

بسمه تعالی



دانشگاه کردستان

سال یازدهم
شماره چهل و سه
تابستان ۱۴۰۱
شاپا: ۲۸۷۵ - ۲۳۲۲

مطالعات شهری

فصلنامه علمی مطالعات شهری

صاحب امتیاز: دانشگاه کردستان

مدیر مسئول: هوشمند علیزاده

سردبیر: مظفر صرافی

معاون سردبیر: کیومرث ایراندوست

مدیر داخلی: کیومرث حبیبی

کارشناس نشریه: محمد بشیر رباطی

اعضای هیأت تحریریه (به ترتیب حروف الفبای نام خانوادگی):
کیومرث ایراندوست، برنامه‌ریزی شهری، دانشیار، دانشگاه کردستان
مصطفی بهزادفر، طراحی شهری، استاد، دانشگاه علم و صنعت ایران
جهانشاه پاکزاد، طراحی شهری، استاد، دانشگاه شهید بهشتی
پروین پرتوی، شهرسازی، استاد، دانشگاه تهران
کیومرث حبیبی، شهرسازی، دانشیار، دانشگاه کردستان
مهرداد حجازی، مهندسی عمران، دانشیار، دانشگاه اصفهان
اسفندیار زبردست، برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، استاد، دانشگاه تهران
حسن سجاذزاده، شهرسازی اسلامی، دانشیار، دانشگاه بوعلی سینا
علی سلطانی، طراحی شهری، استاد، دانشگاه شیراز
هیمن شهابی، ژئومورفولوژی، دانشیار، دانشگاه کردستان
اسماعیل شیعه، شهرسازی، استاد، دانشگاه علم و صنعت
میرستار صدر موسوی، برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، استاد، دانشگاه تبریز
حاجی حسین عزیزی، زمین‌شناسی، استاد، دانشگاه کردستان
صدیقه لطفی، برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، استاد، دانشگاه مازندران
فرشاد نوریان، شهرسازی، دانشیار، دانشگاه تهران

اعضای تحریریه بین‌المللی:

Nadhir Al-Ansari, Professor, Luleå University of Technology, Sweden.

Assefa M. Melesse, Professor, Florida International University, USA.

Robert Musil, Working Group Leader, Institute for Urban and Regional Research
(Austrian Academy of Sciences), Austria.

داورهای این شماره (به ترتیب حروف الفبای نام خانوادگی): آشوری، کسری؛ اسدپور، علی؛ امین‌زاده، بهناز؛ ایزدی، محمد سعید؛ بمانیان، محمدرضا؛ پژوهان، موسی؛ پورباقر، سمیه؛ حبیب، فرح؛ حنایی، تکتم؛ خلیقی، نینا؛ ده‌ده جانی، جواد؛ رفیعیان، مجتبی؛ زمانی، بهادر؛ سجاذزاده، حسن؛ سعیدی، مهدی؛ شیعه، اسماعیل؛ علاء‌الدینی، پویا؛ غفاری گیلانده، عطا؛ فردوسی، سجاد؛ فنی، زهره؛ قره‌بگلو، مینو؛ قهرمانی، هومن؛ کریمی‌مشاور، مهرداد؛ کهزادی، سالار؛ محمدی، علیرضا؛ مدیری، آتوسا؛ منوچهری، صلاح‌الدین؛ یوسفی، زاهد..

تلفن: ۰۸۷ - ۳۳۶۶۷۷۱

شنبه الی سه شنبه ساعت ۱۲-۱۳

www.urbstudies.ir

urbstudies@uok.ac.ir

ساعت تماس:

آدرس وب سایت نشریه:

آدرس ایمیل نشریه:

طرح جلد: کورش عنبری

صفحه‌آرا: جواد ده‌ده جانی

ویراستار فارسی: فرحناز نوبخت

ویراستار انگلیسی: نوید برادران همتی

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

نشانی: سنندج، بلوار پاسداران، دانشگاه کردستان، دانشکده هنر و معماری، گروه مهندسی شهرسازی - کد پستی: ۶۶۱۷۷ - ۱۵۱۷۵

این فصلنامه طی نامه شماره ۱۶۱۹۲۷ به تاریخ ۱۳۹۰/۰۸/۲۲ مدیر کل امور پژوهشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

با درجه علمی-پژوهشی منتشر می‌شود.

ناشر: مرکز منطقه‌ای اطلاع‌رسانی علوم و فناوری

پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)

این نشریه در «ایران ژورنال» نظام نمایه‌سازی مرکز منطقه‌ای اطلاع‌رسانی علوم و فناوری (RICeST) به نشانی www.ricest.ac.ir و پایگاه استنادی علوم جهان اسلام به نشانی www.isc.gov.ir نمایه می‌شود.

مطالعات شهری

فهرست

- تبیین مدل برندسازی شهری در راستای توسعه گردشگری
نمونه مورد مطالعه: شهر یزد | محمدباقر نادی، رضا اکبری، محسن رفیعیان
۳
- مطالعه تطبیقی آسیب پذیری بافت شطرنجی و نیمه شطرنجی شهر سلماس در برابر زلزله از دید پدافند غیر عامل
حسین مهدیزاده، قادر احمدی، محمدرضا پاکدل فرد، مهسا فرامرزی اصل
۱۵
- نقش سازماندهی فضایی بر افزایش اجتماع پذیری فضاهای باز مجتمع های مسکونی
نمونه مورد مطالعه: مجتمع های مسکونی شهر شیراز | سارا محبی نژاد، خسرو موحد، علی اکبر حیدری، ملیحه تقی پور
۲۷
- مدل توسعه گردشگری فرهنگی در استان کردستان
مهدی کروی، محمدتقی تقوی فرد، سوران احمدی زاد
۴۱
- ارائه یک مدل خوانش گرافیکی مبلمان شهری با تاکید بر بهبود حس مکان
نمونه مورد مطالعه: منطقه ۲ شهر قزوین | مونا مهرانفر، جمال الدین سهیلی، رضا افهمی
۵۵
- شناسایی عوامل مؤثر بر فرآیند تنظیم مجدد زمین در بافت های فرسوده شهری
نمونه مورد مطالعه: شهر شیراز | فهیمه نامور حقیقی شیرازی فرد، خلیل حاجی پور، امیر حسین شبانی، محمود محمدی
۶۵
- واکاوی زبان پنهان کلانشهر مدرن تهران از نگاه آثار سینمایی منتخب سال ۱۳۹۵ ایران
نازیلا رشیدپور، سیدمحسن حبیبی، منوچهر طبیبیان
۷۷
- بررسی تاثیر نشانه های شهری بر مسیریابی کودکان
نمونه مورد مطالعه: محله سجاد مشهد | شیما عابدی، ساناز سعیدی مفرد
۸۷

تبیین مدل برندسازی شهری در راستای توسعه گردشگری

نمونه مورد مطالعه: شهر یزد

محمدباقر نادی - دانش‌آموخته کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه یزد، یزد، ایران.
رضا اکبری^۱ - استادیار، گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه یزد، یزد، ایران.
محسن رفیعیان - استادیار، گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه یزد، یزد، ایران.

تاریخ دریافت: ۰۶ مهر ۱۴۰۰ تاریخ پذیرش: ۰۳ بهمن ۱۴۰۰

چکیده

برندسازی شهری به عنوان روشی برای افزایش جاذبه شهر مطرح است که با شکل دهی یا تغییر تصاویر ذهنی مخاطبان، موجب تمایز شهرها می‌شود. هدف مقاله حاضر ارائه مدلی است تا برندسازی شهری در راستای توسعه گردشگری را تسهیل کند. در این پژوهش، شهر یزد به عنوان محدوده مطالعاتی مد نظر قرار گرفته است. روش پژوهش حاضر، کیفی بوده و تلاش دارد تا با استفاده از راهبرد داده‌بنیاد، مدل گفته شده را از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با حرفه‌مندان، دانشگاهیان و نخبگان استخراج کند. مصاحبه‌شوندگان با تکنیک ارجاعی زنجیره‌ای (گلوله برفی) انتخاب شدند و در نمونه دوازدهم، اشباع نظری تا حدودی شکل گرفت، اما روند پژوهش تا مصاحبه چهاردهم ادامه یافت. نتایج پژوهش بیان می‌کند که «لزوم رقابت شهرها در عرصه جهانی»، «مشکلات اقتصادی و لزوم توجه به گردشگری و برندسازی شهری» و «پتانسیل بالای شهر یزد برای توسعه گردشگری و برندسازی شهری» از شرایط علی تحقیق بوده و لزوم بررسی موضوع را آشکار می‌سازد. همچنین این پژوهش نشان می‌دهد با مجموعه راهکارهایی از جمله «تشکیل کارگروه ویژه برندسازی در شهر یزد»، «جلب مشارکت نهادهای مردمی در تدوین و اجرای طرح‌های برندسازی»، «آموزش به مدیران و کارمندان برای اجرای هرچه بهتر طرح‌های برندسازی شهری»، «برگزاری جشن‌ها و رویدادهای ملی و بین‌المللی به منظور توسعه برند» و «توسعه زیرساخت‌های گردشگری» می‌توان توسعه گردشگری را از طریق برندسازی در شهر یزد دنبال کرد که پیامدهایی همچون «تأمین درآمد پایدار برای مجموعه مدیریت شهری یزد»، «تقویت هویت منحصر به فرد شهر یزد»، «کاهش مهاجرت»، «افزایش رضایتمندی گردشگران داخلی و خارجی شهر یزد»، «جهانی شدن»، «توسعه سرمایه اجتماعی»، «دستیابی به رشد اقتصادی» و «دستیابی به مدیریت شهری یکپارچه» را در پی خواهد داشت.

واژگان کلیدی: برندسازی شهری، یادسازی شهری، گردشگری، یزد.

نکات برجسته

- شهروندان، گردشگران، دانشجویان، سرمایه‌گذاران و مدیریت شهری به عنوان ذی‌نفعان مهم برندسازی شهری
- لزوم ایجاد سازمان مدیریت مقصد در ایران
- اهمیت ایجاد برند شهری در راستای مزیت رقابتی شهر
- شناسایی القاب مختلف یزد در ابعاد فرهنگی و تاریخی، مذهبی و معنوی، صنعتی و تولیدی و زیست‌محیطی

۱. مقدمه

که گردشگری باعث گسترش ویروس کرونا می‌شود و در نتیجه اقدامات برای کنترل کرونا، گردشگری را نیز از بین می‌برد و سوالات جدی را در مورد آینده این صنعت ایجاد می‌کند (Singh et al., 2021, p. 1). پژوهش حاضر، با فرض از میان رفتن یا کاهش چشمگیر اثر کرونا بر گردشگری به دلیل روند مثبت واکسیناسیون جهانی، تنها به تبیین برندسازی شهری در راستای توسعه گردشگری پرداخته و از بررسی تأثیر کرونا بر گردشگری صرف نظر کرده است.

در ایران برندسازی شهری به حال خود رها شده تا از طریق جک‌ها، شایعات، اخبار پراکنده، داستان‌ها و خاطرات افراد شکل بگیرد. چنین بی‌تدبیری سبب شده تا طنزهای منفی بسیاری نیز برای شهرهای ایران ساخته شود (Dinnie, 2013, p. 16). جدول شماره ۱، بیانگر پتانسیل بالای برخی شهرهای کشور برای برندسازی شهری است؛ زیرا دارای ویژگی‌های منحصر به فردی بوده که در اذهان عمومی نقش بسته و در میان مردم به نام‌های خاصی مشهور هستند. اما نکته قابل توجه اینجاست که برای این شهرها طرح‌های برندسازی شهری به صورت رسمی تهیه و اجرا نشده است.

انتخاب شهرها برای زندگی، توصیه آن به دیگران و تصمیم به ترک آن، به تصویر درک شده از شهر بستگی دارد (Gilboa & Jaffe, 2021, p. 4). تصویر درک شده از شهر با مفهومی به نام برندسازی شهری تفسیر می‌شود (Chan et al., 2021, p. 330). در واقع فرآیند ساخت تصویر شهر که هدف از آن تأثیرگذاری مطلوب بر ذهن گروه‌های هدف است، برندسازی شهری نام دارد (Scholvin, 2021, p. 5). در سال‌های اخیر، برندسازی شهری به بخشی از دستور کار سیاسی اکثر شهرها تبدیل شده است (Karagiannis & Andrinis, 2021, p. 2) و می‌توان آن را به‌عنوان برنامه‌ریزی برای ایجاد، مدیریت و یا بهبود ادراکات از یک شهر موجود تعریف کرد که هدف از آن تأثیرگذاری بر رفتار گروه‌های هدف است (Jojic, 2018, p. 152). برندسازی شهری از مهمترین عوامل در پیشرفت صنعت گردشگری است (Fernandez & Meethan, 2014, p. 118). این صنعت یکی از صنایع مترقی است که فعالیت‌های آن تا حد زیادی بر اقتصاد کشورهای مختلف تأثیر می‌گذارد. البته همه‌گیری جهانی کووید ۱۹ این صنعت حساس را با شرایط بی‌سابقه‌ای مواجه کرده است. به طوری

جدول شماره ۱: القاب برخی شهرهای ایران

شهر	لقب	شهر	لقب
آبادان	برزیل ایران	ایلام	سرزمین طلوع آفتاب، عروس زاگرس
اهواز	شهر شب‌زنده‌دار	بروجن	یونان کوچک
بروجرد	پاریس کوچولو	بندر انزلی	شهر نیلوفرهای آبی
بسطام	شهر عارفان	بوشهر	سرزمین آیین و مراسم، سرزمین نخل و دریا
بندر گناوه	دبی ایران	پاوه	شهر هزار ماسوله
بهبهان	شهر نرگس و شقایق	چلغا	سرزمین کلیساها و آبشارها
تبریز	شهر اولین‌ها	چابهار	سرزمین همیشه بهار
جیرفت	هندوستان کوچک، کالیفرنیا ایران	رامسر	عروس شهرهای ایران
دامغان	شهر صد دروازه	رفسنجان	شهر طلای سبز
روستای چنشت	سرزمین رنگ‌ها	روستای ماخوتیک	سرزمین لی لی پوت‌های ایران
رشت	شهر باران‌های نقره‌ای، شهر باران	سرعین	سرزمین چشمه‌های بهشتی
سراوان	زادگاه خورشید ایران	سمیرم	سرزمین هزار چشمه
سمنان	شهر اخلاق، اقیانوس لهجه‌ها	سوباتان	بهشت ایران
سنندج	سرزمین شقایق‌های وحشی	شیراز	شهر گل و بلبل، شهر راز، شهر طرب و ناز، شهر بهار نارنج
سیستان و بلوچستان	سرزمین نخل و آفتاب، سرزمین کویر و دریا، سرزمین اسطوره‌ها	کهگیلویه و بویر احمد	سرزمین لاله‌های واژگون / سرزمین چهار فصل
طارم	بهشت گمشده ایران، هندوستان ایران	قائنات	سرزمین طلای سرخ
فومن	شهر مجسمه‌های ایران	قشم	سرزمین عجایب هفتگانه
کاشان	دارالمومنین، شهر گل و گلاب	کرج	ایران کوچک
کرمان	دیار کریمیان	کلیبر	سرزمین صخره‌ای ایران
طیس	عروس کویر ایران	کیش	نگین، مروارید و عروس خلیج فارس
گرگان	شهر طلای سفید	گرمسار	شهر خورشید تابان، جزیره اقوام
لاهیجان	عروس گیلان	لرستان	سرزمین آبشارها، سرزمین گیسوان آبی
لوانسان	بورلی هیلز تهران، سوئیس ایران	مراغه	پایتخت نجوم ایران
محلات	هلند ایران	میاندوآب	شهر آب‌های خروشان
نیشابور	شهر فیروزه‌ای ایران	ورزنه	شهر فرشته‌ها، شهر کبوتران سفید
هرمز	جزیره رنگین کمان	همدان	شهر مادها
دزفول	موزه آجری ایران	یزد	شهر میراث جهانی، شهر بادگیرها، دارالعباده و ...

(http://4barandeh.ir, 2021)

پس از بیان فوق، می‌توان گفت مسئله‌ای که پژوهش حاضر با آن روبه‌روست، این است که با وجود پتانسیل بالای شهرهای ایران برای برندسازی شهری (همان‌طور که در جدول شماره ۱ آمده) و نقش مؤثر برندسازی در توسعه گردشگری، در عمل در ایران کمتر طرح‌های برندسازی تهیه و اجرا شده است. بنابراین هدف مقاله حاضر این است تا ضمن بررسی جنبه‌ها و ابعاد مختلف این موضوع، به ارائه مدلی برای

تسهیل برندسازی شهری در راستای توسعه گردشگری بپردازد. پیش از انجام پژوهش حاضر، پژوهشگرانی با انجام پژوهش‌هایی با روش‌های مختلف به موضوع برندسازی شهری در مقاصد گردشگری پرداخته‌اند که یافته‌ها و نتایج پژوهش‌های آنها در جدول شماره ۲ آورده شده است.

جدول شماره ۲: بررسی پژوهش‌های پیشین مرتبط با موضوع پژوهش حاضر

کشور	منبع	روش	هدف	یافته‌ها یا نتایج
ایران	(Menvariyan et al., 2013)	داده‌بنیاد	دسته دوم	به منظور انجام برندسازی در کلانشهرهای ایران باید این گام‌ها پیموده شود: ۱- تعریف اهداف روشن، ۲- شکل‌گیری ستاد برندسازی، ۳- شناسایی تصویر کنونی شهر، ۴- اندازه‌گیری پیشرفت، ۵- نهادینه نمودن فرآیند برندسازی، ۶- تعیین هویت مطلوب، ۷- تدوین جایگاه‌یابی برای حذف شکاف بین تصویر کنونی و هویت مطلوب شهر و ۸- اجرای راهبرد
	(Mousavi et al., 2017)	تحلیل فازی و سوات	دسته اول	با برندسازی مسائلی همچون تقاضای رو به کاهش گردشگران، فقدان شناخت کافی گردشگران از قابلیت‌های گردشگری شهر خرم‌آباد و اطلاع‌رسانی و تبلیغات کم در خصوص جاذبه‌های طبیعی و تاریخی این شهر مرتفع می‌گردد
	(Fezyi et al., 2020)	تحلیل عاملی تأییدی	دسته اول	برندسازی مقصد تأثیر مثبت و معنی‌داری بر توسعه گردشگری شهری و ابعاد آن (ارزش و فواید ادراک شده، حمایت و مشارکت و پایداری توسعه گردشگری) در کلانشهر تبریز دارد و می‌تواند با افزایش ارزش و فواید ادراک شده، حمایت‌دهنده‌ی نفعان گردشگری از توسعه آن را افزایش دهد
	(Ghanbari et al., 2021)	داده‌بنیاد	دسته دوم	راهبردهای برندسازی شیراز؛ توجه به ذی‌نفعان مختلف، فرهنگ‌سازی، ایجاد ساختار مناسب، تدوین سازوکار برندسازی و برنامه‌های تبلیغی و ترویجی
اسرائیل	(Hankinson, 2007)	تحلیل محتوا	دسته دوم	پنج اصل کلیدی مدیریت برند مقصد: ۱- رهبری قوی، ۲- فرهنگ سازمانی برندگرا، ۳- هماهنگی فرآیندها، ۴- ارتباطات منسجم بین ذی‌نفعان مختلف و ۵- مشارکت‌های قوی و سازگار
	(Herget et al., 2015)	رگرسیون	دسته اول	میان برندسازی شهری و افزایش قیمت هتل‌ها رابطه مثبتی وجود دارد. برند شهری بر رقابت‌پذیری و جذابیت مقصد برای گردشگری تأثیر مثبت دارد
	(Jojić, 2018)	تحلیل محتوا	دسته اول	برندسازی شهری به افزایش جایگاه مکان به عنوان مقصد توریستی، کمک کرده و اهمیت اقتصادی شهر را افزایش می‌دهد
	(Mohammadifar, 2018)	داده‌بنیاد	دسته دوم	راهبردهای لازم برای برندسازی مناسب شهری: سازماندهی تیم برندسازی شهری، بازاریابی داخلی، تعیین گروه‌های هدف غیرمقیم، توسعه بسته‌های تبلیغاتی، شناسایی و معرفی جاذبه رقابتی و برگزاری جشنواره‌های فرهنگی
	(Shutaiieva et al., 2020)	تحلیل محتوا	دسته اول	برندهای مقاصد گردشگری منعکس‌کننده اصالت منحصر به فردی هستند که نه تنها برای گردشگری، مهمان‌نوازی و کسب و کار، بلکه برای طراحی و استفاده از فضاهای عمومی کاربرد دارند
	(Setiadi et al., 2021)	رگرسیون و پرسشنامه	دسته دوم	زمانی که راهبرد هم‌افزایی جامعه و ذی‌نفعان شهر به طور مناسب تنظیم شود، می‌توان مدیریت گردشگری و هویت برندسازی شهر را تسهیل و تقویت کرد

برای مثال برای شهر یزد ۱۹ برند مختلف (جدول شماره ۶) شناسایی شده و حتی پس از ثبت جهانی در سال ۱۳۹۶ و اضافه شدن برند شهر میراث جهانی به برندهای آن، گردشگری در یزد، پیشرفت چشمگیری نداشته است. البته هیچ‌کدام از این برندها مورد توافق اکثریت ذی‌نفعان قرار نگرفته و شهر یزد طرح‌های رسمی برندسازی نداشته و طبق نظر صاحب‌نظران مختلف لازم است این پیام‌ها در یک جهت مدیریت شده و راهبرد برندسازی به دقت تعریف شود (Gómez et al., 2018, p. 191). از آنجا که پژوهش حاضر در پی شناسایی روابط میان متغیرهای برندسازی برای ارائه مدل برندسازی در راستای توسعه گردشگری است، پیش از این چنین پژوهشی در شهر یزد انجام نشده و پژوهش نیز دارای روشی کیفی است؛ از روش نظریه داده‌بنیاد استفاده شده است.

با مراجعه به جدول شماره ۲، همان‌طور که در بخش هدف مشخص شده است، می‌توان پژوهش‌های پیشین مرتبط با برندسازی و گردشگری را از نظر هدف به دو دسته تقسیم کرد: دسته اول، پژوهش‌هایی هستند که صرفاً به رابطه برندسازی و گردشگری و تأثیر مثبت برندسازی مقصد بر رونق گردشگری اشاره کرده‌اند و دسته دوم پژوهش‌هایی هستند که به منظور رونق هرچه بیشتر گردشگری، راهکارهایی را برای ایجاد و تقویت برند مناسب ارائه می‌دهند. با قبول تأثیر مثبت برندسازی شهری بر توسعه گردشگری که در پژوهش‌های دسته اول مشخص شده، پژوهش حاضر، از پژوهش‌های دسته دوم به حساب می‌آید که در پی شناسایی روابط میان متغیرهای برندسازی شهری و ارائه راهکارهایی برای برندسازی مناسب است. در این راستا وجه تمایز آن با پژوهش‌های دسته دوم شرایط ویژه شهر یزد است.

۲. مبانی نظری

۲.۱. برند (در کالاها و خدمات)

برند مفهومی است که برای توسعه یک محصول طراحی شده است (Chan et al., 2021, p. 331). در تعاریف مرتبط با برند دو دسته تعریف به چشم می‌خورد؛ برخی برند را مجموعه‌ای از دارایی‌ها و بدهی‌های مرتبط با نام برند و نمادی می‌دانند که برای بنگاه‌ها، ارزش نمادین ایجاد می‌کند و منجر به ارتقای خواسته‌ها یا سبک زندگی مرتبط با

کالای فیزیکی می‌شود (Gómez et al., 2018, p. 191)، برخی دیگر برند را یک تصویر کلی یا مجموعه‌ای از ادراکات و تداعیات می‌دانند که در ذهن مردم قرار دارد (Hildreth, 2012, p. 4). بنابراین می‌توان گفت برند دارای دو دسته تعریف است که دسته نخست بیشتر بر کاربرد برند و دسته دوم بیشتر بر ذهنیت و احساس مخاطب تأکید دارند (Moghadam, 2016; Sanayeei & Molaei, 2014; Shafaghi, 2011).

جدول شماره ۳: انواع تعاریف برند

تعریف	انواع تعاریف برند
برند، نام، واژه، سمبل، طرح یا ترکیبی از آنهاست که هدف آن شناساندن محصولات یا خدمات فروشنده (ها) به مشتریان و نیز تمایز محصولات و خدمات آنها از سایر رقباست.	دسته اول: بیشتر بر کاربرد برند تأکید دارند
برند، ذهنیت، احساس باطنی و ادراک درونی شخص درباره یک محصول، خدمت یا شرکت است	دسته دوم: بیشتر بر ذهنیت و احساس مخاطب تأکید دارند

(Moghadam, 2016; Sanayeei & Molaei, 2014; Shafaghi, 2011)

۲.۲. برندسازی شهری

از آنجا که شهرها مایل به افزایش رفاه و شهرت خود از طریق گردشگری و توسعه اقتصادی هستند، باید ابتدا به برخی سئوالات اساسی پاسخ دهند؛ مثلاً این که می‌خواهند با چه چیزی شناخته شوند؟ چگونه می‌توانند برجسته‌تر و رقابتی‌تر باشند؟ هنگامی که مردم نام شهر را

می‌آورند، انتظار می‌رود چه افکار و احساساتی به ذهن بیاید؟ و شهرها چگونه می‌توانند از منابع خود نتایج بهتری کسب کنند؟ این سئوالات در قالب برندسازی شهری قرار دارد (Gauli et al., 2014, p. 17). در جدول شماره ۴، برخی از مهم‌ترین و جدیدترین تعاریف برندسازی شهری آورده شده است.

جدول شماره ۴: تعاریف برندسازی شهری

منبع	تعریف
(Cai, 2002, p. 722)	روشی است که با ایجاد تصویری مثبت موجب تمایز شهرها می‌شود
(Rainisto, 2003, p. 12)	روشی برای افزایش جاذبه شهر است
(Anholt, 2006)	تلاشی است برای ایجاد هویت یک مکان و ترویج آن به عموم، چه در داخل و چه در خارج
(Kavaratzis & Ashworth, 2007, p. 18)	راهبردی است که شهرها در تلاش برای متمایز ساختن خود از بقیه شهرها، ایجاد غرور مدنی در میان شهروندانشان و کمک به تصمیم‌گیری گردشگران و صاحبان تجارت اتخاذ می‌کنند
(Belabas et al., 2020, p. 1317)	ایجاد تصویری است که سرمایه‌گذاران، مشاغل، گردشگران و ساکنان جدید را جذب می‌کند
(Chan et al., 2021, p. 331)	راهبردی بازاریابی برای تقویت روابط و ایجاد تصویری خوب از شهر برای بازدیدکنندگان است
(Ma et al., 2021, p. 3)	فرآیند راهبردی و سیاسی است که فعلاً به دنبال تغییر شهر است و نیاز به حمایت پایدار از سوی سیاستمداران، مقامات دولتی، سهامداران کلیدی و مردم دارد
(Scholvin, 2021, p. 5)	فرآیند ساخت تصویر شهر با هدف تأثیرگذاری مطلوب بر گروه‌های هدف است و موجب رقابت شهرها برای سرمایه‌گذاری و جذب افراد ماهر می‌شود
(VanHoose et al., 2021, p. 2)	ابزاری برای شکل دادن به تصاویر شهر در میان ساکنان و افراد خارجی است

برندهای شهری با برندهای محصولات قابل مقایسه هستند (Jojic, 2018, p. 152). برند شهرها همانند برند محصولات، سیگنالی بیرونی است که احساسات را برمی‌انگیزاند، آگاهی را افزایش می‌دهد و بر رفتارها تأثیر می‌گذارد (Gómez et al., 2018, p. 191)، اما به دلیل وجود

مالکیت، مشارکت ذی‌نفعان و توسعه برند، ممکن است پیچیده‌تر از برندسازی محصول باشد (Herget et al., 2015, p. 120; Yang et al., 2018, p. 1). در جدول شماره ۵، به تفاوت‌های میان برندسازی محصول و مکان اشاره شده است.

جدول شماره ۵: مقایسه برندسازی محصول و برندسازی شهری

معیار	برندسازی محصول	برندسازی مکان / شهر
زمان	۱۳۰۰ قبل از میلاد	دهه ۱۹۷۰، ۱۹۸۰
اجزای برند	نام‌ها، آرم‌ها، نمادها	شخصیت‌ها، نام‌ها، شعارهای آرم‌ها، آثار، طراحی
کارگزار	مدیربازاریابی	متخصصان، مشاوران
عناصر کمک‌کننده	تصویر، ویژگی‌ها	اجتماعی، اقتصادی و سیاسی
ماهیت	خدمات، کالا، مصنوعات	مکان، کشور، منطقه، شهر
بودجه	بودجه شرکت	شهرداری‌ها و حکومت‌های محلی
عمر	کوتاه	طولانی
مصرف‌کنندگان هدف	مشتریان	گردشگران، سرمایه‌گذاران، دانشجویان، مردم محلی و نیروی کار
منابع استفاده‌کنندگان	عملکردی و احساسی	به طور عمده رضایت احساسی
منابع تولیدکنندگان	فروش و توسعه ارتباطات	رشد اقتصادی، تصویر
تولید	تولید، کارخانه	اشتغال ذی‌نفعان
رقبا	سایر محصولات	مکان‌ها، شهرها، کشورها
مالکیت	مالک انحصاری	چندین ذی‌نفع
پیچیدگی	یک تصویر برای مصرف‌کنندگان	چند منظوره، چند تصویر

(Mlangeni, 2008, p. 48)

در مجموع با توجه به ادبیات بیان شده در بخش‌های برند و برندسازی شهری و گردشگری، پژوهش حاضر، برندسازی شهری را بدین صورت تعریف می‌کند که فرآیندی برای شکل‌دهی به تصاویر ذهنی افراد مختلف از شهر است که با ایجاد یا تقویت تصویر ذهنی مثبت از شهر موجب جذب سرمایه‌گذاران و انتخاب شهرها برای کار، سکونت و تحصیل می‌گردد و به دلایل مختلف از جمله مالکیت ذی‌نفعان مختلف و توسعه برند، متفاوت از برندسازی محصولات و خدمات است. بنابراین می‌توان گفت گروه‌های هدف برندسازی شهری پنج گروه ساکنان، گردشگران، دانشجویان، سرمایه‌گذاران و مدیریت شهری هستند. پژوهش حاضر با تمرکز بر نقش برندسازی در راستای توسعه گردشگری، سعی دارد تا گروه هدف گردشگران را در مرکز توجه موضوع در شهر مورد مطالعه بررسی کند.

۳. شهر مورد مطالعه

شهر یزد یکی از شهرهای مرکزی ایران و دارای جاذبه‌های گردشگری فراوان است. براساس مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی پژوهش حاضر، شهر یزد دارای ۱۹ برند متنوع است که عبارتند از: شهر میراث جهانی، شهر یادگارهای کهن و باستانی ایران، شهر قنات، شهر قنوت و قناعت، شهر خشت خام، شهر شیرینی، دارالعلم، پایتخت کتاب، دارالعباده، شهر بادگیرها، شهر دوچرخه‌ها، شهر آب‌انبارها، شهر آتش و آفتاب، نگین کویر، پنجمین شهر صنعتی ایران، حسینیه ایران، شهر هوشمند و شهر پایدار. با دسته‌بندی این القاب طبق جدول شماره ۶ مشخص می‌گردد که شهر یزد در ابعاد مختلف میراثی و تاریخی، مذهبی و معنوی، صنعتی و تولیدی و زیست‌محیطی پتانسیل بالایی برای برندسازی شهری دارد که البته این مهم تاکنون و در قالب طرح رسمی برندسازی انجام نشده است.

۲.۳. گردشگری و برندسازی شهری

گردشگری از صنایع مترقی است که فعالیت‌های آن تا حد زیادی بر اقتصاد کشورهای مختلف تأثیر می‌گذارد (Singh et al., 2021, p. 1) و بسیاری از کشورها، این صنعت را منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند (Lee & Liu, 2011, p. 43). براساس آمارهای سازمان جهانی گردشگری، حجم پولی که از طریق جهانگردان دنیا طی یک سال جابه‌جا می‌شود، حدود ۲٫۵ برابر درآمد سالانه کشورهای عضو اپیک از محل فروش نفت است. همچنین کارشناسان معتقدند که هر دلار سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری، در مدت بیست سال حدود چهار هزار دلار درآمد عاید سرمایه‌گذار خواهد کرد. متأسفانه ایران، با وجود جاذبه‌های فراوان گردشگری، در این صنعت پرسود، جایگاه قابل توجهی ندارد (Ismailpour & Parsa, 2013, p. 2).

برندسازی شهری یکی از مهمترین مؤلفه‌های اثرگذار در پیشرفت گردشگری شهری است (Fernandez & Meethan, 2014, p. 1) که نقش مهمی در ساخت وجهه یک شهر در بخش گردشگری دارد (Chan et al., 2021, p. 331) و موجب رقابت‌پذیری شهرها در جذب گردشگر می‌شود (Yazdani et al., 2018, p. 1087). برندسازی در گردشگری به معنای تشویق مقاصد برای ایجاد یک محیط پویاست که مجموعه‌ای از گردشگران، سرمایه‌گذاران و استعدادها را فردی را جذب کرده و نگه می‌دارد (Linh, 2012, p. 13). می‌توان گفت این مهم با برندسازی مقصد ارتباط دارد؛ زیرا برندسازی مقصد در صدد است، یکتایی و یگانگی مقصد گردشگری را تأیید نموده و تصویر مثبتی به بازارهای هدف نشان دهد (Aziz et al., 2012). برندسازی مقصد مزایایی برای صنعت گردشگری به همراه دارد و به ایجاد و مدیریت متمایز تصویر مقصد کمک می‌کند (Linh, 2012, p. 16).

جدول شماره ۶: پتانسیل بالای یزد برای تدوین طرح‌های برندسازی شهری

ابعاد	برند مرتبط در یزد
میراثی و تاریخی	شهر خشت خام، شهر یادگارهای کهن، شهر میراث جهانی، شهر بادگیرها، شهر آب‌انبارها، شهر قنات
مذهبی و معنوی	دارالعباده، دارالعلم، پایتخت کتاب، حسینیه ایران، شهر قنوت و قناعت
صنعتی و تولیدی	پنجمین شهر صنعتی ایران، شهر هوشمند یزد، شهر ترمه، شهر شیرینی
زیست‌محیطی	شهر آتش و آفتاب، نگین کویر، شهر دوچرخه، شهر پایدار

تا با تماس‌های صوتی و تصویری مجازی، این مهم را برطرف کنند. تحقیق حاضر به لحاظ ماهیت، کاربردی، به لحاظ هدف، توصیفی و به لحاظ روش، تحلیلی تفسیری است. در راستای روایی مصاحبه از روش روایی محتوایی استفاده شده است. روایی محتوایی، ایجاد اطمینان می‌کند که همه ابعاد و مؤلفه‌هایی که می‌توانند مفهوم مورد نظر را انعکاس دهند و در آن سنجش وجود دارد، مدنظر قرار گرفته است (Gholipour et al., 2011, p. 41). در ابتدا سؤالات مصاحبه از دیدگاه پژوهشگران مورد ارزیابی قرار گرفت. این ارزیابی در اصل برروایی محتوایی شاخص‌های ارائه شده برای سنجش ابعاد مورد نظر در طرح تحقیق تمرکز داشت. به منظور اعتمادپذیری تحقیق، اعتبار و تأیید پذیری آن نیز، تمامی فرایندها به صورت روشن و شفاف به مصاحبه‌شوندگان توضیح داده شده و در تحقیق نیز ارائه شده است. در جدول شماره ۷، مشخصات نمونه مورد مصاحبه و نوع ارتباطشان با موضوع آورده شده است.

۵. یافته‌های پژوهش

با توجه به ماهیت روش به کار گرفته شده، تعبیر و تفسیر داده‌ها در این پژوهش از طریق کدگذاری جملات حاصل از مصاحبه‌ها صورت گرفته است. کدگذاری نشانگر عملیاتی است که طی آن داده‌ها خرد می‌شوند، مفهوم‌پردازی می‌شوند و آنگاه به روش‌های جدید دوباره به یکدیگر متصل می‌شوند (Menvariyan et al., 2013, p. 51). در این روش تحلیل، پژوهشگران درصد هستند تا در حد امکان، به آشکار نمودن پیام‌های نهفته در مصاحبه‌ها بپردازند و برای معنا بخشیدن ساختاری، آنها را با رویکرد تفسیری مرور و رمزگذاری کنند. سپس به کمک کدگذاری باز، محوری و انتخابی پیش رفته تا با کشف ارتباط میان آنها، مدل مورد نظر پژوهش، از داده‌های مصاحبه استخراج شود.

۵.۱. کدگذاری باز

کدگذاری باز شامل دو فعالیت کلیدی مفهوم‌سازی و مقوله‌بندی است (Strauss & Corbin, 2006, p. 61). این مرحله از مبانی نظری محدود و بلافاصله پس از اولین مصاحبه، انجام شده و پژوهشگر پس از هر مصاحبه، مفاهیم آن را استخراج و ترکیب نموده است. در پژوهش حاضر، ابتدا کدهای مصاحبه‌ها استخراج شد و سپس با مقایسه و طبقه‌بندی کدهای مشابه، ۵۱ مفهوم استخراج شد. در گام سوم از طریق طبقه‌بندی مفاهیم مشابه، مقوله‌پردازی آنها صورت گرفت. نتایج حاصل از کدگذاری ثانویه که به شکل‌گیری مقوله‌ها انجامید را می‌توان به صورت جدول شماره ۸ بیان کرد.

بنابراین و براساس آنچه گفته شد، اهمیت برندسازی در راستای توسعه گردشگری به ویژه در شهر یزد، آشکار می‌گردد و پژوهش حاضر درصدد است تا دستیابی به این مهم را تسهیل نماید. اما نکته‌ای که ذکر آن به ویژه با توجه به تعدد برندهای یزد، ضروری است این است که اگر برند شهری برای هرگروه به شکلی جداگانه تشکیل شود، آن شهر بخش اعظمی از ارزش برندسازی فعال خود را از دست خواهد داد (Dinnie, 2011, p. 15)؛ زیرا ارسال پیام‌های متنوع به ذی نفعان مختلف، می‌تواند ناشی از عدم هماهنگی میان سازمان‌های مختلف باشد و در نتیجه این پیام‌ها باید در یک جهت مدیریت شده و راهبرد برندسازی شهر به دقت تعریف شود؛ زیرا آشفتگی برند شهرها، می‌تواند چالش‌هایی ایجاد کند که از مزایای آن بیشتر باشد (Gómez et al., 2018, p. 191).

۴. روش پژوهش

زمانی که تمامی مفاهیم مربوط به یک پدیده هنوز مشخص نشده‌اند یا دست کم در مکان مورد مطالعه خاص مشخص نیستند یا اگر مشخص شده‌اند، هنوز روابط بین این مفاهیم به خوبی درک نشده‌اند، از روش پژوهش کیفی برای درک بهتر پدیده‌ها استفاده می‌شود (Homan, 2010, p. 8). همچنین در موضوعاتی که در خصوص اندیشه و تفکر در مورد کلیت یک پدیده است و آمار و اطلاعات عینی در خصوص آن وجود ندارد، بهترین روش، پویش جمعی و رجوع به اندیشه‌های مختلف و رصد آنهاست (Rahmani et al., 2019, p. 8). بنابراین به سبب آن که طرح‌های رسمی برندسازی در کشور رواج چندانی نداشته و در شهر یزد نیز طرح رسمی برندسازی تدوین نشده، در پژوهش حاضر روش کیفی مورد استفاده قرار گرفته و بدین منظور براساس ملاک‌هایی همچون آشنایی با مفاهیم برندسازی و گردشگری و همچنین شهر یزد و در دسترس بودن و آمادگی برای همکاری، گروه اولیه به منظور مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته انتخاب شده که شامل حرفه‌مندان در عرصه مدیریت شهری، گردشگری و دانشگاهیان بودند و سپس با تکنیک زنجیره‌ای (گلوله برفی) گروه‌های بعدی برای مصاحبه توسط همین گروه معرفی شدند. نمونه‌گیری تا جایی تداوم یافت که با ادامه نمونه‌گیری، اندیشه جدیدی به وجود نیاید و به اصطلاح پژوهش به اشباع نظری و کفایت برسد. گفتنی است که اشباع نظری از نمونه دوازدهم تا حدودی شکل گرفت، اما روند پژوهش تا نفر چهاردهم ادامه یافت. در این پژوهش، نحوه استخراج داده‌ها به صورت دستی بوده و از نرم‌افزار خاصی استفاده نشده است. قلمرو زمانی این پژوهش سال ۱۴۰۰ بوده و در کشور ایران صورت گرفته و در فاصله زمانی انجام پژوهش حاضر، شیوع ویروس کرونا موجب شد تا امکان مصاحبه رو در رو با برخی از کارشناسان وجود نداشته باشد و پژوهشگران سعی کردند

جدول شماره ۷: مشخصات نمونه

نوع ارتباط با موضوع برندسازی شهری	تعداد	تحصیلات
هیأت علمی دانشگاه در حوزه شهرسازی، گردشگری و بازاریابی	۴	دکتری
پژوهشگر در حوزه شهرسازی، گردشگری، برندسازی و بازاریابی	۴	دکتری و کارشناسی ارشد
کارشناس و فعال در حوزه گردشگری و برندسازی	۶	کارشناسی ارشد و کارشناسی
مجموع	۱۴	-

جدول شماره ۸: مفاهیم و مقوله‌های مستخرج از مصاحبه‌ها

مقوله	مفهوم	ردیف
رقابت شهرها در عرصه جهانی	افزایش جذب سرمایه‌گذار	۱
	توسعه اقتصادی	۲
	تأمین شرایط برتر برای کار و زندگی	۳
مشکلات اقتصادی و لزوم توجه به گردشگری و برندسازی شهری	ناپایداری منابع نفتی	۴
	ظرفیت و مزایای بالای گردشگری برای سرمایه‌گذاری	۵
	فرصت بازاریابی محصولات محلی	۶
پتانسیل بالای شهر یزد برای برندسازی شهری	ظرفیت بالای یزد در ابعاد میراثی و تاریخی، صنعتی و تولیدی، مذهبی و معنوی و زیست محیطی	۷
	ثبت جهانی شهر یزد	۸
	قرارگیری در مثلث گردشگری یزد، اصفهان، شیراز در مرکز ایران	۹
تنوع برندها در شهر یزد	وجود ۱۹ برند متنوع شناسایی شده در یزد	۱۰
توسعه زیرساخت‌های گردشگری	زیرساخت‌های اقامتی و تفریحی	۱۱
	زیرساخت‌های حمل و نقل شهری	۱۲
تشکیل کارگروه ویژه برندسازی در شهر یزد	شکل‌گیری ستاد برندسازی شهری از ذی‌مدخلان مختلف	۱۳
	تعیین سازوکاری برای تهیه، اجرا و نظارت بر طرح‌های برندسازی در یزد	۱۴
	تعیین برنامه عملیاتی یکپارچه	۱۵
	تدوین طرح‌های برندسازی مناسب در یزد	۱۶
مشارکت مردم	استفاده از توانمندی‌های بومی	۱۷
	استفاده درست از فرصت‌ها برای برقراری ارتباط مردم و مسئولان	۱۸
آموزش کارمندان و مدیران	آموزش‌های سازمانی در راستای بهبود عملکرد اجرایی کارمندان و مدیران	۱۹
	حمایت و توسعه بخش آموزش عالی	۲۰
افزایش درآمد پایدار	افزایش درآمد مجموعه مدیریت شهری	۲۱
	رونق کسب و کارها	۲۲
	افزایش اشتغال در زمینه گردشگری	۲۳
هویت منحصربه‌فرد	پرهیز از همانند شدن شهرها و خاص کردن شهر یزد با برندسازی شهری	۲۴
	تدوین جایگاه‌یابی برای از بین بردن شکاف میان تصویرکنونی و هویت مطلوب شهر	۲۵
	خلاقیت و نوآوری	۲۶
کاهش مهاجرت	بهبود کیفیت زندگی ساکنان	۲۷
	تقویت جامعه محلی	۲۸
	ارزش‌گذاری به اشتغال‌زایی و تحصیلات	۲۹
رضایتمندی گردشگران	افزایش رفاه گردشگران	۳۰
جهانی شدن	شهرت شهرها در جهان برای کار و زندگی	۳۱
	تقویت تبلیغات و فعالیت‌های آگاه‌سازی ملی و بین‌المللی	۳۲
	توسعه ارتباطات شبکه‌ای ملی و بین‌المللی	۳۳
	همسویی برنامه‌های اجرایی و توسعه‌ای با اسناد فرادست	۳۴
ذی‌مدخلان مختلف	ذی‌نفعان و ذی‌نفوذان متعدد	۳۵
	اعتمادسازی بین ذی‌نفعان	۳۶
	همراهی و مشارکت جامعه مدنی	۳۷
مدیریت یکپارچه شهری	موازی‌کاری سازمان‌های مرتبط با مدیریت شهری	۳۸
	گسترش بافت ثبتی در یونسکو به ۷۰۰ یا ۱۰۰۰ هکتار	۳۹
ارزش‌های فرهنگی - تاریخی یزد	حفاظت از بافت تاریخی ثبت شده	۴۰
	سرمایه‌گذاری در آموزش صنایع دستی	۴۱
	برگزاری نمایشگاه‌ها، کنفرانس‌ها و رویدادهای بین‌المللی	۴۲
توسعه سرمایه اجتماعی	اعتمادسازی بین نهاد‌های رسمی، غیررسمی و مردمی	۴۳
	توسعه مشارکت و تعامل در زمینه‌های مختلف	۴۴
	شناسایی آسیب‌های اجتماعی و مشکلات شهری	۴۵
	آموزش نیروی متخصص و بومی در فعالیت‌های گردشگری	۴۶
	سرمایه‌گذاری در بخش‌های اقتصادی مولد برای حمایت از جمعیت فعال شهر	۴۷
افزایش رشد اقتصادی	شناسایی فرصت‌ها برای کاهش فقر	۴۸
	محیط رقابتی پویا	۴۹
	افزایش بهره‌وری افراد	۵۰
زمان برندسازی	زمان برندسازی	۵۱

۵٫۲٫۲ کدگذاری محوری

در کدگذاری محوری با برقراری پیوند بین اطلاعات، آنها را به شیوه جدیدی به یکدیگر ربط می‌دهند. این کار با استفاده از یک پارادایم (مدل الگویی یا سرمشق) که متضمن شرایط علی، پدیده، زمینه، شرایط مداخله‌گر، راهبردهای کنش / کنش متقابل و پیامدهاست، صورت می‌گیرد (Strauss & Corbin, 2006, p. 97).

۵٫۲٫۱. شرایط علی^۱

شرایط علی مجموعه‌ای از رویدادها یا وقایعی هستند که بر پدیده محوری تأثیر می‌گذارند (Strauss & Corbin, 1998, p. 131). در پژوهش حاضر «لزوم رقابت شهرها در عرصه جهانی»، «مشکلات اقتصادی و لزوم توجه به گردشگری و برندسازی شهری» و «پتانسیل بالای شهر یزد برای توسعه گردشگری و برندسازی شهری» زمینه‌ساز شکل‌گیری چارچوب پیشنهادی گردیده‌اند که این سه شرط علی در قالب نُه مفهوم در جدول شماره ۸ آورده شده است.

۵٫۲٫۲. پدیده^۲

مقوله اصلی (یعنی ایده، رویداد یا اتفاق اصلی) به عنوان پدیده محوری تعریف می‌شود (Corbin & Strauss, 1990, p. 14). در پژوهش حاضر پدیده محوری «تبیین مدل برندسازی شهری در راستای توسعه گردشگری در شهر یزد» است.

۵٫۲٫۳. زمینه^۳

زمینه نشانگر محل حوادث یا وقایع مرتبط با پدیده است (Menvariyan et al., 2013, p. 54). کرسول^۴ (۲۰۱۲)، شرایط زمینه‌ای را به عنوان شرایط خاصی که بر راهبردها تأثیر می‌گذارند، تعریف می‌کند (Creswell, 2012). در پژوهش حاضر «ارزش‌های فرهنگی - تاریخی یزد» و «زمان برندسازی» که در قالب چهار مفهوم در جدول شماره ۸ آمده، به عنوان شرایط زمینه‌ای پژوهش حاضر است که بر راهبردها تأثیر می‌گذارند.

۵٫۲٫۴. شرایط مداخله‌گر^۵

کرسول (۲۰۱۲) شرایط مداخله‌گر را به عنوان شرایط عمومی زمینه‌ای که بر راهبردها تأثیر می‌گذارند، تعریف می‌کند. در واقع این شرایط به مجموعه گسترده‌ای از شرایط که در آن پدیده محوری شکل می‌گیرد، اشاره می‌کند (Pandit, 1996, p. 12). در پژوهش حاضر «تنوع برندها در شهر یزد» و وجود «ذی‌مدخلان مختلف» به عنوان شرایط مداخله‌گر تشخیص داده شده‌اند که در قالب دو مقوله و چهار مفهوم در جدول شماره ۸ آورده شده‌اند.

۵٫۲٫۵. راهبردهای کنش / کنش متقابل^۶

کرسول (۲۰۱۲)، راهبردها را به عنوان اقدامات خاصی که ناشی از پدیده

اصلی است، تعریف می‌کند. در پژوهش حاضر پنج راهبرد برای دستیابی به هدف پژوهش شناسایی شدند که عبارتند از: «تشکیل کارگروه ویژه برندسازی در شهر یزد»، «جلب مشارکت نهادهای مردمی در تدوین و اجرای طرح‌های برندسازی»، «آموزش به مدیران و کارمندان برای اجرای هرچه بهتر طرح‌های برندسازی»، «برگزاری جشن‌ها و رویدادهای بین‌المللی برای توسعه برند» و «توسعه زیرساخت‌های گردشگری».

۵٫۲٫۶. پیامد^۷

کرسول (۲۰۱۲) پیامدها را به عنوان عواقب به کارگیری راهبردها تعریف می‌کند. بنابراین در صورت تحقق راهبردها، هشت پیامد مورد انتظار است که عبارتند از: «تأمین درآمد پایدار برای مجموعه مدیریت شهری یزد»، «تقویت هویت منحصر به فرد شهر یزد»، «کاهش مهاجرت»، «افزایش رضایتمندی گردشگران داخلی و خارجی شهر یزد»، «جهانی شدن»، «توسعه سرمایه اجتماعی»، «دستیابی به رشد اقتصادی» و «دستیابی به مدیریت شهری یکپارچه». در مدل پارادایمی پژوهش که در تصویر شماره ۱ آورده شده، ارتباط شرایط علی، شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای، پدیده محوری و راهبردها و پیامدها نشان داده شده است.

۵٫۳. کدگذاری انتخابی

آخرین مرحله کدگذاری در تئوری داده‌بنیاد، کدگذاری انتخابی است که روند ساخت تئوری در این مرحله شامل انتخاب مقوله اصلی به طور منظم (سیستماتیک) و ارتباط دادن آن با سایر مقوله‌ها، اعتبار بخشیدن به روابط و پرکردن جاهای خالی با مقولاتی است که نیاز به اصلاح و گسترش بیشتر دارند (Strauss & Corbin, 2006, p. 118). در پژوهش حاضر، نحوه ارتباط شرایط علی، شرایط مداخله‌گر، پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها در تصویر شماره ۱ آورده شده است.

۶. بحث

براساس یافته‌های پژوهش حاضر، از مهمترین راهبردها برای تسهیل برندسازی در شهر یزد «تشکیل کارگروهی ویژه برندسازی» است. این مهم با نتایج پژوهش‌های پیشین با عناوین شکل‌گیری ستاد برندسازی (Menvariyan et al., 2013)، ایجاد ساختار مناسب برندسازی (Ghanbari et al., 2021) و سازمان‌دهی تیم برندسازی شهری (Mohammadifar, 2018) هم‌سو است که برای شهرهای مختلف، تشکیل این کارگروه را پیشنهاد کرده‌اند. اما متولی تشکیل این کارگروه در شهرهای مختلف مشخص نشده و حتی اگر با مسئولیت سازمانی مشخص (مثلاً شهرداری، میراث فرهنگی یا اتاق بازرگانی) انجام شود، ممکن است در بسیاری از دیگر شهرهای با پتانسیل بالای برندسازی، این مهم تشکیل نشود. بنابراین در مجموع، پیشنهاد می‌گردد تا در میان مدت این کارگروه در یزد تشکیل شود اما در بلندمدت و در حالت کلی، سازمان مدیریت مقصد گردشگری در کشور تشکیل گردد تا شعب آن در شهرها، امر برندسازی شهری را برعهده گیرند.

- 1 Causal Condition
- 2 Core Catagory
- 3 Context
- 4 Creswell
- 5 Intervening Conditions
- 6 Actions/ Interactions Strategies



تصویر شماره ۱: مدل برندسازی شهری در راستای توسعه گردشگری

۷. نتیجه‌گیری

بسیاری از پژوهش‌های مرتبط با برندسازی شهری و گردشگری بیان می‌کنند که برندسازی شهری تأثیر مثبتی بر رونق گردشگری دارد؛ از جمله (Mousavi et al., 2017)؛ (Feyzi et al., 2020)؛ (Herget et al., 2015)؛ (Jojic, 2018)؛ (Shutaieva et al., 2020). پژوهش حاضر نتایج این پژوهش‌ها را مبنا قرار داده و همسو با برخی پژوهش‌های دیگر - از جمله (Menvariyan et al., 2013)؛ (Ghanbari et al., 2021)؛ (Hankinson, 2007)؛ (Mohammadifar, 2018)؛ (Setiadi et al., 2021) - که به دنبال ارائه راهبردها و تبیین مدل برای رونق هرچه بیشتر گردشگری از طریق ایجاد یا تقویت برندسازی هستند، در جهت تسهیل برندسازی در شهر یزد شکل گرفت. با بررسی یافته‌های پژوهش حاضر و نیز مقایسه آن با سایر پژوهش‌های مشابه، می‌توان عبارات زیر را به عنوان نتایج توسعه بخش برندسازی شهری در راستای گردشگری، مطرح ساخت:

- پنج گروه «ساکنان»، «گردشگران»، «دانشجویان»، «سرمایه‌گذاران» و «مدیریت شهری» ذی‌نفعانی هستند که در صورت برندسازی مناسب شهری، از منافع کوتاه‌مدت و بلندمدت برندسازی شهری بهره‌مند می‌گردند. بنابراین شهرهای مختلف جهان، به سبب جذب ذی‌نفعان یادشده برای سکونت، گردشگری، تحصیل و سرمایه‌گذاری، لازم است به اتخاذ راهبردهای مناسب برندسازی و رقابت بپردازند.

- بسیاری از شهرهای ایران با وجود پتانسیل بالا برای برندسازی، متولی برندسازی شهری نداشته و حتی بخش گردشگری نیز، در سازمان‌هایی مانند شهرداری، میراث فرهنگی و اتاق بازرگانی پخش شده و بنابراین پیشنهاد می‌گردد با تجمیع بخش گردشگری در سازمانی با عنوان مدیریت مقصد، در راستای مدیریت یکپارچه شهری حرکت کرده و امر برندسازی برای شهرهای کشور نیز به آن محول گردد تا شعب آن در شهرهای مختلف، ایجاد یا تقویت برند شهری را بر عهده گرفته و بر تداوم آن نظارت کنند.

در راستای تحقق اهداف پژوهش، اتخاذ راهبردهای دیگری نیز که در شهر یزد مورد تأکید کارشناسان قرار گرفته‌اند، عبارتند از: «جلب مشارکت نهادهای مردمی در تدوین و اجرای طرح‌های برندسازی»، «آموزش به مدیران و کارمندان برای اجرای هرچه بهتر طرح‌های برندسازی»، «برگزاری جشن‌ها و رویدادهای بین‌المللی برای توسعه برند» و «توسعه زیرساخت‌های گردشگری». در این میان «جلب مشارکت ذی‌نفعان» و «برگزاری جشن‌ها و رویدادهای بین‌المللی» راهبردهای مهمی هستند که در پژوهش‌های دیگر (Menvariyan et al., 2013)؛ (Ghanbari et al., 2021)؛ (Mohammadifar, 2018) برای شهرهای دیگر بیان شده‌اند و این امر بیانگر اهمیت راهبردهای گفته شده در برندسازی شهری در راستای توسعه گردشگری است. همچنین در پژوهش‌های ذکر شده پیشین به دو راهبرد «آموزش به کارمندان برای اجرای هرچه بهتر طرح‌های برندسازی» و «توسعه زیرساخت‌های گردشگری» اشاره‌ای نشده بود که به نظر می‌رسد در شهر یزد از اهمیت بالایی برخوردارند. با اتخاذ راهبردهای مطروحه، پیامدهایی مورد انتظار است که عبارتند از: «تأمین درآمد پایدار برای مجموعه مدیریت شهری»، «تقویت هویت منحصر به فرد شهر»، «کاهش مهاجرت»، «افزایش رضایتمندی گردشگران داخلی و خارجی شهر»، «جهانی شدن»، «توسعه سرمایه اجتماعی»، «دستیابی به رشد اقتصادی» و «دستیابی به مدیریت شهری یکپارچه». در این میان با توجه به طبقه‌بندی پیامدها به پیامدهای اقتصادی و اجتماعی در سایر پژوهش‌ها به نظر می‌رسد، پیامدهای «کاهش مهاجرت» و «جهانی شدن» که در سایر پژوهش‌ها به آنها اشاره نشده به صورت ویژه‌ای پس از توجه به برندسازی شهری، در یزد مورد انتظار باشد. با توجه به این که یکی از شرایط ثبت جهانی شهر یزد در یونسکو، رونق جریان زندگی و سکونت در بافت تاریخی است، دو پیامد «کاهش مهاجرت» و «جهانی شدن» پیامدهای حائز اهمیتی هستند که لازم است با برندسازی شهری به آنها توجه شود.

References:

- Anholt, S. (2006). The Anholt-GMI city brands index: How the world sees the world's cities. *Place branding*, 2(1), 18-31.
 - Aziz, N., Kefallonitis, E., & Friedman, B. A. (2012). Turkey as a destination brand: Perceptions of United States Visitors. *American International Journal of Contemporary Research*, 2(9).
 - Belabas, W., Eshuis, J., & Scholten, P. (2020). Re-imagining the city: Branding migration-related diversity. *European Planning Studies*, 28(7), 1315-1332.
 - Cai, L. A. (2002). Cooperative branding for rural destinations. *Annals of tourism research*, 29(3), 720-742.
 - Chan, A., Suryadipura, D., & Kostini, N. (2021). City image: city branding and city identity strategies. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 10, 330-341.
 - Corbin, J. M., & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative sociology*, 13(1), 3-21.
 - Creswell, J. W. (2012). *PERSONAL COPY: Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Pearson Education, Incorporated.
 - Dinnie, K. (2011). Introduction to the theory of city branding. In *City branding* (pp. 3-7). Springer.
 - Dinnie, K. (2013). *City Branding: Theory and Cases* (Translated by M. Rostami). Tehran: Tabalvor Publication. [in Persian]
 - Fernandez, D. B., & Meethan, K. (2014). The Relationship of City Branding and Tourist Promotion: The Case of Plymouth (UK) and Malaga (Spain). *Athens Journal of Tourism*, 1 (3).
 - Feyzi, S., Heydari Chiyaneh, R., Roustayi, S., & Journal. (2020). Barresi-ye Taasir-e Brandsazi Maghased bar tosee-ye gardeshgari shahri Motalee-ye Moredi: Kalanshahre Tabriz [Investigating the Impact of Target Branding on Urban Tourism Development, Case Study: Tabriz Metropolis]. *Tahghighat-e Karbordi-ye Oloum-e Joghrafiyayi*, 20 (59), 229- 252. [in Persian]
 - Gauli, R., Hyytiäinen, S., & Nadan, K. (2014). How to build successful city brands?: Case Cities: San Francisco and Los Angeles.
 - Ghanbari, F., Saeida Ardakani, S., Rezaei, M., & Rajabi
- در برندسازی شهری، اندازه شهر مهم نیست، اما توجه به هویت متمایز و رقابتی شهر حائز اهمیت است. بنابراین لازم است برندهای متعددی که گاهی نیز غیر رسمی در شهرهای مختلف (برای مثال در شهر یزد) ساخته می‌شوند، در یک جهت مدیریت شوند؛ زیرا آشفتگی برند شهرها، بیانگر عدم هماهنگی میان سازمان‌های مختلف است و چالش‌هایی ایجاد می‌کند که از مزایای آن بیشتر است.
- برند شهرهایی موفق بوده است که یا در راستای گرایش‌های جهانی و یا سازگار با ویژگی‌های خاص محلی شکل گرفته‌اند. در این راستا پس از تشکیل کارگروه ویژه برندسازی یا تأسیس سازمان مدیریت مقصد، به منظور ایجاد یا تقویت و نظارت بر اجرای مناسب برندسازی شهری، اتخاذ راهبردهایی همچون «جلب مشارکت نهادهای مردمی در تدوین و اجرای طرح‌های برندسازی»، «آموزش به مدیران و کارمندان برای اجرای هرچه بهتر طرح‌های برندسازی»، «برگزاری جشن‌ها و رویدادهای بین‌المللی برای توسعه برند» و «توسعه زیرساخت‌های گردشگری» می‌توانند مؤثر باشند که پیامدهای مثبتی بر ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی، کالبدی و مدیریتی شهری نیز خواهند داشت.
- با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر، لزوم انجام پژوهش‌های آتی همچون «سنجش و بررسی تطبیقی ارزش ویژه برند در شهرهایی که طرح‌های برند شهری برای آنها انجام شده است» و «تبیین شکاف نظریه و عمل در برندسازی شهری» نیز ضروری به نظر می‌رسد.

- Meybodi, A. (2021). Erae-ye Olgouye Brandsazi-ye Shahri ba rouykard-e Tosee Gardeshgari, Motalee Moredi: Shahr-e Shiraz. [Presenting an urban branding model with a tourism development approach, a case study: Shiraz]. *Barnamerizi-ye Mantaghe-ei*, 11(41). [in Persian]
- Gholipour, A., Abouyi Ardakan, M., & Peydayesh, E. (2011). Barresi-ye avamel-e Moasser dar Sheklgiri Tasvir-e Shahr dar rastaye brandsazi-ye mosser-e Shahri [Investigating the effective factors in shaping the image of the city in the direction of effective urban branding]. *Honar-Ha-Ye-Ziba*, 3 (45), 37- 46. [in Persian]
 - Gilboa, S., & Jaffe, E. (2021). Can one brand fit all? Segmenting city residents for place branding. *Cities*, 116, 103287.
 - Gómez, M., Fernández, A. C., Molina, A., & Aranda, E. (2018). City branding in European capitals: An analysis from the visitor perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 7, 190-201.
 - Hankinson, G. (2007). The management of destination brands: Five guiding principles based on recent developments in corporate branding theory. *Journal of brand management*, 14(3), 240-254.
 - Herget, J., Petru, Z., & Abrahám, J. (2015). City branding and its economic impacts on tourism. *Economics & Sociology*, 8(1), 119.
 - Hildreth, J. (2012). *The Saffron European City Brand Barometer*. London: Safron Brand Consultants.
 - Homan, H. (2010). *Rahnama-ye elmi-ye Pazhouhesh-e Keyfi* [Scientific guide to qualitative research. Tehran: Motalee va Tadvine-e Kotob Oloum-e Ensani Daneshgah-ha (Samt). (second edition) [in Persian]
 - <http://4barandeh.ir>. (2021).
 - Ismailpour, H., & Parsa, S. (2013). Berandsazi-ye Makan, Taarif, Mavane va Rahkarha [Place branding, definitions, barriers and solutions]. *Bahman and Esfand Commercial Surveys*, 63. [in Persian]
 - Jojic, S. (2018). City branding and the tourist gaze: City branding for tourism development. *European Journal of Social Science Education and Research*, 5(3), 150-160.
 - Karagiannis, D., & Andrinou, M. (2021). The role of sustainable restaurant practices in city branding: The case of athens. *Sustainability*, 13(4), 2271.
 - Kavaratzis, M., & Ashworth, G. J. (2007). Partners in coffeeshops, canals and commerce: Marketing the city of Amsterdam. *Cities*, 24(1), 16-25.
 - Lee, T., & Liu, R. (2011). Strategy formulation for the recreational areas of Central Taiwan: An application of SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats) analysis. *Journal of Hospitality Management and Tourism*, 2(3), 38-47.
 - Linh, D. T. (2012). Practice of internet marketing in destination branding. *Management Research*, 2(4), 296-309.
 - Ma, W., de Jong, M., Hoppe, T., & de Bruijne, M. (2021). From city promotion via city marketing to city branding: Examining urban strategies in 23 Chinese cities. *Cities*, 116, 103269.
 - Menvariyan, A., Abouei Ardakan, M., Pourmosavi, S., & Rahimiyan, A. (2013). Model-e Farayani Beransazi Shahri Bara-ye- Kalanshahr-haye Iran, [Urban branding process model for Iranian metropolises]. *Modiriyate dolati*, 13, 41-63. [in Persian]
 - Mlangeni, P. V. (2008). Implications of urban branding to local economic development in the inner city of Johannesburg University of the Witwatersrand.
 - Moghadam, F. (2016). Berandsazi dar haft gam: rahnama-ye karbordi-ye khalgh va Modiriyat-e Brand, [Branding in seven steps: A practical guide to brand creation and management]. Tehran: Site. [in Persian]
 - Mohammadifar, Y. (2018). The necessities and consequences of city branding and emphasizing the economy of urban tourism.
 - Mousavi, S., Sepahvand, R., & Shariatnezhad, A. (2017). Tabyine Moallefehaye brandsaziye shahri ba taakid bar senate gardeshgari, morede motalee: shahrestane Khorram [Abad Explaining the components of urban branding with emphasis on tourism industry, Case study: Khorramabad city]. *Gardeshgari va Tosee* 6 (4), 160- 179. [in Persian]
 - Pandit, N. R. (1996). The creation of theory: A recent application of the grounded theory method. *The qualitative report*, 2(4), 1-15.
 - Rahmani, M., Azizi, M., & Nourian, F. (2019). Finding the Roots of the Contemporary Problems of Tehrān Based On the Philosophical Hermeneutic Approach. *Gilan: Danesh-e Shahrsazi*, 3(3), 1- 20. <https://doi.org/10.22124/UPK.2019.14691.1310> [in Persian]
 - Rainisto, S. K. (2003). Success factors of place marketing: A study of place marketing practices in Northern Europe and the United States. Helsinki University of Technology.

- Sanayeei, A., & Molaei, A. (2014). Berandsazi dar maghased-e gardesshgarī [Branding in tourism destinations]. Shiraz: Islamic World Science Citation Database. [in Persian]
- Scholvin, S. (2021). Analysing gateway cities at different scales: From global interlinking and regional development to urban branding. *Geography Compass*, 15(7), e12579.
- Setiadi, A., Rudwiarti, L. A., Priscilia, F., & Wardhani, M. K. (2021). City tourism branding resilience during the Covid-19 pandemic in Yogyakarta, Indonesia. *Spatium*, 1-8.
- Shafaghi, A. (2011). Memari brand va Branding [Brand and branding architecture]. Tehran: Behine Faragir Publishing Company. [in Persian]
- Shutaieva, E., Pobirchenko, V., Karlova, A., & Polyukhovich, E. (2020). Branding of Tourist Destinations. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 11(4 (44)), 973-978.
- Singh, A. L., Jamal, S., & Ahmad, W. S. (2021). Impact assessment of lockdown amid COVID-19 pandemic on tourism industry of Kashmir Valley, India. *Research in Globalization*, 3, 100053.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). Basics of qualitative research techniques.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2006). *Osoul-e Ravesh Tahghigh-e Keyfi: Nazariye Mabnayi, Raviye-ha va Shive-ha* [Principles of Qualitative Research Methodology: Grounded Theory, Procedures and Methods]. (Translated by B. Mohammadi). Pajoheshgah Oloum Enسانی va Motaleat Farhangī. [in Persian]
- VanHoose, K., Hoekstra, M., & Bontje, M. (2021). Marketing the unmarketable: Place branding in a postindustrial medium-sized town. *Cities*, 114, 103216.
- Yang, Q., Lu, H., Scoglio, C., de Jong, M., & Gruenbacher, D. (2018). A network-based approach to model the development of city branding in China. *Computers, Environment and Urban Systems*, 72, 161-176.
- Yazdani, M., Alipour, E., Dashti, A. H., & Arzhengi, B. (2018). Analysis and evaluation of the role of mass media on urban branding in tourism. *Civil Engineering Journal*, 4(5), 1087-1094.

نحوه ارجاع به مقاله:

نادی، محمدباقر؛ اکبری، رضا؛ رفیعیان، محسن؛ (۱۴۰۱) تبیین مدل برندسازی شهری در راستای توسعه گردشگری (نمونه مورد مطالعه: شهر یزد)، *مطالعات شهری*، 11 (43)، 3-14. doi: 10.34785/J011.2022.452/Jms.2022.98

Copyrights:

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to Motaleat 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.



مطالعه تطبیقی آسیب‌پذیری بافت شطرنجی و نیمه شطرنجی شهر سلماس در برابر زلزله از دید پدافند غیر عامل^۱

حسین مهدیزاده - دانشجوی دکتری شهرسازی، پردیس بین‌الملل، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.
 قادر احمدی^۲ - استادیار گروه شهرسازی، دانشکده معماری، شهرسازی و هنر، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.
 محمدرضا پاکدل فرد - استادیار گروه معماری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.
 مهسا فرامرزی اصل - استادیار گروه شهرسازی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۲ آبان ۱۴۰۰ تاریخ پذیرش: ۰۴ بهمن ۱۴۰۰

چکیده

هر ساله بلاای طبیعی و غیرطبیعی در سراسر جهان مرگ و میر، آسیب‌های جسمی و بیماری‌های زیادی را به بار می‌آورند. به طوری که از ۷۰ نوع بلاای طبیعی ثبت شده در جهان، ۱۳ نوع آن در کشور ما به ثبت رسیده است. این تحقیق با هدف سنجش و مدل‌سازی آسیب‌پذیری در بافت شطرنجی و نیمه شطرنجی شهر سلماس بر اساس شاخص‌های پدافند غیر عامل انجام گرفته است. نوع تحقیق حاضر کاربردی بوده و روش انجام کار توصیفی-تحلیلی است و گردآوری اطلاعات نیز از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی صورت گرفته است. برای رسیدن به هدف تحقیق، تعداد ۱۴ شاخص بر اساس نظرات نخبگان انتخاب شده و در نرم‌افزار GIS لایه‌های اطلاعاتی برای آنها تشکیل شده است. برای محاسبه وزن شاخص‌ها از روش تصمیم‌گیری چند معیاره BWM استفاده شده و نتایج آن در نرم‌افزار GAMS مورد تحلیل قرار گرفته است. سرانجام وزن به دست آمده از روش BWM در شاخص‌های ۱۴ گانه استاندارد شده با توابع فازی و منطق بولین ضرب شده و با هم ترکیب شده است. نتایج بیانگر آن است که در بافت شطرنجی، چهار هزار و ۸۶۶ قطعه در پهنه آسیب‌پذیری خیلی کم، دو هزار و ۷۱۹ قطعه آسیب‌پذیری کم، دو هزار و ۸۶۲ قطعه آسیب‌پذیری متوسط، سه هزار و ۴۳۵ قطعه آسیب‌پذیری زیاد و ۴۳۰ قطعه در پهنه آسیب‌پذیری خیلی زیاد واقع شده‌اند. در بافت نیمه شطرنجی، ۶۱۱ قطعه در پهنه آسیب‌پذیری خیلی کم، دو هزار و ۵۹۸ قطعه آسیب‌پذیری کم، سه هزار و ۶۶۹ قطعه آسیب‌پذیری متوسط، پنج هزار و ۳۵۰ قطعه آسیب‌پذیری زیاد و سه هزار و ۵۷ قطعه در پهنه آسیب‌پذیری خیلی زیاد قرار دارند. به طور کلی می‌توان گفت میزان آسیب‌پذیری در بافت شطرنجی نسبت به بافت نیمه شطرنجی کمتر است.

واژگان کلیدی: آسیب‌پذیری، بافت، شطرنجی، BWM، پدافند غیر عامل، فازی.

نکات برجسته

- بر اساس شاخص‌های مساحت قطعات، الگوی بافت، تراکم ساختمانی، قدمت ابنیه، کیفیت ابنیه، فاصله از مراکز امداد و نجات، فاصله از مراکز خطر آفرین، نمای ابنیه، تراکم جمعیتی و سازه ابنیه میزان آسیب‌پذیری بافت نیمه شطرنجی نسبت به بافت شطرنجی بیشتر است.
- بر اساس شاخص‌های فاصله از فضاهای باز، محدوده بافت فرسوده، فاصله از گسل و فاصله از معابر اصلی شهر میزان آسیب‌پذیری بافت شطرنجی نسبت به بافت نیمه شطرنجی بیشتر بوده است.
- بافت شطرنجی کارایی بهتری در مقابل بافت نیمه شطرنجی به لحاظ آسیب‌پذیری از منظر پدافند غیر عامل در مقابل زلزله داشته است.

^۱ این مقاله برگرفته از رساله دکتری آقای حسین مهدیزاده با عنوان "واکاوی شاخص‌های پدافند غیر عامل در شهرهای شطرنجی میانه اندام (مطالعه موردی: شهر سلماس)" است که با راهنمایی دکتر احمدی، دکتر پاکدل فرد و با مشاوره دکتر فرامرزی در دانشکده معماری و هنر دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز در حال انجام است.

^۲ نویسنده مسئول مقاله: gh.ahmadi@urmia.ac.ir

۱. مقدمه

عصر حاضر عصر آسیب پذیری شهری است، زیرا همزمان با پیچیده شدن حیات شهری، شهرها در ابعاد مختلف با مخاطرات طبیعی و بحران تکنولوژیک از یک سو و بحران های اجتماعی-امنیتی از سوی دیگر مواجه می شوند (Rahmbozi, et al., 2018: 69). هر ساله بلایای طبیعی و غیر طبیعی در سراسر جهان مرگ و میر، آسیب های جسمی و بیماری های زیادی را به بار می آورند. از ۷۰ نوع بلایای طبیعی ثبت شده در جهان، ۱۳ نوع آن در کشور ما به ثبت رسیده است. کشور ایران از نظر میانگین، سالانه بیشترین تعداد جمعیت در معرض خطر زلزله، در جایگاه هفتم آسیا و سیزدهم جهان قرار دارد. به طوری که مطابق با آمار منتشره کمیسیون سازمان ملل در سال ۲۰۱۵ از سال ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۴، تعداد ۱۷۳ حادثه مخاطره طبیعی در ایران اتفاق افتاده که در مجموع ۱۱ هزار و ۴۹ نفر جان خود را در طول این مدت از دست داده اند (Nazmfar & Alavi, 2018: 108). واقعیت این است که افزایش تمرکز سرمایه های فیزیکی، زیرساخت ها و فعالیت های اقتصادی در شهرها به افزایش اثرات نامطلوب حوادث طبیعی منجر شده است. ایران همانند دیگر کشورهای در حال توسعه سطح بالایی از شهرنشینی را تجربه کرده که کالبد فیزیکی نواحی شهری را کاملاً دگرگون ساخته است. به طوری که در سال ۲۰۱۵، درصد جمعیت شهرنشین کشور ۷۴/۳ درصد بوده که تخمین زده شده این رقم در سال ۲۰۵۰، به ۹۱/۵ درصد برسد (Statistical Yearbook for Asia and the Pacific, 2015). موضوع پدافند غیرعامل امروزه نه به عنوان یک موضوع صرفاً پژوهشی که به عنوان یک الزام حیاتی برای اداره هر کشور چه در مواقع بحران و چه در مواقع غیر بحران در راستای حفظ و صیانت از ارزش های مادی و معنوی آن کشور تعریف می گردد. آنچه امروزه موضوع پدافند غیرعامل را در این سطح از اهمیت قرار داده، تهدیدها و مناقشات روز افزون از سوی دیگر کشورها و دشمنان است که این الزام را برای تمامی جوامع به وجود آورده تا پیش از وقوع بحران به فکر پیش بینی های لازم برای محافظت از کشور خود باشند (Mohseni & Ghorbani, 2019: 30). در واقع، پدافند غیرعامل شامل تمامی اصول و اقدامات غیر نظامی است که با بهره گیری از آنها، از وارد شدن خسارات مالی به نقاط حساس شهری و تلفات مالی و جانی جلوگیری شود یا میزان آن به حداقل برسد (Brandon, 2011: 48). با توجه به اهمیت به کارگیری اصول پدافند غیرعامل که منجر به حفظ جان مردم در مواقع بحرانی می شود، ارزش برخی پارامترهای شهری مؤثر بر بحران مانند باز یا بسته بودن فضا، تراکم یا پراکندگی سکونتگاه ها و عملکردهای شهری، فاصله از کاربری های حساس، نزدیکی به فضاها و کاربری های ایمن، پیش بینی پناهگاه ها در نقاط مختلف شهر، چند هسته ای بودن مراکز شهری در مقابل وابستگی به یک مرکز و دیگر شاخص های ساخت و ساز و طراحی شهری مشخص خواهد شد (Shahivandi, 2017: 48). شناخت زمینه های آسیب پذیری و کنترل عوامل بحران را منجر به پاسخ صحیح و به موقع و ایجاد هماهنگی میان بخش های مختلف و به حداقل رساندن ضایعات جانی و مالی می شود (Raisi, et al., 2019: 44). بنابراین آسیب پذیری یک عنصر اصلی در بحث های علمی، تصمیم گیری و پژوهش های پایداری است (Nhuan, et al., 2014: 399). مطالعات محققان حاکی از آن است که فرهنگ پدافند غیرعامل در کشور ایران حتی در

کلانشهرها هنوز در سطح پایین است و نیاز به تلاش و برنامه ریزی بیشتری دارد. در حالی که کشور سوئیس با در نظر گرفتن این موارد در سطح نخست دنیا قرار دارد (Momeni, 2018: 41). سرزمین ایران به دلیل موقعیت خاص جغرافیایی و سیاسی خود، همواره در طول تاریخ شاهد بلایای طبیعی و غیر طبیعی (جنگ و ...) بسیاری بوده و خسارات مالی و انسانی فراوانی را متحمل شده است. بیش از ۹۰ درصد شهرهای کشور در برابر زلزله ۵/۵ ریشتری آسیب پذیرند. به طوری که بر پایه آمارهای رسمی ۲۵ سال گذشته، بیش از شش درصد تلفات انسانی کشور ناشی از زلزله بوده است. از این رو جایگاه نظری و عملی دفاع و پدافند در برابر بحران در این گستره اهمیت بسیار می یابد. با توجه به این مسائل، کاربرد پدافند غیرعامل و توجه به اصول آن در برنامه ریزی شهری می تواند تا حد زیادی به کاهش آثار مخرب این نوع بحران ها بینجامد. در این بین شهر شطرنجی سلماس با جمعیت ۹۱ هزار و ۲۳۹ نفر به عنوان یک شهر میانه اندام در سازمان فضایی، در «پهنه بندی خطر نسبی زمین لرزه در ایران» از مجموعه مطالعات طرح کالبدی ملی ایران، در منطقه با خطر نسبی بالا قرار قرار گرفته است. این شهر به دلیل واقع شدن روی گسل، سابقه زلزله ویرانگر ۷/۲ ریشتری در سال ۱۳۰۹، رعایت اصول پدافند غیرعامل در برنامه ریزی شهری را حائز اهمیت نموده است. عدم توزیع فضایی کاربری ها بر اساس ظرفیت های شهر، تراکم مراکز حساس اداری، کمبود فضاهای باز شهری برای اسکان موقت در مواقع مخاطرات، وجود بافت فرسوده، نماهای آسیب پذیر ابنیه، نزدیکی به گسل و برخی مسایل ها، ریزدانه گی قطعات، تک مرکزی بودن شهر و مشکلاتی از این قبیل در شهر سلماس این مسئله را در ذهن ایجاد می کند تا با هدف سنجش و مدل سازی آسیب پذیری شهر شطرنجی سلماس، قبل از بروز دوباره حوادث مشابه با به کارگیری اصول پدافند غیرعامل و نیز تحلیل وضعیت آسیب پذیری شاخص های پدافند بتوان میزان خسارات وارده به سیستم شهری را کاهش داد. بر همین اساس این پژوهش در پی پاسخگویی به پرسش زیر است:

- چگونه می توان آسیب پذیری بافت شطرنجی و نیمه شطرنجی شهر سلماس را بر اساس شاخص های پدافند غیرعامل، سنجش و مدل سازی کرد؟

۲. چارچوب نظری

امروزه ۵۵ درصد از جمعیت جهان و بیش از ۷۴ درصد از جمعیت ایران در مناطق شهری زندگی می کنند و تخمین زده شده است که تا سال ۲۰۵۰ این مقدار در جهان به ۶۸ درصد و در ایران به بالاتر از ۸۰ درصد خواهد رسید (United-Nations, 2018). بنابر آمار موجود از هر ۱۵۳ زلزله ویرانگر در سراسر دنیا، ۱۷ درصد آن در ایران به وقوع پیوسته است. در طی چند دهه اخیر حدود هزار و ۱۰۰ زلزله مخرب در دنیا اتفاق افتاده است که بنابر نظریات موجود، حدود صد و پنجاه هزار در این زلزله جان خود را از دست داده اند که عامل ۹۰ درصد این خسارات جانی، بناها و ساختمان هایی بوده اند که از امنیت و استحکام لازم برخوردار نبوده اند (Sasanpoor, et al., 2017). با توجه به افزایش شهرنشینی و جمعیت شهری، شهرها با بحران هایی روبه رو شده اند که امروزه برای مقابله با این بحران ها به کارگیری اصول پدافند غیرعامل مطرح است.

امدادرسانی، چگونگی پاک سازی و حتی اسکان موقت دخالت کاملاً مستقیم دارد. در خصوص اندازه قطعات، احتمال آسیب پذیری در اندازه اراضی ریزدانه به علت تخریب و مسدود شدن فضای باز و کاسته شدن فضای مفید و امن برای گریز، پناه گرفتن، عملیات امدادی و اسکان موقت نسبت به اراضی درشت دانه بیشتر است.

شبکه معابر در مناطق مسکونی نقش تعیین کننده ای در تأمین فضای باز و مناسب برای گریز از عوامل خطرزا و دسترسی به نقاط امن، تسهیل عملیات امداد و نجات پس از وقوع تهدید و تسریع عملیات آوار برداری، پاک سازی و بازسازی دارند. شبکه معابر شهری به صورت سلسله مراتبی ایجاد می شوند تا بافت های مسکونی از نظر سرعت خودروهای عبوری در امنیت قرار گیرند و همچنین کاربری های عمومی شهری برای حمل و نقل و تردد از سرعت مناسب استفاده کنند (Sarmadi, et al., 2013). از میان کاربری ها و خدمات موجود در شهر، توزیع و مکانیابی ایستگاه های آتش نشانی به دلیل اهمیت و توجه روز افزون به امر ایمنی شهرها و ارائه تمهیداتی در زمینه پیشگیری و مقابله با آتش سوزی پس از زلزله از اهمیت قابل توجهی برخوردار است (Hadiyani & Kazemirad, 2010). حبیبی و مسائلی برای درمانگاه (با مقیاس عملکردی ناحیه) شعاع دسترسی ۶۵۰ تا ۷۵۰ متر و برای بیمارستان (با مقیاس عملکردی شهری) شعاع دسترسی یک تا ۵/۱ کیلومتر را پیشنهاد می دهند.

امروزه فضاهای باز نقش مهمی در کاهش وسعت و دامنه آسیب پذیری شهر در برابر تهدیدات انسان ساخت و طبیعی و بالا بردن قابلیت های دفاعی آن دارند. در مورد کاربری نیز، کاربری های اراضی همجوار شهری، اثرات خارجی بر روی یکدیگر دارند که این تأثیرات می تواند مثبت و یا منفی باشد. اثرات مثبت منجر به افزایش کارایی به میزانی می شود که کاربری های اراضی همجوار به توسعه پایدار و شیوه بهتر زندگی منجر شود، در حالی که اثرات منفی به کاهش کارایی، کاهش ارزش کاربری و حتی ایجاد تهدیدات مختلف برای کاربری منجر خواهد شد (Taleai, 2007). شاخص کیفیت ابنیه تأثیر مهمی بر میزان آسیب پذیری ساختمان دارد. احتمال مقاومت ساختمان های با کیفیت بالا (نوساز) در مقابل زلزله نسبت به ساختمان های مخروبه و تخریبی بیشتر است. همچنین شاخص جنس مصالح ابنیه (سازه بنا) تأثیر مهمی در چگونگی پایداری ساختمان ها بر عهده دارد. اسکلت های فلزی و بتن مسلح نسبت به بناهای خشتی و گلی مقاومت بیشتری داشته و حتی در صورت تخریب، آتش سوزی ایجاد شده در آنها کمتر است. قدمت ابنیه نیز نقش مهمی در میزان آسیب پذیری بناها دارد. عملاً حتی اگر در یک ساختمان تمامی موازین مقاوم سازی رعایت شده باشد، بناهایی که قدمت بیشتری دارند، از خطر تخریب بیشتری در برابر زلزله برخوردارند (Salehnasab, et al., 2018: 8).

بدیهی است تأسیس پدیده های انسان ساخت در حوالی گسل ها می تواند مقدار آسیب پذیری آنها در برابر زلزله را افزایش دهد. بنابراین با نزدیک شدن به محدوده گسل انتظار بالا رفتن مقدار آسیب پذیری بیشتر می شود (Khodadadi, et al., 2020: 107). در شهرها بافت های فرسوده از محدوده های آسیب پذیر در برابر مخاطرات طبیعی به شمار می آیند که نیازمند برنامه ریزی و مداخله هماهنگ برای سامان یابی هستند. مشخصه این نوع بافت ها ناپایداری و مجموعه ای از نارسایی های کالبدی، عملکردی، حرکتی، زیست محیطی، اجتماعی اقتصادی

پدافند غیر عامل به مجموعه اقداماتی اطلاق می گردد که مستلزم به کارگیری جنگ افزار و تسهیلات نبوده و با اجرای آن می توان از وارد شدن خسارت مالی به تجهیزات تأسیسات حیاتی، حساس و مهم نظامی و غیرنظامی و تلفات انسانی جلوگیری نموده و یا میزان خسارات و تلفات ناشی از حملات و بمباران های هوایی موشکی دشمن را به حداقل ممکن کاهش داد (Hashemi Fesharaki & Shakibamanesh, 2011: 21). هدف اصلی از اعمال اصول پدافند غیر عامل، پیشگیری از بحران و در صورت وقوع بحران، توانایی کنترل شرایط و بازگشت به زمان پیش از بحران است (Gupta, et al., 2017) (Mitra, et al., 2015). در یک شهر خوب ابعاد اصلی نظام های دسترسی مطابق با الگوهای پدافند غیرعامل و بحران ها می بایست با استانداردهای زمان دفاع رعایت گردد؛ و سرانجام این که یک شهر خوب، قابل کنترل بودن در زمان بحران هایی از قبیل زلزله در قالب مراقبت و کنترل از فضاهای شهری، تنظیم نحوه مراقبت و استفاده از آن فضاها در زمان بحران است و نیز حق امکان ایجاد تغییرات فضاهای شهری در یک شهر خوب برای همه شهروندان وجود دارد (Mavadat, et al., 2019: 649). بنابراین ارائه راه حل های روشن و منطقی برای برنامه ریزی صحیح، شناخت فضاهای شهری و طراحی مناسب آنها می تواند به عنوان راهی کارآمد به منظور برآورده ساختن نیازهای مختلف شهروندان در سه سطح پیشگیری، مقابله و اقدامات پس از بحران تلقی شود. تا از این طریق، شرایط مطلوبی را برای ارائه راه حل های کارآمد و مؤثرتر به منظور پیش بینی و مقابله با خطرات در سطوح مختلف مدیریت سوانح ایجاد نمود (Hernantes, et al., 2019) (Desouza & Flanery, 2013). از آنجایی که جامعه امروزی بسیار پویاست و توسعه تکنولوژیک و ظهور تهدید های جدید به سرعت اتفاق می افتد، بسیار مهم است اقدامات مدیریت ریسک به صورت کنشی و نه واکنشی صورت گیرد (Johansson, 2010: 1336 & Hassel).

آسیب پذیری شهر تابعی از شدت و فراوانی مخاطرات، میزان حساسیت سیستم شهری و ظرفیت تطابقی شهر است. بنابراین آسیب پذیری شهری میزان خسارتی است که در صورت بروز سانحه به اجزا و عناصر یک شهر بر حسب چگونگی کیفیت آنها وارد می شود. به طور کلی، انواع متفاوتی از آسیب پذیری وجود دارد که به چهار دسته اصلی فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی و محیطی تقسیم می شوند (Ahsan & Warner, 2015; Kim & Marcouiller, 2014). همچنین آسیب پذیری بر اساس منشأ حادثه، در دو طیف طبیعی و انسان ساخت طبقه بندی شده است (Sennewald & Baillie, 2015). در تحلیل شاخص های آسیب پذیری از منظر پدافند غیر عامل می توان گفت که تراکم (نوع جمعیتی و ساختمانی) به عنوان مبنای بنیادین آمایش فضا و توازن بخشی به جمعیت و فعالیت ها نقش مهمی در تعیین درجه ایمنی و آسیب پذیری فضاهای شهری دارد؛ زیرا که میزان تراکم و رشد ارتعاشی شهر با تعداد ساکنین رابطه مستقیم و با دفاع پذیری شهر رابطه معکوس دارد. با کم شدن تراکم در شهر و توزیع متعادل آن، آسیب پذیری شهر کمتر می شود و برعکس، تراکم بالا، خسارت و تلفات بیشتری به همراه دارد. مفهوم بافت شهری دارای ارتباط مستقیم با آسیب پذیری شهری است. به هر حال واکنش هر نوع بافت شهری در هنگام وقوع حوادث مختلف شهری در قابلیت های گریز و پناه گیری ساکنان، امکانات

ساخته شده هر قطعه باگذر و میزان محصوریت بافت ها و نیز الگو و اندازه بلوک های شهری و الگوی ترکیب راه ها و بلوک های شهری از شاخص های بافت شهری در ارزیابی آسیب پذیری در برابر زلزله هستند (Alikhani, et al., 2019:37). شایان ذکر است که واکنش هر نوع بافت شهری در هنگام وقوع بلایای طبیعی در قابلیت های گریز و پناه گیری ساکنان در امکان دهی خدمات رسانی و کمک رسانی نیروهای امدادی و یا چگونگی پاک سازی و بازسازی و حتی اسکان موقت تأثیر مستقیم دارد.

باتوجه به آنچه گفته شد و با مرور پژوهش های موجود در این حوزه، در جدول شماره ۱، شاخص ها و معیارهای ارزیابی آسیب پذیری شهری ارائه شده است.

و مدیریتی است (Alavi, et al., 2016:73). در مورد الگوی بافت شهری می توان گفت که بافت منظم شهری نسبت به بافت نامنظم مقاومت بیشتری دارد و علاوه بر این از درجه ایمنی بافت گسسته در برابر خطر بلاهای طبیعی بیشتر از درجه ایمنی بافت پیوسته انتظار می رود. در ارتباط با نوع بافت، آسیب پذیری در بافت پیوسته و منظم در اراضی هموار با راه هایی با درجه محصوریت کم یا متوسط و بلوک هایی با یک یا دو ردیف منظم ساختمانی کمتر است و امداد رسانی در هنگام زلزله بیشتر است. بافت شطرنجی راه ها نیز بر علت دسترسی آسان در امداد رسانی مؤثر است. بافت ناپیوسته منظم و پلکانی در اراضی کوهپایه ای از نظر کارایی و آسیب پذیری در سطح متوسطی است و بافت پیوسته و نامنظم در نواحی هموار کارایی کمتری در برابر زلزله دارد. نحوه مجاورت قطعات تفکیکی باگذر، همجواری فضای باز و

جدول شماره ۱: شاخص های ارزیابی آسیب پذیری شهری از منظر پدافند غیرعامل

معیار	شاخص	منابع
کالبدی	قدمت ابنیه، نمای ابنیه، تراکم ساختمانی، سازه ابنیه، معابر شریانی درجه یک، معابر شریانی درجه دو، الگوهای قطعه بندی نامنظم، رعایت نکردن مفاد آیین نامه ۲۸۰۰، فضای سبز، مساحت قطعات، تعداد طبقات، دسترسی به فضای باز، کاربری اراضی، پتانسیل خطر، شیب، ساختمان های بلندمرتبه، فرسودگی بافت	(Ziraki & Saadati, 2019:25); (Amjad & Soltani, 2018:81); (Fazel, et al., 2018:76); (Pirhadi, et al., 2018:81); (Habibi & Javanmardi, 2013:124); (Heidari & Joodaki, 2019:80); (296)
جمعیتی و اجتماعی	تراکم جمعیتی، تعداد سالمندان و کودکان، تراکم بالای خانوار در واحد مسکونی، تحصیلات، بعد خانوار، پراکنش جمعیتی، مالکیت بنا، معلولیت	(Habibi & Javanmardi, 2013:124); (Heidari & Joodaki, 2019:80); (296)
زیرساختی	فاصله از مراکز آتش نشانی، فاصله از مراکز مهم نظامی و انتظامی، فاصله از جایگاه های سوخت، فاصله از تأسیسات اصلی برق، فاصله از تأسیسات اصلی گاز، فاصله از مخازن اصلی نفت، فاصله از مراکز درمانی، مرکز اورژانس، ایستگاه های تقلیل فشار گاز، مخازن آب، پست فشار قوی برق، فاصله از مراکز مدیریت بحران	(Heidari & Joodaki, 2019:80); (296)

۳. روش تحقیق

این تحقیق با توجه به هدف آن از نوع تحقیقات کاربردی بوده و با توجه به روش انجام کار، از ماهیتی تحلیلی برخوردار است. گردآوری اطلاعات از طریق مطالعات کتابخانه ای، مقالات موجود، مطالعات میدانی و اطلاعات سرشماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵ صورت گرفته است. بدین صورت که پس از مطالعه و بررسی ادبیات نظری و پیشینه تحقیق، شاخص های مؤثر آسیب پذیری از منظر پدافند غیر عامل استخراج شده و سپس بر اساس نظرات نخبگان و نیز موجود بودن داده های GIS برای شهر سلماس، ۱۴ شاخص از بین عوامل مختلف تأثیرگذار، برای رسیدن به خروجی تحقیق انتخاب شده است. این شاخص ها شامل تراکم ساختمانی، مساحت قطعات، فاصله از گسل، تراکم جمعیتی، کیفیت ابنیه، قدمت ابنیه، سازه ابنیه، نمای ابنیه، فاصله از مراکز امداد و نجات، فاصله از فضاهای باز شهری، فاصله از مراکز خطر آفرین، محدوده بافت فرسوده، فاصله از معابر اصلی و الگوی بافت شهری است. با توجه به این که هر کدام از شاخص های مؤثر در تعیین آسیب پذیری ضریب اهمیت متفاوتی دارند، در این مقاله از نظرات ۱۰ نفر از نخبگان متخصص (دانشگاهی و اجرایی) در زمینه پدافند غیرعامل، مدیریت بحران، زلزله، شهرسازی و برنامه ریزی شهری برای تعیین وزن (ضریب اهمیت) شاخص ها استفاده شده است. برای وزن دهی به شاخص ها بر اساس روش BWM^۱، تعداد ۱۰ پرسشنامه که محتوای آن بر اساس مقایسه زوجی شاخص ها که مبتنی بر ارجحیت بهترین شاخص بر سایر شاخص ها و نیز ارجحیت

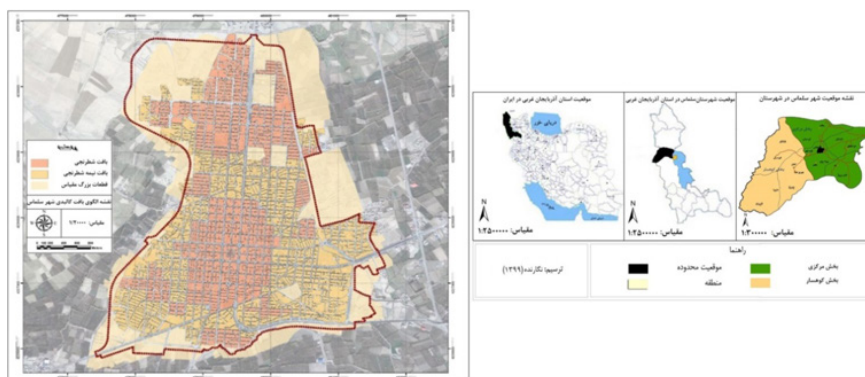
شاخص های دیگر بر بدترین شاخص بوده، تدوین شده است (Rezaei, 2015: 49-57). در قدم بعدی داده های پرسشنامه ها وارد نرم افزار GAMS^۲ شده و مورد محاسبه و تحلیل قرار گرفته است. وزن های محاسبه شده با مقدار ۴ به دست آمده برای ۱۰ پرسشنامه ۰/۹۷/۰ بوده که با توجه به نزدیکی آن به عدد صفر نشان دهنده ثبات و سازگاری وزن های محاسبه شده است. به منظور انجام تحلیل های مکانی ابتدا لایه های اطلاعاتی شاخص ها در نرم افزار سیستم اطلاعات جغرافیایی رقومی سازی و ویرایش شده و با تبدیل لایه های اطلاعاتی به رستر، با استفاده از ابزار Fuzzy Membership نسبت به استاندارد سازی شاخص ها بر اساس توابع فازی Small و Large و منطق بولین مبتنی بر رابطه شاخص ها با هدف تحقیق اقدام شده است. در نهایت ضریب اهمیت محاسبه شده از روش BWM در هر یک از شاخص های استاندارد ضرب شده و با به کارگیری جمع وزنی به ترکیب شاخص ها برای سنجش میزان آسیب پذیری به تفکیک بافت شطرنجی و نیمه شطرنجی شهر سلماس پرداخته شده است.

۳.۱. شناخت محدوده مورد مطالعه

شهر سلماس در طول های جغرافیایی ۲۰،۰۰ و ۴۵، ۴۶،۰۰ و ۴۴، ۴۴ درجه شرقی و عرض های جغرافیایی ۳۸، ۱۰، ۳۰ و ۳۸، ۱۸، ۰۰ شمالی در محدوده استان آذربایجان غربی قرار گرفته است. فاصله سلماس از ارومیه ۹۲ کیلومتر، از خوی ۴۵ کیلومتر و از شبستر و تسوج به ترتیب ۹۲ و ۵۵ کیلومتر است (Farnhad Consulting Engineers, 2018: 20).

بخشی دیگر حاصل رشد غیرقانونی و خارج از ضوابط و مقررات شهری در طول دوره های مختلف زمانی است. این بافت را می توان ترکیبی از رشد خود به خودی و آگاهانه شهرسازی دانست. بخش زیادی از این گونه بافت ها در شهر سلماس مربوط به تفکیک خارج از ضابطه های شهرسازی زمین های کشاورزی و باغات پیرامون هسته اولیه شهر است (Ibid: 196-197). نتایج حاصل از تحلیل نقشه الگوی بافت شهر سلماس بیانگر آن است که ۴۸ درصد از محدوده شهر، بافت شطرنجی و ۵۲ درصد بافت نیمه شطرنجی دارد (تصویر شماره ۱).

جمعیت شهر سلماس بر اساس نتایج سرشماری ۱۳۹۵، ۹۲ هزار و ۱۱۱ نفر با ۲۷ هزار و ۱۱۵ خانوار است. شهر سلماس پس از وقوع زلزله ۱۳۰۹ بر اساس طرحی کاملاً شطرنجی از نو تصویر گرفت. بنابراین بخش عمده ای از بافت شهری امروز آن حاصل هسته شطرنجی اولیه و توسعه هایی است که به تبعیت از هسته اولیه در امتداد محورهای اصلی، بر اساس تداوم الگوی شطرنجی پیشین تصویر گرفته است. بخش عمده ای از بافت شهری نیمه شطرنجی در بافت میانی شهر قرار دارد که در دوره های بعد از تصویر گیری هسته اولیه شهر به وجود آمده اند و



تصویر شماره ۱: موقعیت شهر سلماس و الگوی بافت شطرنجی و نیمه شطرنجی

شاخص های ۱۴ گانه است که بیشترین وزن به دست آمده مربوط به شاخص الگوی بافت شهری با ۰/۱۶۴ و کمترین وزن مربوط به شاخص نمای ابنیه با ضریب اهمیت ۰/۰۳۰ است (نمودار شماره ۱). میانگین مقدار ۰/۰۴۱ (نرخ ناسازگاری) به دست آمده برای ۱۰ پرسشنامه ۰/۰۹۷ بوده که با توجه به نزدیکی آن به عدد صفر نشان دهنده ثبات و سازگاری وزن های محاسبه شده است.

پس از تعیین وزن شاخص ها با مدل BWM، در مرحله بعد برای انجام تحلیل های مکانی به رقوم سازی و ایجاد پایگاه اطلاعاتی هر یک از شاخص ها در نرم افزار سیستم اطلاعات جغرافیایی پرداخته شده است. این اطلاعات از طرح های توسعه شهر سلماس شامل طرح جامع، طرح تفصیلی و برداشت های میدانی محقق به دست آمده؛ به طوری که این مرحله بیشترین زمان تحقیق را به خود اختصاص

۴. بحث و یافته ها

پس از مطالعه و بررسی اسناد و منابع مرتبط با پدافند غیر عامل، شاخص های مؤثر آسیب پذیری از منظر پدافند غیر عامل استخراج شده و سپس با توجه به موجود بودن اطلاعات شاخص های مؤثر در تعیین آسیب پذیری برای شهر سلماس، ۱۴ شاخص از بین عوامل مختلف تأثیر گذار بر آسیب پذیری برای رسیدن به خروجی تحقیق انتخاب شده است. با توجه به این که برخی شاخص های مورد بررسی در این تحقیق کمی و برخی کیفی هستند، برای مقایسه وضعیت شاخص ها و وزن دهی به آنها در شهر مورد مطالعه، از بین روش های ارزیابی چند معیاری متعددی که تاکنون مورد استفاده قرار گرفته اند، روش چند معیاری BWM انتخاب شده است. مجموع محاسبات ضریب اهمیت شاخص ها در نرم افزار GAMS انجام گرفته و نشان دهنده وزن نهایی



نمودار شماره ۱: وزن نهایی محاسبه شده شاخص ها با روش BWM

و شاخص‌های محدودده بافت فرسوده و الگوی بافت شهری با منطق بولین استانداردسازی شده‌اند. با توجه به این که شاخص‌های نمای ابنیه و سازه ابنیه از نوع کیفی است و به هریک از پهنه‌ها برای کمی‌سازی یک ارزش عددی (ارزش اسمی) براساس میزان آسیب‌پذیری از کم‌تر به بیشتر اختصاص داده شده، در نتیجه تابع این نوع شاخص هم از نوع Large خواهد بود. پس از استانداردسازی شاخص‌ها، به منظور تحلیل پهنه‌های آسیب‌پذیری هریک از شاخص‌ها به تفکیک بافت شطرنجی- نیمه شطرنجی و نیز در سطح قطعات شهری از ابزار Zonal Statistic و Tabulate Area بهره گرفته شده و ارزش‌گذاری هریک از شاخص‌ها در جدول شماره ۲ ارائه شده است.

داده است. در گام بعدی عملیات ژئورفرنس^۱ کردن لایه‌های اطلاعاتی بر اساس قراگیری شهر سلماس در UTM: Zone 38 اجرا شده و در نهایت ساخت نقشه‌های معیار انجام شده است. پس از تهیه لایه‌های اطلاعاتی، تمامی شاخص‌های فوق با استفاده از ابزار Conversion Tools به نقشه‌های رستر^۲ تبدیل شده است. با توجه به این که هر کدام از شاخص‌ها، رابطه متفاوتی با هدف تحقیق دارند، از توابع فازی Small و Large و منطق بولین برای استانداردسازی شاخص‌ها اقدام شده است. در این تحقیق شاخص مساحت قطعات، فاصله از گسل، کیفیت ابنیه، فاصله از مراکز خطر آفرین براساس تابع فازی Small و شاخص‌های تراکم ساختمانی، تراکم جمعیتی، قدمت ابنیه، فاصله از مراکز امداد و نجات، فاصله از فضاهای باز شهری، فاصله از معابر اصلی با تابع فازی Large

جدول شماره ۲: ارزش‌گذاری پهنه‌های آسیب‌پذیری شهر سلماس براساس شاخص‌های پدافند غیرعامل

نام شاخص	نحوه ارزش‌گذاری		نام شاخص	نحوه ارزش‌گذاری	
	آسیب‌پذیری	بازه‌ها		آسیب‌پذیری	بازه‌ها
تراکم جمعیتی	خیلی زیاد	بیشتر از ۴۰۰	فاصله از گسل	خیلی زیاد	کمتر از ۱۰۰۰
	زیاد	۳۰۱-۴۰۰		زیاد	۱۰۰۱-۲۰۰۰
	متوسط	۲۰۱-۳۰۰		متوسط	۲۰۰۱-۳۰۰۰
	کم	۱۰۱-۲۰۰		کم	۳۰۰۱-۴۰۰۰
	خیلی کم	کمتر از ۱۰۰		خیلی کم	بیشتر از ۴۰۰۰
مساحت قطعات	خیلی زیاد	کمتر از ۱۵۰	کیفیت ابنیه	خیلی زیاد	مخروبه
	زیاد	۱۵۱-۳۰۰		زیاد	تخریبی
	متوسط	۳۰۱-۴۵۰		متوسط	تعمیری
	کم	۴۵۱-۶۰۰		کم	قابل قبول
	خیلی کم	بیشتر از ۶۰۰		خیلی کم	در حال ساخت، نوساز
تراکم ساختمانی	خیلی زیاد	بیشتر از ۴۰۰	فاصله از مراکز خطر آفرین	خیلی زیاد	کمتر از ۲۵۰
	زیاد	۳۰۱-۴۰۰		زیاد	۲۵۱-۵۰۰
	متوسط	۲۰۱-۳۰۰		متوسط	۵۰۱-۷۵۰
	کم	۱۰۱-۲۰۰		کم	۷۵۱-۱۰۰۰
	خیلی کم	کمتر از ۱۰۰		خیلی کم	بیشتر از ۱۰۰۰
فاصله از مراکز امداد و نجات	خیلی زیاد	بیشتر از ۱۵۰۰	فاصله از معابر اصلی	خیلی زیاد	بیشتر از ۲۰۰
	زیاد	۷۵۱-۱۵۰۰		زیاد	۱۵۱-۲۰۰
	متوسط	۵۰۱-۷۵۰		متوسط	۱۰۱-۱۵۰
	کم	۲۵۱-۵۰۰		کم	۵۱-۱۰۰
	خیلی کم	کمتر از ۲۵۰		خیلی کم	کمتر از ۵۰
فاصله از فضاهای باز شهری	خیلی زیاد	بیشتر از ۴۰۰	سازه ابنیه	خیلی زیاد	خشت و چوب
	زیاد	۳۰۱-۴۰۰		زیاد	آجر و چوب
	متوسط	۲۰۱-۳۰۰		متوسط	آجر و آهن
	کم	۱۰۱-۲۰۰		کم	اسکلت فلزی
	خیلی کم	کمتر از ۱۰۰		خیلی کم	بتن آرمه
قدمت ابنیه	خیلی کم	کمتر از ۱۰ سال	الگوی بافت	خیلی کم	شطرنجی
	متوسط	۱۱-۳۰ سال		خیلی زیاد	نیمه شطرنجی
	خیلی زیاد	بیشتر از ۳۰ سال		خیلی کم	آجرنما، سنگ، سیمان
محدوده بافت فرسوده	خیلی کم	بافت میانی و جدید	نمای ابنیه	متوسط	آلومینیم
	خیلی زیاد	بافت فرسوده		خیلی زیاد	شیشه

1 Georeference

۲ سامانه مختصات جهانی مرکاتور معکوس

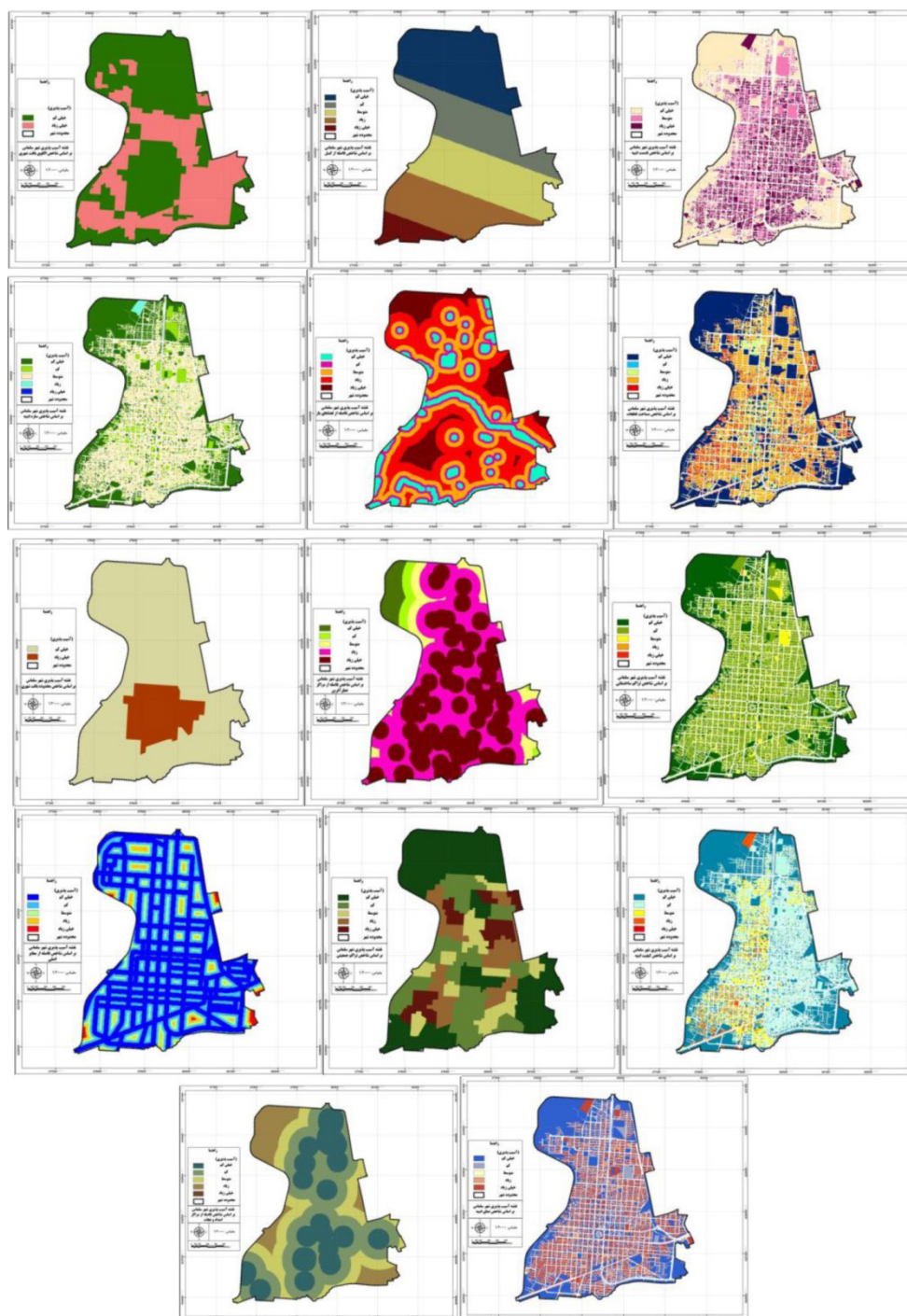
3 Raster

بررسی نتایج آسیب پذیری شهر سلماس بر اساس شاخص قدمت ابنیه با استفاده از نرم افزار GIS، نشان می دهد در بافت شطرنجی هفت هزار و ۷۲۸ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، سه هزار و ۵۷۸ قطعه آسیب پذیری متوسط و سه هزار و شش قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد واقع شده اند. در بافت نیمه شطرنجی شش هزار و ۵۷۲ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، سه هزار و ۵۱۶ قطعه آسیب پذیری متوسط، پنج هزار و ۱۹۷ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد قرار دارند. تحلیل نتایج حاصل از آسیب پذیری شهر سلماس بر اساس شاخص فاصله از گسل، بیانگر آن است که در بافت شطرنجی شش هزار و ۲۹۷ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، هزار و ۸۶۱ قطعه آسیب پذیری کم، سه هزار و پنج قطعه آسیب پذیری متوسط، دو هزار و ۲۹۰ قطعه آسیب پذیری زیاد و ۸۵۹ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد واقع شده اند. در بافت نیمه شطرنجی ۷۶۴ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، چهار هزار و ۸۹۱ قطعه آسیب پذیری کم، چهار هزار و ۸۹۱ قطعه آسیب پذیری متوسط، چهار هزار و ۱۲۸ قطعه آسیب پذیری زیاد و ۶۱۱ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد قرار دارند. تحلیل نتایج حاصل از آسیب پذیری شهر سلماس بر اساس شاخص مساحت قطعات بیانگر آن است که در بافت شطرنجی هشت هزار و ۱۵ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، ۲۸۶ قطعه آسیب پذیری کم، هزار و ۱۴۵ قطعه آسیب پذیری متوسط، سه هزار و ۸۶۴ قطعه آسیب پذیری زیاد و هزار و دو قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد واقع شده اند. در بافت نیمه شطرنجی چهار هزار و ۵۸۵ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، ۴۵۸ قطعه آسیب پذیری کم، هزار و ۲۲۴ قطعه آسیب پذیری متوسط، پنج هزار و ۹۶۱ قطعه آسیب پذیری زیاد و سه هزار و ۵۷ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد قرار دارند. بررسی نتایج آسیب پذیری شهر سلماس بر اساس شاخص الگوی بافت شهری بیانگر آن است که در بافت شطرنجی ۱۴ هزار و ۳۱۲ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم واقع شده و در بافت نیمه شطرنجی ۱۵ هزار و ۲۸۵ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد قرار دارند. ارزیابی نتایج آسیب پذیری شهر سلماس بر اساس شاخص فاصله از فضاهای باز نشان می دهد، در بافت شطرنجی هزار و ۷۱۸ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، هزار و ۵۷۴ قطعه آسیب پذیری کم، سه هزار و ۵۷۸ قطعه آسیب پذیری متوسط، پنج هزار و نه قطعه آسیب پذیری زیاد و دو هزار و ۴۳۳ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد واقع شده است. در بافت نیمه شطرنجی هزار و ۹۸۷ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، دو هزار و ۲۹۳ قطعه آسیب پذیری کم، چهار هزار و ۵۸۵ قطعه آسیب پذیری متوسط، پنج هزار و ۴۴ قطعه آسیب پذیری زیاد و هزار و ۳۷۶ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد قرار دارند. تحلیل نتایج حاصل از آسیب پذیری شهر سلماس بر اساس شاخص سازه ابنیه بیانگر آن است که در بافت شطرنجی هفت هزار و ۴۴۲ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، دو هزار و چهار قطعه آسیب پذیری کم، چهار هزار و ۷۲۳ قطعه آسیب پذیری متوسط و ۱۴۳ قطعه در پهنه آسیب پذیری زیاد واقع شده اند. در بافت نیمه شطرنجی پنج هزار و ۳۵۰ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، هزار و ۸۳۴ قطعه آسیب پذیری کم، هفت هزار و ۹۴۸ قطعه آسیب پذیری متوسط و ۱۵۳ قطعه در پهنه آسیب پذیری زیاد قرار دارند. تحلیل نتایج حاصل از آسیب پذیری شهر

سلماس بر اساس شاخص تراکم ساختمانی بیانگر آن است که در بافت شطرنجی شش هزار و ۷۲۷ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، شش هزار و ۱۵۴ قطعه آسیب پذیری کم، هزار و ۴۳۱ قطعه در پهنه آسیب پذیری متوسط واقع شده اند. در بافت نیمه شطرنجی چهار هزار و ۵۸۵ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، نه هزار و ۱۷۱ قطعه آسیب پذیری کم، هزار و ۵۲۹ قطعه در پهنه آسیب پذیری متوسط قرار دارند. ارزیابی نتایج آسیب پذیری شهر سلماس بر اساس شاخص محدوده بافت فرسوده نشان می دهد که در بافت شطرنجی ۱۱ هزار و ۴۵۰ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم و دو هزار و ۸۶۲ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد قرار گرفته اند. در بافت نیمه شطرنجی نیز ۱۴ هزار و ۲۱۵ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم و هزار و ۷۰ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد قرار دارند. ارزیابی نتایج آسیب پذیری شهر سلماس بر اساس شاخص کیفیت ابنیه نشان می دهد که در بافت شطرنجی هفت هزار و ۵۸۵ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، چهار هزار و ۵۸۱ قطعه آسیب پذیری کم، هزار و ۵۷۴ قطعه آسیب پذیری متوسط و ۵۷۲ قطعه در پهنه آسیب پذیری زیاد واقع شده اند. در بافت نیمه شطرنجی شش هزار و ۵۷۲ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، شش هزار و ۱۱۴ قطعه آسیب پذیری کم، هزار و ۶۸۲ قطعه آسیب پذیری متوسط و ۹۱۷ قطعه در پهنه آسیب پذیری زیاد قرار دارند. بررسی نتایج آسیب پذیری شهر سلماس بر اساس شاخص فاصله از مراکز خطر آفرین نشان می دهد که در بافت شطرنجی ۸۵۹ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، ۵۷۲ قطعه آسیب پذیری کم، هزار و ۱۴۶ قطعه آسیب پذیری متوسط، پنج هزار و ۱۵۲ قطعه آسیب پذیری زیاد و شش هزار و ۵۸۳ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد واقع شده اند. در بافت نیمه شطرنجی ۱۵۳ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، ۱۵۳ قطعه آسیب پذیری کم، ۹۱۷ قطعه آسیب پذیری متوسط، پنج هزار و ۳۵۰ قطعه آسیب پذیری زیاد و هشت هزار و ۷۱۲ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد قرار دارند. ارزیابی نتایج آسیب پذیری شهر سلماس بر اساس شاخص تراکم جمعیتی نشان می دهد که در بافت شطرنجی هفت هزار و ۱۳ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، سه هزار و ۷۲۱ قطعه آسیب پذیری کم، هزار و ۱۴۵ قطعه آسیب پذیری متوسط، هزار و ۵۷۴ قطعه آسیب پذیری زیاد و ۸۵۹ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد واقع شده اند. در بافت نیمه شطرنجی چهار هزار و ۴۳۳ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، دو هزار و ۹۰۴ قطعه آسیب پذیری کم، سه هزار و ۵۷ قطعه آسیب پذیری متوسط، دو هزار و ۹۰۴ قطعه آسیب پذیری زیاد و هزار و ۹۸۷ قطعه در پهنه آسیب پذیری شهر سلماس بر اساس شاخص فاصله از معابر اصلی نشان می دهد، در بافت شطرنجی هشت هزار و ۳۰۱ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، چهار هزار و هشت قطعه آسیب پذیری کم، هزار و ۴۳۱ قطعه آسیب پذیری متوسط، ۴۲۹ قطعه آسیب پذیری زیاد و ۱۴۳ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد واقع شده اند. در بافت نیمه شطرنجی نه هزار و ۱۷۱ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، چهار هزار و ۴۳۳ قطعه آسیب پذیری کم، هزار و ۳۷۵ قطعه آسیب پذیری متوسط و ۳۰۶ قطعه در پهنه آسیب پذیری زیاد قرار دارند. بررسی نتایج آسیب پذیری شهر سلماس بر اساس شاخص فاصله از مراکز امداد و نجات نشان می دهد،

شطرنجی هشت هزار و ۴۴۴ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، هزار و ۲۸۸ قطعه آسیب پذیری کم، ۴۲۹ قطعه آسیب پذیری زیاد و چهار هزار و ۱۵۱ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد واقع شده اند. در بافت نیمه شطرنجی شش هزار و ۱۱۴ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، هزار و ۷۰ قطعه آسیب پذیری کم، ۹۱۷ قطعه آسیب پذیری زیاد و هفت هزار و ۱۸۴ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی زیاد قرار دارند (تصویر شماره ۲).

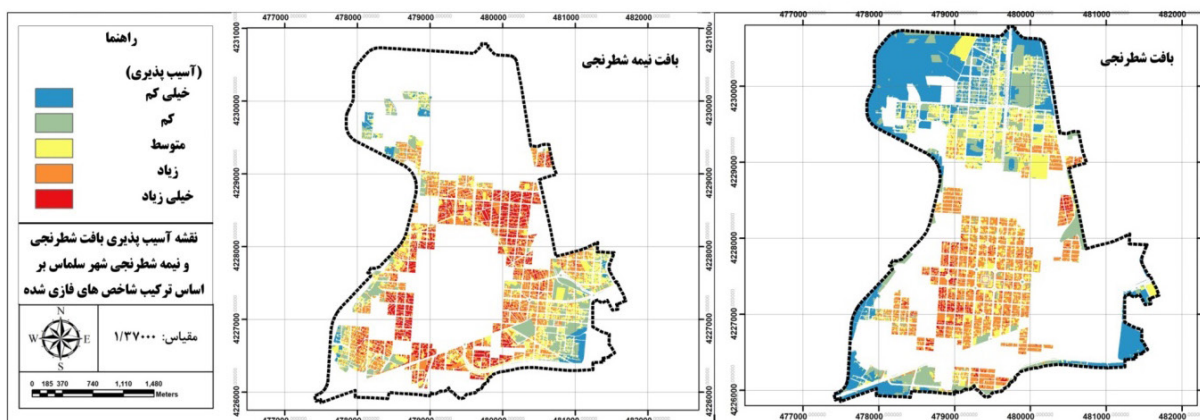
در بافت شطرنجی پنج هزار و ۴۳۸ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، چهار هزار و ۲۹۴ قطعه آسیب پذیری کم، دو هزار و ۱۴۷ قطعه آسیب پذیری متوسط و دو هزار و ۴۳۳ قطعه در پهنه آسیب پذیری زیاد واقع شده اند. در بافت نیمه شطرنجی سه هزار و ۵۱۵ قطعه در پهنه آسیب پذیری خیلی کم، شش هزار و ۲۶۸ قطعه آسیب پذیری کم، سه هزار و ۹۷۴ قطعه آسیب پذیری متوسط و هزار و ۵۲۸ قطعه در پهنه آسیب پذیری زیاد قرار دارند. تحلیل نتایج حاصل از آسیب پذیری شهر سلماس بر اساس شاخص نمای ابنیه بیانگر آن است که در بافت



تصویر شماره ۲: نقشه های آسیب پذیری شهر سلماس بر اساس شاخص های ۱۴ گانه

پذیری کم، دو هزار و ۸۶۲ قطعه آسب پذیری متوسط، سه هزار و ۴۳۵ قطعه آسب پذیری زیاد و ۴۳۰ قطعه در پهنه آسب پذیری خیلی زیاد واقع شده اند. در بافت نیمه شطرنجی ۶۱۱ قطعه در پهنه آسب پذیری خیلی کم، دو هزار و ۵۹۸ قطعه آسب پذیری کم، سه هزار و ۶۶۹ قطعه آسب پذیری متوسط، پنج هزار و ۳۵۰ قطعه آسب پذیری زیاد و سه هزار و ۵۷ قطعه در پهنه آسب پذیری خیلی زیاد قرار دارند (تصویر شماره ۳).

پس از این که شاخص های ۱۴ گانه استاندارد شده بر اساس توابع فازی و منطقه بولین، مورد طبقه بندی و تحلیل قرار گرفتند، برای رسیدن به نقشه آسب پذیری بافت شطرنجی و نیمه شطرنجی شهر سلماس از دستور Weighted Sum و اعمال وزن های به دست آمده از روش BWM به ترکیب شاخص ها اقدام شده است. نتایج حاصل از ترکیب شاخص ها در شهر سلماس بیانگر آن است که در بافت شطرنجی چهار هزار و ۸۶۶ قطعه در پهنه آسب پذیری خیلی کم، دو هزار و ۷۱۹ قطعه آسب

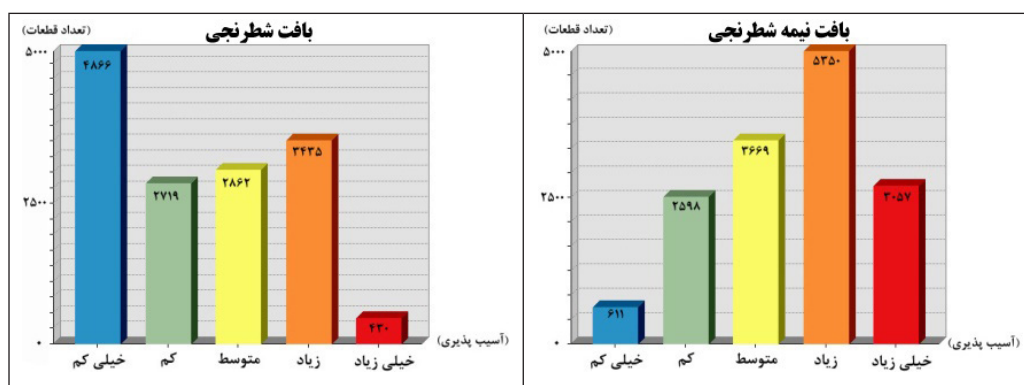


تصویر شماره ۳: آسب پذیری بافت شطرنجی و نیمه شطرنجی شهر سلماس بر اساس ترکیب شاخص های ۱۴ گانه از منظر پدافند غیر عامل

۵. نتیجه گیری

اساس روش تصمیم گیری چند معیاره BWM، ابتدا پرسشنامه مقایسه زوجی بهترین و بدترین شاخص با سایر شاخص ها، به صورت تصادفی و با تعداد نمونه استاندارد بین نخبگان شهرسازی توزیع شده و پس از وارد کردن و محاسبه داده ها در نرم افزار GAMS، نتایج مورد تحلیل قرار گرفته است. بیشتری وزن به دست آمده مربوط به شاخص الگوی بافت شهری و کمترین وزن به دست آمده مربوط به شاخص نمای ابنیه بوده است. در قدم بعدی با استفاده از داده های GIS اخذ شده از اداره راه و شهرسازی و شهرداری سلماس، پایگاه داده برای لایه های اطلاعاتی شاخص های ۱۴ در نرم افزار GIS تشکیل شده و عملیات آماده سازی، ویرایش، رقومی سازی لایه های اطلاعاتی اجرا شده است. در گام بعد برای اجرای تحلیل های مکانی، تمامی شاخص ها به فرمت Raster تبدیل شده و بر اساس هدف تحقیق و با استفاده از توابع فازی و منطق بولین، عملیات استانداردسازی صورت گرفته است. نتایج حاصل از آسب پذیری شاخص های ۱۴ گانه به تفکیک بافت شطرنجی و نیمه شطرنجی شهر سلماس در نمودار شماره ۲ ارائه شده است.

مروری بر تحقیقات انجام شده در مقایسه با تحقیق حاضر نشان می دهد که در کاربرد برخی از شاخص های کالبدی، جمعیتی و زیرساختی دارای اشتراک بوده است. همچنین بر اساس تحقیق پور محمدی (Pour Mohammadi, et al., 2021) بیشترین وزن آسب پذیری مربوط به زیرساخت های اساسی مثل پست های برق و آب بوده است. در تحقیق معروفی (Maroofi, et al., 2019) که با مطالعه موردی استان آذربایجان غربی انجام شده، شهر سلماس جزو مناطق آسب پذیر استان بر اساس اصول پدافند غیرعامل بیان شده که مهم ترین علت آن، عدم مدیریت بهینه استقرار فضایی زیرساخت های حیاتی در این شهر مرزی بوده است. در پژوهش حاضر برای تحقق اهداف، ابتدا منابع کتابخانه ای مرتبط با شهرهای شطرنجی، شهرهای میانه اندام و پدافند غیر عامل مورد مطالعه قرار گرفته و از میان منابع مختلف، تعداد ۱۴ شاخص بر اساس نظرات نخبگان و موجود بودن اطلاعات انتخاب شده است. با توجه به این که هر یک از شاخص ها دارای ضریب اهمیت متفاوتی به لحاظ تأثیر گذاری بوده، در گام بعدی به منظور محاسبه وزن شاخص ها بر



نمودار شماره ۲: میزان آسب پذیری بافت شطرنجی و نیمه شطرنجی شهر سلماس از منظر پدافند غیر عامل

References:

- Ahsan, M. N. & Warner, J. (2014). The Socioeconomic Vulnerability Index: A Pragmatic Approach for Assessing Climate Change Led Risks—A Case Study in the South-Western Coastal Bangladesh, *International Journal of Disaster Risk Reduction*, (8): 32- 49.
 - Amjad, M. & Soltani, I. (2019). Strategies to Reduce the Vulnerability of Historical Contexts to Earthquakes Case Study: Historical Context of Yazd, *Crisis Management*, (16): 17-32. [in Persian]
 - Alavi, A., Ebrahimi, M., Najafpour, B. & Khaleidi, A. (2016), Assessing the Vulnerability of Worn- Out Tissue in Minab City Against Earthquakes, *Crisis Management*, (9): 71-82. [in Persian]
 - Alikhani, A., Barzegar, A. & Noorullahi, H. (2019). Presenting a Comprehensive mModel for Assessing the Vulnerability of Urban Areas by Separating the Constituent Layers of the City with a Passive Defense Approach, *Crisis Management*, (16): 33- 46. [in Persian]
 - Brandon, P. (2011). Extreme Management in Disaster Recovery, *Journal of Procedia Engineering*, (14): 14-21.
 - Desouza, Kevin C. & Flanery, Trevor H. (2013). Designing, Planning, and Managing Resilient Cities: A Conceptual Framework, *Cities*, (35): 89-99.
 - Farnhad Consulting Engineers (2018). Master Plan of Salmas City, General Department of Roads and Urban Development of West Azerbaijan Province. [in Persian]
 - Fazel, S., Taghvaie, M. & Mahmoudzadeh, A. (2017). Urban Seismic Vulnerability Zoning Using ANP Model Case Study: Najafabad City, *Crisis Management*, (11): 121- 132. [in Persian]
 - Fillion, P. & Sands, G. (2015). Cities at Risk Planning for and Recovering from Natural Disasters, Edition 1st Edition, Pub. Location: London, DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315572109>.
 - Gupta, A.K., Singh, S., Wajih, S.A., Mani, N. & Singh, A.K. (2017). Urban Resilience and Sustainability through Peri- Urban Ecosystems: Integrating Climate Change Adaptation and Disaster Risk Reduction - Process Guidance and Training Handbook, India.
 - Hernantes, J., Marana, P., Gimenez, R., Sarriegi, Jose M. & Labaka, L. (2019). Towards Resilient Cities: A Maturity Model for Operationalizing Resilience, *Cities*, (84): 96- 103.
- در گام نهایی وزن به دست آمده از روش BWM در تک تک شاخص های استاندارد ضرب شده و در نهایت ترکیب شده است. خروجی حاصله نقشه آسیب پذیری شهر سلماس به تفکیک بافت شطرنجی و نیمه شطرنجی بر اساس شاخص های پدافند غیرعامل است. در نتیجه گیری کلی می توان گفت میزان آسیب پذیری در بافت شطرنجی نسبت به بافت نیمه شطرنجی کمتر است. بر اساس شاخص های مساحت قطعات، الگوی بافت، تراکم ساختمانی، قدمت ابنیه، کیفیت ابنیه، فاصله از مراکز امداد و نجات، فاصله از مراکز خطر آفرین، نمای ابنیه، تراکم جمعیتی و سازه ابنیه میزان آسیب پذیری بافت نیمه شطرنجی نسبت به بافت شطرنجی بیشتر است. همچنین بر اساس شاخص های فاصله از فضاهای باز، محدوده بافت فرسوده، فاصله از گسل و فاصله از معابر اصلی شهر میزان آسیب پذیری بافت شطرنجی نسبت به بافت نیمه شطرنجی بیشتر بوده است. به طور کلی می توان گفت از میان ۱۴ شاخص مورد استفاده در تحقیق، ۱۰ شاخص در بافت نیمه شطرنجی و چهار شاخص در بافت شطرنجی آسیب پذیری بالایی در مقایسه با یکدیگر دارند؛ که مجموع این عوامل مؤید این نکته است که بافت شطرنجی کارایی بهتری در مقابل بافت نیمه شطرنجی به لحاظ آسیب پذیری از منظر پدافند غیرعامل در مقابل زلزله داشته است.
- پس از این که مدل آسیب پذیری شهر سلماس بر اساس شاخص های پدافند غیرعامل به دست آمد، در پایان پیشنهادهای برای بهبود شاخص های پدافند غیرعامل و نیز کاهش آسیب پذیری شهر سلماس ارائه شده است:
- بهره گیری از اصول پدافند غیرعامل در طراحی بافت های جدید شهر سلماس،
 - تقلیل آسیب پذیری شاخص ها در بافت نیمه شطرنجی شهر سلماس بر اساس تعریف پروژه های موضعی و موضوعی،
 - توزیع فضایی پراکنده زیرساخت های حیاتی در معابر اصلی بافت شهری سلماس،
 - بهسازی، نوسازی و مقاوم سازی بافت های فرسوده مسکونی در برابر زلزله،
 - ایجاد پایگاه های اسکان و امداد و نجات در نزدیکی نقاط پرخطر بافت شهر سلماس،
 - تغییر ساختار شهری سلماس از تک هسته ای به چند هسته ای به منظور کاهش تراکم جمعیتی در بافت مرکزی شهر و توزیع متعادل خدمات و دارایی ها،
 - تجمیم قطعات کوچک در بافت فرسوده و سکونتگاه های حاشیه شهر،
 - مکانیابی مراکز امداد و نجات بر اساس تراکم جمعیتی و درجه خطر کاربری ها و
 - حفظ پیوستگی الگوی بافت شطرنجی در ساخت و سازهای جدید شهری.

- Habibi, K. & Javanmardi, K. (2013). Analysis of Urban Tissue Instability and Zoning of Earthquake Vulnerability Using GIS & AHP Case Study: Part of the Central Core of Sanandaj, *Utopia Architecture and Urban Planning*, (11): 293- 305. [in Persian]
- Heidari, A. & Joodaki, H.R. (2019). Investigating and Prioritizing the Effective Factors of Locating Fire Stations in the Worn-Out Texture of Cities Case Study: Worn-Out Texture of Tehran, Iranian- Islamic City Studies, 10 (38): 75- 85. [in Persian]
- Hadiyani, Z. & Kazemi Rad, Sh. (2010). Locating Fire Stations Using Network Analysis Method and AHP Model in GIS Environment (Case Study: Qom City), *Geography and Development Quarterly*, (17): 99-112. [in Persian]
- Hashemi Fesharaki, J. & Shakibamanesh, A. (2011). *Urban Design from the Perspective of Passive Defense*, Tehran, Bustan Hamid Publications. [in Persian]
- Julia, P.B., Ferreira, T.M. & Rodrigues, H. (2021). Post- Earthquake Fire Risk Assessment of Historic Urban Areas: A Scenario-based Analysis Applied to the Historic City Centre of Leiria, Portugal, *International Journal of Disaster Risk Reduction*, (60): 1-15.
- Johansson, J. & Hassel, H. (2010). An Approach for Modeling Interdependent Infrastructures in the Context of Vulnerability Analysis, *Reliability Engineering & System Safety*, 95 (12): 1335- 1344.
- Kim, h. & Marcouiller, D. (2015). Considering Disaster Vulnerability and Resiliency: The Case of Hurricane Effects on Tourism- Based Economies, *The Annals of Regional Science*, 54 (3): 945- 971.
- Khodadadi, F., Entazari, M. & Sasanpour, F. (2020). Analysis of Urban Vulnerability to Earthquake Risk by ELECTRE FUZZY Method (Case Study: Karaj Metropolis), *Applied Research in Geographical Sciences*, 20 (56): 93-113. [in Persian]
- Maroofi, A., Sajjadi, Zh. & Rostami, H. (2019), Spatial Vulnerability Assessment of Infrastructures of West Azerbaijan Province with Passive Defense Approach, *Journal of Passive Defense*, 10 (1): 97-108. [in Persian]
- Mavadat, E., Maleki, S. & Dideban, M. (2019), Urban Vulnerability Zoning with Passive Defense Approach and VIKOR Modeling: A Case Study of Ahwaz Metropolis, *Journal of Passive Defense*, 10 (3): 63-74. [in Persian]
- Mohseni, M. & Ghorbani, A. (2019). The Effect of the Aristocracy of the Monitoring System on the Observance and Implementation of Passive Defense Components, *Journal of Civil Engineering and Project*, 1 (3): 29-39. [in Persian]
- Moarrab, Y., Sepehrzad, B. & Naderi, M. (2020), Assessing the Vulnerability of Urban Tissues to Earthquakes with a Passive Defense Approach; (Case Study: District 2 of Tehran), *Scientific Journal of Passive Defense*, 11 (2): 31-47. [in Persian]
- Momeni, K. (2018), Urban Safety Spectroscopy from the Perspective of Passive Defense Using the Antropy-COPRAS Model, a Case Study of Ahwaz Metropolis, *Urban Management*, (52): 35-48. [in Persian]
- Mitra, A., Wajih, Sh. & Singh, B. (2015). Wheezing Ecosystems, Livelihood Services and Climate Change Resilience in Uttar Pradesh, *The Asian Cities Climate Change Resilience Network*.
- Nazmfar, H. & Alavi, S. (2018). Assessing the Vulnerability of Urban Buildings to Different Earthquake Intensities (Case Study: District 9 of Tehran Municipality), *Geographical Information (Sepehr)*, 27 (68): 165-181. [in Persian]
- Nhuan, M.T., Hien, L.T.T., Ha, N.T.H., Hue, N.T.H. & Quy, T.D. (2014). An Integrated and Quantitative Vulnerability Assessment for Proactive Hazard Response and Sustainability: A Case Study on the Chan May- Lang Co Gulf Area, Central Vietnam, *Sustainability Science*, 9 (3): 399– 409.
- Pirhadi, M., Farasat, M. & Khayyam Hosseini, M. (2018). Investigation and Evaluation of Fire Risk in Relief Centers from HSE Perspective by Fire Risk Engineering Method (FRAME), *Safety Culture*, 12 (26): 72-80. [in Persian]
- Pour Mohammadi, M.R., Taghipour, A.A. & Rostami, H. (2021). Spatial Analysis of Vulnerable Areas in Times of Crisis with Emphasis on Passive Defense in Tabriz Urban Infrastructure, *Geography and Planning*, 25 (75): 65- 75. [in Persian]
- Rezaie, J. (2015). Best- Worst Multi- Criteria Decision-Making Method, *Omega*, (53): 49-57.
- Rahmbozi, Kh., Khamri, M. & Moammari, E. (2018). Spatial Assessment of Vulnerabilities of Strategic and Risky Land Uses in Gorgan Based on Passive Defense Approach, *Urban Structure and Function Studies*, 5 (17): 69-92. [in Persian]
- Raisi, S., Momeni, K. Bemanian, M.R. & Mavadat, E. (2019). Ranking of Urban Areas for Locating Safe Spaces Based on Crisis Management and Passive Defense Criteria Using VIKOR Model Case Study:

- Ahwaz Metropolis, *Urban Management*, (57): 41-57. [in Persian]
- Sarmadi, H., Shahnaz, A.A., Ahmadzadeh, M. & Radmard, S. (2013). Investigation of Seismic Vulnerability of Tabriz Road Network with Crisis Management Approach During Earthquake, Sixth Congress of Iranian Geopolitical Association, Ferdowsi University, Mashhad. [in Persian]
 - Sasanpour, F., Shamaie, A., Afsar, M. & Saeedpour, Sh. (2017). Investigation of Vulnerability of City Buildings Against Natural Hazards (Earthquake) (Case Study: Mohtasham Neighborhood of Kashan), *Natural Hazards*, (6): 103-122. [in Persian]
 - Shahivandi, A. (2017). Assessing the Vulnerability of Urban Environment in Accordance with the Principles of Passive Defense, *Crisis Management*, (11): 47-62. [in Persian]
 - Statistical Yearbook for Asia and the Pacific. (2015). www.unescap.org/stat/data/.
 - Sennewald, C. A. & Baillie, C. (2015). *Effective Security Management*: Butterworth- Heinemann.
 - Salehnasab, A., Kalantari, H. & Peyvasteghar, Y. (2018). Investigating the Vulnerability of Cities with Passive Defense Approach in District 6 of Tehran, *Safe City*, 1 (3): 1-14. [in Persian]
 - Taleai, M. Sharifi, A., Sliuzas, R. & Mesgari, M. (2007). Evaluating the Compatibility of Multifunctional and Intensive Urban Landuses, *International Journal of Applied Earth Observation and Geoinformation*, 9 (4): 375- 391.
 - Tabar, A. (2015). Comparative Study on Different Approaches of Japan and Iran in Natural Disaster Management: Towards Developing the Policies, *International Conference on Seismology & Earthquake Engineering*. (Online). Available at: <http://www.iiees.ac.ir/fa/wp-content/uploads/2016/04/00327-IM.pdf> [2015/5/18-21].
 - United-Nations (2018). *World Urbanization Prospects: The 2018 Revision*, Retrieved from New York.
 - - Xu, J. & Lu, Y. (2018). Towards an Earthquake-Resilient World: from Post Disaster Reconstruction to Pre- Disaster Prevention, *Environmental Hazards*, 17 (4): 269– 275.
 - Ziraki, M.R. & Saadati, H. (2018). Passive Defense Approach in Spatial Zoning of Temporary Accommodation Camps Using the Integrated AHP-FUZZY and GIS Methods (Field Study: District 8 of Tehran), *Passive Defense*, 9 (3): 77- 86. [in Persian]

نحوه ارجاع به مقاله:

مهدیزاده، حسین؛ احمدی، قادر؛ پاکدل فرد، محمدرضا؛ فرامرزی اصل، مهسا؛ (۱۴۰۱) مطالعه تطبیقی آسیب پذیری بافت شطرنجی و نیمه شطرنجی شهر سلماس در برابر زلزله از دید پدافند غیر عامل، *مطالعات شهری*، 11 (43)، 15-26. doi: 10.34785/J011.2022.323/ .Jms.2022.98

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.



نقش سازماندهی فضایی بر افزایش اجتماع پذیری فضاهای باز مجتمع‌های مسکونی^۱

نمونه مورد مطالعه: مجتمع‌های مسکونی شهر شیراز

سارا محبی نژاد - دانشجوی دکتری، گروه معماری، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.
 خسرو موحد^۲ - دانشیار، گروه معماری، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.
 علی اکبر حیدری - استادیار، گروه معماری، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.
 ملیحه تقی پور - استادیار، گروه معماری، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۲ آبان ۱۳۹۸ تاریخ پذیرش: ۱۱ خرداد ۱۳۹۹

چکیده

تحقیقات مختلف نشان می‌دهد که عوامل متعددی از جمله عامل اجتماعی، کالبدی و اقتصادی بر میزان اجتماع پذیری یک محیط تأثیرگذارند. در این ارتباط نقش سازماندهی فضایی به عنوان نمونه ای از عوامل کالبدی مؤثر بر اجتماع پذیری فضاهای باز مجتمع‌های مسکونی، موضوعی قابل تأمل است که پژوهش حاضر به آن پرداخته است. بنابراین چهار الگوی سازماندهی فضایی در مجتمع‌های گفته شده شامل الگوی خطی، مجموعه‌ای، مرکزی تک عنصری و مختلط در چهار مجتمع مسکونی شهر شیراز به عنوان نمونه موردی انتخاب شده‌اند. ابزار تحلیل در پژوهش جاری تئوری نحو فضا است که با استفاده از روابط ریاضی و آنالیزهای نرم‌افزاری در محیط نرم‌افزار Depthmap، به تجزیه و تحلیل ساختار کالبدی نمونه‌های مورد نظر پرداخته است. بر این اساس از شاخص‌های سلسله‌مراتب، دسترسی پذیری، جانمایی فضایی، شفافیت، تنوع فضایی و درصد فضاهای باز و بسته، در این پژوهش بهره‌گیری شده است. مقاله پیش رو علاوه بر روش نحو فضا از مشاهدات میدانی و نیز بررسی اسناد طرح در قالب نقشه‌ها و پروفیل‌ها نیز بهره برده است. در نهایت نتایج تحقیق حاکی از آنست که ساماندهی فضایی در مجتمع‌های مسکونی، نقش بارزی در افزایش یا کاهش اجتماع پذیری فضای باز یک مجتمع دارد. همچنین فضاهای باز با چیدمان مرکزی و مختلط نسبت به سایر الگوها اجتماع پذیرتر هستند و جانمایی نادرست عملکردهای مختلف در فضای باز یک مجتمع مسکونی، باعث کاهش اجتماع پذیری در فضای مورد نظر خواهد شد. این مهم می‌تواند توسط طراحان در تهیه لکه‌گذاری‌های اولیه طراحی فضاهای باز مجتمع‌های مسکونی، مد نظر قرار گیرد.

واژگان کلیدی: سازماندهی فضایی، اجتماع پذیری، فضای باز، مجتمع‌های مسکونی، نحو فضا.

نکات برجسته

- تحقیقات مختلف نشان می‌دهد که عوامل متعددی از جمله عامل اجتماعی، کالبدی و اقتصادی بر میزان اجتماع پذیری یک محیط تأثیرگذارند.
- ساماندهی فضایی در مجتمع‌های مسکونی، نقش بارزی در افزایش یا کاهش اجتماع پذیری فضای باز یک مجتمع دارد.
- فضاهای باز با چیدمان مرکزی و مختلط نسبت به سایر الگوها اجتماع پذیرتر هستند.
- جانمایی نادرست عملکردهای مختلف در فضای باز یک مجتمع مسکونی، باعث کاهش اجتماع پذیری در فضای مورد نظر خواهد شد.
- سنجش تأثیر چیدمان فضا بر شکل‌گیری فضاهای اجتماع پذیرتر در فضاهای باز مجتمع‌های مسکونی با استفاده از تکنیک نحو فضا روشی نوین در تقویت ارتباطات فضایی مجتمع‌های مسکونی است.

۱ این مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول با عنوان "تدوین طرح واره‌های مسکن آپارتمانی شیراز با تأکید بر نشانگرهای کیفیت کالبدی مطلوب" است که در دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز در حال انجام است.

۲ نویسنده مسئول مقاله: Khmovahed1@yahoo.com

۱. مقدمه

زندگی امروز در خانه‌های آپارتمانی، مستلزم وجود فضایی مکمل در کنار فضای داخلی آپارتمان‌ها برای پاسخگویی به نیازهای تفریحی، ارتباط با طبیعت و نیز برقراری تعامل مثبت با دیگران است. بنابراین فضاهای باز شهری همچون پارک‌ها و بوستان‌ها و نیز فضاهای باز بین مجتمع‌های مسکونی، این مهم را به عهده داشته و به جزئی لاینفک در زندگی شهری امروز تبدیل شده‌اند. حال آن که یکی از مهمترین ویژگی‌های چنین فضاهایی، اجتماع‌پذیر بودن آنهاست. وجود این ویژگی در بستر فضاهای عمومی، بر پایه نیاز مردم به حس تعلق اجتماعی و تعامل با یکدیگر شکل می‌گیرد و این امر در یک فضای اجتماعی حمایت کننده، به واسطه تأمین آسایش فیزیکی، تفکیک قلمروهای مختلف، القای حس مالکیت و نیز وجود عدالت فضایی میسر خواهد بود (Daneshpour & Charkhchian, 2007:72). یک فضای عمومی زمانی موفق قلمداد می‌شود که مردم در ساعاتی از زندگی روزمره‌شان، از آن به عنوان مکانی برای استراحت و تعامل با دیگران استفاده نمایند (Gol, 2010:26). این فضاها دربردارنده نوعی تولید اجتماعی نیز هستند که در سطوح عینی و ذهنی تولید و باز تولید می‌شوند. از این رو فضاهای باز تنها رسالت تأمین نور و تهویه را در مجموعه‌های مسکونی برعهده ندارند، بلکه دارای وجوه اجتماعی بوده و بر شیوه برخورد گروه‌ها با یکدیگر نیز تأثیرگذارند.

چیدمان مختلف بلوک‌ها در یک مجتمع مسکونی، الگوهای متفاوتی از فضای باز را به وجود می‌آورد که به تبع نحوه چیدمان آنها، پتانسیل‌های متفاوتی از منظر اجتماع‌پذیری فضایی در آنها به وقوع می‌پیوندد. حال این که کدام الگوی چیدمان فضایی بر شکل‌گیری اجتماع‌پذیری فضایی نقش مؤثرتری دارد، موضوعی است که در این پژوهش به آن رسیدگی شده است. با این توضیح در این پژوهش چهار الگوی متفاوت چیدمان بلوک‌های مسکونی در شهر شیراز شامل الگوهای خطی، مجموعه‌ای، مرکزی تک‌عنصری و مختلط را انتخاب و با تحلیل ساختار فضایی آنها با استفاده از ابزارهای تئوری نحو فضا و نیز مشاهدات میدانی و اسنادی نگارندگان، به تحلیل و مقایسه وجوه مختلف اجتماع‌پذیری در آنها پرداخته می‌شود. بنابراین سئوالاتی که پژوهش حاضر در پی پاسخگویی به آنهاست، به شرح زیر است:

- الگوهای مختلف سازماندهی فضایی در مجتمع‌های مسکونی، چگونه باعث اجتماع‌پذیری فضاهای باز در آنها می‌شوند؟
- از میان الگوهای مختلف چیدمان مجتمع‌های مسکونی، کدام الگو بر افزایش اجتماع‌پذیری در فضای باز آنها تأثیر بیشتری دارد؟

۲. چارچوب نظری

ادبیات حاکم بر رابطه انسان و محیط نشان می‌دهد، مطالعه فضاهای کالبدی مستلزم بررسی فعالیت‌ها و نظام حاکم بر آنهاست. در همین ارتباط نیز بارکر با اشاره به ماهیت جمعی فضاهای فعالیتی، بر ارتباط میان شکل فضا و اشتیاق به فعالیت‌های جمعی در فضای زندگی افراد تأکید نموده است (Barker, 1968: -66). در این تحقیق، منظور از اجتماع‌پذیری فضا، آن دسته از ویژگی‌های فضایی است که موجب تشکیل کانون‌های فعالیت و اشتیاق به حضور جمعی در قسمت‌هایی خاص از فضا می‌گردد. از سویی اجتماع‌پذیرکردن فضاهای باز در مجتمع

های مسکونی یکی از رسالت‌های طراحان و معماران به شمار می‌رود. این موضوع به ویژه به دلیل تأثیر بر کیفیت زندگی افراد در محیط‌های مسکونی، از اهمیت زیادی برخوردار است (Ibid, 1968: 56). بنابراین به منظور خلق رابطه‌ای مناسب بین انسان‌ها و کالبد اطرافشان، خالقان فضا می‌بایست درکی صحیح از رفتار انسان در محیط‌های متفاوت به ویژه فضاهای باز مجتمع‌های مسکونی داشته باشند تا بدین وسیله امکان ایجاد سطوح مختلف از رابطه انسان و محیط را فراهم آورند (Waxman, 2004:23).

تاکنون پژوهش‌های مختلفی در ارتباط با موضوع اجتماع‌پذیری در فضاهای عمومی به انجام رسیده است که از جمله آنها می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

شجاعی و پرتوی در خصوص اجتماع‌پذیری در فضاهای عمومی، ابتدا مفهوم اجتماع‌پذیری را مورد مطالعه قرار دادند و سپس معیارهایی برای سنجش اجتماع‌پذیری در فضاهای عمومی ارائه نمودند که این معیارها در قالب یک مدل سه وجهی شامل بعد اجتماعی، کالبدی و فعالیتی تبیین گردید. این مدل در فضاهای عمومی دو محله شهری در شهر تهران به آزمون گذاشته شد (Shojaei & Partoei, 2015:87).

پژوهشی دیگر به وسیله تقی پور و سلطان زاده انجام گرفت. این مقاله که با استفاده از ابزار پرسشنامه و با استناد به تحلیل‌های آماری انجام گرفته، بیش از آن که به تحلیل ساختار فضا بر تعاملات اجتماعی میان ساکنین از نگاه آجکتیو بپردازد، به ارزیابی میزان ادراک ساکنین با شاخص‌هایی چون خوانایی فضا، نفوذپذیری فضا، انعطاف‌پذیری فضا و قلمرو فضایی با نگاهی ساجکتیو پرداخته است. به همین دلیل خروجی این مقاله در قالب مقادیر وزنی هر شاخص در شکل‌گیری تعاملات اجتماعی افراد در فضاهای باز مجتمع‌های مسکونی ارائه شده است. این پژوهش در نهایت ضمن تأیید الگوی مرکزی به عنوان مناسب‌ترین الگو در شکل‌گیری تعاملات اجتماعی میان ساکنین، به این نتیجه دست یافت که از میان شاخص‌های یادشده، سه شاخص نفوذپذیری، انعطاف‌پذیری و قلمرو بر تعاملات اجتماعی میان ساکنین در مجتمع‌های مسکونی تأثیرگذارند؛ این در حالی است که شاخص خوانایی، هیچ تأثیری بر این موضوع ندارد (Taghipour & Soltan Zadeh, 2016:19).

باقری و دیگران نیز در دسته بندی مفصل تری به جمع بندی مطالعات حوزه های پنج‌گانه مؤثر بر تعاملات اجتماعی در مسکن پرداختند که شامل (۱) کالبدی-محیطی، (۲) شخصیتی، (۳) زمینه ای، (۴) معنایی و (۵) رفتاری-فعالیتی است. سپس با وزن دهی به این شاخص‌ها بر اساس نظر خبرگان و با استفاده از روش دلفی، به بررسی میزان اهمیت هر یک از شاخص‌های گفته شده بر تعاملات اجتماعی در مجتمع‌های مسکونی پرداختند (Bagheri, 2016:67).

کرمی و محمدحسینی در پژوهش خود به بررسی تأثیر وجود فضاهای اجتماع‌پذیر در مجتمع‌های مسکونی بر ارتقای سطح پایداری اجتماعی در آنها پرداختند. آنها با انجام تحقیق بر مجموعه‌های مسکن مهر در شهر اردبیل به این نتیجه دست یافتند که وجود فضای سبز، فضای بازی، مراکز تجاری، اندازه مناسب کالبدی-اجتماعی فضا و ... از جمله عواملی هستند که با تأثیر بر اجتماع‌پذیری فضاهای باز در مجتمع‌های مسکونی، باعث ارتقای پایداری اجتماعی در آنها نیز می‌شوند (Karami

(Mohamadhosseini, 2018:49).

این پژوهش ضمن استفاده از تحقیقات پیشین به دنبال بررسی جنبه های فضا محور و بررسی نشده مؤثر بر اجتماع پذیری در فضای مورد استفاده توسط انسان است تا با ترکیب آن با جنبه های انسان محوری که تاکنون مورد مطالعه واقع شده اند، نتایج مدون تری در دستیابی به اجتماع پذیری بیشتر فضاهای باز مجتمع های مسکونی به دست آورد.

۲.۱. اجتماع پذیری فضای معماری

اجتماع پذیری در فضاهای عمومی بر پایه نیاز مردم به حس تعلق اجتماعی و تعامل با یکدیگر قرار دارد و این امر در یک فضای اجتماعی حمایت کننده در کنار تأمین آسایش فیزیکی، ادعای قلمرو، حس مالکیت و دریافت عدالت در فضا میسر خواهد بود. امنیت، تداوم، خوانایی و قابل پیش بینی بودن فضا، وجود تسهیلات مناسب در فضا، راحتی و آسایش محیطی بر بعد کالبدی و عواملی چون کسب آگاهی و تجارب محیطی، پیچیدگی و رمزآلودگی، هویت یابی، خلوت جویی و دل بستگی در فضا از جمله عوامل احساسی خلق یک فضای عمومی موفق هستند و به واسطه این ویژگی های توانمند پذیرای افراد و گروه های مختلف در خود باشند (Daneshpour & Charkhchian, 2007:72). با توجه به این که در این پژوهش تأثیر عوامل کالبدی مؤثر بر شکل گیری فضاهای اجتماع پذیر در مجتمع های مسکونی مد نظر است، در ادامه به استخراج این عوامل در ارتباط با فضاهای باز مجتمع های مسکونی پرداخته می شود.

۲.۲. عوامل مؤثر بر اجتماع پذیری در فضاهای باز مجتمع های

مسکونی

فرآیند اجتماع پذیری با برقراری تعامل و ارتباطات اجتماعی بین بهره وران و قابلیت مؤثر موجود در محیط شکل می گیرد و در زندگی امروزه انسان ها، از اهمیت ویژه ای برخوردار است (Fergas, 2000:48). بنابراین در یک فضای اجتماع پذیر، علاوه بر ابعاد عملکردی محیطی و ویژگی های اجتماعی استفاده کنندگان از آن، ویژگی های محیطی و قابلیت های بالقوه فضایی که در آن وجود دارند نیز حائز اهمیت فراوان است. تاکنون پژوهش های متعددی به موضوع اجتماع پذیری پرداخته اند و موضوع را از دیدگاه عوامل مختلفی چون ابعاد کالبدی، فعالیت یا عینی، ذهنی و عینی ذهنی (اجتماعی و فرهنگی) مورد بررسی قرار داده اند. در جدول ذیل بخشی از این تحقیقات و عوامل مؤثر بر اجتماع پذیری فضاهای جمعی از نظر آنها معرفی شده است.

از آنجا که در این پژوهش نقش سازمان دهی فضایی، به عنوان یک معیار کالبدی بر مسئله اجتماع پذیری فضاهای باز مجتمع های مسکونی مد نظر قرار دارد، از میان عوامل مؤثر بر این موضوع، آن دسته از عوامل کالبدی که بر اجتماع پذیری فضاهای باز مجتمع های مسکونی تأثیرگذارند، مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته شده است. لازم به ذکر است در این پژوهش از میان مؤلفه های متنوع کالبدی نیز تنها مواردی که به انتظام فضایی مربوط هستند، مد نظر قرار گرفته اند و پرداختن به مواردی چون امکانات موجود در فضا، مبلمان فضا، رنگ و غیره مد نظر پژوهش حاضر نیست. جدول شماره یک عوامل مؤثر بر اجتماع پذیری فضاهای جمعی از منظر محققین را نشان می دهد.

جدول شماره ۱: عوامل مؤثر بر اجتماع پذیری فضاهای جمعی از منظر محققین

عوامل اجتماع پذیری	ابعاد	اندیشمندان
قابلیت برقراری تعاملات بین افراد غیر صمیمی، میزان تمایل به تعامل در فضا، میزان حضور در فضا و مراجعه به آن، احساس نیاز به تعامل، تعلق مکانی و مدت توقف در فضا	فعالیتی	Salehinia, M. & Memarian (2009)
قابل پیش بینی بودن فضا، وجود تسهیلات مناسب در فضا، امنیت، تداوم و خوانایی، راحتی و آسایش محیطی بر بعد کالبدی، عواملی چون کسب آگاهی و تجارب محیطی، پیچیدگی و رمزآلودگی، هویت یابی، خلوت جویی و دل بستگی در فضا	کالبدی	Daneshpour, & Charkhchian (2007)
دسترسی، تنوع کاربری	کالبدی	Mohamadi (2002) Bentley (2011)
خوانایی، امنیت، ادراک محیط	فعالیتی	
فرم فضا، تناسبات، مقیاس، نوع اجزا و عناصر فضا و ارتباطات اجزا با هم	کالبدی	Fergus (2005) Hedman (1998)
- موقعیت قرارگیری و دسترسی ها - فرم، هندسه، نظم، هارمونی، تنوع ابعاد و تناسبات و سایر ابعاد زیباشناسانه - شکل دهی و سامان دهی فضاها	کالبدی	
- مشکلات و موانع تحرک استفاده کنندگان - ارزیابی عملکردی فضاها - نحوه استفاده کاربران از فضا - شرایط و ویژگی های اجتماعی انجام فعالیت	فعالیتی	Lerup (2014) Mohamadi (1972)
ابعاد و اندازه، موقعیت و دسترسی، ارگونومی، استانداردهای فضایی، میزان نور طبیعی، مبلمان، رنگ نوع و بافت مصالح	کالبدی	
حس مکان و تعلق، تنوع و طرح های انگیزاننده، امنیت و آسایش محیطی، خوانایی	فعالیتی	(2016) Heydari
وجود عناصر نمادین فرهنگی، ارتباط با طبیعت، خدمات و عملکردهای رفاهی، اعتماد اجتماعی		
اشتیاق برای برقراری ارتباط روابط متقابل شخصی (مشارکت دادن دیگران و خود)		

۲,۳. مؤلفه‌های کالبدی مؤثر بر اجتماع پذیری

در این بخش با استناد به نتایج پژوهش‌های انجام شده پیرامون مسئله اجتماع پذیری، به بررسی عوامل کالبدی مؤثر بر این موضوع پرداخته می‌شود. از سویی با توجه به هدف پژوهش مبنی بر تحلیل تأثیر نوع سازماندهی فضایی بلوک‌های مسکونی بر اجتماع‌پذیری فضاهای باز میان آنها، به بررسی مجموعه عواملی پرداخته می‌شود که در ارتباط با این موضوع باشند.

۲,۳,۱. نوع ساماندهی فضایی

سلسله مراتب

مفهوم سلسله مراتب به معنای مجموعه‌ای از عوارض و پدیده‌هاست که باعث طبقه بندی و یا مرتبه بندی فضاهای مختلف در یک پیکره بندی فضایی می‌شود (Mayhew, 2003:15). سلسله مراتب دسترسی به فضاها علاوه بر محدود کردن و جلوگیری از دید مستقیم نسبت به فضا، باعث ایجاد سطوح مختلفی از مفهوم قلمرو در فضا می‌شود که نتیجه آن تشکیل انواع قلمروها شامل قلمرو عمومی، قلمرو نیمه عمومی و قلمرو خصوصی است (Momeni, 2015:121). مفهوم سلسله مراتب با استفاده از تکنیک نحو فضا قابل ارزیابی است که در این ارتباط می‌توان به کاربرد ابزارهای "عمق" و "مرتب" در این خصوص اشاره نمود.

دسترسی پذیری

موضوع دسترسی پذیری در دو حالت قابل بررسی است که شامل دسترسی فیزیکی و دسترسی بصری است (Heydari & others, 2016: 54-41). دسترسی بصری نسبت به یک فضا به این معناست که هرچه فضایی از فضای دیگر کمتر قابل رؤیت باشد، آن فضا خصوصی‌تر و هر چه قابلیت دید بیشتری نسبت به فضا وجود داشته باشد، آن فضا عمومی‌تر است. بنابراین با افزایش درجه خصوصی بودن فضا، اجتماع پذیری نیز در آن کاهش یافته و با افزایش درجه عمومی بودن فضا، قابلیت اجتماع‌پذیری نیز در آن افزایش می‌یابد. این شاخص در تکنیک نحو فضا با استفاده از ابزار ایزووایست^۱ قابل ارزیابی است. دسترسی فیزیکی نیز به معنای قابلیت نفوذ به فضاست و این موضوع با تعداد موانعی که بر سر راه فرد برای رسیدن به یک فضا وجود دارد، در ارتباط است؛ به این معنی که هرچه موانعی که بر سر راه فرد برای نفوذ به یک فضا وجود دارد، افزایش یابد، قابلیت اجتماع‌پذیری در آن فضا کمتر شکل می‌گیرد و برعکس (Ibid, 2016:44).

۲,۳,۲. موقعیت قرارگیری فضاها و انواع دسترسی به آنها

جانمایی فضایی

موقعیت قرارگیری فضاها در بستر یک سایت و نیز چگونگی دسترسی افراد نسبت به آنها، یکی از مهمترین عواملی است که بر اجتماع‌پذیری یا اجتماع‌گریزی فضاهای مختلف، نقش دارند. موقعیت قرارگیری فضاها تابع عوامل مختلفی چون دوری یا نزدیکی نسبت به ورودی و نیز نحوه ارتباط آن با سایر فضاهای همجوارش است (Mohemmadi, 2014:57). بنابراین در ادبیات نحو فضا این موضوع از طریق ابزارهایی

1 - isovist - ابزاری مؤثر به منظور تحلیل و اندازه گیری سنجش کیفیت بصری از طریق روش های کمی است.

چون "عمق" و "ارتباط" قابل ارزیابی است.

- شفافیت

شفافیت به معنای امکان ارتباط بصری فضاهای مختلف با یکدیگر است و از موارد مهم در فراهم آوردن احساس آرامش و امنیت در محیط به شمار می‌رود (Askari Tafreshi, 2010: 69). فضاهایی که در منظر عمومی قرار داشته و دارای شفافیت بیشتری باشند، قابلیت نفوذپذیری بیشتری در آنها به وجود می‌آید و در نتیجه امکان اجتماع‌پذیریشان بیشتر می‌شود. این شاخص با استفاده از ابزار "کنترل دید" و "مانع" بررسی خواهد شد.

۲,۳,۳. فرم، هندسه، ابعاد و تناسبات فضا

ویژگی‌های مورفولوژیک فضا، نمود ظاهری فضا بوده و تأثیر مستقیمی بر حالات روحی افراد در تعامل با فضا و تمایل آنها نسبت به حضور در آن دارند (Mohemmadi, 2014:59). عوامل مرتبط با این موضوع که بر تمایل افراد به اجتماع‌پذیری در فضا تأثیرگذارند، شامل مفاهیمی چون "تنوع فضایی" و "درصد فضاهای باز و بسته" هستند که در ادامه به توضیح آنها پرداخته می‌شود.

- تنوع فضایی

تنوع فضایی به نوعی مترادف با مفهوم گوناگونی است که هم در ارتباط با کاربری‌ها و هم در ارتباط با تنوع فرمی و شکلی فضاهاست. مجموع این موارد با افزایش حق انتخاب برای افراد، باعث جذب گروه‌های مختلف با تمایلات گوناگون نسبت به فضا شده و این موضوع در نهایت باعث افزایش اجتماع‌پذیری در آن می‌شود. بنابراین در این پژوهش موضوع تنوع فضایی، در قالب گوناگونی عملکردهای متفاوت در فضاهای باز مجتمع‌های مسکونی و نیز تنوع در فرم و هندسه آنها، مورد سنجش قرار می‌گیرد. این شاخص به وسیله مشاهده و قیاس تطبیقی قابل سنجش است.

- درصد فضای باز و بسته

توجه به تناسب فضای باز و بسته و خط آسمان قابل رؤیت از اهمیت زیادی برخوردار است و باعث ایجاد انگیزه بیشتر برای حضور در فضا و در نتیجه اجتماع‌پذیری در آن خواهد شد. چنین فضایی توانایی بیشتری در پاسخگویی به نیاز افراد خواهد داشت. با توجه به موارد عنوان شده فوق، چارچوب نظری تحقیق در ارتباط با عوامل مؤثر بر اجتماع‌پذیری فضاهای باز مجتمع‌های مسکونی به شرح جدول ۲ قابل ارائه است.

۳. روش

بررسی نقش ویژگی‌های کالبدی فضا بر اجتماع‌پذیری فضاهای باز مجتمع‌های مسکونی برای استفاده در طراحی‌ها، هدف کاربردی پژوهش حاضر است. گردآوری اطلاعات، به صورت مشاهدات و قیاس‌های میدانی و نمودارهای تهیه شده بر اساس این مشاهدات هستند که با استفاده از ابزارهای تحلیلی نرم‌افزار Depthmap و روش‌های قیاسی و کمی سنجیده شده‌اند. فرایند تحقیق به این صورت انجام گرفته‌است که در ابتدا مجتمع‌های مسکونی موجود در شهر شیراز بررسی و براساس نوع ساماندهی فضایی آنها دسته‌بندی شده‌اند. سپس از میان دسته بندی های مختلف بهترین نمونه به عنوان

جدول شماره ۲: چارچوب نظری تحقیق در ارتباط با عوامل مؤثر بر اجتماع پذیری فضاهای باز مجموعه‌های مسکونی

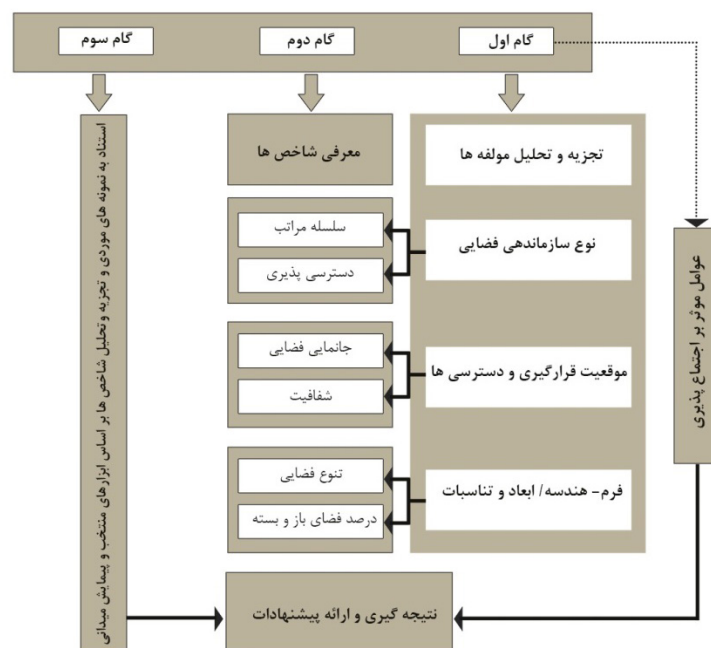
مؤلفه های کالبدی	موارد کاربردی	شاخص ها	ابزار
نوع سازماندهی فضایی	قرارگیری فضا به صورتی که باعث ترغیب افراد به حضور در فضا یا ترک فضاها شود	سلسله مراتب	عمق مرتبه
		دسترسی پذیری	مانع ایزووویست
موقعیت قرارگیری فضاها و انواع دسترسی ها به آنها	چگونه افراد به فضا می رسند نسبت به کدام فضاها دید دارند موقعیت قرارگیری فضاها	جانمایی فضایی	ارتباط پیوند نسبی، عمق
		شفافیت	کنترل دید، مانع
فرم، هندسه، ابعاد و تناسبات فضا	تنوع فضایی، پاسخگویی به نیاز افراد، برآوردن آسایش افراد	تنوع فضایی	قیاس تطبیقی
		درصد فضای باز و بسته	قیاس تطبیقی

از ابزارهای "ارتباط"، "پیوند نسبی" و "عمق" و شاخص شفافیت نیز با استفاده از ابزارهای "کنترل دید" و "مانع" بررسی شده است. در نهایت فرم، هندسه، ابعاد و تناسبات فضا با استفاده از شاخص های "تنوع فضایی" و "درصد فضای باز و بسته" مورد سنجش قرار گرفته که به وسیله ابزار تحلیلی قیاس تطبیقی میان نمونه‌ها، به این موضوع پرداخته شده است. در نهایت با توجه به نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل نمونه‌ها، نتیجه‌گیری و پیشنهادات ارائه شده‌اند. تصویر شماره ۱۰ دیاگرام فرایند تحقیق را نشان می دهد.

بر اساس مطالعات انجام گرفته به وسیله تقی پور و همکاران، انواع مجتمع‌های مسکونی در شهر شیراز در چهار الگوی کلی قابل تقسیم بوده که شامل الگوی خطی، الگوی مجموعه‌ای، الگوی مرکزی و الگوی مختلط هستند. (Taghipour and et al, 2015:23-32).




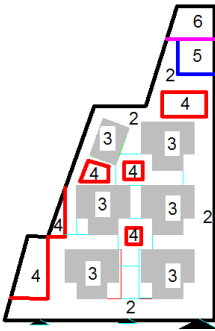

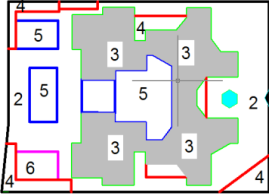

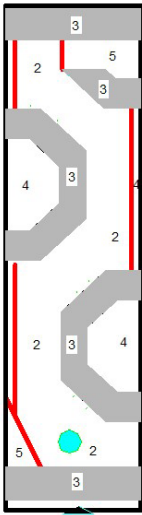
بر همین اساس در این پژوهش نیز چهار الگوی یادشده به عنوان الگوهای مورد بررسی در این پژوهش انتخاب شده‌اند و از هر الگوی یک مجتمع به عنوان نمونه موردی انتخاب گردیده است. جدول شماره سه و تصاویر دو تا چهار به معرفی الگوهای مورد نظری می پردازند.

نماینده هرکدام از انواع سازماندهی های فضایی انتخاب گردیده است. در انتخاب نمونه موردی منتخب عواملی چون سهولت دسترسی، میزان تمایل ساکنین و مدیریت مجموعه به همکاری تأثیرگذار بوده اند. پس از بازدید و بررسی میدانی گام بعدی انتخاب مؤلفه های مورد نظر برای رسیدن به اهداف توصیفی مقاله بوده است. بدین ترتیب بر اساس چارچوب نظری عنوان شده، مؤلفه های کالبدی مؤثر بر این موضوع شامل سه مؤلفه "نوع سازماندهی فضایی"، "موقعیت قرارگیری فضاها و انواع دسترسی ها به آنها" و "فرم، هندسه، ابعاد و تناسبات فضا" در هرکدام از نمونه های موردی، مورد ارزیابی قرار گرفته اند. در همین ارتباط و براساس جدول شماره ۲، نوع سازماندهی فضایی با استفاده از شاخص های "سلسله مراتب" و "دسترسی پذیری" مورد ارزیابی قرار گرفته که به منظور سنجش سلسله مراتب، از ابزارهای "عمق" و "مرتبه" و جهت سنجش دسترسی پذیری، از ابزارهای "ارتباط"، "پیوند نسبی" و "عمق" در تکنیک نحوفاضا استفاده شده است. موقعیت قرارگیری فضاها و انواع دسترسی به آنها با استفاده از دو شاخص "جانمایی فضایی" و "شفافیت" ارزیابی و موضوع جانمایی فضایی، با استفاده



تصویر شماره ۱۰: دیاگرام فرایند تحقیق

جدول شماره ۳: مشخصات مجتمع های مورد مطالعه

		<p>الگوی ۱- مجتمع امیرکبیر</p>
		<p>الگوی ۲- مجتمع ابریشم</p>
		<p>الگوی ۳- مجتمع اساتید</p>
		<p>الگوی ۴- مجتمع جنت</p>

راهنما: ۱- ورودی ۲- راه عبور ۳- فضای بسته ۴- فضای سبز ۵- فضای نشستن

۴. بحث و یافته ها

در این بخش براساس موارد عنوان شده، به تحلیل نمونه‌های موردی براساس شاخص‌های تبیین شده پرداخته شده است. بر همین اساس در ادامه، وضعیت هر کدام از نمونه‌های موردی تحقیق در ارتباط با سه شاخص "نوع سازماندهی فضایی"، "موقعیت قرارگیری فضاها و انواع دسترسی‌ها به آنها" و "فرم، هندسه، ابعاد و تناسبات فضا" مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

۴.۱. تحلیل نمونه‌ها براساس نوع سازماندهی فضایی

همان طور که در بخش روش تحقیق نیز عنوان شد، سازماندهی فضایی با استفاده از دو شاخص‌های "سلسله مراتب" و "دسترسی پذیری" سنجیده شده است.

- سلسله مراتب

کمتر شدن شاخص سلسله مراتب باعث ترغیب حضور افراد در فضا

خواهد شد. براساس آنچه در جدول شماره ۲ عنوان شد، این شاخص با استفاده از دوا ابزار عمق و مرتبه سنجیده می‌شود. عمق فضایی (MD) به معنای میزان فاصله یک فضا نسبت به فضای ورودی است (Heydari & others, 2017: 58). بنابراین هرچه فضا در عمق بیشتری نسبت به ورودی قرار گرفته باشد، از درجه خصوصی تری برخوردار بوده و در نتیجه از میزان اجتماع پذیری آن نیز کاسته می‌شود. هر چه میزان عمق کمتر باشد، طی کردن مراحل فضایی در رسیدن به فضا کاهش می‌یابد و این امر، میزان نفوذ پذیری به فضاها را افزایش داده و در نتیجه گردش فضایی بهتری در آنها صورت می‌پذیرد.

مرتبه نیز خصوصیاتی از فضاست که نشان دهنده تعداد مراحل است که باید طی شود تا به یک فضا دست یابد (Ibid, 2017: 59). مرتبه بیشتر نشان دهنده نفوذ پذیری کمتر و در نتیجه کاهش اجتماع پذیری فضایی می‌شود و برعکس (Kiaie & others, 2018: 50). بر اساس داده‌های جدول شماره ۴ چنین مشاهده می‌شود که میزان مرتبه در گونه خطی از


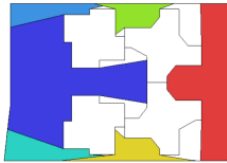



جدول شماره ۴: بررسی ابزار عمق، ادغام و مرتبه نسبی

الگوی ۲ (مجتمع ابریشم)	الگوی ۱ (مجتمع امیرکبیر)	
		دیاگرام
۰,۸۳	۶,۴۶	
۰,۴۶	۴,۴۷	MS
الگوی ۴ (مجتمع جنت)	الگوی ۳ (مجتمع اساتید)	
		دیاگرام
۳,۴۷	۳,۱۴	
۰,۳۲	۰,۳۵	MS
راهنما: ۱- ورودی ۲- راه عبور ۳- فضای بسته ۴- فضای سبز ۵- فضای نشستن		

- دسترسی پذیری

دسترسی پذیری در محیط نرم افزار Depthmap با استفاده از ابزار ایزووویست سنجیده می شود که از آن با عنوان مخروط دید نیز یاد می شود. وجود مانع در فضا موجب کاهش درجه دید و در نتیجه کاهش دسترسی پذیری به فضا می شود (Benedikt, 1979: 265). مقادیر ایزووویست در ارتباط با هر کدام از الگوهای مورد بررسی در این پژوهش در جدول ذیل ارائه شده است.

جدول شماره ۵: بررسی ایزووویست در فضای باز نمونه های موردی

الگوی ۴ مجتمع جنت	الگوی ۳ مجتمع اساتید	الگوی ۲ مجتمع ابریشم	الگوی ۱ مجتمع امیرکبیر	دسترسی بصری (ایزوویست)
				
<p>راهنما: (طیف قرمز به آبی، به ترتیب از بیشترین به کمترین)</p> 				

- جانمایی فضایی

ارتباط به معنای تعداد دسترسی هایی است که بین دو فضا وجود دارد (Jiang, G 2006: 45). هر چه مقدار اتصال بیشتر باشد، تعداد ارتباطات فضای مورد نظر با دیگر فضاها افزایش می یابد. مقدار عددی اتصال بیان کننده تعداد دسترسی های منتهی به فضای مورد نظر است (Mosavi & Zargar, 2012: 73). پیوند نسبی فضا نیز ابزاری است که میزان نفوذپذیری ساختار فضایی یک بنا را توصیف می کند. مقادیر پایین آن بیانگر حداکثر ادغام و یکپارچگی فضایی و در مقابل مقادیر بالای این شاخص، حداکثر تفکیک فضاها از یکدیگر را مشخص می کند (Manum, 2005: 15).

نتایج به دست آمده از جدول ۶ که به تجزیه و تحلیل شاخص جانمایی فضایی به صورت کلی می پردازد، بدین شرح ارائه می گردد. بر اساس نتایج جدول ۶ مشاهده می شود که مجتمع جنت دارای شاخص میانگین عمق فضایی نسبتاً پایین تری نسبت به سایر مجتمع ها و از نظر هم پیوندی دارای امتیاز بالایی است که این موضوع دسترسی پذیری مناسب و قرارگیری نسبتاً صحیح کاربری های مختلف در سایت را نشان می دهد. این نتایج حاصل چیدمان متنوع بلوک ها در سایت و موقعیت مناسب قرارگیری آنها نسبت به یکدیگر است. در عین حال یکی از معایب این مجتمع قرارگیری اصلی ترین فضاهای نشستن در عمیق ترین محل این مجموعه است که در جدول فوق با رنگ نارنجی که نسبت به رنگ آبی عمق بیشتر را نشان می دهد، مشخص شده است.

در مجتمع امیرکبیر به واسطه جانمایی بلوک ها با فاصله نزدیک به یکدیگر، هیچ مکانی برای اجتماع پذیری شکل نگرفته است. مطابق با داده های جدول شماره ۴، در این مجتمع بهترین مکان برای ارتباط

همه بیشتر و در گونه مرکزی از همه کمتراست. این موضوع مبین وجود درجات متفاوتی از سلسله مراتب در مجتمع های مسکونی با الگوی خطی است که به واسطه افزایش عمق در مسیر دستیابی به بلوک ها به وجود می آید (بلوک های ابتدایی کمترین مرتبه و در نتیجه سلسله مراتب کمتر و بلوک هایی که در انتها مستقر شده اند، بیشترین مرتبه را دارا هستند). در نتیجه ساختار خطی و مجموعه ای دارای بیشترین سلسله مراتب برای دسترسی به فضا هستند که این امر برای اجتماع پذیری در فضاهای باز این مجتمع ها، کیفیتی نامطلوب به شمار می آید.

طیف رنگی قرمز در خروجی نرم افزار به معنای بیشترین مساحت قابل دید و طیف آبی به معنای کمترین میزان آن است.

ابزار مانع از جمله دیگر ابزارهایی است که به منظور تحلیل دسترسی پذیری می تواند مورد استفاده قرار گیرد. میزان جلوگیری از نفوذ توسط مرزهای فضا را مانع می نامند که در سه دسته قابل بررسی است: دسته نخست شامل موانع صلب است که از دسترسی فیزیکی و بصری به یک فضا کاملاً جلوگیری می کند؛ مانند وجود دریا دیوار در بنا. دسته دوم موانع غیر صلب است که در حالی که امکان دسترسی بصری به یک فضا وجود دارد، تا حدودی از دسترسی فیزیکی به آن ممانعت به عمل می آورد؛ مانند وجود نیم دیوار، پارتیشن و حتی وجود راهرو بین دو فضا. دسته سوم که بیشتر حالت روانشناسانه دارد، در قالب تغییر در سطح و یا حتی رنگ مصالح در یک فضا ایجاد می شود و حریم آن فضا را مشخص می کند. به طور منطقی امکان نفوذ به این فضاها از اول به آخر افزایش می یابد (Chermayof, 1992: 133).

بر اساس نتایج حاصل از جدول شماره ۵ در ارتباط با تحلیل موانع در مجتمع های مورد مطالعه، چنین برداشت می شود که در الگوی مجموعه ای و خطی، حداکثر تعداد موانع وجود دارند.

۴.۲. تحلیل نمونه ها بر اساس موقعیت قرارگیری فضاها و انواع دسترسی ها به آنها

بر اساس جدول شماره ۲، این مؤلفه با استفاده از دو شاخص "جانمایی فضایی" و "شفافیت" مورد سنجش قرار می گیرد که شاخص "جانمایی فضایی" با استفاده از ابزارهای "ارتباط"، "پیوند نسبی" و "عمق" و شاخص "شفافیت" نیز با استفاده از ابزارهای "کنترل دید" و "مانع" مورد بررسی قرار گرفته اند.

جدول شماره ۶: بررسی کنترل دید، مانع، عمق بصری، ارتباط و پیوند نسبی در فضاهای مختلف

هم پیوندی	ارتباط	عمق بصری	شاخص مجتمع	
			جنت	امیرکبیر
			کنترل دید	مانع
۷,۴	۵,۹	۴۵,۸	۱۱	
			کنترل دید	مانع
۳,۹	۳,۱	۵۶	۲	
			کنترل دید	مانع
۶,۲	۴,۲	۵۱,۵	۷	
			کنترل دید	مانع
۷,۸	۶,۵	۲۷,۲	۹	

راهنما: (طیف قرمز به آبی، به ترتیب از بیشترین به کمترین)

سازمان دهی فضایی کمترین عمق و بیشترین میزان ارتباط و هم پیوندی را به ارمغان می آورد. هیچ یک از بلوک ها از نظر موقعیت فضایی برتری خاصی نسبت به سایرین ندارد و می توان گفت همه چیز عادلانه در سطح سایت تقسیم شده است.

- شفافیت

همانگونه که پیش تر نیز عنوان شد، شاخص شفافیت با استفاده از ابزار کنترل دید و مانع مورد تحلیل قرار می گیرد. فضاهایی که دارای کنترل بصری بالایی هستند، امکان دیده شدنشان از سایر فضاها بیشتر است. کنترل فضا به معنی درجه انتخاب فضا توسط افراد برای ورود به آن است و برابر است با مجموع دسترسی هایی که از فضاهای مجاور به فضای گفته شده وجود دارد. هرچه فضایی از سایر فضاها قابل رؤیت تر باشد، کنترل بصری بیشتری نسبت به آن وجود دارد (Benedikt, 1979:243). این موضوع علاوه بر افزایش امنیت در فضا، موجب اجتماع پذیری بیشتر آن نیز خواهد شد. به منظور بررسی این شاخص از ترسیم گراف بصری و ماتریس استفاده شده است.

۴,۳. تحلیل نمونه ها بر اساس فرم، هندسه، ابعاد و تناسبات فضا

همانگونه که پیش از این نیز عنوان شد، این مؤلفه با استفاده از شاخص های "تنوع فضایی" و "درصد فضای باز به بسته" و روش پیمایش میدانی و بر اساس قیاس تطبیقی میان نمونه ها سنجیده می شود.

- تنوع فضایی

در این پژوهش، تنوع فضایی با میزان پاسخگویی به نیازهای ساکنین و برآوردن آسایش افراد مورد سنجش قرار می گیرد. بر اساس مشاهدات میدانی صورت گرفته در ارتباط با نمونه های مورد بررسی، چنین به نظر

و هم پیوندی (فضاهای قرمز و نارنجی رنگ)، عملاً فضاهایی هستند که طبق وضع موجود در مسیر تردد اتومبیل ها هستند و این نشان می دهد موقعیت قرارگیری فضاها و دسترسی ها در این سایت با تفکر درستی سازمان دهی نشده است. این مجتمع دارای کمترین میزان هم پیوندی و بیشترین مقدار عمق است که این عامل به دلیل ترتیب و توالی بلوک ها است که سلسله وار یکی پس از دیگری در سایت قرار گرفته اند. فضای باز نیز در این مجتمع دارای کمترین میزان ارتباط است، چرا که فضاهای مابین بلوک ها جز به واسطه راه عبوری که آنها را یکی پس از دیگری به یکدیگر متصل می کند، ارتباط دیگری با هم ندارند. مجموع این عوامل نشان می دهد، قرارگیری دسترسی ها و ارتباطات در این مجتمع چندان مناسب و موفق نیست.

در مجتمع ابریشم نیز فضاهایی که دارای ارتباط و هم پیوندی مناسبی هستند، در مسیر عبور اتومبیل ها قرار گرفته اند. این مجتمع دارای عمق نسبتاً زیادی است و این عامل به دلیل توالی قرارگرفتن مجتمع های مسکونی در سایت، به وجود آمده است. هم پیوندی و ارتباط فضای باز آن نیز نسبت به سایر نمونه های موردی دارای امتیاز متوسطی است. در اینگونه سازماندهی فضایی، بلوک ها موقعیت های مشابهی نسبت به کاربری های فضایی مختلف ندارند و برای برخی از ساکنین در دسترس تر و بعضی به سختی امکان دسترسی به برخی از کاربری ها را پیدا می کنند.

در مجتمع اساتید، محل قرارگیری فضای نشستن و تجمع دقیقاً در مکانی قرار گرفته است که از نظر شاخص های ارتباط و هم پیوندی در وضعیت مناسبی قرار دارد. در این مجموعه به دلیل مرکزیت داشتن چیدمان بلوک ها، دسترسی فضایی به محل نشستن به راحتی صورت می گیرد و اکثر کاربری ها دسترسی های یکسانی به بلوک ها دارند. این

در طراحی هیچ یک از مجتمع‌ها، محله‌ای که مجتمع در آن واقع شده، مورد توجه نبوده و در واقع مجتمع‌ها به محله‌ها پشت کرده‌اند. عدم برنامه‌ریزی و کیفیت پایین فضا سازی در این زمینه از قابلیت فضاهای باز کم کرده است. از بین مجتمع‌های مورد بررسی تنها در مجتمع جنت فضاهای نشستن برای دو بلوک، به صورت مجزا طراحی شده‌اند که استفاده از فضا را اندکی خصوصی‌تر کرده و این فضا از طرف ساکنان مورد استقبال قرار گرفته است. به نظر می‌رسد ساکنین این مجتمع نشستن در فضای باز نیمه عمومی خود را بر فضای باز اصلی مجتمع ترجیح می‌دهند که دلیل آن می‌تواند دنج‌تر و امن‌تر بودن این قسمت باشد. چیدمان مختلط امکان به وجود آمدن چنین فضاهایی با فرم‌های متفاوت مابین بلوک‌های مسکونی را فراهم می‌کند. سازماندهی فضایی مجموعه‌ای نیز به واسطه نوع چیدمان، می‌تواند اولویت بعدی در ایجاد فضاهای نیمه عمومی باشد.

در میان چهار مجتمع مورد بررسی، جز گونه خطی در سه مدل دیگر حدود ۶۰ درصد فضای سایت به فضای باز اختصاص داده شده است.

می‌رسد که در اغلب مجتمع‌های مسکونی، تأمین فضاهای متنوع متناسب با نیازهای افراد ساکن، به عنوان یک اولویت مد نظر قرار گرفته است. از جمله این اقدامات می‌توان به تعبیه فضاهای متنوعی چون فضای اجتماع، بازی، فضای سبز، فضای نشستن و... در آنها اشاره نمود. با این حال فضاهای باز مجتمع‌های مرکزی و مختلط، به دلیل داشتن فرم‌های متفاوت، دارای بالاترین میزان تنوع فضایی کالبدی هستند. این تنوع فضایی در قالب کالبد و فرم‌های مختلف فضایی، باعث اجتماع پذیرتر شدن فضاهای باز در مجتمع‌های مذکور شده‌اند. این در حالی است که مجتمع با الگوی چیدمان خطی، دارای کمترین میزان تنوع فضایی است و این موضوع در عدم تمایل ساکنین از فضاهای باز این مجتمع‌ها نیز قابل مشاهده است.

تقریباً تمامی مجتمع‌های مسکونی قابلیت فضای باز خود را در محدوده کاربری‌های عمومی و مشاع مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند و به دو حوزه کاربری‌های اختصاصی (مانند استفاده از فضای باز به صورت حیاط خلوت یا بالکن خصوصی) و عمومی محله بی‌توجهند.

جدول شماره ۷: تحلیل نمونه‌ها بر اساس فرم، هندسه، ابعاد و تناسبیات فضا

تحلیل نمونه‌ها بر اساس فرم، هندسه، ابعاد و تناسبیات فضا	
	فضاهای باز و بسته
	فضای دنج و سبز مناسب برای نشستن

چون عمق، ادغام و مرتبه نسبی هستند که در تحلیل اجتماع پذیری نمونه‌های موردی به کار برده شده‌اند.

- در خصوص شاخص سلسله مراتب، طبق نتایج به دست آمده در جدول شماره ۴، چنین مشاهده می‌شود که در چیدمان مرکزی، کمترین میزان عمق فضایی شکل گرفته است. این امر منجر به آن می‌شود که فضاهای باز در مرکز این مجتمع از میزان اجتماع پذیری بیشتری برخوردار شوند. این در حالی است که در مجتمع‌های خطی و دارای طول زیاد به دلیل توالی فضایی و هندسه خطی آنها، عملاً مقدار عمق فضایی افزایش یافته است. همچنین در مشاهدات صورت

۴.۴. تجزیه و تحلیل

همانگونه که در روش تحقیق نیز عنوان شد، جمع‌آوری برخی از داده‌های این پژوهش علاوه بر روش نرم‌افزاری به صورت مشاهدات میدانی و قیاس تطبیقی انجام گرفت که از این نتایج به منظور اعتبارسنجی خروجی‌های نرم‌افزاری استفاده شد. نتایج نرم‌افزاری در این پژوهش، محدوده‌هایی را در هر کدام از مجتمع‌ها مشخص نمود که بیشترین امکان اجتماع‌پذیری بر اساس شاخص‌های مورد نظر پژوهش، در آن فضاها رخ می‌دهد که این امر از ویژگی‌های منحصر به فرد مقاله است. دیاگرام‌های این مقاله نیز مبنای تحلیل شاخص‌هایی

- و اما برای بررسی شاخص تنوع فضایی، همانگونه که مشاهده شد، وجود خط آسمان دارای وسعت دید بیشتر و احساس گشودگی فضای باز، بر میزان اجتماع پذیری یک فضای عمومی می افزاید، از بستگی فضای باز می کاهد و تمایل ساکنین را به استفاده از فضا افزایش می دهد. همچنین وجود چیدمان های مختلف برای قرارگیری و طراحی بلوک ها فضاهای متنوع تر و کاربردی تری را به منظور کاربری های مختلف ساکنین فراهم می آورد.

آنچه از بررسی پژوهش های معرفی شده در پیشینه برمی آید این است که، در تمامی پژوهش های صورت گرفته، نقش افراد را در فضاهای باز مورد تحلیل قرار داده اند که با توجه به ماهیت ساجکتیو چنین موضوعاتی، عموماً از روش های پیمایش میدانی و پرسشنامه برای استخراج و تحلیل داده ها استفاده شده است؛ در تمامی این پژوهش ها ابعاد اجتماعی، شخصیتی و ادراکی استفاده کنندگان نقش بارزی در نتایج و روند پژوهش داشته اند. درحالی که پژوهش حاضر، نوع ادراک ساکنین و استفاده کنندگان از فضا اصلاً مد نظر نبوده و تحلیل کالبدی محیط با استفاده از تئوری نحوفضا (به عنوان ابزاری برای تحلیل نظام پیکره بندی فضایی) انجام گرفته است.

شایان ذکر است که تاکنون پژوهشی به تحلیل ویژگی های فضایی، فضاهای باز مجتمع های مسکونی و نقش سازماندهی بلوک ها در اجتماع پذیری این فضاها با نگاهی فضا محور نپرداخته است. بنابراین با توجه رویکرد آجکتیو موضوع در تحلیل فضا، از روش نحو فضا به منظور تحلیل نظام چیدمان بلوک های مسکونی استفاده شده است که این موضوع نیز بر جنبه بداعت این پژوهش نسبت به نمونه های مشابه تأکید دارد.

۵. نتیجه گیری

با توجه به رویکرد جدید مقاله حاضر که به دنبال تحلیل چگونگی تأثیر چیدمان فضا بر شکل گیری فضاهای اجتماع پذیرتر در فضاهای باز مجتمع های مسکونی با استفاده از روش هایی مثل تکنیک نحوفضاست و در ارتباط با سئوالات اصلی تحقیق که برای دستیابی به اهداف پژوهش هستند، موارد زیر در قالب نتیجه عنوان می شوند. -جانمایی نامناسب و قرارنگرفتن صحیح فضاها در سایت پلان یک مجموعه مسکونی باعث عدم استقبال از فضای مورد نظر و اجتماع گریزتر شدن آن می شود؛ هر چند نیاز به استفاده از این فضا به شدت احساس شود.

-چنانچه یک فضا از لحاظ دسترسی دارای عمق نسبتاً زیادی باشد، به سختی مورد استقبال قرار می گیرد، در نتیجه طراحی مجموعه بایستی به گونه ای باشد که از به وجود آمدن فضاهایی با طول زیاد در پلان جلوگیری شود. به عبارت دیگر سلسله مراتب کمتر، اجتماع پذیری بیشتر مجموعه را به همراه خواهد داشت.

-تنوع در چیدمان بلوک ها می تواند اجتماع پذیری را در فضای باز افزایش دهد، زیرا نحوه چیدمان بلوک ها با توجه به این که امکان تنوع فضایی را در پلان افزایش می دهد، به دنبال به وجود آمدن فضاهایی با فرم های متفاوت و غیر یکسان، باعث جذابیت بیشتر از لحاظ بصری، جلوگیری از سردرگمی تازه واردین و امکان ایجاد فضاهایی با درجات متفاوت نیمه عمومی و عمومی گردد، که اجتماع پذیرتر شدن یک

گرفته از این دو گونه مجتمع، این موضوع قابل توجه بود که چنانچه در طراحی این مجتمع ها از نقاط انتهایی به عنوان فضایی برای نشستن یا حتی بازی استفاده شود، به دلیل قرارگیری این فضاها در عمق بالای فضایی، از میزان استقبال آنها توسط ساکنین کاسته و این فضاها کمتر توسط افراد مورد استفاده قرار می گیرند.

- اما در مورد شاخص دسترسی پذیری، با بررسی تصاویر حاصل از تحلیل قابلیت بصری در فضای باز میان مجتمع های مسکونی، چنین به نظر می رسد که در مجتمع های مختلط، چنانچه فضاهای بازی در میان محوطه ورودی این مجموعه قرار دارند، بیشترین مساحت دید را به خود اختصاص خواهند داد و این عامل این منطقه را اجتماع پذیرتر می سازد. در مجتمع با چیدمان مرکزی، با وجودی که بخش زیادی از فضای باز آن دقیقاً در وسط بلوک ها واقع می شود، اما به دلیل عدم امکان دید از ورودی مجموعه، این مکان با حداقل دسترسی دید مواجه خواهد شد و عملاً برای ساکنینی که در قسمت های ورودی اصلی مجموعه در حال عبور هستند، یا ساکنین درون واحدهایی که در این قسمت هستند، غیر قابل دید است؛ به نحوی که تنها تعداد کمی بلوک توانایی دید از پنجره هایشان به این قسمت را دارند. در مجتمع های خطی و دارای طول زیاد، به دلیل متوالی بودن قرارگیری بلوک ها، دید به برخی مناطق تنها به بلوکی که در همجواری آن فضای باز قرار دارد، محدود می شود و در قسمت های انتهایی سایت، به هیچ عنوان دسترسی بصری مطلوبی وجود ندارد. بنابراین، این فضاها کمترین میزان اجتماع پذیری را به خود اختصاص می دهند. همچنین از آنجا که موانع خاصیت بازدارندگی و کاهش نفوذ پذیری را دارند، در کاهش دسترسی پذیر بودن یک فضا نیز تأثیر بسزایی دارند که این عامل باعث کاهش اجتماع پذیری فضاهای باز در مجتمع های خطی و طولی خواهد شد.

-با توجه به موارد عنوان شده در بخش ۵-۲- (جانمایی فضایی) چنین برداشت می شود که گونه های مختلط و مرکزی به واسطه نوع چیدمان بلوک هایشان، دارای بیشترین میزان هم پیوندی، حداقل انفکاک و حداکثر دسترسی پذیری به فضای باز هستند. همچنین در این دو گونه مجتمع مقدار شاخص عمق نیز کمترین میزان است که این مورد نشان از جانمایی نسبتاً صحیح کاربری ها در چیدمان فضایی هر دو الگو دارد و همه این عوامل منجر به اجتماع پذیرتر شدن فضاهای بین بلوک ها در این دو الگو خواهد شد.

-در خصوص شاخص شفافیت نیز نتایج نشان می دهد، گونه مرکزی و مختلط با وجود تنوع فضایی زیاد و امکان دیده شدن دو به دو فضاها توسط یکدیگر، کنترل دید بیشتری را به وجود می آورند و این امر شفافیت فضایی کاربری های مختلف موجود در پلان را افزایش می دهد. بنابراین می توان چنین عنوان داشت که فضاهای باز این دو گونه مجتمع، فضایی امن با قابلیت و وسعت دید بالا هستند. این امر موجب می شود عملکرد فضا بهینه شده و میزان اجتماع پذیری افزایش یابد. اما در ارتباط با گونه های مجموعه ای و خطی به دلیل وجود موانع زیاد و عدم وجود دسترسی بصری مناسب از همه بلوک ها به فضاهای باز، میزان شفافیت فضایی تا حدی نسبت به دو گونه اول کاهش یافته و این امر نیز مبین کاهش اجتماع پذیری فضاهای باز در این مجموعه ها در مقایسه با الگوهای مرکزی و مختلط است.

- با توجه بیشتر به شاخص های مؤثر در افزایش کیفیت کالبدی می توان سطح انتظارات ساکنین یک محله را تأمین کرد، به گونه ای که با وجود جانمایی در شرایط یکسان محله، ساکنین مجتمعی که شاخص های کیفیت کالبدی را بهتر رعایت کرده اند، از محیط زندگی خود احساس مطلوب تری خواهند داشت.

در نهایت با توجه به نتیجه های به دست آمده و تجزیه و تحلیل داده ها الگویی که بتواند نقاط قوت الگوهای مرکزی و مختلط در خصوص اجتماع پذیری را شامل شود، به عنوان الگوی مناسب طراحی فضای باز، در راستای افزایش اجتماع پذیری معرفی می شود. بدین معنی که ما می توانیم الگویی با چیدمان مرکزی اما فرم های مختلط را که به صورت ترکیبی از هر دو نوع الگو است، به عنوان الگویی نوین در طراحی های پیش رو فضاهای باز مجتمع های مسکونی آتی مد نظر قرار دهیم، که تاکنون مورد توجه نبوده است.

References:

- Askari Tafreshi, H. & Adibzadeh, b. & Rafi`ian, M. & Hosseini, V. (2010). Barresi Avamel Mohiti Moaser Dar Nosazi Baft-Ha-Ye Farsodeh Shahri Be Manzore Afzayesh Amniat Mahali [Study of environmental factors affecting the renovation of dilapidated urban structures in order to increase local security]. Quarterly Journal of Hoviat Shahr, 6(4), 66-75. [in Persian]
- Bagheri, H. & Norouziyan, S. (2016). Identification of variables affecting socialization in the field of housing. Maskan Va Mohit Rosta, 35(154), 17-28. [in Persian]
- Bentley, I. (2003). Respondent environments. (Translated by Behzadfar, M). University of Science and Technology Publications.
- Barker, R. (1968). Ecological Psychology: Concepts and Methods for Studying in the environment of human behavior. Stanford standard university press, 56-66
- Benedikt, M. (1979). To Take Hold Of Space: Isovist Fields. Environment and Planning, Planning And Design, 246-265.
- Chermayev, S. & Alexander, Ch. (1992). Areas of collective life and private life: Towards a human life. (Translated by Mozini, M). University of Tehran Press.
- Daneshpour, A. & Charkhchian, M. (2007). Public spaces and factors affecting collective life. Bagh-e Nazar, 4(7), 71-80. [in Persian]
- Einifar, A. & Ghazizadeh, N. (2010). Goneh Shenasi Mojta-me-Ha-Ye Maskoni Tehran Ba Meyar Fazaye Baz [Typology of Tehran residential complexes with open space criteria]. Armanshahr Magazine, 10(2), 43-52. [in Persian]
- Fergus, J. (2000). Psychology of Social Interaction:

مجموعه را به همراه خواهد داشت. همان طور که دیاگرام های تهیه شده از مجتمع ها نشان داد، مجتمع های مرکزی و مختلط به واسطه چیدمان های فضایی مختلف و ایجاد فضای سبز و بازی و نشستن بیشتر، می توانند این تنوع فضایی را افزایش دهند.

- پاسخگویی به نیاز همه افراد، اجتماع پذیری بیشتر فضای باز را فراهم می آورد. کودکان بایستی بتوانند آزادانه و در امنیت کامل در فضاهای باز مجتمع بازی کنند و خانواده ها بایستی بتوانند در این فضاها نیازهای اولیه شان که شامل فضایی مناسب برای نشستن، مکث، استراحت و تعامل است را پاسخ گویند. تنوع فضایی بیشتر امکان قابل استفاده بودن فضا برای همگان را افزایش می دهد و تعادل در میزان فضای باز به نسبت فضاهای بسته مجتمع به دلیل ایجاد حس فراخی و خط آسمان واضح تر میزان اجتماع پذیری را ارتقا می دهد.

- با ایجاد تعادل در درصد فضای باز و بسته می توان به افزایش اجتماع پذیری کمک کرد. به هر میزان که این دو معیار با تساوی بیشتری در فضا تقسیم شده باشند، می توان فضاهای دل بازتر و مطلوب تری را در مجتمع مسکونی داشت. خط آسمان قابل رؤیت، توجه به ارتفاع بلوک ها به صورتی که مانع دید به آسمان نگردد، انگیزه فرد را برای حضور در فضای باز ارتقا می دهد.

- اجتماع پذیری بیشتر ملزم به ایجاد عمق بصری کمتر و ارتباط و هم پیوندی بیشتر است. همچنین به نتیجه رسیدیم، به دست آمدن این مهم با افزایش اقبال به سمت الگوهای مرکزی و مجموعه ای در مجتمع های مسکونی به دست می آید.

اما چنانچه به هر دلیلی مجبور به استفاده از چیدمان های دیگری در طراحی مجتمع های مسکونی شدیم، حتماً طراحی را همگام با سنجیدن فاکتورهای فوق در نرم افزار مورد سنجش قرار دهیم تا بتوانیم مکان های نامطلوب و آسیب زا را به وسیله نرم افزار شناسایی کنیم و در قراردادن کاربری های مختلف در این فضاها به صورت علمی تر تصمیم گیری نماییم. این پژوهش ضرورت و محاسن استفاده از نرم افزار و کمک هایی که از آن در جهت طراحی فضاهای باز مجتمع های مسکونی می توان گرفت را بیشتر و بهتر آشکار می سازد.

با توجه به این که طبق تحلیل های به دست آمده در اکثر شاخص های مورد بررسی مجتمع مرکزی و مختلط دارای حداکثر میزان اجتماع پذیری هستند، پیشنهادات زیر در مورد طراحی مجتمع مطرح می گردد:

- نزدیک کردن طراحی مجتمع های مسکونی به گونه های مختلط و مرکزی،

- فضاهای بازی که هم پیوندی و ارتباط بیشتری دارند، بیشتر مورد استفاده قرار می گیرند،

- توسعه فضاهای مناسب برای نشستن با تمرکز بر فراهم بودن سایه مناسب و یا امکان آفتاب گیری و اعمال شفافیت و دسترسی پذیری حداکثری،

- ایجاد فضای بازی در سلسله مراتب کمتر با امکان ایجاد حداکثر شفافیت و ارتباط،

- ایجاد و توسعه فضاهای نیمه باز مشترک در طبقات مجموعه مسکونی مانند بالکن های اجتماعی، توجه به وجود فضاهای عمومی، خصوصی و نیمه عمومی و

- Interpersonal Behavior. (Translated by Firooz Bakht, M and Beigi, K). Mahd Publications.
- -Gol, J. (2000). Public spaces and public life. Shahid Beheshti University Press.
 - -Hedman, R. (2005). Fundamentals of Urban Design. (Translated by R. Reza Zadeh, M.
 - Abaszadegan). Tehran: University of Science and Technology Publications.
 - - Heidari, N. & Salehi, M. (2016). Arzyabi Meyarhae Taamol-Paziri Ejtemaie Va Sarzendegi Dar Fazahae Namayshgahi [Evaluation of criteria of social interaction and vitality in exhibition spaces]. Modiriati Shahri, 6(5), 351-380. [in Persian]
 - - Heidari, A. & Peyvastegar, Y. & Kiai, M. (2016). Analysis of granulation of residential blocks from a criminological perspective using space syntax. Memari Va Shahrzai, 7(11), 91-101. [in Persian]
 - - Heidari, A. & Peyvastegar, Y. & Mohebinejad, S. & Kiai, M. (2017). Evaluation of methods of creating privacy in three systems of large, small and small Peymon in the configuration of Iranian-Islamic housing using space syntax. Maremat Va Memari Iran, 8(6), 51-68. [in Persian]
 - -Jiang, G. & Hokao, K. (2006). Research On Residential Lifestyles In Japanese Cities From The Viewpoints Of Residential Preference, Residential Choice And Residential Satisfaction. Landscape And Urban Planing, 5(1), 165-178.
 - -Karami, I. & Mohammad Hosseini, P. (2015). Study of the effect of socialization of public spaces on social sustainability of residential complexes. Motaleat Shahri, 26(1), 43-56. [in Persian]
 - -Kiai, M. & Peyvastegar, Y. & Heidari, A. (2018). Baresi Keyfiat Nofozpaziri Labe Bar Tamin Amniat Faza (Nemone Moradi: Tahlil Fazaei Sakhtar Timcheh Dar Bazarhaye Sonati Iran) [Study of the permeability quality of the edge on space security (Case study: Spatial analysis of Timcheh structure in traditional Iranian markets)]. Honar-Ha-Ye Ziba, 6(5), 41-54. [in Persian]
 - -Lang, J. (2002). Creation of architectural theories, (Translated by Einifar, A), University of Tehran Press.
 - -Lang, J. (2007). Urban Design, Typology, Procedures and Designs. (Translated by Bahreini, H). University of Tehran Press.
 - -Lerup, L. (1972). Enviromental And Behavioral Congruence as a Measure of Goodness in Public Space Two Case Studies in Stockholm. Ekistic, 341-357.
 - -Manum, M. & Bendik, F. & Espen, R. & Benze. P. (2005). AGRAPH, Software for Drawing and Calculating Space Syntax Graphs. International Space Syntax Symposium, 7(1) 13-17.
 - -Mayhew, D. (2003). Dictionary Of Geography. Oxford University Press.
 - -Mohammadi, M. & Ayatollah Zadeh, M. (2014). Avamel Moaaser Dar Erteghae Ejtema Paziri Banahae Farhangi [Effective factors in promoting the socialization of cultural buildings]. Nameh Memari Va Shahrzazi, 5(3), 50-59. [in Persian]
 - -Momeni, K. (2015). Baresi Abzar-Ha Va Ravesh-Ha-Ye Ejade Mahramiat Dar Khane-Ye Zinat al-Mulk Montabegh Bar Ayat Va Revayat Eslami [Study of tools and methods of creating privacy in the house of Zinat al-Mulk in accordance with Islamic verses and traditions]. Faslnameh pazhohesh-Ha-Ye Memari Eslami, 131-121. [in Persian]
 - -Mousavi, M. & Zargar Daqiq, H. (2010). Tahlil Sakhtar Fazaie Shahr Tabriz Dar Mahdodeh Baro Ba Estefadeh Az Teknik Space Syntax [Analysis of the Spatial Structure of Tabriz in the Fortress Area Using Space Synthesis Technique]. Abadi, 245. [in Persian]
 - -Salehinia, M. & Memarian, G. (2009). Socialization of Architectural Space. Honar-Ha-Ye Ziba, 6(3), 5-12. [in Persian]
 - -Shojaei, D. & Partovi, P. (2015). Factors affecting the creation and promotion of socialization in public spaces with different scales in Tehran. Bagh-e Nazar, 6(2) No. 34. [in Persian]
 - -Taghipour, M. & Bazrafkan, K. (2015). The role of Spatial Organization in the Typology of Shiraz (Iran) Residential Complexes. AES Bioflux, 23-32. [in Persian]
 - - Taghipour, M. & Soltanzadeh, H. (2016). The role of environmental organization in the social interaction of residents of Shiraz residential complexes (Amirkabir, Janat, Abrisham, Motahhari complexes). Barname Rizi Fazaie (Geography), 6(1), 79 -102. [in Persian]
 - -Waxman, L. (2004). An Examination of People, Place, and Community with Implications for Design. Ph.D. Thesis, Florida State University.

نحوه ارجاع به مقاله:

محبی نژاد، سارا؛ موحد، خسرو؛ حیدری، علی اکبر؛ تقی پور، ملیحه؛ (۱۴۰۱) نقش سازماندهی فضایی بر افزایش اجتماع پذیری فضاهای باز مجتمع های مسکونی (نمونه مورد مطالعه: مجتمع های مسکونی شهر شیراز)، مطالعات شهری، 11 (43)، 27-40. doi: 10.34785/ .27-40 .J011.2022.754/Jms.2022.98

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.



مدل توسعه گردشگری فرهنگی در استان کردستان

مهدی کروبی^۱ - دانشیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی.
محمدتقی تقوی فرد - استادیار گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی.
سوران احمدی زاد - دانشجوی دکترا، گروه مدیریت گردشگری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی.

تاریخ دریافت: ۰۲ خرداد ۱۳۹۹ تاریخ پذیرش: ۱۴ دی ۱۳۹۹

چکیده

گردشگری از بزرگترین، وسیع ترین و سریع ترین صنایع در حال رشد جهان است که منبع مهم افزایش درآمد، اشتغال و سرمایه در بسیاری از کشورهاست. توسعه گردشگری به عنوان پدیده فرهنگی، موجب می شود که فرصت کافی برای تبادل فرهنگی بین گردشگر و جامعه میزبان به وجود آید. بر این مبنا، آنان می توانند یکدیگر را بهتر درک کرده و به فرهنگ هم بیشتر احترام بگذارند. هدف از انجام پژوهش حاضر، ارائه مدل توسعه گردشگری فرهنگی در استان کردستان است. پژوهش ماهیتاً کاربردی و روش پژوهش، آمیخته (کیفی و کمی) است. محقق به شناسایی عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری فرهنگی استان کردستان با استفاده از مصاحبه های نیمه ساختار یافته (با نظرخواهی از اساتید و مدیران) و استفاده از اطلاعات پژوهشی می پردازد که از طریق پرسشنامه های موجود در زمینه گردشگری فرهنگی بر اساس تحقیقات گذشته، مبانی نظری و مطالعات کتابخانه ای، بررسی نتایج و عوامل شناسایی شده در زمینه گردشگری فرهنگی است. جامعه آماری در هر دو بخش نظری و کاربردی شامل الف) کلیه اعضای هیأت علمی دانشگاه ها (شامل اساتید مدیریت گردشگری استان کردستان و همچنین اساتید دانشگاه های استان های همجوار که در زمینه گردشگری فرهنگی حداقل یک مقاله پژوهشی داشتند)، ب) مدیران گردشگری و کارشناسان و صاحب نظران بازاریابی ادارات میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در شهرستان های استان کردستان، ج) مدیران آژانس های گردشگری استان کردستان و د) گردشگران فرهنگی است. در مرحله اول گردآوری داده ها از طریق مصاحبه کیفی و در مرحله دوم با روش کمی و پرسشنامه ای صورت گرفت و در بخش کمی ابزار گردآوری اطلاعات از طریق پرسشنامه کتبی انجام شد. سپس با استفاده از مفاهیم مشترک، مقوله های هشت گانه مؤلفه پتانسیل شهری، شهروندان، تأثیر شهرهای مرزی، مدیریت رویدادها، گرایش به سایر مقاصد گردشگری، اقتصاد گردشگری، اقتصاد گردشگری، مدیریت دولتی و تبلیغات استخراج شد. نتایج پژوهش حکایت از وضعیت مطلوب پتانسیل شهری، شهروندان، تأثیر شهرهای مرزی، مدیریت رویدادها، گرایش به سایر مقاصد گردشگری و اقتصاد گردشگری داشت؛ ولی مدیریت دولتی و تبلیغات در استان کردستان وضعیت مطلوبی نداشت.

واژگان کلیدی: توسعه گردشگری فرهنگی، استان کردستان.

نکات برجسته

- مدل توسعه گردشگری با توجه به رشد سریع این صنعت و منبع افزایش درآمد و اشتغال در کشورهای جهان ضروری است.
- ذی نفعان محلی به مثابه کنشگران فعالیت گردشگری بیشترین نقش را در توسعه پایدار گردشگری فرهنگی ایفا می کنند.
- هشت مؤلفه مشترک بحث شامل پتانسیل شهری، شهروندان، تأثیر شهرهای مرزی، مدیریت رویدادها، گرایش به سایر مقاصد گردشگری، اقتصاد گردشگری، مدیریت دولتی و تبلیغات است.

۱. مقدمه

منظور از فرهنگ پدیده‌ای معنوی، هنری و علمی است که شناخت آنها در پیشرفت اقوام و اجتماعات مختلف اثر بسزایی داشته و در عین حال وسیله بسیار مؤثر توجه گردشگرانی است که علاقمندند این آثار و فرهنگ قومی را از نزدیک مشاهده نمایند. تنها از راه آشنا کردن فرهنگ با یکدیگر است که دشمنی‌ها به دوستی تبدیل می‌شوند، این هنر بزرگ از گردشگری یعنی مسافرت به دست می‌آید. در واقع آن دسته از گردشگرانی که با هدف شناخت فرهنگ، هنر، تأثیر، موسیقی، آداب و رسوم، صنایع دستی، معماری و آثار تاریخی هر منطقه به آن منطقه سفر می‌کنند، گردشگر فرهنگی نامیده می‌شوند. گردشگر فرهنگی برای بالا بردن اطلاعات علمی و فرهنگی خود با آگاهی کامل منطقه سفر خود را انتخاب می‌کند نه با انگیزه تفریح و خوشگذرانی (Almasi, 2015). اگر فرهنگ به عنوان نیروی محرک در نظر گرفته شود و به گردشگری شکل دهد، آن صورت گردشگری فرهنگی را می‌توان بدین شکل تعریف کرد: حرکت انسان به سوی مراکز جاذب فرهنگی و دور شدن از محل سکناي خويش به قصد جمع آوری اطلاعات و تجربه برای تأمین نیازهای فرهنگی خود. وجود جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی یک شهر باعث رونق گردشگری شهری و عامل ایجاد حرکت‌های توریستی می‌گردد. سوابق تاریخی و شهرت شهرها و جاذبه‌های گوناگونی که در آنها وجود دارد، مهمترین انگیزه سفر مسافران به شهرهای مختلف است (Kazemizad et al., 2010). جاذبه‌های گردشگری به خصوص جاذبه‌های طبیعی همچون سواحل، کوهسارها، بیابان‌ها و نظایر آن اغلب در فصل‌های خاصی از سال توجه گردشگران را به سوی خود جلب می‌کنند که با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح می‌توان از ظرفیت‌هایی غیر از جاذبه‌های طبیعی با عنوان گردشگری فرهنگی تاریخی برای جذب گردشگر داخلی و خارجی بهره‌برد و مشکل فصلی بودن گردشگری در برخی نقاط ایران از جمله استان کردستان را مرتفع کرد. تاریخ بسیار کهن ایران و قرار گرفتن این کشور در مسیر جاده ابریشم و راه ارتباطی بین شرق و غرب باعث گردیده تا ایران به عنوان یکی از قطب‌های تمدن بشری در جهان مطرح باشد. فرهنگ اصیل باستانی و آمیختن آن با فرهنگ اسلامی به اهمیت آن افزوده و به ویژه در سال‌های اخیر حس کنجکاوی جامعه‌شناسان و محققان و توریست‌ها را در مورد بازدید و مطالعه این سرزمین افزایش داده است (Rezvani, 2006).

صنعت گردشگری در بسیاری از کشورها نمودی از هویت فرهنگی یک کشور و یکی از منابع مهم کسب درآمد آن کشور است. توسعه این صنعت برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون بیکاری، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. ایران از نظر جاذبه‌های فرهنگی بسیار غنی است و از لحاظ پتانسیل‌های فرهنگی در بین ده کشور نخست دنیا قرار دارد (Karroubi, 2005). هنگامی که منابع گردشگری فرهنگی به خوبی شناسایی شود، اثرات مثبتی چون حفظ و پایدار ماندن میراث فرهنگی، هنرها، سنت‌ها و آداب و رسوم ملت‌ها در اجتماع و محیط فرهنگی به دنبال خواهد داشت. هنر برنامه‌ریزان و مدیران گردشگری در بخش دولتی و خصوصی آن است که با اعمال شیوه‌ای صحیح ضمن افزایش اثرات مثبت توسعه گردشگری فرهنگی، اثرات منفی آن را به حداقل برسانند. ایران به عنوان یک مقصد جذب

گردشگری، بی‌شک ظرفیت جذب گردشگران بسیاری را دارد که در عرصه تعامل جامع میزبان میهمان علاوه بر منابع اقتصادی چشمگیر، قابلیت توسعه فرهنگی و نیز ارائه سیمای مثبتی از کشور را می‌تواند داشته باشد (Sabbagh Kermani & Amirian, 2000: 58).

توسعه گردشگری فرهنگی برای ساکنان محلی از جنبه‌های مختلفی دارای اهمیت است از جمله: نخست گردشگری فرهنگی جامعه میزبان را به سایر جوامع و فرهنگ‌ها معرفی می‌کند. دوم صنعت گردشگری فرصتی برای ساکنان ایجاد می‌کند تا فرهنگ خود را مستقیم و بدون واسطه و به شکل واقعی به علاقه‌مندان عرضه کند. این عمل به ویژه باعث تقویت غرور و همبستگی جامعه میزبان و افزایش حد تحمل آنان در برابر فرهنگ‌های دیگر می‌شود (Richards, 2000: 18-20).

گردشگری فرهنگی از جمله مباحث مطرح در صنعت گردشگری است و این موضوع در کشوری همچون ایران که مهد تمدن و تاریخ مدون است، جای کار بسیار دارد (Karroubi, 2005). استان کردستان، از استان‌های کردنشین ایران است که در غرب کشور با مرکزیت شهر سنندج واقع شده است. قوم کرد بخشی از قوم باستانی ماد است. کردستان به دلیل آب و هوای منحصر به فرد و جذابیت‌های فرهنگی متنوع، پتانسیل بالایی برای جذب گردشگر دارد. در کردستان حدود هزار و دویست و سی و چهار اثر باستانی شناسایی شده که حدود پانصد اثر از آنها در فهرست آثار ملی به ثبت رسیده است. این استان با برخورداری از جذابیت‌های فرهنگی متنوع می‌بایست با برنامه‌ریزی دقیق در زمینه گردشگری فرهنگی، توریست فرهنگی بیشتری را به این ناحیه کشانده و با فروش و تبلیغات محصولات فرهنگی به گردشگران و مردمان محلی در قبال آن سود رساند و این فرصت مناسبی را برای بهره‌برداری از جاذبه‌های این استان به خصوص جذابیت‌های فرهنگی فراهم می‌آورد. گردشگری فرهنگی در منطقه می‌تواند واجد آثار خاصی مانند دوباره کشف کردن و اهمیت یافتن امتیازات فرهنگی گمشده ساکنان محلی، امکان تشخیص و توسعه آگاهی‌های منطقه‌ای در بعد فضایی و هویت فرهنگی و توسعه فزاینده یک احساس خوب تعلق به یک فرهنگ، ایجاد زیربنای اقتصادی، در یک دوره بلند مدت و افزایش اشتغال در یک اقتصاد در حال رکود باشد (Jamalinejad & Karimi, 2011).

۲. چارچوب نظری

در دنیای امروز صنعت گردشگری به سمت تعطیلات هدفمند و مسافرتی که نیازهای استراحتی و ذهنی را باهم داشته باشد، حرکت می‌نماید و گردشگری فرهنگی یکی از اشکال جدید گردشگری است. در این نوع از گردشگری، عناصر فرهنگی یک جاذبه عمده در مطالعات انسان‌شناسی گردشگری به خصوص در جوامع مقصد گردشگری فرهنگی است (Grunewald, 2002: 1004). اماکن مذهبی و زیارتی نیز جاذبه‌های فرهنگی دیگری هستند که نقش بسیار مهمی در تغییرات اجتماعی و اقتصادی دارند. در مجموع می‌توان گفت عناصر فرهنگی که توسط یک جامعه در عرصه گردشگری به نمایش گذاشته می‌شود، بخشی از سنت‌های جامعه مقصد است. بازدید از مکان‌های تاریخی و یا شرکت در فعالیت‌های تاریخی به گردشگران اجازه می‌دهد تا در مورد گذشته تاریخی و فرهنگی آن منطقه چیزهای زیادی یاد بگیرند

کرونا، سهم سفر در سبد خانواده کمی کوچک‌تر خواهد شد، اما نیاز به سفر و تفریح از بین نخواهد رفت (Skiift Research, 2020).

گردشگری فرهنگی در هر منطقه می‌تواند واجد آثار خاصی مانند دوباره کشف کردن و اهمیت یافتن امتیازات فرهنگی گمشده ساکنان محلی، امکان تشخیص و توسعه آگاهی‌های منطقه‌ای در بعد فضایی و هویت فرهنگی و توسعه فزاینده یک احساس خوب تعلق به یک فرهنگ، ایجاد زیربنای اقتصادی، در یک دوره بلند مدت و افزایش اشتغال در یک اقتصاد در حال رکود باشد.

با توجه به مطالب گفته شده اهداف پژوهش حاضر به شرح زیر است:
الف) هدف کلی:

- ارائه مدل توسعه گردشگری فرهنگی استان کردستان.

ب- اهداف جزئی:

- اعتبارسنجی مدل توسعه گردشگری فرهنگی،

- ساخت نظریه گردشگری فرهنگی در استان کردستان،

- بررسی مبانی نظری مدل های توسعه گردشگری فرهنگی موجود در دنیا،

- استخراج مؤلفه های مناسب مدل توسعه گردشگری فرهنگی استان کردستان و

- شناسایی تأثیر اجزای مدل توسعه گردشگری فرهنگی استان کردستان بر توسعه پایدار گردشگری استان کردستان.

ج) اهداف کاربردی:

- با توجه به کشف روابط بین متغیرهای پژوهش، مدیران سازمان گردشگری و مرتبط می‌توانند بر پایه رابطه گفته شده، وضعیت گردشگری و موقعیت رقابتی خود را مشخص و راهبردهای خود را نسبت به آن تنظیم نمایند.

مطابق نظر سازمان جهانی گردشگری، فرهنگ کلیدی پیچیده از ویژگی‌های ممتاز روحی، عقلانی و احساسی است که یک جامعه یا گروه اجتماعی را توصیف می‌کند. دیدگاه‌های جدیدتری نیز ادعا می‌کنند که فرهنگ به سرمایه‌گذاری جمعی دانش، تجربه، باورها، ارزش‌ها، گرایش‌ها، مفاهیم، سلسله مراتب، مذهب، تصورات زمانی، نقش‌ها، روابط فضایی، تصورات کلی از جهان و اشیاء و دارایی‌های مادی کسب شده توسط گروهی از مردم در طی نسل‌ها از طریق تلاش فردی و گروهی اشاره می‌کند (Richards & William, 2010: 279).

تعریف‌های مربوط به گردشگری فرهنگی نیز در مدت سال‌های زیادی، نقطه مشاجره بین پژوهشگران و صاحبان اندیشه در این حوزه بوده است. یک تعریف کلی پذیرفته شده از گردشگری فرهنگی، به دلیل ماهیت پیچیده فرهنگ وجود ندارد و نمی‌توان به وضوح مرزهای آن را مشخص کرده و تعریف یکسانی از آن ارائه نمود. ولی تعاریف مختلف بسته به دیدگاه نویسندگان یا پژوهشگران ارائه شده است. گسترش گردشگری و به خصوص گردشگری فرهنگی در نقاط روستایی می‌تواند، آثار مثبت بسیاری در زمینه‌ها و ابعاد مختلف اجتماعی و اقتصادی به همراه داشته باشد؛ به طوری که، گردشگری و به ویژه گردشگری فرهنگی، می‌تواند دریچه‌های نوینی از شناخت، توسعه و پایداری را برای جوامع به وجود آورد. همچنین موجب بالا رفتن پتانسیل‌های جوامع محلی برای توسعه، افزایش مشارکت ساکنان در زمینه حفظ میراث فرهنگی، بهبود معیشت مردم

و همچنین تجربه‌های مختلف از فرصت‌های تفریحی کسب کنند و از محیط فرهنگی یک منطقه لذت ببرند (Williams, 2001). مناطق فرهنگی غالباً طیف وسیعی از محصولات فرهنگی (از دیدن آثار تاریخی و مراکز سنتی هنرها و صنایع دستی تا شرکت در رویدادهای تاریخی و کشف سبک‌های زندگی منحصر به فرد) را به گردشگران ارائه می‌دهند. ارائه این محصولات فرهنگی گردشگری به گردشگران باعث ایجاد علاقه خاصی به این شکل از فرهنگ شده که اغلب به حفاظت از سنت‌های فرهنگی و تاریخی و همچنین به حفاظت از میراث فرهنگی و تاریخی منجر می‌شود. به طور بالقوه رابطه بین گردشگری و بخش‌های فرهنگی مکمل همدیگرند. بخش فرهنگی جاذبه‌هایی برای گردشگران ایجاد می‌کند، در حالی که گردشگری مخاطبان اضافی برای رویدادها و فعالیت‌های فرهنگی فراهم می‌کند. بنابراین گردشگری دارای منافع بالقوه بسیاری برای جوامع است؛ به این دلیل که گردشگری یک فرصت برای بهره‌برداری از مناظر روستایی، محصولات کشاورزی، آداب و رسوم و سنت‌های محلی و میراث فرهنگی فراهم می‌کند و همچنین به منظور تأمین نیازهای بازدیدکنندگان و گردشگران خارجی برای جامعه هدف گردشگری، منافع اقتصادی به دنبال دارد (Xiao & Li, 2004).

شیوع ویروس کرونا صنعت گردشگری را تقریباً ویران کرده و تصاویر خیابان‌ها و مراکز تفریحی خالی، خاموشی چراغ‌ها و بسته بودن فروشگاه‌ها در شهرهای جهان بسیار عجیب و گاهی دلهره‌آور است. البته آمار و ارقام صنعت گردشگری در کشورها متناوب است. براساس یک برآورد جهانی، تقریباً ۱۰۰ میلیون شغل در بخش گردشگری و سفر حذف شده‌اند و یا به زودی نابود خواهند شد و پیش‌بینی می‌شود درآمدهای مسافرت بین‌المللی، بیش از ۳۰۰ میلیارد دلار کاهش یابد و از طرفی میزان اشتغال تخت در هتل‌ها به شدت سقوط کرده و اکنون در حدود ۲۵ درصد شناور است. کارشناسان و متخصصان حوزه گردشگری در مورد آینده سفر و گردشگری نظرات متفاوتی دارند، اما در هر صورت کرونا طرز تفکر، رفتار گردشگران و میزان و حجم مسافرت‌های مردم را در سراسر جهان تغییر خواهد داد. دکتر فارلی معتقد است که یک کنجکاو و بلا تکلیفی و تردید میان مردم عادی نیز در جامعه در خصوص آینده زندگی اجتماعی و چگونگی سفر ایجاد شده است. آنها امروزه می‌خواهند علاوه بر هزینه و زمان سفر خود در پسا کرونا، همه چیز را درباره «امنیت» و «ایمنی» خود در برابر بیماری کرونا، در طول سفر، چه در وسایل نقلیه و چه در محل‌های اقامت خود بدانند و از تضمین آن مطمئن شوند. در یک نظرسنجی و بررسی جدید توسط «مرکز تحقیقاتی اسکیت» (بازوی تحقیق و تفحص سفر و تجارت ایالات متحده) ۳۰ درصد آمریکایی‌ها اظهار داشتند که «امیدوارند بتوانند سه ماه بعد از برداشته شدن محدودیت‌های کرونا، سفر کنند» و بقیه نسبت به آغاز فصل گردشگری قبل از سال ۲۰۲۱ امید و تمایل چندانی هم ندارند. برخی از متخصصان صنعت گردشگری، تورگردان‌ها و مالکان هتل‌ها و مدیران فرودگاه‌ها معتقدند که مسافران در پسا کرونا علاوه بر هزینه و هدف سفر و مقصد گردشگری، در آینده به مسائل مربوط به بهداشت و ایمنی حفظ حریم‌های شخصی و فاصله‌گذاری و پاکیزگی حساس‌تر و دقیق‌تر می‌شوند، که البته شاید منجر به افزایش هزینه‌های سفر هم شود ولی با توجه به شرایط و رکود اقتصادی تحمیلی

جاذبیت های فرهنگی متنوع می بایست با برنامه ریزی دقیق در زمینه گردشگری فرهنگی، توریست فرهنگی بیشتری را به این ناحیه کشانده و با فروش و تبلیغات محصولات فرهنگی به گردشگران و مردمان محلی در قبال آن سود رساند. این مورد فرصت مناسبی را برای بهره برداری از جاذبه های این استان به خصوص جاذبیت های فرهنگی فراهم می آورد (Jamali Nejad & Karimi, 2011). پورافکاری در پایان نامه کارشناسی ارشد خود به مقایسه توسعه گردشگری فرهنگی در ایران و ترکیه پرداخت. او به ارزیابی پتانسیل های گردشگری ایران و ترکیه پرداخت زیرا این دو کشور را از حیث فرهنگ جاذبه ها مذهب مشابهت ها و قرابت ها شبیه هم می دانست (Pourafkari, 2016). این پژوهش نشان می دهد که افزایش گردشگری ورودی بین المللی درآمدی بیشتر از نفت تولید می کند و توسعه گردشگری فرهنگی جایگزین مناسبی برای اقتصاد نفتی است (ibid). اهداف اصلی پژوهش فوق عبارت بودند از: ۱- ارزیابی شتاب دهنده های توسعه گردشگری فرهنگی در ایران و ترکیه و ۲- ارزیابی عوامل کاهنده توسعه گردشگری فرهنگی در ایران و ترکیه. نتیجه این تحقیق نشان داد که ترکیه با تبلیغات مناسب تر در زمینه سنن تاریخی، برگزاری فستیوال های بیشتر، مهمان نوازی و حمل و نقل کارآمدتر، گردشگر بیشتری را پذیرا بوده است (ibid). این در حالی است که زیرساخت های ضعیف در موزه ها و سایت های تاریخی در ایران از ضعف های این کشور به حساب می آید. تقوایی و صفرابادی پژوهشی را با موضوع توسعه گردشگری فرهنگی با تأکید بر جاذبه های تاریخی انجام دادند که یافته های آن بیانگر تأثیر بیشتر معیارهای اجتماعی - فرهنگی بر توسعه گردشگری فرهنگی - تاریخی به نسبت سایر متغیرهاست (Taqaee & Safarabadi, 2017). احمدی پژوهشی را با عنوان تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی و اثرات آن در پایداری اقتصادی نواحی روستایی استان زنجان انجام داد (2015 Ahmadi). تأثیرات کلی به دست آمده حاکی از آن است که با گسترش گردشگری روستایی و گردشگری فرهنگی بر میزان اشتغال روستاییان افزوده شده و افزایش اشتغال، افزایش درآمد و تولید در نتیجه سرمایه گذاری را به همراه داشته است (ibid). همچنین، پیشنهادهای مانند آموزش به گردشگران و جامعه محلی در رابطه با اهمیت میراث تاریخی و فرهنگی، تشکیل کار گروه های علمی و تخصصی مرکب از متخصصان بومی منطقه برای تدوین برنامه راهبردی گردشگری فرهنگی، تربیت نیروی متخصص بومی در زمینه گردشگری فرهنگی و بسترسازی برای توسعه پژوهش در زمینه گردشگری فرهنگی و غیره آمده است (ibid). جان پرور و همکاران در پژوهشی با عنوان گردشگری فرهنگی راهبردی به منظور تقویت هویت ملی جمهوری اسلامی ایران، به این نتیجه رسیدند که مهمترین عواملی که سبب تقویت هویت ملی در ایران می گردد، آثار باستانی، پیشینه تاریخی، آثار ادبی و هنر و کمترین عوامل تقویت کننده هویت ملی شامل نژاد و مذهب شیعه است. می توان نتیجه گرفت، توسعه گردشگری و ارتباط میان اقوام و فرهنگ های مختلف خود می تواند منجر به آشنایی اقوام و فرهنگ ها با یکدیگر و در نهایت تقویت همبستگی ملی گردد (Jan Parvar et al, 2019). مصطفی زاده و همکاران پژوهشی را با عنوان برآورد تمایل به پرداخت گردشگران و عوامل مؤثر بر آن انجام دادند. نتایج حاصل از برآورد مدل به روش لاجیت نشان می دهد که متغیرهای سن، هزینه سفر، سطح

از طریق افزایش درآمد و اشتغال و تغییر آداب و رسوم محلی، مؤثر در تنوع مقاصد گردشگری و بهبود تجربه جهانی گردشگری و غیره شود (Jarkko et al., 2014). (Zeppel & Hall, 2018: 90). گردشگری فرهنگی را به دو زیر مجموعه گردشگری میراث و گردشگری هنری تقسیم کردند. گردشگری هنری به نظر می رسد که بیشتر یک پدیده معاصر باشد که عمدتاً در حال حاضر وجود دارد و به مکان خاصی تعلق دارد و طبیعی است که به نسبت گردشگری میراث، ملموس تر و تجربی تر در نظر گرفته شود. البته در بعضی موارد این دو چنان درهم تنیده اند که ایجاد تمایز بین آنها تقریباً ممکن نیست، به ویژه زمانی که منطقه مورد مطالعه ما یک جامعه محلی - بومی است و در آن تفاوت بین گذشته و حال و آینده واضح نیست و یا همانند جوامع غربی قابل دوره بندی نیست، این درهم تنیدگی خود را بیشتر نمایان می سازد. در این جوامع برخی از مراسم و سنت های هنری، عناصر مشخصی از میراث فرهنگی مردم آن منطقه را تشکیل می دهند. همچنین این مسئله در مورد صنایع دستی یا جشنواره ها صدق می کند. حتی در شهرهای تاریخی (به عنوان مثال ایتالیا) ایجاد تمایز بین عناصر هنری و عناصر مربوط به میراث فرهنگی در بین تولیدات و خدمات گردشگری فرهنگی دشوار است. ریچارد در پژوهشی با عنوان گردشگری فرهنگی؛ مروری بر پژوهش ها و روندهای اخیر، به این نتیجه رسید که گردشگری فرهنگی ۳۹ درصد از جهانگردی را امروزه در سطح دنیا به خود اختصاص داده است (Richards, 2019). پژوهش های گردشگری فرهنگی نیز به ویژه در زمینه هایی مانند مصرف فرهنگی، انگیزه های فرهنگی، حفاظت از میراث فرهنگی، اقتصاد گردشگری فرهنگی، مردم شناسی و رابطه با اقتصاد خلاق به سرعت رشد کرده است. ارسون و همکاران گردشگری فرهنگی در دانمارک را مطالعه کردند (Erson et al., 2017). آنها چندین ویژگی مختلف از مقاصد گردشگری را بیان کردند؛ ساختمان های تاریخی، موزه ها، گالری ها، سالن های تأثر، جشنواره ها و رویدادها، مراکز خرید مواد غذایی، کاخ ها، افراد مشهور (نویسندگان)، قلعه ها، ورزش و شهرهای قدیمی. همچنین آنها بخش های مهم مانند قلعه ها، باغ ها، موزه ها و ساختمان های تاریخی را هنگامی که گردشگران تصمیم به بازدید از دانمارک گرفتند، شناسایی کردند. زاره و همکاران پژوهشی را با عنوان عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی با رویکرد جذب گردشگران خارجی مورد شناسی؛ شهر یزد انجام دادند (Zare et al., 2016). آنها دریافتند که نقش تمامی مؤلفه ها در توسعه گردشگری فرهنگی بسیار ضروری است. ماریا و همکاران در پژوهشی با عنوان گردشگری فرهنگی در کلمبیا، به این نتیجه رسیدند که گردشگری فرهنگی منجر به مشارکت ساکنان در زمینه حفظ میراث فرهنگی شده است (Maria et al., 2016). موحد و کهزادی در پژوهشی با عنوان تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان کردستان با استفاده از مدل SWOT، به این نتیجه رسیدند که به رغم پتانسیل گسترده کردستان در زمینه گردشگری، کمبود زیرساخت های کافی، ضعف فعالیت های بازاریابی، ضعف مدیریت گردشگری، مهمترین موانع اساسی بر سر راه توسعه گردشگری کردستان به حساب می آیند (Movahed & Kahzadi, 2010). جمالی نژاد و کریمی در پژوهشی با عنوان گردشگری فرهنگی استان کردستان و نقش آن در توسعه صنعت توریسم، به این نتیجه رسیدند که استان کردستان با برخورداری از

گردآوری اطلاعات پژوهشی توصیفی از نوع پیمایشی است. هدف از پژوهش کاربردی توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است. به عبارت دیگر پژوهش های کاربردی به سمت کاربرد علم و دانش هدایت می شود. جامعه آماری در هر دو بخش نظری و کاربردی (الف) کلیه اعضای هیأت علمی دانشگاه ها شامل اساتید مدیریت گردشگری استان کردستان و همچنین اساتید دانشگاه های استان های همجوار که در زمینه گردشگری فرهنگی حداقل یک مقاله پژوهشی بار تبه علمی (علمی - پژوهشی، علمی - ترویجی، ISI و ISC) داشتند و در این زمینه صاحب نظر بودند، (ب) مدیران گردشگری و کارشناسان و صاحب نظران بازاریابی ادارات میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در شهرستان های استان کردستان، (ج) مدیران آژانس های گردشگری استان کردستان و (د) گردشگران فرهنگی است. برای نمونه گیری، از روش نمونه گیری نظری استفاده شده است. در این روش نمونه گیری تا جایی که مدل به حد ساخت و اشباع برسد، ادامه پیدا می کند. در انجام این عمل از شیوه ای استفاده می کنند که مستلزم همزمانی و انتخاب متوالی داده ها و تحلیل آنهاست. منظور از نمونه گیری نظری در روش نظریه داده بنیاد آن است که پژوهشگر اشکالی از گردآوری داده ها را بر می گزیند که متن و تصویرهای قابل استفاده را در تدوین نظریه فراهم آورند. این امر بدان معنی است که نمونه گیری عمدی (نه احتمالی) و تمرکز بر تدوین نظریه ای است. روش نمونه گیری نظری در این پژوهش برای نمونه گیری استفاده شد. سئوالات مصاحبه از نوع باز بوده و از زبان کارشناسان مفاهیم بیان و استخراج شد. فرآیند انجام مصاحبه ها به وسیله ضبط صوت و سپس پیاده سازی انجام شد. بر این اساس تعداد ۳۵ نفر از نخبگان و صاحب نظران امور گردشگری فرهنگی استان کردستان به عنوان نمونه انتخاب شدند. در این پژوهش برای انتخاب نمونه آماری از روش نمونه گیری غیرتصادفی برای جامعه نامحدود استفاده شده است:

$$n = \frac{z^2 \sigma^2}{d^2}$$

در این فرمول مهمترین پارامتری که نیاز به برآورد دارد S^2 است که همان واریانس نمونه اولیه است. برای محاسبه S^2 تعداد ۳۰ پرسشنامه توزیع شده و واریانس نمونه اولیه محاسبه می شود. مقدار Z یک مقدار ثابت است که به فاصله اطمینان و سطح خطا (α) بستگی دارد. برای مثال اگر سطح خطا یا سطح معناداری برابر ۵ درصد در نظر گرفته شود، سطح اطمینان برابر با ۹۵ درصد خواهد بود. در نتیجه مقدار Z با توجه به جدول آماری ۱٫۹۶ خواهد بود. مقدار d نیز براساس همان سطح خطا یا برابر ۰٫۰۵ در نظر گرفته می شود. در این پژوهش انحراف معیار ۳۰ نمونه اولیه برابر با ۰٫۴۱ به دست آمد که پس از جاگذاری در فرمول فوق تعداد ۲۴۸ نمونه جمع آوری می شود:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times (0.401)^2}{(0.05)^2} = 248$$

در مرحله اول گردآوری داده ها از طریق مصاحبه کیفی و مرحله دوم با روش کمی و پرسشنامه ای صورت می گیرد. در این تحقیق از منابع

تحصیلات، بعد خانوار، درآمد و میزان رضایت بازدیدکنندگان بر تمایل به پرداخت تأثیر معنی دار داشته و متغیر سابقه پرداخت، تأثیری بر تمایل به پرداخت افراد نداشته است (Mostafazadeh et al., 2019).

۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به هدف آن از نوع توسعه ای - کاربردی است. هدف این پژوهش توصیف کردن شرایط یا پدیده مورد بررسی است و اجرای این گونه پژوهش ها می تواند صرفاً برای شناخت بیشتر شرایط موجود یا یاری دادن به فرآیند تصمیم گیری باشد (Sarmad et al., 2014).

با توجه به این که در پژوهش حاضر امکان استفاده از نتایج در برنامه جذب گردشگر فرهنگی وجود دارد، پژوهشی کاربردی است. روش پژوهش مورد استفاده، روش پژوهش آمیخته (کیفی و کمی) است. ابتدا محقق اقدام به شناسایی عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری فرهنگی استان کردستان به روش های ذیل می کند:

(الف) با استفاده از روش مصاحبه های نیمه ساختار یافته از طریق نظرخواهی از اساتید و مدیران در بخش نمونه آماری تا حد اشباع نظری (۳۵ نفر) و

(ب) با استفاده از اطلاعات پژوهش که از طریق پرسشنامه های موجود در زمینه گردشگری فرهنگی بر اساس تحقیقات گذشته، مبانی نظری و مطالعات کتابخانه ای، بررسی نتایج و عوامل شناسایی شده در زمینه گردشگری فرهنگی است.

این پژوهش که به دنبال ارائه مدل و روشی جدید است، پژوهشی کاربردی محسوب می شود. از نظر نحوه گردآوری داده ها نیز در گروه پژوهش های توصیفی (غیرآزمایشی) قرار می گیرد. برای حل مسئله پژوهش و تدوین مدلی برای گردشگری فرهنگی، از روش پژوهش کیفی و به طور خاص در ساخت نظریه از روش «نظریه داده بنیاد» استفاده شد (Sarmad et al., 2014). هدف نهایی نظریه داده بنیاد ارائه تبیین های جامع نظری در مورد یک پدیده خاص است. به طور کلی، این راهبرد، داده های حاصل از منابع اطلاعاتی را به مجموعه ای از کدها، کدهای مشترک را به مقوله ها و آنگاه مقوله ها را به نظریه تبدیل می کند. بر این اساس، استراوس و کوربین نظریه حاصل از چنین فرآیندی را محصول رویکردی استقرایی می دانند که از مطالعه یک پدیده حاصل شده است. در واقع، در نظریه داده بنیاد به جای آن که پژوهشگر از همان ابتدای پژوهش با در اختیار داشتن یک نظریه به دنبال تأیید آن باشد، اجازه می دهد تا نظریه حاکم بر رفتار پدیده مورد بررسی در حین گردآوری و تحلیل داده ها خود از درون داده ها نمایان شود (Iman & Mohammadian, 2008).

با توجه به هدف ها و نوع تحقیق، از لحاظ روش شناسی برای این تحقیق، پیمایش مناسب ترین روش است. پیمایش روشی است که از طریق ابزارهای سنجش، اطلاعات در مورد نمونه آماری مورد نظر با دقت، سرعت و کارایی زیاد به دست می آید و می توان نتایج آن را به جامعه بزرگتر تعمیم داد (Delavar, 2005). همچنین این پژوهش از نظر نحوه جمع آوری اطلاعات از نوع مقطعی است و از این بابت که می خواهد وضعیت متغیرها را بررسی نماید از نوع پژوهش های میدانی است. بر این اساس پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه

انجام شده است. پرسشنامه حاوی تعدادی سؤال درباره متغیرهای مورد سنجش از جامعه مورد مطالعه است. این سئوالات با استفاده از تکنیک‌های خاص و نیز مقیاس‌ها به گونه‌ای ساخته می‌شود که بتوان اطلاعات مورد نظر را از جامعه یا نمونه مورد مطالعه گردآوری کرد. مفاهیم و مقوله‌های مؤثر با گردشگری فرهنگی، از طریق مصاحبه با خبرگان و در قالب جدول شماره ۱ ارائه شده است. در این پژوهش به طور کل ۱۱۴ کد مستخرج نهایی در قالب ۴۶ مفهوم دسته بندی شده است. در جدول زیر مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با اجزای اصلی مدل نشان داده شده و با استفاده از مفاهیم مشترک به مقوله‌ها و فرضیات می‌رسیم که تعداد آن‌ها هشت مقوله و فرضیه است.

کتابخانه ای و اسناد و مدارک علمی، مصاحبه و همچنین پرسشنامه برای جمع آوری داده‌های تحقیق استفاده خواهد شد. در بخش کیفی ابزاری که برای جمع آوری اطلاعات مورد استفاده قرار گرفته عبارتست از مصاحبه نیمه ساختارمند. دلیل استفاده از مصاحبه و دستیابی به اطلاعات دست اول حاصل از تعامل پژوهشگر با مصاحبه شونده‌گان است. این نوع مصاحبه به این صورت است که توسط مجموعه ای از سئوالات و مباحث شکل گرفته اما نه به صورت کاملاً دقیق با سئوالات منظم از پیش تعیین شده، بلکه به صورت یک چک لیست از آنچه که باید مورد سؤال قرار گیرد و محقق بتواند با آزادی بیشتری جلسه مصاحبه را مدیریت کند. در بخش کمی، ابزار گردآوری اطلاعات از طریق پرسشنامه کتبی

جدول شماره ۱: مفاهیم و مقوله‌های مؤثر با گردشگری فرهنگی ←

ردیف	سئوالات	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار	
	جاذبه طبیعی	۲۵	۴۴	۲۶	۱۲۱	۳۲	۳/۳۶	۱/۲	نسبت‌های شهری
		۱۰/۱	۱۷/۷	۱۰/۵	۴۸/۸	۱۲/۹			
	آب و هوا	۱۵	۴۵	۷۹	۶۱	۴۸	۳/۳۲	۱/۱۵	
		۶/۰	۱۸/۱	۳۱/۹	۲۴/۶	۱۹/۴			
	اقامتگاه بومگردی	۴۲	۴۳	۸۱	۳۸	۴۴	۲/۹۹	۱/۳۱	
		۱۶/۹	۱۷/۳	۳۲/۷	۱۵/۳	۱۷/۷			
	حمل و نقل	۱۶	۴۰	۵۴	۹۵	۴۳	۳/۴۲	۱/۱۴	
		۶/۵	۱۶/۱	۲۱/۸	۳۸/۳	۱۷/۳			
	امکانات رفاهی	۴۳	۲۵	۹۷	۶۴	۱۹	۲/۹۶	۱/۱۶	
		۱۷/۳	۱۰/۱	۳۹/۱	۲۵/۸	۷/۷			
	مهمان نوازی	۱۰	۵۴	۷۰	۵۸	۵۶	۳/۳۸	۱/۱۷	
		۴/۰	۲۱/۸	۲۸/۲	۲۳/۴	۲۲/۶			
	تخفیف به شهروندان	۱۵	۵۶	۸۲	۷۱	۲۴	۳/۱۳	۱/۰۶	
		۶/۰	۲۲/۶	۳۳/۱	۲۸/۶	۹/۷			
	درآمدزایی برای شهروندان	۱۰	۷۴	۵۳	۹۳	۱۸	۳/۱۴	۱/۰۵	شهروندان
		۴/۰	۲۹/۸	۲۱/۴	۳۷/۵	۷/۳			
	آموزش شهروندان	۳۹	۵۶	۵۸	۸۵	۱۰	۲/۸۸	۱/۱۶	
		۱۵/۷	۲۲/۶	۲۳/۴	۳۴/۳	۴/۰			
	مشارکت شهروندان در رویدادها	۲۳	۲۶	۸۳	۷۷	۳۹	۳/۳۲	۱/۱۴	
		۹/۳	۱۰/۵	۳۳/۵	۳۱/۰	۱۵/۷			
	فرهنگ مشترک	۴۰	۴۳	۸۷	۶۰	۱۸	۲/۸۹	۱/۱۵	
		۱۶/۱	۱۷/۳	۳۵/۱	۲۴/۲	۷/۳			
	گردشگری سلامت	۲۳	۳۷	۳۲	۱۱۳	۴۳	۳/۴۶	۱/۲	شهرهای مرزی
		۹/۳	۱۴/۹	۱۲/۹	۴۵/۶	۱۷/۳			
	رویداد مشترک	۳۸	۴۰	۴۹	۶۸	۵۳	۳/۲۳	۱/۳۶	
		۱۵/۳	۱۶/۱	۱۹/۸	۲۷/۴	۲۱/۴			
	تور مشترک	۲۵	۵۲	۱۸	۱۰۸	۴۵	۳/۳۸	۱/۲۷	
		۱۰/۱	۲۱/۰	۷/۳	۴۳/۵	۱۸/۱			
	قرارداد آژانس‌ها با عراق	۲۳	۱۵۸	۲۸	۳۶	۳	۳/۳۴	۰/۸۸	
		۹/۳	۶۳/۷	۱۱/۳	۱۴/۵	۱/۲			
	گردشگری خرید	۴۳	۹	۷۵	۷۹	۴۲	۳/۲۷	۱/۲۸	مدیریت رویدادها
		۱۷/۳	۳/۶	۳۰/۲	۳۱/۹	۱۶/۹			
	رویداد تخصصی	۲۹	۲۶	۷۱	۸۳	۳۹	۳/۳۱	۱/۲	
		۱۱/۷	۱۰/۵	۲۸/۶	۳۳/۵	۱۵/۷			
	رویداد فرهنگی	۸	۴۳	۸۷	۵۵	۵۵	۳/۴۲	۱/۱۱	
		۳/۲	۱۷/۳	۳۵/۱	۲۲/۲	۲۲/۲			

← ادامه جدول شماره ۱۵: مفاهیم و مقوله های مؤثر با گردشگری فرهنگی

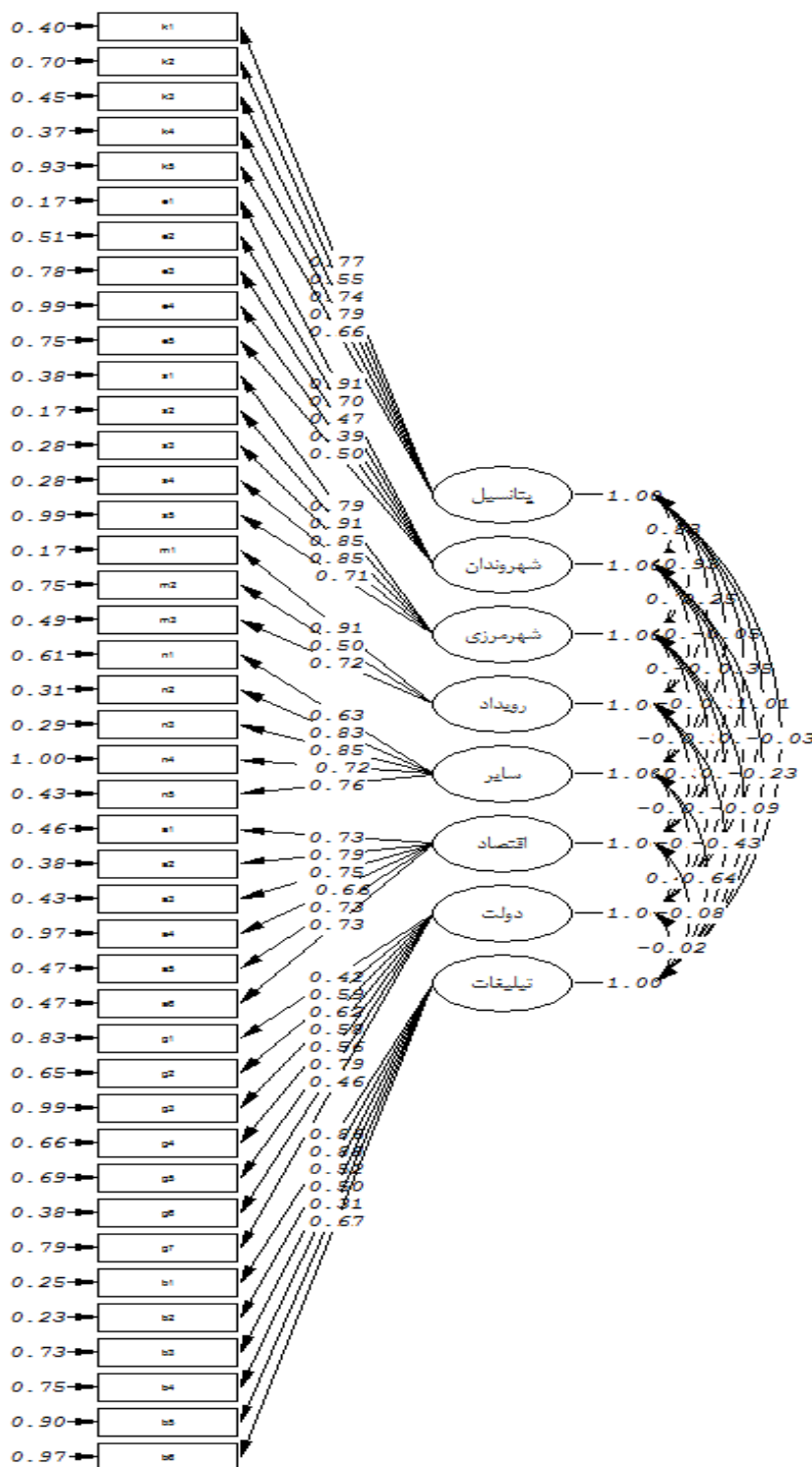
ردیف	سئوالات	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار	
گرایش به سایر مقاصد	تبلیغات سایر	فراوانی	۲	۱۷۱	۳۶	۳۸	۱	۲/۴۵	۰/۷۷
		درصد	۰/۸	۶۹/۰	۱۴/۵	۱۵/۳	۰/۴		
	عدم اطلاع رسانی رسانه ها	فراوانی	۱۵	۱۵۵	۴۱	۳۱	۶	۲/۴۲	۰/۸۷
		درصد	۶/۰	۶۲/۵	۱۶/۵	۱۲/۵	۲/۴		
	زیرساخت قوی سایر مقاصد	فراوانی	۷	۱۵۶	۳۵	۳۱	۱۹	۲/۵۹	۱
		درصد	۲/۸	۶۲/۹	۱۴/۱	۱۲/۵	۷/۷		
تنوع طلبی	فراوانی	۸	۲۲	۶۶	۸۶	۶۶	۳/۷۲	۱/۰۵	
	درصد	۳/۲	۸/۹	۲۶/۶	۳۴/۷	۲۶/۶			
عدم شناخت از استان	فراوانی	۱۲	۱۳۵	۴۷	۳۲	۲۲	۲/۶۶	۱/۰۵	
	درصد	۴/۸	۵۴/۴	۱۹/۰	۱۲/۹	۸/۹			
اقتصاد گردشگری	تجاری شدن فرهنگ	فراوانی	۱۱	۱۰	۱۰۶	۷۱	۵۰	۳/۵۶	۱
		درصد	۴/۴	۴/۰	۴۲/۷	۲۸/۶	۲۰/۲		
	رقابتی شدن گردشگری	فراوانی	۲۰	۶۳	۷۹	۵۰	۳۶	۳/۰۷	۱/۱۶
		درصد	۸/۱	۲۵/۴	۳۱/۹	۲۰/۲	۱۴/۵		
	برنامه ریزی بلند مدت	فراوانی	۱۲	۴۹	۱۰۲	۵۸	۲۷	۳/۱۵	۱/۰۱
		درصد	۴/۸	۱۹/۸	۴۱/۱	۲۳/۴	۱۰/۹		
گرائی خدمات	فراوانی	۲۲	۳۴	۱۲۴	۵۲	۱۶	۳/۰۲	۰/۹۸	
	درصد	۸/۹	۱۳/۷	۵۰/۰	۲۱/۰	۶/۵			
سو استفاده مالی	فراوانی	۱۲	۴۴	۸۵	۹۱	۱۶	۳/۲۲	۰/۹۷	
	درصد	۴/۸	۱۷/۷	۳۴/۳	۳۶/۷	۶/۵			
کمبود سرمایه گذاری در استان	فراوانی	۷	۴۹	۹۲	۷۱	۲۹	۳/۲۶	۰/۹۹	
	درصد	۲/۸	۱۹/۸	۳۷/۱	۲۸/۶	۱۱/۷			
مدیریت دولتی	منابع انسانی حرفه ای	فراوانی	۳۸	۶۵	۶۸	۵۲	۲۵	۲/۸۴	۱/۲۱
		درصد	۱۵/۳	۲۶/۲	۲۷/۴	۲۱/۰	۱۰/۱		
	مدیربومی	فراوانی	۵۰	۶۲	۷۵	۴۹	۱۲	۲/۶۴	۱/۱۵
		درصد	۲۰/۲	۲۵/۰	۳۰/۲	۱۹/۸	۴/۸		
	شهرداری	فراوانی	۱۶	۴۹	۱۲۲	۵۷	۴	۲/۹۳	۰/۸۶
		درصد	۶/۵	۱۹/۸	۴۹/۲	۲۳/۰	۱/۶		
میراث فرهنگی	فراوانی	۴۴	۵۳	۹۵	۵۲	۴	۲/۶۷	۱/۰۴	
	درصد	۱۷/۷	۲۱/۴	۳۸/۳	۲۱/۰	۱/۶			
اداره ارشاد	فراوانی	۸	۲۲	۶۹	۸۶	۶۳	۳/۷	۱/۰۱	
	درصد	۳/۲	۸/۹	۲۷/۸	۳۴/۷	۲۵/۴			
آموزش و پرورش	فراوانی	۲۳	۳۹	۶۴	۶۹	۵۳	۳/۳۶	۱/۲۳	
	درصد	۹/۳	۱۵/۷	۲۵/۸	۲۷/۸	۲۱/۴			
دانشگاه	فراوانی	۳۸	۳۴	۸۱	۸۷	۸	۲/۹۷	۱/۱۱	
	درصد	۱۵/۳	۱۳/۷	۳۲/۷	۳۵/۱	۳/۲			
تبلیغات	همایش	فراوانی	۱۳	۱۳۶	۴۶	۲۶	۲۷	۲/۶۶	۱/۰۹
		درصد	۵/۲	۵۴/۸	۱۸/۵	۱۰/۵	۱۰/۹		
	جشنواره	فراوانی	۱۳	۱۳۸	۵۳	۲۲	۲۲	۲/۶	۱/۰۲
		درصد	۵/۲	۵۵/۶	۲۱/۴	۸/۹	۸/۹		
	تبلیغات دهان به دهان	فراوانی	۱۶	۱۰۳	۳۴	۷۵	۲۰	۲/۹۱	۱/۱۳
		درصد	۶/۵	۴۱/۵	۱۳/۷	۳۰/۲	۸/۱		
نمایشگاه	فراوانی	۱۲	۹۰	۵۹	۶۷	۲۰	۲/۹۷	۱/۰۷	
	درصد	۴/۸	۳۶/۳	۲۳/۸	۲۷/۰	۸/۱			
تبلیغات مجازی	فراوانی	۵۸	۶۵	۶۵	۴۳	۱۷	۲/۵۸	۱/۲۱	
	درصد	۲۳/۴	۲۶/۲	۲۶/۲	۱۷/۳	۶/۹			
زیرساخت تبلیغات	فراوانی	۴۱	۵۹	۱۷	۹۵	۳۶	۳/۱	۱/۳۶	
	درصد	۱۶/۵	۲۳/۸	۶/۹	۳۸/۳	۱۴/۵			

۴. تجزیه و تحلیل یافته ها

۴.۱. برازش مدل

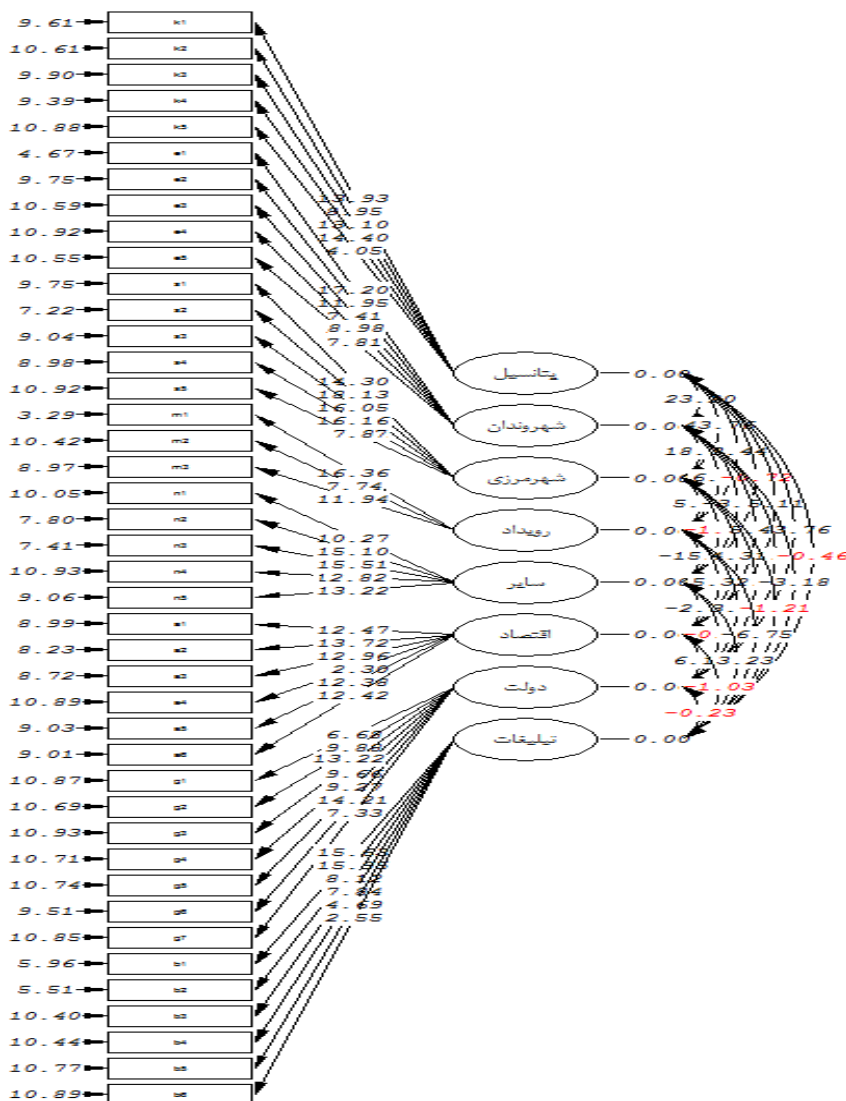
همچنین اعداد معنی داری نیز بزرگتر از ۱/۹۶ هستند. مقدار استاندارد خود (MacCallum et al., 1999) کوچکتر است و با توجه به آن که نسبت کای اسکور به درجه آزادی کوچکتر از ۲/۵ (۱/۳۱) و نیز pvalue از ۰/۰۵ بزرگتر است، پس می توان نتیجه گرفت که تقریباً مدل از براش خوبی برخوردار است.

در نمودار شماره ۱ و ۲، دو نمودار بار عاملی و عدد معنی داری تحلیل عاملی مرتبه اول و دوم برای ابعاد آمده است. همان طور که در هر دو نمودار دیده می شود، ضرائب استاندارد همگی بزرگتر از ۳۰ بوده و



Chi-Square=1984.60, df=791, P-value=0.1542, RMSEA=0.043

نمودار شماره ۱: تحلیل عاملی تأییدی ابعاد مؤثر بر گردشگری فرهنگی در حالت استاندارد



Chi-Square=1984.60, df=791, P-value=0.1542, RMSEA=0.043

نمودار شماره ۲: تحلیل عاملی تأییدی ابعاد مؤثر بر گردشگری فرهنگی در حالت عدد معنی داری

۴.۲. پایایی

بالای ۰٫۷ قابل قبول و هر چه مقدار به دست آمده به عدد مثبت یک نزدیک تر باشد، قابلیت اعتماد پرسشنامه بیشتر می شود. همانگونه که در جدول شماره ۲ دیده می شود، نتایج ضریب آلفای کرونباخ در این پژوهش بیشتر از ۰٫۷ بوده و قابل قبول است.

در پژوهش حاضر برای محاسبه پایایی سوالات پرسشنامه، از روش آلفای کرونباخ برای ۳۰ نمونه در قالب پیش آزمون، استفاده شده است. معمولاً دامنه ضریب اعتماد آلفای کرونباخ از صفر، به معنای عدم پایداری، تا مثبت یک، به معنای پایایی کامل است و ضریب

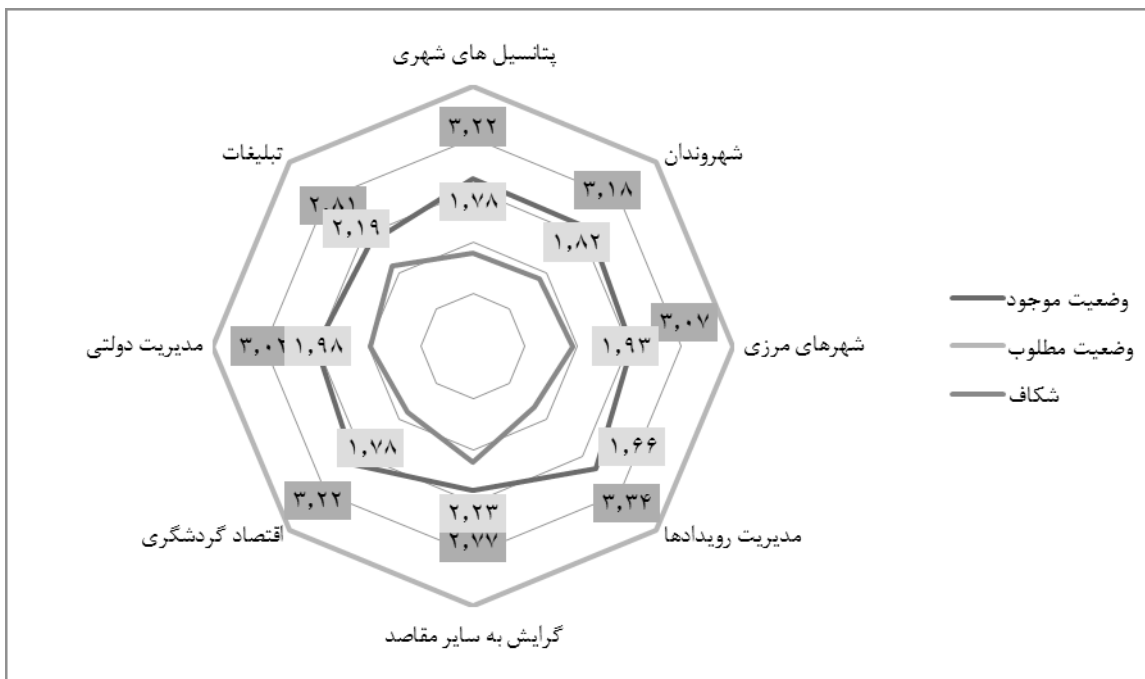
جدول شماره ۲: ضرایب پایایی آلفای کرونباخ

ابعاد	پتانسیل های شهری	شهروندان	شهرهای مرزی	مدیریت رویدادها	گرایش به سایر مقاصد	اقتصاد گردشگری	مدیریت دولتی	تبلیغات
تعداد سوال	۵	۵	۵	۳	۵	۶	۷	۶
آلفای کرونباخ	۰/۷۵۵	۰/۷۲۴	۰/۸۰۲	۰/۷۵۳	۰/۷۱۲	۰/۷۵۳	۰/۷۳۳	۰/۷۳۹

۴.۳. تحلیل آماری ابعاد

جدول شماره ۳: اختلاف میانگین ابعاد مؤثر بر گردشگری فرهنگی

ابعاد	پتانسیل های شهری	شهروندان	شهرهای مرزی	مدیریت رویدادها	گرایش به سایر مقاصد	اقتصاد گردشگری	مدیریت دولتی	تبلیغات
وضعیت موجود	۳/۲۱	۳/۱۷	۳/۰۶	۳/۳۳	۲/۷۴	۳/۲۱	۳/۰۱	۲/۸۰
وضعیت مطلوب	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵
شکاف	۱/۷۸	۱/۸۲	۱/۹۳	۱/۶۶	۲/۲۲	۱/۷۸	۱/۹۸	۲/۱۹



نمودار شماره ۳: اختلاف میانگین ابعاد مؤثر بر گردشگری فرهنگی

نمود که توزیع داده‌های پژوهش نرمال نیست و برعکس در صورتی که بیشتر از ۰/۵ باشد، نرمال بودن داده‌های پژوهش را می‌توان ادعا کرد. به دلیل آن که متغیرهای پژوهش سطح معنی داری ۰/۰۰۰ داشته و کمتر از ۰/۵ هستند، بنابراین توزیع غیرنرمال دارند و برای سنجش فرضیات پژوهش از آزمون دوجمله ای استفاده می‌شود.

طبق نتایج به دست آمده، گرایش به سایر مقاصد بیشترین اختلاف و مدیریت رویدادها کمترین اختلاف را با وضعیت مطلوب دارد (نمودار شماره ۳ و جدول شماره ۳). آزمون نرمال بودن داده‌های پژوهش در جدول شماره ۴ نشان داده شده است. از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای سنجش نرمال بودن متغیرها استفاده شد. در این آزمون در صورتی که سطح معنی داری کمتر از ۰/۵ باشد، میتوان ادعا

جدول شماره ۴: نتایج آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

ابعاد	پتانسیل های شهری	شهروندان	شهرهای مرزی	مدیریت رویدادها	گرایش به سایر مقاصد	اقتصاد گردشگری	مدیریت دولتی	تبلیغات
میانگین	۳/۲۱۹۴	۳/۱۷۵۸	۳/۰۶۵۳	۳/۳۳۷۴	۲/۷۷۳۴	۳/۲۱۷۷	۳/۰۱۸۴	۲/۸۰۸۵
انحراف معیار	۰.۸۵۱۹۳	۰.۷۰۷۴۴	۰.۸۸۸۴۸	۰.۹۸۳۶۶	۰.۶۵۳۱۹	۰.۶۸۶۰۱	۰.۶۸۳۴۸	۰.۷۶۲۳۲
آماره کولموگروف اسمیرنوف	۰.۱۱۲	۰.۱۰۶	۰.۱۸۱	۰.۱۱۵	۰.۲۲۶	۰.۱۵۲	۰.۱۱۷	۰.۰۷۷
معنی داری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
نتیجه	غیرنرمال	غیرنرمال	غیرنرمال	غیرنرمال	غیرنرمال	غیرنرمال	غیرنرمال	غیرنرمال

این فرضیات مورد قبول واقع می‌شوند، اما در فرضیات هفتم و هشتم سطح معنی داری آزمون از ۰/۰۵ بزرگتر است، در نتیجه این فرضیات مورد قبول واقع نمی‌شوند.

۴.۴. آزمون فرضیات پژوهش

همانگونه که در جدول شماره ۵ ملاحظه می‌شود، در فرضیات اول تا ششم، سطح معنی داری آزمون از ۰/۰۵ کوچکتر است، در نتیجه

جدول شماره ۵: یافته‌های حاصل از آزمون دوجمله ای برای بررسی فرضیات پژوهش

فرضیات	متن فرضیه های پژوهش	معناداری	نتیجه آزمون
فرضیه اول	پتانسیل های شهری کردستان در وضعیت مطلوبی قرار دارند	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
فرضیه دوم	شهروندان کردستانی از لحاظ درک گردشگری در وضعیت مطلوبی قرار دارند	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
فرضیه سوم	شهرهای مرزی کردستان از لحاظ گردشگری در وضعیت مطلوبی قرار دارند	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
فرضیه چهارم	مدیریت رویدادهای کردستان در وضعیت مطلوبی قرار دارند	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
فرضیه پنجم	شهروندان کردستانی به سایر مقاصد گردشگری گرایش دارند	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
فرضیه ششم	اقتصاد گردشگری کردستان در وضعیت مطلوبی قرار دارد	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
فرضیه هفتم	مدیریت دولتی گردشگری کردستان در وضعیت مطلوبی قرار دارد	۰/۱۷۲	رد فرضیه
فرضیه هشتم	تبلیغات گردشگری کردستان در وضعیت مطلوبی قرار دارد	۰/۱۰۴	رد فرضیه

۵. بحث

تحقیق حاضر با هدف ارائه مدل توسعه گردشگری فرهنگی در استان کردستان انجام شده است. نتایج پژوهش نشان داد که پتانسیل شهری، شهروندان، تأثیر شهرهای مرزی، مدیریت رویدادها، گرایش به سایر مقاصد گردشگری و اقتصاد گردشگری، وضعیت مطلوبی در استان کردستان داشت. ولی مدیریت دولتی و تبلیغات در استان کردستان وضعیت مطلوبی نداشتند.

نتایج حاصل از فرضیه اول پژوهش نشان داد، پتانسیل های شهری کردستان در وضعیت مطلوبی قرار دارد. با توجه به پتانسیل های بالای گردشگری و تنوع جاذبه ها، پیشنهاد می شود به اولویت بندی و شناسایی مناطق مستعد گردشگری در استان، به منظور شناسایی نقاط ضعف و قوت و نیز توسعه گردشگری منطقه، پرداخته شود. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش های ریچارد و زیپل و هال (Zippel, 2019) و Richards, 2018) همخوانی و مطابقت دارد. نتایج حاصل از فرضیه دوم نشان داد که شهروندان کردستانی از لحاظ درک گردشگری در وضعیت مطلوبی قرار دارند. شهری برای گردشگران خوب است که نخست برای شهروندان خودش خوب باشد. امروز شمار گردشگران شدیداً رو به افزایش است. باید مراقب بود که کنترل از دستمان خارج نشود. اما هدف رشد گردشگری نباید، هدف ایجاد فضایی آرام برای شهروندان را تحت تأثیر قرار بدهد. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش جارکو و همکاران (Jarco et al., 2014) همخوانی و مطابقت دارد. یافته های حاصل از فرضیه سوم نشان داد که شهرهای مرزی کردستان از لحاظ گردشگری در وضعیت مطلوبی قرار دارند. شهرهای مرزی به دلیل داشتن نقش امنیتی و دروازه ورود کالا و انسان، می توانند در جذب گردشگر، موفق عمل کنند. ایجاد بازارچه های مرزی، وجود رودخانه و عوامل طبیعی، وجود بناهای تاریخی مانند قلعه و یا نوع مرز در این گونه شهرها، از عوامل جذب توریسم به شمار می رود. در سال های اخیر بازارچه های شهرهای مرزی کشور، جایگاه ویژه ای از لحاظ ارزش اقتصادی و همچنین جذب گردشگران، به دلیل داشتن شرایط مناسب از جمله صدها کیلومتر مرز مشترک با کشورهای همسایه پیدا کرده اند. این بازارچه ها، خلأ اقتصادی موجود در محدوده مرزها را جبران کرده و از خالی شدن حاشیه مرزها جلوگیری می نمایند، که این امر خود می تواند در بالا بردن ضرب امنیت مرزها و جلوگیری از قاچاق، بسیار مؤثر واقع شود. با راه اندازی بازارچه ها و گذرگاه های مرزی و استفاده بهینه از ظرفیت های اقتصادی مرزها، وضعیت معیشتی و اقتصادی مردم مرزنشین منطقه نیز رونق می یابد. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش های پورافکاری و تقوی و سفرآبادی (2016) Pourafkari, و (2017 Taqvaee & Safarabadi) همخوانی و مطابقت دارد. یافته های حاصل از فرضیه چهارم نشان داد که مدیریت رویدادهای کردستان در وضعیت مطلوبی قرار دارد. برگزاری یک رویداد موجب اعتباربخشی، توجه رسانه ها و سرازیر شدن سرمایه ها به یک محل می شود، که در پی آن تأمین هر چه بهتر نیازهای مردم محلی، رشد و توسعه یک منطقه را به همراه دارد. این نوع گردشگری را می توان از معدود راهکارهایی برشمرد که سبب بازدید دوباره گردشگر از یک محل و یا جذب گردشگران در ایام غیر از اوج سفر می شود. جاذبه های گردشگری یک مقصد تنها به ویژگی های محیط طبیعی یا آبیه،

صنایع دستی و نظایر آن خلاصه نمی شود. در واقع رویدادهایی که در یک مقصد رخ می دهند، خود می توانند به عنوان منبعی مهم برای جذب گردشگران به حساب آیند. این موضوع تا آن حد اهمیت می یابد که ممکن است یک مکان از جاذبه های شناخته شده و مطرح دیگر کم بهره باشد، ولی تدارک و برگزاری یک رویداد واجد اهمیت به جذب طیف وسیعی از گردشگران به آن محل بینجامد. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش احمدی (Ahmadi, 2015) همخوانی و مطابقت دارد. یافته های حاصل از فرضیه پنجم نشان داد که شهروندان کردستانی به سایر مقاصد گردشگری گرایش دارند. امروزه می توان از صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت پویا در کنار سایر فعالیت ها و خدمات برای پیشبرد اهداف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی بهره برداری نمود. شهرها نیز از دیرباز مهم ترین مناطق گردشگری را تشکیل می دادند. البته صرف وجود جاذبه گردشگری در مناطق شهری برای توسعه گردشگری، کافی نیست. پس لازم است که دیگر ارکان و عناصر مرتبط با صنعت گفته شده (از جمله سازمان ها و نهادها و همچنین مردم جامعه مقصد گردشگری) شرایطی را برای جلب گردشگر فراهم نمایند. بدون شک، رفتار و کنش جامعه میزبان در تعامل با گردشگر تأثیر مهمی در رونق گردشگری دارد. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش جان پور (Jan Parvar et al., 2019) همخوانی و مطابقت دارد. یافته های حاصل از فرضیه ششم نشان داد که اقتصاد گردشگری کردستان در وضعیت مطلوبی قرار دارد. یکی از مهم ترین بخش های درآمد و اقتصاد هر کشور، از طریق گردشگری است. این امر با بهبود راه های ارتباطی و پیشرفت سفرهای زمینی و هوایی نقش مهم تری در اقتصاد پیدا کرده است. به طور کلی وقتی افراد تصمیم به سفر می گیرند، چه در تعطیلات یا روزهای عادی، با خانواده یا دوستان، برای یک روز یا یک ماه، هیچ فرقی ندارد، به محض شروع سفر تأثیرات مستقیم و غیر مستقیمی بر اقتصاد گردشگری مقصد می گذارند. تأثیر مستقیم هنگامی آغاز می شود که خدمات یا کالایی مانند هزینه مکان های اقامت، هزینه ورودی اماکن تاریخی و تفریحی، هزینه غذا و نوشیدنی، خرید از بازارهای شهر به گردشگر به فروش برسد و تأثیرات غیر مستقیم به گونه ای است که شاید کالا یا خدماتی مستقیم برای گردشگر تولید و ارائه نشود اما در اثر فروش و استفاده گردشگر سودی نیز به تولید کننده و ارائه دهنده می رسد. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش های اندرسون و همکاران و ریچارد (Anderson et al., 2017) و (Richards, 2019) همخوانی و مطابقت دارد. نتایج حاصل از فرضیه هفتم نشان داد که مدیریت دولتی گردشگری کردستان در وضعیت مطلوبی قرار ندارد. راهبرد گردشگری پایدار در دنیای امروز، رهیافت جامعی است که خواهان رشد بلند مدت صنعت گردشگری بدون اثرات مخرب بر زیست بوم های طبیعی است و بر این نکته تأکید دارد که در قالب توسعه گردشگری، انسان قادر خواهد بود که جوانب خاصی از محیط را در جهت مثبت یا منفی دستکاری کند و از سوی دیگر، مدیریت دولتی نوین به منظور افزایش مسئولیت مدیران به محیط پیرامونی خود، حفظ آب و هوا و زیست طبیعی، جایگزین مدیریت دولتی در مفهوم سنتی آن شد. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش زاره و همکاران (Zare et al., 2016) همخوانی و مطابقت دارد. نتایج حاصل از فرضیه هشتم نشان داد که تبلیغات گردشگری کردستان در وضعیت مطلوبی قرار

ندارد. تبلیغات به عنوان مهمترین ابزار موفقیت سازمان هاست و این موضوع ایجاب می کند که این ابزار به عنوان شاخه های علمی، اجتماعی، فرهنگی و ارتباط به دقت مورد مطالعه قرار گیرد. امروزه در صنعت گردشگری باید از تبلیغات به عنوان مهمترین ابزار به صورت حرفه ای استفاده کرد، زیرا موفقیت تبلیغ در ارائه ارزش های فرهنگی و گردشگری هر کشور مبتنی بر درک صحیح و حرفه ای از تبلیغات و ارزش های آن است. یکی از ارکان مهم تبلیغات، رسانه های تبلیغاتی است که در میزان تأثیر تبلیغات بر مخاطب از اهمیت ویژه ای برخوردار است و استفاده درست از آن باعث افزایش تأثیر پیام می شود. برای موفقیت در تبلیغات گردشگری بین الملل به علت پراکندگی مخاطبان در سرتاسر جهان رسانه های تبلیغات از اهمیت خاصی برخوردارند و انتخاب صحیح آنها در موفقیت تبلیغات جهانگردی نقش مهمی دارد. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش پورافکاری و ماریا (Pourafkari, 2016) و (Maria, 2015) همخوانی و مطابقت دارد.

۶. نتیجه گیری

با توجه به نتایج نهایی تجزیه و تحلیل داده ها و اطلاعات موجود، اینگونه استنباط می شود که استان کردستان قابلیت و توانایی بالایی (به صورت بالقوه) در جذب گردشگر و توسعه گردشگری فرهنگی دارد، اما در کنار این نکات مثبت و در خور تأمل و توجه می توان فقدان تبلیغات و اطلاع رسانی مناسب، کمبود امکانات زیرساختی و کالبدی، نامناسب بودن مسیرهای دسترسی، عدم نظارت و برنامه ریزی کافی برای معرفی ویژگی ها و امتیازات منحصر به فرد موزه ها از جانب سازمان های مربوطه از جمله میراث فرهنگی را مهمترین دلایل مهجور و ناشناخته ماندن بخش زیادی از استان کردستان دانست که علی رغم ویژگی های بارز و پرفرقت فرهنگی و تاریخی و باستانی توانسته آنچنان که باید و شاید توجه بازدیدکنندگان را به این مقصد گردشگری جلب نماید. با وجود پتانسیل های بالای استان کردستان در زمینه توسعه گردشگری فرهنگی پیشنهاد کلی پژوهش حاضر، تبدیل استان کردستان به یک استان فرهنگی است. به این منظور در این زمینه می توان اقداماتی را انجام داد. زیرساخت های گردشگری پایه و اساس توسعه گردشگری، ابزاری برای به کارگیری و استفاده از منابع موجود در یک مقصد گردشگری هستند. امروزه ذی نفعان محلی به مثابه کنشگران فعالیت گردشگری بیشترین نقش را در توسعه پایدار گردشگری فرهنگی ایفا می کنند. توسعه گردشگری بدون حمایت ذی نفعان ممکن نیست زیرا تأثیرگذاران اصلی همان ذی نفعان هستند که می توانند همزمان با پیشرفت این حوزه، ثروت اجتماعی را نیز افزایش دهند. متولیان امر باید در زمینه گردشگری فرهنگی به تشریح تأثیر شناسایی، ارزیابی ماهیت تأثیر و ارزش ذی نفعان، تقسیم بندی ها، میزان اثر بخشی و آموزش های مورد نیاز نیروی انسانی و مدیران بپردازند. همچنین با استانداردسازی از طریق ایجاد فرصت مطالعاتی می توان با توجه به کاربرد فناوری اطلاعات، به اصل ارتباطات و اولویت بندی ذی نفعان کمک کرد. از طرفی می توان با فراهم نمودن امکانات و زیرساخت های مناسب فرهنگی و سطح وسیعی از خدمات، سعی در برطرف نمودن نیازهای گردشگران نموده و با افزایش سطح رضایتمندی آنان در طول مدت زمان اقامت در مقصد گردشگری،

ساعات و لحظات خوشی را برای آنان رقم زد. همچنین استان کردستان با برخورداری از جذابیت های فرهنگی متنوع، می بایست با برنامه ریزی دقیق در زمینه گردشگری فرهنگی، توریست فرهنگی بیشتری را به این ناحیه کشانده و با فروش و تبلیغات محصولات فرهنگی، به گردشگران و مردمان محلی در قبال آن سود رساند. این امر فرصت مناسبی را برای بهره برداری از جاذبه های این شهر به خصوص جذابیت های فرهنگی فراهم می آورد. همچنین یکی از مشکلات عمده در سر راه گردشگران فرهنگی در استان کردستان، عواملی مثل فقدان حمل و نقل ریلی و دریایی، فقدان پروتکل های دولتی مساعد در جذب گردشگر و ارائه خدمات مناسب به گردشگران، فقدان امکانات رفاهی مساعد و امنیت گردشگران مربوط است. از تحلیل مسائل و مشکلات مهم این نتیجه حاصل می شود که اغلب آنها یا از سوی دولت ایجاد شده اند و یا این که به علت ضعف عملکرد دولت و فراهم نشدن زمینه ها و ساختارهای مناسب به وجود آمده اند و یا این که اگر دولت ها، اهتمام کافی به توسعه مناسبات گردشگری فرهنگی می داشتند، این مشکلات پدید نمی آمدند. در نهایت باید اذعان کرد که با توجه به این که گردشگری فرهنگی رفتار و تعامل گردشگران با ساکنان محلی را شامل می شود، باید فرهنگ سازی و افزایش احترام به فرهنگ های دیگر کشورها را در بین شهروندان کردستانی رواج داد. ساکنان می توانند در تصور گردشگران از مقصد نقش بسزایی داشته باشند.

چالش های پژوهش حاضر

تفاوت دیدگاه و مسیرهای متفاوت ذی نفعان، فاصله موجود بین بخش های دولتی، خصوصی و دانشگاهی به عنوان سه جزء اصلی گردشگری و عدم پیوستگی بین اجزای گردشگری از جمله مشکلات هستند. همچنین نتایج این پژوهش محدود به استان کردستان است و در تعمیم نتایج به دیگر استان های کشور، باید جانب احتیاط رعایت شود. عدم همکاری راهنمایان تور در نظرسنجی از گردشگران برای تکمیل و پرکردن پرسشنامه ها، یکی دیگر از چالش های پژوهش حاضر است و در نهایت ویروس کرونا باعث عقب افتادن پژوهش حاضر و به وجود آمدن اختلال در روند انجام پژوهش، به خصوص در هنگام مصاحبه ها و توزیع پرسشنامه گردید. در نهایت پیشنهاداتی برای پژوهشگران آتی به شرح زیر ارائه می گردد:

پیشنهاد می گردد پژوهشی در سایر استان های کشور انجام شود تا با نتایج پژوهش حاضر مقایسه گردد. همچنین تحقیقی با همین عنوان در قلمرو زمانی دیگری انجام گیرد و نتایج آن با نتایج این تحقیق مقایسه شود. در نهایت باید عنوان کنیم که پژوهشی با محوریت وضعیت موجود استان کردستان از نظر قابلیت های توسعه گردشگری فرهنگی و مقایسه آن با وضعیت مطلوب به منظور ارزیابی توسعه گردشگری فرهنگی در استان کردستان انجام گردد.

References:

- Ahmadi, M. (2018), Analysis of effective factors on the development of cultural tourism and its effects on the economic sustainability of rural areas of Zanjan province, *Quarterly Journal of Regional Planning*, 8 (29), 92-79. [in Persian]
- Almasi, R (2015), The importance and role of cultural tourism in Iran, the second national conference on tourism, geography and clean environment, Hamedan, Permanent Secretariat of the conference, https://www.civilica.com/Paper-NTGCE02-NTGCE02_057.html . [in Persian]
- Andersen, V., Prentice, R., & Guerin, S. (1997). Imagery of Denmark among visitors to Danish fine arts exhibitions in Scotland. *Tourism Management*, 18(7), 453-464.
- Creswell, J. W (2005), *Educational Research: Planning, Conducting, & Evaluating Quantitative & Qualitative Research* (2nd edition).
- Danaeifard, H. (2005), *Theorizing Using Inductive Approach: The Strategy of Conceptualizing Fundamental Theory*, Volume 12, Number 11, 70-57. [in Persian]
- Delavar, A. (2005), *Research Method in Psychology and Educational Sciences*, Tehran: Editing Publishing. [in Persian]
- Grunewald, Rodrigo de Azeredo (2002), *Tourism & Cultural Revival*, *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 4
- Iman, M., Mohammadian, M. (2008), *Methodology of Fundamental Theory*, *Journal of Methodology of Humanities*, (56) 14, 54-31. [in Persian]
- Jamali Nejad, M. Karimi, J (2011), *Cultural Tourism of Kurdistan Province and its Role in the Development of Tourism Industry*, *The First Conference on Cultural Effects of Kurdistan Province*, Sanandaj, Islamic Azad University, Sanandaj Branch, https://www.civilica.com/Paper-CCEKURDISTAN01-CCEKURDISTAN01_017.html .[in Persian]
- Jan Parvar, M.; Salehabadi, R., Mehdi, M. (2019), *Strategic cultural tourism to strengthen the national identity of the Islamic Republic of Iran*, *Journal of Applied Studies in Social Sciences and Sociology*, 2 (5), 13-28.[in Persian]
- Jarkko Saarinen, Naomi Moswete, Masego J. Monare (2014), *Cultural Tourism: New Opportunities for diversifying the tourism industry in Botswana*, *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, Volume 26, Issue 26, 18-7.
- Karroubi, M. (2005), *The role of folklore (popular culture in the development of tourism in Iran)*, *Iranian Journal of Tourism Studies*, No. 1. [in Persian]
- Kazemizad, Sh; Vegetables, b; Mirbahai, M., Karimi, A. (2010), *The role of tourism in the cultural convergence of OIC member countries*, *Proceedings of the 4th International Congress of Geographers of the Islamic World*, Sistan and Baluchestan University. [in Persian]
- MacCallum, R. C., Brown, M. W., & Sugawara, H. M (1996), *Power analysis & determination of sample size for covariance structure modeling*. *Psychological Methods*, 1, 149-130.
- María, Cristina Otero Gómez, Wilson Giraldo Pérez (2015), *Cultural Tourism in Villavicencio Colombia*, *Tourism in Latin America*, 125-105.
- Mostafazadeh, S.; Habibi, F., Mohammadi, A. (2019), *Estimating the willingness of tourists to pay and the factors affecting it Case study: Zaribar Lake, Marivan*, *Quarterly Journal of Urban Studies*, No. 33, 15-26. [in Persian]
- Movahed, A., Kohzadi, S. (2010), *Analysis of Factors Affecting Tourism Development in Kurdistan Province Using the SWOT Model*, *Journal of Urban Research and Planning*, First Year, Second Issue, 102-85. [in Persian]
- Pourafkari, B (2016), *A Comparative Study of Cultural Tourism Development in Iran and Turkey*, M.Sc. Thesis, University of Isfahan. [in Persian]
- Rezvani, A. (2006), *Geography and Tourism Industry*, Tehran, Payame Noor, 217. [in Persian]
- Richards, Greg & Munster, William (2010), *Cultural Tourism Research Method*, Wallingford: UK, cab international,
- Richards, Greg (2000), *tourism & the world of culture & heritage*, *tourism Recreation research*, 25.
- Richards, Greg (2019), *Cultural tourism: A review of recent research & trends*, *Journal of Hospitality & Tourism Management*, 36, 21-12.
- Sabagh kermani, m., & amirian, s. (2000). *study of economic effects of tourism in i.r. Iran by using the input-output analysis*. *Iranian journal of trade studies (its)*, 4(16), 57-84. [in Persian]
- Sarmad, Z, Bazargan, A. Hejazi, A. (2014), *Research Methods in Behavioral Sciences*, 27th Edition, Nazar Agha. [in Persian]

- Skift Research. (2020). Skift Research E-Book: The New Wave of Venture Capital and Startups in Travel, Available at: <https://research.skift.com/reports/skift-research-e-book-the-new-wave-of-venture-capital-and-startups-in-travel/>, Access on: 07.01.2020.
- Strauss, A., Corbin, J. (2006), Principles of Qualitative Research Methodology (translated by Buick Mohammadi), Tehran: Institute of Humanities and Cultural Studies.
- Taqvae, M. Safarabadi, A. (2017), Development of Cultural Tourism with Emphasis on Historical Attractions (Case Study: Historical Attractions of Isfahan), Quarterly Journal of Welfare Planning and Social Development, 4 (12), 13-1. [in Persian]
- Williams, D. (2001), Sustainability & public access to nature: contesting the right to roam. Journal of Sustainable Tourism 9.
- Xiao, H. & Li, L. (2004), Villagers' perceptions of traditions: some observations on the development of rural cultural tourism in China. Tourism Recreation Research 29.
- Zare Ashkezari, M; Saghaei, M; Mousavi, M. & R. Mokhtari Malekabadi (2016), Effective factors on development of cultural tourism with the approach to attracting foreign tourists in central Iran 'case study: Yazd city, Volume 5, Issue 17, 208-198. [in Persian]
- Zeppel, H. & Hall, c. m (2018), arts & heritage tourism, Weiler, B.& Hall, c. m. special interest tourism, London: Belhaven press: 65-47.

نحوه ارجاع به مقاله:

کروبی، مهدی؛ تقوی فرد، محمدتقی؛ احمدی زاد، سوران؛ (۱۴۰۱) مدل توسعه گردشگری فرهنگی در استان کردستان، مطالعات شهری، ۱۱ (۴۳)، ۴۱-۵۴. doi: 10.34785/J011.2020.868/Jms.2022.98

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.



ارائه یک مدل خوانش گرافیکی مبلمان شهری با تأکید بر بهبود حس مکان

نمونه مورد مطالعه: منطقه ۲ شهر قزوین^۱

مونا مهرانفر - دانشجوی دکتری، گروه معماری، واحد بین الملل کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، جزیره کیش، ایران.
جمال الدین سهیلی^۲ - دانشیار گروه معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، قزوین، ایران.
رضا افهمی - دانشیار گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۰۳ مهر ۱۴۰۰ تاریخ پذیرش: ۱۰ دی ۱۴۰۰

چکیده

در دوران کنونی در حوزه گرافیک محیطی، به گرافیک محیطی و خلق تجربه‌های نو به منظور القای حس مکان، اهمیت چندانی داده نشده و گرافیک محیطی در این عرصه با سکون و بی تحرکی روبه روست. این امر ناشی از عدم شناخت و پرداخت کافی به آن در پژوهش‌های راهبردی است. از این رو پژوهش حاضر با استفاده از روش تحقیق کیفی-کمی از نوع توصیفی-پیمایشی و ابزار کتابخانه ای و میدانی (پرسشنامه و مشاهده) و استفاده از آزمون فریدمن و تحلیل محتوا به دنبال رهیافت به هدف اصلی پژوهش «تدوین مدل خوانش گرافیک شهری با تأکید بر ارتقای حس مکان در منطقه ۲ شهر قزوین» است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که ساختار کالبدی گرافیک شهری منطقه ۲ شهر قزوین، کیفیتی متعادل از نشانه‌های معنادار است که بسته به نوع فرم، رنگ و مصالح خود سبب جلب توجه مخاطبان شده و حس مکان را در این منطقه رقم می‌زنند. در ضمن از میان مؤلفه‌های خوانش گرافیک محیطی در منطقه ۲ شهر قزوین، مؤلفه ساختار بصری و معماری بیشترین نقش را دارند که در این میان توانسته‌اند از طریق تناسبات با بستر خود و نوع ترکیبات رنگی به کار رفته، حس مکان را در شهروندان این منطقه ایجاد نمایند. چرا که میان مؤلفه تناسبات و ترکیبات رنگی با خوانش گرافیک محیطی ارتباطی دوسویه و قوی برقرار است. همچنین در میان عناصر گرافیک شهری در ایجاد حس مکان در این منطقه، عنصر صندلی و مکان‌های نشستن همراه با المان‌های میدانی، بالاترین رتبه و عناصری مثل سطل‌های زباله و نقاشی‌های دیواری کمترین رتبه را از نگاه شهروندان در رابطه با القای حس مکان به آنها دارند.

واژگان کلیدی: ادراک محیطی، گرافیک محیطی، حس مکان، شهر قزوین.

نکات برجسته

- گرافیک به کار رفته در مبلمان شهری منطقه دو شهر قزوین به خوبی توانسته است سبب ایجاد حس مکان در شهروندان شود.
- صندلی، مکان‌های نشستن و المان‌های میدانی، در ایجاد حس مکان از طریق مبلمان شهری بیشترین نقش را دارند.
- ساختار بصری و معماری بیشترین نقش را در ایجاد حس مکان، گرافیک محیطی و مبلمان شهری دارند

۱ این مقاله برگرفته از رساله دکتری رشته شهرسازی با عنوان "تدوین مدل خوانش گرافیک شهری با تأکید بر ارتقای حس مکان (نمونه موردی: منطقه ۲ شهر قزوین)" است که به وسیله نویسنده اول و با راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره نویسنده سوم در دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین الملل کیش، مصوب شده است.

۲ نویسنده مسئول مقاله: soheili@qiau.ac.ir

۱. مقدمه

همه چیز در دنیای امروز دستمایه ساخت بشر است که از اندیشه، افکار و ذهنیات وی نشأت می‌گیرد و گاهی حامل باورها، اندیشه‌ها و ذهنیات اوست. حال این باورها و اندیشه‌ها همسو با دستگاه فکری دیگر انسان‌ها باشد یا خیر، تأثیر بسیار کمی بر پدید آورنده دارد. از آنجایی که تمام ساختمان‌های بشر، از افکار، اندیشه و ذهنیات او ناشی می‌شود، حامل اعتقادات، باورها و ذهنیاتی است که پدید آورنده آن با تأثیر گرفتن از چارچوب فکری خود، برای انتقال آنها به مخاطبان و معنابخشی به محیط زندگی، خلق کرده است. این موضوع در حوزه معماری که چیزی به غیر از تجسم صور ذهنی در امر محسوس نیست، به عنوان اصلی‌ترین زمینه‌های درک فضا از طریق بیان معانی نهفته در ظاهر آن است. اهمیت موضوع در مورد معماری که جایگاه کیفیت بصری محیط شهری از اصلی‌ترین مؤلفه‌های آن است، ضروری است. زیرا کیفیت بصری محیط شهری دارای ساحتی با دو منظومه وجود باطنی و ظاهری است که می‌بایست در جهت بهبود ارتقای حس مکان برای مخاطب همزمان با یکدیگر درک شوند. شهرهای برخوردار از محیط بصری مطلوب قادرند تا با وسعت بخشیدن به تجربه زیباشناختی شهروندان، موجبات ارتقای تصویر ذهنی جامعه از خویش و تقویت غرور مدنی آنان را فراهم سازند (Sajjadzadeh et al, 2015: 108).

در این بین محیط بصری شهرها از طریق نظام پیچیده‌ای از نشانه‌ها، ویژگی‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جوامع خویش را به منصف ظهور می‌رسانند (Alikhani, 2016: 05). در فرآیند تعامل میان انسان و شهر، محیط بصری به مثابه فصل مشترک این دو، زمینه ادراک، شناخت و ارزیابی محیطی شهروندان و بازدیدکنندگان را فراهم می‌آورد (Golkar, 2008, 95). اصلی‌ترین دریافت‌های انسان از محیط پیرامونش وابسته به ادراک بصری است و همواره تحت تأثیر محیط و عوامل تصویری آن قرار می‌گیرد. در این راستا داده‌های تصویری امکان برقراری ارتباط با محیط پیرامون را برای انسان فراهم می‌کنند، زیرا در ارتقای خوانش فضاهای شهری و ادراک بصری محیط نقش مؤثری دارند (Roshvand, 2012, 69). در صورت عدم توجه به اصول بصری، آثار گرافیکی و نمودهای تصویری در فضاهای شهری، هرج و مرج و آلودگی بصری در محیط‌های شهری ایجاد خواهد شد و این ناهماهنگی‌های بصری در تشدید ناآرامی‌های روانی افراد مؤثر خواهند بود. از این رو، یکی از مواردی که می‌تواند به سازماندهی نظام تصویری، ارتقای کیفیات بصری و افزایش غنای حسی دیداری فضاهای شهری و پیرو آن تأمین آرامش بصری و ذهنی مخاطبان، کمک کرده و جلوه ویژه‌ای به آن بخشد، گرافیک محیطی است (Andhra Yuich, 2011, 25). در این راستا استوار به تشریح هنر گرافیک محیطی و وجوه مختلف آن پرداخته است (Ostvar, 2014). در دو کتاب «شناخت گرافیک» از افشار مهاجر و «شناخت هنر گرافیک» نیز به اجمال توضیحی در این حیطه آورده شده است (Hosseini, 2010). سجادزاده و همکارانش به بررسی خوانش بصری گرافیک محیطی در فضاهای شهری با تأکید بر نقاشی دیواری شهر تهران با استفاده از روش فرآیند تحلیل شبکه پرداختند و دریافتند که درخوشه موقعیت استقرار، شاخص مکانیابی مناسب اثر در خوشه ساختار بصری و شاخص ترکیب رنگی مناسب» و در خوشه

معماری بنا و محیط پیرامون، شاخص تناسب موضوع و محتوای اثر با محیط، بیشترین امتیاز را نسبت به سایر شاخص‌های گروه خود از دیدگاه متخصصین داشته‌اند (Sajjadzadeh et al, 2015). رحمانی و شادرخ به بررسی تأثیر گرافیک محیطی بر افزایش توسعه گردشگری شهری با تکیه بر زیبایی‌شناسی و هویت‌مندی گرافیک محیطی پرداختند و دریافتند که برخورد خلاقانه به همراه توجه به هویت ملی نه تنها بر جاذبه‌های شهری افزوده بلکه آن را در ذهن گردشگران داخلی و خارجی ماندگار می‌نماید و باعث توسعه گردشگری شهری می‌شود (Rahmani & Shadarkh, 2016). وحدت و سجادزاده به بررسی و ارزیابی نقش هنر شهری در افزایش میزان حضور پذیری فضاهای عمومی با تأکید بر گرافیک شهری (نمونه موردی: پارک مردم همدان) پرداختند و دریافتند که ابعاد مفهومی گرافیک شهری با رویکرد افزایش میزان حضورپذیری فضاهای شهری در قالب چهار مؤلفه عوامل کالبدی، عوامل اجتماعی، عوامل معنایی و عوامل محیطی طبقه بندی می‌شود (Vahdat & Sajjadzadeh, 2015). در رابطه با حس مکان نیز دویران و کریمی نژاد در مقاله خود، به بررسی هویت و حس تعلق مکانی در فضاهای عمومی تازه تأسیس شهری پرداختند و دریافتند که هویت و حس تعلق مکانی با شیوه و نحوه طراحی محیطی ارتباط داشته و با ارتقای عناصر کیفی منظر شهری، هویت در فضاهای جدید تقویت می‌یابد (Doiran & Kariminejad, 2013). هاشم زاده و همکارانش نیز به مقایسه مفاهیم حس مکان و دل‌بستگی به مکان در مطالعات معماری پرداختند (Hashemnezhad et al, 2013). ضمن آن که نیک مسترا و همکارانش نیز در همین سال حس مکان را در چشم‌اندازهای فرهنگی مورد بررسی قرار دادند (Nik Mastura & et al., 2013) و کولودزجسکی به بررسی حس مکان و کنش‌های محلی پرداختند (Kolodziejcki, 2014). اینها و فینچ نیز حس تعلق به مکان را در فضاهای اداری مورد بررسی قرار دادند (Inalhan & Fincht, 2015). اسکندری و همکارانش در سال 2019 به بررسی تبیین مکان و حس دل‌بستگی به مکان در مجتمع مسکونی آسمان تبریز پرداختند (Eskandari et al., 2019). میرغلامی و آیشم به بررسی مدل مفهومی ارزیابی حس مکان بر اساس مؤلفه‌های کالبدی، ادراکی، عملکردی و اجتماعی خیابان امام ارومیه با مطالعه مبانی مکان و حس مکان، به بررسی این موضوع پرداختند و دریافتند که سکانس‌های محور امام خمینی در آفرینش مفهوم مکان برای مردم یکسان عمل نکرده و کاربران نسبت به بخش‌های مختلف این خیابان حس‌های مختلفی را ابراز نموده‌اند (Mirgholami & Aishm, 2017). ضرابیان و منعم نیز به بررسی میزان و عوامل تأثیرگذار بر حس تعلق بر مکان پرداختند و دریافتند که تعلق به مکان و رای تجربیات احساسی و قابل درک و شامل اعتقادات فرهنگی و فعالیت‌هایی است که انسان را به محیط پیوند می‌زند (Zarabian & Monam, 2018). بنابراین با توجه به این پژوهش‌ها می‌توان بیان نمود که امروزه در بررسی گرافیک شهری، معماران و طراحان تلاش نموده‌اند، علاوه بر جنبه‌های عملکردی، جنبه‌های زیبایی‌شناسی را در این عناصر متبلور سازند و آنچه می‌سازند، واجد معانی زیبایی‌شناسی باشد و حس مکان را در مخاطب ایجاد نماید. همچنین در دوران کنونی در حوزه گرافیک محیطی، مسئله ایجاد حس مکان که یکی از مهم‌ترین ارکان کیفیت محیطی شهرهای ایران بود تا حد زیادی فراموش شده و این

و در مورد آن به قضاوت می‌پردازند (Jakson, 2015, 68). این حس کلی که پس از ادراک و قضاوت نسبت به محیط خاص در فرد به وجود می‌آید، حس مکان نامیده می‌شود که به عنوان عاملی مهم در هماهنگی فرد و محیط باعث بهره‌برداری بهتر از محیط، رضایت استفاده‌کنندگان و در نهایت احساس تعلق آنها به محیط و تداوم حضور در آن می‌شود (Zarabian & Monam, 2018: 26). در رابطه با حس مکان، می‌توان بیان نمود که حس مکان، به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه آنها از محیط خود است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می‌دهد (Javin & Lakhman, 2013, 35)؛ به طوری که فهم و احساسات فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می‌شود. این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می‌شود (Falahat, et al., 2015: 18). حس مکان در مکان‌هایی یافت می‌شود که دارای شخصیت مشخص و متمایز هستند (Tuan, 2017, 58) و شخصیت محیطی از چیزهای ملموس ساخته شده که دارای مصالح، شکل، بافت، رنگ، مقیاس، تنوع، چشم انداز و برجستگی است. همچنین ادراک و جهت‌یابی از عوامل مهم در ایجاد حس نسبت به مکان هاست. از این رو مهم‌ترین عوامل کالبدی مؤثر در ادراک و حس مکان اندازه مکان، درجه محصوریت، تضاد مقیاس، تناسب، مقیاس انسانی، بافت، رنگ و تنوع بصری است (Mortazavi, 2013: 70). در این راستا سه مرحله اصلی عبارتند از: تعلق به مکان، دلبستگی به مکان و تعهد به مکان (Shamai, 1991: 397). حال به منظور توصیف پیوند افراد با مکان، محققان، شماری از اصطلاحات همچون هویت مکان، دلبستگی به مکان، وابستگی به مکان و مفهوم مکان را به کار بسته‌اند (Altman and Low, 2012, 28) که عناصر شکل دهنده را می‌توان در درجه‌های متفاوتی از عناصر فیزیکی و فضایی تا عناصر شخصی و غیر مادی و ذهنی کنار هم قرار داد که ممکن است برای طراح، قابل کنترل و یا غیر قابل کنترل باشد (Steele, 2014, 31).

در پژوهش حاضر بر اساس مبانی نظری مطرح شده همراه با مد نظر قرار دادن سه عامل عمده معماری، محیط و مخاطب که ارتباط مستقیمی با گرافیک محیطی شهری دارند، نمودار زیر ارائه شده و در ادامه مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرد (نمودار شماره ۱) و بر طبق اهداف و مصداق‌های پژوهش و در جهت رهیافت به نتیجه مطلوب، شاخص‌ها و معیارهایی که بیشترین ارتباط با مخاطب و حس مکان را برای شهروندان داشته‌اند، طبق معرفی و در ارتباط با گزینه‌ها از دیدگاه مخاطبان منطقه ۲ شهر قزوین بیان و مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. با توجه به مطالب ادبیات موضوع پیرامون پژوهش حاضر، استخراج مؤلفه‌های گرافیک محیطی و حس مکان از ادبیات موضوع پژوهش حاضر انجام شد و در (جدول شماره ۱) ترسیم گردید.

با توجه به شاخص‌ها و معیارهای به دست آمده در جدول شماره ۱ و با انجام بازدیدهای میدانی، ثبت و مشاهده رفتار شهروندان در منطقه ۲ شهر قزوین، تعدادی از شاخص‌ها به دلیل عدم فرارگیری در اولویت ایجاد حس مکان، با توجه به نظر پژوهشگران، حذف و تعدادی با عناوین مناسبتری تغییر یافتند. از این رو مدل مفهومی که منجر به ایجاد و طراحی پرسشنامه پژوهش حاضر شد، در (نمودار شماره ۲) ارائه شده است.

امر ناشی از عدم شناخت و پرداخت کافی به این موضوع در تحقیقات راهبردی است که سبب گشته است تا فضای شهری امروزی گاهی حتی در پاسخگویی به عملکرد هم باز ماند. از این رو هدف از انجام این پژوهش، بررسی گرافیک شهری منطقه ۲ شهر قزوین در راستای ارتقای حس مکان در شهروندان و پیروان دستیابی به مدل خوانش گرافیک شهری است. بنابراین می‌توان پرسید:

۱. گرافیک محیطی منطقه دو شهر قزوین چگونه موجب القای حس مکان به شهروندان می‌شود؟
۲. از نگاه شهروندان منطقه دو شهر قزوین، کدام یک از عناصر گرافیک محیطی به کار رفته به منظور القای حس مکان دارای بیشترین و کمترین امتیاز بوده‌اند؟

۲. چارچوب نظری

۲.۱. گرافیک محیطی

مناسب یعنی فضایی که بشر در آن بتواند فارغ از فشارهای ناخواسته روانی رشد کرده و شکوفا شود و این از خواسته‌های عقلانی و منطقی هر جامعه است و مقصود از تمام طرح‌های گرافیکی برای محیط داخلی و خارجی، ایجاد فضایی برای زندگی پر نشاط و سالم و قانع‌کننده است (Matlebi & Javan Forouzandeh, 2011: 35). در دنیای امروز گرافیک محیطی جزئی جدایی‌ناپذیر از زندگی شهری شده و تلاش آن بر فرهنگ سازی در جامعه و بهبود ارتباط انسان با محیط است. یک ساختار گرافیکی زمانی می‌تواند عنوان گرافیک محیطی را بگیرد که با هدف ایجاد یک فضای زندگی مساعد و متناسب با فرهنگ و موقعیت اجتماعی، اقتصادی و تاریخی جامعه، در ارتباط مستقیم با افشار آن جامعه قرار گیرد (Baqapour, 2017: 85). در یک جامعه شهری با خلق مجموعه‌ای متناسب از نظر بصری و روانی می‌توان با ایجاد امید و حس مطلوب زندگی در افراد آن جامعه، جامعه‌ای پویا و پیشرفته به وجود آورد. اگر گرافیک محیطی با اصولی صحیح و متناسب انجام گیرد، می‌تواند تأثیر بسزایی در گسترش و اعتلای فرهنگ جامعه داشته باشد. طراحی گرافیکی منسجم و آراسته در فضای شهری از ارکان طراحی و مدیریت شهری به حساب می‌آید (Salavati, 2012: 67) و اگر به گونه‌ای صحیح به کار گرفته شود، باعث ارتباط سهل و آسان شهروندان در دسترسی به فضاهای شهری می‌شود و این موضوع باعث ایجاد حس خرسندی و آسایش برای افراد جامعه است؛ تا با اطمینان خاطر و اعتماد به نفس با محیط ارتباط برقرار کرده و نیازهای خود را مرتفع سازند (Arad, 2017: 94). حال در فضای شهری، گرافیک محیطی باید نشان دهنده هویت هر شهر باشد و طبق هویت تاریخی، فرهنگی و هنری آن شهر طراحی شود تا در صورت رعایت اصول بتواند باعث افزایش کیفیت فضاهای شهری شود. در همین راستا، رنگ و نور از مهمترین عوامل در زمینه گرافیک محیطی هستند (Hosseini, 2010: 56).

۲.۲. حس مکان و رویکردهای مختلف به آن

از دیدگاه روانشناسی محیطی، انسان‌ها به تجربه حسی، عاطفی و معنوی خاص نسبت به محیط زندگی نیاز دارند. محیط علاوه بر عناصر کالبدی، شامل پیام‌ها، معانی و رمزهایی است که مردم بر اساس نقش‌ها، توقعات، انگیزه‌ها و دیگر عوامل آن را رمزگشایی و درک می‌کنند



نمودار شماره ۱: چارچوب مفهومی شاخص ها و مؤلفه های خوانش گرافیک شهری پژوهش حاضر بر اساس مطالعات کیفی انجام شده

جدول شماره ۱: شاخص ها و معیارهای خوانش گرافیک شهری منطقه ۲ شهر قزوین با توجه به کدگذاری مطالعات کیفی

موضوع	معیار	شاخص	
گرافیک شهری	معماری (کالبدی-فیزیکی)	استفاده از عنصر آب، تناسبات مبلمان ها، نوع کفسازی، سطوح های زیاده، المان های شهری	
	ساختار بصری	تنوع و ریتم در المان ها و مجسمه های شهری، تقارن، نورپردازی، هندسه، مقیاس و تناسبات مبلمان ها، رنگ، مصالح، کفسازی، نماد و نشانه.	
	موقعیت	قرارگیری در دید مخاطب، هماهنگی و خوانش اثر با جزئیات محیطی، عدم وجود عناصر بصری مزاحم.	
حس مکان	کالبدی-فیزیکی	فرم، مصالح، تناسبات، رنگ، هماهنگی با بستر و محیط پیرامون.	
	فعالیت	عملکردی	مقیاس و تناسبات، مصالح، مکان قرارگیری.
		اجتماعی	نماد و نشانه، دارای مفهوم، هماهنگی با فرهنگ و هویت مردم محله.
	معنایی-ذهنی	زیبایی شناختی	فرم، مصالح، تناسبات، رنگ، جذابیت.
		ادراک	بصری، ادراکات آرامشی، انبساط خاطر، ادراکات حسی.
	مؤلفه عملکردی-فعالیتی	درگیر شدن غیرفعال با محیط	آبنماها، سطوح های زیاده، ایجاد دیدهای متوالی و مناسب، المان های هنرعمومی نظیر مجسمه ها.
	درگیر شدن غیرفعال با محیط	شنیدن اصوات، نگاه کردن.	



نمودار شماره ۲: مدل مفهومی پژوهش حاضر با توجه به مبانی نظری مطرح شده و داده های کیفی مبتنی بر رویکرد احساسی-ادراکی

۳. روش

روش تحقیق پژوهش حاضر، کیفی-کمی است که به لحاظ هدف از نوع روش پیمایشی است. در گردآوری داده های کیفی از ابزار کتابخانه ای برای بررسی مطالعات صورت گرفته در حوزه پژوهش حاضر استفاده شده است و داده های به دست آمده با روش تحلیل محتوایی مورد سنجش و بررسی قرار گرفته اند. در بخش کمی پژوهش حاضر ابزار میدانی (مشاهده و پرسشنامه) استفاده شده است. پرسشنامه محقق ساخته پژوهش حاضر که با توجه به داده های حاصل از مطالعات کتابخانه ای و مبانی نظری پژوهش حاضر تنظیم شده است، در اختیار ۱۰۰ نفر از شهروندان منطقه ۲ شهر قزوین که به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند، قرار گرفت. ابتدا به منظور رتبه دهی به معیارها و شاخص های پاسخ دهندگان به پرسشنامه پژوهش حاضر از آزمون فریدمن استفاده شد و در گام بعدی با استفاده از روش تحلیل محتوا به تحلیل داده ها پرداخته شد.

۴. معرفی محدوده پژوهش

شهر قزوین مرکز استان قزوین بر سر چهار راه ارتباطی مهم کشور قرار گرفته و تهران را به استان های زنجان، آذربایجان خاوری و باختری، همدان، کرمانشاهان و گیلان متصل می سازد. این شهر با جمعیتی معادل ۳۵۵ هزار نفر دارای مساحتی در حدود سه هزار و ۵۰۰ هکتار است. شهر قزوین تا اوایل قرن حاضر تحت تأثیر وقایع تاریخی مختلف بارها محدوده اش تغییر کرده است؛ اما هیچگاه وسعت آن از حد اولیه شهر بالاتر نرفته بود. از اوایل قرن حاضر به خصوص در ۶۰ سال اخیر با افزایش جمعیت شهر ناشی از موقعیت خاص مکانی آن، نزدیکی به پایتخت، تغییر موقعیت سیاسی و اقتصادی شهر، محدوده های شهر به شدت گسترش یافت و مساحت شهر به خصوص پس از تهیه آخرین طرح جامع سه برابر گذشته گردید. حال منطقه دو شهرداری قزوین از شمال به کانال آبرسانی طالقان، از جنوب به خیابان های بوعلی، طالقانی، ولیعصر و بلوار آیت الله خامنه ای، از شرق به کمربندی شرق و بلوار شهید بهشتی و از غرب به بلوار باهنر از تقاطع دانشگاه علوم پزشکی تا بلوار شهید نواب صفوی ختم می شود. بیش از ۱۷۶ هزار نفر بالغ بر ۵۵ درصد مردم شهر قزوین در منطقه دو این شهرداری زندگی می کنند.

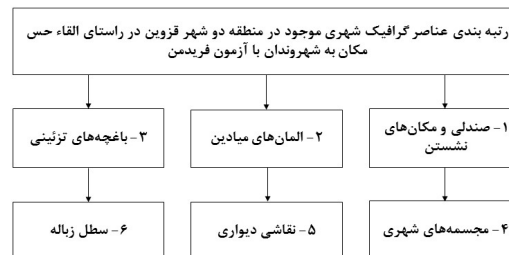
۵. بحث و یافته‌ها

و شاخص «نورپردازی» کمترین امتیاز را نسبت به سایر شاخص‌ها در ارتباط با معیار فوق دارند. حال به منظور پاسخ به سؤال دوم پژوهش حاضر مبنی بر این که، در القای حس مکان از طریق گرافیک شهری به شهروندان، کدام یک از عناصر شهری مؤثرترند؟ اطلاعات به دست آمده از تحقیقات میدانی و پرسشنامه‌های تکمیلی توسط شهروندان و مخاطبان آثار در نرم افزار spss با استفاده از آزمون فریدمن رتبه‌بندی گردید و نتایج به دست آمده در نمودار شماره ۳ نشان داده شده‌اند. از این رو نتایج این آزمون بیانگر آن است که میزان تأثیر همه عوامل به طور یکسان نبوده و معیار صندلی و مکان‌های نشستن تأثیر را داراست و باتوجه به این که میزان Sig برابر با ۰/۰۰۰ است و از ۰/۰۵ کمتر است، آزمون در سطح ۹۵ درصد معناداری است (جدول شماره ۲).

جدول شماره ۲: نتایج حاصل از آزمون فریدمن

	Mean Rank
صندلی و مکان‌های نشستن	۲/۲۲
المان‌های میدانی	۲/۰۰
باغچه‌های تزئینی	۱/۹۱
مجسمه‌های شهری	۱/۸۶
نقاشی دیواری	۱/۸۳
سطل زباله	۱/۶۹
Test Statistics ^a	
N	100
Chi-Square	163.75
df	2
Asymp. Sig.	0.000

a. Friedman Test



می‌شود شهروندان در محیط، احساس امنیت و آرامش بیشتری کنند. موقعیت و منظر محل سکونت، مطلوب و مناسب است و شهروندان منطقه دو شهر قزوین، این مؤلفه را در جهت القای حس مکان مناسب می‌دانند؛ زیرا قرارگیری عناصری مغایر با طراحی ساختمان یا بدنه شهری چه از لحاظ شکل و چه از نظر مصالح به کار برده نشده و از این رو سبب اغتشاش بصری در محیط‌های این منطقه نشده است. همچنین میزان القای حس مکان به شهروندان این منطقه از طریق مکان‌های تجمعی و نشستن (صندلی‌ها) بسیار بالاست. گفتنی است که نوع طراحی‌های سطل‌های زباله مورد پسند شهروندان نیست و هیچ نوع تأثیری در حس مکان به شهروندان ندارد. همچنین با توجه به این که نقاشی‌های دیواری این منطقه به لحاظ گرافیکی در حد مطلوبی نیست، از این رو این مؤلفه نیز در القای حس مکان به شهروندان نقشی نداشته است. بنابراین می‌بایست بیان نمود که با توجه به نتایج پرسشنامه، در جهت القای حس مکان به شهروندان، مؤلفه‌هایی همچون کیفیت، فرم و نوع مبلمان شهری، زیبایی و تناسب مطلوب در مبلمان‌های به کاررفته، تناسب و رنگ عناصر گرافیک محیطی در این منطقه با محیط و المان‌های شهری تا میزان ۶۵/۲۵ درصد نقش داشته‌اند (جدول شماره ۳).

در پی پاسخگویی به سؤال نخست این پژوهش، براساس تحلیل داده‌های اطلاعاتی از بررسی‌های کتابخانه‌ای و نتایج استخراجی از پرسشنامه و تحلیل نتایج در نرم افزار spss و با استفاده از آزمون فریدمن به دست آمده، مشخص گردید که در مؤلفه «موقعیت» شاخص «میزان خوانش اثر با جزئیات محیط» با امتیاز ۰/۳۶۰ بیشترین امتیاز و «میدان و زاویه دید مخاطب» با امتیاز ۰/۰۵۷ کمترین امتیاز را داراست و به همین ترتیب در مؤلفه «ساختار بصری» شاخص «ترکیب رنگی مناسب» با امتیاز ۰/۳۲۰ بیشترین امتیاز و شاخص «وحدت و یکپارچگی اجزای اثر» کمترین امتیاز با امتیاز ۰/۰۶۵ را دارند و در مؤلفه «معماری» شاخص «برخورداری از تناسبات مناسب با محیط» بیشترین امتیاز

نمودار شماره ۳: رتبه‌بندی عناصر گرافیک شهری منطقه ۲ شهر قزوین در راستای القای حس مکان به شهروندان با استفاده از آزمون فریدمن بر اساس آماره‌های فراوانی سئوال‌ات پرسشنامه از نظر پاسخگویان، کیفیت گرافیک عناصر شهری منطقه ۲ شهر قزوین از وضعیت مطلوب و مناسبی برخوردار است و شهروندان این منطقه با نگاه کردن به این عناصر، ادراکات حسی‌شان نسبت به محیط بهتر می‌گردد و همان‌طور که برخی از شهروندان بیان نمودند، حتی با مشاهده عناصر گرافیک شهری در این منطقه، تا چند دقیقه‌ای از حال و هوای خود خارج شده و حس خوبی را از محیط دریافت می‌کنند (این مسئله به خصوص هنگامی که بر روی صندلی‌ها و در میان باغچه‌های سبز این منطقه نشسته‌اند، رخ می‌دهد). ضمن آن که همین امر موجب می‌شود تا دوباره به محیط بازگردند.

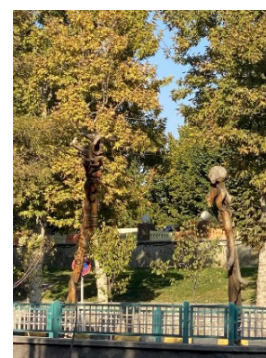
از آنجایی که عناصر گرافیک شهری می‌توانند محیط‌های کارآمد و فضاهای شهری با کیفیت خلق کنند، بهبود این متغیرها در کیفیت محیط شهری به ادراکات و احساسات خوب شهروندان بستگی دارد. شهروندان منطقه ۲ شهر قزوین از نورپردازی‌های مصنوعی در این منطقه حس خوبی دارند و بنا بر دیدگاهشان، این مؤلفه در حد مطلوبیت نسبتاً بالایی به منظور القای حس مکان است؛ زیرا چراغ‌های روشنایی سبب

جدول شماره ۳: مؤلفه های گرافیک شهری در بهبود گرافیک محیطی شهری و ایجاد حس مکان

شاخص القای حس مکان	کل مخاطبان	مخاطبان راضی			متغیرها
		مخاطبان ناراضی	مخاطبان قابل قبول	مخاطبان راضی	
۷۶	۳۷۵	۶۴	۲۶	۲۸۵	شکل و فرم مبلمان شهری
۷۰	۳۷۵	۷۵	۳۹	۲۶۱	تناسبات و رنگ عناصر با محیط
۶۷	۳۷۵	۱۱۰	۱۱	۲۵۴	کیفیت و مصالح مبلمان شهری
۷۸	۳۷۵	۶۹	۱۴	۲۹۲	زیبایی
۵۸	۳۷۵	۱۲۳	۳۴	۲۱۸	المان های شهری
۶۸	۳۷۵	۸۶	۳۹	۲۵۰	چراغ های راهنمایی و تابلوها
۴۹	۳۷۵	۱۴۵	۴۷	۱۸۳	سطح های زیاده
۵۱	۳۷۵	۱۰۵	۶۱	۲۰۹	نقاشی های دیواری

و به همین علت خوانایی از اهمیت زیادی برخوردار است. براساس آماره های فراوانی سئوالات پرسشنامه از نظر پاسخگویان در حد بسیار مطلوب ارزیابی شده است، ضمن آن که تمامی عناصر به کار رفته در این منطقه با محیط خود کاملاً هماهنگ هستند و به لحاظ زیبایی شناسی در حد بسیار مطلوب قرار دارند. نماها و فضاهای بیرونی ساختمان ها و چراغ های راهنمایی همراه با تابلوهای اسامی معابر از نما و خوانایی مناسبی برخوردارند؛ زیرا خوانایی موجبات قابل درک شدن مکان ها را فراهم می آورد و می تواند بر چگونگی و سهولت درک مردم از فرصت ها و موقعیت هایی که محیط به آنان عرضه می دارند، تأثیر بگذارد

کیفیت گرافیک شهری از لحاظ زیبایی و تناسبات به لحاظ مصالح، فرم و رنگ، براساس آماره های فراوانی سئوالات پرسشنامه از نظر پاسخگویان در حد بسیار مطلوب ارزیابی شده است، ضمن آن که تمامی عناصر به کار رفته در این منطقه با محیط خود کاملاً هماهنگ هستند و به لحاظ زیبایی شناسی در حد بسیار مطلوب قرار دارند. نماها و فضاهای بیرونی ساختمان ها و چراغ های راهنمایی همراه با تابلوهای اسامی معابر از نما و خوانایی مناسبی برخوردارند؛ زیرا خوانایی موجبات قابل درک شدن مکان ها را فراهم می آورد و می تواند بر چگونگی و سهولت درک مردم از فرصت ها و موقعیت هایی که محیط به آنان عرضه می دارند، تأثیر بگذارد



تصویر شماره ۱: برخی از تصاویر گرافیک شهری منطقه ۲ شهر قزوین

جدول شماره ۴: میزان ارزیابی گرافیک شهری به لحاظ تناسبات، جانمایی، زیبایی و فرمی از نگاه شهروندان و پاسخ دهندگان به پرسشنامه

میزان ارزیابی گرافیک شهری		سطوح
جانمایی مبلمان شهری در منطقه دو شهر قزوین به استثنای نقاشی های دیواری از نگاه شهروندان در حد ۹۱ درصد بسیار مطلوب ارزیابی شده است.		جانمایی
میزان تناسبات مؤلفه های گرافیک شهری در منطقه دو شهر قزوین به لحاظ شکل، اندازه و هماهنگی با زمینه در حد ۸۹ درصد مطلوب شمرده شده است.		تناسبات
میزان زیبایی عناصر گرافیک شهری در منطقه ۲ شهر قزوین با توجه به نوع فرم، رنگ، مصالح و نورپردازی همراه با هماهنگی با بستر قرارگیری در حد ۹۴ درصد بسیار مطلوب ارزیابی شده است.		مصالح
		رنگ
		نورپردازی
نوع فرم مبلمان شهری به کار رفته در منطقه ۲ شهر قزوین از نگاه شهروندان در حد ۸۸ درصد مطلوب شمرده شده است.		ساختار فرمی

خوانش گرافیک محیطی با تأکید بر ارتقای حس مکان و کیفیت محیطی در راستای بهبود حس مکان در منطقه ۲ شهر قزوین مورد تحلیل تجربی قرار می گیرد و در این راستا عناصر کالبدی مؤثر بر ایجاد حس مکان در (جدول شماره ۵) تحلیل شده اند.

معماری، ارتباطی دوسویه میان انسان و محیط است و از همین رو محیط های شهری و کیفیت آنها به واسطه عناصر محیطی و کالبدی از طریق مبلمان های شهری، نقاشی های دیواری، مجسمه و المان های شهری و... شکل می گیرد. در منطقه ۲ شهر قزوین، همه این ابزارها قابل درک و تجربه است. از این رو در استدلال منطقی، تدوین مدلی

جدول شماره ۵: تحلیل عناصر کالبدی و تأثیرگذار در گرافیک شهری و تفسیر کیفیت محیطی به واسطه این عناصر در منطقه ۲ شهر قزوین

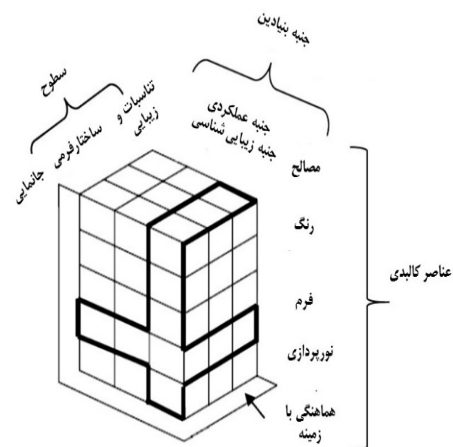
عناصر	تصاویر	مصالح	رنگ	فرم	تحلیل عناصر کالبدی در تجربه مکان و تأثیر آن بر کیفیت محیطی و حس مکان مخاطبان
میلان شهری		سنگ	سفید کرم قهوه ای	منحنی	ساختار کالبدی میلان‌های شهری منطقه ۲ شهر قزوین کیفیتی متعادل از نشانه‌های معنادار هستند که بسته به نوع فرم، رنگ و مصالح خود سبب جلب توجه مخاطبان شده و با توجه به ایجاد تعاملات اجتماعی، حس مکان را در این منطقه رقم می‌زنند. همچنین عناصر و مصالح میلان شهری در این منطقه، برتری نسبت به یکدیگر ندارند، از این رو مکانی مناسب را برای مردمان فراهم می‌نمایند تا مردم به فضا احساس تعلق نمایند.
سطل زباله		ورق فلزی و به ندرت سنگ	ترکیبی از تمام رنگ های سرد و گرم	مکعب با سقف مثلثی شکل	ساختار کالبدی سطل‌های زباله در منطقه ۲ شهر قزوین به دلیل فرم گرایی متعادل و با توجه به نوع طرح و رنگ به کار رفته بر روی آنها، تنها جنبه زیبایی شناسی دارند. ضمن آن که می‌بایست خاطر نشان شد که این نوع از میلان‌های شهری سبب جذب مخاطب به این منطقه و به رقم آن ایجاد حس مکان نمی‌شوند، چرا که بیشتر جنبه عملکردی و زیبایی شناسی آنها مطرح است.
نقاشی های دیواری		رنگ روغن	ترکیبی از رنگ های سیاه، سفید و خنثی	استفاده از نقوش انسانی و گیاهی	ساختار نقاشی‌های دیواری در منطقه ۲ شهر قزوین به دلیل فرم گرایی رایج و ابتدایی و با توجه به نوع طرح و رنگ به کار رفته، تنها جنبه زیبایی شناسی دارند، که به این جنبه نیز به خوبی نگریسته نشده است. ضمن آن که می‌بایست بیان نمود که این نوع از نقاشی‌های دیواری که از نقوش و رنگ‌های جذابی برخوردار نیستند، سبب جذب مخاطب به این منطقه و به رقم آن ایجاد حس مکان نمی‌شوند.
المان شهری		بتن با پایه سنگ	خاکستری سفید	فرم انتزاعی تلفیقی از عناصر انسانی و هندسی	کالبد، مصالح و فرم المان‌های به کار رفته در میادین منطقه ۲ شهر قزوین با فضای شهری همگون است و ساختار آن متعادل از نشانه‌های معنادار است. ساده گرایی عناصر و اجزای این المان‌ها می‌توانند به بهبود ذهن مخاطب و ایجاد حس مکان در وی کمک نماید.
مجسمه		بتن با پایه سنگ فلزی با پایه آجری	قهوه‌ای و جهت تزیینات آبی فیروزه‌ای سفید	فرم پایه مکعب یا دوزنقه	کالبد، مصالح و فرم مجسمه‌های شهری واقع در پارک‌ها و فضاهای سبز منطقه ۲ شهر قزوین که غالباً تصویری از بزرگان ایران زمین است، به لحاظ نوع شناخت و آگاهی مردم از این شخصیت‌های برتر به خوبی می‌تواند در ذهن مخاطب ماندگار شود و به لحاظ موقعیت خود در منطقه ۲ شهر قزوین، حس مکان را در وی تقویت کند.
باغچه تزیینی		سنگ و موزاییک	رنگ سفید و گاهی خاکستری	دایره مستطیل مربع	باغچه‌های تزیینی در منطقه ۲ شهر قزوین به لحاظ زیبایی شناسی و عملکردی با یکدیگر متفاوت هستند. برخی تنها جنبه زیبایی دارند و برخی دیگر علاوه بر جنبه زیبایی دارای جنبه عملکردی نیز هستند. از این رو هر باغچه‌ای متناسب با فضایی که در آن قرار گرفته است، دارای جنبه‌ای از نوع عملکردی یا زیبایی شناسی است. بنابراین باغچه‌های این منطقه حتی اگر تنها دارای جنبه زیبایی شناسی باشند، باز هم حس آرامش را به مخاطب القاء می‌نمایند و از این رو حس مکان را در وی تقویت می‌کنند.

هستند که بسته به نوع فرم، رنگ و مصالح خود سبب جلب توجه مخاطبان شده و حس مکان را در این منطقه رقم می‌زنند. حال از آن که گرافیک محیطی به دنبال تصویر و تجسم در آوردن مفاهیم عمومی و خصوصی موضوعات مختلف در محیط‌های گوناگون به منظور انتقال سریع، صریح و تصحیح این مفاهیم به مخاطب با رعایت اصول زیبایی شناختی که در هنر گرافیک مطرح بوده، است، می‌توان اذعان نمود که از میان مؤلفه‌های خوانش گرافیک محیطی در منطقه ۲ شهر قزوین، مؤلفه ساختار بصری و معماری بیشترین نقش را دارند که در این میان توانسته‌اند از طریق تناسب با بستر خود و نوع ترکیبات رنگی به کار رفته، حس مکان را در شهروندان این منطقه ایجاد نمایند. چرا که میان مؤلفه تناسب و ترکیبات رنگی با خوانش گرافیک محیطی ارتباطی دوسویه و قوی برقرار است. در ضمن عناصر و مصالح به کار رفته در این منطقه، برتری نسبت به یکدیگر ندارد، از این رو مکانی مناسب را برای مردمان فراهم می‌نمایند. مطابق با داده‌های مستخرج از پرسشنامه و نظریات شهروندان این منطقه، در جمع بندی کلی می‌توان بیان نمود که در میان عناصر گرافیک شهری در ایجاد حس مکان در این منطقه، عنصر صندلی و مکان‌های نشستن همراه با المان‌های میادین، دارای بالاترین رتبه با توجه به آزمون فریدمن هستند. این در حالی است که عناصری مثل سطل‌های زباله و نقاشی‌های دیواری کمترین رتبه را دارند. مدل خوانش گرافیک شهری در منطقه ۲ شهر قزوین در (نمودار شماره ۴) نشان داده شده است.

از آنجایی که ادراکات حسی و ذهنی، سبب برداشت معانی و مضامین از عناصر موجود در فضا می‌شود، معماران و طراحان گرافیک شهری در منطقه ۲ شهر قزوین تلاش نموده‌اند تا گرافیک شهری در این منطقه با توجه به عناصر کالبدی‌اش، ادراکات و احساسات متنوعی را به مخاطب انتقال دهد؛ تا بدین طریق، حس مکان و تعلق در مخاطبان این منطقه شکل گیرد.

۶. نتیجه گیری

براساس مشاهدات و یافته‌های مقاله حاضر به منظور خوانش گرافیک محیطی در منطقه ۲ شهر قزوین مشخص شد که در فضاهای نشستن که حالت مکث و رفع خستگی دارد، میزان خوانش گرافیک محیطی از جزئیات و تناسبات بهتری برخوردار است. مبلمان شهری در منطقه ۲ شهر قزوین به لحاظ استفاده از مصالح هماهنگ با محیط و بادوامی همچون سنگ، به کارگیری رنگ‌های شاد و جذاب، استفاده از نورپردازی‌های گسترده در سرتاسر این منطقه و تأمین امنیت از همین رو، جانمایی مجسمه‌های شهری در میان آن همراه با المان‌های شهری و نقاشی‌های دیواری، جملگی با توجه به دیدگاه شهروندان به این منطقه در وضعیت بسیار مطلوبی قرار دارند و تمامی این عوامل که به یکدیگر وابسته هستند، سبب ایجاد حس مکان به این منطقه را در شهروندان ایجاد نموده‌اند. ضمن آن که ساختار کالبدی مبلمان‌های شهری منطقه ۲ شهر قزوین کیفیتی متعادل از نشانه‌های معنادار



نمودار شماره ۴: مدل خوانش گرافیک شهری منطقه ۲ شهر قزوین

References:

- Ahmadi, F., Afshar, A., & Aghaltifi, A. (2018) Factors affecting the sense of belonging in the process of regeneration in the residential context around the shrine of Imam Reza (as), Noghhan neighborhood, Haft Shahr Scientific Research Quarterly, No. 48, pp. 70-84. [in Persian].
- Alikhani, S. (2016) Urban Graphics, Layout Magazine, No. 4. [in Persian].
- Allahdadi, M. (2017) Explaining the Criteria of Designing Urban Furniture and Landscape, with a Cultural-social Design Approach. Journal of History Culture and Art Research, 6(4), 165-175.
- Altman, I. c Seth Low. (2012) Place Attachment, Plenum Press: New York.
- Andhra Yuich, G. D. (2001) Research Methods Urban, (Seyed Mohammad Nejat Hosseini, Trans.)). Tehran: Municipal Organization of the Country, (25).
- Arad Khani, P. (2017) Study of the role and performance of urban furniture in improving the quality of the urban

- environment and citizens' satisfaction (Case study: District 4 of Kermanshah Municipality), *Journal of Urban Research and Planning*, 7th year, 27th issue, 110-193. [in Persian].
- Baqapour, M. R. (2017) The Role of Criteria in Organizing Street Graphics, *Artist Profession* No. 26(19). 143-147[in Persian].
 - Doiran, I., Kariminejad, M. (2013) Identity and sense of spatial belonging in new public spaces of urban development, city identity, number eighteen, year eight, pp. 81-92.[in Persian].
 - Eskandari, M., Balilan Asl, L., & Sattarzadeh, D. (2019) Promoting the Sense of Place Attachment through Enplaning the Meaning of Place in the Open Space of Aseman-e-Tabriz Residential Complex, *Armanshahr Architecture & Urban Development*, 12(26), 15-30.
 - Falahat, M. S., Kamali, L., & Shahidi, S. (2015) The role of the concept of sense of place in improving the quality of architectural protection", *Bagh-e Nazar*, Volume 14, Number 46, pp. 15-22.[in Persian].
 - Farrokhirad, Z.(2018). Introducing Effective Factors on Urban Furniture Designing, Emphasizing on Color and Aesthetic Dimension (Bu-Ali Sina Street as a Case of Study), *Science Arena Publications Specialty Journal of Architecture and Construction*, Vol 4 (1): 1-11
 - Golkar, K. (2008) Conceptual Evolution of Urban Visual Environment; From Cosmetic Approach through to Sustainable Approach, *Journal of Environmental Science*, (4), 195.
 - Hashemnezhad, H., Heidari. A. A., & Mohammad Hoseini, P.(2013) Sense of Place and Place Attachment, *International Journal of Architecture and Urban Development* Vol. 3, No. 1, Winter
 - Hosseini, R. (2010). Understanding graphic art, Tehran: Marlik Publications. [in Persian].
 - Inalhan, G., Finch, E. (2015), Place Attachment and Sense of Belonging in the Offices", *Journal of Environmental Psychology*, vol 16.
 - Jackson, J. B. (2015) A Sense of Place, a Sense of Time. New Haven: Yale University Press
 - Javen, G, Lakhman, P. (2013)Sense of Place: Authenticity and Character". *Journal of Urban Design* 8 (1): 67-81.
 - Kudryavtsev, A., Stedman, R.,& Krasny, M.(2012) Sense of place in environmental education", *Environmental Education Research*, Vol. 18, No. 2, April 2012, 229–250
 - Kolodziejski, A. (2014). Connecting people and place: Sense of place and local action. The University of Manchester (United Kingdom).
 - Louise Kolodziejski, A.(2014) Connecting People and Place: Sense of Place and Local Action, A thesis submitted to the University of Manchester for the degree of PhD in the Faculty of Humanities, School of Environment, Education and Development: Planning and Environmental Management.
 - Mahmoudi, H., Ali Mardani, M. (2016) The role of urban furniture in improving the visual and aesthetic qualities of coastal sidewalks (Case study: Bushehr coastal sidewalks)", *Quarterly Journal of Sustainable Architecture and Urban Planning*, Year 3, Issue 1, 31-46.22. [in Persian]
 - Matlebi, Q., Javan Forouzandeh, A. (2011)The concept of sense of belonging to a place and its constituent factors, *City Identity Magazine*, No. 8, Spring and Summer, pp. 37-27. [in Persian].
 - Mirgholami, M., Aishm, M. (2017)Conceptual model of evaluating the sense of place based on physical, perceptual, functional and social components, *Journal of Urban Studies*, No. 19, pp. 69-80. [in Persian].
 - Mortazavi, S. (2013) *Environmental Psychology and its Application*, Tehran, Shahid Beheshti University Press. [in Persian].
 - Najafi, M., Kamal Bin Mohd Shariff, M. (2011) The Concept of Place and Sense of Place In Architectural Studies, *World Academy of Science*", *Engineering and Technology* 56,pp1100-1106
 - Nik, Ma.,Nik, M., Saruwono, M., Yani Said, S., Halawah, & W., Wan, A. (2013) A Sense of Place within the Landscape in Cultural Settings, *Social and Behavioral Sciences*105-pp506-512.
 - Nurberg Schultz, Ch. (2011) Spirit of place: Towards the phenomenology of architecture. Translation: Mohammad Reza Shirazi, Second Edition, Tehran: New Happening. [in Persian].
 - Ostvar, M. (2014) *Environmental Graphic Art*, Tehran: Raznameh Publications. [in Persian]
 - Proshansky, H. M. (1978)The city and self-identity. *Environment and Behavior*, 10,147–169.
 - Rahmani, N., Shaderkh, S. (2016) Investigating the Impact of Environmental Graphics on Increasing Urban Tourism Development", *Bi-Quarterly Journal*

- of Applied Arts, No. 7, pp. 61-72.92. [in Persian].
- Ralph, E. (2011) Place and Displacement, translated by Mohammad Reza Mohammadi, Tehran, Armanshahr. [in Persian].
 - Sajjadzadeh, H., Karimi Consultant, M., & Vahdat, S. (2015) Visual reading of environmental graphics in urban spaces with emphasis on murals, case study: Tehran, Armanshahr Architecture and Urban Planning Quarterly, No. 19, pp. 107-118.72.92. [in Persian].
 - Salavati, M. (2012) The Impact of Environmental Graphics on Urban Communication, Role of Visual Arts Quarterly, Fourth Year 118.72.92. [in Persian].
 - Shamaï, S. (1991) Sense of place: an empirical measurement, Israel, geoforum, Vol.22, pp.: 347- 358
 - Steele, F. (2014) The sense of place, CBI Publishing Company, Boston.
 - Tuan, Yi-Fu. (2017) Space and Place the Perspective of Experience. New York: University of Minnesota Press.
 - Vahdat, S., Sajjadzadeh, H. (2015) Study and Evaluation of the Role of Urban Art in Increasing the Attendance of Public Spaces with Emphasis on Urban Graphics (Case Study: Hamadan People's Park), Art Research Quarterly, Year 6, Issue 11, pp. 25-38. [in Persian].
 - Zarabian, F., Monam, M. R. (2018). Study of the extent and factors affecting the sense of belonging to the place, Institute of Humanities and Cultural Studies, Year 9, No. 89, pp. 23-28.118.72.92. [in Persian].

نحوه ارجاع به مقاله:

مهرانفر، مونا؛ سهیلی، جمال‌الدین؛ افهمی، رضا؛ (۱۴۰۱) ارائه یک مدل خوانش گرافیکی مبلمان شهری با تاکید بر بهبود حس مکان (نمونه مورد مطالعه: منطقه ۲ شهر قزوین)، مطالعات شهری، ۱۱ (۴۳)، ۵۵-۶۴. doi: 10.34785/J011.2022.011/Jms.2022.98

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.



شناسایی عوامل مؤثر بر فرآیند تنظیم مجدد زمین در بافت‌های فرسوده شهری

مطالعه موردی: شهر شیراز^۱

فهیمة نامور حقیقی شیرازی فرد - دانش آموخته دکتری گروه شهرسازی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.
خلیل حاجی پور^۲ - استاد مدعو گروه شهرسازی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران و استادیار گروه شهرسازی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.
امیر حسین شبانی - استادیار گروه شهرسازی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران و مرکز تحقیقات افق‌های نوین در معماری و شهرسازی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.
محمود محمدی - استاد مدعو گروه شهرسازی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران و دانشیار گروه شهرسازی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران.

تاریخ دریافت: ۲۵ خرداد ۱۳۹۸ تاریخ پذیرش: ۲۴ دی ۱۳۹۸

چکیده

رشد و گسترش فزاینده شهرها در دهه‌های اخیر باعث تبدیل اراضی کشاورزی، بالا رفتن هزینه‌های خدمات‌رسانی شهری، عدم توجه و رسیدگی به بافت‌های فرسوده در قالب توسعه درونزا شده است. شهر شیراز نیز با دارا بودن هزار و ۷۰۰ هکتار بافت فرسوده از مسائل یادشده برکنار نبوده است. در سال‌های اخیر توجه به بافت فرسوده و توسعه درونزا مورد توجه قرار گرفته است. برای این منظور از سیاست‌های مدیریت و مهار رشد استفاده می‌شود که یکی از این سیاست‌ها تنظیم مجدد زمین است. به منظور کارایی و اثربخشی بیشتر فرآیند تنظیم مجدد زمین که متأثر از ویژگی‌های قانونی، نهادی، اقتصادی و اجتماعی محل است، شناسایی و دسته‌بندی عوامل مؤثر بر آن ضروری است. بر این اساس هدف این پژوهش شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر فرآیند تنظیم مجدد زمین در بافت‌های فرسوده و بررسی روابط علی-معلولی بین آنها به منظور شناخت مهمترین متغیرها در فرآیند اجراست. این امر می‌تواند رهنمونی باشد برای مدیریت شهری در دستیابی به توسعه درونزا از طریق تحریک و تحقق مهمترین متغیرها و به تبع آن افزایش تحقق‌پذیری کل پروژه تنظیم مجدد زمین. به منظور نیل به این هدف از روش توصیفی-تحلیلی در قالب مدل تحلیل تفسیری-ساختاری با استفاده از نرم‌افزار Micmac شد و جهت روابط بین متغیرها مشخص شده است. برای این منظور از پرسشنامه دلفی دو مرحله‌ای و نظرات ۱۷ نفر از کارشناسان امور شهری شهر شیراز استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که متغیر مشارکت پذیر بودن دولت محلی از طریق نهادهای واسط و تسهیل‌گر جزو گروه تأثیرگذارترین و تأثیرپذیرترین متغیرهاست. بنابراین این متغیر نقشی کلیدی و راهبردی ایفا می‌کند. به این معنا که کلید اجرای تنظیم مجدد زمین در بافت‌های فرسوده و حل مشکلات مربوط به آن ایجاد نهادی واسط برای شنیدن خواسته‌ها و نظرات مردم است. همچنین سایر متغیرهای راهبردی تنظیم مجدد زمین در بافت فرسوده توجه به عدالت فردی و اجتماعی در دولت محلی، بینش راهبردی و منعطف بودن دولت محلی، تعریف اهداف ملموس و قابل دستیابی در تنظیم مجدد زمین و ارزیابی مناسب قیمت زمین قبل و بعد از اجرا هستند. بنابراین رصد مداوم این متغیرها در طول فرآیند تهیه طرح و اجرای تنظیم مجدد زمین در بافت فرسوده لازم و ضروری است.

واژگان کلیدی: تنظیم مجدد زمین (LR)، تحلیل تفسیری-ساختاری (ISM)، نرم‌افزار Micmac، شیراز.

نکات برجسته

- وجود نهادهای واسط بین دولت محلی و مردم یکی از راهبردی‌ترین عوامل در بازسازی بافت‌های فرسوده است.
- در پیاده‌سازی تنظیم مجدد زمین وضع قوانین حقوقی و مشخص شدن چارچوب اجرایی، نقش کلیدی دارند.
- تمایل به مشارکت مالکان زمین مهمترین عامل اجرای تنظیم مجدد زمین در بافت‌های فرسوده است.

۱ این مقاله برگرفته از رساله دکتری رشته شهرسازی با عنوان "تدوین الگوی تنظیم مجدد زمین برای دستیابی به توسعه درون‌زا در شهرهای ایران- نمونه موردی شهر شیراز" است که به وسیله نویسنده اول و با راهنمایی نویسنده دوم و سوم و مشاوره نویسنده چهارم در دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد دفاع شده است.

۲ نویسنده مسئول مقاله: khajipoor@gmail.com

۱. مقدمه

موجب آن تعدادی از قطعات نامنظم زمین پس از تجمیع با یک برنامه ریزی صحیح به قطعات منظم تر تقسیم می شوند و بخش هایی برای ارائه خدمات عمومی قرار گرفته و دیگر بخش ها نیز بین مالکان اصلی به منظور ساخت و ساز تقسیم می شوند (Archer, 1992: 155). در این روش با تغییر در خطوط مالکیت، تجمیع، تقسیم و تعویض مساحت قطعات زمین برای ایجاد یا بهسازی تأسیسات شهری و خدمات عمومی صورت می گیرد (Sharifzadeh, 2006; 6-7) و به جای تأمین زمین مورد نیاز از طریق اجبار، از طریق مذاکره با مالکان دعوت می شود که اراضی تحت مالکیت خود را به یکدیگر الحاق کنند تا زمین لازم برای خدمات تأمین شود (Schrock, 2012: 11).

بیلماز و همکارانش (Yilmaz et al, 2015) با اتخاذ روندی توصیفی به ارائه مثال های موفق از کشورهای آلمان، ژاپن و اسپانیا پرداخته و در نهایت به شیوه ارزیابی سیستماتیک این سیاست دست یافته اند. ترک و آلتس (Turk & Altes, 2010) نیز با هدف بررسی کارایی تنظیم مجدد زمین در بازسازی درونی مناطق شهری به این نتیجه رسیدند که تنظیم مجدد زمین می تواند ابزاری سودمند در بازسازی شهری ترکیه باشد. سورنسن (Sorensen, 2000) به این نتیجه رسیده که اجرای این سیاست در ژاپن نیاز به منابع و نیروی انسانی متخصص و مشارکت مالکان دارد. موسوی به این نتیجه رسیده که این روش می تواند باعث افزایش شاخص های اجتماعی چون حس تعلق و روابط همسایگی و تأمین خدمات مورد نیاز محلی شود (Musawi, 2016). اصغری نیز به دنبال روشی برای افزایش خدمات شهری و تفکیک بهتر قطعات بیان می دارد که اجرای موفق این سیاست در ارتباط با شاخص های سرمایه اجتماعی، مالی، رهبری و مدیریت، قوانین و مقررات و متخصصین و کارشناسان در محله مورد نظر مشکل است (Asgari, 2016). فخری تنگی با اتخاذ روشی توصیفی-تحلیلی به این نتیجه رسیده که با توجه به عوامل فضایی کالبدی و اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی می توان از این روش در محله گلکوب شیراز بهره جست (Fakhri Tazangi, 2011). حبیبی و حاجی بنده با روشی توصیفی به بررسی این روش پرداخته و به این نتیجه رسیده اند که اجرای موفق این برنامه در ایران نیازمند مشارکت عمومی، مرحله بندی اجرای طرح و جذب مناسب سرمایه است (Habibi & Haji Bandeh, 2009).

همان طور که مشاهده می شود بیشتر این تحقیقات به بیان و یا ارزیابی توصیفی سیاست تنظیم مجدد زمین و برخی به امکان سنجی این سیاست در محله ای خاص پرداخته و هیچ یک چارچوبی در این خصوص با توجه به روابط علی-معلولی بین متغیرها متناسب با شرایط بومی شهر شیراز ارائه نکرده اند.

۲.۱. مزایای تنظیم مجدد زمین

۲.۱.۱. تنظیم مجدد زمین مزایای بسیاری دارد که می توان آنها را به صورت زیر بیان نمود: منظم سازی قطعات از طریق تغییر حدود مالکیت و حذف قطعات کوچک و نامنظم به منظور افزایش بهره وری زمین، توزیع مناسب خدمات شهری از طریق آزاد شدن زمین برای تخصیص به خدمات (Sharifzadeh, 2006; 13)؛ Yomralioglu & Parker, 1993: 2، حفظ سرمایه اجتماعی و روابط همسایگی از طریق عدم نیاز به نقل مکان مالکان به محله دیگر (Sharifzadeh, 2006; 12)،

رشد شتابان شهری در دهه های اخیر باعث پدیده گسترش شهری به صورت افقی و عمودی شده است (Rui, 2013: 1). رشد پراکنده و افقی نظیر اتلاف منابع محدود زمین، کاهش زمین های کشاورزی و فضاهای باز منجر به ایجاد نوعی توسعه نامطلوب و ایجاد الگوهای کاربری اراضی نامناسب می شوند که می تواند توسعه پایدار را با مشکل مواجه سازد (Bekele, 2005: 14). همچنین زوال محلات شهری و حومه های قدیمی به دلیل عدم تمایل افراد به زندگی در این محلات، کاهش سرمایه گذاری در محلات قدیمی و کاهش ظرفیت برای نگهداشت افراد، نزول کیفیت زندگی را به همراه دارد (Myers & Kitsuse, 1999: 8). از این رو توجه به مدیریت رشد شهری و توسعه درون زا اهمیت فراوانی دارد.

در میان سیاست های مدیریت و مهار رشد شهری، سیاست «تنظیم مجدد زمین» را می توان راهکاری بهینه در مهار رشد نامتوازن شهر و احیای بافت های درون شهری عنوان نموده و به عنوان ابزار اجرایی رشد درون زا مورد استفاده قرار داد. در حقیقت، می توان آن را روشی برای مدیریت و اداره زمین شهری دانست (Turk, 2008: 53; Yilmaz et al, 2015: 154). تنظیم مجدد زمین ابزاری قدرتمند در بهسازی بافت های فرسوده محسوب می شود و برای بهبود کارایی زمین های نامنظم، افزایش تراکم، ارتفاع زیرساخت ها و خدمات و نوسازی محدوده استفاده می شود (De Souza et al, 2018: 29) و نسبت به سایر روش های بهسازی مانند خرید زمین توسط دولت آسانتر و اجرایی تر بوده و حفظ سرمایه اجتماعی و روابط همسایگی از طریق عدم نیاز به نقل مکان مالکان به محله دیگر و توزیع مجدد زمین بین آنها را به همراه دارد (Sharif Zade, 2006: 12&14).

بررسی وضعیت شهر شیراز به عنوان یکی از کلانشهرهای ایران نشان می دهد که هرچند طی دهه های اخیر جمعیت شهر شیراز افزایش داشته است اما مساحت شهر با سرعت بیشتری گسترش یافته و طی این مدت شهر شیراز با پدیده پراکنده رویی مواجه بوده است (Barzegar, 2012: 57; Kamanrudi Kojuri, et al., 2014: 4). از سویی دیگر شیراز دارای هزار و 700 هکتار بافت فرسوده و ناکارآمد (Statistical Yearbook of Shiraz Municipality, 2015: 54) است که وسعت این مقدار از بافت های نیازمند توجه، لزوم به کارگیری توسعه درون زا و ابزارهای دستیابی به آن را نمایان می سازد. از این رو لازم است که مدیریت شهری از سیاست های مدیریت و مهار رشد خصوصاً تنظیم مجدد زمین که یکی از کامل ترین ابزارهای دستیابی به رشد هوشمند و توسعه درون زا است، بهره گیرد. اما این سیاست می تواند در کشورهای مختلف و بنا بر ویژگی های مدیریت کلان و محلی، ویژگی های اقتصادی و اجتماعی و کاربردهای مختلف تنظیم مجدد زمین، به صورت های گوناگونی ظاهر شود. بر این اساس هدف این پژوهش شناسایی متغیرهای کلیدی مؤثر بر فرآیند تنظیم مجدد زمین برای اجرایی کردن آن متناسب با شرایط شهر شیراز است.

۲. چارچوب نظری

تنظیم مجدد زمین تکنیکی به منظور مدیریت توسعه شهر است که به

مرحله دوم- شناسایی وضع موجود: شناسایی مالکان و مقدار زمین و ارزش مالی آنها و جمع‌آوری خواسته‌ها و نیازهای آنها برای انعکاس در طرح (Sharifzadeh, 2006; 15). بررسی ویژگی‌های جمعیتی، اجتماعی و اقتصادی در این مرحله باید صورت گیرد (Mohammdi, et al., 2014: 9-10).

مرحله سوم- تهیه طرح تنظیم مجدد زمین: در این مرحله گروه طراحان براساس مرحله شناسایی وضع موجود و خواسته‌های مالکان و نتایج به دست آمده، اقدام به تهیه طرح کاربری جدید می‌کنند (Sharifzadeh, 2006; 5; Muller-Jokel, 2004). برای این منظور ابتدا سطوح خدماتی مورد نیاز محله و یا شهر مشخص شده و از کل زمین کسر می‌گردد و مابقی به کاربری‌های انتفاعی اختصاص می‌یابد. سپس ارزش مالی آورده هر مالک از طریق ارزش گذاری اولیه زمین براساس معیارهای مساحت و شکل قطعه، دسترسی به خدمات و معابر، عرض معبر و غیره مشخص می‌گردد (Mohammdi, et al., 2014: 11).

مرحله چهارم- تصویب و اجرای پروژه: بعد از دستیابی به توافق نظر در خصوص طرح و سهم هر مالک، گروه مسئول برای اجرایی کردن پروژه، آن را در مراجع قانونی مصوب کرده و دولت محلی با استفاده از فروش زمین‌های انتفاعی به دست آورده، هزینه احداث خدمات عمومی را تأمین می‌کند (Hong & Brain, 2012; 5; Rafiean & Legzian, 2008). با توجه به موارد فوق مهم‌ترین متغیرهای مؤثر بر تنظیم مجدد زمین به صورت جدول شماره 1 خواهد بود.

کنترل پراکنده‌رویی از طریق توجه به توسعه درونزا، کاهش تصدی‌گری دولت از طریق تعریف نهادی واسط بین دولت محلی و مالکان، افزایش تحقق‌پذیری طرح با توجه به مشارکت ساکنین در تهیه طرح و منتفع شدن آنها و کاهش هزینه‌های دولت محلی برای ایجاد خدمات عمومی از طریق رویکرد مشارکتی به جای تصاحب زمین (Hong & Brain, 2012: 3; 5; Yomralioglu & Parker, 1993). این موضوع باعث شکل‌گیری یک گفت‌وگو اجتماعی می‌شود که در آن همه بخش‌های جامعه کمک می‌کنند تا بتوانند مشکلات خود را حل کنند.

۲.۲. فرآیند تنظیم مجدد زمین

تنظیم مجدد زمین دارای فرآیندی است که با توجه به تفاوت‌های سیاست‌گذاری زمین در کشورهای متفاوت با تغییراتی اندک همراه خواهد بود. به طور کلی فرآیند تنظیم مجدد زمین را می‌توان به صورت زیر بیان نمود:

مرحله نخست- آماده‌سازی مقدمات تهیه طرح: تصمیم‌گیری مسئولان برای انتخاب محدوده، تعیین نهاد برنامه‌ریزی و اجرایی که در اکثر مواقع دولت محلی است، بررسی محدوده از نظر الزامات اولیه مانند کاداستر شهری و طرح فرادست (Yomralioglu et al., 1996: 7). تمایل مالکین به اجرای تنظیم مجدد زمین و عدم پرونده قضایی تا چنانچه محدوده مورد نظر دارای این شرایط باشد، محدوده دیگری جایگزین شود (Mohammdi, et al., 2014: 9-10). جلب مشارکت اولیه ساکنان از طریق برگزاری جلسات اعلان عمومی این مرحله (Muller -Jokel, 2004: 5).

جدول شماره ۱: متغیرهای تنظیم مجدد زمین

ابعاد	شاخص
اسناد فرادست و اطلاعات ثبتی	دارا بودن طرح مصوب فرادست (D ₁)؛ وجود کاداستر شهری (D ₂)؛ وجود بانک اطلاعاتی پروژه (D ₃)
اجتماعی	تمایل به مشارکت مالکان و ساکنان در طرح (D ₄)؛ شفافیت مراحل، فرآیند و نحوه مشارکت مالکان و ساکنان و دولت محلی (D ₅)؛ اعتماد مردم به یکدیگر و جدایی از فردگرایی (D ₆)؛ اعتماد مردم به دولت محلی (D ₇)
قانونی و حقوقی	تعیین قوانین مرتبط با اعتراض ساکنان و مالکان به طرح قبل و حین و بعد از اجرا (D ₈)؛ تصویب قوانین مرتبط با پرداخت غرامت احتمالی به ساکنان در صورت عدم تمایل به مشارکت (D ₉)
سازمانی نهادی	وجود چارچوب‌های نهادی (تعیین دقیق وظایف و اختیارات نهاد‌های مرتبط به تفکیک و شرح مراحل) (D ₁₀)؛ مشارکت پذیر بودن دولت محلی از طریق نهادهای واسط و تسهیل‌گر (D ₁₁)؛ قانون مداری دولت محلی (D ₁₂)؛ توجه به عدالت فردی و اجتماعی در دولت محلی (D ₁₃)؛ ظرفیت فنی و تخصصی و نیروی انسانی دولت محلی (D ₁₄)؛ بینش راهبردی و منعطف بودن دولت محلی (D ₁₅)
اقتصادی	کفایت منابع مالی برای اجرای سیاست (ثبتی، آماده‌سازی، برنامه‌ریزی) (D ₁₆)؛ ارزیابی مناسب قیمت زمین قبل و بعد از اجرا (D ₁₇)
اجرایی	تعریف اهداف ملموس و قابل دستیابی در تنظیم مجدد زمین (D ₁₈)؛ تعریف چارچوب‌های معین برای تعیین مکان پروژه (D ₁₉)؛ ارزیابی اثرات اجتماعی قبل، حین و بعد از اجرای پروژه (D ₂₀)؛ ارزیابی اثرات اقتصادی قبل، حین و بعد از اجرای پروژه (D ₂₁)؛ توجه به محل سکونت ساکنان و اشتغال موجود در محدوده طرح حین اجرا (D ₂₂)

۳. روش

روش تحقیق این پژوهش به لحاظ ماهیت توصیفی-تحلیلی بوده و از نظر هدف در دسته پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد. با توجه به گستردگی و پیچیدگی روابط از نرم‌افزار میک مک (Micmac) استفاده شده و هدف آن بررسی و تحلیل نیروهای محرک^۱ و نیروهای وابسته^۲ متغیرهاست (Bagheri Nejad et al., 2013: 35). در این روش متغیرهای

مؤثر بر سیستم در یک ماتریس n*n بر اساس نظرات گروه کارشناسان در قالب اعداد P، 3، 2، 1 و 0 پیر شده و مبنای تحلیل‌های بعدی است. برای این منظور ابتدا شاخص‌هایی از مبانی نظری پژوهش استخراج و در قالب یک ماتریس 22*22 و به صورت پرسشنامه دلفی دو مرحله‌ای در اختیار 17 نفر از کارشناسان امور شهری شهر شیراز (شهرداری، راه و شهرسازی و مشاوران ناظر بر طرح تفصیلی) قرار گرفت.

- 1 Driving forces
- 2 Dependent forces

۴. بحث و یافته‌ها

به منظور تعیین عوامل کلیدی و دسته‌بندی معیارها و شاخص‌ها در نرم‌افزار میک مک مراحل زیر طی می‌شود.

۴٫۱. مرحله نخست: تعیین روابط دودویی در ماتریس تأثیرات مستقیم در بافت فرسوده

در این مرحله از کارشناسان خواسته شد تا پرسشنامه تحلیل میک مک را بر اساس روابط زیر پر نمایند. به طوری که اگر i مؤلفه سطر و j مؤلفه ستون باشد و i بر j اثر گذارد، ۰ (عدم وجود تأثیر)، ۱ (رابطه ضعیف)، ۲ (رابطه متوسط) و ۳ (رابطه قوی) را نشان می‌دهد.

۴٫۲. مرحله دوم: تحلیل اولیه ماتریس روابط مستقیم دریافت فرسوده با توجه به داده‌های ورودی به نرم‌افزار، تکرار محاسبه اثرات متقاطع پیشنهادی نرم‌افزار ۳ است که نشانگر پایداری بالای داده‌های ورودی به نرم‌افزار است. درجه پرشدگی که نشان از اعداد غیر صفر است، برابر با ۵۵٫۱۶ است. این امر نشان می‌دهد که شاخص‌های انتخاب شده تأثیر زیاد و پراکنده‌ای بر یکدیگر دارند و سیستم در وضعیت ناپایداری به سر می‌برد.

۴٫۳. مرحله سوم: درجه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرها در ماتریس روابط مستقیم در بافت فرسوده

مجموع عددهای سطر متغیر نشان دهنده میزان تأثیرگذاری و نفوذ آن متغیر و مجموع عددهای ستون متغیر بیانگر میزان وابستگی و تأثیر پذیری آن متغیر است (جدول شماره ۲). به این ترتیب مشارکت پذیر بودن دولت محلی از طریق نهادهای واسط و تسهیل گر (D11)، قانون مداری دولت محلی (D12) و ارزیابی اثرات اقتصادی قبل، حین و بعد از اجرای پروژه (D21)، تأثیرگذارترین متغیرها بوده که به ترتیب دارای درجه تأثیرگذاری ۴۰، ۴۰ و ۳۹ هستند. در سمت مقابل شاخص‌های تمایل به مشارکت مالکان و ساکنان در طرح (D4)، مشارکت پذیر بودن دولت محلی از طریق نهادهای واسط و تسهیل گر (D11) و بینش راهبردی و منعطف بودن دولت محلی (D15) قرار دارند که دارای بالاترین میزان وابستگی به ترتیب متناظر با اعداد ۴۹، ۴۲ و ۴۱ هستند. نکته حائز اهمیت آن است که متغیر مشارکت پذیر بودن دولت محلی از طریق نهادهای واسط و تسهیل گر (D11) هم جزو تأثیرگذارترین و هم تأثیرپذیرترین متغیرهاست و نشان از اهمیت و راهبردی بودن این متغیر دارد.

جدول شماره ۲ درجه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرها در ماتریس روابط مستقیم

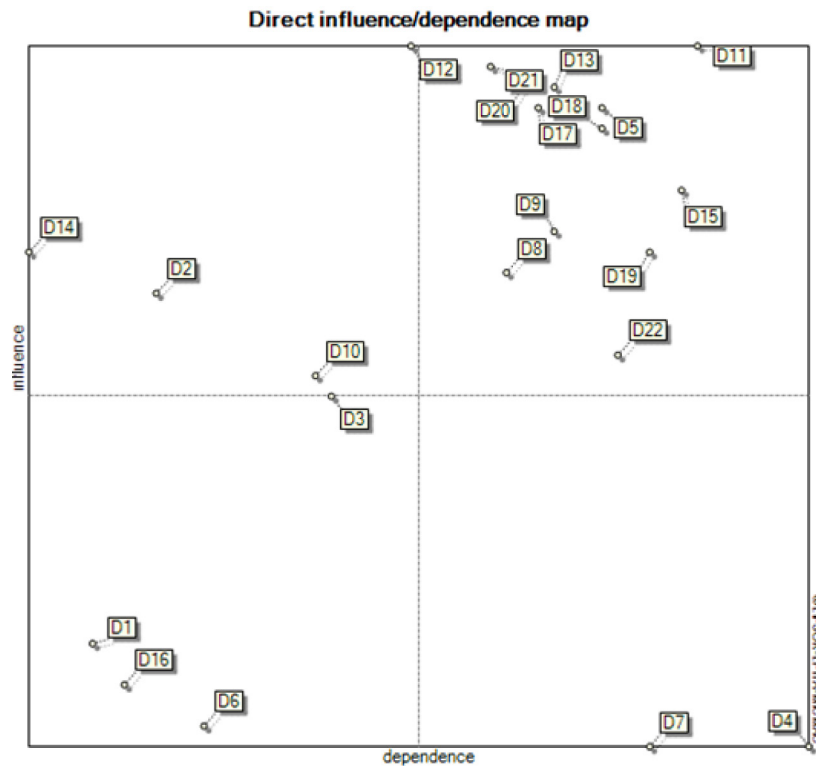
تأثیرپذیری	تأثیرگذاری	متغیر	ابعاد
۴	۱۱	دارا بودن طرح مصوب فرادست	۱ اسناد فرادست و
۸	۲۸	(وجود کاداستر شهری (وضعیت ثبت و مالکیت	۲ اطلاعات ثبتی
۱۹	۲۳	وجود بانک اطلاعاتی پروژه	۳
۴۹	۶	تمایل به مشارکت مالکان و ساکنان در طرح	۴ اجتماعی
۳۶	۳۷	شفافیت مراحل، فرآیند و نحوه مشارکت مالکان و ساکنان و دولت محلی	۵
۱۱	۷	اعتماد مردم به یکدیگر و جدایی از فرد گرایی	۶
۳۹	۶	اعتماد مردم به دولت محلی	۷
۳۰	۲۹	تعیین قوانین مرتبط با اعتراض ساکنان و مالکان به طرح قبل و حین و بعد از اجرا	۸ قانونی و حقوقی
۳۳	۳۱	تصویب قوانین مرتبط با پرداخت غرامت احتمالی به ساکنان در صورت عدم تمایل به مشارکت	۹
۱۸	۲۴	وجود چارچوب‌های نهادی (تعیین دقیق وظایف و اختیارات نهادهای مرتبط به تفکیک و مراحل)	۱۰
۴۲	۴۰	مشارکت پذیر بودن دولت محلی از طریق نهادهای واسط و تسهیل گر	۱۱
۲۴	۴۰	قانون مداری دولت محلی	۱۲
۳۳	۳۸	توجه به عدالت فردی و اجتماعی در دولت محلی	۱۳
۰	۳۰	ظرفیت فنی و تخصصی و نیروی انسانی دولت محلی	۱۴
۴۱	۳۳	بینش راهبردی و منعطف بودن دولت محلی	۱۵
۶	۹	کفایت منابع مالی برای اجرای سیاست (ثبتي، آماده سازی، برنامه ریزی)	۱۶ اقتصادی
۳۲	۳۷	ارزیابی مناسب قیمت زمین قبل و بعد از اجرا	۱۷
۳۶	۳۶	تعریف اهداف ملموس و قابل دستیابی در تنظیم مجدد زمین	۱۸
۳۹	۳۰	تعریف چارچوب‌های معین برای تعیین مکان پروژه	۱۹
۳۱	۳۸	ارزیابی اثرات اجتماعی قبل، حین و بعد از اجرای پروژه	۲۰
۲۹	۳۹	ارزیابی اثرات اقتصادی قبل، حین و بعد از اجرای پروژه	۲۱
۲۷	۲۵	توجه به محل سکونت ساکنان و اشتغال موجود در محدوده طرح حین اجرا	۲۲
۵۹۷	۵۹۷	Totals	

- 1 No influence
- 2 Weak influence

- 3 Moderate influence
- 4 Strong influence

بین متغیرها که شبکه‌ای درهم‌تنیده از روابط رفت و برگشتی است، نرم‌افزار میک مک شاخص‌ها را بر اساس تأثیرگذاری و تأثیرپذیری در دستگاه مختصات قرار می‌دهد.

مرحله چهارم: بررسی نقشه روابط مستقیم شاخص‌های تنظیم مجدد زمین در بافت فرسوده همان طور که در تصویر شماره ۱ دیده می‌شود، با توجه به روابط مستقیم



تصویر شماره ۱: نقشه روابط مستقیم متغیرها در بافت فرسوده

حقوقی، اجرایی و برخی از عوامل نهادی- سازمانی در این دسته هستند.

ب- متغیرهای هدف: این متغیرها در زیر خط قطری ناحیه شمال شرقی نمودار قرار دارند. این متغیرها، بیش از آن که تأثیرگذار باشند، تأثیرپذیرند و آنها را می‌توان به عنوان نتایج تکامل سیستم شناسایی نمود و نمایانگر «اهداف ممکن» در سیستم هستند. به این ترتیب متغیر (D₂₂) هدفی است که در صورت برآورده شدن آن، اجرای تنظیم مجدد زمین در بافت فرسوده را تسریع می‌نماید.

متغیرهای تأثیرپذیر یا وابسته: این متغیرها در قسمت جنوب شرقی نمودار قرار داشته و تأثیرگذاری پایین و تأثیرپذیری بسیار بالایی دارند. دو متغیر اجتماعی (D₄) و (D₇) در این دسته قرار می‌گیرند که در حقیقت خروجی سیستم هستند.

متغیرهای مستقل: این متغیرها در قسمت جنوب غربی نمودار قرار داشته و از سایر متغیرهای سیستم تأثیر نپذیرفته و بر آنها هم تأثیر نمی‌گذارند زیرا تقریباً به صورت جدا از کل سیستم عمل می‌کنند. این متغیرها خود شامل دو دسته متغیرهای «گسسته» و «اهرمی ثانویه» می‌شوند:

الف- متغیرهای گسسته یا مستقل از سیستم: این متغیرها در ابتدای نمودار قرار گرفته و قرارگیری آنها در این موقعیت نشانگر این است که این متغیرها ارتباطی به پویایی و تغییرات کنونی سیستم نداشته و می‌توان آنها را از سیستم خارج نمود. سه متغیر (D₁)، (D₆) و (D₁₆) در این زمره‌اند.

متغیرهای تأثیرگذار: این متغیرها در ناحیه شمال غربی نمودار قرار داشته و بیشتر تأثیرگذار بوده و کمتر تأثیر پذیرند. متغیرهای (D₂)، (D₁₀)، (D₁₂) و (D₁₄) جزو این دسته از متغیرها هستند. بیشتر متغیرهایی که در این دسته قرار دارند، متغیرهای سازمانی- نهادی هستند؛ همان طور که مشخص است این متغیرها، متغیرهای محیطی هستند که هرچند به شدت بر سیستم تأثیر می‌گذارند اما خارج از سیستم قرار دارند و مدیریت آنها کمی مشکل است.

متغیرهای دوجبهی: ناحیه شمال شرقی نمودار نشان دهنده متغیرهای دوجبهی است. این متغیرها، بسیار تأثیرپذیر و بسیار تأثیرگذار بوده و طبیعت آنها با عدم پایداری آمیخته است. بیشتر این متغیرها عوامل قانونی- حقوقی و اجرایی هستند که ارتباط بین عوامل سازمانی- نهادی (تأثیرگذار) و اجتماعی (وابسته) را برقرار می‌کنند. به طور کلی دوازده متغیر در این گروه قرار می‌گیرند که برخی در دو دسته متغیرهای ریسک و هدف هستند و بقیه شامل این دو گروه نیستند؛ مانند (D₁₃)، (D₁₇)، (D₂₀) و (D₂₁).

الف- متغیرهای ریسک: این متغیرها حول و حوش خط قطری ناحیه شمال شرقی نمودار قرار داشته و ظرفیت بسیار بالایی برای تبدیل شدن به بازیگران کلیدی سیستم را دارا هستند. بر این مبنا (D₃)، (D₈)، (D₉)، (D₁₁)، (D₁₅)، (D₁₈) و (D₁₉)، در دسته متغیرهای ریسک قرار دارند و تغییر در جهت بهبود این متغیرها بهبود شرایط کلی اجرای تنظیم مجدد زمین در بافت فرسوده را به دنبال دارد. عوامل قانونی-

هستند. بنابراین متغیرهای «تأثیرگذار» که تأثیر بسیار بالایی دارند، ولی قابل کنترل نیستند را نمی توان متغیر راهبردی محسوب کرد اما متغیرهای «دو وجهی» خصوصاً در انتهای قطر اصلی متغیرهای راهبردی هستند، چراکه هم قابلیت کنترل توسط سیستم را دارند و هم بر سیستم تأثیرگذاری قابل قبولی دارند. برای مبنا می توان متغیرهای (D₅)، (D₁₁)، (D₁₃)، (D₁₅)، (D17) و (D18) را جزو این نوع متغیرها قرار داد که به عنوان پیشران در دستیابی به موفقیت در اجرای تنظیم مجدد زمین نقش کلیدی ایفا می کنند. جدول شماره ۳ دسته بندی متغیرها را به صورت خلاصه نشان می دهد.

جدول شماره ۳: نوع متغیرها در ماتریس روابط مستقیم تنظیم مجدد زمین

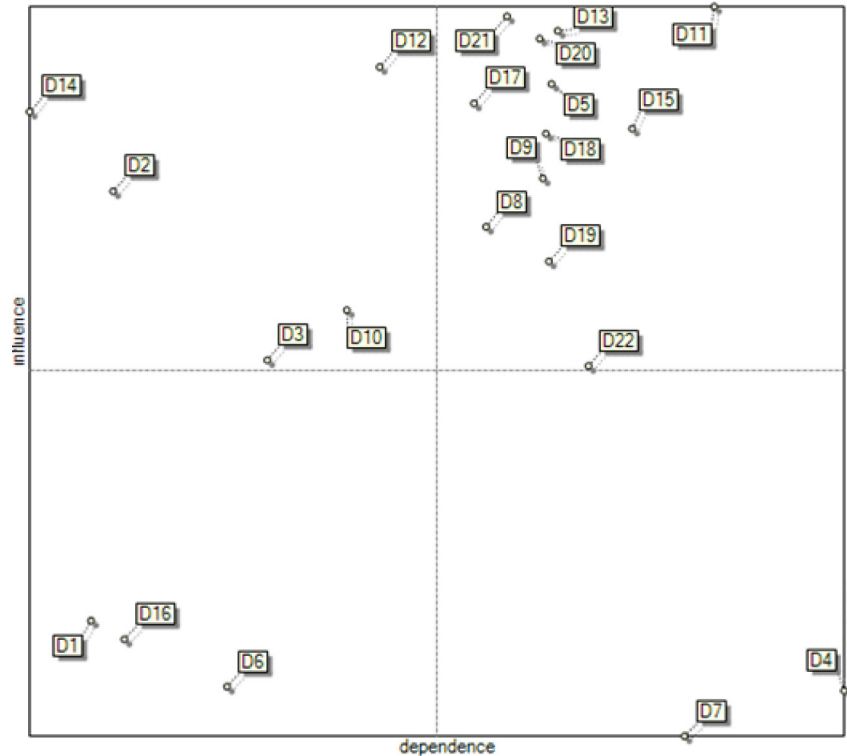
نوع متغیر	ابعاد	شاخص
تأثیرگذار	اسناد فرادست و اطلاعات ثبتی	وجود کاداستر شهری (D ₂)
	سازمانی نهادی	وجود چارچوب های نهادی (تعیین دقیق وظایف و اختیارات نهادهای مرتبط به تفکیک و شرح مراحل) (D ₄)؛ قانون مداری دولت محلی (D ₁₃)؛ ظرفیت فنی و تخصصی و نیروی انسانی دولت محلی (D ₁₄)
دو وجهی	سازمانی نهادی	توجه به عدالت فردی و اجتماعی در دولت محلی (D ₁₃)
	اقتصادی	ارزیابی مناسب قیمت زمین قبل و بعد از اجرا (D17)
ریسک	اجرائی	ارزیابی اثرات اجتماعی قبل، حین و بعد از اجرای پروژه (D ₂₀)؛ ارزیابی اثرات اقتصادی قبل، حین و بعد از اجرای پروژه (D ₂₁)
	اجتماعی	شفافیت مراحل، فرآیند و نحوه مشارکت مالکان و ساکنان و دولت محلی (D ₆)
دو وجهی	قانونی و حقوقی	تعیین قوانین مرتبط با اعتراض ساکنان و مالکان به طرح قبل و حین و بعد از اجرا (D ₈)؛ تصویب قوانین مرتبط با پرداخت غرامت احتمالی به ساکنان در صورت عدم تمایل به مشارکت (D ₉)
	سازمانی نهادی	مشارکت پذیر بودن دولت محلی از طریق نهادهای واسط و تسهیل گر (D ₁₁)؛ بینش راهبردی و منعطف بودن دولت محلی (D ₁₅)
هدف	اجرائی	تعریف اهداف ملموس و قابل دستیابی در تنظیم مجدد زمین (D18)؛ تعریف چارچوب های معین برای تعیین مکان پروژه (D19)
	اجتماعی	توجه به محل سکونت ساکنان و اشتغال موجود در محدوده طرح حین اجرا (D ₁₁)
راهبردی	سازمانی نهادی	شفافیت مراحل، فرآیند و نحوه مشارکت مالکان و ساکنان و دولت محلی (D ₆)
	اقتصادی	مشارکت پذیر بودن دولت محلی از طریق نهادهای واسط و تسهیل گر (D ₁₁)؛ توجه به عدالت فردی و اجتماعی در دولت محلی (D ₁₃)؛ بینش راهبردی و منعطف بودن دولت محلی (D ₁₅)
وابسته	اجرائی	ارزیابی مناسب قیمت زمین قبل و بعد از اجرا (D17)
	اجتماعی	تعریف اهداف ملموس و قابل دستیابی در تنظیم مجدد زمین (D18)
مستقل	اسناد فرادست و اطلاعات ثبتی	تمایل به مشارکت مالکان و ساکنان در طرح (D ₄)؛ اعتماد مردم به دولت محلی (D ₇)
	اقتصادی	دارا بودن طرح مصوب فرادست (D ₁)
اهرمی ثانویه	اسناد فرادست و اطلاعات ثبتی	اعتماد مردم به یکدیگر و جدایی از فردگرایی (D ₇)
	اقتصادی	کفایت منابع مالی برای اجرای سیاست (ثبتی، آماده سازی، برنامه ریزی) (D16)
تنظیمی	اسناد فرادست و اطلاعات ثبتی	وجود بانک اطلاعاتی پروژه (D ₁)
	سازمانی نهادی	وجود بانک اطلاعاتی پروژه (D ₁)
		وجود چارچوب های نهادی (تعیین دقیق وظایف و اختیارات نهادهای مرتبط به تفکیک و شرح مراحل) (D ₁₁)

این ماتریس در حقیقت خروجی نرم افزار بوده و بعد از ورود ماتریس روابط مستقیم حاصل می شود و قابل تغییر و ویرایش نیست. ۴/۷. مرحله هفتم: بررسی نقشه روابط غیرمستقیم شاخص های تنظیم مجدد زمین در بافت فرسوده همان طور که در تصویر شماره ۲ دیده می شود، با توجه به روابط غیرمستقیم بین متغیرها که از محاسبات نرم افزار حاصل می شود، براساس تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرها در دستگاه مختصات به شرح تصویر ۲ قرار می گیرند. بر این اساس دسته بندی متغیرها بر حسب تعاریف گفته شده در مرحله ۴ به صورت جدول شماره ۴ خواهد بود.

ب- متغیرهای اهرمی ثانویه: این متغیرها در قسمت جنوب غربی نمودار و بالای خط قطری قرار دارند و با وجود این که کاملاً مستقل هستند، بیش از آن که تأثیر پذیر باشند، تأثیرگذارند. متغیر (D₃) در این زمره قرار می گیرد. متغیرهای تنظیمی: این متغیرها در نزدیکی مرکز ثقل نمودار قرار دارند و می توانند در ایجاد تعادل در سیستم مفید واقع شده و به صورت متغیرهای اهداف ضعیف، ریسک ثانویه و اهرمی ثانویه به کار روند. در این میان متغیرهای (D₃) و (D₁₀) چنین نقشی را ایجاد می کنند. متغیرهای راهبردی: این متغیرها هم تأثیرگذار و هم قابل کنترل

۴/۵. مرحله پنجم: بررسی پایداری و ناپایداری سیستم در روابط مستقیم متغیرها در بافت فرسوده زمانی که متغیرها حول قطر اصلی و تا انتهای نمودار پراکنده شده باشند، سیستم ناپایدار است. در این حالت وضعیت سیستم پیچیده است و متغیرها حالت بینابینی از تأثیرگذاری و تأثیرپذیری دارند. به این ترتیب بر اساس تصویر شماره ۱ ماتریس روابط مستقیم تنظیم مجدد زمین در بافت فرسوده حالت ناپایدار دارد که این امر به دلیل درصد بالای متغیرهای دو وجهی در سیستم است. ۴/۶. مرحله ششم: تعیین روابط دودویی در ماتریس تأثیرات غیر مستقیم در بافت فرسوده

Indirect influence/dependence map



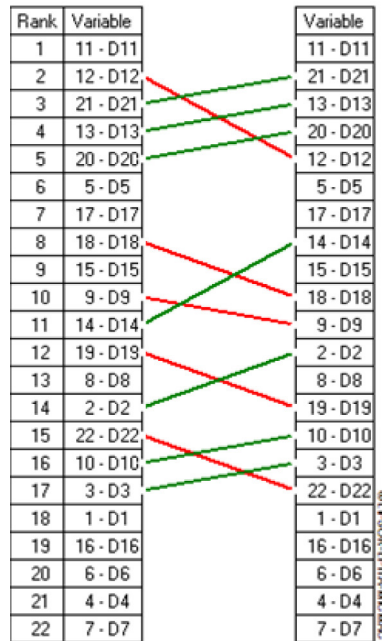
تصویر شماره ۲: نقشه روابط غیرمستقیم متغیرها در بافت فرسوده

جدول شماره ۴: نوع متغیرها در ماتریس روابط غیرمستقیم تنظیم مجدد زمین در بافت فرسوده

شخص	ابعاد	نوع متغیر	
وجود کاداستر شهری (D _۲)؛ وجود بانک اطلاعاتی پروژه (D _۳)	اسناد فرادست و اطلاعات ثبتی	تأثیر گذار	
وجود چارچوب‌های نهادی (تعیین دقیق وظایف و اختیارات نهادهای مرتبط به تفکیک و شرح مراحل) (D _{۱۰})؛ قانون مداری دولت محلی (D _{۱۲})؛ ظرفیت فنی و تخصصی و نیروی انسانی دولت محلی (D _{۱۴})	سازمانی نهادی		
شفافیت مراحل، فرآیند و نحوه مشارکت مالکان و ساکنان و دولت محلی (D _۳)	اجتماعی	دو وجهی	دو وجهی
مشارکت پذیر بودن دولت محلی از طریق نهادهای واسط و تسهیل گر (D _{۱۱})؛ توجه به عدالت فردی و اجتماعی در دولت محلی (D _{۱۳})	سازمانی نهادی		
ارزیابی مناسب قیمت زمین قبل و بعد از اجرا (D _{۱۷})	اقتصادی	ریسک	دو وجهی
ارزیابی اثرات اجتماعی قبل، حین و بعد از اجرای پروژه (D _{۲۰})؛ ارزیابی اثرات اقتصادی قبل، حین و بعد از اجرای پروژه (D _{۲۱})	اجرائی		
تعیین قوانین مرتبط با اعتراض ساکنان و مالکان به طرح قبل و حین و بعد از اجرا (D _۸)؛ تصویب قوانین مرتبط با پرداخت غرامت احتمالی به ساکنان در صورت عدم تمایل به مشارکت (D _۹)	قانونی و حقوقی	هدف	دو وجهی
بیش راهبردی و منعطف بودن دولت محلی (D _{۱۵})	سازمانی نهادی		
تعریف اهداف ملموس و قابل دستیابی در تنظیم مجدد زمین (D _{۱۸})؛ تعریف چارچوب‌های معین برای تعیین مکان پروژه (D _{۱۹})	اجرائی	راهبردی	دو وجهی
توجه به محل سکونت ساکنان و اشتغال موجود در محدوده طرح حین اجرا (D _{۲۲})	اجرائی		
مشارکت پذیر بودن دولت محلی از طریق نهادهای واسط و تسهیل گر (D _{۱۱})؛ بیش راهبردی و منعطف بودن دولت محلی (D _{۱۵})	سازمانی نهادی	وابسته	
تمایل به مشارکت مالکان و ساکنان در طرح (D _۳)؛ اعتماد مردم به دولت محلی (D _۷)	اجتماعی	مستقل	گسسته
دارا بودن طرح مصوب فرادست (D _۱)	اسناد فرادست و اطلاعات ثبتی		
اعتماد مردم به یکدیگر و جدایی از فردگرایی (D _۶)	اجتماعی	تنظیمی	گسسته
کفایت منابع مالی برای اجرای سیاست (ثبتی، آماده سازی، برنامه ریزی) (D _{۱۶})	اقتصادی		
وجود بانک اطلاعاتی پروژه (D _۳)	اسناد فرادست و اطلاعات ثبتی	تنظیمی	
وجود چارچوب‌های نهادی (تعیین دقیق وظایف و اختیارات نهادهای مرتبط به تفکیک و شرح مراحل) (D _{۱۰})	سازمانی نهادی		

متغیرهایی از این نظر مهم‌ترند که در هر دو ماتریس دارای اهمیت باشند. از این رو نرم افزار میک مک شرایطی را به وجود آورده که می‌توان متغیرها را در ماتریس روابط مستقیم و غیرمستقیم مقایسه کرد (تصویر شماره ۳).

۴٫۸. مرحله هشتم: طبقه بندی شاخص‌ها بر اساس تأثیرگذاری و تأثیرپذیری هرچند که هرکدام از متغیرها دارای درجه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری جداگانه‌ای در ماتریس روابط مستقیم و غیرمستقیم هستند اما،

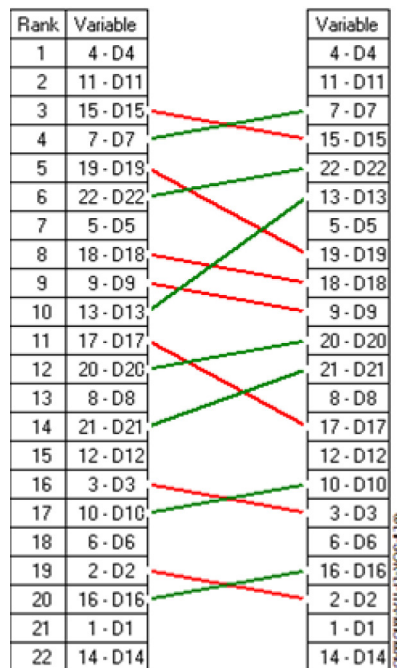


تصویر شماره ۳: طبقه بندی متغیرها بر اساس تأثیرگذاری در ماتریس روابط مستقیم و غیر مستقیم

به این ترتیب مهمترین متغیر از نظر تأثیرگذاری در تنظیم مجدد زمین در بافت فرسوده در شیراز مطابق جدول شماره ۵ است که بیشتر در دسته متغیرهای سازمانی-نهادی و اجرایی قرار دارد. همچنین می توان تأثیرپذیری متغیرها را در هر دو ماتریس روابط مستقیم و غیرمستقیم بررسی کرده و تأثیرپذیرترین متغیرها را به طور کلی مشخص نمود (تصویر شماره ۴). بر این اساس تأثیرپذیرترین متغیرها در تنظیم مجدد زمین در بافت فرسوده در شیراز مطابق با جدول شماره ۶ است.

جدول شماره ۵: مهمترین متغیرهای تأثیرگذار در تنظیم مجدد زمین در بافت فرسوده

ابعاد	شاخص
اجتماعی	شفافیت مراحل، فرآیند و نحوه مشارکت مالکان و ساکنان و دولت محلی (D5)
سازمانی نهادی	مشارکت پذیر بودن دولت محلی از طریق نهادهای واسط و تسهیل گر (D ₁₁)؛ قانون مداری دولت محلی (D ₁₂)؛ توجه به عدالت فردی و اجتماعی در دولت محلی (D ₁₃)
اقتصادی	ارزیابی مناسب قیمت زمین قبل و بعد از اجرا (D17)
اجرایی	ارزیابی اثرات اجتماعی قبل، حین و بعد از اجرای پروژه (D20)؛ ارزیابی اثرات اقتصادی قبل، حین و بعد از اجرای پروژه (D21)



تصویر شماره ۴: طبقه بندی متغیرها بر اساس تأثیرپذیری در ماتریس روابط مستقیم و غیر مستقیم

جدول شماره ۶: مهمترین متغیرهای تأثیرپذیر در تنظیم مجدد زمین در بافت فرسوده

ابعاد	شاخص
اجتماعی	تمایل به مشارکت مالکان و ساکنان در طرح (D _۴)؛ شفافیت مراحل، فرآیند و نحوه مشارکت مالکان و ساکنان و دولت محلی (D _۵)؛ اعتماد مردم به دولت محلی (D _۶)
سازمانی نهادی	مشارکت پذیر بودن دولت محلی از طریق نهادهای واسط و تسهیل گر (D _{۱۱})؛ توجه به عدالت فردی و اجتماعی در دولت محلی (D _{۱۳})؛ بینش راهبردی و منعطف بودن دولت محلی (D _{۱۵})
اجرایی	تعریف چارچوب‌های معین برای تعیین مکان پروژه (D19)؛ توجه به محل سکونت ساکنان و اشتغال موجود در محدوده طرح حین اجرا (D _{۲۲})

۵. نتیجه‌گیری

با توجه به مباحث نظری و همچنین تحلیل ساختاری صورت گرفته نتایج زیر درباره معیارها و شاخص‌های تنظیم مجدد زمین و فرآیند آن قابل استنباط است.

عمده متغیرهای سازمانی- نهادی مانند مشارکت پذیر بودن دولت محلی از طریق نهادهای واسط و تسهیل گر، قانون مداری دولت محلی و توجه به عدالت فردی و اجتماعی در دولت محلی نقش مهمی در اجرای تنظیم مجدد زمین و تأثیر بر سایر متغیرها دارند. چراکه این متغیرها، در حقیقت متغیرهای اجتماعی را به متغیرهای اجرایی پیوند می‌زنند و مانند پلی ضمن برآورده کردن خواسته‌های مردم، چارچوبی برای اجرای درست تنظیم مجدد فراهم می‌آورند. در این بین متغیرهایی چون ارزیابی اثرات اجتماعی قبل، حین و بعد از اجرای پروژه و ارزیابی اثرات اقتصادی قبل، حین و بعد از اجرای پروژه به این علت که به طور مرتب خواسته‌ها و نیازهای مردم و سودآوری پروژه را رصد می‌کنند نیز، ضامن موفقیت اجرای پروژه تنظیم مجدد زمین در بافت‌های فرسوده هستند. در این بین توجه به محل سکونت ساکنان و اشتغال موجود در محدوده طرح حین اجرا بعد از هدف اولیه که اجرای تنظیم مجدد زمین است، هدف ثانویه‌ای است که در صورت محقق شدن آن امکان تحقق پذیری طرح به شدت بالا می‌رود.

تمایل به مشارکت مالکان و ساکنان در طرح تأثیرپذیرترین متغیر است؛ زیرا زمانی مالکان حاضر به مشارکت در طرح می‌شوند که سایر متغیرها مانند متغیرهای سازمانی- نهادی، اجرایی و قانونی- حقوقی تأمین شده باشند. همچنین زمانی دولت محلی می‌تواند بینش راهبردی و منعطف داشته باشد که ضمن ارزیابی مداوم اقتصادی- اجتماعی، مشارکت‌پذیری دولت محلی از طریق نهادی واسط افزایش دهد و به این ترتیب مردم متوجه شوند که دولت محلی در پی برقراری تعادل

میان عدالت فردی و اجتماعی است. در این بین شفافیت مراحل، فرآیند و نحوه مشارکت مالکان و ساکنان و دولت محلی، تعریف اهداف ملموس و قابل دستیابی در تنظیم مجدد زمین و توجه به معیارهای مناسب برای ارزشگذاری زمین قبل و بعد از اجرای تنظیم مجدد زمین می‌تواند نقش مهمی در بینش راهبردی و منعطف بودن دولت محلی داشته باشد.

با توجه به تکرار متغیر مشارکت پذیر بودن دولت محلی از طریق نهادهای واسط و تسهیل گر در هر دو گروه متغیرهای تأثیرگذار و تأثیرپذیر، این متغیر نقشی کلیدی و راهبردی ایفا می‌کند. به این معنا که کلید اجرای تنظیم مجدد زمین در بافت‌های فرسوده و حل مشکلات مربوط به آن ایجاد نهادی واسط برای شنیدن خواسته‌ها و نظرات مردم است مانند دفاتر تسهیل‌گری که اگر به درستی ایفای وظایف کنند، می‌توانند گام مؤثری در اجرای تنظیم مجدد زمین در بافت‌های فرسوده بردارند. همچنین متغیرهای شفافیت مراحل، فرآیند و نحوه مشارکت مالکان و ساکنان و دولت محلی، توجه به عدالت فردی و اجتماعی در دولت محلی، بینش راهبردی و منعطف بودن دولت محلی، تعریف اهداف ملموس و قابل دستیابی در تنظیم مجدد زمین و ارزیابی مناسب قیمت زمین قبل و بعد از اجرا، راهبردی‌ترین متغیرهای تنظیم مجدد زمین در بافت فرسوده هستند که مانند شمشیر دولبه به بهبود فرآیند سیستم کمک کرده و یا با ایجاد اختلال در آنها موجب اختلال عملکرد سیستم می‌شوند (جدول شماره ۷). بنابراین رصد مداوم این متغیرها در طول فرآیند تهیه طرح و اجرای تنظیم مجدد زمین در بافت فرسوده لازم و ضروری است. تمامی این متغیرها یا خود مستقیماً مربوط به دولت محلی هستند و یا این که توسط دولت محلی انجام می‌گیرند. این امر نشان‌دهنده اهمیت سیاست‌گذاری در سطح مدیران مدیریت شهری و به کارگیری نیروی انسانی متخصص و باتجربه است.

جدول شماره ۷: مهمترین متغیرهای راهبردی در تنظیم مجدد زمین در بافت فرسوده

ابعاد	شاخص
اجتماعی	شفافیت مراحل، فرآیند و نحوه مشارکت مالکان و ساکنان و دولت محلی (D _۵)
سازمانی نهادی	مشارکت پذیر بودن دولت محلی از طریق نهادهای واسط و تسهیل گر (D _{۱۱})؛ توجه به عدالت فردی و اجتماعی در دولت محلی (D _{۱۳})؛ بینش راهبردی و منعطف بودن دولت محلی (D _{۱۵})
اقتصادی	ارزیابی مناسب قیمت زمین قبل و بعد از اجرا (D17)
اجرایی	تعریف اهداف ملموس و قابل دستیابی در تنظیم مجدد زمین (D18)

در صورت عدم تمایل به مشارکت، دو متغیر قانونی- حقوقی تعیین قوانین مرتبط با اعتراض ساکنان و مالکان به طرح قبل و حین و بعد از اجرا و تصویب قوانین مرتبط با پرداخت غرامت احتمالی به ساکنان جزو متغیرهایی هستند که ریسک سیستم را بالا می‌برند. زیرا هرگونه

قانون‌گذاری که در آن به منافع مالکان به صورت عادلانه توجه نشود، می‌تواند خود به عنوان یکی از موانع سیستم به‌شمار آمده و تمایل مالکان و ساکنان به مشارکت در طرح را کاهش دهد. همچنین چنانچه دولت محلی نتواند در شرایط مختلف انعطاف داشته و با توجه

- به طور کلی اجرای تنظیم مجدد زمین در بافت های فرسوده یک راهبرد برد-برد برای ساکنان و دولت محلی است. به این معنا که نیازی به نقل مکان ساکنان از محله نبوده و روابط اجتماعی حفظ می شود و به علت بهسازی محله علاوه بر افزایش کیفیت زندگی، ارزش زمین مالکان افزایش می یابد و از طرفی لازم نیست که دولت محلی برای تأمین خدمات اقدام به تملک اجباری نموده و در این رابطه هزینه ای پرداخت کند. بنابراین سیاست تنظیم مجدد زمین به عنوان یکی از مؤثرترین راهکارهای بهسازی بافت های فرسوده پیشنهاد می شود.

References:

- Archer, R.W. (1992). Introducing the Urban Pooling-Readjustment Technique into Thailand to Improve Urban Development and Land Supply. Public Administration and Development, 12: 155-174.
- Asghri, S. (2016). Brname rizi baftha-ye Farsodeh Shahri ba Ruykard-e Tanzim Mojaddad Zamin, Namuneh Muredi: Mahalleh Hasanabad Shahr Yazd [Urban Distressed Areas Planning with Land Readjustment Orientation, Cases Study: Hassanabad Neighborhood of Yazd City] Master Thesis, Faculty of Art and Architecture, Yazd University, Yazd, Iran. [in Persian]
- Baqheri Nejad, Z.; Baradaran kezemzadeh, R.; Asadi, R. (2013). Shenasei v OulawitBandi-ye Faktorha-ye kelidi Movafaqiat dar Lejestik-e Ma'akus Sana't-e khodro ba Estefadeh az Ruykard-e Model Sazi-e Sakhtari Tafsiri (ISM) [Identify and Prioritize key Success Factors in the Automotive Industry Reverse Logistics Using an Interpretive Structural Modeling Approach (ISM)]. Pazhuheshha-ye Modiriati dar Iran. 17(1). [in Persian]
- Barzegar, Z. (2012). Shahrshenasi v tasirat an bar Amniat Ghaza, ab v Energy dar Iran. Namuneh Muredi: Shahr-e Shiraz [Urbanization and its Effects on Food, Water and Energy Security in Iran. Case study: Shiraz]. Barname- rizi-ye Mantaqheei, 2 (5): 53-64. [in Persian]
- Bekele, H. (2005). Urbanization and Urban Sprawl. A M. Sc. Thesis, Royal Institute of Technology, Stockholm, Sweden.
- De Souza, F. F.; Ochi, T. and Hosono, A. (2018). Land Readjustment: Solving Urban Problems Through Innovative Approach. Japan International Cooperation Agency Research Institute (JICA-RI).
- Fakhri Tazangi, Z. (2011). Emkansanji Estefadeh az Rawesh Yekparchehsazi v Tanzim Mojaddad Zmin dar

به شرایط، استراتژی و راهبرد مناسب ارائه دهد، موجب عدم اجرای خواسته های ساکنان و عدم تمایل و در نهایت شکست پروژه می شود. در این بین توجه به الزامات اولیه برای انتخاب سایت و تعریف اهداف ملموس با توجه به واقعیت های موجود نیز اهمیت فراوانی دارد. چراکه در غیر این صورت به علت عدم توجه به واقعیات این فرآیند متوقف می شود.

مقایسه این پژوهش با سایر پژوهش های مرتبط با تنظیم مجدد زمین نشان می دهد که برخلاف سایر مقالاتی که به معرفی متغیر و درگامی بالاتر به امکان سنجی این روش در محله ای خاص اکتفا کرده اند، در این مقاله شناخت لایه ای روابط علی و معلولی متغیرها مورد توجه است. به این ترتیب که نه تنها درجه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرها مشخص شده، بلکه نقش هر متغیر در سیستم و نحوه تأثیرگذاری آنها نیز بیان شده است. در این میان مشخص شدن متغیرهای دوجبه (پیوندی) و متغیرهای راهبردی با توجه به نقش کلیدی آنها، نقطه عطف این مقاله است.

در راستای اجرای بهتر و مؤثرتر تنظیم مجدد زمین در شهر شیراز می توان پیشنهادات زیر را ارائه داد:

- هرچند فرآیند تنظیم مجدد زمین از کشوری به کشور دیگر و از پروژه ای به پروژه ای دیگر متفاوت است اما اصول کلی و قابل تعمیم، بخش زیادی از آن را تشکیل می دهد. فرآیند تنظیم مجدد زمین باید با توجه به ویژگی های بومی، قانونی، نهادی، اجتماعی و اقتصادی موضع مورد نظر طراحی گردد. اجرای این سیاست حتی در اراضی بایر با بافت فرسوده متفاوت است چراکه با توجه به سکونت افراد در بافت فرسوده توجه به عوامل اجتماعی اولویت می یابد. بنابراین برای جلب اعتماد و مشارکت ساکنان، برگزاری جلسات توجیه فرآیند و طرح حائز اهمیت است. در این صورت است که دولت محلی می تواند از خواسته ها و نظرات ساکنان آگاهی یابد.

- با توجه به این که مشارکت پذیری در طرح های بافت فرسوده ضامن تحقق پذیری طرح است، لازم است دولت محلی از نهادهای واسط مانند NGO ها برای ارتباط با مردم و شنیدن خواسته ها و اجرا کردن آنها تا حد امکان بهره گیرد.

- از الزامات اجرای تنظیم مجدد زمین کاداستر شهری و اطلاعات ثبتی است و چنانچه در محدوده ای برای درصد قابل توجهی از زمین ها این اطلاعات موجود نباشد، در همان گام نخست بایستی از انتخاب آن محدوده صرف نظر کرد.

- یکی از عوامل کلیدی که تأثیر مستقیم بر رضایت ساکنان و ادامه همکاری آنها با دولت محلی دارد، ارزیابی مناسب قیمت زمین قبل و بعد از اجراست. در این راستا صرفاً نباید به مساحت اولیه زمین اکتفا کرد بلکه توجه به عواملی مانند دوری و نزدیکی به خدمات و معابر، دید و منظر و تراکم مجاز قبل و بعد از اجرای طرح باید مد نظر قرار گیرد.

- با توجه به این که برای اجرای تنظیم مجدد زمین در بافت فرسوده لازم است که ساکنان به طور موقت از محله نقل مکان کنند و اغلب این افراد تمکن مالی برای خرید و یا اجاره خانه در طول اجرای طرح را ندارند، همکاری و هماهنگی دولت محلی با بانک ها برای ارائه تسهیلات کم بهره و طولانی مدت لازم است.

- Tamin Maskan v khadamat Shahri. Namuneh Muredi: Mahalleh Golkub-e Shiraz [Feasibility Study of Using the Method of Integration and Land Readjustment in the Providing of Housing and Urban Services. Case study: Golkob neighborhood of Shiraz], Master Thesis, Faculty of Art and Architecture, Isfahan Art University, Isfahan, Iran. [in Persian]
- Habibi, M.; Haji Bandeh, M. (2009). Barrasi tajrobeh Sazmandehi-e Mojaddad Zamin dar Japan braye Estefadeh az an dar Iran [Investigating the Experience of Land Reorganization in Japan for its Use in Iran]. *Majaleh-e Howiat-e Shahr*, 3 (5): 3-14. [in Persian]
 - Hong, Y., Brain, I. (2012). Land Readjustment for Urban Development and Post-Disaster Reconstruction, Lincoln Institute of Land Policy, Land Lines.
 - Kamanrudi Kojuri, M.; Azizpur, F.; Janbazi, A. (2014). Parakandeh-ruei Shahr-e Shiraz v Taghyirat-e Eghtesadi, ejtemaei v Kalbadi rustaha-ye PIRAMUN, Namuneh Muredi: Golkub-e Shiraz: rustaha-ye Guyoam [Sprawl of Shiraz and Economic, Social and Physical Changes of Surrounding Villages, Case Study: Guyoam Village]. *Faslnameh-e Eghtesad-e Faza v Tuse'eh rustaei*, 3 (3): 41-62. [in Persian]
 - Mohammadi, M.; Moradi, D.; Ghat'ei Kelashmi, Z. (2014). Bekargiri Rawesh-e Tanzim Mojaddad Zamin dar Nowsazi Shahri [Applying Land Readjustment Method in Urban Renewal], National Conference on Dilapidated and Historic Urban Textures, Challenges and solutions, May 9 and 10, 2014, Kashan University. Kashan. Iran. [in Persian]
 - Muller-Joke.R. (2004). "Land Re-adjustment A Win-Win-Strategy For Sustainable Urban Development". Germany. FIG Working Week 2004, Athens, May 22-27.
 - Musawi, H. (2016). Barnameh-rizi Tajmi'e Ghataat-e baftha-ye Farsodeh Shahri ba Taakid bar Tanzim Mojaddad Zamin [Planning the Aggregation of Urban Distressed Areas with Emphasis on Land Readjustment, Case Study: Yazd Distressed Area], Master Thesis, Faculty of Art and Architecture, Yazd University, Yazd, Iran. [in Persian]
 - Myers, D. and Kitsuse. A. (1999). The Debate over Future Density of Development: An Interpretive Review. Lincoln Institute of Land Policy.
 - Rafiean, M.; Legzian, A. (2008). Barnameh-e Eslah Mojaddad Zamin (LR) Abzar Modiriati Tous'eh dar Baftha-ye Farsodeh Shahri [Land Readjustment (LR) Development Management Tool in Urban Distressed Areas], The first Conference on the Improvement and Renovation of Urban Distressed Areas, Mashhad, Iran. [in Persian]
 - Rui, Y. (2013). Urban Growth Modeling Based on Land-use Changes and Road Network Expansion. Doctoral Thesis in Geodesy and Geoinformatics with Specialization in Geoinformatics. Stockholm, Sweden: Royal Institute of Technology.
 - Salnameh-e Amari Shahr-dari Shiraz (2015). [Statistical Yearbook of Shiraz Municipality]. Shiraz. Iran. [in Persian]
 - Schrock, Melissa (2012). The Potential Use of Land Readjustment as an Urban Redevelopment Strategy in the United States: Assessing Net Economic Value Master in City Planning and Master of Science in Real Estate Development at the Massachusetts Institute of Technology.
 - Salnameh-e Amari Shahr-dari Shiraz (2015). [Statistical Yearbook of Shiraz Municipality]. Shiraz. Iran. [in Persian]
 - Sharifzadeh, S. (2006). Ta'dil v Tanzim-e dobare Ghataat Zamin, Raweshi dar Barkhord ba Baftha-ye Farsodeh [Adjusting and Rearranging Plots of Land, a Way of Dealing with Urban Distressed Areas], The second Construction Seminar in the Capital, Tehran. University of Tehran. [in Persian]
 - Sorensen, A. (2000). Conflict, Consensus or Consent: Implications of Japanese Land Readjustment Practices for Developing Countries. *Habitat International*, 24: 51-73.
 - Turk, S. S. (2008), 'An Examination for Efficient Applicability of the Land Readjustment Method at the International Context', *Journal of Planning Literature*, 22(3): 229-242.
 - Turk, S.S., Atles, W. K. (2010). How suitable is LR for Renewal of Inner City Areas? An Analysis for Turkey. *Journal of Cities*, 27: 326-336.
 - Yilmaz, A.; Cagdas, V.; and Demir, H. (2015). An Evaluation Framework for Land Readjustment Practices. *Journal of Land and policy*, 44: 153-168.
 - Yomralioglu, T., Parker, D., (1993), A GIS-based land readjustment system for Urban Development, Fourth European Conference on Geographical Information Systems in Genoa, EGIS93 Conference.
 - 26. Yomralioglu, T.; Tudes, T.; Uzun, B.; and Eren, E. (1996). Land Readjustment Implementation in Turkey. International Housing Congress, Ankara, Turkey.

نحوه ارجاع به مقاله:

نامور حقیقی شیرازی فرد، فهیمه؛ حاجی پور، خلیل؛ شبانی، امیر حسین؛ محمدی، محمود؛ (۱۴۰۱) شناسایی عوامل مؤثر بر فرآیند تنظیم مجدد زمین در بافت‌های فرسوده شهری (نمونه مورد مطالعه: شهر شیراز)، مطالعات شهری، 11 (43)، 65-76. doi: 10.34785/J011.2022.915/ .Jms.2022.98

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.



واکاوی زبان پنهان کلانشهر مدرن تهران از نگاه آثار سینمایی منتخب سال ۱۳۹۵ ایران^۱

نازیلا رشیدپور - دانش‌آموخته دکتری شهرسازی، گروه شهرسازی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.
سید محسن حبیبی - استاد دانشکده شهرسازی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
منوچهر طبیبیان^۲ - استاد دانشکده شهرسازی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۰۹ مرداد ۱۴۰۰ تاریخ پذیرش: ۰۴ بهمن ۱۴۰۰

چکیده

کلانشهر به مثابه فضای اجتماعی و تولید فرهنگی مدرنیته و اقتصاد سرمایه‌داری برای انتقال معانی مرجح فضایی آکنده از محتوا و معنای رمزگذاری شده است که برای رمزگشایی فارغ از روش‌های متداول پوزیتیویستی نیازمند تجربه پدیدارشناسانه و خوانش نشانه‌شناسانه مناظر ذهنی آگاهانه و ناآگاهانه‌ای است که توسط قدرت، گفتمان حاکم و ایدئولوژی مسلط شکل گرفته است. فهم تصویر ذهنی عموم از شهری که در آن ساکن هستند می‌تواند در نمایش واقعیات مغفول مانده اجتماعی مؤثر افتد. پوشش‌های رسانه‌ای، تولیدات فرهنگی، تصورات کلیشه‌ای و قالبی و ... به عنوان مهمترین مؤلفه‌های برسازنده منظر ذهنی عموم از شهری که در آن زندگی می‌کنند و در مقام بستری بدیع برای بازخوانی رابطه کالبد و روح و روان شهر مدرن می‌تواند در تشخیص ابعاد غیرمادی، نمادین و روان‌شناختی شکل‌گیری شهرها نقش مهمی ایفا کند. خوانش شهر از خلال مناظر ذهنی دستیابی به تصویر بازنمایی شده از شهر است که چون عینکی بر چشم شناسنده شهر می‌تواند در نحوه تجربه شهر حتی قبل از تجربه بصری نیز اثرگذار باشد.

در این پژوهش با فرض شهر به مثابه متن با هدف تبیین زبان پنهان کلانشهر مدرن تهران بر اساس امر بازنمایی شده، از روش تحلیل محتوای کیفی و کمی استفاده شد و برای مطالعه انضمامی شهر از طریق روایت‌های رسمی، نحوه بازنمایی شهر در آثار سینمایی منتخب سال ۱۳۹۵ مورد مطالعه قرار گرفت. با توجه به یافته‌ها می‌توان ادعا نمود امکان تجربه کلانشهر تهران از طریق فیلم‌های سینمایی مقدور نبوده و فیلم‌های ساخته شده در تهران در شناساندن فضای کالبدی شهر در معنای بالزاک و حتی زولایی نیز موفق عمل نکرده‌اند و تهران مدرن فارغ از نگاهی تمامیت‌نگر که جنبه‌های سلبی و ایجابی مدرنیته را همزمان دربرگیرد، به عنوان مکان روابط رو به اضمحلال و آکنده از دوگانه‌های کلیشه‌ای ضمن نمایش جنبه‌های اغواگر مدرنیته به محملی برای بروز تیره‌وتارترین سویه‌های مدرنیته و حیات ذهنی گونه کلانشهری چون بی‌هویتی، فقدان عاطفی، خیانت، از خود بیگانگی و دروغ تبدیل شده است.

واژگان کلیدی: زبان پنهان، کلانشهر مدرن، مدرنیته، آثار سینمایی.

نکات برجسته

- کلانشهر به مثابه فضای اجتماعی و تولید فرهنگی مدرنیته و اقتصاد سرمایه‌داری برای انتقال معانی مرجح فضایی آکنده از محتوا و معنای رمزگذاری شده است.
- کلانشهر برای شناخته شدن فارغ از نگرش متداول پوزیتیویستی، نیازمند خوانش نشانه‌شناسانه و تجربه پدیدارشناسانه است.
- برای دستیابی به شناخت کامل از شهر و ریشه‌های واقعیات اجتماعی آن تبیین هیروگلیف (زبان پنهان) کلانشهر مدرن بسیار ضروری است.
- توجه به تصورات ذهنی و خواندن آنچه هرگز نوشته نشده، بهترین راه برای رمزگشایی از زبان پنهان کلانشهر مدرن است.
- سینمای یکی از مهمترین ارکان برسازنده منظر ذهنی و تصورات شهری است.

۱ این مقاله برگرفته از پایان‌نامه دکتری نگارنده نخست است با عنوان تبیین هیروگلیف کلانشهر مدرن تهران با تأکید بر قرائت، تجربه و خاطره که در دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین به راهنمایی زنده‌یاد دکتر سید محسن حبیبی و مشاوره دکتر منوچهر طبیبیان دفاع شده است.

۲ نویسنده مسئول مقاله: tabibian@ut.ac.ir

هیچ کس بهتر از توای قوبلای خان خردمند، نمی داند که هرگز نباید شهر را با آنچه در مورد آن گفته می شود، اشتباه گرفت. اما میان این و آن همواره رابطه ای وجود دارد (Calvino, 2016: 87).

۱. مقدمه

مدرنیته، کلانشهر و اقتصاد سرمایه داری مفاهیمی هستند در هم تنیده که بدون یکدیگر معنایی ندارند و برای فهم هر کدام به شناخت آن دیگری نیاز است (Rashidpour & Habibi, 2019: 52). با توجه به واقعیات موجود تاریخی می توان ادعا نمود، هر اجتماعی در طول تاریخ فضای اجتماعی ویژه خود را شکل داده که ملزومات تولید اقتصادی و بازتولید اجتماعی خود را داشته و معانی جهت داری را منتقل کرده است. از این رو انتظار می رود کلانشهر نیز به مثابه فضای اجتماعی و تولید فرهنگی مدرنیته و اقتصاد سرمایه داری برای انتقال معانی مرجح فضایی آکنده از محتوا و معنای رمزگذاری شده باشد که برای شناخته شدن فارغ از نگرش متداول پوزیتیویستی نیازمند خوانش نشانه شناسانه و تجربه پدیدارشناسانه است که بتواند علاوه بر رمزگشایی از سطوح شهودی، نیروهای زیرساختی عمیق تر را نیز که علت اصلی شکل گیری نمودهای ظاهری است، شناسایی کند (Leach, 2002: 1-2). برای شناخت عمیق یک شهر همانگونه که مطالعه منظر فیزیکی یک شهر اهمیت دارد، مطالعه منظر ذهنی و تجربی نیز حائز اهمیت است. «منظر ذهنی و تصورات شهری ساخته شده که حاصل ترکیب عوامل بر سازنده مختلفی چون ادبیات، هنر، رسانه، اسطوره، روایت و ... است، به ساختاری برای اندیشیدن به شهر و به لایه ای میان چشم انداز فیزیکی شهر و ادراکات دیداری و فرهنگی تبدیل می شوند و چون عینکی بر چشم شناسنده شهر در نحوه تجربه شهر تأثیر می گذارند» (Bianchini, 2006: 14-15). عینکی که محتوای آن همانگونه که پیشتر نیز اشاره شد می تواند جهت دهی شده و رمزگذاری شده در خدمت قدرت برتر و یا مقاومت در برابر قدرت باشد. «درحالی که ساکنان تنها در انتهای مسیر دریافت پیام ها، نشانه ها و نمادها قرار می گیرند، افراد اندکی به راستی در شکل دهی و پراکندن آنها دخیل می شوند و بدین وسیله ذهنیت سوژه در کلانشهر به واسطه قدرت تکوین می یابد» (Bianchini, 2015: 77). دستیابی به منظر ذهنی ساخته شده از شهر با تبیین زبان پنهان کلانشهر مدرن همراه است. از این رو همانگونه که در آرای کراکاوئر در مبحث تصورات شهری مطرح می شود، یکی از بهترین راه های رمزگشایی از شهر و خواندن آنچه هرگز نوشته نشده، توجه به مناظر ذهنی است.

آنچه در خوانش کلانشهر مدرن بر اساس فیلم های سینمایی به عنوان یکی از مهمترین عناصر بر سازنده منظر ذهنی اهمیت دوچندان پیدا می کند، ویژگی بازتابی فیلم های سینمایی از فرم بصری، واقعیات شهری و محتوای اجتماعی آن است. این که کدام اجزا برای تعریف شهر به مثابه یک کل به کار رفته، چه معنایی به آنها الصاق شده و چه روایتی در شهر در حال وقوع است، همه و همه در تبیین زبان پنهان کلانشهر نقش بسزایی دارد. این پژوهش با هدف دستیابی به تصویر بازنمایی شده از تهران در آثار سینمایی در پی تبیین زبان پنهان و رمزگشایی از نحوه بروز مظاهر مدرنیته و اقتصاد سرمایه داری در کلانشهر مدرن

تهران است. نحوه بازنمایی شهر با طلیعه های کالبدی مدرنیته و نظام سرمایه داری و مازاد ایدئولوژیکی آن، میزان بروز وضعیت تناقض آمیز زندگی مدرن در تهران، بررسی محتوایی صفات و مضامینی که به تهران نسبت داده می شود، میزان از خود بیگانگی، بی تفاوتی عاطفی، دلزدگی، بی اعتنایی و سلطه روابط پولی در حیات ذهنی گونه کلانشهری تهران و میزان تصادفی، زودگذر و ناپایدار بودن تجربه زندگی کلانشهری از جمله موضوعاتی است که در این پژوهش به آن پرداخته شده است. دستیابی به منظر ذهنی ساخته شده از شهر توسط قدرت، دستیابی به تصورات شهری، امیال و آرزوهای پنهان مانده شهری، نیروهای زیرساختی عمیق تر، آگاهی از اهداف قدرت و هژمونی مسلط، آگاهی از نقاط ضعف و قوت شهر و علل بر سازنده آن، افزایش امکان هم ساز کردن خواسته ها، امیال و آرزوهای مردم با سیاست های برنامه ریزانه و افزایش امکان تحقق ایده ها، اهدافی است که با تبیین زبان پنهان شهر می توان به آن دست یافت. «خواندن شهر، فهم معنای شهر توسط افرادی که سعی در خلق، شکل دهی و تغییر شکل آن را دارند، مسلماً بر نوشتن متن شهر توسط آنها نیز تأثیرگذار است» (Frisby, 2002: 19). برای شناخت معنای شهر باید آمادگی پذیرش طیف متنوعی از خوانش ها را داشت. باید اذعان کرد که قرائت تا اندازه ای بر پایه میزان دسترسی به متن (روابط قدرت در شهر) و کاملاً با توجه به جنسیت، طبقه اجتماعی، نژاد و سن لایه لایه و طبقه طبقه است (Ibid: 16). باید همواره به موقتی بودن خوانش توجه داشت و از خطرات یک برداشت کلیت نگر و کاملاً قطعی شده آگاه بود (Leach, 2002: 3).

۲. چارچوب نظری

۲.۱. مبانی تبیین زبان پنهان کلانشهر مدرن

کلانشهر جایی است که مهر مدرنیته و نظام سرمایه داری بر فضایش با طلیعه های کالبدی خورده است. جایی است که سازه های شهری اش فراتر از بعد فیزیکی و کارکردی، واجد مازاد ایدئولوژیکی شده اند (Eslami, 2015: 88-90). کلانشهر در مقام عینیت مدرنیته مکان حس توأمان عشق و نفرت (موجود در زندگی روزمره) نسبت به مدرنیته و یکی از مهم ترین مظاهر وضعیت تناقض آمیز زندگی مدرن است. کلانشهر به عنوان محیط پیچیده بر همکنش اعمال، رخدادها و روابط از فرط معانی ساخته شده مفهومی را در استعاره ها و صفاتی که به آن نسبت داده می شود، باز می یابد و بناهایش با تصرف جایگاه های مهم در بافت فرهنگی شهر برای بازنمایی روایت ها و تجسم رؤیت پذیر امر رؤیت ناپذیر به کار گرفته می شوند (Leach, 2002: 88). خوانش های شهر هر کدام به نحوی با مسئله بنیادین زمان و مکان مواجه می شوند. نحوه همنشینی و مواجهه قدیمی و جدید و تحلیل در زمانی و همزمانی عناصر کالبدی

۲ به استناد ادعای بیانچینی در کتاب منظر ذهنی شهر تاکنون حتی در اروپا نیز پژوهش های چندانی درباره منظرهای ذهنی و تصورات شهری انجام نگرفته است (Bianchini, 2015: 44). یکی از مهمترین تلاش های انجام شده برای بازخوانی سینماتوگرافیک شهر ایرانی، کتاب خاطره شهر است که در آن نحوه بازنمایی شهر در فیلم های سینمایی دهه های ۱۳۴۰-۱۳۵۰ توسط متخصصین شهرسازی بررسی شده است.

منظر ذهنی شهر^۲ به عنوان یکی از نمودهای تصور شهری^۳، ساختاری برای اندیشیدن به شهر است و به چیزی اشاره می‌کند که میان چشم‌انداز فیزیکی شهر و ادراکات دیداری و فرهنگی مردم از آن وجود دارد. بدین ترتیب، منظر ذهنی شهر را می‌توان همانند بانک تصاویر ذهنی^۴ شهری تجسم نمود که متشکل از انگاره‌های بومی و خارجی است. پوشش رسانه‌ای، تصورات کلیشه‌ای، لطیفه‌ها و باورهای عامه، بازنمایی‌های شهر در موسیقی، ادبیات، سینما، هنرهای بصری و دیگر انواع تولیدات فرهنگی، اسطوره‌ها و افسانه‌ها، کتابچه‌های راهنمای گردشگران، متون بازاریابی و ترویج گردشگری، دیدگاه‌های ساکنان، کاربران شهر و غریبه‌ها که برای مثال از خلال پیمایش‌ها یا مصاحبه‌های گروهی متمرکز بیان می‌شود، مهمترین عناصر سازنده منظر ذهنی شهر هستند (Bianchini, 2006: 14-15). جیان دومینکوامندولا خاطر نشان می‌سازد، برای درک یک شهر همان اندازه که مطالعه منظره فیزیکی شهر اهمیت دارد، مطالعه منظره ذهنی - منظر روح و فرهنگ‌های شهر - نیز مهم است (Amendola, 1997: 17).

ادبیات، سینما، تلویزیون و دیگر اشکال فرهنگی به گفته دونالد، «بایگانی تصاویر ذهنی شهر^۵» محسوب می‌شوند (Donald, 1999: 63). هیچ‌گاه نمی‌توان یک فضا را به شکل (تهی) به مثابه واقعیتی محض، همان‌سان که بود تجربه کرد. همانگونه که جیمز دونالد و رالف لیندنر^۶ نیز تأکید می‌کنند: شهر فضایی است که رمزگذاری فرهنگی شده^۷ و در تاریخ غوطه‌ور است. شهر مکانی برای تصور کردن و فضایی است نمادین که پراز معناست. این مکان تصور کردن چنان با فضای مادی همپوشانی می‌یابد که تجربه فضای مادی فقط از خلال تصاویر ذهنی و نمادهای همراهی کننده ممکن می‌شود (Bianchini, 2015: 54). ویکتور برگین^۸ در کتاب برخی شهرها^۹ می‌نویسد: شهر در تجربه واقعی ما همزمان که یک محیط واقعاً موجود مادی است، شهری است در یک رمان، یک فیلم، یک عکس، شهری که در تلویزیون می‌بینیم، شهری در یک داستان طنز مصور (Burgin, 1996: 48). این تعیین دوگانه شهر که هم محصول امر واقع است و هم امر تصوری، در غایت خود دارای ارزش تحلیلی ویژه‌ای است. در حقیقت، همانگونه که جیمز دونالد می‌گوید، شهری که ما واقعاً در آن زندگی می‌کنیم، شهر تصور شده است (شهری که ما به راستی تجربه می‌کنیم - شهری در سرزمین ذهن - همواره از پیش نمادپردازی شده و استعاری است) (Donald, 1999: 17). هدف از بحث پیرامون تصورات شهری، تشخیص ابعاد غیرمادی، نمادین و روان‌شناختی در شکل‌گیری شهرهاست. آرماندو سیلوا تصورات شهری را شاخص‌هایی نمادین و روانی از امیال ناخودآگاه و برساخت‌های اجتماعی تعریف می‌کند که برواقعیت شهری و سیاسی تأثیر می‌گذارد (Bianchini, 2015: 19). در نزد سیلوا تحلیل رخدادهای

است که نحوه برخورد مدرنیته با شهر را مطرح می‌کند (Frisby, 2002: 19). آنگونه که زیمل در مقاله کلانشهر و حیات ذهنی اشاره می‌کند، تغییرات اجتماعی ایجاد شده توسط مراکز شهری بزرگ در جهان مدرن را می‌توان سبب‌ساز ایجاد ویژگی‌های مشابه برای گونه کلانشهری، فارغ از مکان دانست و با یادگیری اصول رمزگشایی از آن، تأثیر کلانشهر را بر حیات ذهنی جمعیت ساکن نشان داد (Simmel, 1993). ویژگی‌های این گونه کلانشهری از دیدگاه زیمل عبارتند از: از خودبیگانگی، بی‌تفاوتی عاطفی، دلزدگی، بی‌اعتنایی، حسابگری و سلطه روابط پولی که حاصل انگیزش‌های شدید روانی و پیچیدگی‌های حسانی و عاطفی کلانشهر مدرن است. انسان ساکن کلانشهر تحت تأثیر شدیدترین تحریکات عصبی و پیچیدگی‌های حسانی و عاطفی ناشی از پیشرفت روزافزون فناوری، سرعت فزاینده اطلاعات، تصادفی، زودگذر و ناپایدار بودن تجربه در کلانشهر، به حیات ذهنی پناه برده و دچار دلزدگی، بی‌اعتنایی و بی‌تفاوتی عاطفی و از خودبیگانگی می‌شود. از دیدگاه مثل تجربه روزمره کلانشهر نیز با گسستگی و فشردگی فضا، زمان و مکان همراه است (Mennel, 2016: 43)، پارادوکس، جنب‌وجوش، ملال، شوک، جدایی درون و برون، نکثر نقش‌ها و چهره‌ها و نقاب‌های ساکنان از خصوصیات بارز این تجربه است (Benjamin, 1999: 40). تجربه‌ای که به علت سرعت و اضطراب جاری قابل تبادل نیست، قابلیت شناخت، نقد و تغییر را نیز از دست می‌دهد و نمی‌تواند در شکل تجربه تبادل‌پذیر و انباشت‌پذیر عرضه شود.

۲.۲. نقش تصور و منظر ذهنی شهر در خوانش زبان پنهان کلانشهر مدرن

کلانشهر به طور مشخص بازنمایی تصویر ذهنی عموم از مکان مدرنیته است. فهم تصویر ذهنی عموم از شهری که در آن ساکن هستند، می‌تواند در نمایش واقعیات مغفول مانده اجتماعی مؤثر باشد. این تصویر ذهنی یا «سیمای فضایی^۱» همانگونه که زیگفرد کراکوتر نظریه‌پرداز فرهنگ‌گرای آلمانی مطرح می‌کند: «حاکمی از رؤیاهای یک جامعه است، هر جا که هیروگلیف این سیمای فضایی رمزگشایی شود، آنجاست که ریشه‌های واقعیات اجتماعی خودشان را نشان می‌دهند» (Leach, 2002: 1). کراکوتر دو نوع تصویر ذهنی فضایی را که باید رمزگشایی شوند، مشخص می‌کند. واقعیتی که آگاهانه شکل گرفته است و در نقشه‌ها و کتاب‌های راهنما پیدا می‌شود و ابداعات تصادفی شکل‌های ظاهری ساختمان‌ها، درختان و اشکالی که افراد با آن مواجه می‌شوند. هر دو به روش‌های متفاوتی به دانش ما از شهر کمک می‌کنند. اگرچه به نظر می‌رسد تنها نوع دوم به آشکار شدن «پایه‌های واقعیات اجتماعی» می‌انجامد. این دانش به‌طور مستقیم قابل دسترس نیست و تنها به واسطه تصاویر ذهنی قابل حصول است. شناخت شهرها منوط به رمزگشایی تصاویر معنادار رویا گونه‌شان است (Frisby, 2002: 17-18). آنچه ما در سطح ظاهری می‌بینیم، همانگونه که بسیاری از نظریه‌پردازان فرهنگ‌گرا با «گرایشات مارکسیستی» مطرح می‌کنند، محصول نیروهای زیرساختی عمیق‌تری است که به منظور درک این نیروها ما نیاز می‌بریم به تفسیر سطح ظاهری داریم (Leach, 2002: 1-2).

2 Urban mindscape

3 Urban imaginary

4 Image bank

5 Archives of urban images

6 Ralf Lindner

7 Cultural coding

8 Victor Burgin

9 Some Cities

1 Spatial image

از رویکرد بازتاب و خاصیت بازتابی‌کننده سینما است؛ هرچند نباید از امکان انحرافی بودن بازتاب نیز چشم پوشید. در واقع سینما در ازای آن وامی که برای معرفی کردن معماری و فضاهای معمارانه به آن می‌دهد، اقساط کلان‌تری از معماری می‌گیرد؛ یعنی همان برداشت‌ها و تصاویر متکثر و متفاوتی که تماشاگران به واسطه سینما از شهرها تجربه می‌کنند (Eslami, 2015: 15). بیننده در سینما در موضعی قرار می‌گیرد که تصاویر مختلف به مثابه فرستنده‌هایی قدرتمند، پیام‌های گوناگونی از مکان، فضا و زمان را انتشار می‌دهند. او خود جزئی از فیلم می‌شود و با جابه‌جایی دوربین تغییر مکان می‌دهد، او به درون کالبد شهر و معماری‌های آن می‌رود و تن شهر را با همه حواس خود درک می‌کند. معماری شهری نیز از این که صحنه‌آرای رویداد فیلم باشد، سر باز می‌زند و خود بخشی از رویداد می‌شود (Habibi, et al., 2015: 11-12). انتخاب اجزایی از یک شهر که آن را در مقام کل عرضه می‌کند، فضاها و مکان‌ها در آثار هر کدام از فیلمسازان واجد دلالت‌های معنایی متمایز از هم است و این تمایز سبب می‌شود که تماشاگر هنگام تماشای فیلم‌های مختلف که حتی برخی از صحنه‌هایشان در مکان‌های مشابه فیلمبرداری شده‌اند، فضای شهری کاملاً متفاوت و متمایز از یکدیگر را تجربه کند (Eslami, 2015: 26).

۳. روش

در این پژوهش با هدف خوانش آگاهانه و تخصصی شهر از منظر سینما و دستیابی به تصویر بازتابی‌شده از تهران در اسناد تصویری، از روش تحلیل محتوای کیفی و کمی استفاده شده است. جامعه آماری، فیلم‌های سینمایی اکران شده در سال ۱۳۹۵ است که برای حجم نمونه با روش نمونه‌گیری کیفی هدفمند، فیلم‌هایی که درآمد فروش بیش از میانگین درآمد فروش سال داشته‌اند، انتخاب شده است. فروشنده، من سالوادور نیستم، سلام بمبئی، ۵۰ کیلو آلبالو، ابد و یک روز، بارکد، بادیگارد، زاپاس، ناردون، آس واپاس، دراکولا، دختر، رسوایی ۲، هفت ماهگی، سیانور، خشکسالی و دروغ، خشم و هیاهو اسامی ۱۷ فیلم سینمایی بررسی شده از میان ۶۰ فیلم اکران شده است که فروش بیش از میانگین داشته‌اند. بررسی همزمان بازتابی‌های مختلف برای توصیف پیام‌های ارسالی توسط فیلم‌های سینمایی در یک سال، علت اصلی انتخاب فیلم‌های پرفروش در سال انجام این پژوهش است. در عین حال از سال ۹۵ که پرمخاطب‌ترین سال سینمای ایران است، به عنوان سال تاریخ‌ساز سینمای ایران نیز یاد می‌شود.

برای انجام تحلیل محتوای کمی و کیفی، ۱۱ سؤال براساس نظرات زیمل، بنیامین، کراکوئر و فریزبی طرح شده و سپس بر اساس آن محتوای مورد نظر از فیلم‌های سینمایی استخراج و مقوله‌بندی شد و زبان پنهان کلانشهر مدرن تهران براساس آن نگاشته شد.

بررسی میزان امکان تجربه کلانشهر مدرن به واسطه سینما با توجه به عصبيت و تشنج موجود در فضای شهری، نحوه نمایش مظاهر کالبدی مدرنیته و اقتصاد سرمایه‌داری و مازاد ایدئولوژیکی آن در کلانشهر (سؤال الف تا د و ح) / نحوه نمایش تأثیر کلانشهر مدرن بر حیات ذهنی شهروندان و شکل‌گیری گونه کلانشهری، نحوه نمایش مصائب و لذات کلانشهر مدرن و اغواگری‌ها و خطرات آن، نحوه نمایش تقابل مدرن و کلاسیک، کهنه و نو در برخورد با مضامینی چون صمیمیت، صداقت و

نمادین شهری، امیال ناخودآگاه و نیت‌های اجتماعی را آشکار می‌کند که در فرم‌های ادبی و فضای تصویری، رسانه‌ها و بازتابی‌های فرهنگی بازتاب می‌نمایند (Silva, 2003: 40).

رسانه بر عرصه عمومی تأثیر می‌گذارد، چرا که شکل‌های جدیدی از ادراک، آگاهی و تجربه می‌آفریند. اما در حالی که همگان تنها در انتهای مسیر دریافت پیام‌ها، نشانه‌ها و نمادها قرار دارند، افراد اندکی به راستی در شکل‌دهی و پراکندن آنها دخیل‌اند (Bianchini, 2015: 77).

۲.۳. خوانش زبان پنهان کلانشهر مدرن بر اساس بازتابی سینمایی

مبحث سینما و شهر به بحث پیرامون ارتباط میان مهمترین شکل فرهنگی (سینما) و مهمترین شکل سازمان اجتماعی (شهر) و آنگونه که این ارتباط عمل می‌کند و در جامعه به عنوان یک واقعیت اجتماعی زنده تجربه می‌شود، می‌پردازد. تأکید بر رابطه سینما و شهر تأکید بر روی فرهنگ و چگونگی بازتابی شهر توسط فرهنگ است. به اعتقاد جاروی برای نفوذ به درون پوسته یک جامعه، به غیر از کار میدانی مردم‌شناختی، هیچ چیز با دیدن فیلم‌هایی که برای بازار داخلی یک جامعه ساخته شده‌اند، قابل مقایسه نیست (Jarvie, 2000 in Shiel & Fitz, 2011: 23). سینما در کلی‌ترین تعریف خود بازتابی‌کننده توأمان امر واقعی و تخیلی است. واقعیتی که در عینیت جهان مادی جریان دارد و زندگی عادی را در خود می‌گیرد و تخیلی که سعی در به نمایش درآوردن و تأکید بر زندگی رویدادی و دراماتیک دارد. معماری و معماری شهری، کالبد و تن شهر برای حلول هر دو زندگی است و سینما بستری بدیع برای بازخوانی رابطه کالبد و روان شهر مدرن است (Habibi, et al., 2015: 10).

ناتالی هینک در کتاب جامعه‌شناسی هنر، رهیافت‌های مختلف جامعه‌شناسی هنر را به رویکردهای «هنر و جامعه»، «هنر در جامعه» و «هنر به مثابه جامعه» تقسیم کرده است که با ریشه‌های نظری جامعه‌شناسی سینما و تقسیم‌بندی آن به سه دسته «رویکرد بازتاب»، «رویکرد شکل‌دهی» و «رویکرد متأخر میدان‌های بوردیو» مطابقت دارد. در رویکرد بازتاب به طور کلی بازتابی موضوعات مختلف در فیلم‌ها مطرح شده و به تحلیل رابطه میان فیلم‌ها و واقعیت‌های اجتماعی به نمایش درآمده، پرداخته می‌شود و چگونگی بازتاب موضوعات مختلف اجتماعی در سینما مورد بحث و تجزیه تحلیل قرار می‌گیرد (Shiel & Fitz, 2011: 13-16). در این رویکرد بر اساس نتیجه‌گیری پی‌یر سورلن در کتاب سینمای کشورهای اروپایی «هدف آن است که سینما را به عنوان منبع و ذخیره‌ای از تصاویر بررسی کنیم، یعنی به عنوان وسیله‌ای که با آن تماشاگر به شکلی فعال در استنباط و بنا نهادن جهان درگیر می‌شود و در این راه به فهم عمیق‌تری از آن دست می‌یابد» (Sorlin: 2001). در رویکرد شکل‌دهی، به اثرگذاری بازتاب بر واقعیت و ایجاد تغییر در آن پرداخته می‌شود؛ این که چگونه فیلم‌ها موجب توسعه شهرهایی می‌شوند که از آنها برای مکان روایت خود استفاده می‌کنند. سینما غیر از بازتاب تغییر اجتماعی و شهری هرگز از مداخله کردن در اجتماع باز نمی‌ایستد و در حفظ، تغییر و براندازی نظام قدرت سهیم است (Shiel & Fitz, 2011: 13-16). آنچه در خوانش زبان پنهان کلانشهر مدرن در بازتابی سینمایی مهم است، بهره‌گیری

آتش، دریاچه خلیج فارس و برج میلاد شناخته شده ترین^۱ نمادهای فیلمبرداری فیلم در شهر تهران بودند که از این بین برج میلاد با ۸ بار نمایش، پرتکرارترین نماد شهری عرضه کننده تهران به مثابه یک کل است.

ب- از چه فضاها و اماکنی از تهران به عنوان لوکیشن فیلمبرداری فیلم استفاده شده است؟

بر اساس بررسی های انجام شده از ۴۷ نوع مکان یا فضای متفاوت به عنوان لوکیشن فیلمبرداری ۱۵ فیلم ساخته شده در تهران استفاده شده است که ۵۰ درصد لوکیشن ها به شبکه معابر، خانه و اتومبیل اختصاص دارد. با توجه به این آمار انتظار می رود که اطلاعات کالبدی مهمی از شهر تهران در فیلم های سینمایی ارائه شود که در ادامه مطالعات این فرضیه نقض شده است. علی رغم سهم زیاد شبکه معابر در لوکیشن های فیلمبرداری، ۶۸ درصد فضاهای وقوع فیلم ها فضاهای مسقف هستند. فضای داخل اتومبیل نیز سهم عمده ای در لوکیشن فیلمبرداری فیلم ها دارد که می توان علت آن را در زندگی روزمره تهرانی ها جست و جو کرد که حضور در اتومبیل سهم عمده ای از اوقات شهروندان را به خود اختصاص می دهد.

۲۵ خانه ای که به عنوان لوکیشن فیلمبرداری استفاده شده است را می توان به آپارتمانی (۱۳)، خانه قدیمی سنتی (۵)، برج (۲)، خانه تیمی (۱)، خانه مدرن ویلایی (۱)، مسکن مهر (۱) و خوابگاه (۱) تقسیم بندی کرد. مسکن مهر و خانه قدیمی عمدتاً به عنوان محل سکونت اقشار ضعیف اقتصادی بازنمایی شده و باقی گونه ها بسته به شرایط محیطی، محل سکونت اقشار متوسط و مرفه اقتصادی است. آنچه به عنوان مازاد ایدئولوژیکی در برخی دیگر از لوکیشن های مدرن قابل شناسایی است، به شرح جدول شماره ۱ است.

جدول شماره ۱: مازاد محتوایی فضاهای کالبدی مدرن

نام مکان	دفعات تکرار در ۱۵ فیلم تهران	علت حضور
کافی شاپ	۵	فرار عاشقانه (بادیگارد، بارکد، آس ویاس، سیانور)
		برگزاری دوره می دوستانه (دختر)
پارک	۷	خرید و فروش و مصرف مواد مخدر (دراکولا، بادیگارد، بارکد، ابدویک روز)
		ورزش (بادیگارد، خشکسالی و دروغ)
جایی شبیه بام تهران ^۲	۴	مکان امن در زلزله (رسوایی ۲)
		درد دل دو نفره (۵۰ کیلو آلبالو، خشم و هیاهو)
		فضایی برای مخفی کاری (بارکد)
		خلوت انفرادی (هفت ماهگی)

ج- چه فضاهایی از تهران در فیلم قابل شناسایی است؟ فضاهای قابل شناسایی از تهران شامل ۱۲۷ مکان متفاوت است که عمدتاً با توجه به حدس کارشناس بر اساس آشنایی قبلی، بیان نام مکان در تیتراژ انتهایی، نمایش تابلو، آوردن نام در دیالوگ و نمایش ابنیه شاخص در سکانس های شهری استخراج شده است. در تقسیم بندی کلی تر شبکه معابر (۳۳٫۷ درصد)، برج های خاص (۲۰٫۱ درصد) دارای بیشترین فراوانی از اماکن قابل شناسایی تهران است که نشانه ای

پاکی، بررسی مفهوم آزادی در کلانشهر مدرن که به گونه ای متناقض نما می تواند ناشی از حس تنهایی و گم گشتگی نیز باشد (سئوال ۵، و) / بررسی نحوه بازنمایی نقش زن در سه گانه مدرنیته، کلانشهر و اقتصاد سرمایه داری با توجه به سلطه اقتصاد پولی (سئوال ۷) / بررسی کیفیت روابط شخصی، بین شخصی و غیرشخصی در کلانشهر مدرن (سئوال ۸، ۹) / مفاهیم اصلی هستند که در تبیین زبان پنهان کلانشهر مدرن تهران استفاده شده است.

۴. بحث و یافته ها

جزئیات تحلیل محتوای کیفی و کمی فیلم های پر فروش سال ۹۵ به تفکیک سئوالات تدوین شده به شرح ذیل است:

الف- از چه مشخصه های نشانگر برای نمایش شهر تهران به عنوان مکان فیلمبرداری فیلم استفاده شده است؟ کدام اجزا از شهر تهران آن را به مثابه کل عرضه می کنند؟

از ۱۷ فیلم مطالعه شده، لوکیشن فیلمبرداری هشت فیلم (۴۷ درصد) صرفاً شهر تهران بوده، هفت فیلم (۴۱ درصد) به صورت مشترک در تهران و یک شهر داخلی یا خارجی دیگر فیلمبرداری شده و تنها لوکیشن دو فیلم (۱۲ درصد) شهری غیر از تهران است.

در ۱۵ فیلم بررسی شده، ۶۵ نشانه از فیلمبرداری فیلم در شهر تهران شناسایی شد و در چهار دسته کلی (نام بردن مکانی از تهران در دیالوگ، نمایش نماد شهری شناخته شده، بردن نام تهران در دیالوگ، تعدد ماشین در حال تردد با پلاک تهران و حضور نوشتاری نام تهران) تقسیم بندی شد. تعدد ماشین های با پلاک تهران با حضور غالب در ۱۳ فیلم، به عنوان پرتکرارترین سند برای اشاره به فیلمبرداری فیلم در تهران شناخته شد. برج پارس جردن، برج تهران، مجموعه اکباتان، تونل نواب، برج آزادی، کهف الشهدا، موزه سینما، مجموعه آب و

۲ نمایش دیدن تهران از بلندی به خصوص در شب هنگام به عنوان یکی از رفتارهای مورد علاقه شهروندان تهران، خود حاوی محتوای مدرن است.

۱ ملاک پی بردن به شناخته شده بودن نماد یا نام مکان گفته شده پرسشگری از ۳۰ نفر ساکن غیر تهرانی است.

می‌توان به آن اشاره نمود، نمایش حضور دستفروش‌های مواد غذایی در پارک‌های شهری است. در کل پلان‌هایی که کالبد شهری سهواً یا عمداً دیده می‌شود، آنچه غالب است بافت آپارتمانی چهار یا پنج طبقه است. بافت قدیمی سنتی در ۱۸ درصد صحنه‌ها دیده می‌شود و بافت آپارتمانی بلند مرتبه (برج) هم در ۱۴ درصد صحنه‌ها قابل ردیابی است. در هر کدام از فیلم‌ها که به محله‌های قدیمی تهران پرداخته شده مانند ابدویک روز، آس و پاس، دختر، رسوایی ۲، در کنار حضور فعال ساکنان، بازی بچه‌ها نیز نمایش داده شده که نشان از تداوم امنیت و صمیمت جاری در این محلات است؛ سکانسی که در محلات مدرن همتای آن وجود ندارد.

ه- چه موضوعاتی در فیلم‌های پرفروش قابل پیگیری است؟ مسائل و موضوعات کلیدی بازنمایی شده در کلیه فیلم‌ها پس از تحلیل محتوا و کدگذاری داده‌های کیفی به شرح جدول دو در ۱۸ گروه قابل تقسیم‌بندی است.

د- نحوه تجربه فضاهای شهری تهران در فیلم چگونه است؟ از فضاهای شهری نمایش داده شده در ۲۴۷ صحنه، به صورت کلی ۳۸ درصد فضاها قابل شناسایی است. در ۴۵ درصد صحنه‌ها مکان دوربین ثابت بوده و در ۲۹ درصد صحنه‌ها دوربین بر وسیله نقلیه در حال حرکت نصب شده است؛ بنابراین اطلاعات محیطی چندانی از فضای شهری ارائه نمی‌شود. در ۵۲ درصد صحنه‌هایی که صدای محیط واقعی به گوش می‌رسد، صرفاً در ۱۲ درصد آن، صدایی گوشخراش یا صدای بوق شنیده می‌شود که می‌توان ادعا نمود شدت آلودگی صوتی در تهران کم است! در ۶۶ درصد صحنه‌ها نیز بازنمایی ترافیک نسبتاً خلوت و کاملاً خلوت است. غیر از کالبد شهری آنچه در اکثر پلان‌های شهری قابل رؤیت است، به ترتیب در هشت نوع فضای سبز، تأکید بر ساختمان‌های خاص، شبکه بزرگراهی مدرن، شدت ساخت‌وساز، نور شهر در شب، کوه، بیلبوردهای تبلیغاتی و پل‌های روگذر عابر پیاده قابل تقسیم‌بندی است که پارک یا فضای سبز مهمترین ویژگی نمایش داده شده در اکثر پلان‌های شهری است. نکته دیگری که

جدول شماره ۲: آمار توصیفی موضوعات مطروحه در فیلم‌های سینمایی پرفروش سال ۹۵

موضوع	خیانت	روند رو به افول اخلاقیات در اثر شرایط محیطی	طلاق	اعتیاد به مواد مخدر	اختلاس و کلاهبرداری	مهاجرت	ناپایداری روابط عاطفی	زن در نقش قربانی	تسلط خانواده بر ازدواج فرزندان	تسلط مردان بر سرپرست زنان	اعتیاد به فضای مجازی	زنان علیه زنان	نبود اعتماد در زندگی زنانه	تسلط خانواده بر ازدواج فرزندان	تفاوت رفتار اجتماعی در تهران و شهرستان
تعداد	۵	۵	۵	۴	۴	۴	۵	۳	۳	۲	۲	۳	۳	۱	

و- نحوه نمایش واقعیات و معضلات اجتماعی تهران در فیلم چگونه است؟

با توجه به یافته‌ها به نظر می‌رسد تهران درگیر مظاهر تیره و تار مدرنیته چون بی‌هویتی، فقدان عاطفه، خیانت، از خود بیگانگی و دروغ شده است.

جدول شماره ۳: آمار توصیفی معضلات اجتماعی مطروحه در فیلم‌های سینمایی پرفروش سال ۹۵

معضل	کودکان کار	کارتن خوابی	اعتیاد	روسپی‌گری	دزدی و اختلاس	قتل و جنایت	طلاق	ناپایداری روابط عاطفی	خیانت	تجاوز به عنف
فراوانی	۱	۱	۵	۲	۲	۳	۷	۵	۵	۱

بیشترین فراوانی در معیار وضعیت اشتغال زنان در کلیه فیلم‌های بررسی شده مربوط به گزینه خانه‌دار است. سه‌گانه زن، شهر و مرگ که با موضوعیت خطر شهری دائماً بازتولید می‌شود (Habibi, et al., 2015: 147)، در فیلم‌های ایرانی نیز در قالب نقش فن‌فنتالی زن قابل ردیابی است. در شش فیلم از ۱۵ فیلم تهران، به نحوی حضور زن فن‌فنتال و اغواگر قابل شناسایی است که در نقش دانشجوی (۳)، شاغل (۲) و خانه‌دار (۱) نمایش داده شده است.

با توجه به تحلیل مطالعات در جدول شماره ۳، طلاق مهمترین معضل اجتماعی مطروحه در فیلم‌های پرفروش سال ۹۵ است. خیانت و اعتیاد و نمایش روابط عاطفی نافرجام نسبت به سایر معضلات مطروحه دارای فراوانی بیشتری است. وجود انبوهی از ماهواره در پشت بام خانه‌های تهران که در فیلم‌های فروشنده، دراکولا و بارکد نیز نمایش داده شده، دال بر تماشای تلویزیون‌های خارجی توسط تهرانی‌هاست. ز- نحوه نمایش نقش زنان در فیلم به چه صورت است؟

عمدتاً طبقه اقتصادی متوسط است که دغدغه خانه، ماشین و شغل ندارد.

ح- شرایط اقتصادی بازنمایی شده از تهران در فیلم چگونه است؟ هماهنگی که در جدول شماره ۴ مشهود است، با توجه به تقسیم بندی نسبی طبقه اقتصادی می توان نتیجه گرفت، طبقه نمایش داده شده،

جدول شماره ۴: بررسی ویژگی های طبقات اقتصادی بازنمایی شده در فیلم های سینمایی پر فروش سال ۹۵

وضعیت اشتغال سرپرست				مالکیت اتومبیل			نوع تصرف خانه			تعارض یا تقابل طبقاتی	طبقه اقتصادی نسبی			فیلم های تهران
دانشجو	آزاد	موظف	بیکار	نامعلوم	ندارد	دارد	پاره	آزاد	مالک		پایین	متوسط	بالا	
۱	۶	۶	۲	۱	۵	۹	۲	۱	۱۲	۴	۳	۹	۳	

برای زنان و چهار نقش برای مردان بود. چهار نقش اصلی زن از میان پنج نقش شناسایی شده اصلی، فرجام بد داشتند. از این رو می توان نتیجه گرفت در فیلم های پر فروش اکران شده برای مخاطب «تهران مکانی ناامن برای زنان غیر بومی است».

ی- نحوه آشنایی و میزان آشنایی افراد با همدیگر و همسایگان چگونه است؟

در بررسی نوع آشنایی بازیگران در فیلم مطابق جدول شماره ۵ غیر از روابط خانوادگی هشت نوع رابطه قابل شناسایی است که به ترتیب: روابط کاری، آشنایی اتفاقی، روابط بچه محلی، روابط همکلاسی (هم دانشگاهی)، روابط فامیلی، روابط همسایگی و روابط حزبی و آشنایی از فضای مجازی مهمترین علل آشنایی افراد در تهران را تشکیل می دهند. حال آن که در فیلم هایی که مکان فیلمبرداری آن غیر تهران است، بیشتر روابط فامیلی حاکم است.

در چهار فیلم رسوایی ۲، دراکولا، بارکد و آس و پاس تعارض یا تقابل طبقاتی وجود دارد. شهر به عنوان مکان دوگانه های کلیشه ای پایین شهر/بالا شهر، ثروتمند/فقیر معرفی شده است. پولدارهای بازنمایی شده طبقه مرفه یا در ساخت و ساز فعالیت دارند و کلاهبردار هستند یا قاچاقچی و یا هنرمند، خانواده های فقیر نمایش داده شده درگیر اعتیاد شده اند.

ط- چه لهجه ها و قومیت هایی در فیلم قابل پیگیری است؟ از ۱۷ فیلم بررسی شده در نه فیلم زبان غالب فارسی است، در هفت فیلم حضور لهجه یا زبان های دیگر قابل ردیابی است و صرفاً در یک فیلم زبان غالب غیر فارسی است. حدود ۶۰ درصد (نه فیلم) از فیلم هایی که مکان فیلمبرداری آن شهر تهران است، به صورت غیر مستقیم یا مستقیم به مهاجرپذیری شهر تهران اشاره دارد. بر اساس بررسی انجام شده از هشت فیلمی که شخصیت های غیر بومی ساکن تهران داشتند، ۱۲ نقش غیرتهرانی شناسایی شد. از میان نه نقش اصلی، پنج نقش

جدول شماره ۵: تحلیل نحوه آشنایی افراد با همدیگر در ۱۵ فیلم روایت شده در تهران

نوع روابط	روابط کاری	آشنایی اتفاقی	روابط بچه محلی	روابط همکلاسی	رابط فامیلی	روابط همسایگی	سایر (حزبی، مجازی)	مجموع
فراوانی	۹	۷	۶	۶	۴	۲	۲	۳۶

کدگذاری آنها، مطابق جدول شماره ۶ جملات توصیفی در چهار دسته کالبدی، اجتماعی، اقتصادی سیاسی و موضعی جمع بندی شد. برخی از این دیالوگ ها برای پیشگیری از تکرار در بخش ۴٫۱ به صورت متمایز با کشیدن خط زیر، مشخص شده است.

جالب آن که روابط بچه محلی و دوستی های ناشی از زندگی در یک محله در ایام کودکی در ۴۷ درصد فیلم های مختلف مطرح شده است. ک- محتوای دیالوگ های توصیفی از تهران یا مردم تهران چیست؟ در این بخش بعد از مستندسازی دیالوگ های مرتبط با تهران و

جدول شماره ۶: بررسی بار محتوایی دیالوگ های توصیفی از تهران

مجموع	بار محتوایی و تعداد جملات			ویژگی
	مثبت	منفی	خبری	
۲۳	۳	۱۶	۴	کالبدی و محیطی
۳۶	۴	۱۹	۱۳	اجتماعی
۹	۰	۵	۴	اقتصادی و سیاسی
۱۱	۰	۰	۱۱	اماکن تهران
۷۹	۷	۴۰	۳۲	مجموع

بار محتوایی تصویر ذهنی بازنمایی شده از تهران عمدتاً منفی است.

۴٫۱. تبیین زبان پنهان کلانشهر مدرن تهران بر اساس آثار سینمایی سال ۱۳۹۵

آنچه در ادامه نگاشته شده، صرفاً بازنمایی پیام‌های ارسالی بر اساس محتوای دیالوگ‌های توصیفی^۱ از تهران در فیلم‌ها و یافته‌های ناشی از تحلیل محتوای کیفی و کمی است. تصویر ذهنی خلق شده از تهران بر اساس زبان پنهان ارائه شده از شهر در سینمای سال ۹۵ بدین شرح است:

«تهران شهری بی‌هویت یا چندهویتی است، شهری مهاجرپذیر که زبان واحدی ندارد. مهاجرت از شهرستان به تهران برای تجربه استقلال و رهایی صورت می‌گیرد. پایبندی به قید و بندهای سنتی ازدواج و طلاق در تهران نسبت به شهرستان کمتر است. دختران تهران نسبت به شهرستان آزادی بیشتری دارند. حتی پوشش دختران تهرانی با شهرستان متفاوت است. سن ازدواج و بچه‌دار شدن در تهران نسبت به شهرستان بالاتر است. تفکر سنتی شهرستانی به جامعه مدرن تهران اعتماد ندارد و آسوی دیگر پسران تهرانی توسط شهرستانی‌ها سوسول انگاشته می‌شوند. مهاجران خارجی افغان، عرب و هندو نیز در تهران حضور دارند و تهران در مقایسه با افغانستان امنیت بالایی دارد.

تهران شهری زلزله‌خیز است که بافت فرسوده و قدیمی آن در پایین شهر به لحاظ کالبدی بسیار آسیب‌پذیر است. تهران بافت کالبدی آشفته دارد. شهری دوباره ساخته شده با نوسازی آشفته و بدون برنامه است که سال‌هاست درگیر تجویز راه حل برای مشکلات بافت فرسوده فقیرنشین خود هست. محلات قدیمی فقیرنشین تهران نوساز نشده باقی مانده و گاهی دچار بدنامی نیز شده‌اند و حضور دائمی پلیس به یکی از ویژگی محلات پایین شهر تبدیل شده است.

تهران در دامنه کوه ساخته شده و دید به کوه دارد، شهری غیرتاریخی است که اکثر بافت شهری آن را آپارتمان‌های چهار یا پنج طبقه تشکیل می‌دهند و دارای ساختمان‌های شاخص بلندمرتبه است. بخش‌هایی از تهران بافت قدیمی و سنتی دارد. در کوچه‌پس‌کوچه‌های محلات قدیمی تهران حیات شهری جاری است. برج پارس جردن، برج تهران، مجموعه اکباتان، تونل نواب، برج آزادی، کهف الشهداء، موزه سینما، مجموعه آب‌و‌آتش، دریاچه خلیج فارس و برج میلاد مهمترین اجزای عرضه‌کننده تهران به مثابه یک کل هستند.

تهران شهری سرسبز است که فضای سبز بسیار دارد، به شدت در حال نوسازی و درگیر ساخت‌وساز است. تهران در شب غرق نور و جذاب است. تهران مشکل آلودگی صوتی و ترافیک ندارد.

تهران شهری است با سکونت طبقه اقتصادی متوسط که مردمانش دغدغه خانه و اشتغال ندارند. شهری با فضای دوگانه کالبدی اقتصادی و اجتماعی در بالاشهر و پایین‌شهر که حتی تپ سکونتی در این دو بخش نیز متفاوت است. بالاشهر تهران منطبق بر بلندی‌های شهر است که از ویوی مناسبی نیز برخوردار است. تهران شهری بیش از اندازه بزرگ است که حتی برای شهروندان تهرانی نیز خوانایی خود را از دست داده است. تهران با رشد کالبدی سریع و سیری ناپذیر خود در بلندی‌های شهر، مرزهای طبیعی را نیز درنوردیده است. قشر کم‌درآمد آن درگیر اعتیاد شده و پولدارهای آن یا کلاهبردار هستند یا قاچاقچی

۱ بخش‌هایی که با خط زیر مشخص شده‌اند، مستقیماً از دیالوگ‌های مرتبط با تهران برداشت شده است.

یا در ساخت‌وساز فعالیت دارند و یا هنرمند هستند. برج‌سازی شغل پولدارهای شهر تهران است. سرمایه‌گذاران خارجی به سرمایه‌گذاری در صنعت ساختمان تهران تمایل دارند. گونه سکونتی آپارتمانی و برج بسته به شرایط محیطی قابل قضاوت اقتصادی است اما مسکن مهر و خانه‌های سنتی قدیمی عمدتاً مخصوص سکونت اقشار فقیر جامعه است. محلات بالاشهر و پایین‌شهر تهران در میزان پایبندی به عقاید مذهبی و رسوم سنتی متفاوت هستند. هنوز در محلات قدیمی تهران ازدواج به سبک سنتی رایج است. همسایگان با یکدیگر آشنایی بیشتری دارند و بازی کردن دسته‌جمعی کودکان در محلات قدیمی رونق دارد. در حالی که افراد در بافت‌های جدید تهران به حضور غریبه‌ها در فضاهای نیمه‌عمومی آپارتمان‌های مسکونی نیز بی‌تفاوت شده‌اند. نامگذاری مستعار اشخاص در محلات قدیمی تهران امری متداول است و افتخار به هويت بچه ناف تهران بودن به معنای دارا بودن صفات جوانمردی و لوطی‌گری و ترجیح معنویات به مادیات است. مرفهین تهران از مناسبات قبیله‌ای و عشیره‌ای مبتنی بر پول در ازدواج پیروی می‌کنند. برگزاری پارتی‌های دختر-پسری در بالاشهر تهران امری رایج است.

در کلانشهر تهران حاکمیت نقش پرنس در کنترل حریم خصوصی شهروندان دارد و شهروندان تهرانی از نقض حریم خصوصی توسط نیروی انتظامی ناراضی‌تری دارند. در تهران رشوه دادن به نیروی انتظامی و پلیس امری مرسوم بوده و شهروندان کلانشهر تهران به علت عدم اعتماد به پلیس انتقام را ترجیح می‌دهند.

رفتار اجتماعی مردم کلانشهر تهران با سایر شهرها متفاوت است. در کلانشهر تهران در اثر شرایط محیطی اخلاقیات کمرنگ شده و تهران درگیر جنبه‌های تیره‌وتار مدرنیته (چون بی‌هویتی، فقدان عاطفه، خیانت، از خودبیگانگی و دروغ) است. آدم‌ها در کلانشهر تهران سریع تغییر می‌کنند، عوض شده و گاهی عوضی می‌شوند. شرایط اخلاقی آدم‌ها ناپایدار است. مردم در این شهر نسبت به حوادث خیابانی بی‌تفاوت هستند. کلاهبرداری و اختلاس گریبانگیر کلانشهر تهران است. مهاجرت از کشور ارزش محسوب شده و طبقات مختلف اجتماعی و اقتصادی کلانشهر تهران در تلاش برای مهاجرت از ایران هستند. کلانشهر تهران درگیر شهروندان معتاد به مواد مخدر یا معتاد به فضای مجازی است. طلاق، خیانت و اعتیاد مهمترین معضلات اجتماعی شهر تهران است و تماشای تلویزیون‌های خارجی و فیلم‌های ترکی در تهران امری رایج است. تهران شهری ترسناک است که اعتیاد در آن (از پزشک تا سرایه‌دار) فراگیر شده است. وضعیت اخلاقی دانش‌آموزان آن نابسامان شده، پارک‌های تهران به مکانی برای خرید و فروش و مصرف مواد مخدر تبدیل شده و معضل کارتن‌خوابی معتادها در پارک‌ها و خیابان‌های تهران رواج یافته است. مشکل کودکان کار و حضور کودکان دستفروش در سرچهارراه‌های تهران یکی از مهمترین معضلات اجتماعی شهر تهران است.

امکان آشنایی اتفاقی در شهر تهران زیاد بوده و روابط کاری مهمترین علت آشنایی افراد در شهر تهران است. روابط بچه‌محلی در تهران جاری است و روابط همسایگی تأثیر کمی در آشنایی افراد در تهران دارد.

هرچند زنان خانه‌دار درصد بیشتری از جامعه زنان تهران را به خود اختصاص می‌دهند، با این حال زنان در تهران نسبت به شهرستان در

بودلری^۱ نیست. مدرنیته‌ای که فقط سلبی نیست و پراست از جوه ایجابی. در حالی که می‌بایست فارغ از نگاه‌گزینشی و دست‌چین شده که اغلب تیره‌ترین جوه مدرنیته را می‌بیند، مدرنیته با نگاهی همه‌جانبه‌نگر نگریسته شود، یعنی برخورد تمامیت‌نگر با مدرنیته و شهر مدرن. در خیلی از بازنمایی‌ها جلوه‌های مدرن و اغواگر شهر مدرنیستی اعم از کافه‌ها، خیابان‌ها و ماشین‌ها به چشم می‌خورد اما در نهایت رویکرد خالق نسبت به تمام این مظاهر با سویه‌های تیره‌وتار مدرنیته گره خورده است. یعنی شهر می‌شود محملی برای بروز تیره‌وتارترین سویه‌های مدرنیته (بی‌هویتی، فقدان عاطفه، خیانت، ازخودبیگانگی، دروغ و...) و شهر فقط ذیل دوگانه‌های کلیشه‌ای تصویر می‌شود: بالای‌شهر/پایین‌شهر، ثروتمند/فقیر، عدالت/بی‌عدالتی، صفای دیروز/سختی امروز.

References:

- Amendola, G. (1997), *La Citaa Postmoderna*, Rome and Bari: Laterza in Bianchini, F, (2006), *European urban mindscape: concepts, cultural representations and policy*, in Weiss-Sussex Godela, Franco bianchini (eds), *Urban Mindscape of Europe*, Amsterdam. New York: Rodopi.
- Benjamin, W. (1999). *Darbarez-Ye Barkhi Az Mazamin Va Dastmayeh-Ha-Ye Sher-E Boodler [On some motifs in Baudelaire]*. (Translated by M. Farhadpour). *Organon*, (14), 27-48. [in Persian]
- Berman, M. (2011). *Tajrobeh-Ye Moderniteh [The experience of modernity]*. (Translated by M. Farhadpour). Tehran: Tarh-E No Publication. [in Persian]
- Bianchini, F. (2006). *European urban mindscape: concepts, cultural representations and policy*, in: Weiss-Sussex Godela, Franco bianchini (eds) Amsterdam. New York: Rodopi.
- Bianchini, F. (2015). *Manzar-E Zehni-Ye Shahr [European urban mindscape: concepts, cultural representations and policy]*, (Translated by MA. Zakariyayi). Tehran: Teesa Publication. [in Persian]
- Burgin, V. (1996). *some cities*. London: Reaktion.
- Calvino, I. (2016). *Shahrha-Ye Napeida [Le Citta Invisibili]*. (Translated by B. Rayisi). Tehran: Ketabe-E Khorshid Publication. [in Persian]
- Donald, J. (1999). *Imagining the Modern City*. Minneapolis: University of Minnesota Press

۱ در مدل بودلری این فقط سویه‌های سرخوش و رهایی بخش مدرنیته نیست که حضور دارد، بلکه پروبلماتیک شهری و مسائل مدنی قرن نوزدهم هم به همان میزان حضور پررنگ دارد. کما اینکه بعدها هم در زیمبل و هم در بنیامین این هردو سویه دیده می‌شود.

جامعه حضور فعالتری دارند. تهران مکانی ناامن برای زنان غیر بومی محسوب می‌شود. در کلانشهر تهران زن در نقش قربانی حضور دارد، یا قربانی عملکرد زنان علیه زنان می‌شود و یا قربانی تسلط مردان بر رقم خوردن سرنوشتش. در تهران اعتماد در زندگی زن‌اشویی کم‌رنگ شده است، طلاق با بهانه‌های ساده جاری می‌شود، روابط عاطفی ناپایدار است و خیانت بسیار رخ می‌دهد. تهران زنان اغواگر فراوان دارد و ظهور و باب شدن تیب شخصیتی پلنگ در تهران شاید در همین راستاست. تهرانی‌ها عادت به خرید تنقلات از دستفروشان مواد غذایی (لبو و باقالی فروشی) در کنار اماکن تفریحی دارند. دیدن تهران از بلندی به خصوص در شب هنگام یکی از رفتارهای مورد علاقه شهروندان تهرانی است. کاربرد عمده کافی‌شاپ در تهران برای قرارهای عاشقانه است و پارک‌های تهران محلی برای خرید و فروش و مصرف مواد مخدر است. تهران شهری دارای تبلیغات محیطی تجاری است.

تهران شهری با شبکه بزرگراهی مدرن، درهم‌تنیده و باشکوه است و ماشین (خودرو) نقش مهمی در زندگی شهروندان تهرانی دارد. اتوبان‌های تهران مکان سرعت، هیجان و مسابقه است و در شادی و جشن، معابر تهران میزبان برگزاری جشن‌های خیابانی می‌شود. تهران شهری برخوردار از امکانات درمانی مجهزتر و پیشرفته‌تر نسبت به شهرهای دیگر ایران است که حتی برای سکونت اقشار فقیر نیز جذاب است. هر چند طبقات فرودست از شرایط اقتصادی و سیاسی حاکم نارضایتی دارند؛ تهران شهری سیاسی است که اخبار آن در سراسر ایران فراگیر است.

تهران شهری بی‌قانون یا با قانون کور است که غرق در انواع آلودگی‌هاست و سرنوشت محتوم شوم دارد. تهران شهری است با ترافیک سنگین، شهری کثیف با هوای آلوده و پراز دود و دم و پارازیت که فرهنگ رانندگی در آن پایین است و فحش و ناسزاگویی به علت رانندگی بدامری متداول است. اشاره به خرید ماشین با فروش گوسفند یکی از مصداق‌های تحقیر مهاجران روستایی در شهر تهران است.»

۵. نتیجه‌گیری

در کل با توجه به آنچه در تبیین زبان پنهان کلانشهر مدرن تهران با تأکید بر خوانش سینمایی گفته شد می‌توان نتیجه گرفت، هر چند تهران ظرف مکانی اکثر فیلم‌های سینمایی ایران است اما برای مخاطب امکان تجربه کلانشهر تهران از طریق فیلم‌های سینمایی به واسطه قاب‌های پویا و متحرک مقدور نبوده و فیلم‌های ساخته‌شده در تهران در شناساندن فضای کالبدی شهر موفق عمل نکرده‌اند. این فیلم‌ها فارغ از ایجاد شخصیت زولایی در معرفی ظرف تهران در معنای بالزاکي نیز موفق نبوده‌اند. غیبت فضای شهری در فیلم‌ها خود می‌تواند واجد دلالت‌های مهم معنایی باشد و دقیقاً تحلیل براساس این فقدان و غیبت است که اهمیت مضاعف می‌یابد. این غیبت در حکم سمپتوم یا درد، نشان اصلی فیلم است. بنابراین کلیت فیلم را می‌توان در پرتو همین غیبت تفسیر کرد؛ چه در مقام نوعی گریزگرایی و چه در شکل نوعی پسروی اجتماعی. در حالت کلی فارغ از تهران یا هر کلانشهر دیگر باید در نظر داشت، امروزه در بازنمایی شهرها همانگونه که رابرت آلترونیستنده کتاب شهرهای خیالی می‌گوید: خبری از مدرنیته

- Eslami, M. (2015). *Sahneh-Ha-Yi Az Yek Ezdevaj: Molahezati Darbare-Ye Faza Va Shahr Dar Sinema* [Scenes from a marriage]. Tehran: Herfeh-Honarmand Publication. [in Persian]
- Frisby, D. (2002). The metropolice as text: Otto Wagner and Vienna's Second Renaissance, in *The Hieroglyphics of Space*, ed. Neil Leach. London: Routledge.
- Jarvie, I.C. (2000). *Ertebat-E Kolli-Ye Sinema Ba Jameshenasi-Ye Rasaneh-Ha*. [Towards a sociology of the cinema]. (Translated by A. Ravadrad). *Farabi*, 2(38), 39-56. [in Persian]
- Habibi, SM. Farahmandian, H. Pourmohammadreza, N. Shokoochi, S. (2015). *Khatere-Ye Shahr, Bazkhani-Ye Sinematogerphic-E Shahr-E Irani Dar Dahe-Ha-Ye 1340-1350*. [Memories of the city]. Tehran: Naahid Publication. [in Persian]
- Kracauer, S. (1997). On Employment Agencies, in *Rethinking Architecture*, ed. Neil Leach. London: Routledge.
- Leach, N. (2002), erasing the traces. The denazification of post revolutionary berlin and Bucharest, In *the hieroglyphics of space: reading and experiencing the modern metropolis*, ed. N. leach, 80-91. London: routledge.
- Mennel, B. (2016). *Shahrha Va Sinema* [Cities & Sinema]. (Translated by N. Pourmohammadreza & N. Isapour). Tehran: Bidgol Publication. [in Persian]
- Rashidpour, N. & Habibi, SM. (2019). *Kavosh Dar Tabyin-E hiroglyph-E Kalansahahr-E Modern*. [Explanation the hieroglyphics of modern metropolis]. *Soffe*, 29 (85), 37-54. [in Persian]
- Shiel, M. & Fitz, T. (2011). *Sinema Va Shahr: Film Va Javame-E Shahri Dar Bastar-E Jahani* [Sinema and the city: film and urban societies in a global context]. (Translated by M. Alavitalab & M. Arbabi). Tehran: Nashr Publication. [in Persian]
- Silva, A. (2003). Imaginaries, in *urban imaginaries of latin America*, ed. A. silva, 23-45. Ostfildern-ruit: Hatje Cantz.
- Simmel, Georg. (1993). *Kalanshahr Va Hayat-E Zehni*. [Metropolis and mental laife]. (Translated by Y. Abazari). *Motaleat-E Jameshenakhti*, (6), 53-66. [in Persian]
- Sorlin, P. (2001). *Sinema-Ye Keshvar-Ha-Ye Oroupayi*. [European cinemas. European societies]. (Translated by H. Ahmadi Lari). Tehran: Soroush Publication. [in Persian]

نحوه ارجاع به مقاله:

رشیدپور، نازیلا؛ حبیبی، سیدمحسن؛ طبیبیان، منوچهر؛ (۱۴۰۱) واکاوی زبان پنهان کلانشهر مدرن تهران از نگاه آثار سینمایی منتخب سال ۱۳۹۵ ایران، مطالعات شهری، ۱۱ (۴۳)، ۷۷-۸۶. doi: 10.34785/J011.2022.166/Jms.2022.98

Copyrights:

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to Motaleat 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 تاثیر نشانه‌های شهری بر مسیریابی کودکان

نمونه مورد مطالعه: محله سجاد مشهد

شیماء عابدی^۱ - دانشجوی دکترا شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، مشهد، ایران.
ساناز سعیدی مفرد - استادیار گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، مشهد، ایران.

تاریخ دریافت: ۲۶ تیر ۱۳۹۹ تاریخ پذیرش: ۱۲ بهمن ۱۳۹۹

چکیده

مسیریابی توانایی شناسایی موقعیت مکانی و رسیدن به مقصد، حرکت در محیط‌های فضایی است. این موضوع در خصوص کودکان که معمولاً استقلال و تجربه کافی در جابه‌جایی در محیط‌های شهری را ندارند، بسیار حائز اهمیت است. این پژوهش باهدف بررسی تأثیر نشانه‌های شهری بر مسیریابی کودکان در فضای شهری تدوین گردیده است. روش تحقیق در پژوهش حاضر کاربردی و پیمایشی است. روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی با استفاده از فرمول کوکران و تکمیل پرسشنامه توسط ۱۰۶ نفر از کودکانی که در بازه سنی ۸-۱۲ سال هستند، انجام گردیده است. در تحلیل داده‌ها به منظور ارزیابی تأثیر نقش نشانه‌ها در مسیریابی کودکان پس از جمع‌آوری داده‌ها، اطلاعات حاصل با روش تحلیل عاملی تأییدی و با استفاده از نرم‌افزار Amos مورد تحلیل قرار گرفتند. همچنین برای تحلیل داده‌های کیفی به بررسی نقاشی‌های کودکان پرداخته شده است. نتایج پژوهش بیانگر آن است که تفاوت در گروه‌های سنی کودکان باعث تفاوت در میزان تأثیرگذاری نشانه‌ها در مسیریابی کودکان می‌گردد. همچنین عناصر کالبدی و نشانه‌ها در فضاهای شهری در مسیریابی کودکان در محدوده مطالعاتی پژوهش بسیار تأثیرگذارند. از جمله ویژگی‌های اشاره شده کودکان هشت ساله در فرآیند مسیریابی می‌توان به فضای سبز و فرم ابنیه اشاره نمود. کودکان ۹-۱۰ ساله به فرم کالبدی و تمایز ساختمان‌ها در فرآیند مسیریابی توجه دارند. کودکان ۱۰-۱۲ ساله به ساختمان‌هایی اشاره دارند که در آنها تنوع رنگی بیشتر و ساختمان‌هایی که فرم معماری متمایزتری نسبت به سایر ساختمان‌ها دارند. کودکان ۱۰-۱۲ ساله از معابر و ساختمان‌های شاخص در مسیریابی استفاده می‌نمایند. بررسی‌های صورت گرفته تأثیر کالبد متمایز در رفتار مسیریابی کودکان را نشان می‌دهد.

واژگان کلیدی: کودک، نشانه شهری، مسیریابی، محله سجاد مشهد.

نکات برجسته

- از ویژگی‌های بیان شده کودکان هشت ساله در مسیریابی می‌توان به فضای سبز و فرم ساختمان‌ها اشاره کرد.
- عوامل جهت دار در انتخاب علائم در مسیریابی برای کودکان رنگ و شکل ساختمان‌ها، فرم ساختمان، شکل و معماری ساختمان‌ها و عملکرد ساختمان‌ها تأثیر مستقیمی در انتخاب علائم در مسیریابی دارد.
- منحصر به فرد بودن علامت، رنگ، فرم، شکل و تمایز در روند توجه به نشانه و تکمیل بیشتر روند راهیابی تأثیر بسزایی دارد.
- عناصر راهنمایی مورد استفاده در مسیریابی کودکان در سنین مختلف متفاوت است.

۱. مقدمه

یکی از ارکان ساختاری در الگوی محلات پایدار، وجود فضاهای عمومی فعال و سرزنده است که بتواند بستر مناسبی برای حضور، فعالیت و تعامل اجتماعی کودکان را (به عنوان بخشی از افراد جامعه) فراهم آورد. چنین فضاهایی می‌توانند موجب ارتقای فاکتورهای پایداری در محله و رشد و بلوغ اجتماعی کودکان حاضر در آن گردند (Johar Teymouri et al., 2013).

از آنجایی که جابه‌جایی مستقل کودکان در محیط‌های شهری همچنان رو به کاهش است، کودکان از قلمروهای زندگی شهر دورتر می‌شوند. مهارت‌های یادگیری شناختی کودکان به طور ذاتی کامل‌تر از بزرگسالان است. کودکان همانند بزرگسالان، «توانایی‌های فضایی» متفاوت دارند. کودکان می‌خواهند سفر کنند و راه خود را پیدا کنند؛ با افزایش سن، تجربه افزایش می‌یابد (Segal, 2015). ویژگی‌های فیزیکی مانند رنگ، نشانه‌ها و طرح ساختمان نقش مهم در ادراک و مسیریابی کودکان دارند. اکثر کودکان مدرسه‌ای قادر به رفتن به مدرسه، خانه دوست و فروشگاه‌های محلی در محله‌های آشنا هستند. این پیاده‌روی روزانه به کودکان کمک می‌کند، مفاهیم و مهارت‌هایی را که می‌بایست یاد بگیرند، ارتقا یابد. بنابراین تعداد کمی از کودکان در محیط‌های آشنا گم می‌شوند. والدین سعی می‌کنند فرزندان خود را با انواع مختلفی از دستورالعمل‌های مسیریابی روزمره مانند «توجه»، «نگاه کردن» و غیره کمک کنند (Helvacioğlu, 2007). مسیریابی توانایی شناسایی موقعیت مکانی و رسیدن به مقصد، حرکت در محیط‌های فضایی، شناختی و رفتاری است. در طول مسیریابی، ما اطلاعات از محیط را به دست می‌آوریم، ذخیره، پردازش و در صورت لزوم فراخوانی می‌کنیم. توانایی مسیریابی بر اساس سه عملکرد متمایز است که شامل تصمیم‌گیری، تصمیم‌گیری اجرا و پردازش اطلاعات و توانایی حل مسائل فضایی است و برای زندگی روزمره ضروری است (Doğu Demirbaş, 2001). در مسیریابی انسان، دانش فضایی مبتنی بر نقطه شاخص به طور عمده از اشیاء در محیط است. در اکثر محیط‌ها، بسیاری از اشکال برای کمک به مسیریابی در دسترس هستند. با این حال، هنگام یادگیری محیط‌های جدید، اشکال کوچک یا نشانه‌ها در دانش فضایی گنجانده می‌شوند. (Stankiewicz & Hayhoe, 2010) درک چگونگی بروز رفتار مسیریابی کودکان نشانگر این است که کودکان همانند بزرگسالان در ذهنشان تصویر ذهنی از محیط ایجاد می‌کنند. در ابتدا، کودکان اطلاعات مربوط به نشانه‌های موجود در محیط را شناسایی و ذخیره می‌کنند. سپس، حرکات کودکان با توجه به این نشانه‌ها ثبت می‌شود و زمینه را برای به خاطر سپردن مسیرهایی که قابل مشاهده نیستند فراهم می‌کند (Burles et al., 2019). این پژوهش به منظور بررسی تأثیر نشانه‌ها بر رفتار مسیریابی کودکان در محله سجاد شهر مشهد تدوین گردیده است.

۲. چارچوب نظری

در ارتباط با بررسی تجارب به مطالعه تجربیات سایر پژوهش‌ها در خصوص راهکارهایی برای افزایش سهولت مسیریابی کودکان پرداخته شده است. در مقاله‌ای با عنوان بررسی عوامل فیزیکی مؤثر در مسیریابی فضای آموزشی کودکان ۷ تا ۱۲ سال در رشت (شمال ایران) به بررسی تأثیر عوامل فیزیکی بر مسیریابی کودکان در فضاهای آموزشی

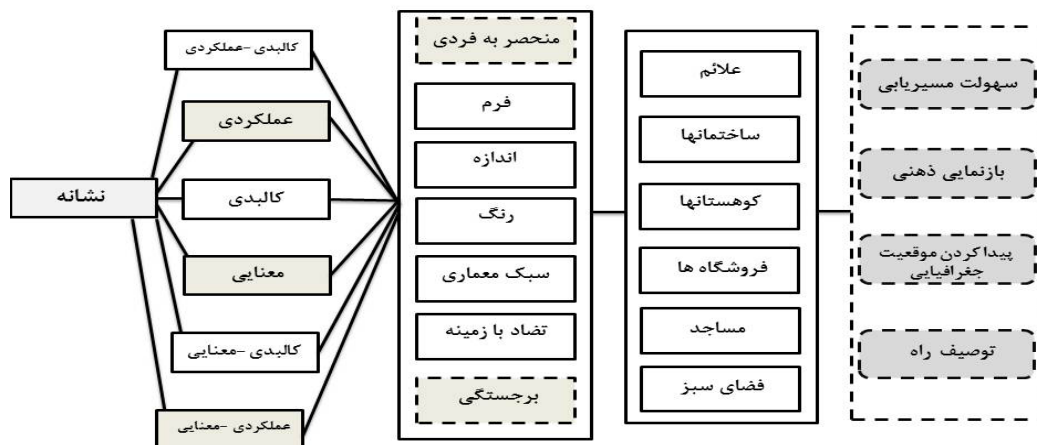
پرداخته است. این پژوهش با روش کمی-کیفی بوده و داده‌های کیفی شامل نقاشی کودکان است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که در گروه سنی هفت تا هشت سال پارک‌ها و زمین‌های بازی، در گروه سنی ۹ تا ۱۰ سال فضای سبز و در گروه سنی ۱۱-۱۲ سال، علائم ورودی و تابلوهای مسیریابی، مهم‌ترین نشانه در مسیریابی کودکان به فضاهای آموزشی بودند. مؤلفه‌هایی مانند تغییر اندازه، استفاده از رنگ‌های شاد، معماری متمایز، علائم و نشانه‌ها در مسیریابی کودکان در سنین بالا مؤثر است (Rezaei et al., 2019). در مقاله‌ای با عنوان بررسی نقش عناصر شهری در شکل‌گیری نقشه‌های شناختی کودکان نمونه موردی کودکان ۷ تا ۱۰ سال شهر رشت به شناخت مؤلفه‌هایی پرداخته است که منجر به ارتقای کیفیت محیط در راستای توانمندسازی اجتماعی کودکان می‌شود. در این پژوهش به مطالعه و شناسایی عناصر کالبدی مشخص از نقاشی کودکان با توجه به تکرار عناصر شاخص پرداخته شده است. یافته‌های این پژوهش نشانگر این است که ابعاد، نوع کاربری، فرم، رنگ، میزان ارتباط کاربری‌ها با نیازهای کودکان و فاصله از نقاط مقصد کودکان به عنوان مهم‌ترین عوامل مؤثر در ثبت موقعیت عناصر بافت شهری در ذهن کودکان است (Mohajer et al., 2019). در مقاله‌ای با عنوان جهان را از نگاه یک کودک مشاهده کنید: یادگیری از نقشه‌های شناختی کودکان برای طراحی سیستم‌های مکانیابی برای کودک، به منظور دستیابی به ایجاد نقشه‌های دیجیتالی در زمینه سیستم‌های موقعیت‌یابی و مسیریابی برای کودکان است. در این پژوهش به تحلیل نقاشی‌های کودکان پرداخته شده است (Silva et al., 2019). کودکان در نقشه‌های شناختی خود به مناظر شهری، مسیریابی با کمک نقاط شاخص، توجه به نقاط شاخص، نشانه‌ها، معماری متمایز، عناصر طبیعی و نشانه‌های دیدنی اشاره نموده‌اند. در مقاله‌ای با عنوان محیط از نظر من: تجزیه و تحلیل ادراک محیطی کودکانی که به کودکان می‌روند از طریق تصاویری که ترسیم می‌کنند (Günindi et al., 2015). یافته‌های این پژوهش پس از بررسی نقاشی‌های کودکان بیانگر توجه بیشتر به افراد حاضر در شهر، گیاهان و حیوانات، کوه‌ها به ویژه عناصری مانند خورشید و ابرهاست. کودکان در نقاشی‌های خود به مشکلات زیست محیطی در محیط اطراف خود اشاره نموده‌اند.

۲.۱. کودک

طبق تعریف فرهنگ فارسی معین، کودک به معنای کوچک، صغیر و فرزندی که به حد بلوغ نرسیده (پسر یا دختر یا طفل) آورده شده است (Shia, 2007). کودک شهروند نابالغی که حدود مرز میان کودکی و جوانی او به طور دقیق نامشخص است (Mabhout et al., 2012). کودک به معنای بچه، پسر یا دختر خردسال آورده شده است. از دیدگاه روانشناسی نیز مراحل رشد شامل ادوار مختلفی است. کودک از تولد تا ۱۵ ماهگی نوزاد نامیده می‌شود و از ۱۵ ماهگی تا دو و نیم سالگی کودک نوپاست. بین دو و نیم تا پنج سالگی دوران خردسالی یا پیش‌دبستانی کودک است. میانه کودکی نیز دوران دبستانی یا شش سالگی تا ۱۲ سالگی را در برمی‌گیرد و از ۱۲ سالگی به بعد دوران بلوغ یا نوجوانی فرد فرامی‌رسد (Azmoddeh, 2012).

۲.۲. نشانه

عنصر ضروری در مسیریابی هستند. نقاط شاخصی که می‌توانند از راه دور دیده شوند، نقاط قابل مشاهده، نقاط شاخص برای کمک به مسیریابی را ایجاد می‌کنند. نشانه‌ها تأثیر بسیار مهمی برای دنبال کردن مسیر، ادغام مسیر و نقشه‌برداری شناختی دارند (Segal, 2015). عناصر مهمی در دستورالعمل‌های مسیر هستند که برای احتیاط در محیط‌های ناآشنا ارتباط برقرار می‌کنند. بیشتر افراد هنگام کسب راهنمایی در مسیر، به اطلاعات نشانگر اطمینان می‌کنند زیرا این امر باعث می‌شود که یادآوری آنها راحت‌تر شود. نشانه‌ها به عنوان راهنمایان در بازنمایی ذهنی ما از محیط کالبدی هستند (Vanessa Joy, 2019 & Z. & Jad Al Rabbaa, 2018). لینچ اصطلاح «نقطه شاخص» و مفهوم آن را معرفی کرد (Lynch, 1960). مطابق کتاب او «سیمای شهر»، نشانه‌ها و نقاط بیرونی مسیریابی هستند. معمولاً یک فرم فیزیکی به راحتی قابل شناسایی در چشم‌انداز شهری ناظران از دور قابل مشاهده هستند و به عنوان راهنما در مسیریابی عمل می‌کنند. یک نشانه شاخص می‌تواند یک شکل سه بعدی باشد که برای ناظران شاخص یا قابل مشاهده است. نقاط دیدنی به چهار گروه دسته بندی شده اند؛ یعنی نشانه‌های طبیعی، نشانه‌های ساخته شده، نقاط دیدنی دور و نشانه‌های محلی. تعیین موقعیت کاربر در یک محیط شهری با تکیه بر موقعیت نقاط دیدنی موجود می‌تواند امکان پذیر باشد. بنابراین، ویژگی خاص در نقاط دیدنی شهری می‌تواند یک عامل پشتیبانی برای مسیریابی افراد باشد (Montazerolhodjah et al, 2019). نشانه‌ها عوامل شاخص و قابل تمایز در محیط و یا عناصر فرهنگی هستند که در محیط در مقایسه با محیط اطراف قابل تمایز بوده و به عنوان راهنما برای پیدا کردن موقعیت جغرافیایی استفاده می‌شوند.



تصویر شماره ۱۰: ارتباط میان نشانه‌های شهری و مسیریابی

۲.۳. مسیریابی

توانایی پیدا کردن مسیر در رسیدن به یک مکان مشخص است که به روش صحیح و با توجه به هدف از سفر انجام می‌شود. در این فرآیند فرد ناظر نیازمند دانستن مکان قرارگیری خود یعنی نقطه مبدأ، دانستن مکان مقصد و چگونگی تعیین مسیر میان این دونقطه در محیط‌های ناآشنا و آشناست. در هنگام تعیین

شناسایی نقاط تصمیم‌گیری در مسیریابی به نوبه خود بر روی نشانه‌های محلی متمرکز می‌گردد (Schwering et al, 2017). این عناصر همچنین به مردم کمک می‌کنند تا یک شهر را بهتر بشناسند و انسجام فضایی را حفظ کنند. در واقع برای لینچ، یک ساختمان ممکن است هنگامی که از پیش زمینه پیروی نکند، تبدیل به یک نقطه شاخص شود (G. Filomena, et al, 2019 & Chang et al 2008).

می یابد. کودکان ۱۰ ساله از کودکان کوچک‌تر و پسران از دختران بهتر مسیریابی می‌کنند. عملکرد مسیریابی فضایی مربوط به سن کودکان ۵، ۷ و ۱۱ ساله با یکدیگر متفاوت است. کودکان در سنین مختلف با نشانه‌گذاری و توجه به مکان و جهت نشانه‌ها مسیریابی می‌نمایند. کودکان ۱۱ ساله در مسیریابی عملکرد قابل توجهی دارند و به تبع کودکان ۵ و ۷ ساله برای مسیریابی به فرصت بیشتری احتیاج دارند (Gunes & Olgunturk, 2020). یادگیری مسیر کودکان خردسال ممکن است به ویژه به یادآوردن مسیر وابسته به نشانه‌ها باشد. استفاده از نشانه‌ها اغلب به عنوان عضو ضروری در مسیریابی موفق کودکان در نظر گرفته می‌شود. در یکی از نخستین نظریه‌های مسیریابی، دانشمندان تأکید کردند که اهمیت نشانه‌ها با استناد به این‌که نشانه‌ها اولین عناصری هستند که کودکان در مسیریابی آنها را کدگذاری می‌نمایند، تغییرات در نشانه‌های شاخص عملکرد مسیریابی برای کودکان را مختل می‌نماید. نشانه‌های متوالی به عنوان عناصر اتصال دهنده می‌توانند در مسیریابی کودکان عملکرد مناسبی را در مسیریابی ایفا نمایند. محیط شامل نشانه‌های متعدد (ساختمان‌ها، نشانه‌ها و علائم در پیاده‌رو) است که می‌تواند برای مسیریابی استفاده شود (Bahm et al, 2016).

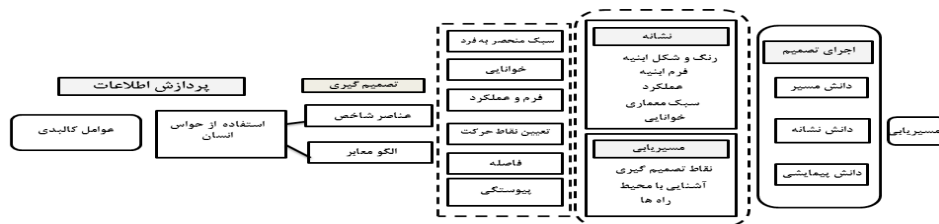
۳. چارچوب مفهومی

انسان‌ها، با توجه به ویژگی‌های فیزیولوژیکی و اجتماعی خود، مانند سن، جنس، طبقه اجتماعی، قومیت، ملیت، مهارت و اطلاعات دریافت شده خود از محیط را نظم می‌دهند و تصویری از شهر در ذهن خود ایجاد می‌کنند. تصویری که پایه و اساس هرگونه رفتار فرد با محیط می‌گردد (Jansen-Osmann & Fuchs, 2006). حرکت از طریق فضا و مسیریابی جنبه‌های اساسی کشف کردن فضایی است. به عنوان بخشی از درک و تجربه محیط، مسیریابی، تصمیم‌گیری فضایی را باهدف دستیابی به مقصد نشان می‌دهد Özgece (et, al: 2016). مسیریابی فضایی تحت تأثیر نقاط شاخصی است که از ویژگی‌های برجسته بصری محیط است. این نشانه‌ها در حافظه به عنوان ساختاری که مبتنی بر مکان‌هایی در فضا است، ذخیره می‌شوند و به پیشرفت دانش مسیر کمک می‌کنند. بازنمایی فضایی از نقاط دیدنی با توجه به توانایی پیمایش آنها ترجیحاً کدگذاری می‌شود. علائم شاخص بر توانایی مادر مسیریابی موفق تأثیر می‌گذارد (Sharma et al, 2017). نشانه‌ها به مسیریابی در یک محیط آشنا یا ناآشنا کمک می‌کند. نقاط دیدنی نوعی پیام از فضای شهری است. مردم نقاط شاخص در شهر را برای مسیریابی خود انتخاب می‌کنند (Alkan Bala, 2016). انسان با پشتیبانی اطلاعات و با مشاهده و درک سریع علائم، نقشه‌ها و نشانه‌ها مسیریابی می‌کند. دانش مسیر شامل نقاط دیدنی مهمی در محیط مسیره‌است (Dong, 2018). این پژوهش نیز قصد دارد که به بررسی تأثیر نشانه‌ها در مسیریابی کودکان در فضای شهری بپردازد. تصویر شماره ۲ چارچوب نظری پژوهش را نشان می‌دهد.

مسیر، افراد از علائم و ابزارهایی استفاده می‌کنند که به عنوان راهنما هستند (Hsiung. & Willis, 2009, Verghote et al, 2019). همه اطلاعاتی که ما از محیط دریافت می‌نماییم، در حین مسیریابی اطلاعات محیطی نامیده می‌شود. اطلاعات محیطی که شامل معماری و گرافیک است، بر اساس اطلاعات محیطی باید شناسایی و نظم داده شود و در مرحله تصمیم‌گیری باید درک شود و مورد استفاده در فرآیندها قرار گیرد. برای درک کامل از فرایندهایی که ما در طی مسیریابی انجام می‌دهیم، شناخت عوامل محیطی بر آن تأثیر می‌گذارد (Doğru & Dalton et al, 2019 Demirbaş, 2001). اگر ما هیچ اطلاعاتی در مورد مقصد نداشته باشیم، نیاز به نشانه یا نقشه اطلاعات داریم (2014, Dijkstra). سه نوع دانش مختلف وجود دارد که غالباً در ارتباط به مسیریابی انسان مشخص می‌شوند: ۱. یادگیری مسیر (رمزگذاری مسیر)، ۲. کسب دانش مبتنی بر مسیر یا درک مکان مسیر و ۳. دانش پیمایشی یا پیکربندی شده (Golledge et al, 2000). نشانه‌ها عناصر متمایزی هستند که مکان با منحصربه‌فرد بودن آنها مشخص می‌شود؛ علائم، ساختمان‌ها، کوهستان‌ها یا فروشگاه‌ها. بعضی از عناصر را می‌توان از راه دور مشاهده کرد، اما برخی از آنها شکل بسیار ساده‌ای هستند که برای ناظران آشنا هستند (Damayanti, 2015). نقاط شاخص نقش مهمی در مسیریابی و کسب دانش در مورد چیدمان فضایی ایفا می‌کنند (Ormerod & Norgate, 2012). نشانه‌ها به مسیریابی در یک محیط آشنا یا ناآشنا کمک می‌کنند. از این جهت، نقاط دیدنی نقش مهمی در شهر دارند. در یک تحقیق اولیه، لینچ نشانه‌ها را برای آشنایی در محیط معرفی نمود (Lynch, 1960). نقاط دیدنی بر بازنمایی فضایی و کسب دانش مسیر و پیمایشی تأثیر می‌گذارد (Alkan Bala, 2016).

۲.۳.۱. مسیریابی کودکان

نقاط دیدنی و عناصر شهری نقش مهمی در رشد توانایی‌های کودکان در مسیریابی و شناخت فضاهای محیطی دارند. مطلوبیت مسیر و روند پیاده‌سازی نقشی مهم و مؤثر در بهره‌وری فضا خواهد داشت. کودکان خردسال مشکلات پیچیده‌ای را در مسیریابی تجربه می‌کنند (Rezaei Liapae et al, 2019). از مهم‌ترین عناصر راهنما در مسیریابی، راهبرد مبتنی بر نشانه است. یادگیری مسیر کودکان به‌طور خاص به یادآوری نشانه‌ها بستگی دارد (Lingwood et al, 2015, 2018 & Hunt). وقتی کودکان و بزرگسالان محیط فضایی ناآشنا را می‌یابند، رفتار مسیریابی و کسب دانش فضایی آنها تحت تأثیر عوامل محیطی مانند نشانه‌ها قرار می‌گیرد. به غیر از نشانه‌ها، رنگ نیز می‌تواند به عنوان یک ویژگی محیطی برای ساختار فضایی استفاده شود. توجه به نشانه‌های نزدیک مسیر، به هر دو گروه سنی (کودکان ۶ و ۱۲ ساله) کمک می‌کند تا مسیر را با موفقیت پیگیری کنند، اما تنها کودکان بزرگتر می‌توانند از نشانه‌هایی که در مسیر دورتر قرار دارند، استفاده نمایند (Osmann & Wiedenbauer, 2004). ادراک و توجهات کودک از محیط با بزرگ شدن کودکان افزایش

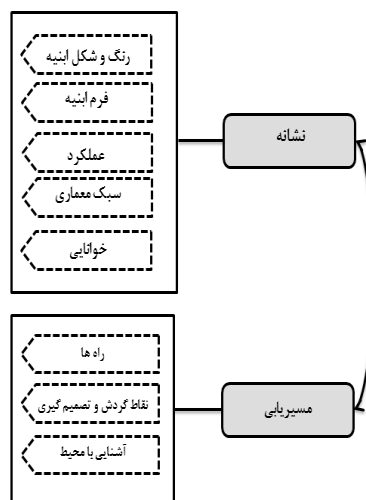


تصویر شماره ۲: چارچوب نظری پژوهش

۴. روش پژوهش

روش این تحقیق از نوع کاربردی است. راهبرد پژوهش به صورت ترکیبی با استفاده از دو نوع داده‌های کمی و کیفی با راهبرد متوالی است؛ و از نظر ماهیت تحقیق پیمایشی است. جمع‌آوری داده‌ها مبتنی بر مرور منابع معتبر در ارتباط با موضوع پژوهش انجام شده و شاخص‌ها بر اساس دیدگاه‌های صاحب‌نظران استخراج شده و در نمونه موردی آزمون انجام شده است. در ابتدا ۲۰ پرسشنامه به صورت آزمون اولیه و تصادفی در میان کودکان تکمیل شد. با در نظر گرفتن دقت ۹۵ درصد و سطح اطمینان ۰٫۰۵، جامعه آماری ۲۴۵ نفر شامل کودکان ۸-۱۲ سال در محله سجاد انتخاب شده است. حجم نمونه ۱۵۰ نفر از کودکان است که تعداد حجم نمونه به دلیل عدم همکاری برخی از کودکان به ۱۰۶ نفر کاهش یافت. سپس تعداد ۱۰۶ نفر از کودکان دختر و پسر در بازه سنی ۸-۱۲ سال به صورت تصادفی مورد سؤال قرار گرفتند. پرسشنامه در دو بخش و بر اساس طیف لیکرت ۵ امتیازی تنظیم شده است. متغیرهای

چارچوب نظری تحقیق در پرسشنامه مورد آزمون قرار گرفته است. همچنین به منظور سنجش روایی و بررسی پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شده و ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه ۰٫۷۶۱ است که بیانگر پایایی و اعتبار مطلوب پرسشنامه بوده و ضریب مطلوبی برای پایایی پرسشنامه و روایی محتوایی مورد تأیید است. در تکمیل پرسشنامه کودکان با آنها گفت‌وگو انجام شد و مفاهیم سئوالات به صورت کامل توضیح داده شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات به صورت کیفی و کمی انجام شده است. برای تحلیل اطلاعات با استفاده از روش‌های تحلیل عاملی تأییدی، Amos استفاده و تحلیل گردیده است. تحلیل کیفی از نقاشی‌های کودکان انجام شده و برای جمع‌بندی آن از روش‌های روی هم اندازی و گرافیکی استفاده شده است. متغیرهای اصلی تحقیق مسیریابی و نشانه است که با توجه به چارچوب نظری تحقیق مورد سنجش قرار گرفت. تصویر شماره ۳ مدل مفهومی پژوهش است.



تصویر شماره ۳: مدل مفهومی پژوهش

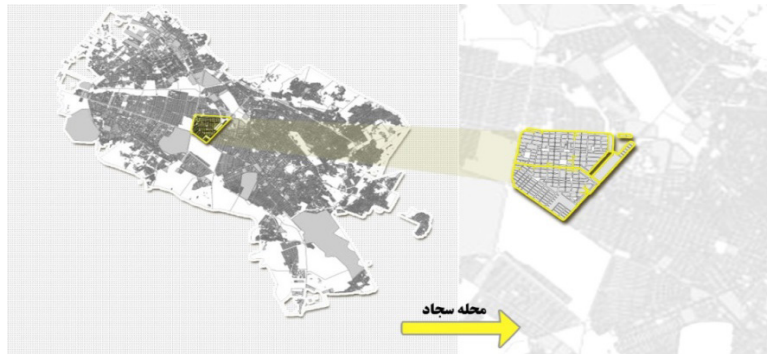
میزان سهولت رفتار مسیریابی کودکان در محله سجاد معیارهایی همچون راه‌ها، نقاط تصمیم‌گیری کودکان و همچنین آشنایی با محیط مورد بحث و بررسی قرار گرفتند. در جدول شماره ۱ به متغیرها و مقیاس سنجش مسیریابی و نشانه پرداخته شده است.

با توجه به مدل مفهومی پژوهش، برای بررسی خوانایی محله سجاد در جهت سهولت مسیریابی کودکان با تأکید بر نشانه‌ها معیارهای رنگ و شکل متفاوت اینیه، فرم اینیه، عملکرد و سبک متمایز معماری اینیه و خوانایی نقاط شاخص مورد بررسی قرار گرفت. همچنین برای بررسی

جدول شماره ۱: متغیرها و مقیاس سنجش مسیریابی و نشانه

متغیر	تعداد سئوالات	مقیاس سنجش	منبع
مسیریابی	۷	طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت	al. 2012; Helvacioğlu, 2007; Gollodge, 1999 xia et al. 2008; Afrooz et
نشانه	۶	طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت	Elvins, 1982; Lynch, 1960, Siegel and White, 1975, Cornell and Heth, 2006

اصلی شهر علاوه بر نقش عبوری، به واسطه کارکرد تفریحی فراغتی و مراکز خرید متنوع مستقر در حاشیه این محور، دارای نقش اجتماعی و کارکردی نیز است. علاوه بر این براساس مطالعات میدانی انجام شده بالغ بر ۱۰ مرکز آموزشی مقطع دبستان و پیش دبستانی در این محله مستقرند که این موضوع نشان دهنده ضرورت توجه به حضور کودکان در فضاهای شهری این محله را بیش از پیش مطرح می نماید. تصویر شماره ۴ موقعیت نمونه موردی در سطح شهر مشهد را نشان می دهد.



تصویر شماره ۴: نمونه موردی

محدوده مورد مطالعه در این پژوهش محله سجاد واقع در حوزه میانی غربی کلانشهر مشهد است. موقعیت مکانی-جغرافیایی این محله، حدفاصل خیابان های آزادی، ملک آباد، خیام و فردوسی است. مطابق آمار رسمی سال ۱۳۹۰ برگرفته از اطلاعات داده های مکانی (GIS) جمعیت گروه سنی ۸ تا ۱۲ سال در این محله دو هزار و ۸۸۶ نفر گزارش شده است که آمار قابل توجهی را نشان می دهد. مهم ترین محور فعالیتی در این محدوده خیابان سجاد است که به عنوان شریان

کرونباخ پرسشنامه ۰٫۷۶۱ است که بیانگر پایایی و اعتبار مطلوب پرسشنامه است. جدول شماره ۲ ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای اصلی تحقیق را نشان می دهد.

۴٫۱. نتایج بررسی پایایی

بررسی پایایی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ صورت می گیرد. همان طور که از جدول زیر مشاهده می شود، مقدار ضریب آلفای

جدول شماره ۲: ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای اصلی تحقیق

منبع	آلفای کرونباخ	سنجه	متغیر
Siegel and White, 1975; Kuipers, et al. 2001	۰٫۷۴۴	راه ها	مسیریابی
Golledge, 1999		نقاط تصمیم گیری	
Denis, 1977		آشنایی با محیط	
Elvins, 1982; Lynch, 1960	۰٫۷۱۶	رنگ و شکل ابنیه	نشانه
Siegel and White, 1975		عملکرد	
Cornell and Heth, 2006		سبک معماری	
Evans et al., 1982		خوانایی	
Bentley, 1985		فرم ابنیه	

۵٫۱. تحلیل یافته کمی

آمار توصیفی

برای تبیین و شرح داده های جمع آوری شده در تحقیق از آمار توصیفی استفاده می شود. در این قسمت تفکیک فراوانی متغیرها و ویژگی های فردی پاسخ دهندگان مورد بررسی قرار گرفته که جمع بندی آن در جدول شماره ۳ مشخص شده است. در جدول شماره ۳ نتایج مربوط به جنسیت و سن پاسخ دهندگان نشان داده شده است.

۵. تحلیل یافته ها

بخش تحلیل یافته های تحقیق در ابتدا به ارزیابی مؤلفه های چارچوب نظری تحقیق با آزمون تحلیل عاملی تأییدی پرداخته و سپس روابط میان مؤلفه های نشانه و تأثیرگذاری آن بر مسیریابی و مشارکت کودکان با توجه به نقاشی کودکان مورد بحث قرار گرفته است.

جدول شماره ۳: ویژگی های فردی پاسخ دهندگان

متغیرها	عنوان	تعداد فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	دختران	۵۸	۵۴٫۷
	پسران	۴۸	۴۵٫۳
سن	۸ سال	۲۴	۲۲٫۶
	۹ سال	۲۰	۱۸٫۹
	۱۰ سال	۱۵	۱۴٫۲
	۱۱ سال	۳۲	۳۰٫۲
	۱۲ سال	۱۵	۱۴٫۲
	مجموع		۱۰۶

- آمار استنباطی

با بررسی‌های صورت گرفته در داده‌های کمی پژوهش، میانگین متغیرهای نشانه و مسیریابی به ترتیب برابر با ۲,۲۱ و ۲,۵۸ است. در ادامه با استفاده از آمار استنباطی، ابتدا روایی و پایایی پرسشنامه، سپس همبستگی متغیرها و در نهایت فرضیه‌های تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است.

- نتایج بررسی روایی (تحلیل عاملی تأییدی)

جدول زیر نتایج آزمون بارتلت و شاخص KMO این دو شاخص را برای سازه‌های مختلف پرسشنامه نشان می‌دهد. جدول شماره ۴ نتایج آزمون بارتلت را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۴: نتایج آزمون بارتلت و شاخص KMO برای متغیرهای تحقیق

متغیرها	شاخص KMO	آزمون بارتلت
نشانه	۰,۶۴۸	۰,۰۰۰
مسیریابی	۰,۶۹۱	۰,۰۰۰

بودن حجم نمونه برای انجام تحلیل عاملی اطمینان حاصل کرد. در جدول شماره ۵ نتایج تحلیل عاملی برای گویه‌های پرسشنامه نشان داده شده است.

نتایج آزمون بارتلت و KMO به عنوان شاخص‌های کفایت نمونه‌گیری نشان می‌دهد که مقادیر هر دو شاخص در سطح مطلوبی قرار دارند. مقدار معیار KMO برای تمامی متغیرها بیشتر از ۰/۵ و مقدار معناداری آزمون بارتلت نیز کمتر از ۰/۰۵ است. بر این اساس می‌توان از مناسب

جدول شماره ۵: نتایج تحلیل عاملی تأییدی (CFA) برای گویه‌های پرسشنامه

گویه	بار عاملی	معناداری	نتیجه
(رنگ و شکل ابنیه)	۰,۹۶۷	۰,۰۰۰	معنادار
(راه‌ها)	۰,۷۳۶	۰,۰۰۰	معنادار
(راه‌ها)	۰,۷۸	۰,۰۰۰	معنادار
سؤال ۴ (رنگ ابنیه)	۰,۷۱۱	۰,۰۰۰	معنادار
(آشنایی با محیط)	۰,۷۰۴	۰,۰۰۶	معنادار
(آشنایی با محیط)	۰,۹۶۳	۰,۰۰۰	معنادار
(تصمیم‌گیری)	۱,۵۶۸	۰,۰۰۰	معنادار
(فرم ابنیه)	۰,۸۳۲	۰,۰۰۰	معنادار
(آشنایی با محیط)	۰,۲۹۸	۰,۰۴۷	معنادار
(تصمیم‌گیری)	۰,۶۵۳	۰,۰۰۰	معنادار
(شکل ابنیه و عملکرد)	۱	۰,۰۰۰	معنادار
(شکل و معماری ابنیه)	۱,۰۰۳	۰,۰۰۰	معنادار
(شکل ابنیه و عملکرد)	۱	۰,۰۰۶	معنادار

گرد. مبنای معناداری گویه‌ها این است که سطح معناداری برای آنها زیر ۰/۰۵ باشد. جدول شماره ۶ نشانگر شاخص‌های برازش مدل‌های تحلیل عاملی تأییدی است.

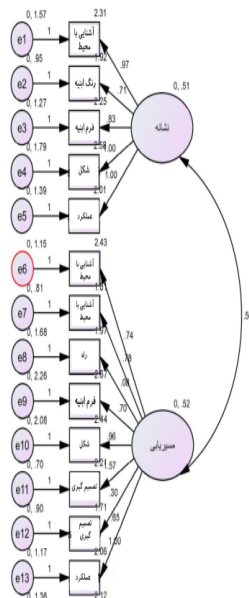
همان‌طور که در جدول ۵ نشان داده شده است، در مدل تحلیل عاملی برازش یافته بار عاملی تمامی گویه‌ها به‌غیر از گویه ۵ در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار است؛ بنابراین گویه ۵ پرسشنامه باید حذف

جدول شماره ۶: شاخص‌های برازش مدل‌های تحلیل عاملی تأییدی

نام شاخص	نماد	مقدار قابل قبول	مقدار ایده آل	مدل اندازه‌گیری
درجه آزادی	(df)	-	-	۷۶
کای اسکور	(χ^2)	$2df \leq \chi^2 \leq 3df$	$0 \leq \chi^2 \leq 2df$	۱۲۳,۰۶۱
کای اسکور بهینه شده	(χ^2 / df)	$2 < \chi^2 / df \leq 3$	$0 \leq \chi^2 / df \leq 2$	۱,۶۱
نیکویی برازش	(GFI)	$.80 \leq GFI < .95$	$.95 \leq GFI \leq 1.00$	۰/۸۰۶
ریشه میانگین مربعات باقی مانده	(RMR)	$0 < RMR \leq .10$	$0 \leq RMR \leq .05$	۰/۱۳۰
شاخص برازش تطبیقی	(CFI)	$.70 \leq CFI < .97$	$.8 \leq CFI \leq 1.00$	۰/۸۰۱
شاخص نیکویی برازش ایجازی	(PGFI)	$.50 \leq PGFI < .60$	$.60 \leq PGFI \leq 1.00$	۰/۵۹۵
شاخص برازش ایجازی هنجار شده	(PNFI)	$.50 \leq PNFI < .60$	$.60 \leq PNFI \leq 1.00$	۰/۵۲۱

مسیریابی دارند. فرم کالبدی و رنگ و نمای بنا از جمله اصلی‌ترین عوامل انتخاب نشانه در امر مسیریابی است. یافته‌های پژوهش نشانگر این است که کودکان به بناهایی که تمایز کالبدی و فرمی با سایر بناها دارند، بیشتر توجه می‌کنند. برای آزمون نرمال بودن متغیرها، از آزمون

تصویر شماره ۴ برازش مدل را نشان می‌دهد. یافته‌های کلی از تحلیل مؤلفه‌ها نشان می‌دهد عامل‌های جهت دهنده در انتخاب نشانه‌ها در فرآیند مسیریابی برای کودکان رنگ و شکل ابنیه، فرم ابنیه، شکل و معماری ابنیه و عملکرد ابنیه تأثیر مستقیم بر انتخاب نشانه در امر



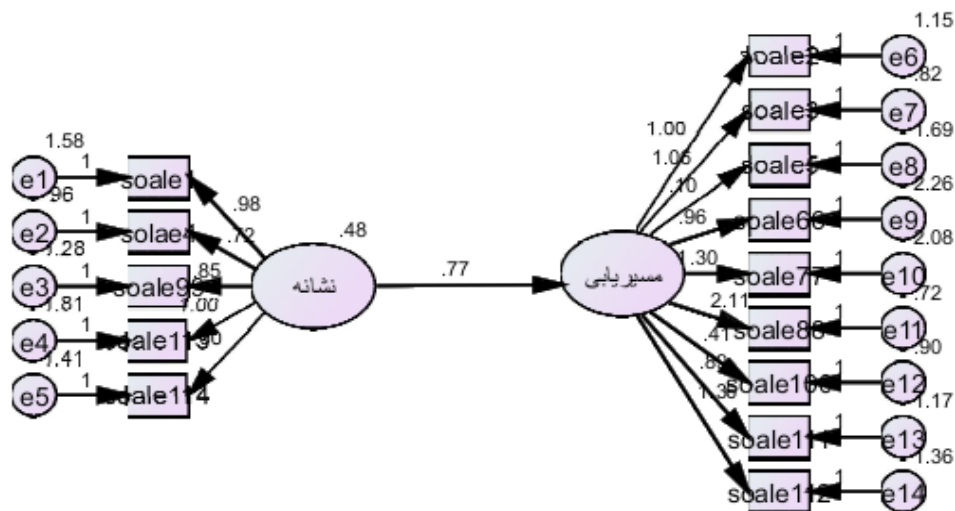
تصویر شماره ۴: برازش مدل

(p-value) که برابر ۰/۰۰۰ شده و همچنین عدد معناداری که برابر با ۶,۳۶۸ شده و به ترتیب از ۰/۰۵ کمتر و از ۱/۹۶ بیشتر هستند، می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی متغیر نشانه بر مسیریابی رابطه اثر مثبت و معنادار دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر متغیر نشانه افزایش یابد، اثر متغیر مسیریابی نیز افزایش می‌یابد. جدول شماره ۷ نتایج مربوط به بررسی این فرضیه را نشان می‌دهد. با توجه به معناداری ارتباط تأثیرگذاری نشانه بر فرایند مسیریابی، وجود نشانه‌ها با کالبد متفاوت و متمایز با قابلیت ادراک برای کودکان بر سهولت مسیریابی کودکان در فضای شهری تأثیر مستقیم دارد.

کولوموگراف - اسمیرنوف استفاده گردید که سطح معناداری متغیر نشانه ۰,۲۶۹ و سطح معناداری متغیر مسیریابی ۰,۷۲۰ است. با توجه به سطح معناداری آزمون که بالاتر از ۰/۰۵ است، فرض نرمال بودن داده‌ها مورد تأیید است.

- بررسی فرضیه تحقیق (اثر مستقیم)

فرضیه: بین نشانه‌ها و مسیریابی ارتباط معنادار وجود دارد. تصویر شماره ۵ نمودار مسیر فرضیه تحقیق را نشان می‌دهد. بررسی ضریب اثر متغیر نشانه بر مسیریابی نشان می‌دهد که این ضریب مسیر به میزان ۰,۷۷ برآورد شده است. با توجه به مقدار شاخص جزئی



تصویر شماره ۵: نمودار مسیر فرضیه

جدول شماره ۷: ضریب رگرسیونی و معناداری

فرضیه	مسیر مستقیم	ضریب مسیر	p-value	عدد معناداری	نتیجه
۱	متغیر نشانه ← مسیریابی	۰,۷۷	۰/۰۰۰	۶,۳۶۸	معنادار

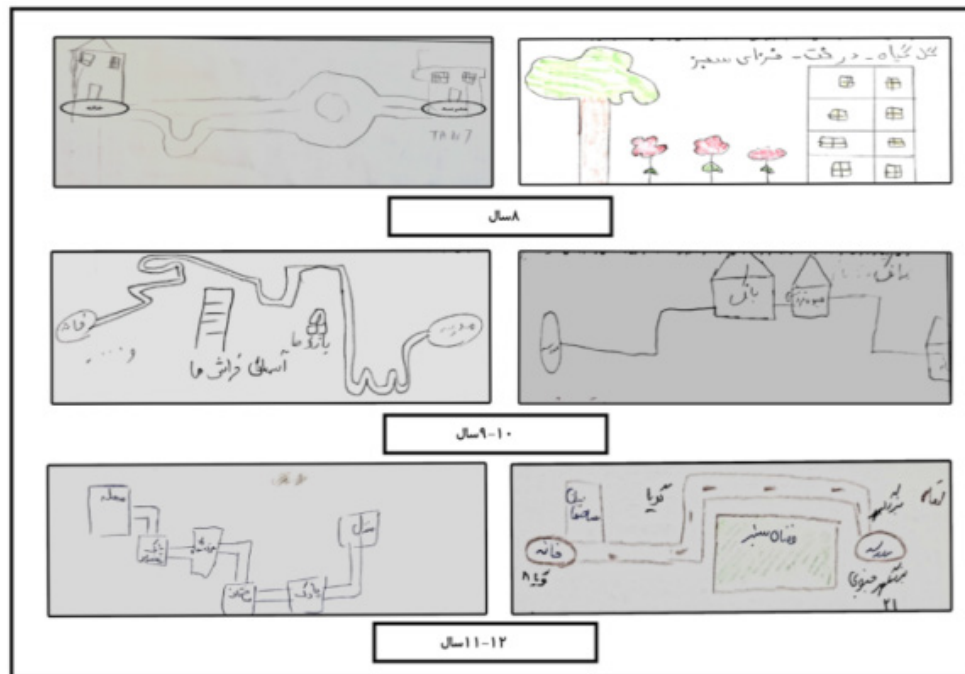
۵.۲. تحلیل کیفی یافته‌ها

ازجمله موارد قابل توجه در نقاشی این گروه از کودکان توجه زیاد به راه‌ها و همچنین کاربری‌های شاخص همچون بانک ملی است که عملکرد متمایزی در محله دارد.

کودکانی که در بازه سنی ۱۱-۱۲ سال هستند، به آسانی نظم فضا را درک می‌نمایند و آن در نقاشی‌های کودکان ۱۱-۱۲ سال قابل مشاهده است. با توجه به حافظه تصویری کودک، این کودکان اشکال ساده‌تر همانند مربع و مستطیل را به راحتی یادآوری می‌نمایند. بنابراین اشکال و رنگ‌ها بیان ادراکی کودک در نقاشی است. کودکان به جزئیات بیشتری از جمله نام معابر، نوع معبر فضای سبز موجود در محله سجاد در حین مسیریابی توجه می‌نمایند. در نقاشی این گروه سنی نقاط شاخص موجود در محله سجاد از جمله بانک ملی که دارای کالبد متمایز نسبت به بافت است نیز ترسیم شده است. این امر نشانگر استفاده از عناصر شاخص که دارای بعد عملکردی، معنایی و کالبدی متمایزی هستند، در مسیریابی است. تصویر شماره ۶ نشانگر نقاشی‌های کودکان است.

با بررسی‌های صورت گرفته در نقاشی‌های کودکانی که در بازه سنی هشت سال هستند، کودکان اغلب به راه‌ها و شکل ابنیه در حین مسیریابی توجه می‌نمایند. بنابراین در اکثر نقاشی‌ها، وجود فضای سبز و درخت دیده می‌شود که نشانگر طبیعت دوستی کودک است که این امر نشانگر تأثیر مثبت و بسزای فضاها و بوستان‌ها در ادراک کودک از شهر و فضاهای شهری و در ادامه تأثیرگذار بر رفتار مسیریابی کودک است. اغلب کودکان ساختمان‌هایی را که دارای مقیاس غیرانسانی هستند را ترسیم نموده‌اند. ازجمله عواملی که کودکان در مسیریابی به آن توجه دارند می‌توان به پنج‌راه و بازوها اشاره نمود.

با توجه به این که هر چه سن بالاتر می‌رود، دایره ادراک کودک نیز به فراخور این امر گسترش می‌یابد، نقاشی کودکان ۱۰-۱۱ ساله جزئیات بیشتری دارد و این گروه سنی به کاربری‌ها در حین مسیریابی و نوع شکل راه‌ها و مسیرهای منتهی به مقاصد مختلف توجه بیشتری دارند.



تصویر شماره ۶: نقاشی کودکان

تصویر شماره ۷ نشانگر نقاط شاخص محدوده است. در تصویر شماره ۷ نشانه‌های اشاره‌شده در نقاشی‌های کودکان با توجه به ویژگی‌های کالبدی به لحاظ منحصر به فرد بودن فرم، بررسی شده است. بانک ملی به لحاظ تمایز شکلی، نوع مصالح به کار رفته در طراحی و همچنین رنگ و نوع نورپردازی نسبت به سایر نشانه‌های موجود در محله سجاد منحصر به فرد است؛ علاوه بر آن نورپردازی جداگانه این بنا در شب نیز بر منحصر به فرد نمودن این بنا افزوده است. آب انار ملس نیز به لحاظ شکل، فرم و وجود نمای خاص در ذهن کودکان به عنوان عنصر شاخص شکل گرفته است. وجود بستنی‌فروشی عسل در جوار آب انار ملس و نیز تمایز شکل و نما و رنگ به کار رفته در آن توجه کودکان را جلب کرده است. ازجمله نشانه‌های شاخص موجود در محله سجاد مشهد که دارای کاربری تجاری هستند می‌توان

نتایج نشان می‌دهد که منحصر به فرد بودن نشانه، رنگ، فرم، شکل و تمایز در فرآیند توجه به نشانه و در ادامه تکمیل فرآیند مسیریابی تأثیر بسزایی دارد. با توجه به اولویت دنبال کردن نشانه‌ها در فرآیند مسیریابی کودکان می‌توان به این نکته اشاره نمود که نمود کالبدی، عملکردی و معنایی نشانه‌ها نیز تأثیر بسزایی در فرآیند مسیریابی کودکان در فضای شهری دارد.

بررسی تأثیر اهمیت نقش نشانه‌ها در کودکان در محدوده با توجه به مدل نظری پژوهش و توجه به ویژگی نشانه‌ها در محیط انجام شده است. در ابتدا نشانه‌هایی که توسط کودکان مورد توجه بیشتری بوده است، از پرسشنامه‌ها و نقاشی‌ها استخراج شدند. ازجمله نشانه‌های اشاره‌شده توسط کودکان در محله سجاد این محله می‌توان خیابان لاله، بانک ملی، بوستان جامی، آب انار ملس و بوستان مینا را نام برد.



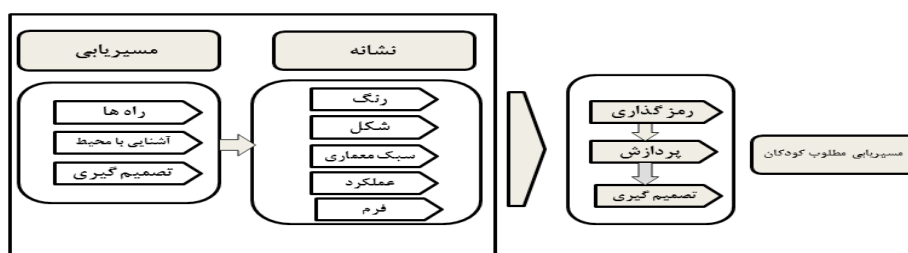
تصویر شماره ۷: نقاط شاخص محدوده

نشانه‌ها و نقاط شاخص محله افزایش می‌باید. بر اساس تحلیل تأثیر نشانه در مسیریابی کودکان، در فرآیند مسیریابی، نتایج حکایت از آن دارد که عناصر راهنما و مورد استفاده در مسیریابی کودکان در سنین مختلف متفاوت است. در سن هشت سالگی کودک از راه‌ها و کالبد ابنیه برای مسیریابی استفاده می‌کند. در گروه سنی ۱۱-۱۲ سال و ۹-۱۰ سال به فرم راه‌ها و شکل و عملکرد ابنیه و گردش در جهات مختلف در نقاط تصمیم‌گیری در حین مسیریابی توجه می‌نمایند. در نقاشی‌های ترسیم‌شده توجه به راه‌ها، فرم ابنیه، شکل، عملکرد و رنگ ابنیه دیده می‌شود. بنابراین آشنایی هرچه بیشتر کودک به محله نیز در مسیریابی کودکان دیده شده است. نتایج پژوهش نشان دهنده وجود روابط میان مسیریابی و ویژگی محیطی (مؤلفه‌های کالبدی و ارتباطی نشانه‌ها) است.

به خیابان لاله اشاره نمود که به واسطه قرار دادن مجسمه پدر و پسر، این خیابان را در این محله متمایز نموده است. بوستان مینا و بوستان جامعی نیز که به ترتیب در شمال و جنوب شرقی محله واقع هستند، از جمله نشانه‌های شاخص در محدوده بوده و تفاوت بسیار زیادی به لحاظ وسعت و کاربری نسبت به سایر کاربری‌های موجود در بافت دارند. به واسطه همین تفاوت و تمایز به لحاظ نوع عملکرد و فعالیتی که دارند، از جمله نشانه‌های بسیار پررنگ از دیدگاه کودکان هستند.

۶. نتیجه‌گیری

با توجه به این که از جمله ابزارهای مسیریابی کودکان نشانه‌ها هستند، در این پژوهش با بررسی فرآیند مسیریابی به عنوان متغیر اصلی پژوهش، مشخص گردید که مسیریابی آسان کودکان در محله سجاد با توجه به



تصویر شماره ۸: جمع بندی

به عناصری که فرم متفاوتی نسبت به سایر ساختمان‌ها دارند، توجه بسیار زیادی می‌کنند. کودکان از فواصل دورتری نیاز به دنبال کردن نشانه‌ها دارند. وجود نشانه‌ها در محلات و فضاهای شهری کمک بسزایی در امر مسیریابی کودکان به واسطه دارا بودن فرم، شکل، عملکرد و سبک معماری می‌نمایند.

تصویر شماره ۸ نشانگر جمع بندی یافته‌های پژوهش است. نتایج پژوهش نشان دهنده وجود روابط میان رفتار مسیریابی و ویژگی محیطی (مؤلفه‌های کالبدی و ارتباطی نشانه‌ها) است. نشانه‌ها در ذهن کودکان تداوم و پیوستگی دارند و همین امر باعث سهولت در مسیریابی می‌شود. وجود نشانه‌های مختلف و شکل و عملکرد ابنیه در دسترسی بصری از فواصل دور برای کودکان اهمیت دارد و کودکان

References:

- Azmoudeh, M. (2012). Memari va tarahi baraye kodakan [Architecture and Design for Children], Elm va Danesh Publications [in Persian].
- Bahm, C. R., Domingo, T., Falana, A., Hampton, N., Hedayati, M., & Maurat, R. (2016). The role of cognitive maps in familiarity and wayfinding. IConference 2016 Proceedings.
- Bala, H. A. (2016). Landmarks in urban space as signs. *Current Urban Studies*, 4(04), 409.
- Bentley, L., Alcock, A., Murrain, P., McGlynn, S. and Smith, G. (1985). *Responsive environments: A manual for designers*. Oxford: Butterworth Architecture.
- Burles, F., Liu, I., Hart, C., Murias, K., Graham, S. A., & Iaria, G. (2020). The Emergence of Cognitive Maps for Spatial Navigation in 7- to 10 - Year - Old Children. *Child development*, 91(3), e733-e744.
- Chang, R., Butkiewicz, T., Ziemkiewicz, C., Wartell, Z., Pollard, N., & Ribarsky, W. (2008). Legible simplification of textured urban models. *IEEE Computer Graphics and Applications*, 28(3), 27-36.
- Chen, C. H., Chang, W. C., & Chang, W. T. (2009). Gender differences in relation to wayfinding strategies, navigational support design, and wayfinding task difficulty. *Journal of environmental psychology*, 29(2), 220-226.
- Dalton, R. C., Hölscher, C., & Montello, D. R. (2019). Wayfinding as a social activity. *Frontiers in psychology*, 10, 142.
- Damayanti, R., & Kossak, F. (2016). Examining spatial identity of kampungs through young adults' perception in Surabaya-Indonesia. *Journal of Architecture and Urbanism*, 40(1), 18-28.
- Demirbaş, G. U. D. (2001). *Spatial familiarity as a dimension of wayfinding* (Doctoral dissertation, Bilkent Universitesi (Turkey)).
- Dijkstra, J., de Vries, B., & Jessurun, J. (2014). Wayfinding search strategies and matching familiarity in the built environment through virtual navigation. *Transportation Research Procedia*, 2, 141-148.
- Farokhi, M., & Hashemi, M. (2011). The analysis of children's drawings: social, emotional, physical, and psychological aspects. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 30, 2219-2224.
- Filomena, G., Verstegen, J. A., & Manley, E. (2019). A computational approach to 'The Image of the City'. *Cities*, 89, 14-25.
- Gale, N., Golledge, R. G., Halperin, W. C., & Couclelis, H. (1990). Exploring Spatial Familiarity. *The Professional Geographer*, 42(3), 299-313.
- Galvao, M. D. L., & Schwering, A. (2018, August). Spatial Distribution of Local Landmarks in Route-Based Sketch Maps. In *Spatial Cognition XI: 11th International Conference, Spatial Cognition 2018*, Tübingen, Germany, 5(2) 5-8.
- Golledge, R. G., Jacobson, R. D., Kitchin, R., & Blades, M. (2000). Cognitive maps, spatial abilities, and human wayfinding. *Geographical review of Japan, Series B.*, 73(2), 93-104.
- GÜNEŞ, E., & OLGUNTÜRK, N. (2020). Color as a Visual Cue for Pointing Task Performance in Young Children. *Online Journal of Art and Design*, 8(1).
- Harris, L. J. (1981). Sex-related variations in spatial skill. In L.S. Liben, A. H. Patterson & N. Newcombe, (Eds) *Spatial Representation and Behavior across the Life-span*. New York: Academic Press, pp. 83-125.
- Helvacıog, E., & Olguntürk, N. (2011). Colour contribution to children's wayfinding in school environments. *Optics & Laser Technology*, 43(2), 410-419.
- Hunt, E. R., Kendall, C., Stanbury, E., Sendova-Franks, A. B., & Franks, N. R. (2018). Complementary landmarks facilitate ant navigation. *Behavioural processes*, 157, 702-710.
- Jansen-Osmann, P., & Fuchs, P. (2006). Wayfinding behavior and spatial knowledge of adults and children in a virtual environment: The role of landmarks. *Experimental Psychology*, 53(3), 171.
- Jansen-Osmann, P., & Wiedenbauer, G. (2004). Wayfinding performance in and the spatial knowledge of a color-coded building for adults and children. *Spatial cognition and computation*, 4(4), 337-358.
- Johar Teymouri, E, Islamic Religion, A, Alipour, H, (2013) Barasi rahkarahy rafe niaz kodakan dar fazay omomi mahale ba takeed bar paydari ejtemaee [Study of solutions to meet the needs of children in the public area of the neighborhood with emphasis on promoting social sustainability], *Conference on Architecture and Sustainable Urban Planning with a focus on indigenous architecture to sustainable city Mashhad*. [in Persian].
- Koseoglu, E., Onder, DE. (2011). Subjective and objective dimensions of spatial legibility. *Social and Behavioral Sciences*.30,1191-1195.
- Lingwood, J., Blades, M., Farran, E. K., Courbois, Y., & Matthews, D. (2015). The development of wayfinding abilities in children: Learning routes with

- and without landmarks. *Journal of environmental psychology*, 41, 74-80.
- Löwen, H., Krukar, J., & Schwering, A. (2019). Spatial learning with orientation maps: The influence of different environmental features on spatial knowledge acquisition. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 8(3), 149.
 - Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. The MIT Press: Massachusetts Institute of Technology.
 - Mabhout, M., Younesi, Z., Hosseini, M. (2013) shahre ideale kodakan irani nemone moredi mashhad moghadas [The Ideal City of Iranian Children, A Case Study of Holy Mashhad], Conference in Search of the City of Tomorrow, Tehran. [in Persian].
 - Massimo De Marchi, M (2015) Transit Trace: Facilitating Urban Wayfinding via an Ambient Display Visualization, Corso di Laurea Magistrale in Ingegneria Informatica Dipartimento di Elettronica, Informazione e Bioingegneria.
 - Montazerolhodjah, M., Sharifnejad, M., & Pourjafar, M. (2018). The Characteristics of Distinctive Urban Elements in Citizens' Cognitive Maps (Case Study: The City of Isfahan.).(1)28 37-47. [in Persian].
 - Norgate, S. H., & Ormerod, M. G. (2012). Landmarks in tourist wayfinding: a review. *Proceedings of the Institution of Civil Engineers-Urban Design and Planning*, 165(2), 79-87.
 - Özgece, N., Edgü, E., & Taluğ, M. (2015). Exploring children's perceptions and experiences of outdoor spaces. In 10th International Space Syntax Symposium (Vol. 125, pp. 1-15).
 - Rabbaa, J. A., Morris, A., & Somanath, S. (2019, July). MRsive: An augmented reality tool for enhancing wayfinding and engagement with art in museums. In *International Conference on Human-Computer Interaction* pp. 535-542
 - Raubal, M., & Winter, S. (2002, September). Enriching wayfinding instructions with local landmarks. In *International conference on geographic information science* (pp. 243-259). Springer, Berlin, Heidelberg.
 - Schwering, A.; Krukar, J.; Li, R.; Anacta, V. & Fuest, S. (2017): Wayfinding Through Orientation, *Spatial Cognition & Computation*, 17(4), 273-303.
 - Segal, R. (2015). Playfinding: child-friendly wayfinding as a tool for children's independent mobility in the Exchange District of Winnipeg, Manitoba (Master's thesis).
 - Sharma, G., Kaushal, Y., Chandra, S., Singh, V., Mittal, A. P., & Dutt, V. (2017). Influence of landmarks on wayfinding and brain connectivity in immersive virtual reality environment. *Frontiers in psychology*, 8, 12-20.
 - Shia, I. (2006) amade sazi shahr baraye kodakan [Preparing the city for children], Shahr Publishing [in Persian].
 - Sindokht Rezaei Liapae, Reza Askarizad2, Fariba Alborzi, (2020) Investigation of Physical Factors Affecting the Wayfinding of Educational Spaces Children aged 7-12 years old in Rasht, North of Iran, *Int J Pediatr* 2020; 8(1): 10689-704
 - Stankiewicz, B.J., & Kalia, A.A. (2007). Acquisition of structural versus object landmark knowledge. *Journal of Experimental Psychology-Human Perception and Performance*, 33(2), 378-390.
 - Verghote, A., Al-Haddad, S., Goodrum, P., & Van Emelen, S. (2019). The effects of information format and spatial cognition on individual wayfinding performance. *Buildings*, 9(2), 29.
 - Willis, K. S. (2009). Wayfinding situations (Doctoral dissertation, Dissertation, Weimar, Bauhaus-Universität Weimar, 2009).
 - Ziyi, D. (2018) Gender Difference in Situation Awareness when Receiving Wayfinding Direction by Landmarks and Headings, A Thesis Project Florid.

نحوه ارجاع به مقاله:

عابدی، شیمیا؛ سعیدی مفرد، ساناز؛ (۱۴۰۱) بررسی تاثیر نشانه های شهری بر مسیر یابی کودکان (نمونه مورد مطالعه: محله سجاد مشهد)، مطالعات شهری، ۱۱ (۴۳)، ۸۷-۹۸. doi: 10.34785/J011.2022.970/Jms.2022.98

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.



then reduced to 106 due to the lack of cooperation of some children. Thus, 106 girls and boys in the age range of 8-12 years were randomly interviewed. The questionnaire was divided into two parts based on a five-point Likert scale. The variables in the theoretical framework of the research were tested in the questionnaire. Moreover, Cronbach's alpha, obtained as 0.761 for the questionnaire, was used to assess validity and reliability, which indicates the desired coefficient of reliability and content validity of the questionnaire.

Upon completion of the questionnaire, the children were interviewed, and the meanings of the questions were fully explained to them. The data were analyzed qualitatively and quantitatively in Amos using confirmatory factor analysis methods. A qualitative analysis was made of the children's paintings, and overlay and graphic methods were used to summarize it. The main variables of the research included routing and signage, which were evaluated according to the theoretical framework of the research.

Results and Discussion

The results indicate that differences in children's age groups cause differences in the effectiveness of signals in their wayfinding. Moreover, physical elements and signs in urban spaces are highly effective in their guidance through the study area. Among the features used by 8-year-old children in the wayfinding process, we can mention green spaces and the forms of buildings. Children aged 9-10 years pay attention to the physical forms and distinctions of buildings in the routing process. Children with 10-12 years of age refer to buildings with greater color variety and ones with more distinctive architectural forms than others. The results demonstrate that the uniqueness of the sign, color, form, shape, and distinction has a great effect in the process of considering the sign and the persistence of the wayfinding process. Therefore, given the priority of following the signs in children's process of wayfinding in urban spaces, it can be pointed out that the physical, functional, and semantic manifestation of the signs also has a great impact in the process.

The role of signals in children of the examined age range was investigated according to the theoretical model of the research, along with the characteristics of signals in the environment. Initially, signs were paid greater attention by children, as extracted from the questionnaires and drawings. Among the signs mentioned by children in the Sajjad neighborhood were those of Laleh Street, Melli Bank, Jami Park, Pomegranate Juice Store, and Mina Park..

Conclusion

Children in the 10-12 age range use prominent commercial and residential buildings in wayfinding. Studies indicate the effect of a distinct body on children's wayfinding behavior, given that signs are one of children's navigation tools. It was found through the examination of the routing process as the main variable of the research that wayfinding is facilitated for children in the Sajjad neighborhood by the available signs and indicators. The analysis results of the effect of cues in children's wayfinding process indicate that different guiding elements are used in the process at different ages. At the age of 8, children use paths and buildings to navigate. In the age groups of 11-12 and 9-10 years, they pay attention to the forms of roads and the shapes and functions of buildings, and turn in different directions at decision points during the wayfinding process. In the drawings, attention is paid to the ways and to the forms, shapes, functions, and colors of buildings. Therefore, children's familiarity with the neighborhood has been observed in their wayfinding. The results indicate that there are relationships between wayfinding and environmental characteristics (physical and communication components of signals).

Keywords: child, urban sign, wayfinding, Sajjad neighborhood of Mashhad.

Citation: Abedi, SH., Saeedi Mofrad, S. (2022) Investigating the effect of urban landmarks on children's way-finding (Case study: Sajjad neighborhood of Mashhad), Motaleate Shahri, 11(43), 87-98. doi: 10.34785/J011.2022.970/Jms.2022.98.

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.



Investigating the effect of urban landmarks on children's way-finding

(Case study: Sajjad neighborhood of Mashhad)

Shima Abedi¹ - Faculty of Art and Architecture, Islamic Azad University, Mashhad Branch, Mashhad, Iran.

Sanaz Saeedi Mofrad - Department of Urban Planning, Faculty of Art and Architecture, Islamic Azad University, Mashhad Branch, Mashhad, Iran.

Received: 16 July 2020 Accepted: 31 January 2021

Highlights

- The characteristics mentioned by 8-year-old children as used in the wayfinding process include green space and the forms of buildings.
- The directional factors considered in the selection of signs in children's wayfinding process include the colors and shapes of buildings, building forms, and shapes and architectures of buildings, and the performance of buildings has a direct impact on the choice of signs in wayfinding.
- The uniqueness of the sign, color, form, shape, and distinction have great impacts in the consideration of the signs and further completion of the wayfinding process.
- The guiding elements used in children's wayfinding are different at different ages.

Extended abstract

Introduction

Spatial navigation is influenced by landmarks, which are prominent visual features of the environment. These cues are stored in memory as structures based on places in space, and help advance path knowledge. Spatial representation of landmarks is preferably coded according to their capability of navigation. Signs affect our ability to navigate a familiar or unfamiliar environment successfully. Signs are messages from the urban space. This is especially important for children, who do not usually have the independence and experience required to move in an urban environment. This research was conducted to investigate the effect of urban signs on children navigating the urban space in the Sajjad neighborhood of the city of Mashhad, Iran.

Theoretical Framework

Humans create images of cities in their minds according to their physiological and social characteristics, such as age, gender, social class, ethnicity, nationality, skills, and information received from the environment. These images turn into the basis for a person's behavior toward the environment. Moving through space and navigating are essential aspects of space exploration. As part of the understanding and experience of the environment, routing involves spatial decision-making for arrival at the destination. Signs are a kind of message from urban spaces. People choose landmarks in the city for their routing. Humans navigate with information support by quickly observing and understanding signs, maps, and signals. Route knowledge includes the important signs in the environment. This study sought to investigate the effect of signs on children navigating urban spaces.

Methodology

This applied research was a quantitative-qualitative survey with a sequential strategy. Data collection was based on a review of authoritative sources concerning the research topic, the indicators were extracted based on experts' views, and the test was performed in a case study. Initially, twenty questionnaires were completed as a preliminary, randomized test and distributed among children. The population included 245 children aged 8-12 years, selected in the Sajjad neighborhood, given an accuracy of 95% and a confidence level of 0.05. Sample size was set to 150 children and

1 Responsible author: shimaabedi67@gmail.com

Emphasis on the relationship between cinema and the city denotes emphasis on culture and how the city is represented thereby. Apart from anthropological fieldwork, nothing compares with watching movies made for a community's domestic market when the community is to be known. Most broadly viewed, cinema represents both the real and the imaginary. Architecture and urban architecture make up the body of the city for the presence of both lives, and cinema is a novel platform for re-reading the relationship between the body and the soul of the modern city.

Methodology

Quantitative and qualitative content analysis methods were used in this research to explain the hieroglyphs of the modern metropolis of Tehran in the representation of the mysterious language of the city. For a concrete study of the city through official narratives, its representation in the selected movies of 2016 was studied, and seventeen movies were selected after the sample size was specified using the purposive qualitative sampling method.

Result and Discussion

According to the findings, we can conclude that the language of the modern metropolis of Tehran is discontinuous and disintegrated under the effect of the modernity paradigm and capitalism. We can claim that it is not possible to experience the metropolis of Tehran through movies although it makes up the location in most Iranian movies. Movies made in Tehran have failed to introduce the physical space of the city in the sense intended by Balzac and even Zola. This makes it more important to analyze this absence. Tehran has created its own specific metropolitan type. Thus, a cold, unfriendly stereotype defines the characteristic of people living in a Tehran. Modernity has been manifested there in a negative sense, and the city has turned into a refuge for the darkest aspects of modernity.

Conclusion

Finally, it is important to know that the city must be read by those who seek to create, shape, and transform it. Their reading of the city crucially conditions their writing of the city text and its buildings, streets, street furniture, etc. Thus, the task of any theorist intending to analyze the metropolis is to act like a detective, interrogating the traces and revealing the secrets. The metropolis therefore lends itself to research as a textual object. It constitutes a series of spatial image hieroglyphics—which may be deciphered in order to provide access to deeper underlying questions about society.

Keywords:

Hidden language, Modern metropolis, Modernity, Cinematic works.

Acknowledgment:

This research has been extracted from the Ph.D. thesis of Nazila Rahidpour, entitled “Explanation the hieroglyphics of Tehran modern metropolis with emphasize on reading, experiencing and memory”, defended in the Department of Urban Planning at the Islamic Azad University of Qazvin, under the supervision of Dr. Seyyed Mohsen Habibi and advisory of Dr. Manouchehr Tabibian.

Citation: Rashidpour, N., Habibi, SM., Tabibian, M. (2022) Clarification of the hidden language of the modern metropolis of Tehran by analyzing the selected Iranian movies in 2016, *Motaleate Shahri*, 11(43), 77–86. doi: 10.34785/J011.2022.166/Jms.2022.98.

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.



Clarification of the hidden language of the modern metropolis of Tehran by analyzing the selected Iranian movies in 2016

Nazila Rashidpour - Department of Urban Planning, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

Seyed Mohsen Habibi - Faculty of Urbanism, Fine Arts Campus, University of Tehran, Tehran, Iran.

Manouchehr Tabibian¹ - Professor, Faculty of Urbanism, Fine Arts Campus, University of Tehran, Tehran, Iran.

Received: 31 July 2021 Accepted: 24 January 2022

Highlights

- As a social space and cultural production of modernity and the capitalist economy, the metropolis has been encoded to convey the preferred meanings.
- The metropolis cannot present itself beyond the limitations of any strictly positivistic outlook, and it requires semiotic and phenomenological models like reading and experiencing.
- For a complete understanding of the city and the basis for its social realities, it is necessary to explain the hieroglyphs (hidden language) of the modern metropolis.
- Concern for spatial images, urban mindscape, and reading what has never been written provides the best way to decipher the hidden language of the modern metropolis.
- Cinema is one of the most important factors in the reconstruction of spatial images and urban mindscape.

Extended abstract

Introduction

The metropolis plays an important role in the contemporary society. It features prominently in the public imagination as the very site of modernity and capitalist economy that has been encoded to convey the preferred meanings. Thus, it can be understood as an amalgam of objects of cultural production. To understand the metropolis is—to some extent—to understand our present age. As a patchwork quilt of traces of human existence, the metropolis could not present itself beyond the limitations of any strictly positivistic outlook, and it requires semiotic and phenomenological models like reading and experiencing. Thus, it might be read as a text, with its forms deciphered and its meanings understood. This means that the metropolis itself does not exist, and can only be understood through its various manifestations.

In the reading of a city, or indeed any cultural artifice, it is important to know that meaning is never univocal. A city—any city—is always open to a variety of interpretations, and meaning must always remain plural and contested. Because there is no single way of understanding the metropolis, everything depends on how one views the metropolis and who views it. The reader, the “lover” of cities, must therefore be open to a range of “readings”, which go well beyond straightforward, rational analyses to open up the “poetry” of the city.

Theoretical Framework

Mindscape and spatial images play an important role in the experiencing and understanding of the city, as they result from a combination of different factors such as literature, art, media, myth, and narrative. As a German cultural theorist, Siegfried Kracauer, puts it, where the hieroglyphics of any spatial image are deciphered, the basis for social reality presents itself. Any Marxist-inspired cultural theorist would argue that what we see on the surface is the product of deeper underlying forces, in order to understand which we need to interpret the surface level. The unconscious nature of surface-level expressions reveals the hidden logic behind these phenomena.

Cinema is one of the most important factors involved in the reconstruction of spatial images and urban mindscape.

1 Responsible author: tabibian@ut.ac.ir

of creation or improvement of urban facilities and public services. Rather than forced to provide the required land, the owners are invited to negotiations for consolidation of their lands to provide land for services.

Methodology

The present research could be categorized as an applied descriptive-analytical study. Due to the complexity of the relationships, the MicMac software was used to analyze the driving and dependent forces. In this method, the factors are placed in an $n * n$ matrix and filled with numbers 0, 1, 2, and 3 based on expert opinions, and are considered as the basis for further analysis. For this purpose, indicators were extracted from the theoretical framework of the research as a $22 * 22$ matrix and provided to seventeen urban experts in Shiraz as a two-stage Delphi questionnaire.

Results and Discussion

In the case of unwillingness to participate, two variables were considered as increasing system risk: definition of the laws concerning the residents and owners' protests pertaining to the urban design before, during, and after its implementation and enactment of the laws concerning the payment of the probable indemnity to the residents. This was because any legislation could be an obstacle in the system, decreasing the owners' and residents' partnership tendency, without fair consideration of their interests.

The major organizational-institutional variables played an important role in the implementation of land readjustment, and influenced the other variables. These included partnership of the local government through intermediary and facilitating institutions, law-abiding local governments, and concern for individual and social justice. This is because these variables actually link the social variables to the executable ones, and function as an interface to provide a framework for correct implementation to meet people's needs.

Furthermore, partnership of the local government through intermediary and facilitating institutions is one of the most effective, most impressive variables, which plays a key, strategic role.

Conclusion

The findings reveal that the key to implementation of land readjustment in distressed areas and to solve their problems is to create an intermediary institution to listen to the people's demands and opinions. Other strategic variables involved in land readjustment in distressed areas include concern for individual and social justice in the local government, strategic perspective and flexibility of the local government, definition of the tangible, approachable objectives, and appropriate assessment of land price before and after the execution.

Therefore, it is necessary to constantly examine the variables during both design and implementation of land readjustment in a distressed area. All these variables are either directly related to or applied by the local government, indicating the importance of city authorities' policy-making and employment of experienced workforce.

It is also important for the basic requirements according to the existing facts to select appropriate sites and set tangible goals, because the process would stop as a result of a lack of concern for the facts.

Keywords:

Land Readjustment (LR), Interpretative Structural Model (ISM), MicMac, Shiraz.

Citation: Namvar, F., Hajipoor, K., Shabani, A., Mohammadi, M. (2022) Identifying the factors affecting the land Readjustment Process in Urban Distressed Areas (Case study: Shiraz City), *Motaleate Shahri*, 11(43), 65–76. doi: 10.34785/J011.2022.915/Jms.2022.98.

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.



Identifying the factors affecting the land Readjustment Process in Urban Distressed Areas (Case study: Shiraz City)

Fahimeh Namvar Haghghi Shirazi Fard - Department of Urban Planning, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

Khalil Hajipoor¹ - Department of Urban Planning, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran and Department of Urban Planning, Shiraz University, Shiraz, Iran.

Amir Hosein Shabani - Department of Urban Planning, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran and Advancement in Architecture and Urban Planning Research Center, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

Mahmood Mohammadi - Department of Urban Planning, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran and Urban Planning Department, Isfahan Art University, Isfahan, Iran.

Received: 15 June 2019 Accepted: 14 January 2020

Highlights

- The existence of intermediary institutions between the local government and the people is a strategic factor in reconstruction of distressed areas.
- In the implementation of land readjustment, legal regulations and definition of the executive framework play a key role.
- Landowners' desire to participate is the most important factor in the implementation of land readjustment in distressed areas.

Extended abstract

Introduction

In recent decades, the increasing growth of cities has transformed agricultural lands and increased the costs of urban services, leading to urban expansion. Moreover, the cities are faced with problems such as the deterioration of urban neighborhoods and suburbs due to people's lack of willingness to live in these neighborhoods, decline in investment in old neighborhoods, reduction of capacity, and decline in the quality of life. With 1,700 hectares of distressed areas, the city of Shiraz, Iran is no exception, and suffers the same problem. It is possible to solve such issues through urban growth management policies. One of these policies is Land Readjustment (LR). It is necessary to identify and classify the legal, institutional, economic, social, and local factors influencing land readjustment in order to provide effective, sufficient urban generation. Thus, this study aimed to identify the key factors influencing the land readjustment process in distressed areas and to examine the cause-and-effect relations through Interpretative Structural Model in order to identify the most important variables in the implementation process. This could be a guide for urban management to achieve infill development by stimulating and implementing the most important variables and, consequently, increasing the possibility of the entire land readjustment project.

Theoretical Framework

Land readjustment is a technique used for management of urban development, according to which a number of irregular plots of land are divided into more regular plots after consolidation with proper planning, and sections including ones used for provision of public services are also divided between the original owners for construction purposes. In this method, the lines of ownership are changed for consolidation, division, and replacement of land areas for the purpose

1 Responsible author: khajipoor@gmail.com

pollution will be created in urban environments, and these visual inconsistencies will intensify people's psychological unrest. Therefore, environmental graphics can contribute to the organization of the visual system, improvement of the visual qualities, and enrichment of the sensory-visual features of urban spaces and consequently provide visual and mental peace and particular effects to the audience. As a part of the performance of environmental graphics, urban furniture has an important role in beautification and quality improvement along with creation of a sense of place in urban environments. Therefore, it can be stated according to earlier studies that architects and designers have tried to crystallize the aesthetic aspects of urban furniture besides the functional aspects of these elements in their current studies, and what they create involves aesthetic meanings and a sense of place.

Methodology

The present qualitative-quantitative study is considered as a survey in terms of purpose. In the collection of qualitative data, library tools were used for a review of the studies conducted in the field, and the obtained data were evaluated using the method of content analysis. In the quantitative part of the present study, field tools (observation and questionnaire) were used. The researcher-made questionnaire of the present study, which was prepared according to the data obtained from library studies and the theoretical framework of the present study, was distributed to one hundred citizens in District Two of Qazvin, who were selected using simple random sampling. The Friedman test was first used to rank the criteria and indicators concerning the respondents to the present research questionnaire, and the data were analyzed using the method of content analysis in the following step.

Results and Discussion

The results indicate that the physical structure of urban graphics in District Two of Qazvin involves a balanced quality of significant signs that attract the audience's attention, and specify the sense of place in the area depending on the form, color, and materials. Among the components of environmental graphics reading in District Two of Qazvin, the components of visual structure and architecture exhibit the greatest roles, where they have created a sense of place in the residents of this district proportionally to their contexts and the types of color combination used, because there is a strong mutual relationship between the components of proportion and color combination and the reading of environmental graphics.

Conclusion

According to the data extracted from the questionnaire and the opinions collected from the residents of the district, it can be stated in general that seats and sitting places and square elements are ranked highest according to the conducted Friedman test, while elements such as trash cans and murals are ranked lowest.

Keywords:

development, cultural tourism, Kurdistan Province.

Citation: Mehranfar, M., Soheili, J., Afhami, R., (2022) Developing a graphic reading model of urban furniture with an emphasis on improving the sense of place (Case study: District 2 of Qazvin city), *Motaleate Shahri*, 11(43), 55–64. doi: 10.34785/J011.2022.011/Jms.2022.98.

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.



Developing a graphic reading model of urban furniture with an emphasis on improving the sense of place (Case study: District 2 of Qazvin city)

Mona Mehranfar - Department of Architecture, Kish International Branch, Islamic Azad University, Kish Island, Iran.

Jamaleddin Soheili¹ - Department of Architecture, Islamic Azad University, Qazvin Branch, Qazvin, Iran.

Reza Afhami - Department of Architecture, Faculty of Art and Architecture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.

Received: 25 September 2021 Accepted: 31 December 2021

Highlights

- The graphics used in the urban furniture in District Two of the city of Qazvin, Iran have created a sense of place in the citizens.
- Seats, sitting areas, and square elements play the most important role in creation of a sense of place through urban furniture.
- Visual structure and architecture play the most important role in creation of a sense of place, environmental graphics, and urban furniture.

Extended abstract

Introduction

Little attention has been paid in the current era to the field of environmental graphics and the creation of new experiences to induce a sense of place, which has caused environmental graphics to encounter stability and inactivity. This is due to ignorance and insufficient concern for it in strategic research. Today, architects and designers have tried to crystallize the aesthetic aspects of these elements besides the functional aspects in the study of urban graphics, and what they create involves aesthetic meanings and creates a sense of place in the audience. Moreover, the issue of creating a sense of place, one of the most important factors in environmental quality in Iranian cities, has been largely forgotten in the field of environmental graphics in the current era. Today's urban space is sometimes left open even in response to performance. Therefore, the purpose of this study was to investigate the urban graphics in District Two of the city of Qazvin, Iran in order to improve the sense of place in citizens and then to achieve a model of urban graphics reading.

Theoretical Framework

The visual quality of the urban environment involves an area with two systems of esoteric and external existence that must be understood simultaneously in order to improve the promotion of a sense of place for the audience. Cities with favorable visual environments are capable of expanding citizens' aesthetic experience, promote their mental image of the society, and strengthen their civic pride. Meanwhile, the visual environment of a city emerges through the complex system of signs and the social, economic, and cultural characteristics of their communities. In the process of human-urban interaction, the visual environment provides the conditions for citizens' and visitors' perception, cognition, and environmental evaluation as a common interface. Man's main perceptions from the environment depend on visual perception and visual factors. Thus, visual data provide man with the possibility of communication with the environment, because they play an effective role in promotion of the reading of urban spaces and visual perception of the environment. If we fail to consider the visual principles, graphic works, and visual representations in urban spaces, chaos and visual

1 Responsible author: soheili@qiau.ac.ir

recognition and development of regional awareness in spatial dimensions and cultural identity, promotion of a good sense of belonging to a culture, economic infrastructure development, in the long run, and enhancement of employment in an economy undergoing recession. The present developmental applied study aimed to describe the conditions or phenomena under study, and such a plan can be implemented only to help understand the existing conditions better or to assist the decision-making process.

Methodology

The present study is considered as applied, as it is possible to apply the results in the cultural tourist attraction program, and a mixed research method (qualitative and quantitative) was used therein. First, the researcher identified the factors affecting the development of cultural tourism in Kurdistan Province using the method of semi-structured interviews through opinion polls provided to professors and managers and research information obtained by questionnaires in the field of cultural tourism based on earlier research. The theoretical framework and library studies were used to examine the results and identify the factors effective in the field of cultural tourism. The population in both theoretical and practical sections included A) faculty members of universities, including professors of tourism management, in Kurdistan Province and professors of universities in neighboring provinces with expertise in the field and at least one research article in the field of cultural tourism with a scientific rank (scientific-research, scientific-development, ISI, and ISC), B) tourism managers, marketing experts, and specialists in cultural heritage, handicrafts, and tourism in the cities of Kurdistan Province, C) managers of tourism agencies in Kurdistan Province, and d) cultural tourists.

Results and Discussion

Using common concepts, categories were extracted which included eight components: urban potentials, citizens, impact of border cities, event management, orientation toward other tourism destinations, tourism economy, government management, and advertising. The research results indicated the favorable conditions of urban potentials, citizens, impact of border cities, event management, orientation toward other tourism destinations, and tourism economy. However, government management and promotion in Kurdistan Province was not in favorable conditions. The results were examined through verification of eight hypotheses appropriate to the eight components.

Conclusion

From the final results of the analysis of available data and information, it can be inferred that Kurdistan Province exhibits a high capability (potentially) of attracting tourists and developing cultural tourism. However, a large part of the province has been abandoned and ignored due to improper advertising and provision of information, lack of infrastructural facilities, physically inadequate access routes, and relevant organizations' insufficient supervision and planning to introduce the unique features and privileges of museums. This includes the Ministry of Cultural Heritage, which has failed to draw visitors' attention to this tourist destination in line with expectations. Given the high potentials of Kurdistan Province in the field of cultural tourism development, the present study suggested that the province should be turned into a cultural province. Finally, it should be acknowledged that cultural tourism involves tourists' behavior and their interaction with local residents. We must promote cultural development and increase respect for the cultures of other countries among the citizens of Kurdistan. Residents can play an important role in the formation of tourists' perception of the destination.

Keywords:

development, cultural tourism, Kurdistan Province.

Citation: Karoubi, M., Taghavifard, M.T., Ahmadizad, S., (2022) A model for the development of cultural tourism in Kurdistan province, *Motaleate Shahri*, 11(43), 41–54. doi: 10.34785/J011.2020.868/Jms.2022.98.

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.



A model for the development of cultural tourism in Kurdistan province

Mehdi Karoubi¹ - Department of Tourism Management, Faculty of Management & Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

Mohammad Taghi Taghavifard - Department of Industrial Management, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

Soran Ahmadizad - Department of Tourism Management, Faculty of Management & Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

Received: 22 May 2020 Accepted: 03 January 2021

Highlights

- The tourism development model is necessary due to the rapid growth of this industry, increasing income and employment in the countries of the world.
- As actors in tourism activities, local stakeholders play the greatest role in the sustainable development of cultural tourism.
- The eight common components of discussion include urban potentials, citizens, impact of border cities, event management, orientation toward other tourism destinations, tourism economics, government management, and advertising.

Extended abstract

Introduction

Tourism is one of the largest, fastest industries in the world, which causes an increase in income, employment, and investment in many countries. As a cultural event, tourism development causes effective interactions between tourists and destinations to let them acknowledge and respect each other more. In fact, it provides an opportunity for establishment of more effective communications between nations and people. Cultural tourism is a topic addressed in the tourism industry, and there is a lot to do in that regard in a country like Iran, which is the origin of civilization and written history. Kurdistan Province is located in the west of Iran. Given its diverse cultural attractions, it should attract more cultural tourists through careful planning in the field of cultural tourism, and profit can be made by local people in return as cultural products are sold to tourists and promoted. This provides a good opportunity to take advantage of the attractions of this province, especially the cultural attractions. The aim of this research was to consider a model for development of cultural tourism in Kurdistan Province.

Theoretical Framework

The outbreak of the Coronavirus has almost devastated the tourism industry, and the images of empty streets and entertainment venues, blackouts, and closed shops in cities around the world are very strange and sometimes frightening. Of course, the statistics on the tourism industry in different countries are alternating. According to a global estimate, approximately three million jobs in the tourism and travel sectors have been eliminated or are expected to be lost soon. International travel revenues have fallen by more than \$300 billion, and hotel occupancy has fallen sharply to about 25 percent. Experts and specialists in the field of tourism have different opinions about the future of travel and tourism, but the Coronavirus will definitely change the way of thinking, tourists' behavior, and the amount of people's travel around the world. However, the tourism industry is moving towards purposeful holidays in today's world, and a new form of tourism along with cultural tourism involves travel that combines relaxation and satisfaction of mental needs. Cultural tourism can have particular effects in any region, such as rediscovery and celebration of local residents' lost cultural privileges,

¹ Responsible author: drkaroubi@atu.ac.ir

- Greater sociability is required to create less visual depth and more communication and interconnectedness.

The following suggestions are made about the design of a complex:

- tendency to design residential complexes of the mixed and central types
- inclusion of playing spaces that are more connected and more frequently used
- development of spaces suitable for sitting with a focus on provision of the right shade or the possibility of sunbathing and applying maximum transparency and accessibility
- creation of a playing space in a lower hierarchy with the possibility of providing maximum transparency and communication
- creation and development of semi-open common spaces on the floors of a residential complex, such as social balconies, and consideration of the availability of public, private, and semipublic spaces
- recognition that residents of a complex who have better observed the indicators of physical quality will find their living environment more favorable in the same conditions of the neighborhood.

Keywords:

Spatial organization, Socialization, Outdoor, Residential complex, Spatial syntax.

Acknowledgment:

This article is taken from the first author's doctoral dissertation entitled "Compilation of Shiraz apartment housing schemas with emphasis on indicators of optimal physical quality" which is being conducted at the Islamic Azad University of Shiraz.

Citation: Mohebbinejad, S., Movahed, K., Heydari, A.A., Taghipour, M., (2022) The role of spatial configuration on increasing the sociability of open spaces of residential complexes in Shiraz, *Motaleate Shahri*, 11(43), 27–40. doi: 10.34785/J011.2022.754/Jms.2022.98.

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.



Accessibility

The issue of accessibility can be examined in two ways: physical access and visual access.

2-3-2- Locations of spaces and types of access to them

One of the most important factors that affect the sociability of different spaces is their locations in the context of a site and the way in which people access them.

Transparency

Transparency means the possibility of visual connection of different spaces with each other, and is an important factor in the provision of a feeling of peace and security in the environment.

2-3-3- Form, geometry, dimensions, and proportions of the space

The morphological characteristics of space specify its appearance, and have a direct impact on people's mood in interaction with space and their desire to attend it, as measured by the following two factors.

Spatial diversity

Spatial diversity is associated with a variety of concepts that are related both to the uses and to the formal diversity of spaces.

Percentages of open and closed spaces

It is very important to consider the proportionality of open and closed spaces and the visible skyline.

3- Methodology

In this research, spatial organization was evaluated using the indicators of hierarchy and accessibility. The tools of connection, relative connection, and depth were used in the space syntax technique. The locations of the spaces and the types of access to them were evaluated using the two indicators of spatial location and transparency, the subject of spatial location was examined using the tools of communication, relative link, and depth, and the transparency indicator was assessed using the tools of vision control and obstruction.

4-Result and Discussion

- It was observed that the least spatial depth was formed in the central layout, leaving the open spaces in the center of the complex with greater sociability.
- Where the playing space was located in the middle of the entrance area of a mixed complex, it occupied the largest viewing area, thereby increasing sociability.
- Mixed and central spaces exhibited the highest degree of interconnection, minimum separation, and maximum accessibility of the open space due to the type of arrangement of their blocks.
- Central and mixed spaces provided greater vision control and transparency despite their great spatial diversity and the possibility of mutual view of the spaces.
- In the examination of the indicator of spatial diversity, as observed, the presence of a skyline with a wider field of view and a sense of open space increased the sociability of the public space.

5- Conclusion

- Improper placement of spaces in the site of a residential complex will leave them less appealing and desirable to the community.
- If a space is relatively deep in terms of access, it will hardly be welcomed.
- Variety in the arrangement of blocks can increase sociability in the open air, because it increases the variety of space on the plan.
- An open space will enjoy greater sociability if it meets everyone's needs. Children and families should be free to respond to their basic needs in these spaces.
- By establishing a balance between the percentages of open and closed spaces, we can help increase sociability. A visible skyline and consideration of the height of the blocks increase a person's motivation to be outdoors.

The role of spatial configuration on increasing the sociability of open spaces of residential complexes in Shiraz

Sara Mohebbinejad - Department of Architecture, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

Khosro Movahed¹ - Department of Architecture, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

Ali Akbar Heydari - Department of Architecture, Yasouj University, Yasouj, Iran.

Malihe Taghipour - Department of Architecture, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

Received: 11 October 2019 Accepted: 03 December 2020

Highlights

- Various studies have demonstrated that several factors, including social, physical, and economic ones, affect the degree of socialization of an environment.
- Spatial organization in a residential complex has a significant role in the increase or decrease in its open space sociability.
- Open spaces with central and mixed layouts offer greater sociability than other patterns in residential complexes.
- Improper placement of various outdoor functions of a residential complex will reduce the sociability of the space.
- A new method involves measurement of the effect of the formation of open spaces in residential complexes using space syntax.

Extended abstract

1- Introduction

Different arrangements of blocks in a residential complex create different patterns of open space that enable the occurrence of different potentials in terms of spatial socialization. In this study, four different patterns of arrangement of residential blocks in the city of Shiraz, Iran were selected, including linear, complex, single-element, and complex central patterns. Their spatial structures were analyzed using the spatial syntax theory tools and field and documentary observations, and different aspects of socialization therein were compared.

2- Theoretical foundations

2-1- Sociability of the architectural space

Socialization in a public space is based on people's need for a sense of social belonging and interaction with each other, which can be realized in a supportive social space along with provision of physical comfort, territory claim, sense of ownership, and reception of justice in space.

2-2- Factors affecting socialization in the open spaces in a residential complex

Among the factors affecting socialization, physical factors (pertaining to spatial order) that affect the sociability of open spaces in residential complexes were studied and analyzed.

2-3- Physical components affecting socialization

2-3-1- Type of spatial organization

Hierarchy

The concept of hierarchy denotes a set of features and phenomena that cause different spaces to be classified or ordered in a spatial configuration.

1 Responsible author: Khmovahed1@yahoo.com

the open and constructed spaces of each section to the passage, extent of confinement of the fabric, pattern and size of the urban blocks, and pattern of combination of the roads and urban blocks.

Methodology

In this applied analytical research, data collection was carried out through library studies, existing articles, field studies, and 2016 census information from the Statistical Center of Iran. Thus, the effective indicators of vulnerability were extracted from the perspective of passive defense after the relevant documents and resources were studied, and fourteen indicators were then selected from among various influential factors according to their availability for specification of vulnerability in Salmas to obtain the research output. Given that each of the indicators effective in the specification of the vulnerability of the coefficient has a different importance, the opinions of the elite were used in this research to determine the weight (coefficient of importance) of each indicator. To weigh the indicators according to the BWM method, ten questionnaires with contents based on a pairwise comparison of the indicators were formulated given the preference of the best indicator over the others and the preference of the other indicators over the worst. In the next step, the data from the questionnaires were entered into the GAMS software and calculated and analyzed. The weight calculated with the value of $\lambda\varepsilon$ obtained for the ten questionnaires was 0.097, which indicates the stability and consistency of the calculated weights due to its proximity to zero. For spatial analysis, the information layers of the indicators were first digitized and edited in the GIS software, and each of the indicators was multiplied by the significance coefficient calculated by the BWM method through conversion of the information layers into rasters and their standardization with large and small fuzzy functions and Boolean logic. Using the weighted sum of the indicators to measure vulnerability, the grid and semi-grid urban forms in Salmas were addressed separately.

Results and Discussion

Among the calculated weights of the indicators in GAMS, the highest concerned urban form pattern, with 0.164, and the lowest pertained to building façade, with a significance coefficient of 0.030. The average value of $\lambda\varepsilon$ obtained for the ten questionnaires was 0.097, which indicates the stability and consistency of the calculated weights due to its proximity to zero. The results of combining the indicators in the grid urban form in Salmas demonstrated that there were 4866 parcels in the very low vulnerability zone in the grid urban form, 2719 parcels in low vulnerability, 2862 in medium vulnerability, 3435 in high vulnerability, and 430 parcels in the very high vulnerability zone. In the semi-grid urban form, there were 611 parcels in the very low vulnerability zone, 2598 in low vulnerability, 3669 in medium vulnerability, 5350 in high vulnerability, and 3057 parcels in the very high vulnerability zone.

Conclusion

In general, it can be stated that the level of vulnerability in the grid urban form is less than that in the semi-grid urban form. The semi-grid urban form was found to be more vulnerable than the grid urban form based on the indicators of area, parts pattern, building density, building age, building quality, distance from rescue centers, distance from hazardous centers, building facade, population density, and building structure. Moreover, the grid urban form was found more vulnerable than the semi-grid urban form based on the indicators of distance from open spaces, range of worn fabric, distance from faults, and distance from the main thoroughfares of the city.

Key words:

Vulnerability, Urban Form, Grid, BWM, Passive Defense, Fuzzy.

Citation: Mahdizadeh, H., Ahmadi, GH., Pakdel Fard, M.R., Faramarzi, M., (2022) Comparative Study of Vulnerability of Grid and Semi-Grid Urban Form against Earthquake from the Perspective of Passive Defense in the City of Salmas, *Motaleate Shahri*, 11(43), 15–26. doi: 10.34785/J011.2022.323/Jms.2022.98.

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.



Comparative Study of Vulnerability of Grid and Semi-Grid Urban Form against Earthquake from the Perspective of Passive Defense in the City of Salmas

Hossein Mahdizadeh - International Campus, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

Ghader Ahmadi¹ - Department of Urban Planning, Architecture, Urban Planning & Art Faculty, Urmia University, Urmia, Iran.

Mohammad Reza Pakdel Fard - Department of Architecture, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

Mahsa Faramarzi - Department of Urban Planning, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

Received: 03 November 2021 Accepted: 24 January 2022

Highlights

- The vulnerability of the semi-grid urban form is greater than that of the grid urban form with respect to the indicators of plot area, fabric pattern, building density, building age, building quality, distance from rescue centers, distance from hazardous centers, building facade, population density, and building structure.
- The vulnerability of the grid urban form is greater than that of the semi-grid urban form with respect to the indicators of distance from open spaces, area of worn fabric, distance from faults, and distance from the main thoroughfares of the city.
- The grid urban form exhibits better performance than the semi-grid urban form in terms of vulnerability from the perspective of passive defense against earthquake.

Extended abstract

Introduction

The present age is referred to as the age of urban vulnerability, because cities face natural hazards and technological crises from various aspects on the one hand and socio-security crises on the other as urban life becomes more complex. The issue of passive defense is no longer defined as a mere research topic but as a vital requirement for governing any country, both upon crisis and at other times, for maintenance of its material and spiritual values. Therefore, the theoretical and practical position of defense and defense against the crisis is very important in this area. On that basis, the application of passive defense and consideration of its principles in urban planning can greatly reduce the destructive effects of such crises. The checkered city of Salmas, Iran, a mid-sized city, according to Iranian Space Agency, with a population of 91239 people, is located in a region with high relative risk based on the relative earthquake risk zoning of Iran, from the study of the National Physical Plan of Iran. Due to its location on a fault, evidenced by the devastating 7.2-magnitude earthquake in 1930, it is very important in this city to observe the principles of passive defense in urban planning. Accordingly, this study was conducted with the aim of measuring and modeling the vulnerability of grid and semi-grid urban forms in Salmas against earthquakes from the perspective of passive defense.

Theoretical Framework

With respect to the type of fabric, there is less vulnerability and greater relief in case of earthquake in regular continuous fabrics over flat lands featuring roads with low or medium confinement and blocks with one or two regular rows of construction. The grid urban form of the roads is also effective in the provision of relief due to easy access. Regular and stepped discontinuous fabrics over foothill lands are moderate in terms of efficiency and vulnerability, and irregular continuous fabrics over flat areas are less effective against earthquakes. The indicators of urban fabric in the assessment of vulnerability against earthquake include the method of attachment of adjacent segments to the passage, adjacency of

1 Responsible author: gh.ahmadi@urmia.ac.ir

Many studies concerning urban branding and tourism indicate that urban branding has a positive effect on tourism prosperity—including (Feyzi et al., 2020; Herget et al., 2015; Jojic, 2018; Mousavi et al., 2017; Shutaieva et al., 2020). The present research was conducted to facilitate branding in Yazd based on the results of these studies and in line with some others—including (Ghanbari et al., 2021; Hankinson, 2007; Menvariyan et al., 2013; Mohammadifar, 2018; Setiadi et al., 2021) which have sought to provide strategies and present a model for further prosperity of tourism through creation or enhancement of branding. Thus, it can be effective in the creation or enhancement of urban branding and monitoring of its proper implementation besides formation of a special working group on branding or establishment of a destination management organization to adopt strategies such as attracting the participation of public institutions in development and implementation of branding plans, training managers and employees to better implement branding projects, holding international celebrations and events for brand development, and developing the tourism infrastructure. This will also have positive consequences from various economic, social, environmental, physical, and urban management aspects.

Conclusion

- The five groups of citizens, tourists, students, investors, and urban management are the stakeholders who benefit in the short term and in the long term from urban branding if the city is properly branded. Therefore, different cities in the world need to adopt appropriate branding and competition strategies to attract the above stakeholders for life, tourism, education, and investment.
- Despite their high potentials for branding, many cities in Iran do not have urban branding administrators, and the tourism sector is even spread in organizations such as municipalities, directorates for cultural heritage, and chambers of commerce. A destination management organization must be established to enhance integrated urban management, and its branches in different cities must undertake to create or enhance an urban brand and monitor its continuity.
- In urban branding, it is important to consider the distinctive, competitive identity of the city, so it is necessary to manage several brands that are sometimes developed unofficially and unilaterally in different cities (as in Yazd), as brand confusion in cities indicates a lack of coordination between different organizations, and creates challenges that outweigh its benefits.

Key words:

Urban Branding, Tourism, Yazd

Citation: Nadi, M.B., Akbari, R., Rafeian, M., (2022) Conceptualization of the urban branding model in tourism development (Case Study: Yazd), *Motaleate Shahri*, 11(43), 3–14. doi: 10.34785/J011.2022.452/Jms.2022.98.

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.



Conceptualization of the urban branding model in tourism development (Case Study: Yazd)

Mohammad Bagher Nadi - Department of Urbanism, Yazd University, Yazd, Iran.

Reza Akbari¹ - Department of Urbanism, Yazd University, Yazd, Iran.

Mohsen Rafeian - Department of Urbanism, Yazd University, Yazd, Iran.

Received: 28 September 2021 Accepted: 23 January 2022

Highlights

- Citizens, tourists, students, investors, and urban management as important beneficiaries of urban branding.
- Importance of establishing a destination management organization in Iran.
- Importance of creating an urban brand for the competitive advantage of the city.
- Identification of the various labels given to Yazd with respect to heritage and history, religion and spirituality, industry and production, and the environment.

Extended abstract

Introduction

The choice of cities for life, tourism, education, and investment depends on their perceived images, and the process of creating a positive image of a city is called urban branding. Urban branding is one of the most important factors in the development of the tourism industry. In Iran, this issue has received less attention despite the high potentials of many cities for branding (Dinnie, 2013, p. 16). Therefore, the purpose of this article was to examine the various aspects of this issue in order to provide a model to facilitate urban branding in the development of tourism.

Theoretical Framework

A brand is a concept designed to develop a product (Chan et al., 2021, p. 331), and involves two definition categories. In the first category, a brand is defined as a set of related assets and liabilities and a brand name (Gómez et al., 2018, p. 191). In the second category, it is defined as a collection of perceptions that are there in people's minds (Hildreth, 2012, p. 4). The brand of a city, like that of a product, is an external signal that evokes emotions, increases awareness, and influences behaviors (Gómez et al., 2018, p. 191), but it may be more complex because of ownership, stakeholder participation, and brand development (Herget et al., 2015, p. 120; Yang et al., 2018, p. 1).

Methodology

Since official branding plans are not very common in Iran, and no official branding plan was developed in the city of Yazd, a qualitative method has been used in the present study along with the grounded theory. For this purpose, the first group was selected for in-depth semi-structured interviews, which included professionals in urban management, tourism, and academics, based on criteria such as familiarity with the concepts of branding and tourism and with the city of Yazd and availability and preparedness for cooperation. The next groups were introduced for interview by the same group. Sampling continued until no more new idea was created, and the research achieved theoretical saturation and adequacy. It should be noted that the twelfth sample achieved partial saturation, but the research process continued until the fourteenth.

Result and Discussion

1 Responsible author: R_Akbari@yazd.ac.ir

Content

- **Conceptualization of the urban branding model in tourism development**
Case Study: Yazd | Mohammad Bagher Nadi, Reza Akbari, Mohsen Rafieian
- **Comparative Study of Vulnerability of Grid and Semi-Grid Urban Form against Earthquake from the Perspective of Passive Defense in the City of Salmas**
Hossein Mahdizadeh, Ghader Ahmadi, Mohammad Reza Pakdel Fard, Mahsa Faramarzi
- **The role of spatial configuration on increasing the sociability of open spaces of residential complexes in Shiraz**
Sara Mohebbinejad, Khosro Movahed, Ali Akbar Heydari, Malihe Taghipour
- **A model for the development of cultural tourism in Kurdistan province**
Mehdi Karoubi, Mohammad Taghi Taghavifard, Soran Ahmadizad
- **Developing a graphic reading model of urban furniture with an emphasis on improving the sense of place**
Case Study: District 2 of Qazvin city | Mona Mehranfar, Jamaledin Soheili, Reza Afhami
- **Identifying the factors affecting the land Readjustment Process in Urban Distressed Areas**
Case study: Shiraz City | Fahimeh Namvar Haghighi Shirazi Fard, Khalil Hajipoor, Amir Hosein Shabani, Mahmood Mohammadi
- **Clarification of the hidden language of the modern metropolis of Tehran by analyzing the selected Iranian movies in 2016**
Nazila Rashidpour, Seyed Mohsen Habibi, Manouchehr Tabibian
- **Investigating the effect of urban landmarks on children's way-finding**
Case Study: Sajjad neighborhood of Mashhad | Shima Abedi, Sanaz Saeedi Mofrad

Motaleate Shahri

Journal of Urban Studies - University of Kurdistan

Director: Hooshmand Alizadeh, Associate Professor, University of Kurdistan

Editor-in-Chief: Mozafar Sarrafi, Professor, University of Shahid Beheshti

Secretary : Kayoumars Irandoost, Associate Professor, University of Kurdistan

Administrative Manager: Kayoumars Habibi, Associate Professor, University of Kurdistan

Coordinator: Mohammad Bashir Robati

Editorial Board:

Azizi, Haji Hussein, Professor, University of Kurdistan

Behzadfar, Mostafa, Professor, University of Science and Industry

Habibi, Kayoumars, Associate Professor, University of Kurdistan

Hejazi, Mehrdad, Associate Professor, University of Esfahan

Irandoost, Kayoumars, Associate Professor, University of Kurdistan

Lotfi, Sedigheh, Professor, University of Mazandaran

Nourian, Farshad, Associate Prof. University of Tehran, Iran

Pakzad, Jahanshah, Professor, University of Shahid Beheshti

Partovi, Parvin, Professor, University of Tehran

Sadr Mousavi, Mirsatar, Professor, University of Tabriz

Sajadzadeh, Hassan, Urban Planning, Associated Professor, Buali Sina University

Shahabi, Himan, Associate professor, Geomorphology Department, Natural Resources Faculty, University of Kurdistan

Shieh, Esmaeil, Professor, University of Science and Industry

Soltani, Ali, Professor, University of Shiraz

Zebardast, Esfandyar, Professor, University of Tehran

International Editorial Board:

Nadhir Al-Ansari, Professor, Luleå University of Technology, Sweden.

Assefa M. Melesse, Professor, Florida International University, USA.

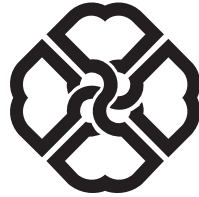
Robert Musil, Working Group Leader, Institute for Urban and Regional Research (Austrian Academy of Sciences), Austria.

Cover Design: kuresh Anbari

Layout: Javad Dadejani, Lecturer, University of Kurdistan

Persian Editor: Farahnaz Nobakht

English Editor: Navid Baradaran Hemmati



University of Kurdistan

Motaleate Shahri

No.43, Summer 2022