

هویت و منظر شهری (مطالعه موردی شهر پاکدشت)

اسماعیل ضرغامی^{۱*}، مهدی امینیان^۲

^۱دکترای معماری، استادیار گروه معماری، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی
^۲کارشناسی ارشد مهندسی معماری، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی

(تاریخ دریافت: ۹۱/۴/۲۸ تاریخ پذیرش: ۹۱/۸/۱۰)

چکیده

امروزه با توجه به پیشرفت‌های دنیای جدید و افزایش جمعیت و گسترش شهرها و همچنین شکل‌گیری شهرهای جدید و پیرامونی، به مساله هویت و ایجاد حس تعلق ساکنان به مکان و شهر کم‌تر توجه می‌گردد و یا کاملاً به فراموشی سپرده شده است. یکی از مسائلی که هویت را به شدت تهدید می‌کند فرآیند جهانی شدن و پدیده دهکده جهانی است که تمام حد و مرزهای سنتی را از میان برداشته و در نهایت به جایی انجامیده که فرد می‌تواند به هر جایی تعلق داشته باشد، در حالی که در چنین وضعیتی فرد به هیچ جایی تعلق نداشته و ویژگی و هویت مکانی او از بین خواهد رفت. به این ترتیب جامعه به یک فضای فرهنگی بی هویت، بدون تشخیص و پیچیده تبدیل می‌شود. در این حالت، فضای بی‌تعیین که یک نامکان است به بستر زندگی اجتماعی تبدیل می‌شود و ارتباطی که میان مکان، فرهنگ و هویت وجود داشته به هم می‌خورد. در صورتی که با ایجاد ویژگی‌های مکانی و هویتی می‌توان حس تعلق فرد به مکان خاص و یا جامعه را ایجاد و تقویت نمود. این تحقیق به بررسی در این زمینه پرداخته و جنبه‌های منظر شهری آن را تاکید می‌کند.

برای ملموس کردن پژوهش، این تحقیق مساله هویت شهری را از دیدگاه منظر شهری و عناصر منظر شهری مثل مبلمان شهری، فضای سبز، جداره‌ها، فضاهای شهری، مسیرهای پیاده، تبلیغات شهری، هنر شهری و نورپردازی مورد بررسی قرار داده است و همچنین عوامل مختلف فرهنگی و اجتماعی نیز در این امر دخالت مستقیم داده شده اند. در این تحقیق از روش‌های تحقیق کیفی و همبستگی و روش تحقیق اسنادی برای استنتاج و اثبات عوامل مؤثر در هویت و منظر شهری استفاده گردیده است. از مباحث مطرح شده در پژوهش می‌توان نتیجه گرفت در بخش‌هایی از شهر که اکتشافش دیداری کم‌تری وجود دارد و عناصر منظر شهر از یک تناسب مطلوب دیداری بهره‌مند هستند، ساکنان نسبت به آن احساس تعلق نسبتاً بیشتری دارند و نیز این نتیجه به دست می‌آید که منظر شهری خوب می‌تواند باعث ارتقای هویت شهر شود.

واژگان کلیدی: هویت، هویت مکانی، مبلمان شهری، حس تعلق، منظر شهری.

۱۳۸۷). پس اگر هویت‌ها ساخته می‌شوند باید منابع و مصالحی برای ساختن آن‌ها وجود داشته باشد. به بیان دیگر هر جامعه باید منابع هویت بخش و معناآفرین را در اختیار اعضای خود قرار دهد تا آن‌ها بتوانند به صورت هویت یافته زندگی خود را معنا دار کنند. می‌توان با هویت‌بخشی به جامعه، همانند شهر، آن جامعه را به همگان معرفی کرد. مساله هویت و ایجاد آن در شهرهای مهاجرپذیر، که با خطرات اجتماعی و فرهنگی ناشی از چندگانگی فرهنگی مواجه هستند، اهمیت دوچندان پیدا کرده و ضروری تر به نظر می‌رسد. این مقاله، مساله هویت شهری را از دیدگاه منظر شهری و عناصر آن مثل مبلمان شهری، فضاهای شهری، فضای سبز، مسیرهای پیاده، تبلیغات شهری، هنر شهری و نورپردازی مورد بررسی قرار می‌دهد. البته به یقین، نباید فراموش کرد که عوامل مختلف فرهنگی و اجتماعی نیز در این امر دخالت مستقیم دارند.

سؤالات تحقیق به قرار زیر است:

۱. عناصر منظر شهری مؤثر در افزایش رضایت مردم از محیط شهری چیست؟
۲. آیا منظر شهری در افزایش احساس تعلق به جامعه نقش دارد؟

۱. هویت

هویت را می‌توان از دیدگاه‌های مختلف مورد بررسی قرار داد. اما در اینجا تنها به تعریف هویت از دیدگاه جامعه‌شناسی شهری می‌پردازیم. بهزادفر، هویت را مجموعه‌ای از صفات و مشخصات می‌داند که باعث تشخیص یک فرد از فرد دیگر و یا یک شیء از دیگر اشیا می‌گردد و هدف از تعیین هویت را نیز پیدا کردن تفاوت اشخاص و اشیا از یکدیگر می‌داند (بهزادفر، ۱۳۸۷: ۲۱). به عقیده «گیدنز» هویت در واقع همان چیزی است که فرد به آن آگاهی دارد. به عبارت دیگر، هویت شخص چیزی نیست که در نتیجه تداوم کنش‌های اجتماعی فرد به او تفویض شده باشد، بلکه چیزی است که فرد باید آن را به طور مداوم و روزمره ایجاد کند.

همان‌طور که در تعریف‌های بالا مشاهده می‌کنیم، هویت به صورت صفت متمایز کننده از دیگران عنوان شده است. البته هر شخص انتظارات خاص خود را از پدیده‌هایی که با آن‌ها مواجه است دارد و چنانچه آن پدیده توقعات وی را برآورده سازد، او آن پدیده را دارای هویت قلمداد می‌کند. قاسمی، هویت را ویژگی یک پدیده نمی‌داند. به نظر وی «هویت حاصل توافقی میان فرد و پدیده مورد ارزیابی است. بر این مبنا، هویت مفهومی نسبی است که یک سر آن به انسان برمی‌گردد و سر دیگرش در محیط تعریف می‌شود» (قاسمی، ۱۳۸۳: ۶۹). بر این اساس بخشی از شخصیت وجودی هر انسان که هویت فردی او را می‌سازد، مکانی است که خود را با آن می‌شناسد و به دیگران می‌شناساند.

پس از بررسی هویت در معنای عام، به تعریف این واژه در اجتماع می‌پردازیم که به هویت جمعی معروف است. بدیهی است که تبیین خویش‌نمایی به صورت جدا شده از دیگران امکان‌پذیر

در عصر حاضر ترکیب فضاهای شهری جدید، بیشتر به صورت قرار گرفتن حجم‌های سخت هندسی در کنار هم و به طور مستقل از محیط شهری مربوط، شکل گرفته است. این گونه مکان‌ها و فضاهای شهری، به طور معمول از غنا و زیبایی بنیادی منظر شهری بی بهره هستند. هاشم‌نژاد به وجود آمدن شهرهای زشت و بی هویت امروزی و همچنین از بین رفتن سرمایه‌های ملی را نتیجه ساخت و سازهای غیرقانونمند می‌داند. وی اعتقاد دارد که سیمای فضاهای شهری و معماری شهرها از یک نظام قانونمند که بتواند آن‌ها را هماهنگ کند پیروی نمی‌کند و هر کدام از بناها به طور مستقل و بدون توجه به همجواری‌ها، که می‌باید جزیی از یک مجموعه یکپارچه و هماهنگ باشند، ترکیبی بی نظم و آشفته را مجسم می‌نماید. به عقیده وی این شکل ساخت و ساز، حاصلی جز آلودگی‌های دیداری در سیمای کلی منظر شهری ندارد (هاشم نژاد، ۱۳۸۵: ۶۷).

فکوهی در کتاب *انسان‌شناسی شهری* تناقضی اساسی بین امکانات معماری گسترده آینده - که می‌تواند فضاسازی‌های هرچه گسترده تری را ممکن کند - و عدم امکان ایجاد هماهنگی و سازش پذیری‌های فرهنگی انسان‌ها با این تغییرات قائل شده و این گونه تغییرات را برای برخی جوامع بسیار سنگین دانسته است، تا حدی که می‌تواند برای برخی جوامع تحمل‌ناپذیر بوده و آن‌ها را در سرآشوب سقوط و تنش‌های گسترده قرار بدهد (فکوهی، ۱۳۸۲: ۱۳۹). در این شهرها، فضاهای حاصل از پیشرفت امکانات معماری، که هنوز روح مکان در آن‌ها دمیده نشده، تبدیل به بستر زندگی اجتماعی می‌شود و نتیجه، این است که ارتباطی که میان مکان، فرهنگ و هویت باید وجود داشته باشد به هم می‌خورد.

عدم احساس تعلق فرد به جامعه، نتیجه مستقیم نداشتن هویت در جوامع به اصطلاح جهانی است. حلقه مفقوده زندگی امروزی که موجب بسیاری مشکلات اجتماعی و شهری شده، شاید همین عدم هویت و شناسنامه جوامع باشد. موارد متعددی در ایجاد و تقویت حس تعلق فرد به جامعه وجود دارد که این تحقیق به بررسی جنبه‌های منظر شهری می‌پردازد. به یقین، اگر منظر شهری از یک برنامه مدون و هماهنگ پیروی کند شهرها از این نابسامانی دیداری که امروزه گریبان گیرشان شده، خارج می‌شوند.

نوعی از هویت که امروزه می‌توان به آن پرداخت، ایجاد حس تعلق خاطر به یک مکان خاص است. برای تحقق این هدف باید ریشه‌های مطلوبیت محیط را در فرهنگ مردم جستجو کرد. از جمله، این که چه عناصری مورد توجه افراد جامعه قرار گرفته و یا این که مورد بی توجهی قرار گرفته است و در صورت تقویت آن‌ها محیط شهری مطلوب تری را به وجود خواهند آورد. از طرفی باید به غنی سازی دیداری محیط و ایجاد تمایز آن مکان و سایر مکان‌ها پرداخت و نیز با بکارگیری تمهیداتی، موجبات حضور بیش تر افراد را در محیط‌های عمومی فراهم کرد. بهزادفر اعتقاد دارد بر خلاف این که به نظر می‌رسد که هویت‌ها طبیعی و ذاتی هستند، اما در واقع این گونه نیست و همواره قدرت‌هایی دست‌اندرکار هویت سازی هستند و برای حفظ این هویت‌ها می‌کوشند (بهزادفر،

روح مکان کافی نیست بلکه ویژگی یگانه‌ای است که مکان را متمایز ساخته و به آسانی می‌توانیم به کمک آن با محیط پیرامونی رابطه برقرار کنیم.

۳. منظر شهری

جورج سانتایانا، زیبایی‌شناسی را تحت عنوان زیبایی‌شناسی حسی، شکلی و نمادین تقسیم‌بندی کرده است. زیبایی‌شناسی حسی، امری ذهنی و درونی است و بیشتر مورد توجه رفتارشناسان است. زیبایی‌شناسی شکلی به شکل و تناسبها می‌پردازد. اما زیبایی‌شناسی نمادین با مسأله هویت سروکار دارد. این جنبه از زیبایی‌شناسی با معانی تداعی‌کننده و لذت بخش محیط سروکار دارد. بالطبع یکی از عناصر اصلی محیط زندگی بشر، سیمای ظاهری یا همان منظر شهر است. هر محیطی در صورتی از نظر زیبایی‌شناختی لذت بخش است که تجربه‌های حسی لذت بخش را فراهم آورد، ساختار ادراکی دلپذیری داشته باشد و نمادهای لذت بخشی را تداعی کند. معنای این نتیجه‌گیری این است که انرژی‌های محرک از قبیل نور، رنگ، صدا، بو و لمس برای استفاده‌کننده و مشاهده‌کننده فضای معماری لذت بخش هستند (لنگ ۱۳۸۱: ۲۱۴).

در واقع منظر شهری، نخستین سطح برخورد شهروندان با شهر است و از آن طریق شهر را درک می‌کنند. بنابراین باید عناصر منظر شهری را شناخت و در جهت بهبود جنبه دیداری آن‌ها تلاش کرد. در تعریفی دیگر، ویژگی‌های مؤثر در هویت بخشی به شهر، شامل منظر، سنت‌های ساختمان‌سازی، الگوهای زندگی محلی و عوامل دیگر، عنوان شده‌اند که باعث تمایز یک مکان از دیگر مکان‌ها می‌شود (میرمقتدایی و طالبی، ۱۳۸۵: ۳۲). با بررسی دقیق این موضوعات دیداری محیطی، باید آن‌ها را با پیوستگی‌ها و تمهیدات جدیدی تقویت و تاکید کرد. بیشتر طراحان شهری معتقدند که در طراحی شهرها و فضاهای شهری باید اولویت را به پیاده‌ها و عملکردهای مربوط به آن‌ها اختصاص داد. بحرینی، ضمن تأکید بر اهمیت اولویت دادن به عابران پیاده، عقیده دارد باید با به‌کاربردن تدبیرهای لازم، مردم را به پیاده روی تشویق کرد. وی تحقق این هدف را مستلزم تامین فضای کافی و مناسب، تأمین ایمنی، جالب و جاذب کردن فضاها و فراهم آوردن وسایل و امکانات لازم در این فضاها می‌داند (بحرینی، ۱۳۸۷: ۲۳۴).

گوردون کالن، بر توازن بین عناصر شهر و منظر شهری تأکید فراوان داشته و از آن به عنوان هنر تناسب‌ها نام می‌برد. وی عقیده دارد همچنان‌که هنر معماری وجود دارد، هنر تناسب‌ها نیز وجود دارد و دلیل آن را به خاطر نظم معقول بین تمام عناصری می‌داند که در تکوین محیط به کار رفته‌اند. به نظر وی ساختمان‌ها، درختان، طبیعت، آب، ترفایک، علائم تبلیغاتی و مانند این‌ها را باید به گونه‌ای به هم مرتبط کنیم تا این‌که نمایش هنری به حقیقت پیوندد (کالن، ۱۳۸۷: ۶).

نیست، زیرا انسان به عنوان یک موجود اجتماعی مجبور است گروهی عمل کند و به دلیل نیاز به برقراری ارتباط با سایر افراد، نمی‌تواند بدون کمک اطلاعاتی دیگران خود را بیابد و احراز هویت نماید. وقتی در بحث هویت از مفهوم اجتماع سخن به میان می‌آید، به صورت ناخواسسته مفهوم هویت جمعی مطرح می‌شود. قاسمی اعتقاد دارد: «اهمیت هویت جمعی تا بدان پایه است که اگر فرد در اجتماعی قرار گیرد که نتواند خود را جزئی از آن به حساب آورد، قادر به تثبیت هویت شخصی خود نیز نیست» (قاسمی، ۱۳۸۳: ۶۷).

۲. هویت کالبدی

بیشتر تعاریفی که از هویت کالبدی شده است، آن را به معنای ویژگی‌هایی که باعث تمایز شهر از دیگر شهرها می‌شود بیان داشته است. ذکاوت در مورد هویت کالبدی یا هویت فضای شهری از حس مکان که به محیط معنی می‌دهد و دریافت ادراک فضای شهری را برای شهروند میسر می‌سازد سخن گفته است. (ذکاوت، ۱۳۸۴: ۱۷۵) طبق دسته‌بندی که بهزادفر انجام داده، مولفه‌های سازنده هویت شهر از سه راه محیط طبیعی، مصنوع و انسانی از هم تفکیک می‌گردند. وی در کتاب هویت شهر، در مولفه مصنوع، شاخص‌های هویت شهر را در زیرسیستم‌های مختلفی طبقه‌بندی کرده است:

- منظر عمومی: شامل کلیت شکل شهر با دید پرنده که وضعیت شهر را از گذشته تا شرایط موجود نشان می‌دهد.
- عناصر خطی - ساختاری شاخص: شامل خیابان‌های اصلی ساخت شهر.
- شاخص‌های کانونی و نقطه‌ای شهر: شامل میدان‌ها، دروازه‌ها، پارک‌ها و نظیر آن‌ها.
- شاخص‌های خطی - نقطه‌ای تاریخی و کالبدی: شامل کاخ‌ها، بازارها و نظیر این‌ها.
- تک بناهای شاخص شهری.
- توده‌ها، حوزه‌ها و فضاهای شاخص شهری: محله‌های قدیمی شهر قدیم، مجموعه ساختمان‌های مسکونی و نظیر این‌ها (بهزادفر، ۵۸: ۱۳۸۷).

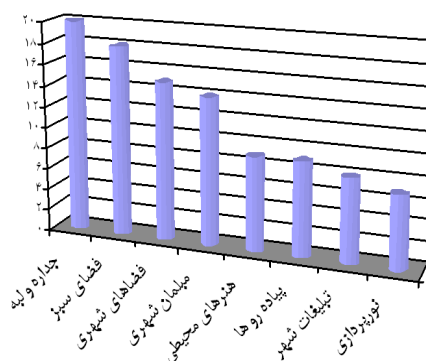
در محث هویت، همواره صحبت از روح یا حس مکان می‌شود. روح مکان با تفاوت جزئی در واقع همان هویت است. روح مکان، ویژگی‌ای است که یک مکان یا منظر را از دیگری متمایز می‌کند، یگانه و مخصوص آن است. این مفهوم نسبتاً انتزاعی و نامحسوس، در سطوح احساسی و ناخودآگاه ذهن آدمی درک می‌شود. با وجود این، یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های مکان است و در برابر ایجاد هر تغییری در هر مکان خاص یا پیرامون آن، بی‌ثبات و آسیب‌پذیر می‌نماید. احساس هویت مبتنی بر مکان خاص است که افراد برای اشاره به موجودیت خود از آن بهره می‌گیرند. محل، خود نشانه موقعیت مکان است. مکان به خودی خود از تمام اشیای طبیعی و مصنوعی تشکیل شده که به شیوه‌ای یگانه در کنار هم قرار گرفته‌اند و می‌تواند به طور دقیق پیش‌بینی و پیوندهای آن مکان و نیز افرادی باشد که هویت خود را از آن می‌دانند. با وجودی که هر مکانی شخصیت خاص خود را دارد، این ویژگی به خودی خود برای ایجاد

۳-۱. عناصر منظر شهری

همان‌طور که اشاره شد عوامل بسیاری در شکل‌گیری و تقویت هویت در یک شهر تاثیر گذارند که این پژوهش به بررسی نقش منظر شهری در هویت شهر می‌پردازد. اما هریک از عناصر منظر شهری نیز تاثیر متفاوتی در این امر دارند. برخی از آن‌ها ملموس‌ترند و بیشتر مورد توجه شهروندان قرار می‌گیرند. البته نمی‌توان هیچ‌یک از این عناصر را در شکل‌دهی به منظر شهری خوب نادیده گرفت، بلکه می‌توان از لحاظ میزان تأثیرگذاری، آن‌ها را درجه‌بندی کرد. برای مثال ایرانمنش، نقش فضای سبز را بیشتر از سایر عوامل طبیعی می‌داند. همچنین بحرینی، از مبلمان شهری به عنوان عنصری که فضای شهری را پویا و زنده می‌کند، نام برده است و برای آن نقش پررنگی قائل شده است. راب کریر، فضاهای شهری را از اجزای مهم در ارتقای هویت فرهنگی شهر، نام برده است. جداره‌ها نیز از عناصر مهم به شمار می‌روند.

بر اساس مصاحبه‌ها و پرسشنامه‌های تهیه شده به وسیله محقق، نتایجی به دست آمد که در نمودار زیر ارائه می‌گردد. مصاحبه‌شوندگان بیش‌ترین تاثیر در بین عناصر منظر را به ترتیب برای جداره‌ها، فضای سبز، فضاهای شهری و مبلمان شهری در نظر گرفتند و هنرهای محیطی، نورپردازی، پیاده‌روها، تبلیغات شهری و نورپردازی در اولویت‌های بعدی واقع شدند.

البته هیچ‌یک از عناصر ذکر شده به تنهایی معنا و مفهوم و عملکردی ندارند، بلکه در کنار عناصر دیگر دارای معنا می‌شوند. برای مثال فضاهای شهری با مبلمان، نورپردازی، کف‌سازی و فضای سبز شکل می‌گیرد و جداره‌ها نیز بدون رنگ بی‌روح می‌شود. ابتدایی‌ترین و اثرگذارترین شاخص‌های طبیعی یک محل عوارض آن است. اگر با عوارض طبیعی به فراخور وضعیت خاص‌شان برخورد شود، علاوه بر تامین آسایش شهروندان و نزدیک شدن به یک مکان خوب، می‌توان شهری با محله‌های برخوردار از تشخیص داشت.



نمودار شماره ۱: میزان تاثیر هریک از عناصر منظر شهری

۴. بی‌هویتی یا بحران هویت

هویت امری است نسبی و نمی‌توان به صورت مطلق از بی‌هویتی سخن گفت. بهزادفر، در این زمینه این‌گونه اعتقاد دارد که «در راهکار سنجی هویت شهری مفاهیمی چون بی‌هویتی یا هویت

نداشتن معنی و مصداق ندارد. بی‌هویتی به معنای سلب هرگونه امکان تشخیص، مفهومی است که در دنیای واقعی شاید هیچ‌گاه به صورت مطلق نمود نیابد» (بهزادفر، ۱۳۸۷). اگر انسان نتواند معنای نمادین و فرهنگی فضا را درک کند، در آن فضا احساس آرامش نخواهد کرد و نمی‌تواند با آن محیط ارتباط برقرار کند. در صورتی که این ضعف ارتباط ادامه پیدا کند، فرد دچار بحران هویت می‌شود. قاسمی، بزرگ‌ترین پیامد بحران هویت را احساس بی‌ریشه بودن و دلیل این بی‌ریشه بودن را مخدوش بودن هویت مکان می‌داند. (قاسمی، ۱۳۸۳: ۷۹)

انسان به عنوان موجودی متفکر، در برخورد با محیط به گزینش و پردازش اطلاعات دریافتی از آن می‌پردازد. فرآیند پردازش این اطلاعات در ذهن انسان انجام می‌شود. بازتاب محیط در ذهن فرد، نتیجه دو نوع نظام به دست آوردن دانسته‌هاست. اول، تجربه مستقیم از طریق خود فرد و دوم، تجربه غیر مستقیم از طریق تبادل تجربه با دیگران در بستر تقابل‌های روزمره اجتماعی و یا به ارث بردن گروهی از عادات و آداب فرهنگی محیط (Walmsley, 2010: 21). هنگامی که این اطلاعات در ذهن فرد قرار می‌گیرد، تجربیات فردی و جمعی وی از گذشته و حال به او کمک می‌کند تا عینیت برای او دارای معنا گردد. همان‌طور که اشاره شد، فرد در برخورد با محیط به ارزیابی آن می‌پردازد. چنانچه تصویر قبلی از یک محیط مطلوب داشته باشد به مقایسه آن با محیط موجود می‌پردازد و اگر تجربه قبلی نداشته باشد، در ذهن خود محیط مطلوب را تصور و ترسیم می‌کند. تصویر ذهنی یک فرد تحت تاثیر توان ادراکی، مهارت‌های بازشناسی، شخصیت، ارزش و فرهنگ وی است (پیشین: ۲۱). چنانچه محیط زندگی فرد با تصوراتش فاصله زیادی داشته و نتواند ذهنیت خود را در در دنیای واقعی، مشاهده کند، با سرخوردگی با محیط برخورد نموده و به آن احساس تعلق نخواهد داشت.

۴-۱. اهمیت رابطه هویت و منظر شهری

با نگاهی گذرا به سیمای شهرها، امری که بیش از هر مسأله دیگری به چشم می‌آید این است که عناصر مختلف تشکیل دهنده منظر شهر از یک طرح و نظم خاص پیروی نمی‌کند. برخوردار نبودن شهر از یک منظر شهری خوب، باعث عدم جذابیت و کشش شهروندان به شهر می‌شود و شهر صرفاً به فضایی برای پاسخ‌گویی به نیازهای اولیه بشر تبدیل می‌گردد. در سیمای اکثر شهرهای ما هیچ اثر و نشانی از تاریخ و هویت فرهنگی شهر در آن دیده نمی‌شود. بی‌توجهی به تاریخ و فرهنگ شهر، باعث عدم احساس تعلق شهروندان به شهر گردیده و نمود مستقیم در زندگی آنان دارد. بی‌هویتی شهر و عدم احساس تعلق، شهر را تبدیل به فضایی بی‌روح می‌کند.

یکی دیگر از پیامدهای بی‌هویتی شهر، بروز ناهنجاری‌های رفتاری و اجتماعی است. طراحی هدفمند فضاهای شهری و منظر شهر و ایجاد یا ارتقای هویت شهر می‌تواند حس تعلق به شهر را در شهروندان تقویت کند و باعث افزایش مشارکت آنان در شهر شود.

۵. فرضیه‌های پژوهش

موارد بسیاری در ایجاد و تقویت حس تعلق فرد به جامعه وجود دارد که این تحقیق به بررسی جنبه‌های منظر شهری می‌پردازد. به یقین اگر منظر شهری از یک برنامه مدون و هماهنگ پیروی کند شهرها از این نابسامانی دیداری که امروزه گریبان گیرشان شده، خارج می‌شوند. فرضیه را می‌توان به صورت زیر مطرح کرد: عناصر منظر شهری از قبیل عناصر طبیعی و مصنوعی شامل: فضای سبز، فضاهای شهری، مبلمان شهری، جداره‌ها، پیاده‌روها، نورپردازی، هنرهای شهری و تبلیغات محیطی، می‌توانند باعث ارتقای هویت شهر شوند.

۱-۵. چشم انداز تحقیق

- ریشه‌یابی عناصر هویت بخش به شهر،
- شناخت عناصر مطلوبیت محیط شهر،
- بررسی جنبه‌های مختلف منظر شهری،
- صرفه جویی در منابع مالی عمرانی شهر با ارائه طرح بهسازی منظر شهر.

هدف این موارد در مجموع، جستجوی عوامل هویت بخش در شهر و تقویت آن و در نهایت ایجاد حس تعلق به جامعه است. به این ترتیب با افزایش حس تعلق به شهر، بسیاری از رفتارهای نابهنجار اجتماعی کنترل می‌شود و همانطور که شهر نیازهای فرد را مورد توجه قرار می‌دهد، فرد نیز خود را ملزم به حفظ شهر می‌بیند. همچنین این تحقیق به عنوان یک طرح کاربردی برای منظر شهر می‌تواند در اختیار شهرداری و اداره‌های مشابه قرار گیرد.

۶. روش تحقیق

مراحل تحقیق در پژوهش حاضر، به شرح زیر است:

مرحله اول: شناخت تحلیلی سامانه‌ها

سامانه‌های مورد بررسی در تحقیق حاضر، شامل سامانه کالبدی و عملکردی است. در این مرحله با استناد به ادبیات تحقیق، فهرست ویژگی‌های سامانه‌های انسانی و معماری تهیه شده و در سامانه کالبدی؛ ویژگی‌های مربوط به فضای سبز، جداره‌ها، مسیرهای پیاده، فضاهای عمومی شهری، مبلمان شهری، تابلوهای تبلیغاتی، هنر شهری و نورپردازی و همچنین در سامانه عملکردی؛ میزان رضایت از فضا و حس تعلق مورد بررسی قرار گرفت.

مرحله دوم: نگرش سنجی از شهروندان ساکن در شهر پاکدشت در این بخش پس از ذکر جمعیت آماری و برآورد حجم نمونه مورد مطالعه، ابزار سنجش و اعتبار آن را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

۱-۶. جمعیت آماری

جمعیت آماری در این مرحله از تحقیق، شهروندان ساکن در شهر پاکدشت هستند.

۱-۶. انتخاب نمونه

در تحقیق حاضر، از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده گردیده است. در این پژوهش انتخاب حجم نمونه آماری مورد انتخاب از

شهروندانی که در محدوده سایت انتخابی از شهر پاکدشت به فعالیت می‌پردازند، استفاده شد و محدوده مورد مطالعه، بخش مرکزی و قدیمی شهر پاکدشت است.

۳-۶. ابزار تحقیق

در این پژوهش، به دلیل در دسترس نبودن پرسشنامه مناسب، بر اساس ادبیات موضوع و فرضیه مورد نظر، جدول هدف - محتوا تنظیم شد. به این صورت که ویژگی‌های مربوط به هر یک از سامانه‌های عملکردی و کالبدی به ترتیب در ستون‌های جدول هدف - محتوا درج گردید. ابتدا سؤالات طراحی شده در اختیار ۵ تن از استادان متخصص دانشگاه‌های کشور قرار گرفت و آنان به این سؤال که «آیا محتوا، هدف را پوشش می‌دهند یا نه؟» و در مرحله بعد به این سؤال که «آیا سؤالات، هدف را پوشش می‌دهند یا نه؟» جواب دادند. بعد از تهیه جدول هدف و محتوا و کارایی آن، پرسشنامه باز تهیه شد و با تایید متخصصان، بین ۱۰ نفر از اعضای جامعه آماری مورد پرسش قرار گرفت. پس از بررسی پاسخ‌ها، پرسشنامه بسته تهیه شد. این پرسشنامه به صورت آزمایشی در مورد ۳۰ نفر اجرا شد و پس از اطمینان‌یابی از روایی سؤالات، آزمون به صورت خوشه‌ای در میان شهروندان ساکن در شهر پاکدشت عملیاتی گردید.

۴-۶. اعتبارسنجی ابزار اندازه‌گیری

برای تعیین میزان پایایی سؤالات از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. سؤالات پرسشنامه با آلفای کرونباخ ۰/۹۴۱ دارای پایایی مناسبی است.

۵-۶. روایی پرسشنامه

برای تعیین روایی سؤالات از روش‌های روایی صوری، روایی محتوایی و روایی سازه به شرح زیر استفاده شده است. الف-روایی صوری: برای تعیین اعتبار صوری سؤالات پرسشنامه از اساتید مجرب و متخصص که با موضوع تحقیق آشنایی داشتند خواسته شد که آیا سؤالات برای تأمین هدف پژوهش مناسب است یا خیر.

ب-روایی محتوایی: هنگام طراحی سؤالات از جدول هدف - محتوا برای تأیید روایی محتوایی سؤالات استفاده شد.

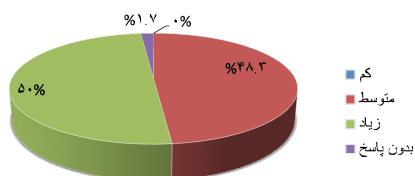
ج-روایی سازه: برای تعیین روایی سازه از روش تحلیل عاملی استفاده شده است. لازمه تحلیل عاملی، تحلیل سؤالات پرسشنامه است که در ادامه بیان خواهد شد.

۶-۶. طرح پژوهش

برای تحلیل داده‌ها از شیوه‌ی علی - مقایسه‌ای استفاده شده است. و برای بررسی روابط بین عوامل‌ها از روش تحلیل مسیر استفاده شده است.

۷-۶. تحلیل مسیر

تحلیل مسیر، نوعی الگویابی اکتشافی است که در این تحقیق، پس از ترسیم الگوی خطی رابطه متغیرهای تحقیق، با استفاده از نرم افزار Amos 18 میزان رابطه متغیرها به دست آمد. با بررسی تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرها، الگوی پیشنهادی اصلاح



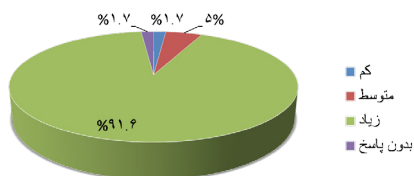
نمودار شماره ۲: میزان توافق با تاثیر عامل «فضای سبز»

۲-۲. توزیع فراوانی عامل «جداره‌ها»

بررسی توزیع فراوانی پاسخ‌ها بر حسب عامل «جداره‌ها» نشان می‌دهد که ۱/۷ درصد از پاسخ‌دهندگان توافق کم، ۵ درصد توافق متوسط و ۹۱/۶ درصد نیز توافق زیاد دارند (جدول ۲ و نمودار ۳). می‌توان گفت که پرسش شونده‌گان جداره‌ها را به عنوان یک عامل در منظر شهری تشخیص داده‌اند.

جدول شماره ۲: میزان توافق با تاثیر عامل «جداره‌ها»

سطح توافق	فراوانی (تعداد)	فراوانی (درصد)
کم	۲	۱.۷
متوسط	۶	۵
زیاد	۱۱۰	۹۱.۶
بدون پاسخ	۲	۱.۷



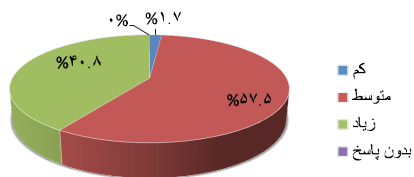
نمودار شماره ۳: میزان توافق با تاثیر عامل «جداره‌ها»

۳-۳. توزیع فراوانی عامل «مسیرهای پیاده»

بررسی توزیع فراوانی پاسخ‌ها بر حسب عامل «مسیرهای پیاده» نشان می‌دهد که ۱/۷ درصد از پاسخ‌دهندگان توافق کم، ۷۵/۵ درصد توافق متوسط و ۴۰/۸ درصد نیز توافق زیاد دارند (جدول ۳ و نمودار ۴). می‌توان گفت که پرسش شونده‌گان مسیرهای پیاده را به عنوان یک عامل در منظر شهری تشخیص داده‌اند.

جدول شماره ۳: میزان توافق با تاثیر عامل «مسیرهای پیاده»

سطح توافق	فراوانی (تعداد)	فراوانی (درصد)
کم	۲	۱.۷
متوسط	۶۹	۷۵.۵
زیاد	۴۹	۴۰.۸
بدون پاسخ	۰	۰



نمودار شماره ۴: میزان توافق با تاثیر عامل «مسیرهای پیاده»

شد. در تحقیق پس از ترسیم الگو، الگوی پیشنهادی تجزیه و تحلیل گردید و با شاخص‌های برازندگی مقایسه شد. پس از تأیید الگو، فرضیه‌های تحقیق بر اساس الگو، مورد تحلیل قرار گرفت. در تحلیل مسیر دو روش وجود دارد:

۱. تعیین الگویابی روابط علی،
۲. الگویابی معادلات ساختاری.

۶-۸. یافته‌ها

پس از انتخاب نمونه‌های مورد مطالعه (میدان بسیج تا میدان ساعت) در پاکدشت، و جمع آوری داده‌ها به وسیله پرسشنامه و مصاحبه، با روش تحلیل عوامل، مهم‌ترین متغیرهای مؤثر در تحقیق بدست آمد. سپس بر اساس ارتباط متغیرهای مذکور، الگوی فرضی پیشنهاد گردید و پس از تأیید درستی الگوی پیشنهادی با روش تحلیل مسیر، فرضیه‌های تحقیق بر اساس الگوی تحلیل شد. نتایج حاصل از تحلیل در نرم‌افزار Amos میزان ارتباط مستقیم و غیر مستقیم بین عوامل مورد بررسی قرار گرفت و به عنوان نتیجه ارتباط عوامل به دست آمد و بر اساس این ارتباط‌ها، الگوی تاثیر عناصر منظر شهری خوب بر ارتقای هویت شهر مبتنی بر افزایش حس تعلق به شهر و سهولت دسترسی و کارایی برای تمامی شهروندان استنتاج گردید.

۷. تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات به‌دست آمده در دو بخش به آن می‌پردازیم:

۱- توصیف داده‌ها، ۲- تجزیه و تحلیل داده‌ها.

در بخش اول، داده‌های پژوهشی حاضر را به صورت توضیح عوامل و تحلیل رابطه آن‌ها به روش تحلیل مسیر توضیح می‌دهیم، چرا که تحلیل عواملی که از چندین متغیر به‌دست آمده موجب آسانی در تجزیه و تحلیل خواهد شد.

برای بررسی توصیفی داده‌های پژوهش از جدول توزیع فراوانی هریک از عوامل استفاده شده است:

۷-۱. توزیع فراوانی عامل «فضای سبز»

بررسی توزیع فراوانی پاسخ‌ها بر حسب عامل «فضای سبز» نشان می‌دهد که ۰ درصد از پاسخ‌دهندگان توافق کم، ۴۹/۲ درصد توافق متوسط و ۵۰ درصد نیز توافق زیاد دارند (جدول ۱ و نمودار ۲). می‌توان گفت که پرسش شونده‌گان فضای سبز را به عنوان یک عامل در منظر شهری تشخیص داده‌اند.

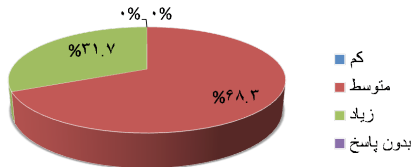
جدول شماره ۱: میزان توافق با تاثیر عامل «فضای سبز»

سطح توافق	فراوانی (تعداد)	فراوانی (درصد)
کم	۰	۰
متوسط	۵۸	۴۸.۳
زیاد	۶۰	۵۰
بدون پاسخ	۲	۱.۷

می توان گفت که پرسش شوندگان تابلو مغازه ها و تبلیغات شهری را به عنوان یک عامل در منظر شهری تشخیص داده اند.

جدول شماره ۶: میزان توافق با تاثیر عامل «تبلیغات شهری»

سطح توافق	فراوانی (تعداد)	فراوانی (درصد)
کم	۰	۰
متوسط	۸۲	۶۸,۳
زیاد	۳۸	۳۱,۷
بدون پاسخ	۰	۰



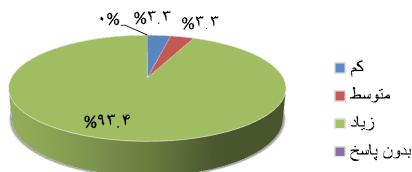
نمودار شماره ۷: میزان توافق با تاثیر عامل «تبلیغات شهری»

۷-۷. توزیع فراوانی عامل «هنر شهری»

بررسی توزیع فراوانی پاسخها بر حسب عامل «هنر شهری» نشان می دهد که ۳۳/۴ درصد از پاسخ دهندگان توافق کم، ۳/۳ درصد توافق متوسط و ۹۳/۴ درصد نیز توافق زیاد دارند (جدول ۷ و نمودار ۸). بنابراین با قاطعیت می توان گفت که پرسش شوندگان هنر شهری را به عنوان یک عامل در منظر شهری تشخیص داده اند.

جدول شماره ۷: میزان توافق با تاثیر عامل «هنر شهری»

سطح توافق	فراوانی (تعداد)	فراوانی (درصد)
کم	۴	۳,۳
متوسط	۴	۳,۳
زیاد	۱۱۲	۹۳,۴
بدون پاسخ	۰	۰



نمودار شماره ۸: میزان توافق با تاثیر عامل «هنر شهری»

۷-۸. توزیع فراوانی عامل «نورپردازی»

بررسی توزیع فراوانی پاسخها بر حسب عامل «نورپردازی» نشان می دهد که ۰ درصد از پاسخ دهندگان توافق کم، ۲۱/۱ درصد توافق متوسط و ۷۷/۲ درصد نیز توافق زیاد دارند (جدول ۸ و نمودار ۹). می توان گفت که پرسش شوندگان نورپردازی را به عنوان یک عامل در منظر شهری تشخیص داده اند.

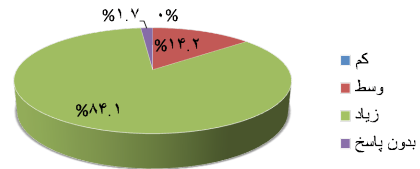
۷-۴. توزیع فراوانی عامل «فضاهای عمومی شهری»

بررسی توزیع فراوانی پاسخها بر حسب عامل «فضاهای عمومی شهری» نشان می دهد که ۰ درصد از پاسخ دهندگان توافق کم، ۱۴/۲ درصد توافق متوسط و ۸۴/۱ درصد نیز توافق زیاد دارند (جدول ۴ و نمودار ۵).

می توان گفت که پرسش شوندگان فضاهای عمومی شهری را به عنوان یک عامل در منظر شهری تشخیص داده اند.

جدول شماره ۴: میزان توافق با تاثیر عامل «فضاهای عمومی شهری»

سطح توافق	فراوانی (تعداد)	فراوانی (درصد)
کم	۰	۰
متوسط	۱۷	۱۴,۲
زیاد	۱۰۱	۸۴,۱
بدون پاسخ	۲	۱,۷



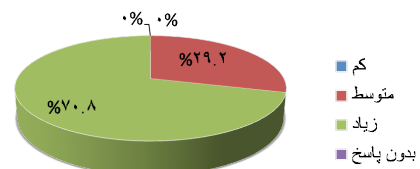
نمودار شماره ۵: میزان توافق با تاثیر عامل «فضاهای عمومی شهری»

۷-۵. توزیع فراوانی عامل «مبلمان شهری»

بررسی توزیع فراوانی پاسخها بر حسب عامل «مبلمان شهری» نشان می دهد که ۰ درصد از پاسخ دهندگان توافق کم، ۲۹/۲ درصد توافق متوسط و ۷۰/۸ درصد نیز توافق زیاد دارند (جدول ۵ و نمودار ۶). می توان گفت که پرسش شوندگان مبلمان شهری را به عنوان یک عامل در منظر شهری تشخیص داده اند.

جدول شماره ۵: میزان توافق با تاثیر عامل «مبلمان شهری»

سطح توافق	فراوانی (تعداد)	فراوانی (درصد)
کم	۰	۰
متوسط	۳۵	۲۹,۲
زیاد	۸۵	۷۰,۸
بدون پاسخ	۰	۰



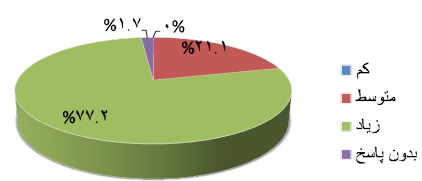
نمودار شماره ۶: میزان توافق با تاثیر عامل «مبلمان شهری»

۷-۶. توزیع فراوانی عامل «تبلیغات شهری»

بررسی توزیع فراوانی پاسخها بر حسب عامل «تبلیغات شهری» نشان می دهد که ۰ درصد از پاسخ دهندگان توافق کم، ۶۸/۳ درصد توافق متوسط و ۳۱/۷ درصد نیز توافق زیاد دارند (جدول ۶ و نمودار ۷).

جدول شماره ۸: میزان توافق با تأثیر عامل «نورپردازی»

سطح توافق	فراوانی (تعداد)	فراوانی (درصد)
کم	۰	۰
متوسط	۲۴	۲۱,۱
زیاد	۹۴	۷۷,۲
بدون پاسخ	۲	۱,۷



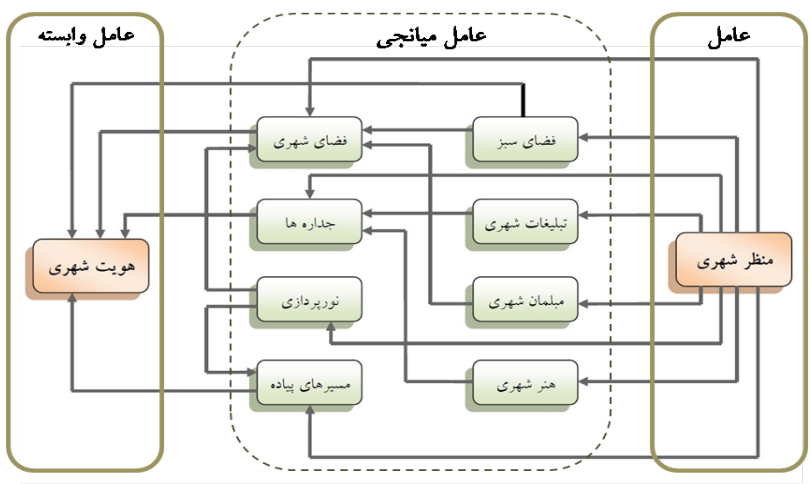
نمودار شماره ۹: میزان توافق با تأثیر عامل «نورپردازی»

۸. طراحی و توصیف الگوی تحقیق

نتایج حاصل از نگرش‌سنجی از ۱۲۰ نفر از شهروندان شهر پاکدشت در نمونه‌های خوشه‌ای نشان داد که عوامل تأثیرگذار منظر شهری در افزایش حس تعلق به شهر در محدوده طراحی به صورت زیر است: ۱- فضای سبز، ۲- فضاهای عمومی شهری، ۳- جداره‌ها، ۴- مبلمان شهری، ۵- هنر شهری، ۶- مسیرهای پیاده، ۷- تبلیغات شهری، ۸- نورپردازی.

بر اساس فرضیه تحقیق، ارتباط عوامل ذکر شده را می‌توان به صورت الگوی فرضی زیر نشان داد:

بر اساس الگو، عامل «منظر شهری» متغیر مستقل و «حس تعلق و هویت» متغیر وابسته و عوامل دیگری چون: فضای سبز، فضاهای عمومی شهری، جداره‌ها، مبلمان شهری، هنر شهری، مسیرهای پیاده، تبلیغات شهری و نورپردازی عوامل میانجی هستند. برای اطمینان از درستی الگوی پیشنهادی باید با روش تحلیل مسیر، ارتباط متغیرها بیان شود.



نمودار شماره ۱۰: الگوی پیشنهادی

جدول شماره ۱۰: تأثیر مستقیم استاندارد

تأثیر عوامل	برآورد	استاندارد	خطای اندازه‌گیری	t	سطح معنی‌داری	label
منظر شهری، فضای سبز	۰,۶۸۹	۰,۸۲۷	۰,۱۰۳	۵,۲۲۸	۰,۰۲۳	۰,۰۵ > P
فضای سبز، فضاهای شهری	۰,۷۲۴	۰,۵۱۸	۰,۱۵۹	۷,۲۳۴	۰,۰۰۴	۰,۰۱ > P
منظر شهری، فضاهای شهری	۰,۳۳۵	۰,۶۵۴	۰,۰۵۸	۱,۹۰۴	۰,۰۱۳	۰,۰۱ > P
منظر شهری، مبلمان شهری	۰,۲۲۱	۰,۱۵۶	۰,۱۱۰	۴,۰۳۴	۰,۱۴۰	۰,۰۱ > P
مبلمان شهری، فضاهای شهری	۱,۲۰۵	-۰,۸۸۵	۰,۲۹۸	-۰,۱۹۰	۰,۴۳۱	۰,۰۱ > P
منظر شهری، نورپردازی	۰,۸۷۳	۰,۶۶۴	۰,۱۱۹	۱,۰۹۸	۰,۰۰۸	۰,۰۵ > P
نورپردازی، فضاهای شهری	۰,۶۷۲	۰,۹۵۸	۰,۳۷۷	۸,۹۴۷	۰,۱۲۵	۰,۰۱ > P
منظر شهری، تبلیغات شهری	-۰,۵۵۸	۰,۷۷۳	۰,۳۲۶	-۱,۴۸۸	۰,۶۷۵	۰,۰۵ > P
تبلیغات شهری، جداره‌ها	۱,۰۲۵	۱,۰۰۳	۰,۱۹۸	۷,۹۱۲	۰,۰۰۳	۰,۰۱ > P
منظر شهری، هنر شهری	۰,۹۸۳	۰,۶۸۹	۰,۲۱۹	۵,۸۷۰	۰,۰۲۴	۰,۰۱ > P
هنر شهری، جداره‌ها	۰,۹۰۸	۰,۸۸۰	۰,۰۹۲	۲,۱۳۴	۰,۰۷۶	۰,۰۵ > P
هنر شهری، فضاهای شهری	۰,۴۵۸	۰,۷۲۰	۰,۰۱۸	۳,۰۲۸	۰,۰۱۳	۰,۰۵ > P
منظر شهری، مسیر پیاده	۰,۲۰۹	۰,۳۳۲	۰,۲۶۹	۲,۹۸۰	۰,۰۵۶	۰,۰۵ > P
منظر شهری، جداره‌ها	۰,۹۹۵	-۰,۵۵۷	۰,۱۲۲	-۰,۹۲۶	۰,۵۹۷	۰,۰۱ > P
فضای سبز، هویت شهری	۱,۲۲۰	۰,۹۹۸	۰,۲۸۵	۲,۹۴۰	۰,۰۸۲	۰,۰۵ > P
مسیر پیاده، هویت شهری	۰,۶۵۲	۰,۵۴۱	۰,۰۳۶	۳,۰۹۹	۰,۰۹۴	۰,۰۵ > P
جداره‌ها، هویت شهری	۰,۳۵۴	۰,۶۶۵	۰,۱۶۷	۸,۵۶۳	۰,۰۶۹	۰,۰۱ > P
فضاهای شهری، هویت شهری	۱,۱۸۵	۰,۸۵۳	۰,۲۹۰	۱,۰۴۵	۰,۰۴۳	۰,۰۵ > P

۹. تحلیل الگوی پیشنهادی و بررسی فرضیه

بر اساس الگوی ارائه شده، با در نظر گرفتن رابطه توصیفی متغیرها، می‌توان فرضیه‌های تحقیق را مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. شایان به ذکر است در صورتی که سطح معنی داری از ۰/۰۵ بیشتر باشد، فرضیه رد شده و معنی دار نخواهد بود و در حالتی که سطح معنی داری از ۰/۰۱ کمتر باشد، فرضیه‌های تحقیق تایید شده و در سطح ۹۹ درصد معنی دار است. در حالتی که سطح معنی داری از ۰/۰۵ کمتر باشد، فرضیه تحقیق تایید شده و در سطح ۹۵ درصد معنی دار است. با این توضیح به بررسی نتیجه فرضیه تحقیق، (عناصر منظر شهری از قبیل عناصر طبیعی و مصنوعی شامل فضای سبز، فضاهای شهری، مبلمان شهری، جداره‌ها، پیاده روها، نورپردازی، هنرهای شهری و تبلیغات محیطی، می‌توانند باعث ارتقاء هویت شهر شوند) می‌پردازیم.

بر اساس الگوی تحقیق و جدول که سطح معنی داری را بیشتر از ۰/۰۵ نشان می‌دهد، می‌توان نتیجه گرفت که فرضیه در سطح ۹۵ درصد اطمینان قرار دارد و معنی دار است. عبارت دیگر عوامل منظر شهری و ارتباط آن‌ها با هویت شهر درست انتخاب شده‌اند.

نتیجه‌گیری

آسایش دیداری و محیطی از مولفه‌های مهم و اساسی محیط‌های شهری امن محسوب می‌شوند، چرا که برای سکونت و زندگی، شهر خانه‌ای است بزرگ و همان‌گونه که خانه باید از صفات و مزایایی برخوردار باشد تا سکونت و زندگی را مطلوب و آسایش بخش سازد، شهر نیز نیازمند کیفیت‌ها و ویژگی‌هایی برای تامین آسایش، راحتی و امنیت است، پس ضرورت ایجاد محیط‌های امن، شهر را وادار می‌کند تا از محیط‌های مطلوب از نظر دیداری بهره‌مند بوده و حس تعلق به جامعه را در بین افراد تقویت کند و این امر خود جلوی بسیاری از ناهنجاری‌ها را می‌گیرد. از مباحث مطرح شده می‌توان نتیجه گرفت در بخش‌هایی که آشفستگی و اغتشاش دیداری کمتری وجود دارد و فضاهای شهری از یک تناسب مطلوب بصری بهره‌مند هستند نسبت به سایر فضاها، شاید با اغتشاش رفتاری کمتری مواجه خواهیم بود.

امر بعدی که لازم است در نظر گرفته شود، مسأله صرفه جویی و مصرف هدفمند بودجه‌های عمرانی شهر در بخش زیباسازی منظر شهری است. ضرورت صرفه جویی در زمین‌های مالی ایجاد می‌کند که یک طرح جامع برای بهسازی منظر شهری وجود داشته باشد، چرا که یکی از گره‌های شهری که همواره وجود دارد، مسائل مالی است. بخش زیادی از بودجه عمرانی شهر صرف زیباسازی و نمای شهر می‌شود. مسأله اصلی این‌جاست که طرح‌های جامعی برای بهسازی شهر وجود ندارد و با تغییرات مدیریتی، سیاست‌ها نیز تغییر می‌کند و فرد جدید تمامی تصمیم‌گیری‌های قبلی را که برخی اجرا نیز شده است به سلیقه خود لغو می‌کند و در نتیجه، بار مالی هنگفتی به شهر تحمیل می‌نماید. با ارائه طرح بهسازی منظر شهری و ارائه برنامه درازمدت می‌توان یک رویه ثابت برقرار نموده و صرفه‌جویی خوبی در هزینه‌ها به عمل آورد.

فهرست منابع و مراجع

۱. ای بن بنتلی (۱۳۸۹)، محیط‌های پاسخ‌ده، ترجمه مصطفی بهزادفر، دانشگاه علم و صنعت، چاپ پنجم.
۲. ایرانمنش، نسیم (۱۳۸۵)، «راهکارهای طراحی شهری»، مجله معماری و فرهنگ، سال هفتم، شماره ۲۴.
۳. ایرانمنش، نسیم و چیتسازان، نسیم (۱۳۸۵)، زیبایی‌شناسی شهری، مجموعه مقالات همایش شهرهای جدید، شرکت عمران شهرهای جدید.
۴. بحرینی، حسین (۱۳۷۷)، فرایند طراحی شهری، دانشگاه تهران.
۵. بحرینی، سید حسین (۱۳۸۷)، تحلیل فضای شهری، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ ششم.
۶. بل، سیمون (۱۳۸۶)، عناصر طراحی بصری معماری منظر، ترجمه محمد احمدی نژاد، نشر خاک.
۷. بل، سیمون (۱۳۸۶)، منظر، الگو، ادراک، فرآیند، ترجمه بهناز امین‌زاده، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم.
۸. بهزادفر، مصطفی (۱۳۸۷)، هویت شهر، موسسه نشر شهر، چاپ دوم.
۹. پیر موره، ماری آلن (۱۳۷۳)، فضاهای شهری، ترجمه حسین رضایی، شهرداری تهران.
۱۰. تانکیس (۱۳۸۸)، فرن - فضا، شهر و نظریه اجتماعی، مترجم حمیدرضا پارسی، ارزون افلاطونی، دانشگاه تهران.
۱۱. تیبالدز، فرانسیس (۱۳۸۷)، شهرهای انسان محور، ترجمه حسنعلی لقای، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم.
۱۲. جی، پیتر (۱۳۸۸)، درختان در منظر شهری، ترجمه غلامی و ابذل، انتشارات ره شهر.
۱۳. دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۲)، لغتنامه، انتشارات دانشگاه تهران.
۱۴. ذکات، کامران (۱۳۸۵)، هویت شهرهای جدید، مجموعه مقالات همایش شهرهای جدید، شرکت عمران شهرهای جدید.
۱۵. راب کریر (۱۳۸۶)، فضاهای شهری، ترجمه خسرو هاشمی نژاد، نشر خاک، چاپ دوم.
۱۶. رضازاده، راضیه، «بحران ادراکی رفتاری در فضای شهری»، ماهنامه شهرداری‌ها، سال دوم، شماره ۲۳.
۱۷. ریچارد هدمن و انروپازوسکی (۱۳۷۳)، مبانی طراحی شهری، ترجمه راضیه رضازاده و مصطفی عباس زادگان، دانشگاه علم و صنعت، چاپ دوم.
۱۸. زبردست، اسماعیل (۱۳۸۳)، اندازه شهر، مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری، ۱۳۸۳.
۱۹. صالحی، اسماعیل (۱۳۸۷)، ویژگی‌های محیطی فضاهای شهری امن، مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری.
۲۰. عارفیان، فاطمه (۱۳۸۵)، طراحی شهری و ایجاد مناظر مطلوب در شهرهای جدید، مجموعه مقالات همایش شهرهای جدید، شرکت عمران شهرهای جدید.
۲۱. فرجامی، محمدرضا (۱۳۸۳)، ابعاد هویت شهری، مجموعه مقالات همایش مسایل شهرسازی، جلد اول، ساخت کالبدی شهر.
۲۲. فکوهی، ناصر (۱۳۸۳)، انسان شناسی شهری، نشر نی.
۲۳. قاسمی اصفهانی، مروارید (۱۳۸۳)، اهل کجا هستیم؟، انتشارات روزنه.
۲۴. کالن، گوردون (۱۳۸۷)، گزیده منظر شهری، ترجمه منوچهر طبیبیان، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ سوم.
۲۵. الکردانی، دلپله (۱۳۸۵)، هنر همگانی در شهرهای جدید، مجموعه مقالات همایش شهرهای جدید، شرکت عمران شهرهای جدید.

۲۶. کریستوفر الکساندر (۱۳۸۸)، **الگوهای استاندارد در معماری**، ترجمه فرشید حسینی، مهرزان، چاپ اول.
۲۷. گل، یان (۱۳۸۹)، **فضاهای عمومی و زندگی جمعی**، ترجمه علی غفاری و سهیلی پور، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۲۸. لینچ، کوین (۱۳۷۲)، **سیمای شهر**، ترجمه منوچهر مزینی، دانشگاه تهران.
۲۹. لیندا گروت و دیوید وانگ (۱۳۸۶)، **روش‌های تحقیق در معماری**، ترجمه علیرضا عینی فر، دانشگاه تهران، چاپ دوم.
۳۰. محمودی نژاد، هادی (۱۳۸۸)، **فضا و مکان در طراحی شهری**، انتشارات هله.
۳۱. مدنی پور، علی، (۱۳۷۹)، **طراحی فضای شهری**، ترجمه فرهاد مرتضایی، انتشارات شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
۳۲. مدنی پور، علی (۱۳۸۷)، **طراحی فضای شهری**، ترجمه فرهاد مرتضایی، انتشارات پردازش و برنامه‌ریزی شهری، چاپ سوم.
۳۳. مرتضایی، سید رضا (۱۳۸۲)، **رهیافت‌هایی در طراحی مبلمان شهری**، سازمان شهرداری‌ها، چاپ دوم.
۳۴. مزینی، منوچهر (۱۳۸۷)، **مقالاتی در باب شهر و شهرسازی**، دانشگاه تهران.
۳۵. معین، محمد (۱۳۶۰)، **فرهنگ فارسی معین**، انتشارات امیرکبیر.
۳۶. میرمقتدایی، مهتا و ژاله طالبی (۱۳۸۵)، **هویت کالبدی شهر**، مرکز تحقیقات ساختمان و مسکن.
۳۷. هاشم نژاد، هاشم (۱۳۸۵)، «**فضای شهری**»، **مجله معماری و فرهنگ**، سال هفتم، شماره ۲۴.

38. Gehl, Jan (1987), **Life Between Buildings**, Van Nostrand Reinhold. NewYork.
39. Walmsley , DJ (1988), **Urban living**. Longman Scientific and Technical. NewYork.