

نشریه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال هشتم، شماره سی‌ام، پاییز ۱۳۹۶

شاپا چاپی: ۵۲۲۹-۲۲۲۸، شاپا الکترونیکی: ۳۸۴۵-۲۴۷۶

دریافت: ۱۳۹۵/۱۲/۱۰ - پذیرش: ۱۳۹۶/۶/۱۹

<http://jupm.miau.ac.ir/>

صص ۸۳-۱۰۰

بررسی نقش المان‌های شهری در تقویت هویت کالبدی؛ مطالعه موردی

شهر شیراز

محمدرضا بذرگر: استادیار شهرسازی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران*

چکیده

المان (یادمان)‌های شهری نقش مهمی در فرایند شکل‌گیری، تغییر و بازتولید هویت شهری دارند. در شرایط امروزی که هویت شهرها با شتاب زیادی دستخوش تغییرات است، جایگاه المان‌های شهری به عنوان عناصر هویت بخش شهر دوچندان می‌نماید. شهر ایرانی در گذشته از استقلال، شخصیت و هویت ویژه‌ای برخوردار بوده، در حالی که در شرایط کنونی به سمت کم‌رنگ شدن هویت خود حرکت می‌کند. توجه ناکافی پدیدآورندگان فضاها و عناصر شهری به مفهوم زیبایی در کنار رواج روحیه سوداگری در بسیاری از فعالیت‌های شهری از جمله ساخت و سازها باعث بروز و تشدید این مسأله می‌گردد. در این پژوهش سعی بر آن است تا ضمن پرداختن به جایگاه المان‌های خاص در شهر شیراز، اثرات آنها در هویت بخشی به شهر مورد بررسی قرار گیرد. روش پژوهش، تحلیلی - پیمایشی بوده و شیوه گردآوری اطلاعات، میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه است. نمونه‌های مورد مطالعه شامل پنج المان شهری در شهر شیراز است که مورد توجه شهروندان و گردشگران قرار دارد. نتایج بدست آمده از تحلیل‌های توصیفی و استنباطی روی داده‌های جمع‌آوری شده نشان می‌دهد ارزیابی کیفی شهروندان از هویت (کالبدی) المان‌ها، متأثر از جنسیت و سطح تحصیلات آن‌ها است. بر پایه نتایج، المان دروازه قرآن و المان میدان دانشجو (فلکه عَلم) به ترتیب دارای بیشترین امتیاز و کمترین امتیاز کسب شده از طرف شهروندان (کاربران) هستند. همچنین نتایج نشان می‌دهد مهم‌ترین مؤلفه‌های اثرگذار بر هویت کالبدی المان‌های شهری بر اساس نظر شهروندان شامل «طراحی، فرم و معماری المان»، «تاریخی بودن» و «بومی بودن (زمینه‌گرایی)» است.

واژه‌های کلیدی: المان شهری، یادمان، هویت کالبدی، زیبایی‌شناسی، شیراز

۱- مقدمه

۱-۱- طرح مسأله

امروزه مردم جامعه بیش از آنکه در محل کار یا منزل خود باشند، در خارج از این محیط وقت خود را سپری می‌کنند. آنچه مسلم است حفظ فضای شهری و آرامش روحی در شهر است، این مهم از طریق توجه به المان‌های شهری به عنوان آثار هنری مقدور است، چرا که مخاطب با دیدن آثار هنری می‌تواند به نشاط روحی رسیده و علاوه بر اینکه در این فضای روحی آرامش دارد، از بعد دیگر، دید بصری مخاطب تقویت شده و در جهت بهبود فرهنگی جامعه نیز گام‌های مؤثری برداشته می‌شود و جامعه امروزی ما وادار می‌شود تا با گسترش شهرها، فضای زیستی بیشتری را به وجود آورد. آنچه که امروزه امری نگران‌کننده به شمار می‌آید، این است که این شهرها در رابطه با نیازهای واقعی بشر به وجود نیامده، و بدون توجه به نیازهای روحی و روانی بشر روز به روز بر گسترش خود می‌افزایند. در چنین شرایطی فضای شهری بدون حضور عناصر هنری فضایی است بی‌روح و فاقد نشانه‌های خاطره‌انگیز، و این گونه فضا نیز ساکنانی را پرورش خواهد کرد که هیچ‌گونه خاطره مشترکی از شهر در ذهنشان نقش نخواهد بست.

۱-۲- اهمیت و ضرورت پژوهش

هویت یک مکان به عنوان یکی از راه‌های ارتباط بین انسان و مکان از طریق فرهنگ، سابقه تاریخی، نوع و ماهیت فن‌آوری ساخت، عملکردها، نشانه‌ها، فرم‌ها و نمادهای شهری و ویژگی‌های بصری و کالبدی ادراک می‌گردد (امین زاده، ۱۳۸۹). عناصر زیبای موجود در شهرها تا حد بسیار زیادی در هویت‌بخشی به شهرها نقش به‌سزایی داشته‌اند. المان

هنری و زیبا، عنصری است که به جز تأثیر زیباشناسانه بر فضا، قابلیت تأثیرگذاری بر جامعه را نیز داشته باشد. از این رو توجه به این دو جنبه در خلق عناصر زیبای شهری در سطح شهر امری اجتناب‌ناپذیر است. المان زیبایی که نه تنها به کیفیت فضایی شهر می‌افزاید، بلکه موجب ارتقای فرهنگ جامعه نیز می‌شود. در راستای دست‌یابی به چنین شهری، لازم است تا المان‌های شهری از منظر زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی بررسی شوند و در صورتی که المان‌ها چنین ویژگی‌هایی را دارا نیستند در جهت بهبود آن‌ها اقداماتی صورت گیرد. در پژوهش حاضر تعدادی از میادین شهر شیراز را از منظر زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی آن‌ها بررسی نموده و پس از تحلیل آنها از این دو منظر راهکارهایی در راستای بهبود این عناصر ارائه خواهد شد.

۱-۳- اهداف پژوهش

- شناسایی عناصر زیباشناختی موجود در شهرها مثل المان‌ها و ویژگی این عناصر بر اساس متون و اسناد موجود

- بررسی چگونگی تأثیر المان‌ها در زیبایی و هویت‌بخشی به شهرها از منظر کاربران و استفاده‌کنندگان

۱-۴- سؤالات پژوهش

-عناصر زیباشناختی در شهرها کدامند و چه ویژگی‌هایی دارند؟

-چگونه عناصر زیباشناختی (المان‌های شهری) در هویت‌بخشی به شهرها تأثیر می‌گذارند؟

۱-۵- پیشینه پژوهش

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته باید ذکر نمود که گرچه در زمینه هر یک از اجزای موضوع پژوهش در رشته‌های مختلف، مبانی نظری و علمی فراوانی وجود دارد، اما به طور خاص که به بررسی عناصر زیبای شهری و تأثیر آن در هویت‌بخشی به شهر پرداخته شده باشد، کمتر صورت گرفته است. یوسفی، رحمانی و قربانخانی در مقاله‌ای تحت عنوان "ارزیابی نقش المان‌های شهری بر ارتقای حس مکان در فضاهای شهری (نمونه موردی: شهر همدان)"، معتقدند که المان‌های شهری در کنار سایر عوامل تاریخی و فرهنگی، عامل تداعی خاطره و سرزندگی مکان از عوامل مهم و برجسته در ایجاد و ارتقای حس تعلق و دلبستگی به مکان در شهر است. همچنین نقش معیارهای زیبایی و چشم‌نوازی، خاطره‌انگیزی و معانی و مفاهیم المان‌های شهری در ارتقای حس تعلق به مکان را بسیار زیاد می‌دانند (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۳). رحیمیون در مقاله‌ای تحت عنوان "هویت بخشی به شهر از طریق بهره‌گیری از عناصر طبیعی (نمونه موردی شهر همدان)"، تأثیر عوامل طبیعی موجود در شهرها را در هویت‌بخشی به آنها مورد بررسی قرار داده است (رحیمیون، ۱۳۹۰). نوفل، کلبادی و پورجعفر در مقاله‌ای تحت عنوان "بررسی و ارزیابی شاخص‌های مؤثر در هویت شهری" ضمن بیان ماهیت چند وجهی هویت شهر، به اخذ یک رویکرد سیستمی و همه‌جانبه‌نگر که به بیان شاخص‌های مؤثر بر هویت محله جلفای اصفهان در ابعاد گوناگون زیست محیطی، اقتصادی، اجتماعی، کالبدی - فضایی می‌پردازد، اشاره می‌کند (نوفل، کلبادی و پورجعفر، ۱۳۸۸). امین زاده در مقاله‌ای

تحت عنوان "ارزیابی زیبایی و هویت مکان"، ترجیحات مردم از زیبایی و هویت مکان زندگیشان را به آزمون می‌گذارد. وی با بررسی نظرات مردم راجع به طرح بازسازی منطقه نواب و بافت قدیم اطراف آن بیان می‌دارد که بین مناظر زیبا و مناظر با هویت ارتباط تنگاتنگی وجود دارد (امین‌زاده، ۱۳۸۹). نقی زاده در کتاب "ادراک زیبایی و هویت شهر در پرتو تفکر اسلامی" به بحث هویت در شهر و رابطه آن با زیبایی‌شناسی پرداخته است (نقی‌زاده، ۱۳۸۶). علی سلسله و محسن سلسله در مقاله‌ای تحت عنوان "بررسی تأثیر عامل هویت (ایرانی - اسلامی) بر زیبایی شهر"، به بررسی هویت از ابعاد گوناگون و تأثیر و کارکردی نمودن آن در زیباسازی شهرها می‌پردازند (سلسله و سلسله، ۱۳۸۸).

۱-۶- روش شناسی پژوهش

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

تمایل همانا تمایل به زیبایی است. ارسطو بر آن است که زیبایی دارای کارکرد اساسی است، بدین معنی که اندوه و ترس را از وجود انسان می‌سترد و روان را تطهیر می‌کند (Copleston, 1962: 104). به نظر کانت امر زیبا، ملتقای وحدت و کثرت و نیز ملتقای کلی و جزئی و همچنین مکانیسم و غایت است (Zimmerman, 1963).

به طور کلی می‌توان در میان بزرگان زیبایی‌شناسی، دو گونه بینش متمایز یافت. این دو بینش مختلف یکی «اصالت معنی (Idealism)» و دیگری «اصالت طبیعت (Natural)» است. گروه اول ریشه هنرها را در جهان ذهنی می‌جویند و گروه دیگر آن را در جهان عینی سراغ می‌گیرند. زیبایی محصول مشترک جهان عینی و جهان ذهنی است. ولی مردم چون موضوع یا خاستگاه زیبایی را در خارج اورگانیسم می‌یابند، به خطا آن را پدیده‌ای عینی تلقی می‌کنند و نیز چون در درون خود احساس زیبایی می‌کنند، به خطا آن را ذهنی می‌شمارند (یوسفیان، ۱۳۷۹: ۱۵۵-۱۵۴). دیدگاه دیگر و جامع‌تر نسبت به مقوله زیبایی-شناسی، در رسیدن به کمال مطلوب، داشتن حس وحدت، رشد ذهنی و داشتن ریشه‌های فطری معنوی و تجمیع و انتقال آن به چارچوب و قالبی مادی، و سپس ادراک آن از طریق داده‌های حسی است (آیوازیان، ۱۳۸۱).

۲-۲- زیبایی‌شناسی در بستر فضای شهری

شهرها (متشکل از عناصر، اجزا، فضاها، عملکردها و قوانین حاکم، به انضمام روابط جاری در شهر و هویت آن) به عنوان بزرگترین مجموعه‌ها و آثار انسانی بر کره زمین که ظرف فعالیت‌های انسانی

و استفاده‌کنندگان از فضا در قالب طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت جمع‌آوری شده است. سپس این رتبه‌بندی به صورت کمی مورد محاسبه و پردازش آماری قرار گرفته است. نتایج تحلیل‌های مذکور، در قالب جمع‌بندی و بحث ارائه شده است.

۲- مفاهیم، دیدگاه‌ها و مبانی نظری پژوهش

۱-۲- زیبایی‌شناسی

زیبایی‌شناسی همانند روانشناسی، با حالات و عوالم درونی انسان، یعنی ادراک و عاطفه، غم و شادی، زیبایی، اراده و غریزه سر و کار دارد و از طرف دیگر مفهوم و احکام آن شدیداً نسبی است. به این معنا که هرکس یا هر گروه مفاهیم زیباشناسی را به خواست خود تعبیر و ارزش‌گذاری می‌کنند. زیبایی‌شناسی در آغاز شناختی تجربی یا عملی بوده ولی به تدریج به دانشی نظری مبدل گردید و سرانجام در سده هجدهم به صورت یکی از مباحث فلسفه درآمد. ظاهراً کسی که برای نخستین بار از موضوع هنر و زیبایی سخن گفته، افلاطون بوده است (Burnet, 1953: 27) (آیوازیان، ۱۳۸۱).

وی زیبایی را به عنوان واقعیتهایی عینی مورد تأکید قرار داد و اذعان نمود که اشیا زیبا، از این نظر زیبا هستند که از زیبایی کلی سهمی دارند. همچنین افلاطون برای زیبایی مراتبی قائل بود و اصولاً آن را امری نسبی می‌شمرد. وی از زیبایی به عنوان لذتی راستین که برخاسته از شکل‌ها و رنگ‌ها و صداها و موزون و زیباست سخن به میان می‌آورد (راداکریشنان، ۱۳۹۳: ۶۲). ارسطو نیز به موضوع زیبایی توجه کافی مبذول می‌دارد. از دیدگاه ارسطو انسان به طور طبیعی به آهنگ و وزن تمایل دارد و از آن لذت می‌برد و این

اجتماعی، خاطره‌انگیزی و ... اشاره کرد. علاوه بر آن که به تلطیف محیط و آماده ساختن آن برای ایفای نقش به عنوان فضایی مطلوب کمک می‌کند، یکی از اصلی‌ترین روش‌های القای زیبایی به محیط و به عبارتی خلق فضای زیباست (نقی‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۶۷). خاطره‌انگیزی از معیارهای یک فضای مطلوب و زیبای شهری است و انسان شهرنشین وقتی در محیط زندگی خود به احساس رضایت و سرزندگی دست خواهد یافت که بتواند ادراکات حسی روشن، هماهنگ و خوشایند از تمامیت شهر خود بدست آورد و ذهنیتی مأنوس و پر خاطره از آن داشته باشد (مه‌دی‌زاده، ۱۳۸۵). مطالعات مختلفی که به اشکال گوناگون درباره معماری، شهر و فضای شهری و رابطه آن‌ها با زیبایی و هویت و یا هر دو انجام شده است، حاکی از ارتباطی مستحکم و غیرقابل انکار بین زیبایی و هویت است (نقی‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۷۹).

۲-۳- عناصر زیبایی‌شناسی

در روند ایجاد محیط و فضای زیبا در شهر توجه به نکات زیر به عنوان اساس کار ضرورت دارد:

- باید توجه کرد که مفاهیمی چون زینت و تزئین و آرایش، جایگزین زیبایی نشوند (نقی‌زاده، ۱۳۸۴).
- در زیباسازی شهر یا ایجاد شهر (فضا و محیط) زیبا، نباید تنها بر زیبایی صوری متمرکز بود و سایر مراتب زیبایی را مغفول نهاد. در حقیقت مجموعه مراتب زیبایی یک شهر باید علاوه بر ادراک حسی انسان و ابزار این ادراک، سایر قوای مدرکه او را نیز متأثر نموده و در واقع، علاوه بر ادراک حسی، ادراکات روانی و معنوی و باطنی انسان نیز باید زیبایی شهر را به انسان القاء کنند.

می‌توانند و باید جلوه‌های متنوع زیبایی را به انسان القا کنند و اصولاً هر چقدر و هر گونه که شهر و محیط زندگی بتواند مراتب زیبایی را به ساکنین خویش القا کند، به همان نسبت می‌تواند به آرامش و سعادت و تعادل اهل خویش مدد رساند و مشکلات جاری زندگی را برای آنها قابل تحمل‌تر نماید (سلسله و سلسله، ۱۳۸۸).

این نظر که "اصولاً فضای شهری، فضایی است که واجد زیبایی باشد" (کریر، ۱۳۸۶) یا به عبارت دیگر هر فضایی در شهر را نمی‌توان فضاهای شهری دانست، مگر آنکه بر اساس قواعد زیبایی‌شناسی شکل گرفته باشند تبیین‌گر رابطه شهر و زیبایی هستند، از این منظر فضای شهری فضایی است که زیبا باشد و معیارهای زیبایی‌شناسانه در ایجاد آن دخالت داشته باشند (نقی‌زاده، ۱۳۸۱). بررسی زیبایی‌شناسانه محیط شهری و منظر شهر مقوله‌ای است که شاید بیش از تحلیل‌های زیبایی‌شناسانه در شاخه‌های مختلف هنری نیازمند نگاهی چند بعدی و ژرف نگر باشد. در حقیقت برای دریافت زیبایی و لذت بردن از منظر یک شهر، اصول و معیارهای فلسفی حاکم چیزی فراتر از تجربه زیبایی‌شناسی در هنرهای تجسمی یا حتی معماری خواهد بود. زیبایی‌شناسی هنر با زیبایی‌شناسی محیط تفاوت دارد، هرچند ارتباطاتی میان آن‌ها یافت می‌شود (بل، ۱۳۹۴).

در ادراک و ارزیابی زیبایی محیط و منظر شهری، علاوه بر معیارهای متداول کالبدی چون ریتم، نظم، تناسب و ... عوامل و معیارهای زیادی در حوزه ادراک معنایی در سنجش میزان زیبایی دخالت دارند که از آن جمله می‌توان به حضور طبیعت، حیات

• زیبایی باید بومی و ملی (برآمده از فرهنگ و جهان‌بینی جامعه) و به عبارت ساده «با هویت» باشد و به تعبیر دیگر هویتش با هویت جامعه هماهنگ باشد تا جامعه بهتر بتواند آن را درک و با آن رابطه برقرار کرده و در اثر تماس با آن احساس هویت و استقلال نماید. بزرگترین اشکال تکرار و تقلید الگوهای زیبایی مأخوذ از الگوهای بیگانه (یا زیبایی‌های خلق شده با معیارهای اجنبی)، ایجاد بحران هویت و از خود بیگانگی و احساس حقارت در جامعه است.

• معیارهای مراتب مختلف زیبایی باید در دسترس و مورد شناخت طراحان و برنامه‌ریزان و مدیران و اهل شهر باشند تا امکان ارزیابی زیبایی و تعیین مرتبه آن و همچنین شناسایی ساحتی از حیات انسان که زیبایی ما مرتبط با آن است وجود داشته باشد (نقی‌زاده، ۱۳۸۶: ۲۹۳-۲۸۰).

۲-۴- چستی هویت

هویت عبارت است از شخصیت و حقیقت هر شیء یا شخص یا شهر که صفات و مشخصات جوهری او را در بر می‌گیرد (پوراحمد و شمعی، ۱۳۹۰: ۹۳). در فرهنگ‌ها و واژه‌نامه‌های فارسی سه معنی برای هویت آورده شده است: الف) خداوند ب) هستی و وجود ج) آنچه موجب شناسایی شخص باشد (فرهنگ معین و عمید). هویت در واقع به درک و تلقی مردم از این که چه کسی هستند و چه چیزی برایشان معنادار است مربوط می‌شود (گیدنز، ۱۳۸۹: ۴۵).

هویت در ذهن افراد مختلف - حتی افراد دارای فرهنگ مشترک - متفاوت دیده می‌شود و بخشی از این تفاوت ناشی از تجربه افراد در بستر اجتماع است. برخی هویت را مقوله‌ای فردی می‌دانند، برخی

اجتماعی، برخی هویت را تا نام شیء نیز تقلیل می‌دهند و برخی معتقدند که عوامل تعیین‌کننده چستی یا کیستی یک چیز، هویت آن شخص یا چیز است (نقره‌کار، ۱۳۸۱). گیدنز در کتاب جامعه‌شناسی می‌نویسد: "هویت همان چیزی است که فرد، به آن آگاهی دارد. به عبارت دیگر هویت شخص چیزی نیست که در نتیجه تداوم کنش‌های اجتماعی فرد به او تفویض شده باشد، بلکه چیزی است که فرد باید به طور مداوم و روزمره ایجاد کند و در فعالیت‌های بازتابی خویش مورد حفاظت و پشتیبانی قرار دهد (بهزادفر، ۱۳۸۷: ۲۲). عناصر سازنده هویت انسان را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد: ۱- ویژگی‌ها و عناصر طبیعی (محیط طبیعی)؛ ۲- ویژگی‌ها و عناصر فردی که شامل جنسیت، سن و شغل است؛ ۳- ویژگی‌ها و عناصر انسانی (محیط انسانی) که شامل نژاد، خانواده، زبان، تاریخ، تمدن، فرهنگ، سنت و دین است (نقره-کار، ۱۳۸۱).

۲-۵- هویت شهری

ویژگی‌های هر شهر تحت تأثیر محیط جغرافیایی شامل ساختارهای فرهنگی - تاریخی آن منطقه جغرافیایی شکل می‌گیرد. البته ساختارهای فرهنگی از جمله ایدئولوژی و سیاست‌های حاکم بر هر منطقه جغرافیایی به شدت در هویت شهر تأثیر می‌گذارد، از این رو می‌توان گفت هویت هر شهر تجلی فرهنگ در محیط است. لازم به ذکر است هویت شهر با شکل شهر تفاوت‌هایی دارد. امروزه شهرهای زیادی داریم که به ظاهر زیبا محسوب می‌شوند ولی از عناصر هویتی تهی می‌باشند. هویت و شخصیت شهر زمانی معنا پیدا می‌کند که شاخص‌های خاص شهر نمود

۶-۲- بررسی تعاریف نظریه‌پردازان در ارتباط با هویت کالبدی

در رابطه با هویت کالبدی، دانشمندان مختلف دیدگاه‌های متفاوتی را مطرح نموده‌اند. برای مثال گوردن کالن در کتاب «خلاصه منظر شهری» تکنیک‌های منظر عینی را ارائه می‌کند و یا برای کوین لینچ در کتاب «سیمای شهر» تحلیل منظر ذهنی مهم است، و کارل کرووف در مقاله «بافت شهری و ویژگی‌های شهر» ریخت‌شناسی شهر را مطرح می‌کند. از نقطه نظر او ریخت‌شناسی، عامل تشخیص یک شهر از شهر دیگر است و همین عامل تشخیص و هویت شهر را نشان می‌دهد (کربلایی‌نوری، ۱۳۸۵: ۳۷۳). مارکولالی جنبه خاص‌تری از هویت کالبدی را تعریف کرده و آن را برای انسان شهرنشین، هویت شهری نامیده است. به عقیده او هویت شهری حاصل پیوند عمیق میان فرد و محیط شهری اوست. به عقیده لالی هویت کالبدی تأثیری مثبت بر توانایی و اعتماد به نفس شهروندان دارد و شهروندان هر شهر را از غیر شهروندان آن متمایز می‌سازد (Lalli, 1988: 303-311).

اریک لارسن، اندیشمند دانمارکی می‌گوید: شهر پیش از آنکه از پدیده‌ها تشکیل شده باشد، از تفاوت‌ها تشکیل شده است، تفاوت‌های مادی که جهت‌های لازم را برای آنکه بدانیم به کجا و چگونه باید حرکت کنیم به ما می‌دهند در واقع می‌توان گفت تنوع مکانی دلالت بر تنوع معنایی دارد (معلمی، ۱۳۸۶: ۹۳). کریستوفر الکساندر برای تعریف هویت در بناها و شهرها می‌گوید: هویت هر فضا از تکرار مستمر الگوی خاصی از رویدادهایی که در آن مکان حاصل می‌شود، شکل می‌گیرد. هویت هر شهر یا بنا بیش از

یابند. شاخص‌هایی که ریشه در مکان و زمان دارند و با سنت، عقاید و به طور کلی با دانش و فرهنگ آن جامعه پیوسته‌اند (پوراحمد و شماعتی، ۱۳۹۰: ۹۳). در کشور ما که یکی و شاید غنی‌ترین سرزمین‌ها از نظر بهره‌مندی از میراث و دست‌آوردهای فرهنگی است و از نمودهای آن شهرسازی و معماری ویژه و شناخته شده‌اش در سطح جهانی است، با توجه به این که زندگی امروزه خود را چگونه می‌خواهیم و فردا چگونه می‌اندیشیم و از گذشته خود چگونه بهره برمی‌داریم، ساختن شهرها و تولید عناصر معماری از حساسیت خاصی برخوردار است و لذا نیازمندیم که هویت گذشته و امروزین این دو را بازشناسیم و آن را تقویت نماییم. در این رابطه این سؤال به ذهن می‌آید که آیا چنانچه بخواهیم به تقویت عوامل هویتی و مظاهر تشخیص در شهرسازی و معماری کشورمان بپردازیم اتکای صرف به ارزش‌های گذشته کافی است یا اینکه باید عوامل دیگری، علاوه بر ارزش‌های تاریخی و فرهنگی مد نظر قرار دهیم. در این راستا باید گفت برای دستیابی به هویت در شهرسازی و معماری برداشتن گام‌های زیر کاملاً مؤثر است:

- تعریف جامع از هویت معماری و شهرسازی و تبیین نظریه هویت برای جامعه امروزین خود
- تقویت عوامل هویت‌بخش و مظاهر تشخیص
- ایجاد عوامل هویت‌بخش شهری و حذف عوامل ایجاد بی‌هویتی
- زدودن آشفتگی در سیمای شهرها و حفظ فضاهای مأنوس
- توجه به ایجاد اجزا و عناصر نمادین و نشانه‌های آشنای معماری شهری در ساخت شهرها (بذرگر، ۱۳۸۳: ۱۹۷)

هر چیز تحت تأثیر رویدادی است که در آن اتفاق می‌افتد (الکساندر، ۱۳۹۰: ۵۲).

در این رابطه باید خاطر نشان کرد که مسأله جهت‌دهی به خاطرات جمعی (Collective Memory) از طرف سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان شهری در راستای سیاست‌های ایجاد هویت جمعی در بسیاری از متون مرتبط با ارتباط خاطره، فرهنگ، هویت و زندگی هر روزه به نقد کشیده شده است. مسائل حساس در این حوزه عبارتند از امکان شکل‌گیری، ثبت و انتقال

خاطرات جمعی در شهر، دستکاری و سیاست‌های گزینش خاطرات جمعی، جهانی شدن و محو یکتایی خاطرات شهرها و تعیین هویت تاریخی و فرآیند ایجاد هویت ایده‌آل که در ارتباط بسیار نزدیک با یکدیگر از طرف پژوهشگران علوم مختلف مورد مطالعه قرار گرفته‌اند (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۲).

در جدول زیر به دسته‌بندی نظریه‌های مطرح شده در رابطه با هویت کالبدی از منظر اندیشمندان شهری پرداخته شده است.

جدول ۱: مفهوم هویت کالبدی از منظر اندیشمندان شهری (مأخذ: نگارنده، با اقتباس از منابع موجود)

نظریه پرداز	مفهوم و تعریف هویت (کالبدی)	عوامل زیربنایی هویت (کالبدی)	نتیجه‌گیری
راپاپورت	خصوصیتی که قابل تمیز و تشخیص عنصری را از عناصر دیگر فراهم می‌آورد و عناصر شهری را از یکدیگر متمایز می‌سازد.	خصوصیات تاریخی، اجتماعی و روانشناسی	هویت مستلزم داشتن دو کیفیت "تفاوت برون گروهی" و "تشابه درون گروهی" خصوصیات به طور همزمان است.
کوین لینچ	حدی که شخص می‌تواند یک مکان را به عنوان مکان متمایز از سایر مکان‌ها شناسایی کند، به گونه‌ای که شخصیتی منحصر به فرد داشته باشد.	خصوصیات تاریخی، اجتماعی و روانشناسی	هویت منجر به حس تشخیص، خوانایی و عملکرد عاطفی و حس تعلق به محیط می‌شود.
کریستوفر الکساندر	هویت، تجسم کالبدی کیفیت‌های بی‌نام در بناها است	خصوصیات تاریخی، اجتماعی و روانشناسی	کیفیت‌هایی که مبنای اصلی حیات و روح هر انسان، شهر، بنا و یا طبیعت بکر هستند، تجسم کالبدی هویت‌اند.
والتر بور	هویت، همان تفاوت‌های کوچک و بزرگی است که باعث بازشناختن یک مکان و خوانایی محیط می‌شود.	وجود تنوع و جذابیت در فرم و عملکرد محیط	هویت منجر به خوانایی و حس تعلق به محیط می‌شود.
ادوارد رلف	هویت ارتباط متقابل "ترکیب ظاهری و کالبدی نمادها"، "عملکردها و فعالیت‌های قابل مشاهده" و مفاهیم نمادها در محیط است.	فضای کالبدی، مفاهیم و فعالیت‌ها در محیط	در مکان‌های شهری واجد هویت، تعامل بین ویژگی‌های کالبدی، فعالیت‌ها و مفاهیم در محیط دیده می‌شود.
گوردن کالن	هویت، توجه به شخصیت‌های فردی هر محیط و پرهیز از یکنواختی در محیط‌های شهری از طریق به جلوه درآوردن ویژگی‌های خاص هر محیط است.	سبک‌های طراحی کالبدی، جزئیات، خصوصیات، برجستگی‌ها و شیوه‌هایی که بناها در قالب آنها شکل می‌گیرند.	یک محیط شهری مطلوب باید هویت و شخصیتی مستقل از هویت فرد داشته باشد.
جین جیکوبز	هویت در رابطه با فعالیت‌ها و زندگی خیابان‌های شهری از دیدگاه برنامه‌ریزی شهری تعریف می‌شود.	جنبه‌های برنامه‌ریزی شهری	تنوع در فعالیت‌های فضاها شهری، اختلاط و ترکیب کاربری‌ها و عمده کردن حیات انسانی و اجتماعی در هویت محیط اهمیت دارد.

۲-۷- المان شهری

المان یا یادمان شهری ترکیبی است پیکره‌وار که در ساخت آن از ویژگی‌های درونی احجام و اشکال هندسی به صورت یک کلیت یکپارچه و تلفیقی از موارد فوق استفاده می‌شود. قبل از هر چیز این ترکیب دارای یک نظام هندسی و تعادلی پایدار و زیباست به گونه‌ای که پس از خودنمایی در سطح شهر افراد را به گونه‌ای جذب خود می‌نماید و ذهنشان را درگیر خود می‌کند که تا مدت‌ها در آن منطقه از شهر به صورت سمبلیک مشخصه‌ای برای شناخت شهر در منطقه‌ی مورد نظر می‌گردد و در واقع جزء شاخصه‌های شهری می‌گردد، به گونه‌ای که ذهن با برده شدن نام منطقه مذکور ناخودآگاه به دنبال شاخصه‌ها و ویژگی‌های خاص آن منطقه المان مورد نظر را در خود تصویرسازی خواهد کرد. المان‌های شهری از اجزای مهم مبلمان شهری هستند که می‌توانند در ارتقاء حس مکان و هویت شهروندان تأثیر بسزایی داشته باشند (Mateus, 2006: 7). از جمله اهداف طراحی المان‌های شهری می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. هویت بخشی: بین المان‌ها و هویت شهری رابطه‌ای دو سویه برقرار است؛ به گونه‌ای که هویت یک شهر یا منطقه بر شکل‌گیری المان‌های خاص آن تأثیر گذار است و از سوی دیگر طراحی المان در ایجاد هویت برای منطقه می‌تواند نقش به‌سزایی داشته باشد.

۲. زیباسازی فضای شهری: طراحی مناسب المان‌ها و حذف آلودگی‌های بصری می‌تواند تأثیر بسزایی در زیباسازی فضای شهری و تقویت روحیه شهروندان

داشته باشد؛ ضمن اینکه قرارگیری المان‌های جذاب در فضاها شهری باعث ایجاد تنوع و غنی شدن آن‌ها می‌شود.

المان‌های شهری انواع مختلفی دارند که عبارتند از: المان‌های نمایشی، المان‌های بیانی و المان‌های عملکردی. المان‌های نمایشی صرفاً جنبه نمایشی، هنری و زیبایی دارند و هدف و رسالتی برای القاء مطلبی به بیننده و یا انتقال پیامی به وی را ندارند. این گروه از المان‌ها تنها از نظر ویژگی‌های زیبایی‌شناسانه و تعادل بصری و هنری می‌توانند با گروهی از انسان-ها ارتباط برقرار کنند. هدف از طراحی المان‌های بیانی نیز، بیان مطلب خاصی است (معینی‌فر و همکاران، ۱۳۹۲). در طراحی المان‌های عملکردی، طراح باید یکسری از نیازهای خاص انسانی را بداند. تعداد این المان‌ها در سطح شهرها بیشتر است، چرا که عنصر عملکرد ایجاد می‌کند که در هر مکانی که احساس نیاز شود، نمونه‌ای از آن وجود داشته باشد. المان‌ها می‌توانند به صورت تلفیقی از دو یا حتی هر سه نوع شکل موجود باشند، یعنی المانی جنبه نمایشی - بیانی داشته باشد یا بیانی - عملکردی و یا نمایشی - عملکردی، و حتی مواردی نیز وجود دارد که هر سه نوع این مفاهیم در آن‌ها به چشم می‌خورد (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۳).

۳- تحلیل یافته‌ها

- معرفی مؤلفه‌ها و شاخص‌ها

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

جدول ۲ - مؤلفه‌های ارزیابی هویت کالبدی المان‌های شهری (مأخذ: نگارنده)

مؤلفه	توضیحات
تاریخی بودن	پیوند با تاریخ گذشته شیراز و ساکنان آن
بومی بودن (زمینه‌گرایی)	ارتباط با جغرافیا و فرهنگ خاص شیراز
تمتایز بودن	داشتن خوانایی و امکان تشخیص از بافت شهری پیرامون
پذیرا بودن	تنوع فعالیت‌ها، تسهیلات جانبی و امکان دسترسی و بهره‌برداری از فضای شهری پیرامون
طراحی، فرم و معماری	خاص بودن از نظر سبک معماری و داشتن فرم خاص
محسوریت فضایی	اندازه و مقیاس انسانی، ارتفاع، تناسب اندازه‌ها
نما	برخوردراری از مصالح، رنگ و بدنه بافت مناسب

تاریخی بودن، متمایز بودن و طراحی، فرم و معماری خاص است. همچنین دارای برخی مؤلفه‌های عینی و ذهنی از جمله نظم، مقیاس و هم‌نشینی مناسب آن در مکان، حس وحدت، آرامش، معنویت، خاطره‌انگیزی، سرزندگی، اصالت و ... است. در واقع دروازه قران به عنوان المانی زیبا و منحصر به فرد، نقش موثری در هویت بخشی به شهر دارا است به طوری که حتی در سطح کشور، شیراز را با دروازه قران آن می‌شناسند.

- فلکه گاز (میدان آزادی)

این میدان یکی از میادین اصلی شهر شیراز است که در سال ۱۳۴۲ در آن مشعلی به نشان برخورداری شیراز از گاز طبیعی بنا شد. این مشعل در عین سادگی امروز به عنوان یک المان بسیار مطرح در سطح شهر به شمار می‌رود. علی‌رغم تغییر نام میدان در سال ۱۳۵۷ از گاز به آزادی، همچنان تمام مردم چه در سطح شهر و حتی کشور آن را با نام فلکه گاز می‌شناسند. این امر حاکی از پررنگ بودن جریان است که منجر به ایجاد آن شد؛ یعنی ورود گاز طبیعی به شهر شیراز. بنابراین تنها نام فلکه گاز است که می‌تواند علت وجودی این میدان با اصالت و خاطره‌انگیزی را نمایان سازد. این مشعل در عین سادگی تمام، بیشتر به دلیل قدمت، خوانایی، خاطره‌انگیزی و سرزندگی آن به خصوص تا چندی پیش که این

-محدوده پژوهش و تحلیل کیفیت‌های المان‌های

مورد مطالعه

در ادامه پنج مورد از المان‌های شهری در شهر شیراز بر اساس مؤلفه‌های ذکر شده مورد بررسی قرار گرفته است. سه مورد از آن‌ها، مواردی هستند که تمام مؤلفه‌های فوق‌الذکر را دارا هستند و در نتیجه به عنوان المان‌هایی زیبا که در هویت‌بخشی به شهر تأثیر دارند، مطرح می‌گردند و دو مورد از آنها مواردی هستند که علی‌رغم دارا بودن برخی از مؤلفه‌ها فوق و زیبایی آن‌ها تأثیر چندانی در هویت‌بخشی به منطقه واقع در آن و بالتبع در کل شهر ندارند.

-دروازه قران

دروازه قران یکی از دروازه‌های به جای مانده از دوره‌های قدیم در شیراز است که امروزه به عنوان یکی از آثار تاریخی این شهر به حساب می‌آید. این دروازه در زمان عضدالدوله دیلمی ساخته شده و قرآنی در آن جای داده می‌شد تا مسافران با گذر از زیر آن متبرک شوند. این دروازه ضمن این‌که جذابیت‌های یک اثر تاریخی را در خود نهفته دارد، به عنوان یکی از المان‌های فرهنگی و تمدنی شهر شیراز جایگاه مناسبی در بین شهروندان و گردشگران و مسافران دارد. در بررسی از نظر مؤلفه‌های ذکر شده، این المان دارای اکثر مصادیق برشمرده خصوصاً

در میدان با یکدیگر به خوبی ترکیب نشده‌اند، انگار که سه جز را بدون در نظر گرفتن ارتباط و سنخیت آنها در کنار یکدیگر قرار داده باشند.

در طراحی المان‌ها باید این نکته را در نظر گرفت که این المان‌ها برای چه مخاطبانی طراحی می‌شوند. شیراز به عنوان یک کلان‌شهر، هر ساله مقصد بازدیدکنندگان بسیاری است، بنابراین در طراحی‌ها باید علاوه بر مردم شهر، این گروه را نیز در نظر گرفت. برخی از عناصری که به عنوان المان در میادین شهر قرار می‌گیرند، به لحاظ فرهنگی، تاریخی، زیباشناسی و ... هیچ سنخیتی با شهر ندارند. طراحی این المان‌ها باید به گونه‌ای باشد که حتی کسانی که برای اولین بار از آنها دیدن می‌کنند به عنوان آثاری ماندگار در ذهن آنها ثبت شود و این ممکن نیست مگر اینکه بارزهای زیبایی و هویت را در خود داشته باشند. یعنی خلق عناصری که خود زیبا هستند و مؤلفه‌های زیبایی را در خود دارند و از این طریق به هویت بخشی کمک می‌کنند.

- فلکه اطلسی (میدان قائم)

فلکه اطلسی (میدان قائم) یکی از میدان‌های معروف شهر شیراز است. عنصری که به عنوان المان برای این میدان در نظر گرفته شده است دو بشقاب بزرگ است که فواره‌ای بسیار زیبا در خود دارد. این فواره از نظر موقعیت مکانی بسیار مناسب بوده و دید به آن از هر جهت وجود دارد. زیبایی این عنصر به جهت نورپردازی خلاقانه‌اش، در تاریکی شب دو چندان شده و به عنوان یکی از میادین سرزنده شیراز به شمار می‌آید. این المان زیبا علی‌رغم برخورداری از مقیاس مناسب و ویژگی‌هایی که ذکر شد، هیچ‌گونه پیامی را منعکس نمی‌کند و این موضوع قابل قبول نیست که در حال حاضر بازتاب تفکر ایرانی تنها دو

مشعل به صورت تمام وقت روشن بود، به عنوان عنصری زیبا در میدان مطرح است. مقیاس این عنصر باعث دید مناسب از خیابان‌های مجاور به آن شده، به طوری که حتی گاهی از آن برای مسیریابی و آدرس‌دهی استفاده می‌شود. در نتیجه عملکرد مناسبی دارد. بنابراین می‌توان گفت این عنصر در عین سادگی، منحصر به فرد و تداعی‌کننده خاطراتی زیبا است؛ پس با زیبایی و خاطره‌انگیزی خود در هویت-بخشی به شهر، نقش به‌سزایی ایفا می‌کند.

- میدان دانشجو (فلکه علم)

این میدان تا چندی پیش به جز فواره و حوضچه‌ای زیبا، فاقد هر نوع المان دیگری بوده است. اخیراً المان جاقلمی به همراه چند قلم (المان قلم خیال) که شاید بتوان گفت به نوعی هدفش اشاره به نام این میدان است در حاشیه‌ی میدان قرار داده شده است. باید بیان نمود که شاید عناصر به کار رفته در میدان مثل فواره‌ها، هر یک به تنهایی نظم، زیبایی، آرامش، معنویت و ... را داشته باشند ولی مقیاس نامناسب و جانمایی آنها باعث شده است که شاید ترکیب عناصر میدان، تنها از دید پرنده تا حدی مناسب و منطقی به نظر برسد، ولی از دید ناظر پیاده یا سواره به دلیل مقیاس نامناسب آن برای این میدان و خیابان، همچنین جانمایی آنها نتوانند به هدفی که یک المان شهری باید داشته باشد، نایل شوند. برای مثال کسانی که از سمت خیابان ارم به سمت بلوار چمران و یا به سمت میدان نمازی در حرکت هستند، تقریباً هیچ‌گونه دیدی به عناصر میدان ندارند. به دلیل شکل المان موجود که یک جاقلمی است، شاید بتوان تا حدودی نام میدان (میدان دانشجو) را توجیه نمود ولی مقیاس نامناسب این المان و محل قرارگیری آن در میدان، توجیه‌پذیر نیست. این سه عنصر موجود

که همگی از جاذبه‌های پراهمیت و تاریخی شهر شیراز هستند را ممکن می‌نماید. قرارگیری میدان در مجاورت عناصر مهم ارزشمند شهری، نیازمند قرارگیری المانی درخور و شایسته متناسب با این مجموعه تاریخی است، به گونه‌ای که این مجموعه، المانی شاخص و منحصر به فرد خود را چه در سطح شهر و چه در سطح ملی می‌طلبد. به نظر می‌رسد علت معروف بودن میدان شهرداری در زمان حال به علت مجاورت با جاذبه‌های تاریخی و نه ویژگی‌های برجسته آن است. میدان شهرداری علی‌رغم اهمیت فوق‌العاده آن به لحاظ موقعیت قرارگیری، فاقد المانی زیبا و شایسته که با مکان خود همخوانی داشته و از مقیاسی متناسب با مجموعه، اصالت و خاطره‌انگیزی و منحصر به فردی برخوردار باشد، است.

عدد بشقاب لبریز از آب باشد و می‌توان گفت که این دو بشقاب به تقلید از بنایی در تایلند ساخته شده که طراحی آن به گونه‌ای بوده که از قدرت انرژی بخش آب استفاده شود و طرح به کار رفته در این فلکه تقریباً برداشتی نازیبا از آن است. این المان، عنصری است که تقریباً در تمام شهرها قابل اجرا است به گونه‌ای که اکنون نیز چنین است. همان گونه که قبلاً بیان شد المان‌های شهری بایستی بازتاب تفکرات مردم و برگرفته از ویژگی‌های طبیعی، تاریخی، اجتماعی، فرهنگی و منحصر به همان شهر باشند.

– میدان شهدا (میدان شهرداری)

این میدان از نظر موقعیت مکانی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است، چرا که علاوه بر ارگ کریمخانی، دسترسی به عمارت کلاه فرنگی، بازار و مسجد وکیل

جدول ۳ – تصاویر المان‌های مورد مطالعه در شهر شیراز (مأخذ: نگارنده)

تصویر مربوطه	المان مورد مطالعه	
	دروازه قرآن	تصویر شماره ۱
	میدان آزادی (فلکه گاز)	تصویر شماره ۲
	میدان دانشجو (فلکه علم)	تصویر شماره ۳

	<p>فلکه اطلسی (میدان قائم)</p>	<p>تصویر شماره ۴</p>
	<p>میدان شهدا (شهرداری)</p>	<p>تصویر شماره ۵</p>

-تحلیل آماری داده‌های حاصل از پرسشنامه

نتایج به دست آمده از تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها که توسط ۱۰۰ نفر از بازدیدکنندگان از المان‌های شهری پنج‌گانه تکمیل شده است، به شرح زیر است:

- نسبت بالایی از افراد (۶۱,۱ درصد) را زنان تشکیل می‌دهند.
- نسبت افراد مجرد (۶۴,۷ درصد) بیش از افراد متأهل است.
- نسبت بالایی از مراجعین از گروه سنی جوان (۴۹,۳ درصد) و میان‌سال (۲۷,۳ درصد) هستند. (منظور از گروه سنی جوان بازه ۲۰ تا ۴۰ سالگی و گروه سنی میانسال بازه ۴۰ تا ۶۰ سالگی است).
- نزدیک به نیمی از مراجعین (۵۱,۸ درصد) دارای مدرک تحصیلی دیپلم یا فوق دیپلم بوده و نسبت قابل توجهی (۳۴,۸ درصد) دارای مدرک کارشناسی و بالاتر و مابقی تحصیلات ابتدایی یا کمتر از دیپلم دارند.

- توزیع طبقات شغلی میان مراجعین نسبتاً نرمال بوده و بالاترین نسبت به گروه شغل آزاد (۳۵,۷ درصد) تعلق دارد.
- ساکنان مناطق میانی شهر (مناطق شهرداری ۱، ۳، ۴ و ۸) بیشترین سهم (۶۷,۴ درصد)، ساکنان مناطق شمال غربی (مناطق شهرداری ۶ و ۱۰) دارای سهم ۱۸,۷ درصد و مابقی مربوط به مناطق جنوب و جنوب شرقی (مناطق شهرداری ۷، ۲، ۵، ۹ و ۱۱) هستند.
- حدود نیمی از مراجعین (۵۵,۳ درصد) دارای دفعات بازدید و عبور فراوان (۵ بار و بیشتر) و مابقی دارای دفعات بازدید و عبور کم (کمتر از ۵ بار) هستند.
- در رابطه با هدف مراجعه ۲۷,۳ درصد از مراجعان، هدف خود را تفریح، پیاده روی و ورزش عنوان کرده‌اند. ۴۶,۹ درصد علت مراجعه را فعالیت یا سکونت در این محل می‌دانند و مابقی، صرفاً برای عبور به مقصد دیگری در اینجا توقف داشته‌اند.

ارزیابی بازدیدکنندگان از هر کدام از مؤلفه‌های هویت کالبدی مربوط به المان‌های شهری به صورت زیر است:

جدول ۴ - متوسط امتیازات کسب شده از طرف کاربران

میانگین	المان ۵ (میدان شهرداری)	المان ۴ (فلکه اطلسی)	المان ۳ (فلکه عَلم)	المان ۲ (فلکه گاز)	المان ۱ (دروازه قرآن)	مؤلفه هویت (کالبدی)
۳,۴	۴,۱	۳,۳	۲,۱	۲,۹	۴,۶	تاریخی بودن
۳,۵۶	۴,۳	۲,۳	۲,۷	۴,۱	۴,۴	بومی بودن
۳,۹۸	۳,۹	۳,۸	۳,۳	۴,۲	۴,۷	تمتایز بودن
۳,۸۸	۴,۱	۳,۹	۳,۲	۳,۷	۴,۵	پذیرا بودن
۳,۸۶	۳,۸	۳,۹	۲,۹	۳,۹	۴,۸	طراحی، فرم و معماری
۲,۶۸	۲,۶	۲,۵	۲,۱	۲,۳	۳,۹	محصوریت فضایی
۳,۳۴	۳,۲	۲,۶	۲,۲	۴,۱	۴,۶	نمای مناسب
-	۲۶	۲۲,۳	۱۸,۵	۲۵,۲	۳۱,۵	مجموع
-	۳,۷	۳,۱۹	۲,۶۴	۳,۶	۴,۵	میانگین

المان‌ها از نظر مؤلفه‌های هویتی مثل متمایز بودن، پذیرا بودن و طراحی، فرم و معماری دارای امتیاز بالاتری هستند. در حالی که در مؤلفه‌های دیگری مانند محصوریت فضایی و نمای مناسب فاقد امتیاز قابل قبول هستند.

با توجه به اینکه پرسشگری از مراجعان و کاربران فضا به صورت تصادفی صورت گرفته است، می‌توان از آزمون‌های آماری پارامتری برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده نمود. برای این منظور، از آزمون آماری t برای مقایسه میانگین گروه‌های زوجی استفاده شده است که نتایج آن به صورت زیر است:

- مقایسه گروه جنسی زنان با مردان نشان می‌دهد که بین مردان و زنان از نظر ارزیابی المان‌های شهری تفاوت معنادار آماری وجود دارد. ($\text{Sig} < 0.041$ و $t = -0.2$)

- مقایسه گروه‌های تحصیلی بین دارندگان مدرک دیپلم و فوق دیپلم و کمتر از آن با دارندگان مدرک کارشناسی و بالاتر نشان می‌دهد که بین این دو گروه از نظر ارزیابی مؤلفه‌های هویت کالبدی تفاوت

با توجه به نتایج خلاصه شده در جدول فوق، می‌توان گفت:

- از نظر هویت کالبدی، در بین المان‌های شهری بررسی شده در شهر شیراز، المان دروازه قرآن موفق‌ترین مورد است. این المان در اکثر مؤلفه‌های هویت کالبدی بیشترین امتیاز را کسب کرده است.

- از طرف دیگر، المان میدان دانشجو (فلکه عَلم) از نظر مؤلفه‌های هویت کالبدی، پایین‌ترین امتیاز را کسب نموده است. این المان مخصوصاً از نظر برخی مؤلفه‌ها همانند محصوریت فضایی و نمای مناسب در وضعیت نامناسبی قرار دارد.

- برخی المان‌های شهری مانند المان فلکه گاز (میدان آزادی) در مؤلفه‌هایی از قبیل بومی بودن، متمایز بودن و نمای مناسب، موفق عمل کرده است، در حالی که در مؤلفه‌های دیگر مانند تاریخی بودن و محصوریت فضایی از نظر بازدیدکنندگان امتیاز مناسبی دریافت نکرده است.

- در صورتی که تمام المان‌های مورد مطالعه را به عنوان نماینده شهر شیراز به حساب آوریم، این

هویت کالبدی مربوط به المان‌های شهری مورد مطالعه، تفاوت معناداری دیده نمی‌شود.

($t = -1.25$ و $Sig < 0.412$)

- نتایج حاصل از رابطه همبستگی بین هفت مؤلفه تشکیل دهنده و تقویت کننده هویت کالبدی با همدیگر به شرح زیر گزارش شده است:

معنادار آماری وجود دارد. ($Sig < 0.047$ و $t = 0.45$)

- مقایسه دو گروه مراجعان که به صورت هدفمند برای بازدید و استفاده از فضا مراجعه کرده‌اند، با کسانی که قصد عبور از این محل را داشته‌اند، نشان می‌دهد که بین این دو گروه از نظر ارزیابی مؤلفه‌های

جدول ۵ - نتایج تحلیل همبستگی بین مؤلفه‌های هویت کالبدی

نمای مناسب	محصولیت فضایی	طراحی، فرم و معماری	پذیرا بودن	تمتایز بودن	بومی بودن (زمینه گرای)	تاریخی بودن	
۰,۰۰۵	۰,۰۱۲	**۰,۰۴۶	۰,۰۰۹	**۰,۰۴۰	*۰,۰۳۷	-	تاریخی بودن
۰,۰۱۱	۰,۰۱۷	*۰,۰۴۰	۰,۰۲۱	**۰,۰۵۳	-	-	بومی بودن(زمینه گرای)
۰,۰۲۷	۰,۰۱۲	**۰,۰۶۱	۰,۰۲۶	-			تمتایز بودن
۰,۰۰۶	۰,۰۲۲	۰,۰۳۱	-				پذیرا بودن
*۰,۰۰۴	۰,۰۲۹	-					طراحی، فرم و معماری
۰,۰۰۲	-						محصولیت فضایی
-							نمای مناسب

- مؤلفه هویتی «طراحی، فرم و معماری» با مؤلفه «نمای مناسب» دارای همبستگی زوجی قوی (سطح اطمینان ۹۵ درصد) است.

بر اساس آنچه بیان شد می‌توان نتیجه گرفت که سه مؤلفه اصلی مؤثر در هویت کالبدی المان‌های شهری از نگاه شهروندان عبارتند از:

- طراحی، فرم و معماری
- تاریخی بودن
- تمتایز بودن

نتایج حاصل از تحلیل‌های توصیفی و استنباطی روی داده‌های جمع آوری شده نشان می‌دهد که المان دروازه قرآن و المان میدان دانشجو (فلکه علم) به ترتیب دارای بیشترین و کمترین امتیاز کسب شده از طرف شهروندان (کاربران) هستند. علاوه بر این، ارزیابی شهروندان از هویت (کالبدی) المان‌ها متأثر از جنسیت و سطح تحصیلات آن‌ها است. المان «دروازه قرآن»، به عنوان مهمترین المان اثرگذار بر هویت

پی‌نوشت: علامت دو ستاره (***) مربوط به معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد و علامت تک ستاره (*) مربوط به سطح اطمینان ۹۰ درصد است.

با توجه به نتایج ذکر شده در جدول بالا، نکات زیر استنباط می‌شود:

- مؤلفه هویت (کالبدی) «تاریخی بودن» با دو مؤلفه «طراحی، فرم و معماری» و «تمتایز بودن» دارای همبستگی قوی معنادار (سطح اطمینان ۹۵ درصد) و با مؤلفه «بومی بودن(زمینه گرای)» دارای رابطه همبستگی معنادار است (سطح اطمینان ۹۰ درصد).

- مؤلفه «بومی بودن (زمینه گرای)» با مؤلفه «تمتایز بودن» دارای همبستگی آماری قوی معنادار (سطح اطمینان ۹۵ درصد) و با مؤلفه «طراحی، فرم و معماری» دارای همبستگی آماری معنادار (سطح اطمینان ۹۰ درصد) است.

قرآن به لحاظ دارا بودن تمامی مولفه‌های فوق‌الذکر هم زیبا هستند و هم در هویت بخشی به شهر نقش مؤثری را ایفا کرده‌اند و المان‌های واقع در میدان‌های اطلسی، شهدا و دانشجو به رغم داشتن پاره‌ای از این مؤلفه‌ها نتوانسته‌اند در هویت‌بخشی به شهر تأثیر مثبتی داشته باشند و به عنوان المان‌های منحصر فرد چون نمونه‌های قبلی مطرح شوند.

این پژوهش از محدودیت‌هایی همانند محدود بودن تعداد المان‌های مورد بررسی و حجم پایین نمونه رنج می‌برد و پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی در این زمینه تعداد بیشتری از المان‌ها را در همه مناطق جغرافیایی شهر شیراز انتخاب نمایند. چرا که بالابردن حجم نمونه آماری باعث افزایش دامنه و دقت آزمون‌های آماری می‌شود. همچنین پژوهش‌های آتی می‌توانند بر مقایسه تطبیقی المان‌های شهر شیراز با شهرهای مشابه در سطح کشور متمرکز شوند.

۵- پیشنهادها

در طراحی المان‌ها و نشانه‌های شهری بایستی مؤلفه‌های «تاریخی بودن»، «بومی بودن»، «تمایز بودن»، «پذیرا بودن»، «طراحی، فرم و معماری»، «محصولیت فضایی» و «نمای مناسب» در نظر گرفته شود تا هویت کالبدی شهرها ارتقاء یابد. همچنین با بهره‌گیری از خاطرات مردم اصیل شهر می‌توان المان‌هایی متناسب با فرهنگ بومی طراحی کرد.

- بهتر است المان‌های شهری با استفاده از مصالح مناسب و رنگ، طراحی و برجسته شوند تا بیشتر در اذهان مردم باقی بمانند و مردم بتوانند ارتباط مؤثرتری با آن‌ها برقرار کنند. این اقدامات می‌تواند در جهت زیباشناسی المان‌ها صورت گیرد.

- با توجه به مهم بودن المان‌های شهری در زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی شهرها، بایستی در سایر

کالبدی شهر انتخاب می‌شود که دارای طراحی، فرم و معماری خاصی است.

مهمترین مؤلفه‌های اثرگذار بر هویت کالبدی المان‌های شهری بر اساس نظر شهروندان شامل «طراحی، فرم و معماری المان»، «بومی بودن» و «تاریخی بودن» آن است.

۴- نتیجه‌گیری

یکی از راه‌های هویت‌بخشی به فضاهای شهری بهره‌گیری از عناصر زیبای شهری چون المان‌ها است. المان‌های شهری بازتاب تفکرات مردم هستند و ریشه در ویژگی‌های طبیعی، تاریخی، اجتماعی و فرهنگی هر شهر دارند. المان شهری برای هویت بخشی بایستی زیبا باشند و بتوانند حس زیبایی را به مردم القا کنند. بنابراین وجود مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی چه از نظر عینی و چه از نظر ذهنی در این المان‌ها بسیار مؤثر است. در این پژوهش مولفه‌های اصلی مانند «تاریخی بودن»، «بومی بودن»، «تمایز بودن»، «پذیرا بودن»، «طراحی، فرم و معماری»، «محصولیت فضایی» و «نمای مناسب» و مؤلفه‌های فرعی شامل مؤلفه‌های عینی زیبایی‌شناسی چون نظم، همخوانی با مکان، مقیاس مناسب، کارائی و عملکرد مناسب، تنوع و هماهنگی فرم‌ها و مؤلفه‌های ذهنی زیبایی‌شناسی چون آرامش، معنویت، خاطره‌انگیزی، سرزندگی و اصالت که البته در بسیاری موارد با مؤلفه‌های هویت‌بخشی فصل مشترک دارند، در مورد پنج المان شهری در شهر شیراز مورد بررسی قرار گرفته است که مهمترین مؤلفه‌ها شامل تاریخی بودن، بومی بودن و طراحی و معماری خاص المان است که المان دروازه قرآن دارای بیشترین امتیاز در بین سایر المان‌های مورد مطالعه بود. نتایج پژوهش حاکی از این است که المان شهری واقع در فلکه گاز و دروازه

توجه قرار گیرد و اصل «یادمانی بودن و اسطوره ای بودن» المان‌ها، نیز رعایت گردد.

منابع

امین‌زاده، بهناز، (۱۳۸۹)، ارزیابی زیبایی و هویت مکان، مجله هویت شهر، شماره هفت، صفحات ۱۴ - ۳.
آیوازیان، سیمون، (۱۳۸۱)، زیبایی شناسی و خاستگاه آن در نقد معماری، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۱۲، صفحات ۶۹-۶۴.

بذرگر، محمدرضا، (۱۳۸۳)، بازشناسی هویت شهری، مجموعه مقالات همایش مسائل شهرسازی ایران، جلد اول: ساخت شهری، شیراز، دانشگاه شیراز.
بل، سایمون، (۱۳۹۴)، منظر، الگو، ادراک و فرایند، ترجمه بهناز امین‌زاده، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ سوم، تهران، ۴۴۲.

بهزادفر، مصطفی، (۱۳۸۷)، هویت شهر (نگاهی به هویت شهر تهران)، مرکز مطالعات فرهنگی شهر تهران، مؤسسه نشر شهر، چاپ دوم، تهران، ۳۳۰.

پوراحمد، احمد، و شمعی، علی، (۱۳۹۰)، بهسازی و نوسازی شهری از دیدگاه علم جغرافیا، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ چهارم، تهران، ۴۰۲.
راداکریشنان، سروپالی، (۱۳۹۳)، تاریخ فلسفه شرق و غرب: تاریخ فلسفه غرب، ترجمه جواد یوسفیان، شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، جلد دوم، چاپ چهارم، تهران، ۵۱۲.

رحیمیون، علی اصغر، (۱۳۹۰)، هویت بخشی به شهر از طریق بهره‌گیری از عناصر طبیعی، نشریه هویت شهر، شماره نهم، سال پنجم، صفحات ۹۳-۱۰۴.

سلسله، علی، و سلسله، محسن، (۱۳۸۸)، بررسی تأثیر عامل هویت (ایرانی-اسلامی) بر زیبایی شهر، نشریه آرمانشهر، دوره ۲، شماره ۲، صفحات ۸۵-۴۷.

سلطانی، علی، زرگری مرنندی، ابراهیم، و نامداریان، احمدعلی، (۱۳۹۲)، شکل‌گیری، تقویت و مانایی خاطره در فضاهای شهری، نمونه موردی محور شهید

میادین و نقاط شاخص شهر که دارای اصالت و هویت خاصی هستند (خصوصاً در بافت تاریخی شهر)، المان‌هایی متناسب با محل و فرهنگ خاص آن طراحی شوند.

- از آنجا که المان‌های شهری در ارتباط مستقیم با شهروندان هستند، لذا باید متناسب با روحیات جمعی مردم باشند و با واقعیت‌های اجتماعی آنان ارتباط برقرار کنند تا سبب انتقال هویت شهری در اذهان مردم شوند.

- برای ساماندهی و ارتقای کیفی فضاهای شهری، مکان‌یابی مناسب المان‌ها با رعایت اصول شهرسازی، برقراری ارتباط بین موضوع المان‌ها و عملکرد آن‌ها، رعایت اصول زیبایی‌شناسانه در طراحی، فرم و معماری المان‌ها، و همچنین به کارگیری المان‌های بزرگ مقیاس در شهرها بسیار مفید و مؤثر خواهد بود.

- با توجه به تأثیرگذاری مؤلفه «تاریخی بودن» بر هویت کالبدی شهر، در میادین مهم شهری که در بافت تاریخی شهر هستند، بایستی المان‌هایی طراحی شود که متناسب با عناصر مهم و تاریخی مجاور آن و همچنین متناسب با فرهنگ بومی شهر باشند تا موجب تقویت اصالت و تداعی خاطرات شهروندان اصیل شهر در محیط پیرامونی المان شوند.

- مهمترین المان‌های اثرگذار بر هویت کالبدی، با توجه به طراحی، فرم و معماری خاصی که دارند باید مورد توجه بیشتری قرار گیرند و اقدامات حفاظتی و حمایتی از آن‌ها صورت گیرد. در این المان‌ها می‌توان با تقویت نورپردازی شبانه، موجب فراهم شدن آرامش، معنویت و سرزندگی محیط پیرامونی شد.

- به منظور ارتقای هویت در المان‌های شهری، بایستی معیارهای تاریخی، فرهنگی و اجتماعی مورد

نقی‌زاده، محمد، (۱۳۸۹)، تحلیل و طراحی فضای شهری (مبانی، تعاریف، معیارها و شیوه‌ها)، انتشارات پژوهشکده فرهنگ و هنر و سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول، تهران، ۴۴۱.

نقی‌زاده، محمد، (۱۳۸۴)، جایگاه طبیعت و محیط‌زیست در فرهنگ و شهرهای ایرانی، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، چاپ اول، تهران، ۳۶۵.

نوفل، علیرضا، کلبادی، پارین، و پورجعفر، محمدرضا، (۱۳۸۸)، بررسی و ارزیابی شاخص‌های مؤثر در هویت شهری نمونه موردی: محله جلفا در شهر اصفهان، نشریه آرمانشهر، دوره ۲، شماره ۳، صفحات ۵۷-۶۹.

یوسفی، اسماعیل، رحمانی، امیر و قربانخانی، محسن، (۱۳۹۳)، ارزیابی نقش المان‌های شهری بر ارتقای حس مکان در فضاهای شهری (نمونه موردی: شهر همدان)، مطالعات محیطی هفت حصار، شماره دهم، سال سوم، زمستان، صفحات ۸۱ - ۷۱.

یوسفیان، جواد، (۱۳۷۹)، نگاهی به مفهوم زیبایی‌شناسی، نشریه ادبیات و زبان‌ها، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تبریز، دوره ۴۳، شماره ۱۷۷، صفحات ۱۷۹ - ۱۳۵.

Burnet, J. (1953). Plato's theory of art. London. Copleston, F. (1962). A History of philosophy (Vol. 1). New York.

Lalli, M. (1988), Urban Identity, In book: Environmental Social Psychology, No 45 (pp.303-311), The Netherlands: Kluwer Academic Publishers.

Mateus, Ana Sofia. (2006). Outlet City Metz: An Urban cultural identity based on consumption. A cultural identity based on consumption 42nd ISoCaRP Congress.

Zimmerman, R. (1963). Kant the Aesthetic Judgment. Aesthetics and Art Criticism, 21.

چمران شیراز، فصلنامه مسکن و محیط روستا، دوره ۳۲، شماره ۱۴۱، صفحات ۸۷-۹۸.

کربلایی‌نوری، رضا، (۱۳۸۵)، هویت؛ شهر، خاطره، مجموعه مقالات همایش بین‌المللی شهرهای جدید، انتشارات شرکت عمران شهرهای جدید، چاپ اول، تهران.

کریر، راب، (۱۳۸۶)، فضای شهری، ترجمه خسروهاشمی نژاد، انتشارات خاک، چاپ دوم، اصفهان، ۱۶۸.

الکساندر، کریستوفر، (۱۳۹۰)، معماری و راز جاودانگی: راه بی‌زمان ساختن، ترجمه مهرداد قیومی بیدهندی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، چاپ سوم، تهران، ۴۷۹.

گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۹)، جامعه‌شناسی، ترجمه حسن چاوشیان، نشر نی، چاپ پنجم، تهران، ۱۰۷۴.

معلمی، محسن، (۱۳۸۶)، هویت شهری، هویت مسکونی، مفاهیم گمشده امروزی، ماهنامه راه و ساختمان، شماره ۴۸.

معینی‌فر و همکاران، (۱۳۹۲)، نقش مجسمه‌ها و المان‌های شهری بر زیباسازی و ارتقاء کیفیت بصری فضای عمومی شهرها (نمونه موردی: شهر شیراز)، مجموعه مقالات همایش ملی عناصر زیباسازی شهری، معاونت برنامه‌ریزی شهرداری شیراز، شیراز.

مه‌دیزاده، جواد، (۱۳۸۵)، زیبایی‌شناسی در طراحی شهری، فصلنامه جستارهای شهرسازی، شماره ۱۷ و ۱۸، صفحات ۲۷-۸.

نقره‌کار، عبدالحمید، (۱۳۸۱)، هویت و بحران آن در اندیشه معماری و شهرسازی معاصر، مرکز تحقیقات شهرسازی و معماری دانشگاه علم و صنعت، تهران.

نقی‌زاده، محمد، (۱۳۸۱)، تأثیر معماری و شهر بر ارزش‌های فرهنگی، مجله هنرهای زیبا، شماره ۱۱، صفحات ۷۶ - ۶۲.

نقی‌زاده، محمد، (۱۳۸۶)، ادراک زیبایی و هویت شهر در پرتو تفکر اسلامی، سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان، چاپ اول، اصفهان، ۵۳۸.