



بررسی تطبیقی طراحی المان های شهری با رویکرد هویت شهری در ایران و جهان

راضیه نیکدل^۱ علی آرام^۲

چکیده

در این پژوهش سعی بر آن است تا ضمن پرداختن به جایگاه المان های خاص در شهر یاسوج، اثرات آنها در هویت بخشی به شهر مورد بررسی قرار گیرد. روش پژوهش، تحلیلی - پیمایشی بوده و شیوه گردآوری اطلاعات، میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه است. سپس به بررسی تطبیقی المانهای شاخص ایران و جهان با المانهای میدانی اصلی شهر یاسوج پرداختیم. در انتها بامقایسه اصول کارشناسی طراحی المان های شهری که به صورت تئوری به آنها دست یافتیم و نظرات عمومی مردم میزان تطبیق ها مشخص شد. با تلفیق این دو معیار به اصولی برای طراحی المان های شهری رسیدیم که علاوه بر دارا بودن پارامتر های تئوری معماری و شهرسازی، با در نظر گرفتن روانشناسی شهری مردم منطقه موجب رضایت عمومی مردم نیز می شود. نمونه های مورد مطالعه شامل شش المان شهری در شهر یاسوج است که مورد توجه شهروندان و گردشگران قرار دارد. نتایج بدست آمده از تحلیلهای توصیفی و استنباطی روی داده های جمع آوری شده نشان میدهد ارزیابی کیفی شهروندان از هویت (کالبدی) المانها، متأثر از جنسیت و سطح تحصیلات آنها است. بر پایه نتایج، المانهای فلکه سنگی در محله راهنمایی و خیابان جمهوری به ترتیب دارای بیشترین امتیاز و کمترین امتیاز کسب شده از طرف شهروندان (کاربران) هستند. همچنین نتایج نشان میدهد مهمترین مؤلفه های اثرگذار بر هویت کالبدی المانهای شهری بر اساس نظر شهروندان شامل «طراحی، فرم و معماری المان»، «تاریخی بودن» و «بومی بودن (زمینه گرایی)» است.

واژه‌های کلیدی: المان شهری، یادمان، هویت کالبدی، رضایت عمومی، یاسوج

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته تخصصی شهرسازی، سازمان دانشگاه آزاد اسلامی یاسوج، razielnikdel1400@gmail.com
^۲ گروه مهندسی عمران، واحد یاسوج، دانشگاه آزاد اسلامی، یاسوج، ایران، aliaram172@yahoo.com



۱- مقدمه

هویت در هر جامعه، نشان از فرهنگ آن جامعه است و فضاهایی همساز با هویت شهری موجب آرامش، امنیت و مشارکت شهروندان میشود. فضاهای شهری محل تعاملات اجتماعی است و این تعاملات در مکان هایی دیده می شود که برای شهروندان حس امنیت و حس تعلق را فراهم نمایند. وجود المان های شاخص عالوه بر زیبایی، کیفیت فضا را ارتقاء می دهد و این کیفیت است که بر ذهن انسان نقش می بندد و بر حس مکان و خاطرات جمعی شهروندان تاثیر میگذارد.

لذا طراحان شهری باید در فضاهای شهری، المان هایی را استفاده کنند که سبب انتقال هویت شهری در اذهان شود که به رضایتمندی شهروندان و بهبود کیفیت محیط شهری کمک می کند. از بیان مفاهیم هویت به شناختی کامل از المان های شهری و رابطه آن با هویت و طراحی شهری دست یابیم و ارزش ها و معیارهای طراحی آنها را مورد بازکاوی قرار دهیم و سپس به کارکرد های مهم المان های شهری دست می یابیم. مبحث المان شهری در کنار رفع نیاز های مادی گروههای مختلف استفاده کننده از فضاهای شهری؛ به بعد زیبا شناسانه آن نیز باید بپردازد و این زیبایی بیش از هر چیز حاصل هماهنگی، وحدت و تنوع، تکرار شونده و انعطاف پذیری عناصر دخیل در طراحی شهری است. حال این سوال مطرح است که آیا سازمان زیبا سازی به عنوان یکی از ارکان دخیل در طراحی فضای شهر و فضاهای سبز عمده شهر یاسوج، از المانهای شهری زیبا و مناسبی در سطح شهر یاسوج استفاده کرده است؟ آیا اقدامات مناسبی در جهت زیبا سازی مبلمان شهری و خوانایی فضاهای پارک در طی سال های اخیر انجام شده است؟ آیا شهروندان شهر یاسوج از المانهای موجود و مبلمان شهری این محدوده و فضاها راضی هستند؟ و سوالاتی از این قبیل که باعث انتخاب این موضوع و بررسی آن در شهر یاسوج را موجب شده است؟

۲- پیشینه تحقیق

با توجه به بررسیهای صورت گرفته باید ذکر نمود که گرچه در زمینه هر یک از اجزای موضوع پژوهش در رشتههای مختلف، مبانی نظری و علمی فراوانی وجود دارد، اما به طور خاص که به بررسی عناصر زیبای شهری و تأثیر آن در هویتبخشی به شهر پرداخته شده باشد، کمتر صورت گرفته است. یوسفی، رحمانی و قربانخانی در مقالهای تحت عنوان "ارزیابی نقش المانهای شهری بر ارتقای حس مکان در فضاهای شهری (نمونه موردی: شهر همدان)، معتقدند که المانهای شهری در کنار سایر عوامل تاریخی و فرهنگی، عامل تداعی خاطره و سرزندگی مکان از عوامل مهم و برجسته در ایجاد و ارتقای حس تعلق و دلبستگی به مکان در شهر است. همچنین نقش معیارهای زیبایی و چشم نوازی، خاطره انگیزی و معانی و مفاهیم المان های شهری در ارتقای حس تعلق به مکان را بسیار زیاد میدانند (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۳). رحیمیون در مقالهای تحت عنوان "هویت بخشی به شهر از طریق بهره گیری از عناصر طبیعی (نمونه موردی شهر همدان)، تأثیر عوامل طبیعی موجود در شهرها را در هویت -بخشی به آنها مورد بررسی قرار داده است (رحیمیون، ۱۳۹۰) نوفل، کلبادی و پورجعفر در مقاله ای تحت عنوان "بررسی و ارزیابی شاخص های مؤثر در هویت شهری" ضمن بیان ماهیت چند وجهی هویت شهر، به اخذ یک رویکرد سیستمی و همه جانبه نگر که به بیان شاخصهای مؤثر بر هویت محله جلفای اصفهان در ابعاد گوناگون زیست محیطی، اقتصادی، اجتماعی، کالبدی - فضایی می پردازد، اشاره میکند (نوفل، کلبادی و پورجعفر، ۱۳۸۸). امین زاده در مقاله ای تحت عنوان "ارزیابی زیبایی و هویت مکان"، ترجیحات مردم از زیبایی و هویت مکان زندگیشان را به آزمون می گذارد. وی با بررسی نظرات مردم راجع به طرح بازسازی منطقه نواب و بافت قدیم اطراف آن بیان میدارد که بین مناظر زیبا و مناظر با هویت ارتباط تنگاتنگی وجود دارد (امین زاده، ۱۳۸۹). نقی زاده در کتاب "ادراک زیبایی و هویت شهر در پرتو تفکر اسلامی" به بحث هویت در شهر و رابطه آن با زیبایی شناسی پرداخته است (نقی زاده، ۱۳۸۶). علی سلسله و محسن سلسله در مقاله ای تحت عنوان "بررسی تأثیر عامل هویت (ایرانی-اسلامی) بر زیبایی شهر"، به بررسی هویت از ابعاد گوناگون و تأثیر و کارکردی نمودن آن در زیباسازی شهرها می پردازند (سلسله و سلسله، ۱۳۸۸).



۳- مبانی نظری و تعاریف مفاهیم

کوبین لینچ محیط شهر را وسیله ای ارتباطی می داند که هم نمادهای صریح و هم نمادهای ضمنی را در بردارد. وی برقراری ارتباط میان شهروندان و شهر را جزیی از معنا دانسته و آن را خوانایی می نامد. بدین معنا که ساکنین یک سکونتگاه تا چه میزان قادر به برقراری ارتباط صحیح با یکدیگر از راه عناصر کالبدی نمادین هستند. نمادگرایی و توجه به معانی در شهر از دیدگاه وی تا آن اندازه حائز اهمیت است که به یکی از ارزش های شکل شهر تبدیل می شود. شهر باید نمایانگر جامعه و ماهیت جامعه بوده و آن را تقویت کند. عناصر مهم این هدف عبارتند از نمادگرایی، معانی فرهنگی، غنای تاریخی و شکل های سنتی. " (در مورد استفاده نشانه ها و نمادها در شهر باید دقت شود که یک طرف نماد، تعبیر مردم است. در واقع پیچیدگی معنای محیط در این است که معانی نمادین محیط تنها به کیفیت کالبدی آن بستگی ندارد این معانی به عوامل دیگری نیز وابسته هستند که از مهم ترین آنها می توان به افراد بهره بردار و فعالیت هایی که در محیط انجام می شود اشاره کرد.) (ریاحی ۱۳۹۲: ۷۲) از اینرو نمادها و المان های شهری و عناصر شاخص از جمله نماها و عوامل مهم در طراحی معماری و طراحی شهری محسوب می شوند، که علاوه بر بازگردن ویژگی های هر شهر تاثیر مهمی در نحوه برخورد و تعاملات شهروندان با یکدیگر و محیط شهری را دارند!

۳-۱- فضای شهری

فضای شهری چیزی نیست جز فضای زندگی روزمره ی شهروندان که هرروز به صورت آگاهانه یا نا آگاهانه در طول راه، از منزل تا محل کار ادراک می شود (پاکزاد ۱۳۹۰: ۳۲). یک فضای شهری را می توان بر مبنای رویکردهای مختلف محیطی، جغرافیایی، معماری و... مطالعه و بررسی کرد. فضای شهری، عرصه ای ایفای نقش بازیگرانی است که هر یک به عنوان کنشگرانی از جامعه ی خود محسوب می شوند. نقش های مثبت و گاهی منفی، نقش های پررنگ و گاهی کمرنگ، نقش های عام و گاهی خاص. فضای شهری به مفهوم صحنه ای است که فعالیت های عمومی زندگی شهری در آن ها به وقوع می پیوندند. خیابان ها، میادین و پارک های یک شهر فعالیت های انسانی را شکل می دهند. این فضاهای پویا در مقابل فضاهای ثابت و بی تحرک محل کار و سکونت اجزای اصلی و حیاتی یک شهر را تشکیل داده. شبکه های حرکت، مراکز ارتباطی، و فضاهای عمومی بازی و تفریح را در شهر تأمین می کنند (بحرینی، ۱۳۸۴، ۳۱۳).

۳-۲- المان شهری

المان یا نماد شهری یا ترکیبی است پیکره وار که در ساخت آن از ویژگی های درونی احجام و اشکال هندسی - صفحات قائم یا منحنی - اجزای سازه ای - کابلها - پوترها و فریم ها و به طور کلی هر آنچه میتواند جنبه ی تزئینی و ساختمانی داشته باشد به صورت یک کلیت یکپارچه و تلفیقی از موارد فوق استفاده میشود. و قبل از هر چیز این ترکیب دارای یک نظام هندسی و تعادلی پایدار و زیباست به گونه ای که پس از خودنمایی در سطح شهر افراد را به گونه ای جذب خود مینماید و ذهنشان را درگیر خود میکند که تا مدت ها در آن منطقه از شهر به صورت سمبلیک مشخصه ای برای شناخت شهر در منطقه ی مورد نظر میگردد. در واقع جزو شاخصه های شهری میگردد. به گونه ای که ذهن با برده شدن نام منطقه ی مذکور ناخودآگاه به دنبال شاخصه ها و ویژگی های خاص آن منطقه المان مورد نظر را در خود تصویر سازی خواهد کرد. (مشیری، ۱۳۹۱: ۳) لذا المانهای شهری از اجزای مهم میلان شهری میباشد که میتواند در ارتقای حس مکان و هویت شهروندان تأثیر بسزایی داشته باشد.

نماد شهری ترکیبی است، پیکره وار که در ساخت آن از ویژگی های درونی احجام و اشکال هندسی، سازه ها و به طور کلی هر آنچه میتواند جنبه ی تزئینی و ساختمانی داشته باشد استفاده میشود. این ترکیب دارای یک نظام هندسی و تعادلی پایدار و زیباست به گونه ای که پس از خودنمایی در سطح شهر افراد را خود جذب مینماید و به صورت سمبلیک مشخصه های برای شناخت شهر در نظر گرفته میشود. المان های شهری پس از جذب و پذیرش شهرنشینان جزء شاخص های اصلی میشوند. المانهای های شهری خود انواع مختلفی دارند که عبارتند از: الف) المانهای نمایشی، ب) المانهای بیانی (پ) المانهای عملکردی (ت) المانهای ترکیبی که میتوانند به صورت تلفیقی از دو یا حتی هر سه نوع شکل موجود باشند (بارانی، ۱۳۹۲: ۶).

۳-۳-المان نمایشی

المانهای نمایشی همانگونه که از اسمشان بر میآید صرفاً جنبه ی نمایشی - هنری و زیبایی دارند - مفهوم خاصی را اصولاً بیان نمیکند و هدف و رسالتی برای القاء مطلبی به بیننده و یا انتقال پیامی ب وی را ندارند. ترکیباتی هستند انتزاعی از برخورد توده ها - احجام - اجزاء سازه ای و صفحات (به نوعی بازی با خط و حجم و صفحه با توجه به ویژگی های هندسی و روابط درونی آنها) که تنها به لحاظ ویژگی های زیبایی شناسانه و تعادل بصری و هنری میتوانند با گروهی خاص از انسانها ارتباط برقرار کنند. این خاص بودن مخاطب از ویژگی های منحصر به فرد یک المان نمایشی میباشد. یعنی در هر مخاطبی احساس تعلق و تامل را بوجود نمی آورد لذا به دلیل نوع مخاطبین آن که طبعاً افرادی هستند که بیشتر درگیر مسائل هنریند و تعادلها و نظامهای هندسی را میشناسند و در مورد سبکهای هنری و هنر مفهومی و انتزاعی مطالعه دارند اینگونه المانها در سطح شهر ها کمتر دیده میشوند و مکان استقرار آنها نیز طبعاً گالریهای هنری - نمایشگاههای آثار هنری و به طور کلی مکانهایی میباشد که مخاطب خود را پیدا کنند.



شکل (۱): میدان e'yre در پارک شهر مادرید (اسپانیا)

۳-۴-المان بیانی

همانطور که از نام آن پیداست هدف طراح از خلق این اثر بیان مطلب خاصی میباشد. عبارت دیگر قطعاً مفهومی در پس آن نهفته است و طراح اثر رسالتی را در انتقال پیامی خاص دنبال میکند. حال این میتواند ثبت واقعه ای خاص در مکان مورد نظر باشد و یا مفهومی خاص را با توجه به نام و ویژگی های منطقه به بیننده القا کند. ویژگی بسیار مهم المانهای بیانی در عام گرای آنهاست یعنی میبایست بتوانند با مخاطب عام و عادی که از هنر سررشته ی چندانی ندارد نیز ارتباط برقرار کند و لذا دقت نظر طراح در خوانایی و شیوایی بیان مطلب در عین انتزاعی بودن فرم ها و استفاده از آرایه های معمارانه (که پیشتر در مورد آن گفته شد) از اهمیت والایی برخوردار است. مکان قرار گیری این نوع المانها طبعاً برای برقراری ارتباط بیشتر با مخاطبین وسیع تر در جامعه در سطح شهر و بویژه در میدانی شهری است. معمولاً المان مورد نظر با نام میدان یا منطقه ی شهری مورد نظر ارتباط دارد. ویژگی مشترک این نوع المانها و المانهای نمایشی تنها در به کار گیری نظامی مشترک برگرفته از هندسه - آرایه ها - اشکال و احجام هندسی و تلفیق و ترکیب آنها به شکلی زیبا و نظام مند است حال آنکه به این ترکیبات تعادلی و بصری در این مرحله عنصر مفهوم و بیان موضوع را نیز اضافه میکنیم. اما کاملاً انتزاعی - غیر مستقیم و در لفافه.

۳-۵-المان عملکردی

این نوع از المان تا حدی از تعاریف فوق فاصله میگیرد چرا که عنصر عملکرد برای ما محدودیتهایی به لحاظ قوانین فرمی ایجاد خواهد نمود و در این مرحله خلق فضا با استفاده از همان آرایه ها و عناصر بصری را خواهیم داشت. فضایی که انسان ولو برای مدتی درون آن و یا در اطراف آن استقرار می یابد و از آن عملکرد استفاده مینماید لذا میبایست اصول و قوانین زیستی انسان و استانداردهای طراحی محیط زیست میبایست در آنها رعایت شود. طراحی چنین فضاهایی نیاز به تحقیقات بیشتر و همچنین یک برنامه ی فیزیکی مدون دارد. عبارت دیگر برای طراحی اینگونه فضاها طراح ملزم به دانستن یک سری از نیازهای خاص انسان در ارتباط با ثابتها و استانداردهای بدنی و نیازهای انسانی برای استفاده ی بهینه از موضوع مورد طراحی میباشد. ویژگی دیگر اینگونه المانها در تعداد بیشتر آنها در سطح شهر

ها میباشد. چرا که عنصر عملکرد ایجاد میکند در هر مکانیکه نیاز به موضوع مورد نظر باشد نمونه ای از آن وجود داشته باشد به طور مثال ایستگاههای اتوبوس، مترو، کیوسکهای تلفن، دکه های روزنامه فروشی، سردرها و مکانهای خدمات و اطلاع رسانی در سطح شهر ها و همچنین انواع چراغها و تاسیسات خاص شهری در صورتیکه موارد فوق دارای طراحی قوی، منحصر به فرد، شاخص و با استفاده از اجزاء و نظامهای هندسی و بصری که بیشتر ذکر آن رفت توسط متخصصین و هنرمندان ساخته شوند و ویژگیهای بصری و هنری باز هم اولین عامل در بازشناسی یک اثر ماندگار است. در صورتیکه یک سازه ی عملکردی دارای زیبایی و نظام هنری باشد میتواند برای هر شهر به سبک خود طراحی شده و با سایر شهرها متفاوت باشد (مثلا بگوئیم در فلان شهر ایستگاههای اتوبوس یا دکه های روزنامه فروشی به این شکل ساخته شده اند و این خود یکی از ویژگی ها و شاخصه های آن شهر میشود) از این نظر و به دلیل گستردگی تعداد المانهای عملکردی در سطح شهرها و سطح وسیعتری از مخاطبین که پوشش میدهند میتوانند نشان از اهمیت و موقعیت خاص این نوع از المانها داشته و مسئولیت دقت نظر بیشتری را از متولیان زیبا سازی و برنامه ریزی شهرها میطلبد. مکان قرار گیری این نوع المانها در سطح شهرها و هر جا که انتظار کار بری مورد نظر میرود میباشد و متناوبا به چشم میخورند.



شکل (۲): میدان ضد مشهد (در حال حاضر تخریب شده) شکل (۳) نمونه ی ایستگاه اتوبوس (curtiba - برزیل)

المانها میتوانند به صورت تلفیقی از دو یا حتی هر سه نوع شکل موجود باشند یعنی المانی جنبه ی نمایش، بیانی داشته باشد یا بیانی، عملکردی یا نمایشی، عملکردی و حتی مواردی نیز وجود دارد که هر سه نوع این مفاهیم در آنها به چشم میخورد! به طور مثال میدان آزادی (شهید سابق) در تهران نمونه ای از المانهای عملکردی- بیانی است که هم دارای عملکرد میباشد (موزه و فضایی زیستی برای کاربری انسان در بالای آن تعبیه شده) و هم به لحاظ بیان مفهوم آزادی طراح سعی کرده با همان فرمها و ویژگیهای هندسی و معمارانه منظور خود را در قالب انتزاع بیان کند.



شکل (۴): میدان آزادی - شهید (تهران)



المانهای شهری باید به گونه ای طراحی شوند که هم در عملکردهای متفاوت وهم در زیبایی و جهات دیگر موثر واقع شوند. المان ها می توانند مانند هر عنصر شهری در سیمای منظر شهری نقش مهمی داشته باشند و با مخاطب خود ارتباط برقرار کنند، که این امر نیازمند به برنامه ریزی و طراحی دقیق، داشتن اطلاعات کامل از ویژگی های اقلیمی، فرهنگی، آداب و رسوم و... منطقه میباشد. که در صورت رعایت این نکات، المان های شهری میتوانند در عملکرد خود موفق شوند و هویت را به نحو احسن به اجرا گذارند. باتوجه به اینکه یکی از اهداف المان ها اطلاع رسانی و معرفی منطقه از نظر فرهنگی، اجتماعی، جغرافیایی و خصوصیات مردم منطقه است، همه ی این موارد می توانند در برقراری ارتباط موثرتر با مردم و مخاطبین کمک کنند. اما علاوه بر، برقراری ارتباط با مخاطبین می تواند نقش مهمی در زیبایی سیمای شهر داشته باشد، زیرا قسمت های مختلف شهر را تحت تاثیر قرار داده و از یکنواختی خارج می کند و به نوعی با ایجاد این نشانه در قسمت های مختلف شهر، هر قسمت ویژگی منحصر به فرد می یابد و به غنای شهر کمک خواهد کرد (حجت: ۱۳۸۴: ۹). لازم به ذکر است که در طراحی این نشانه های شهری باید به جزئیات نیز، توجه شود از قبیل رنگ، سبک نورپردازی، جنس مصالح به کاررفته، جانمایی، مقیاس، دوام، ایمنی کافی، انعطاف پذیری داشتن صرفه اقتصادی و...

۳-۶- ارزش ها در طراحی المان های شهری

(بحرینی) معتقد است، ارزش ها در طراحی شهری را می توان به پنج شکل معرفی کرد. استفاده از این روش ها در طراحی المان های شهری در جهت ارائه هویت و سیمای شهری مطلوب تر، مناسب می باشند. لذا در اینجا به معرفی این ارزش ها از دیدگاه طراحی المان های شهری می پردازیم.

(الف) آن چه را که مردم می بینند، یعنی توانایی درک واقعیت از محیط اطراف به گونه ای که صرفاً بعضی مفاهیم عمومی مانند وجود تناسبات زیبا، ترکیبات حجمی مناسب و ترکیب های رنگی متعادل و... را درک نماید و احساس لذت را از یک اثر هنرمندانه داشته باشد. (ب) آن چه را که مردم می ستایند، که به معنی قدرت اسایش، فهم و استفاده از محیط شهری است. در این مورد می توان به الگوهای میدان های نایب و یزد اشاره نمود. در حال حاضر برج آزادی تهران از چنین کارکردی برخوردار است.

(پ) آن چه را که مردم می توانند استفاده کنند، به معنی وجود و دسترسی واقعی به فضاهای شهری طی فعالیت های روزانه است. در این خصوص طراحی فضاهای شهری طی فعالیت های روزانه است. در این خصوص طراحی فضاهای شهری می تواند مد نظر قرار گیرد که با کمک المان های شهری به شکلی هدفمند، ارتباطات روزمره بین مردم را بهتر و مؤثرتر برقرار سازد. (ت) آن چه را که مردم به خاطر می آورند، منظور یادآوری تجارب خاطرات خوب یا سخت است. به طوری که هدف یاد آوری وقایع گذشته که عموماً به صورت انتزاعی نیز می باشند قصد دارد ارزش های ماندگار را در اذهان عمومی حفظ نماید. (شربتیان ۱۳۸۷: ۴۲).

المان های مرتبط با نیاز روزانه انسان در فضاهای شهری طراحی شوند که در اذهان عمومی به خاطر سپرده شوند. (ث) آن چه مردم تداعی می کنند، که مربوط می شود به جنبه های نمادی فرهنگی، تاریخی و معنوی.

در فضاهای شهری به نظر می رسد بیش ترین - کاربرد المان های شهری با مفاهیم ذکر شده و در قالب های ذیل قابل دسته بندی باشد:

- تداعی شخصیت های علمی و فرهنگی، ویژگی های شخصیتی اسطوره ها، قدرت شاه
- تداعی مفاهیم و ارزش های فرهنگی مانند دیانت، شجاعت، حجاب
- تداعی اصالت های ملی و بومی از فرهنگ گذشته یک کشور یا منطقه
- د: تداعی ویژگی های شاخص جغرافیایی مانند معرفی نوع پوشش گیاهی یک منطقه، رودخانه، کوه، غار و... (شربتیان ۱۳۸۷: ۴۳)



۴- الزامات طراحی شهری در المان های شهری

از اصلی ترین محورهایی که در طراحی المان های یک شهر باید رعایت شود می توان به موارد زیر اشاره کرد:
۴-۱- **سرزندگی:** یعنی تا چه اندازه عناصر و المان ها نیازهای بیولوژیکی و توانایی های انسانی را در آن محیط رشد داده، شکوفا کرده و محیطی مناسب ایجاد میکند،

۴-۲- **معنی:** یعنی از نظر ذهنی به وضوح قابل شناخت و شناسایی باشدو ساکنین، آن را در زمان و مکان به تجسم در آورند و بارزش ها و مفاهیم جامعه نیز مرتبط باشد.

۴-۳- **کارایی:** یعنی طرح مورد نظر نسبت به ارائه اهداف و مفاهیمی که در پس آن قرار دارد از جامعیت کافی برخوردار باشد

۴-۴- **زیبایی:** المان طراحی شده باید علاوه بر کارایی از زیبایی بصری لازم نیز برخوردار باشد.

۴-۵- **تناسب:** یعنی این که شکل و اندازه المان ها با الگو و فرم ذهنی افراد نسبت به آن منطبق باشد.

۴-۶- **دسترسی:** یعنی دسترسی حداکثری افراد، خدمات، اطلاعات و اماکنی که به نحوی با آن مرتبط هستند مقدورباشد.

۴-۷ **شفافیت و خوانایی:** یعنی المان طراحی شده از وضوح کافی برخوردار بوده و ارتباط صریحی با مفاهیم و ارزش های غیرفضایی برقرار نماید.

۴-۸- **صرفه اقتصادی:** یعنی طراحی و ساخت المان مورد نظر از توجیه اقتصادی لازم برخوردار باشد.

۴-۹- **رعایت مقیاس:** همچنین در هنگام طراحی المان ها برای مناطق باید دقت کرد که مقیاس المان متناسب با مقیاس ان منطقه است یا نه؟ اگر المانی بزرگ مقیاس در منطقه قرار گیرد، ممکن است مکان را بی روح کند و به یک عامل ضعف در ان مکان تبدیل شود.(علاقه بند:۱۳۷۵)

می توان مسئله هویت را مسئله ی "معنا" دانست . پرسش از "چیستی و کیستی" افراد و جوامع، در رابطه با "معناداری).

۵- ارتباط المان ها و هویت شهری

هویت، واحدی است که شخص میتواند یک مکان را به عنوان مکانی متمایز از سایر مکان ها شناخته و بازشناسایی کند. به دلیل قرار گرفتن نشانهها برپایه تاریخ، فرهنگ، آداب و رسوم و زمینه، نشانهها درشهر بیانگر هویت شهر هستند. نشانه ها و المان های شهری در زندگی روزمره افراد نقش مهمی ایفا می کنند و با وجود خود در محیط شهری ضمن بیان معنای خود به بیان هویت یک شهر می پردازد و چون به دفعات درطول یک زمان طولانی درآذهان تکرار می شود ازاین رو این نشانه خود را در ذهن انسان تثبیت می کند . کوین لینچ محیط شهر را وسیله ای ارتباطی می داند که هم نمادهای صریح و هم نمادهای ضمنی را در بردارد .وی برقراری ارتباط میان شهروندان و شهر را جزئی ازمعنا دانسته و آن را خوانایی می نامد . بدین معنا که ساکنین یک سکونتگاه تا چه میزان قادر به برقراری ارتباط صحیح با یکدیگراز راه عناصر کالبدی نمادین هستند. نمادگرایی و توجه به معانی درشهرازدیدگاه وی تا آن اندازه حائز اهمیت است که به یکی از ارزش های شکل شهر تبدیل می شود:"شهر باید نمایانگرجامعه و ماهیت جامعه بوده و آن را تقویت کند. عناصر مهم این هدف عبارتند از نمادگرایی، معنای فرهنگی ، غنای تاریخی و شکل های سنتی."

۶- پیشنهاد موضوع در جهان

این مطلب نگاهی گذرا دارد به چند نماد و نشانه مشهور و از منظر یادمانی به تحلیل این نمادها پرداخته است.

۶-۱- برج ایفل، پاریس؛ شکوه مدرنیسم

آثاری که به لحاظ هنری به مراتب مهم تر و معتبرتر از یک برج معمولی آهنی مثل ایفل اند، اما چرا میان این همه زیبایی، برج ۳۲۵ متری ایفل مهم ترین نماد شهری و نشانه ذهنی پاریس و چه بسا تمام دنیا است؟ اگر چه برج ایفل در سال ۱۸۸۷ برای نمایشگاه جهانی و به مناسبت صدمین سالگرد انقلاب فرانسه طراحی کردند و ساختند، اما دیری نگذشت که این برج به جای آنکه یادمان انقلاب قرن

هجدهم فرانسه باشد، بدل به یادمان انقلاب صنعتی اروپا در قرن نوزدهم شد. کمتر کسی هست که با دیدن ایفل یاد انقلاب فرانسه نیفتد. ایفل هنوز هم مهم ترین یادمان انقلاب صنعتی است. تداعی کننده و یادآور بلندپروازی های انسان قرن نوزدهمی است. ایفل نقطه اوج و نقطه آغاز فرود از ارتفاع شکوهمند مدرنیسم است. ارتقاعی که شاید اگر انسان به آن نمی رسید امروز پاریس شکل و شمایل دیگری داشت!

۶-۱-۱- دیوار برلین یادمان شوربختی

در تاریخ آلمان، شاید هیچ دورانی به اندازه دوران جنگ جهانی دوم سخت و دردناک و تلخ نبوده است. تمام گزارش هایی که از نخستین روزهای پس از سقوط هیتلر منتشر شده، نشان از وضعیتی بحرانی دارد که پایتخت آلمان را فرا گرفته بود. فقر و گرسنگی و فلاکت در برلین بیداد می کرد. به علاوه غرور مردم آلمان از شکست مفتضحانه در جنگی که خود نقش چندانی در به وجود آمدن آن نداشتند به شدت جریحه دار شده بود. جنگ جهانی دوم، حاصل جوشش مالیخولیای رهبر مریض آلمان بود، اما دودش به چشم همه مردم جهان رفت و بیش از همه به چشم آلمانی های نگون بختی رفت ک که هنوز هم می توان آثار فلاکت بار این جنگ را در کوچه پس کوچه های شهرهای شان بازخوانی کرد. دوباره شدن برلین پس از اشغال توسط متفقین بدترین اتفاق ممکن در آن روزهای سخت بود. به فاصله چند سال و پس از بالا گرفتن تب جنگ سرد در دنیای دو قطبی دهه های ۶۰ و ۷۰ میلادی، دولت به اصطلاح دموکراتیک آلمان شرقی، ناگهان دیواری میان برلین کشید و آن را تبدیل به دو قسمت شرقی و غربی کرد. این دیوار کشوری را که تا به آن روز یکپارچه بود، تبدیل و تقسیم به دو جهان جدا از هم می کرد.

وقتی صحبت از دیوار برلین می شود چنان با حرارت حرف می زند که انگار رنج هایی که بر ایشان رفته هنوز هم ادامه دارد. شاید اگر این اتفاق در کشور دیگری به جز آلمان رخ داده بود، مردم آن کشور بعد از تخریب دیوار برلین، هر چه نشان این دیوار کذایی بود درب و داغان می کردند اما آلمانی ها نه تنها این کار را نکردند بلکه در بخش هایی از شهر، دیوار را به عنوان یادمان زمان رنج به همان شکل حفظ کردند. به طوری که الان یکی از جاذبه های توریستی برلین بقایای همین دیوار است. این را مقایسه کنید با شهری مثل تهران- یا برخی از شهرهای جنگ زده کشورمان- که امروز بعد از گذشت سال ها از زمان جنگ تحمیلی، هیچ نشانی از آن روزها در آنها باقی نمانده. شاید اگر بقایای چند ساختمانی. اگر بقایای چند ساختمانی را که به خاطر موشک باران ویران شده بود، همان طور دست نخورده بود.



شکل (۶): دیوار مجسمه مسیح، ریودوژانیرو



شکل (۵): دیوار برلین

۶-۱-۲- مجسمه مسیح، ریودوژانیرو نجات دهنده

معروف است برزیلی ها جزو مسیحی ترین مسیحان جهان اند. جمعیتی بیش از ۶ میلیون نفر، به صورتی فعال با سبک و سیاق برزیلی در این شهر زندگی می کنند. این جمعیت هر روز صبح روی بلندترین تپه مشرف به شهر، مجسمه ای از حضرت مسیح با آغوش باز می بینند که معروف به مسیح منجی است. این مجسمه که باز هم کار دست هنرمندان فرانسوی است، مهم ترین نمادی است که در منطقه آمریکای جنوبی نشانه های ذهنی مردم جهان را به ویژگی های خلق و خویی مردم این سرزمین پیوند می زند. مجسمه یادمانی است از باور های مذهبی مردم آمریکایی جنوبی که اگر چه بیشترین فاصله جغرافیایی را از محل تولد مسیح دارند، در تعلق خاطر مذهبی، چیزی

کم از هم کیشان اروپایی خود ندارند. این مجسمه با ۳۸ متر ارتفاع در سال ۱۹۲۶ و در ارتفاع ۷۱۰ متری نوک کوه کورکووادو ساخته شده است. مجسمه مسیح منجی توسط هکتور داسیلوا کوستا هنرمند برزیلی طراحی و توسط مجسمه ساز بزرگ فرانسوی پل لندوسکی

ساخته شده است. مجسمه مسیح منجی در یک نظرسنجی در سال ۲۰۰۷ در شمار یکی از عجایب هفتگانه جهان جدید شناخته شد (نشریه ی هنر های زیبا: شماره ۱۲۵: ۱۳۹۰: ۳۸).

۳-۱-۶- برج الخلیفه یا برج العرب، دوبی یادمان بی هویتی

اما این برج خلیفه که قرار بود نماد دوبی باشد، یادمان چیست؟ آیا واقعاً توانسته نخستین نشانه ذهنی از این امیرنشین عربی باشد؟ آیا توانسته هم پای برج العرب که سال ها یادمان هویتی دوبی بود، تصویر خود را در ذهن هن جهانیان ثبت کند؟ دوبی حتی در دوران اوج خود شهری است که در آن زرق و برق زیاد است. هیچ نشانی از هماهنگی میان عناصر شهری در آن وجود ندارد. هویت مشترکی عناصر شهری را در این شهر به هم متصل نمی کند. هر ساختمان و هر عنصری در دوبی ساز خود را می زند. سخت می توان شباهتی میان برج العرب وبازار ابنطوله پیدا کرد. همه این سازه های فوق مدرن و پیشرفته که هزینه زیادی بابت معماری آن پرداخته شده، بیش از هر چیز یادمانی از بی هویتی این شهر است. نمادهایی چون برج العرب یا برج الخلیفه فرقی با هم نمی کنند، هر دو تداعی کننده یک حس مشترک از یکی از پرهزینه ترین و کوتاه ترین تجربه های بشری در شهرسازی جهانی اند.



شکل (۷): برج خلیفه یا برج العرب

(مجله شهر زندگی زیبایی، نشریه داخلی سازمان زیباسازی شهر تهران، معاونت برنامه ریزی و توسعه، دوره اول، شماره چهارم، پاییز ۱۳۹۱)

۲-۶- محدوده پژوهش و تحلیل کیفیتهای المانهای مورد مطالعه

۱-۲-۶- میدان هفتم تیر

با این توضیحات به شهر یاسوج به عنوان پایتخت طبیعت ایران بر می گردیم و به میدان هفت تیر به عنوان مرکزی ترین میدان شهر یاسوج نگاهی می اندازیم.

این میدان قدیمی است و از ابتدا مردم آن را به همین نام می شناختند. مناسبت هفتم تیر هم برای همه بسیار آشناست و کمتر کسی است که نداند در این روز چه اتفاقی افتاده است. وقتی از این میدان صحبت می شود بی شک قدمت و نام میدان می تواند مهمترین موضوع برای طراحی المان برای میدان هفتم تیر باشد. اما آنچه به عنوان المان در میدان هفتم تیر نصب شده، دسته ای گل های خودرو است که هفت کیوتر دور آن چرخیده اند. گل ها نه مفهوم خاصی را متبادر می کنند و نه خودشان زیبایی یا پیچیدگی خاصی دارند که ذهن را درگیر کنند.

اکثر قریب به اتفاق کسانی که در این میدان قرار می گیرند در اولین برخورد تعداد پرنده ها را می شمارند. هفت کیوتر به معنای روز هفتم ماه تیر است. در حالی که قرار بوده کیوترها نماد شهادت ۷۲ تن از دولت مردان در روز خاصی باشد. در واقع اهمیت هفتم تیر به

تاریخ آن که به حادثه ای که در آن روز اتفاق افتاده بر می گردد. اما این نماد بدون اینکه ذره ای ذهن مخاطب را درگیر کند روی عدد هفت تاکید داشته است

۲-۲-۶- میدان مقاومت

دیگر میدان شهر یاسوج میدان مقاومت است. میدانی که میان شرف آباد ها ، بلوار قرنی، ترمینال قرنی شهر یاسوج و جمعه بازار قرار گرفته است. المانی که در این میدان قرار گرفته تصویری از وداع غم انگیز یک پدر با پسر رزمنده اش است و کمی جلوتر پسری روی تانک است. در این المان لباسی که برای پدر طراحی شده با اینکه محلی است اما به خوبی مشخص نیست مربوط به کدام فرهنگ و شهر است. در واقع المانی پر از مفهوم و محتوا که در یک میدان کوچک قرار گرفته است و تانکی که تعادل ندارد و احساس سقوط و ریزش را می دهد. حکایت این المان پر از حرف در آن میدان کوچک، مثل عکس نفیسی است که گوشه های آن بریده شده تا در قاب عکس جا شود.



شکل (۹): میدان مقاومت

شکل (۸): میدان هفتم تیر

۳-۲-۶- میدان معلم

یکی دیگر از المانهای شهر یاسوج در گوشه ای از میدان معلم، بزرگترین میدان ورودی شهر یاسوج طراحی شده که شباهت بیشتری به قلم دارد با این حال نماد زیبایی است اما جانمایی آن به گونه ای است که حرفهایش ناگفته مانده است. همه چیز این نماد تحت شعاع اتوبانک و مرکز اجاره سوئیت قرار گرفته است.

۴-۲-۶- خیابان جمهوری

اما خیابان جمهوری یکی از خیابان های عریض یاسوج است که به آبشار زیبای شهر یاسوج منتهی می شود. خیابانی که همه نمادهای زیبا و خاص را یک جا دارد و در عین حال زیبا نیست. به عنوان مثال تیر چراغ برق خیابان های تهران قدیم، سنگ هایی بزرگ (صخره) منقش به گل های بیابانی و سنگ فرش های فضاهای جنگلی تک تک در نوع خود زیبا هستند اما جمع آنها نتوانسته حس خاصی را به مخاطب القا کند.



شکل (۱۱): خیابان جمهوری اسلامی



شکل (۱۰): میدان معلم

۶-۲-۵- آریوبرزن

اما المان هایی هم در شهر یاسوج وجود دارد که به رغم قدمشان توانسته اند با مخاطب ارتباط برقرار کنند که از جمله آنها فلکه سنگی در میدان راهنمایی شهر یاسوج و میدان آریو برزن در اکبر آباد است. یکی یادآور کوه و طبیعت است و دیگری هم نمادی از تاریخی است که مردم به آن علاقه مند هستند.

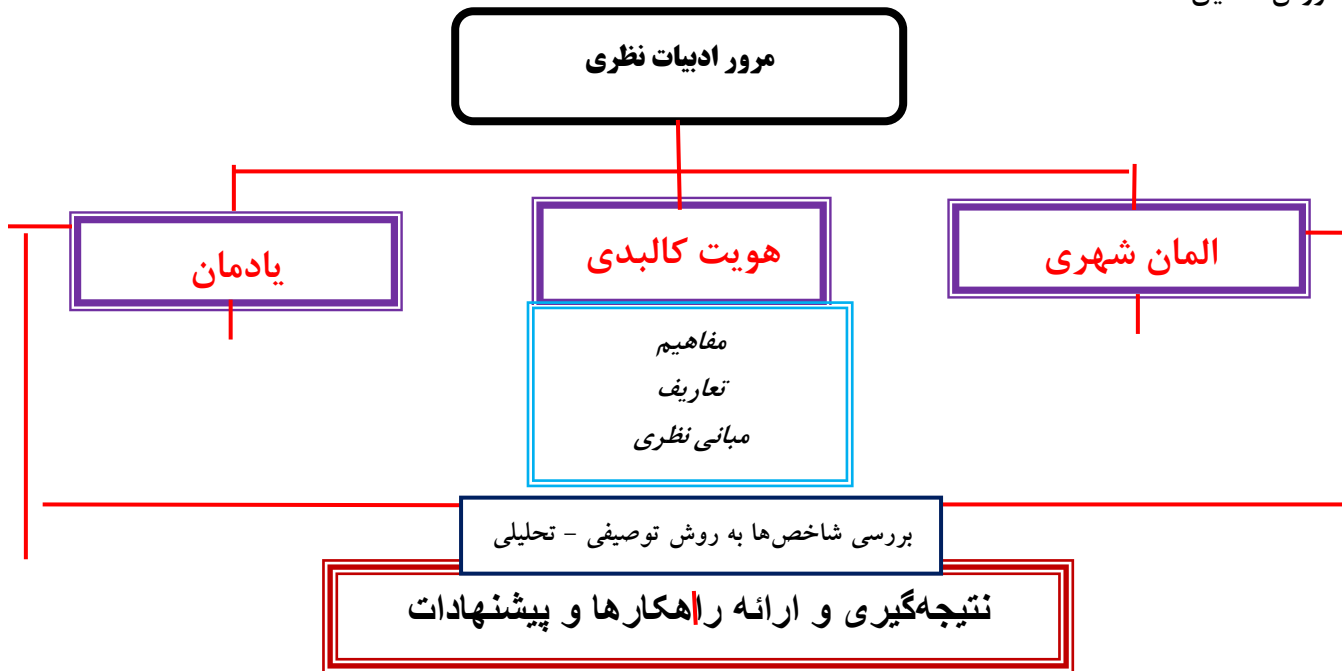
اما در مجموع المان هایی که در شهر یاسوج تاکنون طراحی شده یا بی محتوا بوده یا جا نمایی اشتباهی داشته اند و یا بدون توجه به محیط اطرافشان طراحی شده اند.



شکل (۱۲): آریوبرزن



۷- روش تحقیق



روش شناسی پژوهش در پژوهش حاضر از روش تحلیلی - پیمایشی برای جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات استفاده شده است. برای این منظور، ابتدا به مطالعه کتابها، متون و اسناد مرتبط با موضوع پژوهش پرداخته شده و به استناد آنها، شاخصهای مرتبط با عناصر زیباییشناختی و هویت کالبدی استخراج شده است. پس از آن با مطالعه و بررسی میدانی، کیفیتها و ابعاد المانهای مورد مطالعه برداشت شده است. در مرحله بعد، پرسشنامه طراحی شده و در اختیار شهروندان و کاربران فضا قرار گرفته است. این افراد به صورت تصادفی از میان بازدیدکنندگان بوده‌اند و حجم نمونه ۱۰۰ مورد است. پرسشنامه مذکور دربرگیرنده سؤالاتی در مورد کیفیت المان و نقش آن در تشکیل و تقویت هویت شهری می باشد که مستخرج از معیارهای برآمده از مبانی نظری است.

۸- تحلیل و بررسی یافته ها

معرفی مؤلفه ها و شاخصها با توجه به مباحث مطرح شده در فوق، معیارهای ارزیابی هویت کالبدی یادمانها به صورت زیر جمع بندی شده و در قالب سؤالات نظرسنجی از کاربران در پرسشنامه گنجانده شد.



جدول شماره (۱): مولفه های ارزیابی هویت کالبدی

| مؤلفه | توضیحات |
|-------------------------|---|
| تاریخی بودن | پیوند با تاریخ گذشته یاسوج وساکنان آن |
| بومی بودن (زمینه گرایی) | ارتباط باجغرافیا و فرهنگ خاص یاسوج |
| متمایز بودن | داشتن خوانایی و امکان تشخیص از بافت شهری پیرامون |
| پذیرا بودن | تنوع فعالیت ها، تسهیلات جانبی امکان دسترسی و بهره برداری از فضای شهری پیرامون |
| طراحی، فرم و معماری | خاص بودن از نظر سبک معماری و داشتن فرم خاص |
| محصوریت فضایی | اندازه و مقیاس انسانی، ارتفاع، تناسب اندازه ها |
| نما | برخورداری از مصالح، رنگ و بدنه بافت مناسب |

نتایج به دست آمده از تحلیل داده های حاصل از تحلیل آماری داده های حاصل از پرسشنامه پرسشنامه ها که توسط ۱۰۰ نفر از بازدیدکنندگان از اماکنهای شهری ششگانه تکمیل شده است، به شرح زیر است.

- نسبت بالایی از افراد (۱,۶۱ درصد) را زنان تشکیل میدهند.
- نسبت افراد مجرد (۷,۶۴ درصد) بیش از افراد متأهل است.
- نسبت بالایی از مراجعین از گروه سنی جوان (۳,۴۹ درصد) و میانسال (۳,۲۷ درصد) هستند. منظور از گروه سنی جوان بازه ۲۰ تا ۴۰ سالگی و گروه سنی میانسال بازه ۴۰ تا ۶۰ سالگی است.
- نزدیک به نیمی از مراجعین (۸,۵۱ درصد) دارای مدرک تحصیلی دیپلم یا فوق دیپلم بوده و نسبت قابل توجهی (۸,۳۴ درصد) دارای مدرک کارشناسی و بالاتر و مابقی تحصیلات ابتدایی یا کمتر از دیپلم دارند.
- توزیع طبقات شغلی میان مراجعین نسبتاً نرمال بوده و بالاترین نسبت به گروه شغل آزاد (۷,۳۵ درصد) تعلق دارد.
- حدود نیمی از مراجعین (۳,۵۵ درصد) دارای دفعات بازدید و عبور فراوان (۵ بار و بیشتر) و مابقی دارای دفعات بازدید و عبور کم کمتر از ۵ بار هستند.
- در رابطه با هدف مراجعه ۳,۲۷ درصد از مراجعان، هدف خود را تفریح، پیاده روی و ورزش عنوان کرده اند. ۹,۴۶ درصد علت مراجعه را فعالیت یا سکونت در این محل میدانند و مابقی، صرفاً برای عبور به مقصد دیگری در اینجا توقف داشته اند.



جدول شماره (۲): تحلیل آماری داده های حاصل از پرسشنامه

| مؤلفه هویت (کالبدی) | المان ۱ (هفت تیر) | المان ۲ (آریوبرزن) | المان ۳ (فلکه سنگی) | المان ۴ (معلم) | المان ۵ (میدان مقاومت) | المان ۶ (خیابان جمهوری) | میانگین |
|---------------------|----------------------|-----------------------|------------------------|-------------------|---------------------------|----------------------------|---------|
| تاریخی بودن | ٪۱۵ | ٪۵ | ٪۴ | ٪۱۵ | ٪۲ | ٪۰ | ۲۳ |
| بومی بودن | ٪۰ | ٪۱ | ٪۵۸ | ٪۱ | ٪۲ | ٪۱ | ۱۸ |
| تمتایز بودن | ٪۳ | ٪۱۸ | ٪۶ | ٪۱۸ | ٪۱۹ | ٪۰ | ۲۴ |
| پذیرا بودن | ٪۴۳ | ٪۳۷ | ٪۳۴ | ٪۱۵ | ٪۴ | ٪۲ | ۳۱ |
| طراحی، فرم و معماری | ٪۵ | ٪۳۲ | ٪۶ | ٪۲۴ | ٪۲ | ٪۰ | ۳۱ |
| محصوریت فضایی | ٪۴ | ٪۱۸ | ٪۶۸ | ٪۳ | ٪۵ | ٪۲ | ۳۷ |
| نمای مناسب | ٪۱۸ | ٪۷۷ | ٪۴۵ | ٪۲۸ | ٪۱۴ | ٪۱۸ | ۳۳ |
| مجموع | ۱۹۶ | ۲۴۲ | ۳۶۵ | ۱۴ | ۱۸۳ | ۶۸ | - |
| میانگین | ۲۸ | ۳۴ | ۵۲ | ۲ | ۲۶ | ۰۹۷ | - |

با توجه به نتایج خلاصه شده در جدول فوق، میتوان گفت از نظر هویت کالبدی، در بین المانهای شهری بررسی شده در شهر یاسوج، المان فلکه سنگی و میدان آریوبرزن موفق -ترین مورد است. این المانها در اکثر مؤلفه های هویت کالبدی بیشترین امتیاز را کسب کرده است.

از طرف دیگر، المان خیابان جمهوری از نظر مؤلفه های هویت کالبدی، پایینترین امتیاز را کسب نموده است. این المانها مخصوصاً از نظر برخی مؤلفه ها همانند محصوریت فضایی و نمای مناسب در وضعیت نامناسبی قرار دارد برخی المانهای شهری مانند المان میدان آریوبرزن و میدان فلکه سنگی در مؤلفه هایی از قبیل بومی بودن، متمایز بودن و نمای مناسب، موفق عمل کرده است، در حالیکه در مؤلفه های دیگر مانند و محصوریت فضایی از نظر بازدیدکنندگان امتیاز مناسبی دریافت نکرده است در صورتی که تمام المانهای مود مطالعه را به عنوان نماینده شهر یاسوج به حساب آوریم، این المانها از نظر مؤلفه های هویتی مثل متمایز بودن، پذیرا بودن و طراحی، فرم و معماری دارای امتیاز پایینی هستند. با توجه به اینکه پرسشگری از مراجعان و کاربران فضا به صورت تصادفی صورت گرفته است، میتوان از آزمونهای آماری پارامتری برای تجزیه و تحلیل دادهها استفاده نمود. برای این منظور، از آزمون آماری t برای مقایسه میانگین گروههای زوجی استفاده شده است که نتایج آن به صورت زیر است.

مقایسه گروه جنسی زنان با مردان نشان میدهد که بین مردان و زنان از نظر ارزیابی المانهای شهری تفاوت معنادار آماری وجود دارد. مقایسه گروههای تحصیلی بین دارندگان مدرک دیپلم و فوق دیپلم و کمتر از آن با دارندگان مدرک کارشناسی و بالاتر نشان میدهد که بین این دو گروه از نظر ارزیابی مؤلفه های هویت کالبدی تفاوت معنادار آماری وجود دارد.

۹- نتیجه گیری

در طراحی المانها و نشانه های شهری بایستی مؤلفه های «تاریخی بودن»، «بومی بودن»، «متمایز بودن»، «پذیرا بودن»، «طراحی، فرم و معماری»، «محصوریت فضایی» و «نمای مناسب» در نظر گرفته شود تا هویت کالبدی شهرها ارتقاء یابد. همچنین با بهره -گیری از خاطرات مردم اصیل شهر میتوان المانهایی متناسب با فرهنگ بومی طراحی کرد - بهتر است المانهای شهری با استفاده از مصالح مناسب و رنگ، طراحی و برجسته شوند تا بیشتر در اذهان مردم باقی بمانند و مردم بتوانند ارتباط مؤثرتری با آنها برقرار کنند. این اقدامات میتواند در جهت زیباشناسی المانها صورت گیرد.



با توجه به مهم بودن المانهای شهری در زیبایی-شناسی و هویتبخشی شهرها، بایستی در سایر میادین و نقاط شاخص شهر که دارای اصالت و هویت خاصی هستند، المانهایی متناسب با محل و فرهنگ خاص آن طراحی شوند. از آنجا که المانهای شهری در ارتباط مستقیم با شهروندان هستند، لذا باید متناسب با روحیات جمعی مردم باشند و با واقعیتهای اجتماعی آنان ارتباط برقرار کنند تا سبب انتقال هویت شهری در اذهان مردم شوند برای ساماندهی و ارتقای کیفی فضاهای شهری، مکانیابی مناسب المانها با رعایت اصول شهرسازی، برقراری ارتباط بین موضوع المانها و عملکرد آنها، رعایت اصول زیبایی شناسانه در طراحی، فرم و معماری المانها، و همچنین به کارگیری المانهای بزرگ مقیاس در شهرها بسیار مفید و مؤثر خواهد بود. با توجه به تأثیرگذاری مؤلفه «تاریخی بودن» بر هویت کالبدی شهر، در میادین مهم شهری که در بافت تاریخی شهر هستند، بایستی المانهایی طراحی شود که متناسب با عناصر مهم و تاریخی مجاور آن و همچنین متناسب با فرهنگ بومی شهر باشند تا موجب تقویت اصالت و تداعی خاطرات شهروندان اصیل شهر در محیط پیرامونی المان شوند، مهمترین المانهای اثرگذار بر هویت کالبدی، با توجه به طراحی، فرم و معماری خاصی که دارند باید مورد توجه بیشتری قرار گیرند و اقدامات حفاظتی و حمایتی از آنها صورت گیرد. در این المانها میتوان با تقویت نورپردازی شبانه، موجب فراهم شدن آرامش، معنویت و سرزندگی محیط پیرامونی شد. به منظور ارتقای هویت در المانهای شهری، بایستی معیارهای تاریخی، فرهنگی و اجتماعی مورد توجه قرار گیرد و اصل «یادمانی بودن و اسطوره ای بودن» المانها، نیز رعایت گردد.

۱۰-منابع

۱. امینزاده، بهناز، (۱۳۸۹)، ارزیابی زیبایی و هویت مکان، مجله هویت شهر، شماره هفت، صفحات ۱۴ - ۳
۲. بارانی، هانیه، (۱۳۹۲)، نقش هویت در فضاهای شهری سایت، سیویلیکا
۳. بحرینی، حسین، بلوکی، بهناز، تغابن، سوده. "تحلیل مبانی نظری طراحی شهری معاصر"، تهران، موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران (۱۳۸۸)
۴. بحرینی، حسین (۱۳۸۴). تحلیل فضاهای شهری در رابطه با الگوی رفتاری استفاده کنندگان و ضوابطی برای طراحی، انتشارات دانشگاه
۵. بزرگمهر محمد، اردلانی حسین (۱۳۹۶) تأثیر المان های شهری بر فضاهای شهر با رویکرد زیبایی شناسانه،
۶. بهاداران، سجاد، (۱۳۹۲)، بررسی المان های سطح شهرکرد بر روی جا به جای دیواره، همایش ملی مهندسی عمران
۷. پاکزاد، جهانشاه (۱۳۹۱) راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران، تهران: انتشارات شهیدی، چاپ ششم، معاونت شهرسازی و معماری.
۸. توالی، نوین، " (۱۳۸۶) شکل شهر منسجم"، تهران، انتشارات امیر کبیر،
۹. توکلی هفشجانی لیلا، (۱۳۹۳)، بررسی جایگاه حقوق شهروندی زنان در فضاهای باز شهری مطالعه ی موردی شهر کرد، اولین کنفرانس ملی شهر سازی و مدیریت شهری پایدار، قابل دسترسی در سایت سیویلیکا
۱۰. حجت مریم، (۱۳۸۴)، مقاله تاثیر مبلمان شهری در فضای شهری. اولین کنفرانس توسعه ی پایدار شهری دانشگاه تهران
۱۱. حسینی باغ، فرزانه و مضطرزاده، حامد، (۱۳۹۳) «تبیین جایگاه المان شهری در ارتقای خوانایی شهرها» مجله هنر شماره ۶۵۲
۱۲. رحیمیون، علی اصغر، (۱۳۹۰)، هویت بخشی به شهر از طریق بهره گیری از عناصر طبیعی، نشریه هویت شهر، شماره نهم، سال پنجم، صفحات ۹۳-۱۰۴.



۱۳. زهرایی، اکبر (۱۳۹۴) دانش زیبا سازی شهری، تاریخچه مبلمان شهری، نشر هنر معماری قرن
۱۴. سلسله، علی، و سلسله، محسن، (۱۳۸۸)، (بررسی تأثیر عامل هویت (ایرانی - اسلامی) بر زیبایی شهر"، نشریه آرمانشهر، دوره ۲، شماره ۲، صفحات ۸۵-۴۷
۱۵. شربتیان محمد حسن، (۱۳۸۷)، تاملی بر فرهنگ شهروندی و ارائه ی راهکارهایی برای گسترش ن. فصلنامه فرهنگی پژوهشی فرهنگ خراسان جنوبی. شماره ۸-۹ سال دوم و سوم. دوره تابستان و پاییز. صص ۱۱۹-۱۵۴
۱۶. علاقه بند علی، (۱۳۷۵)، جامعه شناسی آموزش و پرورش. چاپ اول. تهران. نشر روان
۱۷. لینچ. کوین، (۱۹۶۱)، "سیمای شهر"، ترجمه: منوچهر مزیینی، ۱۳۷۴، تهران، موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۱۸. مرتضایی. رضا، "رهیافت هایی در طراحی مبلمان شهری"، انتشارات سازمان شهرداری های کشور، (۱۳۸۱) یباسازی شهر تهران، معاونت برنامه ریزی و توسعه، دوره اول، شماره چهارم، پاییز ۱۳۹۱
۱۹. مشیری، جواد (۱۳۹۱) مبانی و فنون طراحی شهری، نشر اسلیمی.
۲۰. مهدوی نژاد محمد مهدی، (۱۳۷۷)، کتاب اصول معماری و شهرسازی. انتشارات تهران
۲۱. نقی زاده، محمد، (۱۳۸۶)، (ادراک زیبایی و هویت شهر در پرتو تفکر اسلامی، سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان، چاپ اول، اصفهان، ۵۳۸
۲۲. نوفل، علیرضا، کلبادی، پارین، و پورجعفر، محمدرضا (۱۳۸۸)، بررسی و ارزیابی شاخصهای مؤثر در هویت شهری نمونه موردی: محله جلفا در شهر اصفهان، نشریه آرمانشهر، دوره ۲، شماره ۳، صفحات ۶۹-۵۷.
۲۳. یوسفی، اسماعیل، رحمانی، امیر و قربانخانی، محسن (۱۳۹۳)، ارزیابی نقش المانهای شهری بر ارتقای حس مکان در فضاهای شهری (نمونه موردی: شهر همدان)، مطالعات محیطی هفت حصار، شماره دهم، سال سوم، زمستان، صفحات ۸۱-۷۱

Abstract

In this research, an attempt is made to investigate the effects of specific elements in the city of Yasuj, while examining their effects on the identity of the city in question. The research method is analytical-survey and the method of collecting information is field and using a questionnaire tool. Then we made a comparative study of the index elements of Iran and the world with the elements of the main squares of Yasuj. In the end, by comparing the principles of expert design of urban elements that we achieved in theory and public opinion, the extent of adaptations was determined. By combining these two criteria, we have reached principles for designing urban elements, which in addition to having the parameters of the theory of architecture and urban planning, by considering the urban psychology of the people of the region, also causes public satisfaction. The studied samples include six urban elements in Yasuj that are of interest to citizens and tourists. The results obtained from descriptive and inferential analyzes on the collected data show that the qualitative evaluation of citizens by the (physical) identity of the elements is affected by their gender and level of education. Based on the results, the elements of the stone square in the neighborhood and Jomhory Street have the highest score and the lowest score obtained by citizens (users), respectively. The results also show that the most important components affecting the physical identity of urban elements based on citizens' opinions include "design, form and architecture of the element", "historical" and "indigenous (contextualism)".

Keywords: Urban element, Memory, Physical identity, Public satisfaction, Yasuj