

# شناسایی شاخص‌های طراحی ایرانی در تعامل با نیاز جهانی

## چکیده

پژوهشگر در این مقاله به منظور یافتن شاخص‌های اصیل طراحی ایرانی، از دستاوردهای پژوهشگران در حوزه هویت ملی ایرانی؛ همچون دومزیل، رجایی، فولتس، کبیری و سایرین سود برده است و پس از شناسایی شاخص‌ها، عمده‌ترین شاخص هویتی ایرانیان را «گرایش به امر یکتا» و تبلور آن در طراحی ایرانی دریافته است که سایر شاخص‌های هویت طراحی ایرانی در ادوار مختلف، گرد آن جمع آمده‌اند. در ادامه، عنصر «روایی» و «باز بودن» در هویت ایرانیان باعث شده است که ایشان در اخذ و پذیرش عناصر مطلوب فرهنگ‌های همسایه خود بی‌تعلق و پویا عمل کنند و این امر یکی از شاخص‌های مهم و تأثیرگذار در توسعه طراحی ایرانی بوده است؛ چراکه دامنه راه‌حل‌های پیش‌رو برای حل مسائل جامعه ایرانی را به میزان چشمگیری افزایش می‌دهد. این شاخص، در تعامل با سایر فرهنگ‌ها نه تنها پدیده «چند فرهنگ و یک تمدن» را تشدید کرده است؛ بلکه در گفتمان «جهانی‌سازی»، وجه غالب هویت ایرانیان را برای گفت‌وگو میان فرهنگ‌ها و تمدن‌ها، نمایان و از این تهدید فرصت ساخته است.

## کلیدواژه‌ها

طراحی ایرانی، جهانی شدن، یکتاگرایی، تساهل، هویت ملی

mostafa.tohidifar@gmail.com

مقاله  
مروری

## فرهنگ

ابزار پیش برنده هویت افراد جامعه است و می‌توان گفت مصنوعات روزمره یکی از جلوه‌های ظهور فرهنگ جوامع انسانی و به تبع آن، جلوه و ظهور هویت افراد جامعه به‌شمار می‌روند. بشر امروزی آداب و رسوم، باورها، فناوری‌ها و مصنوعات بسیاری را در غالب فرهنگ آفریده است و ما امروزه برای طبقه‌بندی این دستاوردها در غالب فرهنگ، به تمدن‌های نخستین رجوع می‌کنیم. تمدن‌هایی که نماینده فرهنگ‌های جوامع اولیه هستند و بارشده جوامع، تمدن‌ها و فرهنگ‌ها نیز به پیش رفته‌اند و امروزه از تمدن غرب تحت عنوان تمدن پیشروی زمان ما یاد می‌شود.

گذشته از آنکه تا چه اندازه گزاره پیش‌گفته را نافذ بدانیم، اثر تمدنی و نفوذ هویت غرب در سایر فرهنگ‌ها و تمدن‌ها را نمی‌توان کتمان کرد و اثرات فرهنگی این تمدن در قالب اصطلاح «جهانی‌سازی» نشر و گسترش یافته است. جهانی‌سازی در بدنه هویت مصنوعات نیز رسوخ کرده است و امروزه تعیین هویت ذی‌نفعان طرح یک مصنوع، چنان جایگاه ویژه‌ای یافته است که جزء مقولات بنیادین علوم طراحی و بازاریابی تلقی می‌شود (Crilly, Moultrie & Clarkson, 2004).

در این میان، تعارضاتی میان هویت ملی ذی‌نفعان طرح پدید می‌آید که شایان توجه جدی است. پیش‌از این روشن شده است که در فرایند طراحی مصنوعات، توجه به الگوهای فرهنگی جامعه مقصد (خریداران، کاربران، ذی‌نفعان و غیره) در افزایش موفقیت یک طرح مؤثر است (Razzaghi, Ramirez & Zehner, 2009). اما چگونه می‌توان هویت ملی-قومی یک جامعه را حفظ کرد و از طراحی در مقیاس جهانی سخن گفت؟ آیا باید همواره در جهت حفظ و تقویت هویت فرهنگی جوامعی که مصنوعات برایشان طراحی می‌شوند کوشید یا آنکه از طریق طراحی‌هایی که به صورت نرم، هویت جامعه مقصد را دگرگون می‌سازند، سبک زندگی و فرهنگ ایشان را با فرهنگ غالب جهانی تطبیق داد (جهانی‌سازی)؟

پاسخ به این پرسش، موضوع پژوهش پیش‌روست و پرسش‌های روش‌شناختی زیر در ذیل آن پدیدار می‌شوند:  
آیا مقوله‌ای تحت عنوان «طراحی ایرانی» در مقیاس ملی و جهانی مطرح است؟

اگر طراحی ایرانی وجود داشته باشد، چگونه شاخص‌های هویتی ایرانی به طراحی ایرانی شکل داده‌اند؟  
در صورتی که طراحی ایرانی را واجد شاخص‌های هویتی ملی بدانیم، چگونه می‌توان تعارض میان هویت ملی ایرانی و هویت جهانی را توجیه کرد؟ آیا تمرکز بر هویت ملی در طراحی ایرانی باعث نمی‌شود که میان شاخص‌های طراحی ایرانی و جهانی شکاف افتد.

## رویکرد تاریخی در تعریف طراحی

بحث است، غلبه چنین برداشت‌هایی (نظیر نظریات پوسنر<sup>۱</sup> و هسکت<sup>۲</sup>) بر نظریه‌های جهانی‌سازی طراحی باعث شده است در غالب متون پژوهشی بتوان به راحتی واژه عام «طراحی» را با ترکیب «طراحی غربی» جایگزین کرد؛ بدون آنکه گستره پژوهش دچار خللی شود.

با چنین رویکردی اگر به استقبال اثر هویت ملی بر جهانی‌سازی طراحی برویم، ناخواسته پذیرفته‌ایم که طراحی در سایر تمدن‌های غیرغربی هیچ‌گاه وجود نداشته است و سخن گفتن از طراحی هندی، چینی، ایرانی، یا حتی اسکندینیای و یا یونانی، سخن بی‌بهره و نقض غرض است. هوپاتز در پژوهش خود پس از تحلیل دستاوردهای سایر پژوهشگران تاریخ طراحی، دو رویکرد را چنین طبقه‌بندی می‌کند: دسته نخست که رویکرد کل به جزء را برمی‌گزیند و تلاش می‌کند با تعریف کلی طراحی آن را از مقیاس جهانی به مقیاس منطقه‌ای و ملی خرد کنند و در نهایت شاخص‌ها و جزئیات ملی و منطقه‌ای (نظیر آداب و رسوم، وقایع اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و غیره) را در تاریخ طراحی دخیل کنند. اما دسته دوم که در اکثریت هستند، رویکرد جزء به کل را برگزیده‌اند و تلاش

پیش از ورود به بحث هویت ملی در طراحی ایرانی، لازم است بحث تعاریف طراحی در فرهنگ‌ها و تمدن‌ها، از حدود ابهام خارج شود. در این زمینه هوپاتز<sup>۳</sup> در تلاش برای نشان دادن وجه غیرغربی تاریخ طراحی، نشان می‌دهد که در پژوهش‌های غالب پژوهشگران تاریخ طراحی، تعاریف طراحی با طراحی مدرن آغاز می‌شوند و این تعاریف از اساس غرب‌محور هستند (Huppatz, 2015). در این دیدگاه، طراحی اساساً محصول فناوری‌های پیشرفته و تولید انبوه صنعتی معرفی می‌شود و به این ترتیب، فرهنگ‌هایی که از این دو عامل بی‌بهره هستند، اساساً فاقد تاریخ طراحی تلقی می‌شوند. هوپاتز در ادامه این پرسش را مطرح می‌کند که اگر طراحی در حدود مصنوعات ماشینی محدود شود، آیا می‌توان گفت تاریخ طراحی بالذات اروپا محور است؟

پاسخ‌گویی به این ابهام چندان دشوار نیست و پژوهشگرانی نظیر فریدمن<sup>۴</sup> و فیل<sup>۵</sup> در تعریف طراحی چنان گستره آن را وسیع می‌گیرند که می‌توان تاریخ پیدایش آن را از انسان-اندیشنده آغاز کرد (Fiel & Friedman, 2000). اما نکته‌ای که در پژوهش پیش‌رو محل

می‌کنند برای طراحی در مقیاس ملی و منطقه‌ای شاخص‌هایی استخراج کنند و آن‌ها را در مقیاس جهانی تعمیم دهند. اوپاتز، رویکرد دوم (رویکرد غالب تاریخ‌نویسان طراحی) را برای توسعه طراحی در مقیاس جهانی مضر می‌داند؛ اما رویکرد نخست را برای تدوین تاریخ طراحی در مقیاس جهانی مفید ارزیابی می‌کند (Huppertz, 2015, p.189).

### سوابق پژوهش: هویت ملی در طراحی سایر ملل

در انگلستان، گرایش برای توسعه طراحی مبتنی بر هویت ملی این کشور به ۱۸۵۱ میلادی بازمی‌گردد (Huppertz, 2015, p.191). در این دوران، از سوی برخی از نظریه‌پردازان طراحی در انگلستان، یک نشریه با عنوان «نشریه طراحی»<sup>۲</sup> به چاپ می‌رسد و در آن، سازمان سیاست طراحی انگلستان، آموزش، برنامه‌درسی طراحی و نظام قانونی طراحی پایه‌گذاری می‌شود. در این رویکرد، انگلستان، مرکز عالم و طراحی به دستاوردهای این کشور محدود می‌شود (Huppertz, 2015, p.191) و هرآنچه خارج از هویت ملی انگلیسی قرار داشته باشد، عدول از اصول طراحی تلقی می‌شود (شکل‌گیری نظام کنسینگتون جنوبی<sup>۳</sup> و تأسیس کالج سلطنتی هنر انگلستان<sup>۴</sup> توسط ریچارد بورشت<sup>۱</sup>). موارد دیگر اثر هویت ملی بر طراحی را در مقیاس منطقه‌ای می‌توان

در منطقه اسکاندیناوی جست. کشور سوئد در خلال سال‌های دهه ۱۹۳۰ با توسعه مفهوم «تجدد سوئدی» دست به اصلاحاتی جدی می‌زند و مفاهیم بنیادی سیاست خود را مبتنی بر هویت سوسیالیستی و سرمایه‌داری بنیاد می‌نهد. با اعمال این تغییرات، سبک طراحی سوئدی از گرایش رایج دوران؛ یعنی تأکید به استفاده از فلزات، منحرف و به سمت استفاده از چوب (که با هویت اسکاندیناوی سنخیت دارد)، و توجه به فرم‌های اورگانیک و مدور به جای فرم‌های سخت و راست‌گوشه رایج زمان خود متمایل می‌شود (Kristoffersson, 2014, p.62). پس از جنگ جهانی دوم و در کشاکش سال‌های ۱۹۵۰، سایر کشورهای شمال اروپا که با هویت اسکاندیناوی زیر یک عنوان شناخته می‌شدند نیز به جنبش طراحی سوئدی پیوستند و مفهوم «طراحی اسکاندیناویایی»<sup>۵</sup> تحت هویت منحصر به فرد این منطقه شکل گرفت.

### هویت ایرانی

از منظر کبیری (به نقل از اکبری، ۱۳۸۸) هویت ملی ایرانی در سیر تاریخی خود صورت‌های گوناگونی به خود گرفته است از این منظر، هویت ملی ایرانی در دوران باستانی-اساطیری بردین و یکپارچگی مذهبی متکی بود و این امر باعث شد سازمان سیاسی ایران در برابر تهاجمات سخت و نرم بیگانگان مصون بماند (همان، ص ۷۶).

جدول ۱. شاخص‌های هویت ایرانی در دوره‌های تاریخی طبق نظر اکبری (جدول از نگارنده)

شاخص هویت ایرانی	دوره تاریخی
یکتاپرستی-مزدیسنا	دوران باستانی-اساطیری
تأکید بر هویت اسلامی و رد هویت باستانی	دوران ایرانی-اسلامی
تأکید بر تشیع و هویت باستانی	دوران شیعی-ایرانی
تأکید بر هویت باستانی و رد مذهب	دوران ایرانی-غربی
تأکید بر مذهب شیعی و رد هویت باستانی	دوران اسلامی-ایرانی

اجتماعی و سیاسی ایران، طراحی مصنوعات هم دستخوش تحولاتی جدی می‌شود. در نقاشی و خوش‌نویسی، سبک‌های هنری جدید به دست هنرمندان پیشرو و مکتب‌ساز نظیر رضا عباسی و میرعماد حسنی پدیدار شدند. این مکاتب نو، بر طرح مصنوعات روزمره مؤثر افتاد و تحولی در روش‌های تولید و هندسه نقوش در این دوران مشاهده می‌شود. دوران چهارم هویت ایرانی دوره عبور از مشروطه و سلطه اندیشه غربی بر ایران است؛ چنان‌که برخی در ایران، هویت ایرانی را در برابر هویت غربی خوار و زبون می‌پنداشتند<sup>۱۲</sup> و بر این باور بودند که راه پیشرفت ایران از انکار مذهب می‌گذرد و بس. چنین شد که حکومت وقت، هویت باستانی ایرانی را بر هویت اسلامی آن ارجحیت داد و بر تقویت بنیه هویت ایرانی در برابر هویت مذهبی ایرانیان کوشید. این مهم چنان بر پیکره مردم ایران سخت آمد که زمینه برای وقوع انقلاب اسلامی ایران محیا شد. باین حال، به سبب شکل‌گیری نوعی ناسیونالیسم ایرانی در میان نخبگان، توجه به طراحی ایرانی رو به فزونی نهاد و نمونه‌هایی از طراحی گرافیک، معماری و طراحی صنعتی در این دوران می‌توان نام برد که هویت ایرانی-اسلامی خود را همپای نظریه‌های نوین طراحی جهانی حفظ کرده‌اند. و اما دورانی که در آن به سر می‌بریم، سلطه هویت اسلامی-ایرانی با تکیه بر شیعه ایرانی مشهود و روشن است. گریز از هویت مطلقاً ایرانی،

دوران ایرانی-اسلامی، آغاز نهضت شکوفایی ایرانیان در امپراتوری عرب است و ایرانیان پس از حمله اعراب و دو قرن سکوت فرهنگی در اقصای بلاد اسلامی، حکومت‌هایی محلی را رهبری می‌کنند و در این شرایط گرچه هویت فرهنگی ایرانی برقرار و ملموس است، اما اثرات پذیرش اسلام در آن نیز هویداست. در این دوران، طراحی ایرانی در میانه سنت‌های پیش از اسلام و آموزه‌های دین نورسیده اسلامی در رفت‌وآمد است. گرایش‌هایی به هویت ملی ایرانی در حکومت سامانیان در منطقه آسیای صغیر و به قدرت رسیدن آل بویه ایرانی نژاد در مناطق مرکزی ایران، تقویت هویت ایرانی را در میان جامعه ایرانی تسهیل می‌کند. در این میان، توسعه علوم و فنون سرعت می‌گیرد و انعکاس گرایش‌های اسلامی در عقاید ایرانیان نومسلمان شده، طرح‌هایی را در مصنوعات و بناها پدید می‌آورد که شایان توجه جدی هستند. دوران سوم هویت ایرانی، دوره صفوی و شکل‌گیری مجدد دولت مبتنی بر دین حکومتی<sup>۱۳</sup> است. در این دوران، مذهب تشیع به عنوان عامل هویت‌ساز در کنار ایرانی بودن، وجه غالب هویت ایرانیان می‌شود. بنیان‌های اندیشگی ایرانیان در این دوران شکل مدونی به خود می‌گیرد و مکتب فلسفی اصفهان، شیراز، خراسان و غیره پویاتر از گذشته به پیش می‌تازند و نظریه‌های بدیع حکمی تولید می‌شود. ذیل توسعه اقتصادی،

بسودی سه دیگر گره را شناس بکارند و ورزند و خود بدروند چهارم که خوانند اهو خوشی<sup>۱۷</sup> همان دست‌ورزان ابا سرکشی کجا کارشان همگان پیشه بود روانشان همیشه پراندیشه بود (فردوسی، ۱۳۶۶، ص ۴۱)

از این گفته چنین استنباط می‌شود که صنعتگران از دیرباز در ایران دارای هویتی مستقل بوده‌اند. این موضوع در جای خود در بخش پیشه‌وران اهل فتوت بررسی خواهد شد.

عواملی که پیوستگی فرهنگی یک ملت را نشان می‌دهند؛ همچون زبان، فرهنگ مادی، جغرافیا یا سرزمین مادری (میهن) و غیره، در مورد ایران بسیار متغیر هستند و لذا یافتن یک عنصر بنیادین در فرهنگ و تمدن ایران کاری بسیار سخت و پیچیده است. فولتس همچنان که بر این پیچیدگی صحنه می‌گذارد، با جست‌وجو در میان ادیان جاده ابریشم عواملی را استخراج می‌کند که از طریق آن بتواند عناصر مشخصه تمدن ایرانی را شناسد. او عامل «زبان»، «سرزمین» و «خاطره مشترک» را نام می‌برد، اما تأکید می‌کند که این شاخص‌ها مطلق نیستند و تاریخ نشان می‌دهد که نوعی «دگرگونی پایدار» وجه مشخصه این سه مؤلفه است (فولتس، ۱۳۹۴، صص ۱۵-۱۷). زبان فارسی از نظر نمادها و نشانات، همواره تحت تأثیر فرهنگ‌های مهاجم بوده است. ایرانیان در گزینش خط، چشم به فرهنگ‌های همسایه داشته‌اند و ساختار نامدین فرهنگ خود را از آن‌ها اخذ کرده‌اند. در سنگ‌نبشته‌های باستانی ایران، خط میخی که میراث تمدن بین‌النهرین است، استفاده شده است. پس از حمله اسکندر و برپا شدن حکومت سلوکیان بر نجد ایران، زبان و خط یونانی (دست‌کم به‌طور رسمی در دربار ایران) قوت می‌گیرد. اردشیر ساسانی برای نگارش و گردآوری اوستا که پس از برتری ساسانیان کتاب مقدس دین رسمی امپراتوری ایران تعیین شده بود، از خط آرامی اصلاح شده که خطی از نژاد سامی است، سود می‌برد. پس از حمله اعراب و جایگزینی خط و زبان عربی، به مدت دو قرن، فضای علمی و ادبی ایران به زبان عربی می‌گراید. اما با تفوق صفاریان، مجدداً گرایش به زبان فارسی (این بار هم با خط عربی اصلاح شده) قوت می‌گیرد و تا به امروز ادامه می‌یابد. به این ترتیب یکی از مهم‌ترین عناصر انتقال محتوا و آموزش که امروزه «طراحی گرافیک» تحت آن شاخه تعریف و شناخته می‌شود، در کشاکش هجوم فرهنگ‌های همسایه، هویت خود را حفظ کرده و امروزه آن را در خط و نشانات‌های دیداری ملی - میهنی بازمی‌شناسد.

با تکیه بر دیدگاه فولتس می‌توان دگرگونی پایداری را در تمدن ایران جست‌وجو کرد. گرچه ساختار این تمدن چند هزار ساله، گهگاه روبه‌زوال رفته است، اما چیزی در درون آن قفنوس وار سربرآورده و پرتوان تراز پیش به پیش تاخته است. این «بی‌ثباتی پایدار» یا «جامعه کوتاه مدت»، همان رویکردی است که کاتوزیان و پیمان هم در پژوهش‌های خود و از جنبه‌های متعدد بدان اشاره می‌کنند (پیمان، ۱۳۸۴، ص ۴۵؛ کاتوزیان، ۱۳۹۲، ص ۳۵۳) و می‌توان ریشه آن را در اقوامی جست‌وجو کرد که هیچ‌گاه آن‌چنان که باید تخته‌قاپو (یکجانشین) نشدند و همواره در سیلان آمدوشد بوده‌اند.<sup>۱۸</sup>

اصطلاح «بی‌ثباتی پایدار» ترکیبی متناقض‌نماست، اما نمودار یک دور باطل نیست. این ترکیب چنان هویت ایرانیان را شکل می‌دهد که می‌توان آن را به خوبی از سایر تمدن‌های تمام دوران متمایز کرد؛ آن‌چنان که تولید راه‌حل‌های روزمره نیز در سایه چنین رویکردی شکل بدیعی به خود می‌گیرد. از طرح خانه‌های عشایر گرفته تا اسباب‌بازی‌های کودکان به‌گونه‌ای موقتی طراحی می‌شوند که گویی نه کارکرد<sup>۱۹</sup> ذاتی آن‌ها

با انقلاب اسلامی ایران محقق شد، اما میانه‌روی در حفظ هویت ایرانی جای خود را به نادیده گرفتن دستاوردهای ملی ایرانی داد و چنان شد که نفی گذشته زمینه‌ساز نفی دستاوردهای هویتی ایرانی گردید. مشخصه بارز هویت ایرانی در این دوره، شکل‌گیری نظام مبتنی بر هویت اسلامی - شیعی است و بزرگ‌ترین خطری که آن را در مواجهه با فرهنگ مهاجم غربی و جهانی‌سازی تهدید می‌کند، نادیده گرفتن قابلیت‌های سنن ملی ایرانی است. با این حال، مفهوم دهکده جهانی و تولید و دسترسی به محتوا در مقیاس جهانی، سبب شده است بدنه مردم ایران گرایش خود را به هویت ملی میهنی خود در تولید مصنوعات روزمره نشان دهند. گرچه ایجاد امنیت پایدار در شکل‌گیری نظریه‌های تمدن ساز دخیل است، اما لازم است سایر بسترهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی نیز برای این مهم محیا شود تا شاهد شکوفایی هرچه بهتر هویت ایرانی در این دوران باشیم.

## طراحی و هویت

هویت ملت‌ها بر طرح مصنوعات اثر می‌گذارد. در گستره تمدنی ایران و در تطور تاریخی این تمدن، هویت ملی جایگاهی ویژه دارد. می‌توان طرح مصنوعات را براساس شاخص‌های هویت ملی ایرانیان جست‌وجو کرد. برای این کار لازم است اصول هویت ایرانیان را از فروع و بخش‌های متغیر هویت ایرانی بازشناسیم. برخی پژوهشگران نظیر دومزیل، فولتس، رجایی، احمدی و اشرف بر این باورند که عناصری در هویت ملی ایرانیان وجود دارند که در جریان تطور تاریخی جامعه ایرانیان، دست‌نخورده و بدون تغییر باقی‌مانده‌اند و می‌توان مدعی شد که جزء ذاتی هویت ملی ایرانیان هستند (احمدی، ۱۳۸۸؛ اشرف، نیولی و شهبازی، ۱۳۹۴؛ اکبری، ۱۳۸۸؛ دومزیل، ۱۳۸۱؛ رجایی، ۱۳۸۶؛ فولتس، ۱۳۹۴). این اصول در آرای هریک از این اندیشمندان، گوناگون است. اما می‌توان از میان نظریات ایشان به رأی واحدی رسید.

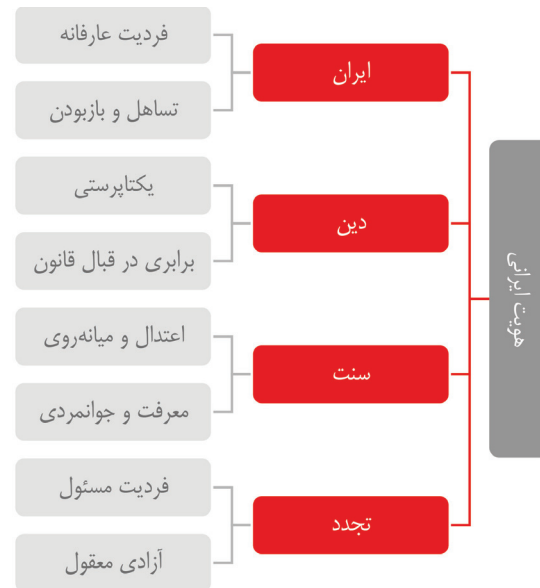
ژرژ دومزیل<sup>۱۴</sup> پژوهش خود را بر کارکردهای سه‌گانه پیشا-هند-اروپایی<sup>۱۵</sup> معطوف کرده است و از این منظر هویت ایرانیان (پارسیان) را تحت این تقسیم‌بندی معرفی می‌کند. به‌گواه تواریخ هرودوت، طبقه‌های (کاست) سه‌گانه در دوران باستانی و تاریخی ایران و سپس اوج قدرت هخامنشیان به اجرا درآمده است و در این دوران جامعه به سه طبقه حاکمان، جنگاوران و برزیگران تقسیم می‌شده است و هر یک از این طبقه‌ها حقوق اجتماعی و هویت مستقلی داشته‌اند (دومزیل، ۱۳۸۱، ص ۲۹). این امر برخلاف سایر حوزه‌های تمدنی هند-اروپایی در ایران چندان جدی گرفته نمی‌شد و آن‌چنان‌که در جامعه هندوان، عبور از طبقه‌ای به سایر طبقه‌ها سخت‌گیرانه نپس شده بود، در ایران چنین نبوده است. به طوری‌که در دوران حکومت ساسانیان و رسمی شدن مذهب زرتشتی در کشور ایران، ترتیب این طبقه‌ها دستخوش تغییراتی شده و طبقه دبیران نیز به این کاست سه‌گانه افزوده شده است (همان، ص ۳۱). افزودن طبقه جدید به طبقه‌های سه‌گانه، عزت و احترام را برایشان به همراه می‌آورد و لذا طبق نظر دومزیل و جست‌وجو در ریشه اساطیری شاهنامه، افزودن طبقه صنعتگران از دوران پیش از زرتشت صورت گرفته است (همان، ص ۳۰). در شاهنامه آنجا که راوی از کشورداری جمشید سخن می‌گوید، چنین می‌سراید:

به رسم پرستندگان دانی‌اش  
پرستنده را جایگه کرد کوه  
همی نام رشتاریان خواندند  
فروزنده لشکر و کشورند  
سختی می‌گویی، چنین می‌سراید:  
گروهی که آثوریان<sup>۱۶</sup> خوانی‌اش  
جدا کردشان از میان گروه  
صفی بردگرد دست بنشانند  
کجا شیرمردان جنگ‌آوردند

دقیقاً روشن است و نه بستر<sup>۲</sup> استفاده آن‌ها!

رجایی در تالیفی جداگانه اثرات آن بی‌ثباتی پایدار را کاویده است. به‌زعم او، اصطلاح هویت ایرانی را می‌توان در تمثیل رودخانه‌ای در نظر گرفت که در عین تازگی و نوبه‌نو شدن، ثابت و ایستاست. مطابق نمودار شماره یک او برای به‌دست دادن شاخص‌هایی که از طریق آن بشود جایگاه بازیگری تمدن ایرانی را به ایرانیان بازگرداند، هویت ایرانی را از چهار منظر و در هشت شاخص استخراج و معرفی می‌کند (رجایی، ۱۳۸۶، ص ۳)

از ایران، فردیت عارفانه و باز بودن یا مدارا را اخذ کرده است و آن هر دو از مشخصه شاهان ایران است. شاه به معنای «بهترین گزیده از میان جمع» به‌کار رفته است؛ آن‌چنان‌که هروودت اشاره می‌کند، نخستین



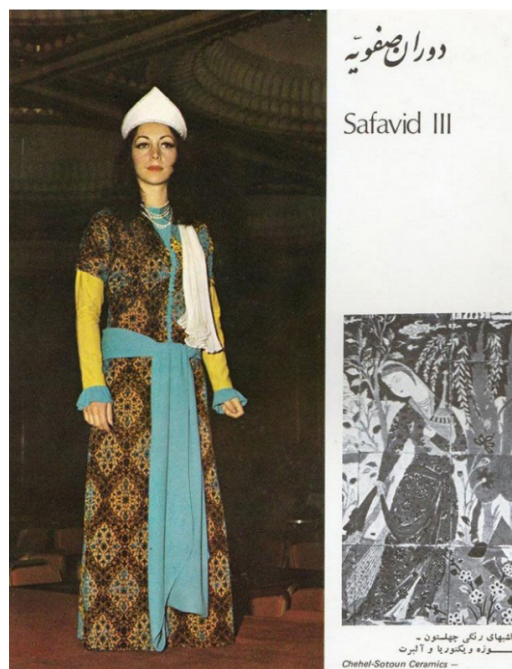
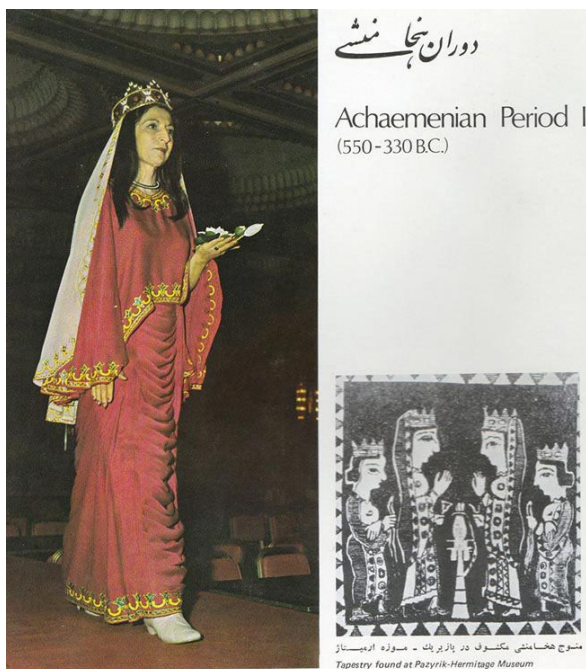
نمودار ۱. شاخص‌های هویت ایرانی طبق نظر رجایی (۱۳۸۶)

شاه (دیائکو) برگزیده قبایل ماد بود. او بهترین بود؛ پس او را شاه نامیدند (همان، ص ۸۴). در این تعبیر، فردیت عارفانه نماینده نقش جزء نسبت به کل است؛ همچنان‌که تراثی بین شاه و «فرایزدی» وجود دارد. شاه هرچه دارد از فرایزدی دارد و آن از میانه‌روی، خرد و مهارت برمی‌خیزد (همان، ص ۸۶).

طراحی ایرانی یکی در میان دیگران است. همچنان‌که خود را در میانه می‌بیند، افتاده و مؤثر است. طرح ایرانی از فرایند طراحانه‌ای برمی‌خیزد که به‌دقت‌گزینش شده است. نه در آن کوتاهی شده است و نه افراط. چنین طرحی با عقل و شهود برگزیده می‌شود؛ نه بسیار و نه کم. نسبت به روش‌های طراحی متساهل و بی‌نهایت دست‌و‌دل باز است. طرح ایرانی خود را در برابر فرایزدی هیچ می‌انگارد. از این سبب است که نام و نشانی از او در طرح نمی‌بینیم؛ چراکه اگر غرور و کبر بر او سلطه یابد، خرد و عدل و مهارت و در یک کلام، نورایزدی از او رخت می‌بندد.

از دین، یکتاپرستی، بن و بنیاد هویت ایرانی است. رجایی یکتاپرستی ایرانیان را از ابتدای حضور و ظهور زرتشت (۱۲۰۰-۱۰۰۰ پ.م) پی می‌گیرد و تا پذیرش اسلام توسط ایرانیان به‌تنگ آمده از استبداد موبدان و شاه-خدایان ساسانی، بر صدر می‌نشانند. به عقیده او آنچه ایرانیان را به دین اسلام و به‌زعم او «مصلح و منجی» پیوند زد، برابری در برابر قانون، آن‌گونه فراموش شده آیین باستانی ایرانیان و یکتاپرستی ایشان بود که آموزه بنیادین اسلام عرب نیز بود (همان، صص ۱۱۲-۱۱۳). گرایش به امر یکتا از همان زمان که کوچ‌نشینان آریایی به دو دسته تقسیم و گروهی عازم فلات ایران شدند و گروهی عزم دره‌سند کردند، بر ملا شد. در مذاهب هند باستان چندخدایی و پرستش ارباب انواع طبیعت باقی ماند، در حالی‌که ساکنین نجد ایران، اهورامزدا را به مقام خدای یکتای مجرد توانا نشاندهند و همه آفریده‌ها را معلول هستی او دانستند (مفهوم آشه).

به این ترتیب، طرح هر مصنوع، گذشته از واسطه انسانی‌اش، مخلوق امر یکتاست و نمایش حضور اهورایی را در هر دست ساخته سنتی ایرانی می‌توان یافت. از حضور اساطیر و ایزدان گرفته تا مفاهیم برجسته مجرد در



تصویر ۱. پوشش زنان ایرانی در دوران‌های صفویه و هخامنشی (انجمن بین‌المللی زنان در ایران، ۱۳۵۲)



ایرانی-اسلامی تحت اندیشه اسلامی-شيعی (همان، ص ۲۸). اما امروزه با خودکمی بینی و درک نادرست از فضای جهانی و ناآگاهی از هویت غنی ایرانی، خود را مفتون و سرسپردۀ تجمل غرب می بینیم و از آن بنیبه و توان هویتی، کمترین برداشت را می کنیم. طراحی ایرانی در دوران باستانی متکی بر قانون و فر ایزدی، در برابر نیازهای نو و مسئله های فرهنگ مهاجم، پاسخ هایی بدیع و متجدد ارائه داده است. طرح مصنوعات ایرانی در این دوران، بدیع و جهان شمول است. مصنوعات ایرانی را از شرق تا ژاپن و از غرب تا اقصای سرزمین های غربی می توان ره گیری کرد. همچنین در عصر صفویه که آخرین دوران جهان داری ایرانیان است، کشور ایران بعد از عثمانی دومین قدرت تمدن ساز عالم است (همان، صص ۱۹۱-۱۹۲).

در حوزه طراحی، هویت ایرانی چنان در برابر نوحواهی گشوده است که می توان یکی از مهم ترین عوامل مشكله هویت ایرانیان را مدارای ایرانیان با فرهنگ های همسایه نامید. ایرانیان در برابر طرح مصنوعات فرهنگ های همسایه چنان مدارا می کردند که مسئله روزمره شان بدون تعارض با اصول هویتی شان حل شود. این امر چنان اهمیتی می یابد که محبی در نقد گرایش ایرانیان به فناوری، علت عمده آن را قناعت ایرانیان به داشته هایشان نام می برد (محبی، ۱۳۸۳). از جمله گشودگی فرهنگ ایرانیان رو به سایر فرهنگ ها را می توان استفاده از خط و زبان و اصول کشورداری اقوام بین النهرین (همان، ص ۹۴) یا پذیرفتن فناوری حفر قنات از بومیان فلات ایران و توسعه آن توسط آریایی های نخستین را نام برد (فولتس، ۱۳۹۴، ص ۲۹).

از منظر نوحواهی و پذیرش تجدد در هویت طراحی ایرانی، می توان پایبندی به قواعد طراحی را بر شمرد. بر این اساس، مواجهه طراحی ایرانی با طراحی مدرن و بسامدین چنان شکل می گیرد که نخست، ایرانیان حضور فرهنگ همسایه را بپذیرند و دریابند که درون فرهنگ خویش «ابزار طراحی» وجود داشته و دارد. اما برای پاسخ گویی به مسائل دنیای نولازم است بدون فروریختن شالوده هویت خویش، از دستاوردهای فرهنگ پیشروی زمان خود مدد بگیرند. این امر به این معناست که بکنناگرایی در بدنه طراحی ایرانی حفظ شود و سازمان طراحی انسان محور غربی در جهت شناخت انسان عصر حاضر، با استفاده از بدنه دانش جدید در روش شناسی طراحی ایرانی بروزسانی شود.

همچنین توجه به این ویژگی هویت ایرانی که فرد را نسبت به کرده خویش مسئول می خواهد، در بدنه طراحی ایرانی نشان دهنده رویکرد ایرانیان نسبت به جامعه متجدد است و لازم است بیش از پیش تقویت شود. طبق نظر رجایی، ویژگی «فردیت مسئول» در هویت ایرانیان زنده است، اما در جامعه اطلاعاتی و گسترش فضای مجازی، ایرانیان کمتر خود را در برابر مسائل جهانی مسئول می دانند. از این منظر، طراح ایرانی باید خود را نسبت به مسائل طراحی روز دنیا مسئول بداند و دستاوردهای تمدنی خود را در حوزه طراحی به دنیا عرضه کند. نه آنکه در گوشه ای بنشیند و جیره خوار نظریه های طراحی دیگران باشد.

### عناصر هویت طراحی ایرانی

از آنچه گفته شد، می توان دریافت که طراحی ایرانی منبعث از هویت و فرهنگ ایرانی دارای نظامی مستقل است. انکار نمی توان کرد که شناخت عناصر هویت ایرانی بسیار پیچیده و دشوار است و دست یافتن به شاخص هایی که عناصر اصیل هویت ایرانی را در برگیرند، خود سهل و ممتنع است. اما بیکار هم نباید نشست و «موجیم که آسودگی ما عدم ماست!»؛ با پژوهش در آثار و متون گذشته و حال، می توان تاحدامکان

غالب نمادها و نشانه های اندام وار، همگی نشان از امری واحد و بی نشان دارد. در اسلام، نمایش امور مجرد در غالب ریاضیات متجلی شده است؛ به گونه ای که علم حساب و هندسه، واسطه میان عوالم مجرد و محسوس تلقی شده است. در معماری ایرانی-اسلامی، رد پای پنهان معادلات اجد را می توان یافت (طاهری و ندیمی، ۱۳۹۳). در این محاسبات، نقطه آغازین طرح مبدأ و ملجأ غایبات است؛ همان جا که اجزای طرح بدون او هیچ است و با محاسبات دقیق هندسی، امور دانی و محسوس به عوالم غیب و ممکن راه می برند.

رجایی در سومین بنیاد هویت ایرانی، به سنت دست می برد و از دل عرفیات ایرانیان، الگوهای رایجی را بیرون می کشد که تنه به تنه فرهنگ می زند. در این راه رجایی مثالی از مراسم عروسی ایرانیان می آورد که بازگویی آن راهگشا است:

«این عروسی ها [عروسی های لبنانی یا پاکستانی] به جز خواندن خطبه عقد، وجه مشترک دیگری ندارند و از نظر نحوه دعوت، جشن، تغذیه و نحوه بروز شادی و خوشحالی کاملاً متفاوت اند. برعکس مراسم عروسی یک ایرانی مسلمان و یا مثلاً یک ایرانی آسوری و یا یک ایرانی ارمنی، به جز مراسم خاص مذهبی جاری نمودن صیغه عقد، بسیار شبیه است.»

رجایی معتقد است نخستین جنبه از میراث سنت ایرانی «میان روی» است. از میان نمونه هایی که رجایی ارائه می دهد، توجه به طرح البسه زنان ایرانی جالب توجه است. او با توجه به نمونه هایی که از پوشش زنان ایران باستان در کتاب نگار زن (منتشر شده به سال ۱۳۵۰) ارائه و آن را با پوشش زنان ادوار تاریخ ایران قیاس می دهد، مدعی می شود که وجه غالب طرح این البسه نه مستوری است و نه عربانی، بلکه محجوبی است؛ در غایت اعتدال و میان روی.

بخش دوم رویکرد سنتی رجایی مربوط به «آداب جوانمردی» است. او خصایص جوانمردی را از قول محمد مصطفی (ع) چنین نام می برد: «یا علی! جوانمرد، راست گوی بود، وفادار و امانت گزار و رحیم دل، درویش دار و پر عطا و مهمان نواز و نیکوکار و شرمگین.» (محبوب به نقل از رجایی، ۱۳۸۶) آن چنان که میرمبین در پژوهش خود درباره واژه جوانمردی جست و جو کرده است، ریشه این واژه به mard-i-jawa n در دوران ساسانی و مصطلح در میان مزدکیان بازمی گردد که کار این افراد غارت ثروتمندان و دستگیری از مستمندان بوده است (میرمبین، ۱۳۹۳، ص ۶۰). از آنجایی که طبق یک عقیده باستانی (آن چنان که پیش از این گفته شد) صنایع و حرف از سوی پیشوایان مذهبی و طبق یک سنت الهی و مقدس پدید آمده اند، لذا آداب جوانمردان را در فتوت نامه های اصناف می توان یافت. در این منابع، مصنوعات در مقام ابزار خدمت به خلق از درجه اهمیت بسیار بالایی برخوردارند و لذا شاگردان تا زمانی که آداب آن حرفه را از استادان فرانگرفته باشند، حق ورود به حلقه پیشه وران آن صنعت را ندارند (همان، ص ۵۹). رسالات متعددی مربوط به اصناف گوناگون باقی مانده اند که هر یک آداب معنوی مشخصی را به شاگردان تعلیم می دهند. رساله بنایان، فتوت نامه بزازان، فتوت نامه معماران و غیره. افشاری (۱۳۹۱، ص ۲۲۵) ذیل فتوت نامه بزازان از «رساله طراحی»<sup>۲۱</sup> نام می برد که نشان می دهد طراحی یک مصنوع، خود پیشه ای مستقل بوده و آداب معنوی خاص خود را داشته است.

رجایی در گام آخر به سراغ تجدد می رود و از طریق آن، هویت ایرانی را تعریف می کند. به زعم او در عصر حاضر، هویت ایرانی از بُعد تجددخواهی نحیف و کم بنیبه است (رجایی، ۱۳۸۶، ص ۱۸۵). او دو دوران بازیگری ایرانیان در جهان (جهان داری) و تولید تمدنی ایرانیان را چنین نام می برد: دوران باستان مبتنی بر اندیشه ودایی-اوستایی و دیگری دوران

براین دشواری چیره شد. این پژوهش در تلاش است پلی میان گذشته و حال برقرار کند و جایگاه شاخص‌های هویت‌ساز ایرانی را در شکل‌گیری طراحی ایرانی، در دنیایی که وجه غالب توجهش جهانی شدن فرهنگ‌ها و تمدن‌هاست، بازشناسد.

در این مسیر، با تکیه بر آرای دومزیل، می‌توان وجه مشخصه این هویت را شکل‌گیری مدل چهارگانه ایرانی از فرضیه کارکرد سه‌گانه پیشا-هند-اروپایی دانست. در این مدل، انعطاف در برابر طبقه‌های چهارگانه و شکل‌گیری هویت صنعتگران و پیشه‌وران، خاص جامعه ایرانی است. همچنین فولتس از موقعیت راهبردی ایران در چهارراه دنیاسخن می‌گوید و بر این باور است که تضارب فرهنگی در ایران معلول موقعیت جغرافیایی ویژه، زبان و فرهنگ منحصر به فرد مردمان این دیار است. دستاورد عمده این پژوهش از مطالعه پژوهش رجایی رخ می‌نماید که طبق آن، هویت ایرانی در چهار جبهه و ذیل هشت عنوان منحصر می‌شود. با بررسی شاخص‌های هویت ایرانیان ذیل این هشت عنوان، یک عامل همواره خود را بر هویت ایرانی تحمیل می‌کند و آن «گرایش به امر یکتا» است.

بنابر آنچه گفته شد، می‌توان چنین استنباط کرد که طراحی ایرانی از درون همواره به امر یکتا متمایل بوده است. نمی‌توان مدعی شد که این عامل، تنها و یک‌سویه است؛ به بیان دیگر، عامل محوری هویت ایرانی در تعامل با سایر شاخص‌های هویتی ایرانی رخ می‌نماید و لازم است طراحی ایرانی را ذیل این شاخص‌ها جست‌وجو کرد، اما غفلت از عامل وحدت‌آفرین در کنش طراحی ایرانی، مسیر را به کلی منحرف خواهد کرد. همچنین در پاسخ به این پرسش که «آیا پایبندی به اصول طراحی ایرانی با اصول جهانی‌سازی طراحی در تعارض نیست؟»، باید گفت پایبندی به هویت ملی در طراحی نه تنها در ایران، بلکه در بسیاری از کشورهایی که داعیه‌دار طراحی هستند، ریشه‌دار است و بلکه ارتباط طراحی و هویت ملی در این کشورها ارتباطی دوسویه است؛ از یک سو طراحی به رشد هویت ملی کمک می‌کند (Scherrfig, Brunander & Melander, 2010, p.14) و از سوی دیگر، هویت ملی منسجم باعث می‌شود کشورها در دهکده جهانی برای مصنوعات خود توان رقابتی و ارزش‌افزوده ایجاد کنند (Woodham, 2010, p.41). این کشورها میان اصول طراحی ملی خود و طراحی جهانی تعارضی نمی‌بینند و بلکه آن را تقویت می‌کنند. همچنین باید گفت طراحی ایرانی از درون آمادگی پذیرش تضارب فرهنگی را دارد و این امر از هویت ملی ایرانی برمی‌خیزد. همان‌طور که در بالا گفته شد، یکی از شاخص‌های هویت ایرانی، «تساهل» و «باز بودن» است؛ چنان‌که عناصر فرهنگ مهاجم را تحلیل کرده، عناصر مثبت را جذب و عناصر منفی را دفع می‌کند. به این ترتیب، در حوزه طراحی اتکا به هویت ایرانی نه تنها در دهکده جهانی تهدید و تعارض نیست؛ بلکه اگر روش‌شناسی طراحی ایرانی به درستی معرفی شود، یک فرصت است.

## نتیجه‌گیری

پژوهش پیش‌رو در تلاش است پلی میان گذشته و حال برقرار کند و جایگاه شاخص‌های هویت‌ساز ایرانی را در شکل‌گیری طراحی ایرانی، در دنیایی که وجه غالب توجهش جهانی شدن فرهنگ‌ها و تمدن‌هاست، بازشناسد. دستاورد پیش‌رو از جهت روش‌شناسی پژوهش در طراحی ایرانی بکر و تازه است، اما به همان نسبت احتمال بروز خطا در آن بسیار است و پژوهشگر داعیه‌ای در این زمینه ندارد. آنچه در دنیای نوین و ذیل مفهوم «هویت جهانی شده» باعث می‌شود ایرانیان هویت طراحی خود را به جهان عرضه کنند، توجه به تولید نظریه‌های طراحی تحت عنوان «یکتاگرایی ایرانی» است. با معرفی این مفهوم می‌توان گفت روحیه تساهل و گشودگی ایرانیان بر روی سایر فرهنگ‌ها، فرصتی مغتنم برای ارائه روش‌های مواجهه با بحران‌های مقلو «جهانی‌سازی» به دست می‌دهد. در حوزه طراحی، ایرانیان از دیرباز در برابر مسائل جدید، از دستاوردهای گوناگون فرهنگ‌های پیرامون خود سود برده‌اند و این امر نماینده مشخصه بارز هویت ایرانیان است که به گفته فولتس در چهارراه جهان، در مسیر راه ابریشم و در تضارب فرهنگ‌های گوناگون، بیش از هشت‌هزار سال است که این چنین بار آمده‌اند.

آن چنان‌که از متن مقاله برمی‌آید، پژوهشگر در این مقاله تلاش نکرده است تا طراحی ایرانی را تعریف کند؛ بلکه عمده دستاورد او نشان دادن کلیات هویت ملی ایرانی و نحوه اثرگذاری آن بر طراحی است. به این ترتیب، آنچه در این پژوهش به دست آمده، مجموعه‌ای از شاخص‌های کلی و مشخصات اصلی هویت ایرانی است که در تطور تاریخی تمدن ایرانی ثابت مانده و بر طراحی ایرانی اثرگذار بوده است. این شاخص‌ها با عناوین «یکتاگرایی» و «تساهل»، نه مثبت هستند و نه منفی؛ یعنی اینکه ایرانیان گرایش به امر یکتا داشته و دارند و این امر در قیاس با سایر فرهنگ‌ها نه ارزش تلقی می‌شود و نه ضدارزش. همچنین ایرانیان در تعامل با فرهنگ‌های همسایه همواره گوش شنوا داشته‌اند. شایان توجه است که چگونگی اثرگذاری این شاخص‌ها بر طراحی، از گستره این پژوهش بیرون است و این خود موضوع پژوهشی مفصل است. اینکه چگونه «یکتاگرایی» و «باز بودن» بر «روش طراحی ایرانی» اثر می‌گذارد، خود محل بحث است.

همچنین این نکته که شاخص‌های طراحی ایرانی چگونه به کار برده شوند تا اصول و مبانی طراحی ایرانی در قالب رویکردهای فلسفی، گرایش‌های کلان توسعه‌ای و سیاست طراحی و در نهایت، سبک‌های طراحی ایرانی پدیدار شوند، خود موضوع پژوهشی مستقل است.

## منابع

- احمدی، حمید. (۱۳۸۸). *بنیادهای هویت ملی ایرانی: چهارچوب نظری هویت ملی شهروندمحور*. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی واجتماعی.
- اشرف، احمد، نیولی، گیراردو، وشهبازی، علیرضا شاپور. (۱۳۹۴). *هویت ایرانی: از دوران باستان تا پایان پهلوی احمد اشرف و دو مقاله از گیراردو نیولی وشاپور شهبازی*. (ح. احمدی، مترجم). تهران: نشرنی.
- افشاری، مهران. (۱۳۹۱). *سی فتوت نامه دیگر: سی رساله ناشناخته در فتوت و پیشه‌وری و قلندری*. تهران: نشر چشمه.
- اکبری، افشار. (۱۳۸۸). *بررسی تحولات تاریخی هویت ملی در ایران*. در مجموعه مقالات کنکاشی در هویت ایران. (ا. حاجیانی، ویرایشگر). (صص ۶۲-۱۰۹). تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک.
- انجمن بین‌المللی زنان در ایران. (۱۳۵۲). *نگارزن: تاریخ مصور لباس زن در ایران*. تهران: انجمن بین‌المللی زنان در ایران.
- پیمان، حبیب‌الله. (۱۳۸۴). *ایران: نالمنی و بی‌ثباتی پایدار*. تهران: قلم.
- دومزیل، ژرژ. (۱۳۸۱). *اصول ثابت تاریخ ایران*. در تمدن ایرانی. (ع. بهنام، مترجم). (صص ۲۳-۳۲). تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- رجایی، فرهنگ. (۱۳۸۶). *مشکله هویت ایرانیان امروز: انقیاد نقش در عصریک تمدن و چند فرهنگ*. تهران: نشرنی.
- طاهری، جعفر، و ندیمی، هادی. (۱۳۹۳). *بعد پنهان در معماری اسلامی ایران*. صص ۲۴-۶۵.
- فولنس، ریچارد. (۱۳۹۴). *ایران در تاریخ جهان*. (پاشایی، و عسکری، مترجم). تهران: دیبایه.
- فردوسی، ابوالقاسم. (۱۳۶۶). *شاهنامه*. (ج. خالقی مطلق، ویرایشگر). (ج ۱). نیویورک: بیبلیوتکاپرسیکا.
- کاتوزیان، محمدعلی. (۱۳۹۲). *ایرانیان: دوران باستان تا دوره معاصر*. (ح. شهیدی، مترجم). تهران: نشر مرکز.
- محبی، پرویز. (۱۳۸۳). *فنون و منابع در ایران: مقدمه‌ای بر تاریخ تکنولوژی و کاربرد مواد در ایران از قرن اول تا سیزدهم هجری*. (قریب، مترجم). تهران: اختران.
- میرمبین، رضا. (۱۳۹۳). *ریشه‌های باستانی آداب پهلوانی و جوانمردی در درامدی بر آداب معنوی در هنرهای سنتی: مجموعه مقالات نخستین همایش آداب معنوی در هنرهای سنتی*. (ا. داداشی ویرایشگر). (صص ۵۷-۷۴). تهران: شرکت انتشارات سوره مهر.
- Crilly, Nathan, Moultrie, James, & Clarkson, P. John. (2004). Seeing things: consumer response to the visual domain in product design. *Design studies*. 25(6), 547-577.
- Fiell, Charlotte, & Fiell, Peter. (2013). *The Story of Design*.
- Friedman, Ken. (2000). *Creating design knowledge: from research into practice*. IDATER 2000 Conference, Loughborough: Loughborough University
- Huppatz, Daniel J. (2015). Globalizing Design History and Global Design History. *Journal of Design History*. 28(2).
- Kristoffersson, Sara. (2014). *Design by IKEA: a cultural history*. Bloomsbury Publishing.
- Razzaghi, Mohammad, Ramirez, Mariano, & Zehner, Robert. (2009). Cultural patterns in product design ideas: comparisons between Australian and Iranian student concepts. *Design Studies*. 30(4), 438-461.
- Scherfig, Christian, Brunander, Merete, & Melander, Christina. (2010). From the world's first design policy to the world's best design policy. *Design Management Review*. 21(4), 6-14.
- Woodham, Jonathan M. (2010). Formulating National Design Policies in the United States: Recycling the "Emperor's New Clothes"? *Design issues*. 26(2), 27-46.
- پی‌نوشت‌ها
۱. Globalization
  ۲. Huppatz
  ۳. Friedman
  ۴. Fiell
  ۵. Pevsner
  ۶. Heskett
  ۷. Journal of Design
  ۸. South Kensington System
  ۹. Royal College of Art
  ۱۰. Richard Burchett
  ۱۱. Scandinavian Design
  ۱۲. پیش‌ازاین در دوره ساسانی، ایران تجربه حکومت مبتنی بر دین را از سرگذرانده بود. در اینجا ترکیب «دین حکومتی» به معنای دینی است که متناسب با خواست حاکمان تفسیر و به عنوان ابزار حاکمیت مورد استفاده باشد.
  ۱۳. از قول محمدعلی فروغی (نخست‌وزیر دوران پهلوی اول) نقل است که نسبت ما به انگلیسی‌ها مثل آستینی است که بدون دست بی حرکت است. هرچه او بخواهد همان می‌شود؛ ن. ک. «دست پنهان سیاست انگلیس در ایران» نوشته احمد ملک ساسانی
  ۱۴. Georges Dumezil
  ۱۵. Trifunctional Hypothesis of Proto-Indo-European Societies
  ۱۶. آتوربان یا آذربان به معنای نگهبانان آتش
  ۱۷. هوتخشی مرکب از «هو» به معنای «خوب» و «تخشی» هم‌ریشه با واژه «تیشه» به معنای «سازنده». ن. ک. فرهنگ ریشه‌شناسی فارسی، مدخل ۳۷۸: تش، ص ۱۵۲.
  ۱۸. عمده پادشاهی‌های ایران برخاسته از شورش اقوام و قبایل کوچ‌نشین بوده است.
  ۱۹. Function
  ۲۰. Context
۲۱. متأسفانه نگارنده نتوانسته است نسخه‌ای از آن را بیابد.