

An analytical study of sensory richness in recognizing the urban space of Hafez Street in Shiraz, with a focus on the senses of smell and taste

(Case study: Hafez Street, Shiraz)

Maryam Roosta¹ - Department of Urban Planning and Design, Faculty of Art and Architecture, Shiraz University, Shiraz, Iran.

Mahsa Sholeh - Department of Urban Planning and Design, Faculty of Art and Architecture, Shiraz University, Shiraz, Iran.

Negin Amiri - Department of Urban Planning and Design, Faculty of Art and Architecture, Shiraz University, Shiraz, Iran.

Received: 20 December 2022 Accepted: 15 March 2023

Highlights

- Sense walking and in-depth interviews were used to analyze the richness of smell and taste senses in urban space.
- The experience of the senses of smell and taste and the dimension of time and place mutually affect each other.
- The richness of the senses of smell and taste affects the enhancement of the memorability and identity of the urban space.

Extended abstract

Introduction

Everyday urban experience is achieved through the process of perception and sense experience through sensory organs. Living in a multi-sensory environment is inevitable, and the experience of encountering sights, smells, and sounds makes it possible to know the environment. It seems that in different urban spaces of Iran, taking into account the native conditions of the environment and current traditions among the people, the role of sensory landscapes and its effect on the quality of the urban space requires more investigations. The main problem of the current research is the need to pay more attention to the issue of "sensory richness" and analyze its indicators and examples as one of the important qualities of the urban space, with an emphasis on the two senses of smell and taste. Based on this, the present article aims to explain the process of recognizing and analyzing an urban space with an emphasis on improving the quality of sensory richness in the two areas of smell and taste senses.

Theoretical Framework

Regarding the sense of smell, the variety of smells, the presence of sources of smells in the environment, smells dependent and related to time, consistent smells, smells of passers-by, and smelling comfort are among the indicators that, according to sources, affect the richness of the space. There are also researches about the effect of the sense of smell in the urban space, in the context of racial, ethnic, native, historical and cultural contexts, and it shows the effect of different cultural contexts on the transmission of social meanings and values and the display of historical heritage through the sense of smell in an urban space.

Regarding the sense of taste, while emphasizing the dependence and direct connection of this sense with the sense of smell, the presence of fruitful plants, local memories related to the experience of taste in space, and the presence of land uses that stimulate taste have an effect on the richness of the sense of taste.

Methodology

In order to conduct this research, the "qualitative" strategy has been used to collect and analyze data. In the first step,

1 Responsible author: m-roosta@shirazu.ac.ir

the review of library resources was carried out with the aim of compiling the theoretical framework of the research and extracting effective indicators in the thematic area of sensory richness. After that, the indicators obtained from this part were analytically recognized and field studied in two steps in the studied sample; In the first step, the sensory perception of the environment was carried out by “sensory walking” with the help of field survey by one of the researchers as an urban studies expert. After that, semi-structured interviews were conducted with 21 space users. These numbers were selected as available samples and the interviews were continued until reaching a kind of “theoretical saturation” and repeated answers. The data obtained from the interviews were coded in “Atlas” software and subjected to content analysis.

Results and Discussion

The findings of the interviews revealed the deep dimensions of the smell experience along the way for users. In these interviews, special users with a keen sense of smell were mentioned many times along the way. In some of these comments, the use of smell to remember the length of the route and even addressability was clearly evident. This issue, while clarifying the process of tracking odor sources by space users, shows the effect of place and the inseparable dependence of sensory experiences with place.

In a deeper layer, the analysis of the interviews shows that remembering and recalling smell experiences, especially in urban spaces with historical qualities, is very tied to nostalgia and memory and has an effect on deepening the sense of belonging to a place. This issue is very important from the analytical point of view of urban space. Context—which can be a set of antecedent conditions or facts about a place or a particular event in it—plays a decisive role in the quality of the smellscapes in a place.

The findings show that in the sensory experience of Hafez Street, in particular, the presence of “orange trees” as an example of the “fruitful plants” index, in addition to the possibility of simultaneously deepening the senses of smell and taste, to the perception of the “sense of time” as well as the “memorability of space” and Also, “identifying the sensory experience of the path” has also been effective. In the experience of the sense of taste along this path, as expected, the findings indicate the effect of the use of taste stimuli on the deepening of the sensory experience of space and its perception.

Conclusion

Among the indicators of the quality of the senses of smell and taste, “smell comfort”, “presence of fruitful plants” and “memorable uses with taste stimulation”, have a greater role in the experience process of citizens’ environmental perception. Also, in the analysis of the findings from the qualitative survey, it is possible to emphasize the two-way relationship between the deepening of the “sense of smell” and the memorability and identity of the place, as well as the reciprocal relationship of “perception of time” with the depth of the smell sensory experience.

It seems that, especially in urban spaces with historical value, paying attention to the identity aspects of odors from natural resources or users with an identity smell or taste experience, both in the layer of future research and in the layer of executive plans, can have a multifaceted effect on improving the quality of the space and help deepen the sense of belonging to the place among the users.

Keywords: Sensewalking, Sensory Richness, Urban Space, Sensescape.

Citation: Roosta, M., Sholeh, M., Amiri, N. (2023). An analytical study of sensory richness in recognizing the urban space of Hafez Street in Shiraz, with a focus on the senses of smell and taste (Case Study: Hafez Street, Shiraz), Motaleate Shahri, 12(48), 29–42. <https://doi.org/10.22034/urbs.2023.62683.112>.

Copyrights:

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to Motaleate Shahri. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.





بررسی تحلیلی غنای حسی در بازناخت فضای شهری با تمرکز بر حواس

بويابي و چشايي

نمونه مورد مطالعه: خيابان حافظ شيراز

مریم روستا^۱ - دانشیار، بخش شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

مهسا شعله^۲ - دانشیار، بخش شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

نگین امیری^۳ - دانشآموخته کارشناسی ارشد، بخش شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱ آذر ۲۹
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱ آذر ۲۶

چکیده

(غنای حسی) یکی از کیفیت‌های مؤثر بر ارتقای کیفی تجربه شهری‌دان از حضور در فضای شهری است. در میان حواسی که این کیفیت را شکل می‌دهند، حواس «بويابي» و «چشايي» و نقش آنها در کیفیت‌بخشی به فضا در پژوهش‌های حوزه طراحی شهری کمتر مورد بررسی قرار گرفته است. اين پژوهش در بي بازناخت فضای شهری براساس تحليل غنای حواس بويابي و چشايي است و به كمك روش‌های کييفي و با استفاده از بررسی متتابع كتابخانه‌اي، برداشت ميداني در قالب «حس‌گردي»، انجام مصاحبه‌های نيمه ساختارياfته و تحليل محتواي آنها انجام شده است. نمونه مورد مطالعه بخشی از خيابان حافظ شيراز است که ضمن دارا بودن هویت تاریخي و جاذبه‌گردشگری، می‌تواند در لایه تجربه حسی و منظر فضای شهری مورد توجهی در مواجهه کييفي شهری‌دان با شهر باشد. يافته‌های حاصل از پژوهش، حاکی از اهمیت شاخص‌های «آسایش بويابي»، «حضور گیاهان مثمر» و «خاطرات توأم با محرك چشايي در فضا»، در تجربه حسی مردم است. اين يافته‌ها نشان می‌دهد، محدوده مورد مطالعه در شاخص‌های «بوهای طبیعی»، «بوهای وابسته به زمان» و «آسایش بويابي» وضعیت مطلوب‌تری دارد و نیاز است که شاخص‌های «تنوع بويابي» و «سازگاري بويابي» در بازنگری، مورد توجه بيشتری قرار گيرند. يافته‌های اين پژوهش همچنین حاکی از اهمیت توجه به تأثیر متقابل تجربه‌های حواس «بويابي» و «چشايي» ببعد زمان و مكان و ارتقای هویت‌مندی و خاطره‌انگيزی فضاهای شهری است. اين پژوهش هم با هدف بسط مطالعات آتی در اين حوزه با توجه به خلاهای پژوهشی و هم در انجام پژوهه‌های سامان دهی منظر فضاهای شهری می‌تواند مورد استفاده پژوهشگران حوزه شهرسازی و استفاده حرفه‌مندان طراحی و برنامه‌ریزی شهری قرار گیرد.

واژگان کلیدی: غنای حسی، فضای شهری، منظر حسی، حس‌گردي.

نکات برجسته

- به منظور تحليل غنای حواس بويابي و چشايي در فضای مورد مطالعه از روش «حس‌گردي» و «مصالحبه‌های عميق» استفاده شده است.
- تجربه حواس بويابي و چشايي در فضا و بعد زمان و مكان در فضای شهری به طور متقابل بر هم اثرگذارند.
- غنای حواس بويابي و چشايي بر ارتقای خاطره‌انگيزی و هویت‌مندی فضای شهری اثرگذار است.

۱ اين مقاله برگرفته از پايان نامه کارشناسی ارشد رشته طراحی شهری با عنوان «ارتقای منظر حسی در فرآيند طراحی خيابان شهری به منظور بهبود خوانایي (نمونه موردی خيابان حافظ شيراز)» است که به وسیله نويسنده سوم و با راهنمایي نويسنده اول و مشاوره نويسنده دوم در دانشگاه شيراز دفاع شده است.

۲ نويسنده مسئول مقاله: m-roosta@shirazu.ac.ir

اثرگذار بر ارتقای کیفیت فضا تدوین و تبیین خواهد شد و پس از آن در قالب آمیخته‌ای از روش‌های کیفی و کمی به بازنگشتن و تحلیل شاخص‌های منتخب از مناظر حسی در فضای مطالعه پرداخته خواهد شد.

۲. چارچوب نظری

۲.۱. غنای حسی، منظر حسی^۱

کتاب «محیط‌های پاسخ‌ده»^۲ یکی از مهم‌ترین منابع حوزه مطالعات محیطی و فضای شهری است که به کیفیت «غنای حسی» به عنوان یکی از کیفیت‌های هفت‌گانه فضای شهری پرداخته است. بنتلی و همکاران، طراحی در راستای محیطی که به تنوع تجربیات حسی موجود لذت استفاده کنندگان از فضای منجرب شود را در قالب «غنای حسی» ممکن می‌دانند. آنها ضمن اشاره به این که بخش وسیعی از تجربیات حسی مردم در فضای «حس بینایی» تأمین می‌شود تأکید می‌کنند که توجه به سایر حواس پنج‌گانه و در نظر گرفتن نقش آنها در غنای تجربه حسی نیز در فرآیند طراحی و کیفیت بخشی به فضای سیار واجد اهمیت است (Bentley, 2003). در نظر گرفتن کلیه حواس و عدم توجه مطلق به حس بینایی در تجربه محیطی، در رویکردهای پدیدارشناسانی مانند موریس مولوپونتی و یوهانی پالاسمنیز آمده است. مونیکا مگان در همین راستا در تبیین همپوشانی لایه‌های ادراک محیط به کمک حواس از عبارت «منظر حسی» استفاده می‌کند و پاول روداوی که در حوزه جغرافیای انسانی پژوهش کرده، عبارت «جغرافیای حسی» را در تبیین تأثیر حواس انسانی بر موقعیت‌یابی جغرافیایی به کار برده است (Sedaghat, 2017).

بنابراین در فرآیند ادراک محیط، بخش زیادی از تعامل، توسط حواس انسانی، صورت می‌پذیرد که منجر به تجربه‌های متنوع عاطفی و حسی می‌شود. محیطی که بتواند به مثابه یک قلمرو حسی در این فرآیند تعاملی، حواس مختلف انسان را درگیر نموده و به ارتقای ادراک انسانی توسط این حواس کمک کند، واجد کیفیت «غنای حسی» خواهد بود. صاحب‌نظران حوزه مطالعات منظر، تعامل چند‌حسی با مناظر شهری و عدم تأکید صرف بر تجربه بینایی در مواجهه با منظر را در ابتدا در قالب نظریاتی چون «منظر بینایی» و «منظر شنیداری» طرح نمودند و امروزه اتفاق نظر وجود دارد که منظردارای جنبه‌های گوناگون و پیچیده‌ای از ترکیب تجربه حواس بینایی، شنیداری، بینایی، چشایی و لامسه است (Lotfi & Zamani, 2015).

۲.۲. حس بینایی و تأثیر آن در تعامل انسان و محیط

بوها می‌توانند احساسات عمیقی را برانگیزند و معانی اجتماعی را در اشتراک با رابطه مردم و مکان‌ها منتقل کنند (Xiao et al., 2020). اگرچه بوها نامرئی و موقت هستند، اما منظر بینایی از ساختار فضایی مکان نشأت می‌گیرد (Schivelbusch & Zardini, 2005). بوها در تجربیات روزمره مردم در شهرها اجتناب ناپذیر هستند و دنیایی نامرئی را در اطراف ما تشکیل می‌دهند (Zardini, 2005). بوها به مکان‌ها هویت می‌دهند و می‌توانند مردم را به دلیل احساسی به آن مکان‌ها

1 Sensory Richness

2 Sensescape

۱. مقدمه

تجربه روزمره شهری از طریق فرآیند ادراک و تجربه حس از طریق اندام‌های حسی حاصل می‌شود (El-Sayyad, 2019). زندگی در محیط اطراف به صورت چند حسی، اجتناب ناپذیر است و تجربه مواجهه با مناظر، بوها و صداها، شناخت محیط را امکان‌پذیر می‌نماید. این کار سبب ایجاد ادراک از محیط اطرافمان خواهد شد؛ برای مثال منظر بینایی حال و گذشته را به هم پیوند می‌دهد و تغییرات محیط را با گذشت زمان یا سنت‌های زندگی افرادی که در آن مکان زندگی می‌کنند، تفسیر می‌نماید (Reinartz, 2014; Tuan, Y. F. 1977). ارتباط فضاهای شهری با مخاطب، علاوه بر تکیه بر جلوه‌های بصری شهر، می‌تواند به صورت بالقوه به وسیله تحریک همه حواس وی که فراتراز دسته‌بندی پنج‌گانه مطرح شده به وسیله ارسسطو هستند، صورت گیرد (Rodaway, 2002). بینایی همراه با شناوری و بینایی اغلب ناشی از رفتار ناخودآگاه است و همیشه نمی‌توان در ابتدای تجربه از آن جلوگیری کرد. چشایی و لمس بیشتر به اراده ذهنی افراد بستگی دارد. در طعم و لمس برای ادراک محیط تا حدی محدودیت وجود دارد (Ba & Kang, 2019). تجارب حسی بین محیط فیزیکی، رفتار افراد و محیط ایجاد می‌شود. بنابراین هرگونه تغییر در منظر شهری می‌تواند باعث شکل‌گیری مجدد منظر حسی شود زیرا اتصالات حسی مختلف به محض حضور در فضای ایجاد می‌شود (El-Sayyad, 2019). این احساسات ایجاد شده، تجربه فرد را به عنوان بخش حیاتی ادراک، تحت تأثیر قرار می‌دهند. نشانه‌های بصیری در محیط می‌تواند امکان شکل‌گیری تصویر ذهنی در محیط را افزایش دهد. صداها و لامسه به ایجاد هویت و قلمرو مکان کمک می‌کنند. مزه و بونیزمی‌توانند درک معنای فضای افزایش دهنده و یادآور خاطرات آن مکان باشند.

با وجود انجام بررسی‌های علمی این حوزه، هنوز هم فهم چگونگی درک و ادراک مردم از شهر و فضاهای شهری برای متخصصان بسیار دشوار است (El-Sayyad, 2019) و با آن که پژوهش‌های نسبتاً زیادی بر روی منظر حسی و نقش حواس در فرآیند ادراک محیطی نیز انجام پذیرفته، سهم پژوهش‌هایی که به طور ویژه بر روی منظر بینایی متمرکز شوند، بسیار کم بوده است (Xiao et al., 2020).

به نظر می‌رسد در فضاهای شهری مختلف کشور ایران با در نظر گرفتن شرایط بومی محیط و سنت‌های جاری میان مردم، تبیین بیشتر نقش مناظر حسی و تأثیر آن بر کیفیت فضای شهری نیازمند بررسی‌های بیشتری به خصوص با تمرکز بر برخی از این حواس باشد. مسئله اصلی پژوهش حاضر که ضمن مرور پژوهش‌های پیشین علمی و با در نظر گرفتن دغدغه «ارتقای کیفیت» در فضاهای شهری داخلی به خصوص با تأکید بر روحه هویتی و بومی قابل تبیین است، نیاز پرداخت دقیق‌تر به موضوع «غنای حسی» و تحلیل شاخص‌ها و مصادیق آن به عنوان یکی از کیفیت‌های مهم فضای شهری با تأکید بر دو حس بینایی و چشایی است که تا کنون کمتر مورد توجه و تبیین قرار گرفته است. بر این اساس، مقاله حاضر با هدف تبیین فرآیند شناخت و تحلیل یک فضای شهری با تأکید بر ارتقای کیفیت غنای حسی در دو حوزه حواس بینایی و چشایی انجام پذیرفته است. به این منظور ضمن بررسی ادبیات موضوع، چارچوبی از شاخص‌های محیطی- فضایی

تعیین کننده‌ای در کیفیت مناظر بود ریک مکان ایفا می‌کند (Xiao et al., 2020). هنگام زمینه‌سازی، افراد بیشتر به همسان بودن بوهای درک شده در محیط با بوهای زمینه‌های خود اهمیت می‌دهند. در تحقیقات مشخص شده است که برای بیشتر افراد شناسایی بوها، بدون استفاده از وسائل دیداری (کلمات یا تصاویر) در شرایط بدون زمینه اطراف، دشوارتر است (Cain et al., 1998). هنگام تشخیص بو، افراد معمولاً سعی می‌کنند بین بوها و محیط فیزیکی ارتباط برقرار کنند و در عین حال برای ردیابی منابع بوهای شناسایی شده نیز جهتگیری کنند (Ayabe-Kanamura et al., 1998). واژکول و وانینی اظهار داشتند که تفسیرهای فوری مردم از بویایی اغلب به منابع بویایی و معانی آنها مربوط می‌شود (Vannini & Waskul, 2008).

تأثیر حس بویایی در فضای شهری، در بستر زمینه‌های نژادی، قومی، بومی، تاریخی و فرهنگی نیز متفاوت و قابل بررسی است. لاو مطالعات تحلیل و ارزیابی بو را در فضای شهری با رویکرد قوم‌نگاری و مطالعات فرهنگی در نمونه موردی شرق آسیا در «سنگاپور» به کمک تکنیک «بوگردی» گروهی مورد بررسی قرار داده (Low, 2015؛ Low, 2008) و با جزئیات تبیین می‌کند که ادراک مردم هندی، میانماری و تایلندی از بوهایی که در فضا استشمام می‌کنند، چطور بر تجربه حسی آنها از فضا اثرگذار است. وی معتقد است بوها می‌توانند در بسترها فرهنگی مختلف، معانی و ارزش‌های اجتماعی مختلفی را در فضای شهری بازتاب دهند و میراث تاریخی را در بستر فضای مکان به نمایش بگذارند. در جدول شماره یک شاخص‌های منظر بویایی که در پژوهش‌های پیشین مورد اشاره قرار گرفته، جمع‌بندی شده است.

متصل کنند (Xiao et al., 2020). بوهای مطلوب، احساس‌های قوى از شهروندان نسبت به شهر ایجاد می‌کنند و احساس شادی و سلامتی به آنها می‌بخشد (Henshaw, 2013).

خاطرات مردم از بوها دوام بیشتری نسبت به تصاویر بصری پیدا می‌کنند (Engen & Ross, 1973). حافظه بو همچنین می‌تواند تصویر بو را تحریک کند (Herz & Engen, 1996) و واکنش‌های عاطفی را برانگیزد که خود باعث غنای تجربه مکان می‌شود (Herz, 1998)؛ همان طور که پالاسما می‌گوید، ماندگارترین حافظه از هر مکانی اغلب بوی آن است (Pallasma, 2012). بوی خاص باعث می‌شود که نآگاهانه، مجددأ وارد فضایی شویم که کاملاً توسط حافظه شبکیه فراموش شده باشد. در واقع، بینی یک تصویر فراموش شده را بیدار می‌کند (Westerkamp et al., 2011). عضو بینی تصاویر از یاد برده شده ما را بیدار می‌کند و ما را به یاد خاطرات در گذشته می‌اندازد. به همین دلیل زمانی که در میان مزهای بویایی خصوصاً در بازار حرفه‌ی کنیم، می‌تواند تبدیل به تجربه‌ای هیجان‌انگیز شود. اتفاقاتی از جمله بارندگی و بوی نم آب، بوی رطوبت و مصالح مصرفی توسط حس بویایی ادراک می‌گردد. میوه‌های خوش بو مانند نارنج و پرتقال، بوی باغ‌های گل و میوه، بوی مزارع چای، همه، نظام بویایی مطلوبی را به وجود می‌آورد (Veskah, 2016).

شبائو و همکاران معتقدند زمینه مکان، تجربیات و خاطرات، محیط فیزیکی و منابع بویایی بر شکل‌گیری منظر بویایی در فضا اثرگذارند (Xiao et al., 2020). زمینه - که می‌تواند مجموعه‌ای از شرایط پیشین یا حقایق مربوط به مکان یا یک رویداد خاص در آن باشد - نقش

جدول شماره ۱: شاخص‌های منظر بویایی مطرح شده توسط نظریه پردازان

شاخص	پژوهش‌ها
تنوع بو	(Degen, 2008) (Zardini & Schivelbusch, 2005) (Reinarz, J. 2014) (Bentley, 2003) (Changizi, 2013) (Nili & Soltanzadeh, 2013)
وجود منابع بوهای طبیعی در محیط	(Tuan, Y. F. 1977) (Waskul, Vannini, 2008) (Xiao et al., 2020)
بوی وابسته به زمان	(Spangenberg et al., 2005) (Buckle, 2014) (El-Sayyad, 2019) (Canniford & Riach, 2018)
سازگاری بویایی	(Henshaw, 2013) (Degen & Rose, 2012) (Xiao et al., 2020)
تأثیر بوی رهگذران	(Xiao et al., 2020) (Henshaw, 2013)
وجود آسایش بویایی	(Xiao et al., 2020) (Herz, 2008)

1 Odour memory

2 Odour Imagery

محرك‌های بیویابی هم گیرنده‌های حسی بیویابی و هم گیرنده‌های حسی چشایی را درگیر می‌کنند؛ مانند استنشاق بو و مزه دود به صورت هم زمان در خیابان. اگر محرك‌های حسی در ارتباط با ادویه‌ها و مواد غذایی باشد، می‌توان محرك‌های بو را عاملی به سوی ارتقای منظر چشایی دانست. (Sedaghat, Z, 2017)

مکان‌هایی که محرك‌های چشایی در آن استفاده شده، به نقاط مرجع و نوعی لنگرگاه ذهنی تبدیل می‌شوند. به همین دلیل افراد در بیشتر اوقات در جست و جوی مکان‌ها و یاده‌نگار آدرس دادن به یکدیگر، از رستوران‌ها و یا کافی‌شاپ‌های محبوب خود نام می‌برند. پژوهش‌های انجام گرفته در زمینه استنباط منظر ذهنی افراد از فضای شهری ثابت می‌کنند در نقشه‌های شناختی، بعد از فرم کالبدی، به چشایی نسبت به سایر جنبه‌های محیطی توجه ویژه می‌شود؛ زیرا خاطرات انسان معمولاً با طعم خوب و به یاد ماندنی ادغام شده است. به کار گرفتن تجربه حس چشایی به خصوص هنگام سپری کردن اوقات فراغت در محیط شهری موجب توجه بیشتر به ویژگی‌های محیطی خواهد شد (Shahcheraghi & Bandarabad, 2015).

در جدول شماره ۲، شاخص‌های منظر چشایی در پژوهش‌های پیشین جمع‌بندی شده است.

۲.۳. حس چشایی و تجربه فضا
 در میان تمام حواس مورد توجه در حوزه‌های نظری مطالعه و تجربه‌های عملی طراحی فضاها شهری در اروپا، چشایی مبهم‌ترین است. در حالی که سلسله مراتب حسی، ممکن است در نظریه‌های اندیشمندان مختلف کمی تغییر کند، طعم همراه با بو، عملی، حیوانی و درنتیجه حقیر‌تلقی می‌شود. در قرن هجدهم طعم و مزه در گفتمان معماری به موازات معرفی آن در زمینه ظهور زیبایی‌شناسی ظاهر شد. ادموند برک تفاوت زیبا و زشت را با طعم قند و نمک مقایسه کرد. در توضیح وی معنی طعم از اصطلاحات کاملاً حسی ادراک چشایی تغییر می‌کند و اهمیت وسیع‌تری در رابطه با قضایت زیبایی‌شناسی پیدا می‌کند. رهم با برچسب‌گذاری فضاها معماری و شهرسازی از ترکیب قابل هضم بودن به عنوان یک کیفیت، استفاده می‌کند. طعم و مزه نخستین قدم در پیوند دادن فضای داخلی به بیرون و ایجاد ارتباط بین بدن و فضاست. منظر چشایی از ابعاد مهم حسی فضاها شهری است و شهرها و فضاها به وسیله خوردن و آشامیدن مورد شناسایی و تمایز قرار می‌گیرند. منظر چشایی می‌تواند از اراضی کشاورزی و باغ‌های تا مکان‌های سرو‌غذا و نوشیدنی مانند رستوران‌ها و کافه‌ها و آبخوسری‌ها را در سطح شهر شامل شود (Degen, 2008). بو با مزه در ارتباط است و حس چشایی یک حس ترکیبی است؛ زیرا بیویابی بر آن تأثیر بسیار دارد.

جدول شماره ۲: شاخص‌های منظر چشایی مطرح شده توسط نظریه‌پردازان

شاخص	منبع
وجود گیاهان مثمر	(Bentley, 2003) (Tibbalds, 2005) (Zukin, 1995) (Degen ,2008) (Zojačić et al , 2016)
خاطرات مکانی وابسته به چشایی	(Merleau-Ponty,2013) (Pallasma,2012) (Degen ,2008) (Shahcheraghi & Bandarabad, 2015 (Shahcheraghi, 2009)
وجود کاربری‌های محرك چشایی	(Degen ,2008) ((Zanganeh & Keshmiri 2019

نیز ارتقای تجربه مکان دیده می‌شود. در این میان البته پژوهش‌های وجود دارند که به خصوص در سال‌های اخیر به این مهم پرداخته‌اند. پژوهش دیاکونا که به طور خاص بر حواس بیویابی، چشایی و لامسه و تأثیر آنها در تجربه زیبا‌شناختی انسان از محیط می‌پردازد یکی از اولین سری این پژوهش‌هاست (Diaconu, 2006). کوکیا و همکارش شاید برای نخستین بار به کمک داده‌های رسانه‌های جمعی، تجربه حس بیویابی جمعی را برداشت نموده و در قالب تجربه‌های غالب بیویابی شهر با رویکرد بومی‌سازی، ثبت کردند، (Quercia & Schifanella, 2015). در مقاله دیگری شیائو و همکاران، به فهم منظر بیویابی و ابعاد آن پرداخته‌اند و در قالب یک مطالعه موردى دریک فضای شهری این لایه از منظر حسی را مورد شناخت، ثبت و تحلیل قرار داده‌اند (Xiao et al, 2020).

همچنین مطالعات هنشاو و همکارانش با آن‌که در حوزه تجارت و بازاریابی است می‌تواند در شناخت و تفسیر منظر بیویابی شهر

عمده پژوهش‌های انجام شده به زبان فارسی در حوزه تجربیات حسی، یا همه حواس را به طور هم زمان مورد مطالعه قرار داده‌اند و یا با تأکید ویژه‌ای بر روی حواس بینایی و یا شنوایی متمرکز شده‌اند. این پژوهش‌ها یا به سنجش غنای حسی در فضاها شهری Zanganeh Nasrabadi, Gohare, Sedaghat, 2017؛ (2018) و یا لایه منظر حسی و انرگذاری آن بر کیفیت ادراک فضا را مورد پژوهش قرار داده‌اند (Lotfi & Zamani, 2015؛ (2019)، (Salehimiya & Shishavan, 2018 در سیر زمانی، پرداختن به موضوع تجربه حسی محیط و بررسی منظر حسی به طور کلی و با در نظر گرفتن همه حواس پنج گانه متداول تربوده است (Elsayyad, 2002؛ Elsayyad, 2014؛ Erwine, 2014؛ Kubartz, 2014؛ Rodaway, 2002؛ Bruce et al, 2015؛ Lucas, 2010؛ Vasilikou, 2016؛ 2019) و خلاً پرداختن به منظر بیویابی و چشایی و بررسی آن در فرآیند ادراک فضا و

رهگذران و عابران، گردشگران و کسبه مستقر) در محور مورد مطالعه بودند. این تعداد به صورت نمونه‌های دردسترس انتخاب شدند و مصاحبه‌های تاریخی به نوعی «اشباع نظری» و پاسخ‌های تکراری ادامه یافتند. هدف از این مصاحبه‌ها برداشت تجربه ادارکی حواس بویایی و چشایی استفاده‌کنندگان از فضای منابع آن در محدوده بود. داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها در نرم‌افزار «اطلس» کدگذاری شده و مورد تحلیل محتوا قرار گرفتند.

و تجربه کاربران از مواجهه با این حس در فضای شهری راهگشنا باشد

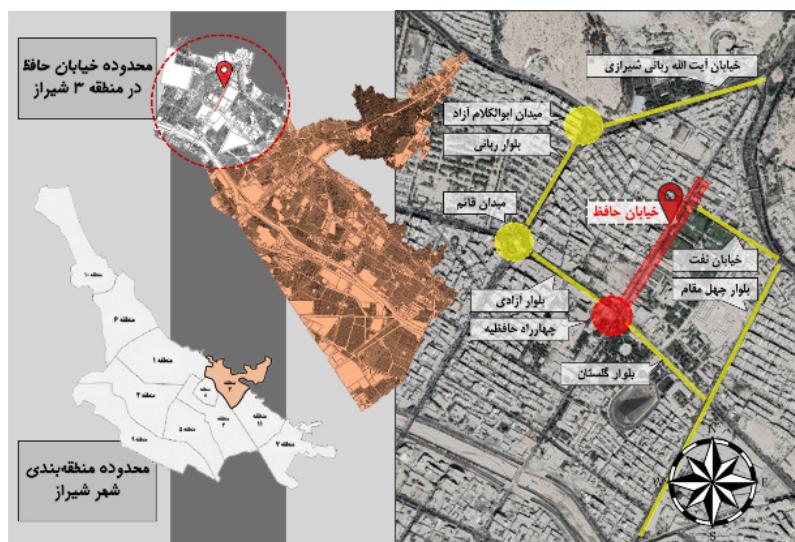
(Henshaw, et al, 2016).

پس از مرور ادبیات نظری پژوهش، شاخص‌های پر تکرار و مورد تأکید در پژوهش‌های پیشین در دو حوزه «منظور بویایی» و «منظور شنایی» در قالب جداول شماره ۱ و ۲ جمع‌بندی و تدوین شده‌اند که در مرحله مطالعه میدانی، در فرآیند شناخت و تحلیل یک فضای شهری داخلی مورد کاربرست قرار گرفته است.

۳. روش

خیابان حافظ (محور عرفان) در بافت تاریخی و فرهنگی «منطقه سه» شهر شیراز قرار دارد که به لحاظ دارا بودن مناظر با ارزش تاریخی هنری از دیرباز به عنوان یکی از بساخیه‌ترین نقاط شهری این شهر به شمار می‌رود. این محور به دلیل قرارگیری در مجاورت مهمترین عناصر ساخت اصلی شهر شیراز و اثرباری از عناصر هویت‌بخش محدوده، یک محور هویتی- فرهنگی در شهر شیراز به شمار می‌آید و علاوه بر شهرت ملی، در سطح بین‌المللی نیز در حوزه گردشگری دارای جایگاه ویژه‌است (تصویرشماره ۱). با این حال به نظرمی‌رسد پتانسیل‌ها و فرصت‌های بسیاری در عناصر منظر عینی و ذهنی محور وجود دارد که در بازطراحی آن بایستی مورد توجه قرار گیرد. تحلیل ابعاد و شاخص‌های «منظور حسی» یکی از این فرصت‌های است که در این مطالعه به طور خاص بردو لایه منظر «بویایی» و «چشایی» که عموماً در بررسی ابعاد منظر فضاهای شهری کمتر به آنها پرداخته می‌شود، مورد توجه قرار گرفته است. به طور خاص این محور در کنار حضور عناصر هویت‌بخش تاریخی و فرهنگی، حضور عناصر کالبدی- فضایی محرك بویایی و چشایی رانیزدار است که توجه به آنها و طراحی و برنامه‌ریزی به منظور تقویت آنها می‌تواند به ارتقای منظر حسی محدوده کمک کند. تصویر شماره یک، موقعیت دقیق محدوده انتخاب شده را نشان می‌دهد.

این پژوهش از نوع پژوهش‌های کاربردی بوده و با هدف بررسی بازشناخت و تحلیل میزان غنای حواس بویایی و چشایی به منظور کاربرست در ارتقای کیفیت فضای شهری انجام پذیرفته است. به منظور انجام این پژوهش، راهبرد «کیفی» به منظور جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. در گام نخست و مطابق معمول پژوهش‌های کاربردی در حوزه شهرسازی، بررسی منابع کتابخانه‌ای با هدف تدوین مبانی و چارچوب نظری پژوهش و استخراج شاخص‌های مؤثر در حوزه موضوعی غنای حسی و به ویژه کیفیت حواس بویایی و چشایی در بستر موضوعی منظر حسی شهر، انجام گرفت. پس از آن، ضمن انتخاب نمونه موردی مناسب با موضوع، شاخص‌های حاصل از این بخش، در دو مرحله در نمونه مورد شناخت تحلیلی قرار گرفت. در مرحله نخست، برداشت حسی محیط، به کمک پیمایش میدانی توسط یکی از پژوهشگران به عنوان کارشناس مطالعات شهری، به صورت «حس‌گردی» انجام پذیرفت و منابع مؤثر بر تجربه حواس بویایی و چشایی در محدوده، به صورت مکان‌مند برداشت شدند. پس از آن با تعداد ۲۱ نفر از استفاده‌کنندگان فضا مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته صورت پذیرفت. سوالات مصاحبه براساس مبانی نظری حاصل در پژوهش انتخاب شده و اعتبار آن (این جمع، شامل



تصویر شماره ۱: موقعیت خیابان مورد مطالعه در شهر شیراز، منطقه و حوزه پیرامونی

پذیرفت که حاصل آنها در نقشه تصویر شماره ۲ دیده می‌شود. با حرکت از ابتدای محور به سمت چهارراه حافظیه، در دو سمت محور، دو منبع بویایی با کیفیت متضاد وجود دارد. از سمت راست به دلیل

۴. بحث و یافته‌ها

در ابتدای گردآوری داده‌ها از محیط، با هدف مطالعه میدانی، «برداشت حسی» به صورت «گشت هدفمند» در طول مسیر انجام

نوستالژی القا می کند، در ابتدای بهار نیز بوی شکوفه های نارنج را در فضای پر اکنده. در مقابل این بخش از جداره، بوی قهقهه از کافی شاپ ها هم حس بویایی و هم چشایی را در ادراک محدوده به کار می گیرد. در مجاورت چهارراه حافظه نیز وجود یک نانوایی و یک قنادی سنتی، محرك هم زمان حس های بویایی و چشایی است. در مجموع، مسیر حاضر، پتانسیل های زیادی برای ارتقای حس بویایی و چشایی در راستای ارتقای هویت مندی، حضور پذیری و خاطره انگیزی فضای دارد.

وجود چند اغذیه فروشی، بوی غذا به مشام می‌رسد و حس بویایی و چشایی به طور هم زمان درگیر می‌شود و در سمت مقابل، به دلیل وجود جایگاه سوخت، بوی بنزین به مشام می‌رسد که می‌توان از آن به عنوان یک «الودگی بویایی» نام برد. در بخش عمدۀ ای از جداره جنوبی مسیر، وجود گیاهان، علاوه بر سرسبزی و طراوت و تقویت منظر بصری، حس بویایی را نیز درگیر می‌کند. تأثیر حضور سبزینگی در سکانس باعجهان نما و محوطه کتابخانه ملی و مرکز اسناد، به اوج می‌رسد، ضمن آن که حضور درختان نازنچ در این بخش، علاوه بر آن که نوعی حس



تصویر شماره ۲: مکانیابی یوهای استشمام شده و میزان آن در طول محور؛ حاصل از پرداشت میدانی و گشت هدفمند

مسیر چه بوهایی به مشامتان می‌رسد؟ و آیا حس چشایی شما هم در طول مسیر درگیر می‌شود؟ در حین گفت‌وگو به تناسب پاسخ، سعی بر آن بود که گفت و گو بسط داده شود و مخاطب، جزئیات درگیری حواس، د. طها، میس، ا. شحده.

در جدول شماره ۳ نظرات و پاسخ‌های تعدادی از مصاحبه‌شوندگان و کدهای استنتاجی حاصل از آن آمده است. بخشی از نظرات مشترک و تکراری، به منظور رعایت اختصار، حذف شده است. همچنین مکان تحریه حس، مورد نظر به تفکک، روی نقشه مشخص شده است.

همان‌گونه که اشاره شد، به منظور شناخت عمیق تر و کیفی تر محدوده در چارچوب شاخص‌های پژوهش، با تعداد ۲۱ نفر از استفاده‌کنندگان از فضانیز مصاحبه‌های صورت پذیرفت. این مصاحبه‌ها بانمونه‌های در دسترس در فضای انجام پذیرفت و تاریخیدن به پاسخ‌هایی که از جایی به بعد مشابه یا دارای فصل مشترک بسیار زیاد بود، تکرار شد. در انتخاب افراد، سعی بر این بود که نظرات گروه‌های مختلف سنی و جنسی با اهداف مختلف حضور در خیابان (ساکن، رهگذر، شاغل در محدوده یا گردشگر) پوشش داده شود. این مصاحبه به صورت نیمه‌ساختاریافته با دو سئوال اصلی، دو پخشی، شکل می‌گرفت که «با حرکت در طول این

جدول شماره ۳: منتخب نظرات برآمده از مصاحبه مردم ←

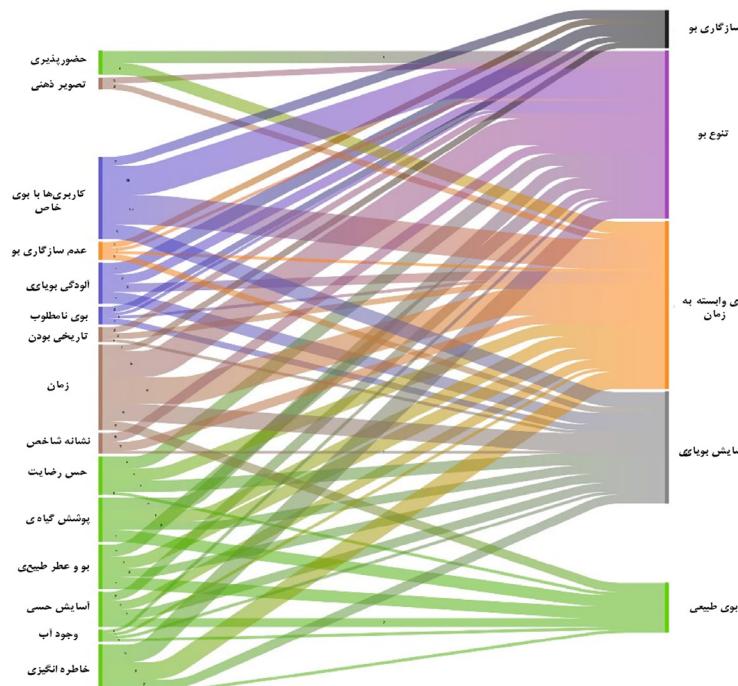
موقعیت مکانی تجربه‌های حسی بویایی و چشایی در طول محور	استنتاج از نظرات (کدھای برآمده)	نقل قول مستقیم پاسخ
	<p>کنار باغ جهان نما دیوارهاش به حس خوبی می‌دهند، با وجود این که حتی بویی نمی‌دهند این طور حس می‌شوند که بوی کننده، آجر می‌شنویم. شاید به دلیل این که یادآور تأثیر ذهنیت افراد در ایجاد حس رضایت و خانه‌های آجری قدیمی است که در آن زندگی می‌کردیم.</p>	<p>۱</p>
	<p>اشاره به کاربری‌ها به عنوان منبع و خاستگاه تجربه بویایی در هنگام یادآوری مسیر و توجه به سازگاری کاربری‌های خاستگاه بویایی و اثر منفی قرارگیری نامناسب برخی کاربری‌ها در کارهای بوی بنزین از پمپ بنزین می‌داد.</p>	<p>۲</p>
	<p>بوی کافی‌شایپهای رو به روی باغ جهان نما برای این مسیر نکرار می‌شود. افراد و افزایش خوانایی مسیر و وجود ریتم بویایی در مسیر. بوی قهوه کافی‌شایپهای رو به روی جهان نما همیشه من رو وسوسه می‌کند که برم به فنجون قهوه بخورم.</p>	<p>۳</p>
	<p>بوی خاک و گیاهان و چمن باع مخصوصاً وقتی آب داده می‌شوند، از پیاده رو به مشام می‌رسه و خیلی دوست دارم این بو تأثیر عناصر طبیعی و پوشش گیاهی در افزایش احساس رضایت و تعمیق تجربه حسی.</p>	<p>۴</p>
	<p>بوی بهارنارنج از دم دم‌های عید تا بعد عید خیلی توی این مسیر می‌داد. بوی آب وقتی به درخت‌های باع و حاشیه مسیر آب کنار تأثیرات بویایی و چشایی آنها، ایجاد ذهنیت منفی در افراد به دلیل عدم وجود آسایش و گاهی سازگاری بویایی و تثبیت هویت مکان به کمک بویایی و چشایی «بوی یوخه (نوعی نان) فروشی‌ها هم مثل شیرار».</p>	<p>۵</p>

← ادامه جدول شماره ۳: منتخب نظرات برآمده از مصاحبه مردم

موقعیت مکانی تجربه‌های حسی بویایی و چشایی در طول محور	استنتاج از نظرات (کدھای برآمده)	نقل قول مستقیم پاسخ
	<p>ادرار زمان، خاطره انگیزی و تبدیل حواس بویایی و چشایی به کمک حضور گیاهان مثمر، دوست دارم چه وقت‌هایی که شکوفه تأثیر گیاهان هویتمند بر ارتقای تجربه حسی و ادراکی دارم یا وقتی میوه می‌دهنم. کلاً حس و فضا و حال درخت نارنج توی شیراز نوستالژیکه. تأثیر برخی گیاهان بر ارتقای هویتمندی شهر و فضاهای شهری.</p>	<p>حس و حال درخت‌های نارنج مسیر رو ۵</p>
	<p>به خاطرسپردن مکان‌ها با تجربه بویایی و چشایی و خاطره انگیزی در قرارگیری کاربری‌های محرک چشایی و بویایی در طول زمان.</p>	<p>این بوخه‌فروشی‌های سرچهاره حافظه، من رو باد خاطره‌های بگیم میندازن. عطر و طعم یوخه برام خیلی حافظه‌انگیزه. ۶</p>
	<p>بو و طعم بستنی کافه‌های سرچهاره و رو به ریتم بویایی در خیابان و تأثیر آن بر اجاد تصویر ذهنی به روی جهان‌نمای تکرار می‌شود هر بار از مسیر افراد و تأثیر حضور کاربری‌های واحد بویایی و چشایی خاص.</p>	<p>بو و طعم بستنی کافه‌های سرچهاره و رو ۷</p>
	<p>به نون سنگکی سرچهار راه هست که وقت‌هایی که پخت می‌کند عطر نون اون افزایش خوانایی شهری با وجود کاربری محرک چشایی و دور و براها می‌پیچه و آدم هوس نون تازه ارتقای حس رضایت از تجربه حضور در فضا. می‌گذرد.</p>	<p>به نون سنگکی سرچهار راه هست که وقت‌هایی که پخت می‌کند عطر نون اون افزایش خوانایی شهری با وجود کاربری محرک چشایی و دور و براها می‌پیچه و آدم هوس نون تازه ارتقای حس رضایت از تجربه حضور در فضا. می‌گذرد. ۸</p>
	<p>تأثیر منفی کاربری‌های واحد آلودگی بویایی با مخل آسایش بویایی.</p>	<p>از پمپ بنزینی که پایین‌تر از باغ جهان‌نمای هست هم همیشه بوی بنزین می‌اد. ۹</p>
	<p>بوی آب و خاک بوی بستنی بوی نارنج بوی گیاهان بوی چای و قهوه بوی چای و قهوه بوی گله پاچه بوی چای و قهوه بوی شیرینی بوی نان تازه بوی غذا بوی شیرینی</p>	<p>راهنمای نقشه‌ها</p>

مصاحبه افراد در نرم افزار «اطلس» کد گذاری شد. ابتدا ریزکدهایی مانند اثر پوشش گیاهی و آلوگی بیوایی و ... به عبارات داده شد.

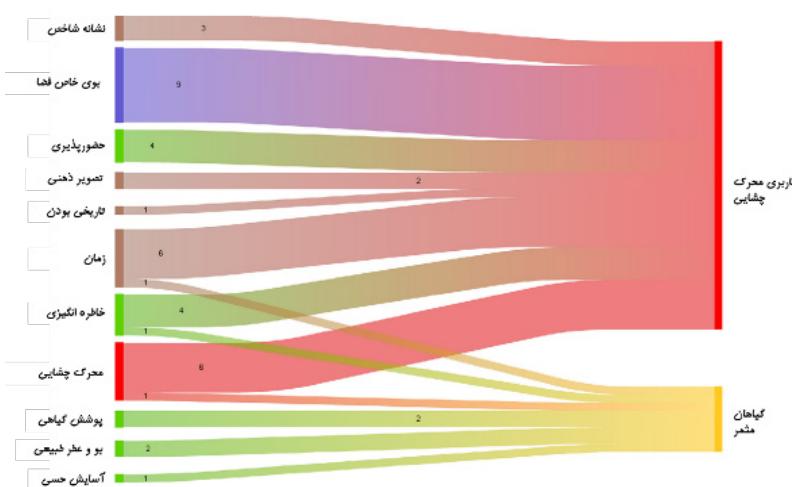
سپس ارتباط آنها با شاخص‌های اصلی بیوایی مورد نظر رایین پژوهش سنجیده شد. ریزکدها با هدف شناسایی دقیق‌تر شاخص‌های در عبارات



تصویر شماره ۳: فراوانی شاخص‌های بیوایی با توجه به ریزکدهای برآمده از مصاحبه

توجه استفاده‌کنندگان از فضای قرارگرفته بود. در نمودارت تصویر شماره ۴ به تحلیل شاخص‌های چشایی در مصاحبه‌ها پرداخته شد. در این قسمت نیاز ارزیکدهای برای شناسایی شاخص‌های چشایی استفاده شد. شاخص کاربری‌های محرك چشایی و گیاهان مشمر از موارد مطرح شده در مصاحبه‌ها بود. تأکید بیشتر افراد بر روی تأثیر کاربری‌های محرك چشایی در این خیابان بود. گیاهان مشمر بخش کوچکتری را به خود اختصاص داده‌اند.

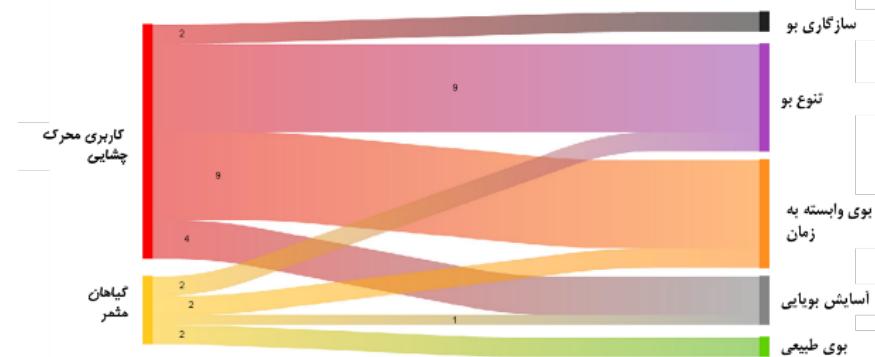
از بررسی نمودار به نظر می‌رسد که به ترتیب شاخص‌های بوی ابسته به زمان، تنوع بوی کاربری‌های خاص، آسایش بیوایی، بوی طبیعی و سازگاری بیوایی شاخص‌های قابل توجه در منظر بیوایی بودند. مصاحبه‌ها بیشتر از کاربری‌ها به عنوان منبع بویاد می‌شد که این موضوع حاکی از آن است که منابع بو به صورت نقطه‌ای در طول محور وجود دارد. کاربری‌های اغذیه‌فروشی مانند کافی‌شاپ‌ها و رستوران‌های کوچک به طور گسترده در مصاحبه‌ها پادآوری شده بود و برخی از آنها مانند نانوایی و یوخره‌فروشی به عنوان عنصر شاخص مورد



تصویر شماره ۴: میزان فراوانی شاخص‌های چشایی با توجه به ریزکدها

عمیقی میان وجود کاربری‌های محرک چشایی (اغذیه فروشی‌ها) و تحریک‌کننده حس بیوپایی وجود دارد.

نمودار تحلیلی تصویر شماره ۵ نشان دهنده میزان جدایی ناپذیر بودن و تعامل شاخص‌های بویایی و چشایی است. به عبارت دیگر بیووند



تصویر شماره ۵: ارتباط و همبستگی شاخص های بیویابی و چشایی

گیاهان طول مسیر با خاطره بوی خاک و آب، ریزکدهای قابل تحلیلی است که حاکی از این مهم است. به نظر می‌رسد تجربه حسی افراد، با همراهی زمان عمیق تر و غنی‌تر می‌شود و این مواجهه، به جزو جوهر مکان، از بعد «زمان» نیز اثر می‌گیرد و برادران آن اثربدار است. پیش از این نیز در پژوهش‌های دیگری اثر پیونددارندگی منظر بیویابی در اتصال حال و گذشته در بستر زمان و نیز تفسیر تغییرات محیط با گذشت زمان یا سنت‌های زندگی افراد ساکن در مکان، مورد توجه گرفته است (Reinartz, 2014). انتظارات مردم از محرک‌های حسی که در مناطق کشف می‌گند، مطابق با زمان روز، هفته یا سال تغییر می‌کند. همچنین تحت تأثیر فعالیت‌ها، تغییرات محیطی مانند پوشش گیاهی محلی و الگوهای مهاجرت حیوانات و اقلیم است که به توبه خود بر تجربه حسی، مردم تأثیر می‌گذارد (Bruce et al, 2015).

به نوبه خود بر تجربه حسی مردم تأثیر می‌گذارد (Bruce et al, 2015). یافته‌ها نشان می‌دهد، در تجربه حسی محور حافظ شیراز، به طور خاص حضور «درختان نارنج» به عنوان مصدقی از شاخص «گیاهان مثمر» علاوه بر امکان تعمیق هم زمان حواس بویایی و چشایی، به ادراک «حس زمان» و نیز «خاطره‌انگیزی فضا» و نیز «هویت بخشی به تجربه حسی مسیر» نیز مؤثر بوده است. درخت نارنج، هم برای ساکنان و هم برای گردشگران، تجربه زمینه جغرافیایی مکان شیراز را با تجربه زمان به خصوص در بهار گره می‌زند و حس تعلق به مکان را ارتقا می‌دهد.

در تجربه حس چشایی در طول این محور، همان‌گونه که پیش‌بینی می‌شد، یافته‌ها حکایت از تأثیر کاربری‌های محرک چشایی بر تعمیق تجربه حسی فضا و ادراک آن دارد. این مهم، باز هم وقتی با کیفیت‌های تاریخی و هویتی زمینه مورد بررسی همراه می‌شود، اثر گذاری عمیق‌تری دارد. به طول مثال در مرور مصاحبه‌ها، مردم با آن که بارها از اثر کاربری‌های اغذیه‌فروشی، کافه‌ها و نانوایی در طول محور یاد کرده‌اند و به کمک آنها مسیر را یادآوری کرده‌اند، وقتی فعالیت «یوخره‌فروشی» در مجاورت چهارراه حافظیه را به خاطر می‌آورند، نه تهمها از تجربه لدت بخش حس چشایی یاد می‌کنند بلکه از آن به عنوان «بوی شیراز» یاد می‌کنند، آن را با نوستالژی، خاطره و هویت شیراز پیوند می‌زنند و حس تعلق خود به این مکان را با کمک این تجربه بازخوانی می‌کنند؛ «این یوخره‌فروشی‌های سر چهارراه حافظیه، من

در تجربه حس بویایی، یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها ابعاد عمیقی دارند. در دیرافت تجربه حسی بویایی در طول مسیر توسط کاربران را روش نمود. در این مصاحبه‌ها بارها از کاربری‌های خاص واجد حس بویایی نمود. در طول مسیر یاد شده بود. در برخی از این نظرات کاملاً استفاده از طول مسیر برای به خاطر آوردن طول مسیر و حتی آدرس پذیری محور مشهود بود. این موضوع ضمن روشن کردن فرآیند ریدیابی منابع بو توسط کاربران فضا، نشان‌دهنده اثر مکان وابستگی جدایی‌ناپذیر تجربه‌های حسی با مکان است؛ آنچه در پژوهش‌های پیشین نیز مورد اشاره و تأکید قرار گرفته بود (Ayabe-Kanamura et al., 1998).

در تحقیقات مشخص شده است که برای بیشتر افراد، شناسایی بوها بدون استفاده از وسائل دیداری در شرایط بدون زمینه اطراف، دشوارتر است (Cain et al., 1998). در لایه عمیق‌تر، بررسی مصاحبه‌ها نشان می‌دهد به خاطر سپاری و به یادآوری تجربه‌های بویایی به خصوص در فضاهای شهری واجد کیفیت‌های تاریخی، بسیار با نوستالژی و خاطره‌گره خوده و بر تعمیق حس تعلق به مکان اثربار است. در واقع اثرباری دوسویه بارتاریخی و تجربی مکان بر کیفیت تجربه حس بویایی از سویی و تأثیر تجربه مثبت بویایی بر رتقای حس تعلق به مکان و خاطره‌انگیز نمودن آن از محتواهای این نظرات قابل استنتاج است. این مهم در پژوهش شیائو و همکاران نیز مورد اشاره قرار گرفته بود که معتقدند زمینه مکان، تجربیات و خاطرات، محیط فیزیکی و منابع بویایی بر شکل‌گیری منظر بویایی در فضا اثربارند (Xiao et al., 2020).

این موضوع با نگاه تحلیلی زمینه فضای شهری بسیار حائز اهمیت است. زمینه - که می‌تواند مجموعه‌ای از شرایط پیشین یا حقایق مربوط به مکان یا یک رویداد خاص در آن باشد - نقش تعیین‌کننده‌ای در کیفیت مناظر بو در یک مکان ایفا می‌کند (Xiao et al., 2020). هنگام زمینه‌سازی، افراد بیشتر به همسان بودن بوهای درک شده در محیط با بهاء، زمینه اهمیت می‌دهند.

یک دیگر از وجوده قابل تأمل در بررسی نظرات کاربران، ادراک حس زمان، چرخه زمان و ریتم به کمک ادراک بیوایی بود و در واقع اهمیت شاخص «بُوی وابسته به زمان» بود. به یادآوری مطلع بهار با عطر بهارنارنج در طول مسیر (اثر گیاهان مثمر)، به خاطر سپاری ساعات فعالیت خاص نانوایی، بایوی نان، به یادآوری بازههای زمانی آسپاری به

هم در لایه پژوهش‌های آتی و هم در لایه طرح‌های اجرایی، بتواند به اثربخشی چندوجهی بر ارتقای کیفی فضای تعمیق حس تعلق به مکان در میان کاربران کمک کند. یافته‌های حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد، محور مورد مطالعه ضمن دارا بودن ارزش‌های تاریخی، هویتی و گردشگری در حوزه تجربه حسی و ادراکی و به طور خاص دو حس «بوبایی» و «چشایی» نیز بتواند محور مؤثری در تجربه ادراکی شهروندان و گردشگران باشد. این مهم در طرح‌های سامان‌دهی منظر شهری این محور می‌تواند در مکانیابی کاربری‌های اثربخش در غنای حواس بوبایی و چشایی، برنامه‌ریزی در انتخاب نوع و نحوه چیدمان پوشش گیاهی در طول محور، ایجاد فضاهای مکث منعطف در طول مسیر به منظور بهره‌برداری حسی بیشتر از فضا و اتخاذ تمهداتی برای به حداقل رساندن آلودگی‌های بوبایی محور در قالب سیاست‌های طراحی شهری مورد توجه بیشتر قرار گیرد. در پژوهش‌های آتی این حوزه، مطالعه موارد بیشتری از فضاهای شهری و استفاده از روش‌هایی مانند گشت‌های هدایت شده با حضور کاربران، به منظور ثبت و ارزیابی دقیق‌تر تجربه‌های حسی محیط و نیز بررسی نظرات آنان درخصوص اولویت‌بندی اقدامات اثربخش در ارتقای کیفیت غنای حسی فضای شهری پیشنهاد می‌شود.

رویاد خاطره‌های بچگیم میندازن». «یوچه‌فروشی‌ها مثل بهارنارنج، بوی شیراز میدن».

در نهایت همان‌گونه که در پژوهش‌های پیشین نیز برآن تأکید شده بود، نمودار تحلیلی حاصل از مصاحبه‌ها نشان‌دهنده اثربازاری، جدایی‌ناپذیری و تعامل قوی شاخص‌های دو حس «بوبایی» و «چشایی» است. در واقع محرک‌های بوبایی هم گیرنده‌های حسی بوبایی و هم گیرنده‌های حسی چشایی را درگیر می‌کنند و می‌توان محرک‌های بو را عاملی به سوی ارتقای منظر چشایی دانست (Sedaghat, Z, 2017). وجود کاربری‌ها محرک چشایی هم‌زمان و به طور بالقوه، بوبایی را نیز تحریک می‌کنند و حضور «درختان مشمر» نیز از شاخص‌ها و مؤلفه‌هایی است که تجربه حس بوبایی و چشایی را به طور هم‌زمان فراهم می‌کند.

نکته‌ای که در آخر می‌شود به آن اشاره کرد این است که بخشی از تجربه‌های حسی برآمده از حواس بوبایی و چشایی در طول مسیر که ناظر به کاربری‌ها و فعالیت‌های مصنوع است، در اکثر روزهای هفته، ماه و سال تکرار می‌شود و تجربه حسی نسبتاً مستمر و منظم و دائمی در قالب منظر بوبایی و چشایی در تعامل فرد با محیط ایجاد می‌کند. اما بخشی دیگر که برآمده از منابع طبیعی هستند، طبعاً محدودیت زمانی داشته و در ایام خاصی از سال، بر منظر چشایی و بوبایی محیط اثربازاری دارند. براین اساس و ضمن در نظر گرفتن بعد زمان و تأثیر آن بر تجربه‌های حسی شاید بتوان به کمک هنرهای چندحسی محیطی، امکان تداعی خاطره و تأکید بر هویت بوبایی و چشایی مسیر را در سایر ایام سال شبیه‌سازی نمود.

۵. نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بازشناسنده فضای شهری بر اساس تحلیل غنای حواس بوبایی و چشایی به عنوان دو حس مغفول در پژوهش‌های حوزه منظر ادراکی شهر، طرح گردید. به این منظور پس از بررسی منابع کتابخانه‌ای در راستای تدوین مبانی و چارچوب نظری پژوهش، در محدوده مورد مطالعه که بخشی از خیابان حافظ شیراز است، شاخص‌های حاصل از مبانی نظری به طور موردنی، بررسی گردید. این بررسی در دو لایه کیفی و کمی در قالب برداشت میدانی (حس‌گردی) و انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با کاربران فضا صورت پذیرفت. یافته‌های حاصل از این بررسی نشان می‌دهد، در میان شاخص‌های کیفیت حس بوبایی و چشایی، «آسایش بوبایی»، «حضور گیاهان مشمر» و «کاربری‌های خاطره‌انگیز واجد محرک چشایی»، کنشگری بیشتری در فرآیند تجربه ادراک محیطی شهروندان دارد. همچنین نتایج حاصل از تحلیل پرسشنامه‌ها نشان‌گر ضعف فضایی محدوده در شاخص‌های «تنوع بوبایی» و «سازگاری بوبایی» و قوت و مطلوبیت نسبی در شاخص‌های «بوهای طبیعی»، «بوهای وابسته به زمان» و «آسایش بوبایی» است. از طرفی در تحلیل یافته‌های حاصل از پیمایش کیفی، می‌توان بر رابطه دو سویه تعمیق «حس بوبایی» با خاطره‌انگیزی و هویت‌مندی مکان و نیز رابطه متقابل «ادراک زمان» با عمق تجربه حسی بوبایی تأکید نمود. به نظر می‌رسد به خصوص در فضاهای شهری واجد ارزشمندی تاریخی، توجه به وجود هویتی بوهای ناشی از منابع طبیعی یا کاربری‌های واجد تجربه بوبایی یا چشایی هویت‌مند،

References:

- Ayabe-Kanamura, S., et al. (1998). Differences in perception of everyday odors: a Japanese-German cross-cultural study. *Chemical senses* 23(1): 31-38. <https://doi.org/10.1093/chemse/23.1.31>
- Ba, M. and J. Kang (2019). "A laboratory study of the sound-odour interaction in urban environments." *Building and Environment* 147: 314-326. <https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2018.10.019>
- Bakhtiyari Nasrabadi, A. and G. Gholami Gohare (2018). Measuring the quality of sensory richness in the promotion of urban space Case Study: Sichaan neighborhood, Isfahan. *Haft Hesar Journal of Environmental Studies* 6(22): 97-110. [in Persian]
- Bentley, I. (2003). Responsive environments: a manual for designers. (Translated by M. Behzadfar). Tehran: Elm Sanaat Iran University. Publication Center. [in Persian]
- Bruce, N., et al. (2015). "Analysing olfactory and auditory sensescapes in English cities: Sensory expectation and urban environmental perception." *Ambiances. Sensitive environment, architecture and urban space* 1(1): 1–15. <http://dx.doi.org/10.4000/ambiances.560>
- Buckle, J. (2014). Clinical aromatherapy-e-book: essential oils in practice. Elsevier Health Sciences.
- Cain, W. S., et al. (1998). "Odor Identification: Perceptual and Semantic Dimensions." *Chemical Senses* 23(3): 309-326. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1093/chemse/23.3.309>
- Canniford, R., K. Riach and T. Hill (2018). "Nosenography: How smell constitutes meaning, identity and temporal experience in spatial assemblages." *Marketing Theory* 18(2): 234-248. <http://dx.doi.org/10.1177/1470593117732462>
- Changizi, N. A., R. (2013). "Investigating the identity indicators of the urban space in the historical context (Case Study:: kerman bazar)." *motaleat shahr-e irani eslami* 11(3): 53-64. [in Persian]
- Degen, M. M. (2008). Sensing cities: Regenerating public life in Barcelona and Manchester. Routledge.
- Degen, M. M. and G. Rose (2012). "The sensory experiencing of urban design: The role of walking and perceptual memory." *Urban studies* 49(15): 3271-3287. <https://doi.org/10.1177/0042098012440463>
- Diaconu, M. (2006). "Reflections on an aesthetics of touch, smell and taste." *Contemporary Aesthetics* (Journal Archive) 4(1): 8. <http://hdl.handle.net/2027/spo.7523862.0004.008>
- El-Sayyad, N. (2019). Role of sensory maps in cultural planning to shape the future of deteriorated heritage sites. 8th International Conference "ARCHCAIRO8:" Building the Future "Now"—Rights to Better Living, Architecture and Contexts: 8-10. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/59005500/>
- Engen, T. and B. M. Ross (1973). "Long-term memory of odors with and without verbal descriptions." *Journal of experimental psychology* 100(2): 221. <https://doi.org/10.1037/h0035492>
- Erwine, B. (2014). Multidimensional Space: The Intersection of Architecture and Engineering in the Realm of the Senses. ARCC Conference Repository. <https://doi.org/10.17831/rep:arcc%25y281>
- Henshaw, V. (2013). *Urban smellscapes: Understanding and designing city smell environments*, Routledge.
- Henshaw, V., et al. (2016). "Marketing the 'city of smells'." *Marketing Theory* 16(2): 153-170. <http://dx.doi.org/10.1177/1470593115619970>
- Herz, H., B. Hölldobler and F. Roces (2008). "Delayed rejection in a leaf-cutting ant after foraging on plants unsuitable for the symbiotic fungus." *Behavioral Ecology* 19(3): 575-582. <http://dx.doi.org/10.1093/beheco/arn016>
- Herz, R. S. (1998). "Are odors the best cues to memory? A cross-modal comparison of associative memory stimuli a." *Annals of the New York Academy of Sciences* 855(1): 670-674. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1749-6632.1998.tb10643.x>
- Herz, R. S. and T. Engen (1996). "Odor memory: Review and analysis." *Psychonomic Bulletin & Review* 3(3): 300-313. <http://dx.doi.org/10.3758/BF03210754>
- Kubartz, B. (2014). *Urban smellscapes: understanding and designing city smell environments*, Taylor & Francis. 2: 99-101. <https://doi.org/10.1080/2325548X.2014.919152>
- lotfi, A., Zamani, B. (2015). "The effect of Sandscape criteria in quality of Equipped Community Spine (Case study: Isfahan, Aligholiagh spine)." *Motaleate Shahri* 4(13): 43-56. <https://sid.ir/paper/508420/fa>. [in Persian]
- Low, K. E. (2008). "Scent and scent-sibilities." *Smell and Everyday Life Experiences*. Cambridge Scholars Publishing.

- Low, K. E. (2015). "The sensuous city: Sensory methodologies in urban ethnographic research." *Ethnography* 16(3): 295-312. <https://doi.org/10.1177/1466138114552938>
- Lucas, R. and O. Romice (2010). "Assessing the Multi-Sensory Qualities of Urban Space: A methodological approach and notational system for recording and designing the multi-sensory experience of urban space." *Psyecology* 1(2): 263-276. <https://doi.org/10.1174/217119710791175678>
- Merleau-Ponty, M. (2013). *Phenomenology of perception*, Routledge.
- nili, R., R. nili and H. Soltanzadeh (2013). "Studying the Application of Healing Landscapes in Persian Gardens." *The Monthly Scientific Journal of Bagh-e Nazar* 9(23): 65-74. SID. <https://sid.ir/paper/125386/fa> [in Persian]
- Pallasmaa, J. (2012). *The Eyes of the Skin: Architecture and the Senses*, Wiley.
- Quercia, D., Schifanella, R., Aiello, L. M., & McLean, K. (2015). Smelly maps: the digital life of urban smellscapes. In Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media (Vol. 9, No. 1, pp. 327-336). <https://doi.org/10.1609/icwsm.v9i1.14621>
- Reinarz, J. (2014). *Past scents: historical perspectives on smell*, University of Illinois Press.
- Rodaway, P. (2002). *Sensuous geographies: body, sense and place*, Routledge.
- Salehiniya, M. and M. N. Shishavan (2018). "Explaining the role of sensoryscape components based on senses In quality of environmental sensory perception of New Arg of Tabriz." *Journal of Studies On Iranian - Islamic City* 8(31): 19-32 SID. <https://sid.ir/paper/523023/fa>. [in Persian]
- Schiffman, H. R. (1990). *Sensation and perception: An integrated approach*, John Wiley & Sons.
- Sedaghat, Z. (2017). "Assessing Sensory Richness in Urban Spaces: An Analytical Framework." *Soffeh* 27(1): 73-88. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.1683870.1396.27.1.5.5>. [in Persian]
- Shahcheraghi, A. (2009). "Analysing the Perception Process of Persian Garden's Environment, According to the Echologic Psychological Theory." *Hoviatshahr* 3(5): 71-84 <https://dorl.net/dor/20.1001.1.17359562.1388.3.5.7.1>. [in Persian]
- Shahcheraghi, A. and A. Bandarabad (2015). Environed in Environment (Application of environmental psychology in architecture and urban planning), Jahad daneshgahi Publication. [in Persian]
- Spangenberg, E. R., B. Grohmann and D. E. Sprott (2005). "It's beginning to smell (and sound) a lot like Christmas: the interactive effects of ambient scent and music in a retail setting." *Journal of business research* 58(11): 1583-1589. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2004.09.005>
- Thibaud, J.-P. (2011). "The Sensory Fabric of Urban Ambiances." *The Senses and Society* 6(2): 203-215. <https://doi.org/10.2752/174589311X12961584845846>
- Tibbalds, F. (2005). *Making People-Friendly Towns: Improving the Public Environment in Towns and Cities*. (Translated by Ahmadinejad, M). Esfahan, khak. [in Persian]
- Truax, B., & Westerkamp, H., & Woog, A., & Kallmann, H. (2014). World Soundscape Project. The Canadian Encyclopedia. Retrieved from www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/world-soundscape-project.
- Tuan, Y.-F. (1977). Experience and appreciation. In: *Children, Nature, and the Urban Environment: Proceedings of a Symposium-Fair*; Gen. Tech. Rep. NE-30. Upper Darby, PA: US Department of Agriculture, Forest Service, Northeastern Forest Experiment Station. 30: 26-32. https://www.nrs.fs.usda.gov/pubs/gtr/gtr_ne30/gtr_ne30_001.pdf
- Vasilikou, C. (2016). Sensory Navigation in the City Centre. Perceptual paths, sense walks and interactive atmospheres. *International Network Ambiances. Proceedings of 3rd International Congress on Ambiances*. Volos, Greece. 1: 559 – 564. <https://hal.science/hal-01414151>
- Veskah, A. (2016). "Johan Pallasmaa reading phenomenological analysis of the differences in the perceptions of architecture and urban and rural area." *Urban Management* 15(44): 439-458. <https://doi.org/10.22059/jes.2021.317732.1008121>. [in Persian]
- Waskul, D. D. and P. Vannini (2008). "Smell, Odor, and Somatic Work: Sense-Making and Sensory Management." *Social Psychology Quarterly* 71(1): 53-71. <https://doi.org/10.1177/019027250807100107>
- Westerkamp, H., A. Woog and H. Kallmann (2014). "World Soundscape Project." Canadian Encyclopedia. Retrieved from www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/world-soundscape-project-emc.
- Xiao, J., M. Tait and J. Kang (2020). "Understanding

- smellscapes: Sense-making of smell-triggered emotions in place.” Emotion, Space and Society 37: 2-15 100710. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2020.100710>
- Zanganeh, N. and H. Keshmiri (2019). “The Role of Sensory Richness in Improving the Environmental Quality of Urban Spaces (Case Study: Zandiyah Shiraz Complex).” Geography and Urban Space Development 5(2): 181-200 <https://doi.org/10.22067/gusd.v5i2.66413>. [in Persian]
 - Zardini, M. and W. Schivelbusch (2005). Sense of the city: an alternate approach to urbanism. Lars Müller Publishers.
 - Zojaji, N., A. Nikbakht and M. Kafi (2016). “Design Principles of Clinical Sites with Emphasis on Components of Healing gardens, Horticultural Therapy Spaces and The Persian Garden.” Environmental Science and Technology 18(4): 303-317 [https://jest.srbiau.ac.ir/article_10370_908c24da0e31dcb56e43e7ab8a7c3848](https://jest.srbiau.ac.ir/article_10370_908c24da0e31dcb56e43e7ab8a7c3848.pdf). [in Persian]
 - Zukin, S. (1995). 1995: The cultures of cities. Oxford: Blackwell.

نحوه ارجاع به مقاله:

روستا، مریم، شعله، مهسا، امیری، نگین (۱۴۰۲) بررسی تحلیلی غنای حسی در بازناخت فضای شهری با تمرکز بر حواس بولیابی و چشایی (نمونه مورد مطالعه: خیابان حافظ شیراز)، مطالعات شهری، 12 (48)، 29-42. <https://doi.org/10.22034/urbs.2023.62683.112>.

Copyrights:

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to Motaleate Shahri. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

