیشتر بر جنبه کالبدی و عملکردی نمادهای شهری استوار است (شریفیان بارفروش و مفیدی شمیرانی، ۱۳۹۳). از منظر شهرسازان، فضاها و نمادهای شهری در ایجاد خوانایی و حس وحدت و خلق حس مکان به ما کمک می‌کنند. عمده‌ترین هدف طراحان شهری، رسیدن به هویت و منظر و دورنمای معین‌شده شهر با بهره‌گیری از امکاناتی است که نشانه‌ها و نمادهای شهری در ذات خود برای نفوذ به ذهن و احساس بیننده دارند. هنگامی که استفاده از یک مکان یا سازه شهری بنا به دلایل متعدد، افزایش پیدا می‌کند و بیشتر از سایر مکان‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد، باعث می‌شود تصویر ذهنی‌ای که استفاده‌کنندگان از آن مکان در بدو ورود به آنجا داشتند، به مرور در حین استفاده مکرر از آن محیط تکمیل شده و دقیق‌تر شود، این همان فرآیندی است که نشانه‌های شهری را به نمادهای شهری تبدیل می‌کند (عامری‌سیاهویی، احمدی سرخونی و سایبانی، ۱۳۹٦).

لوئیس مامفورد از عملکرد به روابط منسجم اجتماعی که زاییدهٔ نیازهای اجتماعی انسان بوده یاد می‌نماید و بر آن است که درقالب آیین‌ها و تشریفات فرهنگی که بیانگر مؤلفهٔ معنا هستند، نمود می‌یابند. بارت و بنیامین بر ارتباط، پرسه زدن، و تجربهٔ فردی فرد و کشف فضای نمادین فرهنگی تأکید کرده که به شناخت تاریخی مفاهیم و ارزش های غالب فرهنگی در لایهٔ معنا منجر می‌شود. رویکرد فرهنگی از مؤلفهٔ عملکرد به تعاملات فرهنگی-اقتصادی فرد در تجربه فردی وی در فضا و در ارتباط با تجربه زندگی روزمرهٔ شهر، که نهایتاً فرد فرهنگ عامهٔ مشترک متن فرهنگی شهر و بینش‌هایی از هویت جمعی فضا کشف می‌کند، اشاره می‌نماید (چراغی، نظری و شهریار، ۱٤۰۰).

بنابراین، چارچوب نظری پژوهش ترکیبی از چهار رویکرد نظری جامعه‌شناسی، هنر، شهرسازی و فرهنگ به هویت و نمادهای شهری است. از منظر جامعه‌شناسی، هویت شهری همان هویت اجتماعی شهروندان است که با شاخصه‌ها و ویژگی‌های فضای شهری پیوند خورده و به کمک آن‌ها تعریف می‌شود. بنابراین، نمادهای شهری نیز می‌توانند در تعریف هویت شهری دخیل بوده و نقش داشته باشند. نمادهای شهری از دیدگاه هنر، شهرسازی و فرهنگ، نمادهایی هستند که با اهداف متنوعی از قبیل خلق زیبایی، ترویج فرهنگ، عملکردی خاص و... در فضاهای شهری ساخته می‌شوند و نمادهای شهری، زبان بیان شخصیت و هویت شهری هستند. عمده‌ترین هدف طراحان شهری، رسیدن به

هویت و منظر و دورنمای معین شده شهر با بهره‌گیری از همین امکاناتی است که نشانه‌ها و نمادهای شهری در ذات خود برای نفوذ به ذهن و احساس بیننده دارند. در واقع، از منظر شهرسازان، فضاها و نمادهای شهری در ایجاد خوانایی، حس وحدت و خلق حس مکان به ما کمک می‌کنند. از منظر نظریه‌پردازان فرهنگی نیز، نمادهای شهری در محیط‌های شهری به‌منزله عنصرهای هویت‌بخش شهر قابل مشاهده هستند که در شهرهای گوناگون مشاهده می‌شوند و در هویت کالبدی و بصری شهرها تأثیر دارند.

نمادهای شهری، علاوه‌بر نقش کالبدی، حامل معانی فرهنگی و اجتماعی‌اند که در ذهن شهروندان تثبیت شده و به ایجاد حس تعلق، خوانایی شهر و انسجام اجتماعی کمک می‌کنند. جان‌پولاد و کریم‌زاده (۱۳۹۹) نشان دادند نمادهای شهری بر ابعاد محیطی شهر و ذهن شهروندان اثرگذارند و به این ترتیب، به هویت شهری شکل می‌دهند. مهدی‌زاده طالشی، صدیقیان بیدگلی و همکاران (۱۳۹۸) نشان دادند ارتقای هر چه بیشتر کیفیت فضای شهری منجر به تقویت هویت شهر می‌شود. عامری، احمدی سرخونی و سایبانی (۱۳۹٦) نشان دادند عناصر شهری در درک و شناخت مردم از فضاهای شهری مؤثر است و می‌تواند عاملی برای تقویت حس تعلق در ساکنین به‌واسطه ایجاد تعاملات شکل گرفته در پیرامون این نشانه‌ها شود. نمادهای شهری می‌توانند به‌عنوان ابزارهای مؤثر در تقویت حس تعلق، ارتقای خوانایی شهر، افزایش جذابیت گردشگری و حمایت از توسعه پایدار شهری عمل کنند (Abeynayake *et al.*, 2022). پورجوان (۱٤۰۳) نشان داد نمادهای شهری با ایجاد پیوندمیان شهروندان و محیط شهری، زمینه‌ساز تقویت مشارکت اجتماعی، انسجام فرهنگی و احساس تعلق مکانی می‌شوند. نوذر و آزاد ارمکی (۱۳۹٤) نشان دادند برج آزادی بعد از گذشت ۳۷ سال در هماهنگی کیفی و کمی بیشتری با مولفه‌های هویتی معماری ایرانی اسلامی نسبت‌به رقیب خود یعنی برج میلاد از منظر هویت کالبدی قدرتمند در جایگاه نمادشهر تهران ایستاده است. نمادهای شهری می‌توانند به‌عنوان عناصر کلیدی در توسعه پایدار شهری عمل کنند، زیرا موجب افزایش خوانایی شهر، تقویت ارتباط شهروندان با فضاهای شهری و ارتقای کیفیت زندگی می‌شوند (Zhand *et al.*, 2024). نمادهای شهری با افزایش قابلیت تشخیص، ارتقای تصویر ذهنی شهر و ایجاد پیوندهای عاطفی میان شهروندان و محیط شهری، نقش مهمی در توسعه پایدار شهری و رقابت‌پذیری شهرها ایفا می‌کنند (Argento *et al.*, 2025). در یک جمع‌بندی کلی با عنایت به مطالعات پیشین می‌توان چنین برداشت نمود که برج میلاد می‌تواند نقش ویژه‌ای در ایجاد هویت شهری در بین شهروندان تهرانی داشته باشد و لازم است ابعاد این تأثیرگذاری مورد توجه متولیان امور شهری تهران قرار گیرد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر رویکرد، کیفی بود و برای تحلیل داده‌ها از تحلیل تماتیک استفاده شد (Braun & Clarke, 2006). انتخاب تحلیل تماتیک به این دلیل صورت گرفت که هدف پژوهش، شناسایی و تفسیر الگوهای معنایی موجود در ادراک خبرگان درباره ابعاد هویت پایدار شهری برج میلاد بود، داده‌ها از طریق ۱۷مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته با صاحب‌نظران و کارشناسان حوزه‌های مرتبط گردآوری شد. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند انجام گرفت و انتخاب مشارکت‌کنندگان بر اساس ارتباط مستقیم تخصص آنان با موضوع پژوهش، برخورداری از تجربه حرفه‌ای یا پژوهشی مرتبط با هویت شهری،

معمـاری، برنامه‌ریـزی شـهری، فرهنـگ، مدیریـت یـا نمادهـای شـهری و توانایـی ارائـه تحلیـل تخصصـی دربـاره بـرج میـلاد صـورت گرفـت. تنـوع رشـته‌ای و جنسـیتی نیـز بـرای افزایـش تنـوع دیدگاه‌هـا موردتوجـه قـرار گرفـت و مصاحبه‌هـا تـا زمانـی ادامـه یافـت کـه در کدگـذاری مصاحبه‌هـای متوالـی، مضمـون جدیـد و معنـاداری کـه بـه پرسـش پژوهـش بیفزایـد شناسـایی نشـد. بـر ایـن اسـاس، توقـف گـردآوری داده پـس از مصاحبـه پانزدهـم به‌عنـوان کفایـت و اشـباع عملـی داده‌هـا ثبـت شـد و دو مصاحبـه تکمیلـی تـا مصاحبـه هفدهـم بـرای کنتـرل کفایـت و اطمینـان از ثبـات الگوهـای مضامیـن انجـام گرفـت (جـدول ۱).

جدول ۱. سیمای مدیران شهری مورد مطالعه. ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵

ردیف	جنسیت	سطح تحصیلات	رشته تحصیلی	سن
۱	مرد	دکتری	چهره شناسی	۳۵
۲	مرد	دکتری	مدیریت رسانه	۴۳
۳	زن	دکتری	مدیریت دولتی	۳۴
۴	زن	کارشناس ارشد	هنر(نقاشی و مجسمه سازی)	۵۵
۵	مرد	دکتری	نمادشناسی	۶۲
۶	مرد	کارشناسی	گرافیک	۵۲
۷	زن	کارشناسی ارشد	معماری منظر	۴۴
۸	مرد	کارشناسی ارشد	مدیریت برنامه ریزی فرهنگی	۴۷
۹	مرد	دکتری	مدیریت فرهنگ سازمانی	۳۶
۱۰	مرد	کارشناسی ارشد	مدیریت رسانه	۵۰
۱۱	زن	دکتری	برنامه‌ریزی شهری	۵۲
۱۲	مرد	کارشناسی ارشد	طراحی شهری	۴۹
۱۳	مرد	دکتری	برنامه‌ریزی شهری	۵۶
۱۴	مرد	دکتری	معماری	۶۸
۱۵	زن	دکتری	مدیریت شهری	۴۹
۱۶	مرد	دکتری	معماری	۷۴
۱۷	مرد	دکتری	مدیریت شهری	۶۱

ابـزار گـردآوری داده‌هـا مصاحبه نیمه‌سـاختاریافته بـود، راهنمای مصاحبه بر مبنای سـؤال اصلی پژوهش، ادبیـات نظـری و پنـج بعـد هویـت شـهری(کالبدی-فضایـی، فرهنگی-اجتماعـی، اقتصـادی، محیطـی-اکولوژیک و سیاسی-اسـتراتژیک) تنظیم شد و پیش از اجرای مصاحبه‌ها از نظر تناسـب پرسـش‌ها بـا اهداف پژوهـش، وضـوح، عـدم سـوگیری و پوشـش ابعـاد موضـوع توسـط صاحب‌نظران بررسـی و اصلاح شـد. بـرای تحلیـل داده‌هـا از فراینـد شـش‌مرحله‌ای تحلیل تماتیک شـامل؛

۱) آشنایی مکرر با متن مصاحبه‌ها؛

۲) تولید کدهای اولیه؛

۳) جسـت‌وجو و تشـکیل مضامیـن اولیـه از طریـق خوشـه‌بندی کدهـای مرتبـط؛

٤) بازبینـی مضامیـن در ارتبـاط بـا قطعـات کدگذاری‌شـده و کل مجموعـه داده؛

۵) تعریف و نام‌گذاری مضامین نهایی؛

٦) تدویـن گـزارش تحلیلـی و پیونـد دادن مضامیـن بـا سـؤال پژوهش اسـتفاده شـد (Braun & Clarke, 2021).

در ایـن فراینـد، کدهـای اولیـه عمدتـاً از متـن مصاحبه‌هـا اسـتخراج و سـپس در ارتبـاط بـا چارچـوب مفهومـی پژوهـش سـامان‌دهی شـدند. بـرای افزایـش قابلیـت اعتمادپذیـری، بخشـی از مصاحبه‌هـا توسـط کدگـذار دوم نیـز بررسـی شـد و درصـد توافـق مشاهده‌شـده به‌عنـوان شـاخص

سازگاری کدگذاری گزارش شد، با توجه به اطلاعات جدول ۲ این شاخص قابل قبول بوده و نشانه پایایی و اعتبار پژوهش تفسیر بود.

جدول۲. میزان پایایی. ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵

شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	شده‌مشاهده توافق درصد
اول	۸۴	۳۶	۱۲	۷۵
سوم	۷۳	۳۲	۱۱	۷۴/۴
ششم	۷۸	۳۴	۹	۷۹/۱
نهم	۷۹	۳۶	۱۰	۷۸/۳
دهم	۸۳	۳۳	۱۱	۷۵
شانزدهم	۸۲	۳۱	۱۳	۷۰/۵
کل	۴۷۹	۲۰۲	۶۶	۷۵/۴

سوالات مصاحبه نیمه‌ساختاریافته

۱. برج میلاد را از منظر هویت پایدار شهری تهران چگونه ارزیابی می‌کنید؟

۲. کدام ویژگی‌های کالبدی و فضایی برج می‌تواند به هویت‌بخشی آن کمک کند؟ دسترسی، خوانایی، ارتفاع، فرم و ارتباط با فضای عمومی چه نقشی دارند؟

۳. برج چگونه می‌تواند با شهروندان و گروههای اجتماعی مختلف ارتباط فرهنگی و اجتماعی برقرار کند؟

٤. ظرفیت‌ها و چالش‌های اقتصادی برج در گردشگری، رویداد، اشتغال، سرمایه‌گذاری و اقتصاد خلاق چیست؟

۵. از دیدگاه شما مهمترین مسائل محیطی و اکولوژیک مرتبط با مجموعه چیست؟

٦. قائل‌شدن نقش‌هایی همچون؛ برندسازی شهری، رویدادهای ملی و بین‌المللی و دیپلماسی شهری را به برج میلاد چگونه ارزیابی می‌کنید؟

۷. مهمترین نقاط قوت برج در مقایسه با سایر نمادهای تهران چیست؟

۸. چه تفاوت‌های زمینه‌ای میان برج میلاد و برج آزادی در مقایسه آنها، لازم است لحاظ شود؟

۹. چه راهکارهایی برای تبدیل ظرفیت‌های موجود برج به هویت پایدار و موردپذیرش شهروندان پیشنهاد می‌کنید؟

۱۰. آیا نکته دیگری درباره نقش برج در هویت تهران وجود دارد که در پرسش‌های بالا مورد سوال قرار نگرفته باشد؟

یافته‌ها

تحلیل داده‌ها با رویکرد تحلیل تماتیک انجام شد، پس از پیاده‌سازی و مطالعه چندباره متن مصاحبه‌ها، واحدهای معنایی مرتبط با پرسش پژوهش شناسایی و کدگذاری اولیه شدند و سپس کدهای مشابه در خوشه‌های مفهومی قرار گرفتند و مضامین اولیه شکل گرفتند. در مرحله بازبینی، هر مضمون در برابر قطعات متن و کل مجموعه داده بررسی شد تا همپوشانی، پراکندگی یا مضامین فاقد پشتوانه داده‌ای حذف یا ادغام شوند، در مرحله نهایی، مضامین بر اساس پنج بعد نظری هویت شهری سامان یافتند. فرایند این مراحل در ادامه در قالب جدول 3 آورده شده‌است.

جدول ۳. نقل قول‌ها کدهای اولیه و مقولات نقش برج میلاد در پایداری هویت فرهنگی-اجتماعی شهر تهران. ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵

مقوله اصلی	نقل‌قول‌های خبرگان	کدهای اولیه	مفهوم اولیه	مقوله فرعی
فیزیکی ـ فضایی	«ارتفاع و قابلیت دیده‌شدن برج میلاد در مقیاس شهر، ظرفیت مهمی برای تبدیل‌شدن به نشانه شهری است؛ اما صرف ارتفاع نمی‌تواند به‌تنهایی هویت نمادین ایجاد کند و باید با کیفیت تجربه فضایی و خوانایی معماری همراه شود.»	ارتفاع برج، قابلیت رؤیت‌پذیری، نشانه شهری، کیفیت تجربه فضایی، خوانایی معماری	ظرفیت نمادین کالبدی	ویژگی‌های کالبدی و خوانایی شهری
فیزیکی ـ فضایی	«برج میلاد به‌دلیل موقعیت شاخص و امکان مشاهده چشم‌انداز تهران، می‌تواند تجربه‌ای متفاوت از شهر برای شهروندان و گردشگران ایجاد کند.»	موقعیت جغرافیایی، چشم‌انداز شهری، تجربه فضایی، ظرفیت گردشگری	ارزش مکانی برج	موقعیت و چشم‌انداز شهری
فیزیکی ـ فضایی	«برای تقویت هویت شهری برج، لازم است دسترسی، کیفیت فضاهای پیرامونی و ارتباط آن با مسیرهای گردشگری شهر به‌صورت یکپارچه مورد توجه قرار گیرد.»	دسترسی شهری، کیفیت فضای پیرامونی، اتصال به مسیرهای گردشگری، یکپارچگی فضایی	بهبود تجربه حضور	با پیوند برج ساختار فضایی شهر
فرهنگی ـ اجتماعی	«اگر حضور مردم در برج فقط به بازدید و استفاده مصرفی محدود شود، ظرفیت فرهنگی آن به‌طور کامل تحقق نمی‌یابد؛ برنامه‌های مشارکتی هنری، علمی و اجتماعی می‌توانند رابطه مردم با برج را عمیق‌تر کنند.»	بازدید مصرفی، مشارکت مردم، علمی، برنامه هنری، برنامه ارتباط مردم با برج	مشارکت و تجربه فرهنگی	گذار از بازدید به مشارکت فرهنگی
فرهنگی ـ اجتماعی	«برای تقویت هویت اجتماعی برج باید از ظرفیت دانشگاه‌ها، هنرمندان و گروه‌های مدنی استفاده کرد تا برج از یک مقصد دیدنی به فضایی برای تولید و تجربه فرهنگی تبدیل شود.»	همکاری دانشگاهی، مشارکت هنرمندان، گروه‌های مدنی، تولید فرهنگی، تجربه فرهنگی	شبکه‌سازی فرهنگی	مشارکت نهادی و اجتماعی
فرهنگی ـ اجتماعی	«وقتی شهروندان در برنامه‌ریزی رویدادها و فعالیت‌های برج نقش داشته باشند، امکان شکل‌گیری احساس تعلق و ارتباط معنادار با این نماد شهری بیشتر می‌شود.»	مشارکت شهروندان، نقش‌آفرینی اجتماعی، احساس تعلق، برنامه‌ریزی مشارکتی	تعلق اجتماعی	تقویت رابطه شهروندان با نماد شهری
اقتصادی	«مجموعه کارکردهای تجاری، گردشگری و همایشی برج می‌تواند پشتوانه اقتصادی هویت شهری باشد؛ مشروط بر اینکه میان فعالیت اقتصادی و مأموریت فرهنگی تعادل برقرار شود.»	کارکرد تجاری، گردشگری، کارکرد همایشی، ارزش اقتصادی، تعادل اقتصادی و فرهنگی	تنوع کارکردی	ارزش‌آفرینی اقتصادی و فرهنگی
اقتصادی	«به‌جای سنجش موفقیت برج صرفاً با تعداد مراجعه‌کنندگان، باید ارزش اقتصادی رویدادها، همکاری‌های فرهنگی و ظرفیت جذب گردشگر مرتبط با برند شهری نیز بررسی شود.»	تعداد مراجعه‌کنندگان، ارزش رویدادها، همکاری فرهنگی، جذب گردشگر، برند شهری	ارزیابی چندبعدی عملکرد	سنجش ارزش اقتصادی و گردشگری
اقتصادی	«برگزاری نمایشگاه‌ها، همایش‌ها و رویدادهای تخصصی می‌تواند به افزایش استفاده از ظرفیت‌های مجموعه کمک کند؛ البته ارزیابی این موضوع نیازمند داده‌های واقعی درآمد، هزینه و میزان مشارکت است.»	نمایشگاه، همایش، رویداد تخصصی، ظرفیت مجموعه، داده درآمد و هزینه	بهره‌برداری از ظرفیت‌ها	مدیریت اقتصادی مبتنی بر شواهد
محیط‌زیستی ـ بوم‌شناختی	«در ارزیابی هویت پایدار برج، محیط‌زیست نباید صرفاً به ظاهر فضای سبز محدود شود؛ مصرف انرژی، مدیریت آب و پسماند و پایش اثرات محیطی نیز باید در برنامه مدیریت مجموعه دیده شود.»	فضای سبز، مصرف انرژی، مدیریت آب، مدیریت پسماند، پایش محیطی	مدیریت محیط‌زیستی	پایداری عملکرد مجموعه
محیط‌زیستی ـ بوم‌شناختی	«ادعا درباره اثرات محیطی یا زمین‌شناختی برج باید با مطالعات مستقل فنی پشتیبانی شود؛ مصاحبه با خبرگان جایگزین ارزیابی تخصصی محیط‌زیست و زمین‌شناسی نیست.»	اثر محیطی، اثر زمین‌شناختی، مطالعه مستقل، ارزیابی تخصصی، محدودیت داده مصاحبه	ضرورت شواهد مستقل	ارزیابی علمی پیامدهای محیط
محیط‌زیستی ـ بوم‌شناختی	«می‌توان با بهبود مدیریت پسماند، کاهش مصرف انرژی و گزارش‌دهی دوره‌ای درباره عملکرد محیطی، پایداری مجموعه را به یکی از مؤلفه‌های هویت معاصر برج تبدیل کرد.»	کاهش مصرف انرژی، مدیریت پسماند، گزارش‌دهی دوره‌ای، پایداری مجموعه	مدیریت سبز	ارتقای عملکرد محیط‌زیستی

مقوله اصلی	نقل‌قول‌های خبرگان	کدهای اولیه	مفهوم اولیه	مقوله فرعی
سیاسی ـ راهبردی	«برج میلاد می‌تواند به سکویی برای معرفی تهران در سطح ملی و بین‌المللی تبدیل شود؛ برگزاری رویدادهای علمی و فرهنگی بین‌المللی می‌تواند این نقش را تقویت کند.»	معرفی تهران،سطح ملی،سطح بین‌المللی، رویداد علمی، رویداد فرهنگی	معرفی نمادین شهر	برندسازی و دیپلماسی شهری
سیاسی ـ راهبردی	«هویت راهبردی برج زمانی تقویت می‌شود که مدیریت آن تقویم منسجمی از رویدادهای ملی و بین‌المللی ایجاد کند و برج را به‌عنوان نشانه‌ای معاصر در روایت تهران معرفی کند.»	تقویم رویدادها، مدیریت منسجم، رویداد ملی، رویداد بین‌المللی، روایت شهری	جایگاه تثبیت نمادین	حکمرانی نمادین و مدیریت رویداد
سیاسی ـ راهبردی	«برای تقویت جایگاه برج، هماهنگی میان مدیریت مجموعه، نهادهای فرهنگی، مدیریت شهری و سازمان‌های گردشگری اهمیت دارد؛ زیرا فعالیت‌های پراکنده ممکن است از شکل‌گیری یک تصویر منسجم از برج جلوگیری کنند.»	هماهنگی نهادی، مدیریت شهری، نهادهای فرهنگی، سازمان‌های گردشگری، فعالیت‌های پراکنده	هماهنگی نهادی	حکمرانی یکپارچه نماد شهری
جمع‌بندی راهبردی	«تمرکز بر تقویت جایگاه برج نباید فقط به رفع ضعف‌ها محدود شود؛ ظرفیت‌هایی مانند ارتفاع، چشم‌انداز، تنوع کارکردها و میزبانی رویدادها باید در برنامه‌ای منسجم برای هویت شهری به کار گرفته شوند.»	ارتفاع، چشم‌انداز، تنوع کارکردها، میزبانی رویداد، برنامه هویت شهری	بهره‌برداری از ظرفیت‌های موجود	راهبرد ظرفیت‌محور برای تقویت هویت

جمع‌بندی تحلیلی کدگذاری؛ از ترکیب کدهای اولیه فوق پنج مقوله فرعی محوری شامل موارد زیر حاصل شد؛

۱. ویژگی‌های کالبدی و ظرفیت نمادین: ارتفاع، رؤیت‌پذیری، موقعیت مکانی، چشم‌انداز و خوانایی معماری.

۲. مشارکت و تولید معنای فرهنگی: حضور فعال شهروندان، برنامه‌های فرهنگی، همکاری دانشگاهی و احساس تعلق.

۳. تنوع کارکردی و ارزش‌آفرینی اقتصادی: گردشگری، فعالیت‌های تجاری، همایش‌ها و ارزیابی عملکرد اقتصادی.

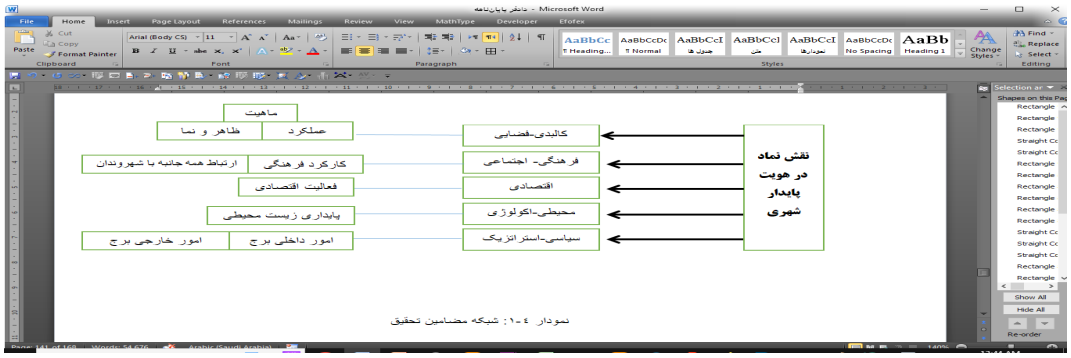
٤. پایداری محیط‌زیستی: مدیریت انرژی، آب و پسماند و ضرورت ارزیابی‌های فنی مستقل.

۵. برندسازی و حکمرانی شهری: رویدادهای ملی و بین‌المللی، دیپلماسی شهری، هماهنگی نهادی و مدیریت یکپارچه.

این مقوله‌ها را می‌توان در سطحی بالاتر ذیل یک مقوله محوری پیشنهادی با عنوان «تقویت هویت شهری پایدار برج میلاد ازطریق تلفیق ظرفیت‌های کالبدی، فرهنگی، اقتصادی، محیط‌زیستی و راهبردی» قرار داد.

به‌طور کلی بر اساس ادراک خبرگان، تقویت تعامل همه‌جانبه با شهروندان می‌تواند ظرفیت هویت‌بخش برج میلاد را در بعد فرهنگی - اجتماعی افزایش دهد. مضمون اصلی این بخش، ارتباط همه‌جانبه با شهروندان بود که دربرگیرنده نقش‌آفرینی در زندگی شهروندان، ایجاد پیوند عاطفی و ذهنی، تعامل با گروه‌های مختلف اجتماعی و برگزاری برنامه‌های فرهنگی است. همچنین بر اساس ادراک خبرگان، ظرفیت اقتصادی برج میلاد در زمینه گردشگری، رویداد، خدمات فرهنگی و جذب سرمایه می‌تواند بیش از وضعیت فعلی مورد استفاده قرار گیرد. در این بعد، فعالیت اقتصادی شامل سودآوری مالی، گردشگرپذیری، جذب سرمایه و کمک بالقوه به درآمدزایی شهروندان است. در بعد محیطی-اکولوژیک، خبرگان مضامینی مانند توجه به محیط‌زیست، افزایش فضای سبز، کمبود آب، نشست زمین و آلودگی هوا را مطرح کرده‌اند. علاوه‌بر موارد فوق بر اساس ادراک خبرگان، ضعف در برندسازی و استفاده راهبردی از ظرفیت‌های ارتباطی و رویدادی برج می‌تواند فرصت‌های هویت‌بخش آن را محدود کند. در نهایت در جمع‌بندی شبکه مضامین، پنج بعد هویت پایدار شهری شامل

کالبدی - فضایی، فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی، محیطی - اکولوژیک و سیاسی - استراتژیک شناسایی شد. در بعد کالبدی- فضایی، ارتفاع شاخص برج، قابلیت رؤیت از بخش‌های گسترده شهر، ویژگی‌های معماری و تنوع کاربری‌ها به‌عنوان ظرفیت‌های هویت‌بخش مطرح‌اند؛ در کنار آن، دسترسی، خوانایی و چگونگی پیوند مجموعه با فضای عمومی شهر از موضوعات قابل بهبود بود (تصویر ۱).



تصویر ۱. شبکه مضامین پژوهش. ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

یافته‌های تحقیق نشان داد از منظر خبرگان، برج میلاد در هر پنج بعد بررسی‌شده ظرفیت‌ها و چالش‌های هم‌زمان دارد؛ در بعد کالبدی-فضایی، برج با ارتفاع ٤٣٥ متر، قابلیت رؤیت‌پذیری گسترده در سیمای تهران، معماری متمایز و مجموعه‌ای از کاربری‌های گردشگری، فرهنگی، تجاری و رویدادی، ظرفیت بالایی برای تثبیت جایگاه خود به‌عنوان یک نشانه شهری دارد. منابع معماری و تخصصی نیز ارتفاع ٤٣٥ متری و چندکارکردی بودن مجموعه را تأیید می‌کنند. بنابراین، میزان تبدیل ویژگی‌های نمادین برج به ظرفیت‌های کالبدی و عملکردی به تجربه هویت‌بخش مشترک در میان شهروندان نکته مهمی محسوب می‌شود. از منظر خبرگان، خوانایی نشانه‌ها، دسترسی، پیوند با فضای عمومی و استمرار برنامه‌های فرهنگی می‌تواند این ظرفیت را تقویت کند. همچنین، از منظر خبرگان مقایسه برج میلاد با برج آزادی باید بدون توجه به تفاوت زمینه‌ای آنها انجام شود: برج آزادی در بستر تاریخی، سیاسی و خاطره جمعی متفاوتی شکل گرفته و تجربه اجتماعی آن با برج میلاد که کارکرد ارتباطی و چندمنظوره دارد، یکسان نیست.

در بعد فرهنگی - جتماعی، خبرگان بر اهمیت کاهش موانع مشارکت و افزایش برنامه‌هایی تأکید داشتند که گروه‌های متنوع اجتماعی را درگیر کنند، در عین حال، تنوع کاربری‌های فرهنگی و رویدادی برج ظرفیت مهمی برای ساخت تجربه مشترک از منظر خبرگان محسوب می‌شد. راهبرد پیشنهادی در این زمینه، حرکت از بازدید صرف به‌سمت مشارکت و تجربه بود؛ برای نمونه، طراحی تقویم مستمر برنامه‌های فرهنگی، آموزشی و هنری، مشارکت‌دادن انجمن‌ها و گروه‌های شهری و ایجاد برنامه‌های قابل دسترس برای طیف‌های مختلف شهروندان می‌توانند در این زمینه مؤثر باشند.

در بعد اقتصادی، از منظر خبرگان به دلایل؛ نوع کاربری، فضاهای نمایشگاهی و رویدادی و پیوند با گردشگری برج می‌تواند مبنای یک راهبرد اقتصادی هویت‌محور در زمینه توسعه بسته‌های گردشگری شهری، پیوند با اقتصاد خلاق، حمایت از رویدادهای تخصصی و فرهنگی و ایجاد فرصت برای کسب‌وکارهای محلی باشد، مشروط به آنکه آثار واقعی این سیاست‌ها با شاخص‌های اقتصادی قابل اندازه‌گیری ارزیابی شوند.

در بعد محیطی-اکولوژیک، اظهارات خبرگان نشانگر نگرانی‌هایی درباره آب، پوشش گیاهی، آلودگی و شرایط زمین‌شناختی بود، اما مصاحبه کیفی به‌تنهایی برای اثبات رابطه علّی میان احداث یا بهره‌برداری از برج و این پیامدها کافی نیست. بنابراین، پیشنهاد می‌شود ارزیابی محیطی مستقل شامل داده‌های مصرف آب، پوشش گیاهی، انرژی، پسماند، کیفیت هوا و مطالعات زمین‌شناختی و لرزه‌ای انجام شود و سپس نتایج آن با ادراک خبرگان مقایسه شود.

در بعد سیاسی-استراتژیک، برج میلاد می‌تواند از ظرفیت میزبانی رویدادهای ملی و بین‌المللی، جایگاه جغرافیایی و شناخته‌شدگی خود برای تقویت برند شهری تهران بهره گیرد. نمونه‌های برگزاری رویدادهای بین‌المللی در مرکز همایش‌های برج نشان می‌دهد که این ظرفیت صرفاً نظری نیست و نیازمند اتخاذ یک سیاست روشن برای بهره‌گیری از ظرفیت برج در دیپلماسی شهری، رویدادهای بین‌المللی، معرفی فرهنگ و هنر تهران و ارتباطات شهری است.

در بحث و مقایسه با مطالعات پیشین، مهم‌ترین نکته آن است که هویت نمادین یک سازه صرفاً از فرم معماری یا ارتفاع آن ناشی نمی‌شود بلکه از تعامل میان ویژگی‌های کالبدی، تجربه اجتماعی، برنامه‌های فرهنگی، کارکرد اقتصادی، زمینه محیطی و نحوه مدیریت و روایت‌پردازی درباره مکان شکل می‌گیرد. یافته‌های پژوهش حاضر با مطالعاتی که بر نقش نشانه‌های شهری در خوانایی، هویت و تصویر ذهنی شهر تأکید دارند هم‌راستا است، به‌عنوان مثال نتایج تحقیق با مطالعات؛ احمدی‌پور و همکاران (۱۳۹۹) در مورد نقش نقاشی دیواری‌های منطقه ٦ تهران در بازنمایی هویت ملی، جان‌پولاد و کریم‌زاده (۱۳۹۹) و مهدی‌زاده طالشی و همکاران (۱۳۹۸) در مورد تأثیر نمادهای سیاسی شهر تهران بر هویت شهری در ابعاد محیطی، اجتماعی، اقتصادی و کالبدی همسو بوده است.

تفاوت مهم تحقیق با مطالعات پیشین در این نکته نهفته است که برج میلاد را نمی‌توان صرفاً با برج آزادی در قالب یک رتبه‌بندی ساده مقایسه کرد؛ زیرا دو بنا در دوره‌های تاریخی، زمینه‌های سیاسی-اجتماعی، کارکردهای اولیه و شیوه‌های تجربه شهروندان متفاوتی شکل گرفته‌اند. برج آزادی بیشتر در پیوند با خاطره تاریخی و جمعی تهران خوانده می‌شود، در حالی‌که برج میلاد از ابتدا دارای کارکرد ارتباطی و سپس مجموعه‌ای از کاربری‌های گردشگری، فرهنگی، تجاری و رویدادی شده است از این منظر نتایج تحقیق با مطالعات نوذر و آزاد ارمکی (۱۳۹٤) متفاوت است. بنابراین، مسئله سیاست‌گذاری برای برج میلاد باید بر ساخت هویت متناسب با ظرفیت‌های خود برج متمرکز شده و از تقلیدصرف مسیر شکل‌گیری هویت برج آزادی جدا اجتناب شود. در ادامه پیشنهادهایی در راستای تبدیل دارایی‌های کالبدی، فرهنگی و رویدادی برج به مزیت هویتی پایدار مورد اشاره قرار گرفته است:

- تجدید نظر در اساسنامه برج میلاد و تهیه سند چشم‌انداز مبتنی‌بر عملکرد نمادین برج در افق زمانی بلندمدت و پرهیز از اقدامات دوره‌ای کوتاه‌مدت و سلیقه‌ای در برج، در این زمینه لازم است برنامه هویت و برند شهری برج میلاد با تمرکز بر مزیت ارتفاع، رؤیت‌پذیری و تصویر پانوراما‌ی تهران تدوین شده و مدنظر قرار گیرد.
- طراحی تقویم سالانه رویدادهای فرهنگی، علمی، هنری و بین‌المللی و استفاده منسجم از ظرفیت مرکز همایش‌ها و ارزیابی دوره‌ای اثر برنامه‌ها بر تصویر ذهنی و تعلق شهروندان با استفاده از پیمایش‌های مستقل.
- طراحی و اجرای برنامه‌های فرهنگی مختلف متناسب‌با اقشار، مذاهب و سنین

مختلف به‌ویژه برای کودکان و ایجاد برنامه‌های مشارکتی با دانشگاه‌ها، هنرمندان، انجمن‌های شهری و گروه‌های اجتماعی در این زمینه.

- کاهش هزینه‌های بازدید از بخش‌های مختلف برج به نحوی که برای عموم مردم قابل تأمین باشد.

- فراهم‌سازی مسیرهای دسترسی عمومی برج تا آمد و شد بازدیدکنندگان از اقصی‌نقاط شهر تسهیل شود.

- استفاده از مفاهیم و طرح‌های ساده و قابل‌فهم برای عموم که خوانایی برج را ارتقا بخشد و همچنین توسعه روایت معماری و فرهنگی برج برای افزایش خوانایی و فهم عمومی.

- یکدست‌سازی و یکپارچگی بخشیدن به برنامه‌ها و بخش‌های مختلف برج و پیوند دادن برج با مسیرهای گردشگری تهران و طراحی بسته‌های مشترک با سایر جاذبه‌های شهری.

- توجه به مسائل زیست‌محیطی پیرامون برج و اجرای برنامه‌های آموزش‌محور به منظور فرهنگ‌سازی حفاظت از محیط‌زیست در بین شهروندان و تدوین برنامه سبز مجموعه شامل مدیریت آب، انرژی، فضای سبز، پسماند و پایش محیطی.

- بهره‌گیری از شخصیت‌های برجسته سیاسی، فرهنگی، علمی و... در تبلیغ بازدید از برج و برندسازی آن در مقیاس ملی و فراملی؛ به‌عنوان نمونه می‌توان سفرا و مقامات عالی‌رتبه سایر کشورها که به دلایل سیاسی و شغلی به ایران سفر کرده‌اند را به بازدید ویژه از برج دعوت کرد و از این حضور به‌عنوان المان تبلیغاتی جذب گردشگران داخلی و خارجی استفاده نمود.

منابع

ابوالحسنی، سیدرحیم. (۱۳۸۷). مؤلفه‌های هویت ملی با رویکردی پژوهشی. سیاست، ۳۸(٤)، ۲۲-۱.

بذرگر، محمدرضا. (۱۳۹٦). بررسی نقش المان‌های شهری در تقویت هویت کالبدی (مطالعه موردی: شهر شیراز). پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۸(۳۰)، ۱۰۰-۸۳. 20.1001.1.22285229.1396.8.30.6.2

براتی، ناصر و نجفی تروجنی، سیده‌نسیم. (۱۳۹۵). ارزیابی نماد ورودی شهرها بر مبنای مؤلفه‌های کالبدی طراحی (مطالعه موردی: نماد ورودی شرقی شهر قزوین). مطالعات شهری، ۵(۱۹)، ۹۱-۸۱.

بزرگمهر، محمد و اردلانی، حسین. (۱۳۹٦). تأثیر المان‌های شهری بر فضاهای شهر، با رویکرد زیبایی‌شاسانه. کنفرانس پژوهش‌های معماری و شهرسازی اسلامی و تاریخی ایران، شیراز.

بهزادفر، مصطفی. (۱۳۹۲). نگاهی به هویت شهر تهران. تهران: نشر شهر تهران.

پورجعفر، محمدرضا؛ پورمند، حسنعلی؛ ذبیحی، حسین؛ هاشمی‌دمنه، لیلاسادات و تابان، محسن. (۱۳۹۰). پدیدارشناسی هویت و مکان در بافت‌های تاریخی. مطالعات شهر ایرانی - اسلامی، ۱(۳)، ۲۰-۱۱.

پورجوان، خسرو. (۱٤۰۳). واکاوی جایگاه نمادهای هویتی شهرها بر کیفیت زندگی شهری. تجلی هنر در معماری و شهرسازی، ۲(٤)، ۱۰۱-۸۲.

پورمند، حسنعلی و موسیوند، محسن. (۱۳۹۰). مجسمه‌سازی در فضاهای شهری. هنرهای زیبا- هنرهای تجسمی، ۲(٤٤)، ۵۸-۵۱. 20.1001.1.22286039.1390.2.44.6.8

پورمند، حسنعلی؛ قنبری، جاوید و یوسفی، محمد. (۱۳۹٤). تأثیر معماری برج‌های مخابراتی در ایجاد حس‌تعلق به شهر (مطالعه موردی: برج مخابراتی میلاد). هویت شهر، ۲۱(۹)، ۸۰-۷۱.

پورمهابادیان، الهام. (۱۳۹۵). ارزیابی تأثیر المان‌های شهری بر ارتقا هویت فردی و مکانی در شهرها. دومین کنفرانس ملی جغرافیا و برنامه‌ریزی، معماری و شهرسازی نوین، قم.

تقوایی، علی‌اکبر؛ فتوحی، غزاله و رستمی، محسن. (۱۳۹۸). نقش نشانه‌های شهری و نمادها در تقویت هویت ایرانی- اسلامی در شهرسازی معاصر. مجموعه مقالات پنجمین کنگره بین‌المللی علوم

انسانی و اسلامی، ۴۱۸-۴۰۳.

جان‌پولاد، افشین و کریم‌زاده، علی. (۱۳۹۹). شاخصه‌های تأثیرگذار المان‌ها بر هویت شهری از دیدگاه شهروندان (مورد پژوهش: منطقه یک شهرداری شیراز). پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، **۱۱**(۴۲)، ۹۴-۸۳. 20.1001.1.22285229.139 9.11.42.6.7

چراغی، سارا؛ نظری، ولی‌اله و شهریار، فاطمه. (۱۴۰۰). بررسی اثرات تنوع فرهنگی در ساخت هویت شهری (نمونه موردی: منطقهٔ ۶ شهر کرج). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، **۵۳**(۴)، ۱۳۹۲-۱۳۷۵. 10.22059/ jhgr.2021.293822.1008045

حبیبی، سیدمحسن و مقصودی، ملیحه. (۱۳۹۹). مرمت شهری: تعاریف، نظریه‌ها، تجارب، منشورها و قطع‌نامه‌های جهانی، روش‌ها و اقدامات شهری. تهران: دانشگاه تهران.

خطیبی، سیدمحمدرضا. (۱۳۹۲). تأثیر متقابل الگوهای رفتاری در احیای هویت محیط شهر (مطالعه موردی: محدوده ورودی سنندج). هویت شهر، **۱۳**(۴)، ۷۳-۶۳.

زنگی‌آبادی، محمد و مهدوی، افسون. (۱۳۹۶). جهانی شدن شهرها و شهر ایرانی- اسلامی، فرصت‌ها و تهدیدها. اولین کنفرانس پژوهش‌های معماری و شهرسازی اسلامی و تاریخی، کرمان.

سرور، هوشنگ؛ کاشانی‌اصل، امیر؛ اسلامی، مهدی و صلاحی‌ساریخان‌بیگلو، وحید. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر نمادها و نشانه‌های شهری در توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهر تبریز). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، **۳**(۱۱)، ۱۴۰-۱۱۸.

شریفیان بارفروش، سیده‌شفق و مفیدی‌شمیرانی، سیدمجید. (۱۳۹۳). معیارهای شاکله بوم‌شهر از دیدگاه نظریه‌پردازان. باغ‌نظر، **۱۱**(۳۱)، ۱۰۸-۹۹.

شفیعی، سعید. (۱۳۹۵). مبانی و فنون طراحی شهری. تهران: اسلیمی.

شماعی، علی و پوراحمد، احمد. (۱۳۸۱). تحلیلی بر سیاست‌ها و برنامه‌های بهسازی و نوسازی شهری در برنامه‌های توسعه کشور. پژوهش‌های جغرافیا، **۴۸**(۱)، ۹-۱.

صالحی زلانی، سعید؛ هاشمی، علی و میرزاد، عباس. (۱۳۹۸). بررسی هویت شهری ایلام و مؤلفه‌های هویت‌بخش آن. فرهنگ ایلام، **۲۰**(۶۲و۶۳)، ۱۴۱-۱۱۸. 10.22034/ farhang.2019.96064

صرامی، وحیده. (۱۳۹۴). نقش المان‌های شهری در هویت‌بخشی به مکان و ایجاد هویت ایرانی - اسلامی. کنفرانس سالانه پژوهش‌های معماری، شهرسازی و مدیریت شهری، یزد.

عادلوند، پدیده؛ موسوی‌لر، اشرف‌السادات و منصوری، سیدامیر. (۱۳۹۵). هنر شهری به مثابه پدیده‌ای منظرین در جامعه امروز. باغ‌نظر، **۳۹**(۱۳)، ۴۴-۳۹.

عامری‌سیاهویی، حمیدرضا؛ احمدی‌سرخونی، فاطمه و سایبانی، بنفشه. (۱۳۹۶). بررسی عملکرد نشانه‌های شهری بر درک مردم از محیط شهری (مطالعه موردی: شهر بندرعباس). کنفرانس پژوهش‌های معماری و شهرسازی اسلامی و تاریخی ایران، بندرعباس.

غراب، ناصرالدین. (۱۳۹۰). هویت شهری. تهران: انتشارات مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهری.

کهن‌نژاد، مارال؛ زاهدی، تکتم و اشرفی، سیدحسین.(۱۳۹۴). بررسی نقش المان‌های شهری و تأثیر آن بر هویت فضای شهری. کنفرانس سالانه تحقیقات در مهندسی عمران، معماری و شهرسازی و محیط‌زیست پایدار، تهران.

لطفی، صدیقه و محمدی، عبدالحمید. (۱۳۹۱). بررسی ارتباط نمادهای شهری با هویت شهر (مطالعه موردی: شهر گنبد کاووس). جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، **۲**(۲)، ۷۰-۶۱.

لطیفی، غلامرضا؛ فیضی‌چشمه‌گلی، قاسم و باجلال، راحیل. (۱۳۹۴). تبیین و ارزیابی شاخص‌های مؤثر در هویت شهری (نمونه موردی: محله نوغان در شهر مشهد). خراسان بزرگ، **۶**(۲۰)، ۳۷-۲۴. 20.1001.1.22516131 .1394.5.20.2.1

مجتهدزاده، پیروز. (۱۳۹۲). جغرافیای سیاسی و سیاست جغرافیایی. تهران: سمت.

محمدی‌زاده، طاهره و محمدی‌زاده، صدیقه. (۱۳۹۹). هویت شهر و بررسی ابعاد آن در فضاهای

شـهری. چهارمیـن کنفرانـس بین‌المللـی عمـران و معمـاری در مدیریـت شـهری قـرن ۲۱، تهـران.

مظفـری، تکتـم و قربـان‌زاده، مریـم. (۱۳۹۲). مبـادی ورودی شـهر؛ حلقه گمشـده بافت شـهری. تهران: انتشارات اول و آخـر.

فضاموسـوی، سیده‌سـاغر و شـکور، علـی. (۱۳۹۷). بررسـی ونقـش نشـانه‌های شـهری بـا تأکیـد بر شناسـایی هویـت مطالعـه مـوردی: بلـوار شـهید چمـران شـیراز). پژوهـش برنامه‌ریـزی شـهری، ۹(۳۵).۱۰-

مهدی‌زاده‌طالشـی، سـیدمحمد؛ صدیقیان‌بیدگلـی، آمنـه و اصـلان‌زاده، فاطمـه. (۱۳۹۸). نمادهای سیاسـی شـهر تهـران و هویت شـهری. جامعه‌شناسـی سیاسـی ایـران، ۲(٤)، ۱٤۱-۱۱۱.

میرزائی‌نسـب‌فهادان، مهـدی. (۱۳۹۲). جایـگاه گرافیـک محیطـی در هویـت بصـری شـهر. چیدمـان، ۲(٤)، ۱۱۹-۱۱٤. 20.1001.1.22286229.1397.9.358.1.4

میرسـاردو، طاهـره؛ کاوسـی، اسـماعیل و ابراهیم‌زاده، رمضـان. (۱۳۸۷). بررسـی عوامـل اجتماعی-فرهنگـی مؤثـر بـر بحـران هویـت جوانـان. پژوهشـنامه علـوم اجتماعـی، ۲(۱)، ۱۰۰-۷۷.

نصـر، طاهـره و ماجـدی، حمیـد. (۱۳۹۲). نگاهـی بـه مقولـه هویـت در شهرسـازی. آرمان‌شـهر، ٦(۱۱)، ۲٦۹-۲۷۷.

نصـر، طاهـره.(۱۳۹٦). جایـگاه نشـانه‌های شـهری در واکاوی مؤلفه‌هـای هویـت و فرهنـگ در سـیمای شـهر ایرانـی (مطالعـه مـوردی: بررسـی سـیمای شـهر شـیراز). هویـت شـهر، ۲۹(۱۱)، ۲۸-۱۷. 20.1001. 1.17359562.1396.11.1.2.4

نکهـت، بنیامیـن؛ محمـدی، محسـن و همتـی، محمـد. (۱۳۹۸). نقـش نمادهـای شـهری در توسـعه گردشـگری پایـدار در کلان شـهرها (نمونـه مـوردی مناطـق ۲ و ۳ و ۹ تهـران). پنجمیـن همایـش بین‌المللی مدیریـت، روان‌شناسـی و علـوم انسـانی بـا رویکـرد توسـعه پایـدار، تهـران.

نـوذر، نغمـه و آزادارمکـی، تقـی. (۱۳۹٤). مطالعـه تطبیقـی دو نمـاد شـهری در تهـران بـرج آزادی و بـرج میـلاد از منظـر هویـت ایرانـی - اسـلامی. همایـش ملی معمـاری و شهرسـازی هویت‌گـرا، مشـهد.

نوفـل، سـیدعلیرضا؛ کلبـادی، پاریـن و پورجعفـر، محمدرضـا. (۱۳۸۸). بررسـی و ارزیابـی شـاخص‌های مؤثـر در هویـت شـهری (نمونـه مـوردی: محلـه جلفـا در شـهر اصفهـان). آرمان‌شـهر، ۲(۳)، ٦۹-۵۷.

Abeynayake, T., Meetiyagoda, L., Kankanamge, N., & Mahanama, P. K. S. (2022). Imageability and legibility: Cognitive analysis and visibility assessment in Galle heritage city. *Journal of Architecture and Urbanism*, **46**(2), 126-136. https://doi.org/۱۰٫۳۸۴۶/jau.۲۰۲۲٫۱۶۱۷۷

Argento, D., Imre, Ö., Johansson, M. & Rönkkö, K. (2025). Facing sustainable city challenges: the quest for attra-chment. *Place Branding and Public Diplomacy*, **21**, 31-43. https://doi.org/10.1057/s41254-024-00355-4

Braun, V., & Clarke, V. (2021). One size fits all? What counts as quality practice in (reflexive) thematic analysis? Qualitative Research in Psychology, **18**(3), 328-352. https://doi.org/10.1080/14780887.2020.1769238

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, **3**(2), 77-101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Lynch, K. (1981). *A Theory of Good City Form*. MIT Press, Cambridge, MA.

Mansour, H. M., Alves, F. B., & da Costa, A. R. (2023). A comprehensive methodological approach for the assessment of urban identity. *Sustainability*, **15**(18), 13350.

Niković, A., Manić, B., & Čolić Marković, N. (2025, April). Exploring the Role of Urban Identity in Sustainable Development: *The Conceptual Framework and Methodological Steps for its Application in Serbia*. *In URBAN INNOVATION: TO BOLDLY GO WHERE NO CITIES HAVE GONE BEFORE*.

Topcu, K. (2011). Kent kimliği üzerine bir araştırma: Konya örneği. *Uluslararas insan bilimleri dergisi*, 8(2), 1048-1072.

Zhang, F., Sun, X., Liu, C., & Qiu, B. (2024). Effects of Urban Landmark Landscapes on Residents' Place Identity: The Moderating Role of Residence Duration. *Sustainability,* **16**(2), 761. https://doi.org/10.3390/su16020761

Medium sized cities and towns as a major arena of global urbanisation. Proceedings of REAL CORP 2025, 30th Intl. Conference on Urban Development, Regional Planning and Information Society (pp. 495-506). CORP-Competence Center of Urban and Regional Planning.

Proshansky, H. M. (1978). The City and Self-Identity. *Environment and Behavior*, **11**(2), 147-169.