

ارزیابی عوامل موثر در ارتقاء هویت و حس مکانی بر مبنای تجربه حضور در فضاهای شهری با رویکرد هویت تاریخی در شهر همدان

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۱/۳۰

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۳/۰۴

کد مقاله: ۲۲۹۴۷

علیرضا مسعود^{۱*}، سعیده گلابی^۲

چکیده

بافت تاریخی شهر همدان دارای ارزش کالبدی و فرهنگی تاریخی است. حفظ بافت های تاریخی به عنوان هویتی ضروری برای ادامه حیات شهرها مهم است. تحقیق صورت گرفته، در پی بررسی پیوند هویت گذشته با تغییرات ایجاد شده در خیابان بوعلی همدان است و به دنبال بررسی عناصر تاثیرگذار بر هویت تاریخی است. امروزه مفهوم مکان و حس مکان یکی از مهمترین مسائل جهت ارتقاء تعامل بین انسان و فضا است. مقاله حاضر درصدد است تا با شناخت به بررسی عناصر شکل دهنده هویت مکان و حس مکان و همچنین بررسی عوامل موثر در ارتقاء هویت و حس مکانی با رویکرد هویت تاریخی به بررسی تاثیر متریکال و رنگ و عناصر و المان ها به ارتقاء هویت تاریخی پی ببرد. روش تحقیق به کار رفته در این پژوهش و روش جمع آوری داده ها مبتنی بر مطالعه مبانی مکان و حس مکان، و مطالعات کتابخانه ای به بررسی این موضوع پرداخته شود که آیا محور واحد شهری (پیاده راه خیابان بوعلی) توانسته در ارتقاء هویت تاریخی میدان اصلی شهر تاثیری بگذارد؟

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

واژگان کلیدی: هویت مکان، حس مکان، هویت تاریخی، تجربه حضور، همدان

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی معماری دانشگاه ایرانمهر قروه، کردستان (alirezamasud@gmail.com)

۲- دانشجوی دکترای تخصصی معماری_معماری آزاد دانشگاه تهران، تهران، ایران

در سال های اخیر مطالعات و تحقیقات فراوانی در زمینه تاثیر محیط ساخته شده بر فضای شهری ، افراد، جنبه های گردشگری اقتصادی ، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی شده است. از مهمترین دغدغه های طراحان و متخصصان شهری القای حس مکان و مفهوم مکان و جلوگیری از ایجاد فضاهای یکنواخت بی انگیزه و کسالت آور و ایجاد فضاهای همخوان با محیط اطراف و ایجاد و تقویت حس مکان و دلبستگی به آن است. درک حس مکان را میتوان درک نسبی و درک شخصی افراد از محیط اطراف دانست که هر شخص متناسب با شناخت خود و تجربه فضایی که از قبل در ذهن خود دارد آن را درک می کند مفهوم حس مکان می تواند در سطح محیط های شهری می باشد که مهمترین و ارزشمند ترین معیار ها است. محیط مصنوع، شبکهای پیچیده از روابط متنوعی است که نه تنها بین افراد با همدیگر بلکه بین افراد و محیط نیز رخ میدهد. زمانی که ارتباط انسان و محیط مبتنی بر تجربه های برای انسان باشد، محیط به مکان تبدیل میشود. این ارتباط بدین معنی است که مکان یعنی یک بخش از تجربه محیطی، همراه با همگرایی شناختها، تأثیرات و رفتارهای افرادی که با آنها زندگی میکنند (Pretty, ۲۰۰۳: ۲۷۵) تأثیرات کوچکترین عناصر اضافه شده و یا کاسته شده از محیط بر افراد و محیط اطراف را نمیتواند نادیده گرفت. همانگونه که افراد روی محیط تاثیر میگذاریم محیط هم بر افراد و هر آنچه که به مردم مربوط میشود خواسته و نا خواسته تاثیر میگذارد رفتار افراد در محیط متأثر از عناصر تشکیل دهنده محیط و هر آنچه که در پیرامون آن است نشأت میگیرد. ادراک محیط بر اساس آن چیزی است که انسان از آن شناخت ، تجربه ، اطلاعات و دانش دارد نشأت میگیرد. این ادراک سبب میگردد که انسان مراتب مختلف ارتباط مانند احساس هویت و تعلق ، احساس شادی و غمگینی ، احساس غرور و حقارت ، احساس وابستگی و وارستگی را تجربه کند که هر کدام از این احساسات ثمره رابطه ای ایست که افراد در تعامل و ارتباط با محیط کسب کرده اند. در هر انسانی رابطه با مکان های متفاوت میتواند به حس های متفاوتی ایجاد شود که این احساسات میتواند از تجربه شخصی افراد حضور در مکان های مختلف ویا حاصل ویژگی های تاریخی اجتماعی ، فرهنگی ، اقتصادی و ... باشد. بهسازی بافت های شهری فرآیندی است که گاهی جهت بهبود وضعیت تاریخی، فرهنگی و نیاز اجتماعی صورت میگیرد. عدم هماهنگی بسیاری از بافتهای قدیمی شهر با بافت های جدید، موجب کاهش هویت و حس مکان و همچنین کاهش هویت تاریخی مکان شده است. تغییراتی که محور آنها، توجه به احیای بافت با اصل قرار دادن توجه به ساکنین و نیازهای افرادی است که در ارتباط مکانی و تاریخی با فضا هستند. یکی از سوالات اساسی در تدوین این پژوهش این بوده است که هویت تاریخی که برای هر شهر میتواند جزء امتیازات مثبت آن شهر باشد چه از لحاظ توریستی و چه از لحاظ قدمت و اصالت به دلیل اینکه میدان مرکزی استان همدان و خیابان های آن هویت سنتی دارند باید طراحی و ایجاد پیاده راه همدان به نوعی متناسب با طراحی سنتی آن باشد و آیا این طراحی که انجام شده توانسته با معماری سنتی ارتباط خوبی داشته و برای مردم حس مکان و هویت تاریخی آن را تدایی کند.

جدول ۱- چهارچوب تحقیق (معیارها و شاخص ها)

مفهوم	ابعاد	شاخص	گزینه ها
ارتقاء هویت و حس مکانی با رویکرد هویت تاریخی	هویت مکان	خونایی	ماندگاری
	اجتماعی	تجمع پذیری	فعالیت ها و رفتارها
		تعاملات اجتماعی	نظارت
	ادراکی - معنایی حس مکان	هویت و شخصیت	بناهای شاخص و تاریخی
		نمادها و نشانه ها	پیوستگی تاریخی
		خاطرات و تعلقات قبلی	تکدانه المان ها و مجسمه ها
	عوامل کالبدی حس مکان	فرم و اندازه	تاریخی و ارزشمند
		بافت و تزیینات	رعایت مقیاس انسانی
		کیفیت مصالح	فواصل و رنگ
	فعالیتی - عملکردی حس مکان	آسایش	وجود میلمان و تسهیلات
		دعوت کننده بودن مکان	جذابیت مکان
	زیبایی شناسی حس مکان	تناسبات بصری	پیچیدگی و تضاد
غنای بصری		منظر شبانه	
		کیفیت های بصری	
		پرهیز از بیهوده ساختن	

۲- مبانی نظری

الف) هویت مکان:

به عنوان یکی از راه‌های ارتباط بین انسان و مکان، بیشتر متوجه ارضای ذهنی و عاطفی بشر است تا نیازهایی با جسم او در ارتباط باشند. هویت مکان از ارزش‌های فردی و جمعی نشأت می‌گیرد و با گذر زمان، عمق، گسترش و تغییر می‌یابد. (Relph, 1993: 15) شولتز مطالعه مکان را مطالعه رویدادها و حوادثی که در آن اتفاق می‌افتد، می‌داند و معتقد است که مجموعه‌ای از رخدادها، شکل‌ها، رنگ‌ها و بافت‌ها شخصیت یک مکان یا هویت آن را شکل می‌دهد. او ارتباطی بین معماری، مکان و هویت فرهنگی برقرار می‌کند و معتقد است تجربه مکان تجربه معنای مکان است. (Norberg-Schulz: 1981)

یان نایرن^۱ (۱۹۶۵) اذعان می‌دارد که: «به اندازه انسان‌ها، هویت‌های مربوط به مکان وجود دارد». زیرا هویت در تجربه، نگاه، ذهن و نیت ناظر، به همان اندازه موجود در ظاهر فیزیکی شهر یا منظره و چشم‌انداز وجود دارد. اگر چه هر شخصی ممکن است خود آگاهانه یا ناخودآگاهانه هویتش را به مکان‌هایی خاص نسبت دهد ولی این هویت‌ها در هر صورت میان-ذهنی ترکیب شده و تشکیل یک هویت مشترک (هویت مکان) را می‌دهند. نایرن اعتقاد دارد این موضوع ناشی است از تجربه اشیاء و فعالیت‌های مشابه و یا آنچه که برای یافتن کیفیت‌هایی از مکان که مورد تأکید گروه‌های هم‌فرهنگ باشد، آموزش داده می‌شود. (Carmona, 2007: 104)

در خلق مکان‌های با معنا، نقش حافظه طراح از محیط‌های واجد معنا را نیز باید در نظر گرفت. دونینگ، با توجه به این مطلب بیان می‌کند: اگر چه هر تصویر خاصی از مکان منحصر به فرد است، الگوهای به «وجود آورنده قلمروها نیز برگرفته از این تصاویر ذهنی است: مکان مقدس، مکان محلی، مکان اجدادی، مکان مشترک، مکان تنهایی، مکان صمیمی، مکان گروهی، مکان‌هایی که در امتداد افق امتداد می‌یابند و مکان‌هایی که محصوریت و حفاظت ایجاد می‌کنند. قلمروها نمادهایی از کیفیت‌های زندگی هستند: ارتباط، رفتار، مشارکت، هویت، شکوه، زیبایی، تطهیر، ترس، صمیمیت، رشد، گسترش پذیری، مشارکت و زبان (Downing, 2003: 216). طرح هویت مکان در جغرافیا، محصول ورود اندیشه‌های روانشناسی در جستارهای جغرافیای انسانی است. به باور بسیاری از جغرافی دانان، در شکل‌گیری نقشه‌های ادراکی ذهنی و واکنش انسان به محیط عینی، تصور انسان و اوضاع روان‌شناسانه اوضاع اجتماعی محیط نیز مؤثر است. به همین دلیل، دانش جغرافیا به میزان زیادی با مفاهیم ذهنی افراد سرو کار دارد. (پوراحمد، ۱۳۸۹: ۱۶۵). معنای هویت مکانی در ادبیات روانشناسی تحت مفاهیم مختلفی مطرح شده است که میتوان نزدیک‌ترین آنها دل را حس مکان، دل‌بستگی به مکان و وابستگی به مکان برشمرد. بستگی به مکان. (Lewika, 2008: 18). در جغرافیا، هویت هر مکان تابعی از بن‌مایه‌های زیست‌کره، کارکردها و ماده‌های آن است. (شکویی، ۱۳۸۸: ۲۷۵) مشخصات کالبدی، فعالیت‌ها و معانی، ابعاد سه‌گانه هویت مکانی را شکل می‌دهند. (تابان و پشوتنی زاده، ۱۳۸۹). مسلم است که هویت به جای آن که یک آدرس ساده در یک روزنامه یا مجله و یا نقطه‌ای بر روی یک نقشه باشد، مشخصه اصلی تجربیات مکانی است که هم بر روی تجربیات، تأثیر دارد و هم از آن تأثیر می‌پذیرد. آنچه در میان است فقط شناخت تفاوت‌ها و پذیرش مشابهت‌ها بین مکان‌ها نیست، بلکه عمل بنیادی‌تر، شناسایی تشابه در عین تفاوت است (Relph, 1976)

اغلب پژوهشگران هنگامی که عبارت «هویت مکان» را مورد استفاده قرار می‌دهند از این مفهوم فراتر می‌روند و به کنش بین یک فرد و یک مکان به نحوی که هویت هر دو درهم می‌آمیزد و نوعی سازندگی دو سویه پیدا می‌کند، توجه ویژه‌ای می‌کنند. این بودن و یا تجربه کردن آن مکان است. در رابطه، عمیق‌تر از صرف این راستا رلف می‌گوید: «این تنها هویت یک مکان نیست که حایز اهمیت است، بلکه هویتی که یک فرد یا گروه با آن مکان دارد نیز مهم است به ویژه این که آیا افراد، مکان را به عنوان یک غریبه یا آشنا تجربه می‌کنند». (Relph, 1976: 45)

الف_ الف) هویت کالبدی حس مکان: هویت کالبدی به معنای صفات و خصوصیات است که جسم شهر را از غیر متمایز کرده و شباهتش را با خودی آشکار می‌کند. این صفات باید به گونه‌ای باشد که جسم شهر، در عین حفظ تداوم زمانی، در حال تحول و تکامل نیز باشد و نهایتاً به پیدایش یک کل منجر شود (غلامی، حیاتی، ۱۵۰-۱۳۹۲: ۱۳۱) هویت کالبدی از نظر مفهومی با اصطلاحات "شخصیت" و "حس مکان" مترادف است (میرمقتدایی، ۱۳۸۳: ۲۹). اما لویتکا در تعریفی هویت مکانی را آن قسمت از هویت شخصی میدانند که در ارتباط با محیط فیزیکی است (Lewitka, ۲۰۰۸: ۲۱۱)

الف-ب) حس مکان: دکتر فلاح در رساله خود حس مکان را اینگونه تعریف می‌کند: حس مکان، به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه آن‌ها از محیط است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می‌دهد به

1- Nairn

طوری که فهم و احساسات فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می شود. این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می شود. حس مکان علاوه بر اینکه باعث احساس راحتی از یک محیط می شود، از مفاهیم فرهنگی مورد نظر مردم، روابط اجتماعی و فرهنگی جامعه در یک مکان مشخص حمایت کرده و باعث یادآوری تجارب گذشته و دست یابی به هویت برای افراد می شود. (فلاح، ۱۳۸۵: ۵۷) بنابراین، حس مکان مجموعه ای از حکایت ها و روایت های فردی و جمعی است که همراه با مکان رخ می دهد. (فلاح، ۱۳۸۵: ۵۸) وقتی نظم در فضای جهانی به دست بیاید؛ به دنبال آن ذهن مفسر به دنبال نظم محلی می گردد. این در اغلب موارد به وسیله برهم کنش شهرهای انسانی با محله ای مهم شدنی می شود، برهم کنشی که حس مکانی قطعی و محلی را فراهم می کند. مفهوم مکان از ظرف (جسم) و مطروف (روح) تشکیل شده است. مکان وجود محسوس و ملموس ندارد، اما در ذهن بیننده ای که به صورت بصری مرزهای فیزیکی را درک می کند و خرد و روح را به صورت مطروف در محدوده مرزها درک می کند، وجود دارد. (اردلان و بختیاری، ۱۳۹۰: ۴۳) انسان غالباً فعالانه با فضا برخورد کرده و همواره با آن در داد و ستد اطلاعات است. نقش انسان به صورت یک گیرنده و محیط به عنوان فرستنده، نمایانگر میزان اهمیت استقلال فضا به عنوان عینیتی حاوی پیام است. (پاکزاد، ۱۳۸۸: ۲۵) شامای برای حس مکان سه مرحله اصلی تعلق به مکان، دل بستگی به مکان و تعهد به مکان را با هفت سطح تعیین می کند. این سطوح از حس مکان شامل موارد زیر است: الف) بی تفاوتی نسبت به مکان ب) آگاهی از فرارگیری در یک مکان پ) تعلق به مکان ت) دل بستگی به مکان ث) یکی شدن با اهداف مکان ج) حضور در مکان چ) حس فداکاری نسبت به مکان. (فلاح به نقل از شامای، ۱۳۸۵: ۶۶-۵۷)

حس مکان، در اثر ارتباط متقابل انسان با عوامل ظاهر فیزیکی، فعالیت ها و معانی شکل می گیرد. معمار معروف هلندی آلدوفان آیک، این مفهوم را در عبارت معروف خویش به این صورت بیان می کند: هر آنچه فضا و زمان بیان می دارد مکان و مناسبت زمانی، معنایی فراتر از آن را به همراه دارد. زیرا فضا در تصور انسان تبدیل به مکان می شود و زمان در تصور انسان مناسبت را می آفریند. اثرات یک مناسبت زمانی بر مکان به بهترین شکل می تواند در یک استادیوم ورزشی مشاهده شود، یکی در زمانی که پر از انسان ها و در حال انجام یک برنامه ورزشی است و دیگر در زمانی که همان استادیوم خالی از تماشاچی است. (Carmona, 2003, 98) علاوه بر تاثیر شکل زمین، فرآیند تغییرات فیزیکی و روابط حاصله از زندگی طولانی مدت در یک مکان، در درک روح آن مکان، که در طول زمان ثابت نیست، موثر می باشد (Relph, 2007, 18-19).

همچنین در ادامه تفکرات رلف (۱۹۷۶)، پانتز (۱۹۹۱) عوامل تشکیل دهنده حس مکان در زمینه طراحی شهری را به صورت مطرح می کند. مدل پانتز گویای این مطلب است که تصویر حس مکان به واسطه ی فعالیت، ساختار فیزیکی و یا معنا به وجود می آید. پانتز معیارهای سنجش عوامل فیزیکی و کالبدی را منظر شهری، چشم انداز، نفوذپذیری، شکل ساخت و مبلمان شهری می داند. او هم چنین معیارهای سنجش عوامل فعالیت را کاربری ها، میزان تردد پیاده، میزان تردد سواره، الگوهای رفتاری، محیط مصنوع و خوانایی و معیارهای سنجش عوامل معنایی را مناسبات فرهنگی، عملکردهای ادراکی و ارزیابی کیفی معرفی می کند. (Carmona, 2003, 99)

الف-پ) تناسبات بصری: اگر محیط از نظر مردم در فرم و عملکرد خوانا باشد، گوناگونی و انعطاف پذیری را داشته باشد می توان گفت تناسبات بصری در آن رعایت شده است. در واقع نظر مردم در این مورد بسیار مهم و تأثیرگذار می باشد. (حیدری ندا و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۶۹)

الف-ج) غنای حسی: کیفیتی که موجب تنوع تجربیات حسی شود و لذت استفاده کنندگان از محیط را افزایش دهد غنای حسی می باشد. غنای حسی شامل تمام حواس پنج گانه می شود ولی از آنجایی که حس بینایی تأثیر به سزایی در دریافت اطلاعات دارد از این رو تا حدی بیشتر حائز اهمیت می باشد. ز- رنگ تعلق: ایجاد مکانی که بتواند به محیطهای موجود بزرگ رنگ تعلق بدهند اهمیت ویژه ای دارد. این تنها راهی است که اکثر مردم به محیطی برآمده از عایق، ارزش ها و نشانه های شخصی خویش دست پیدا می کنند. اگر محیط به فرد نوعی حق تصرف دهد. فرد حس تعلق به آن محیط پیدا می کند. اگر مردم به طور منظم و در طولانی مدت از مکانی استفاده کنند حس تعلق به آن پیدا می کنند. (الیاسی و پروزن، ۱۳۹۲: ۵-۷ به نقل از بنتلی و همکاران، ۱۳۸۲).

ب) عوامل موثر در شکل گیری هویت مکان و حس مکان

عوامل فیزیکی، فعالیت ها و معانی، سه عامل اصلی تشکیل دهنده هویت مکان ها می باشد. دو عنصر اول از این عوامل را شاید بتوان به آسانی درک کرد، اما عنصر مهم معنا بسیار دشوارتر فهمیده می شود. معانی مکان ها ممکن است ریشه در چیدمان فیزیکی اشیاء و فعالیت ها داشته باشد ولی معانی تنها محصول این عوامل نیستند، بلکه انتظارات اولیه، تجربیات، نیت و مقاصد

انسان ها به عنوان ناظر و استفاده کننده، نقش عمده ای دارد. (Relph, ۱۹۷۶) بنابراین محیط نمایان گر، ساختار ذهنی مشترک افراد است. (Carmona, ۲۰۰۳). یک فضای فیزیکی با هر مقیاسی به خودی خود، حسی از مکان ایجاد نمی کند، بلکه طی بر هم کنش هایی بین افراد و مکان، و بین خود افراد این حس تولید می شود. (Pretty et al, ۲۰۰۳, ۲۷۳-۲۸۷). شامای (۳۴۷-۳۵۸, ۱۹۹۱) معتقد است، سطح حس فرد از مکان روی مشارکت وی در فعالیت های مرتبط با مکان مؤثر است. حس مکان، سینستیک (وضعیتی که یک حس می تواند حس دیگری را تحریک کند) است. حس مکان، بینایی، شنوایی، بویایی، حرکت، لامسه، حافظه، تصور و پیش بینی را با هم ترکیب می کند. حس مکان یک توانایی است که به طور گسترده ای در بین افراد تغییر پیدا می کند و متفاوت است. در حالی که این موضوع تا حدودی غریزی می باشد، بوسیله مشاهده دقیق و درک تفاوت های امکان می تواند آموختنی و قابل بسط نیز باشد. این می تواند زمینه ای مشترک در یک مجموعه انسانی باشد، حسی مشترک از تاریخ محلی و جغرافیا که خود را در ترکیبی از غرور و تعهد به بهبود مکان نشان می دهد. با این وجود حس مکان با کمبودهایی که هنوز در مهندسی اجتماعی وجود دارد قابل طراحی شدن نیست. (Relph, 2007, 18-19)

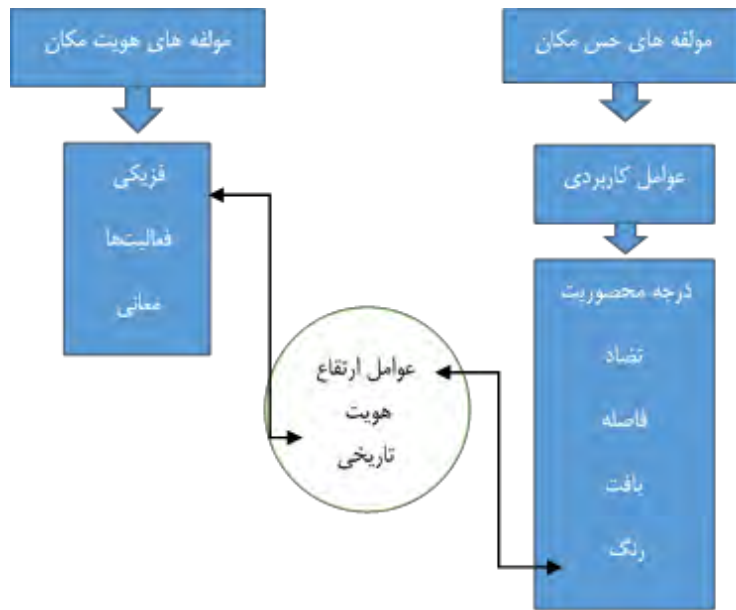
عوامل کالبدی حس مکان

«فریتز استیل»^۱ مهم ترین عوامل کالبدی مؤثر در ادراک و حس مکان را اندازه مکان، درجه محصوریت، تضاد، مقیاس، تناسب، مقیاس انسانی، بافت، رنگ و تنوع بصری می داند. (مرتضوی، ۱۳۹۲، ص ۷۰). او همچنین خصوصیات نظیر هویت، تاریخ، تخیل و توهم، راز و رمز، لذت، شگفتی، امنیت، سرزندگی، شور و خاطره را موجب برقراری رابطه متمرکز با مکان میدانند.

رنگ: نقش رنگ در فضاهای معماری را نمیتوان نادیده گرفت استفاده از رنگ می تواند به فضا یکپارچگی و وحدت بخشیده یا آن را متمایز و قابل شناسایی نماید. آثار رنگها در هر نقطه ای از شهر ملموس است که از آن جمله می توان به بدنه و نمای ساختمان ها، پوشش بام، کفسازی ها، مبلمان شهری، فضای سبز، خودروها و حتی لباس افراد اشاره نمود که همگی نقش مهمی در تعیین چهره رنگی شهر دارند (فردوسی، شگری فیروزجاه، ۷۲-۶۱: ۱۳۹۳). در این پژوهش توجه ما به استفاده از رنگ های قهوه ای و تیره در تیر ها صندلی ها (چوب رنگ قهوه ای) و ... است که هارمونی خوبی با رنگ های در و پنجره و رنگ آجرها ایجاد کرده است همچنین رنگ سرد پیاده راه در هماهنگی با رنگ گرم آجرها در نما به نظر میرسد هماهنگی خوبی ایجاد کرده که باعث تعادل رنگ گرم و سرد شده آرامش در محیط به ارمغان آورده.

بافت: در ساخت پیاده راه خیابان بوعلی استفاده از سنگ های گرانیت همدان جهت سنگ فرش کردن استفاده شده که با خصوصیات اقلیمی همدان هماهنگ بوده و همچنین به دلیل جلوگیری از عبور و مرور وسایل نقلیه باعث احساس آرامش برای شهروندان شده است.

تنوع بصری: گلکار در مقاله (مفهوم کیفیت سرزندگی شهری در طراحی شهری) به تعریف سرزندگی، بررسی حالت وجودی و معیار سنجش آن، عوامل مؤثر در خلق حس رنگ تعلق در فضاهای شهری پرداخته است (۷۴-۶۶: Golkar, 2006) کالین در (گزیده منظر شهر) اثرات زیبا شناختی، جذابیت بصری و تجربه حسی شهر (دید، مکان و محتوا)، ناهمگونی بصری در سیمای کف و خیابان؛ هنر یکپارچگی بخشی بصری و ساختاری به مجموعه مکانهای شکل دهنده شهر را بررسی و سرمایه گذاری اجتماعی مردم و حس تملک نسبت به فضا را، معیار زنده بودن فضای شهری و درک سرزندگی میدانست: (Cullen, 2013). (198-1 کارمونا در (مکانهای عمومی و فضای شهری) ابعاد بصری، زیبایی شناسی، ادراکی، در مقاله اجتماعی، عملکردی طراحی شهری کل نگر را بررسی کرده است (۹۵-۱۱: Carmona, 2012). تنوع بصری ایجاد شده در خیابان بوعلی نسبت به قبل باعث افزایش حس مکان و هویت تاریخی آن شده همچنین استفاده از المان های سنتی، چراغ های کلاسیک و مجسمه های سبک قدیمی باعث ارتقاء هویت تاریخی و حس مکان بین مردم همدان شده است.



نمودار ۱- مدل ارتباط مولفه های حس مکان و هویت مکان در ارتقای هویت تاریخی (نگارنده)

پ) تعاملات اجتماعی و هویت جمعی:

به طور کلی در مورد رابطه محیط و رفتار، چهار موضعگیری نظری قابل تشخیص است: رویکرد اختیاری، رویکرد جبری، رویکرد امکانگرا و رویکرد احتمالگرا. رویکرد اختیاری معتقد است که محیط هیچ اثری بر رفتار انسان ندارد. با توجه به اینکه برای رفتار انسان محدودیتهای جدی مثل بعضی از ویژگیهای زیست شناختی وجود دارد، رویکرد اختیاری غیرقابل دفاع است. (لنگ، ۱۳۸۸، ص ۱۱۴). درک رابطه بین جامعه و محیط در طراحی شهری کلیدی میباشد. اولین ایده‌های که باید مدنظر قرارگیرد، اصل قطعیت معماری بر محیط است که بیان می‌دارد محیط فیزیکی تاثیر تعیین کننده‌ای بر رفتار انسانی دارد. با نفی عامل بودن انسان ها، منفعل نمی‌باشند. مردم بر محیط خود اثر می‌گذارند و آن را تغییر میدهند، همان طوری که فضا بر آنها تاثیر میگذارد و آن را تغییر میدهد. بنابراین این یک پروسه دوطرفه است (کرمونا و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۲۱۲)

فضای عمومی، متعلق به همه افراد، بدون توجه به تفاوت‌های طبقاتی، جنسیت، نژاد، سن و سایر تمایزات فردی و اجتماعی، محل تعاملات اجتماعی افراد و گروه‌های مختلف و نیز بستر شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی می‌باشد. چنان که (الدنبرگ) آن را فضایی که فرد، متعلق به خود میدانند و در آن احساس راحتی میکنند، دانسته و به آن واژه فضای سوم، یعنی فضایی در کنار خانه و محل کار اطلاق میکند. فضایی که میزان تجمعات شاد، غیررسمی، داوطلبانه و منظم، افراد، میباشد (Oldenburg, 1999:184)

یکی از مهمترین ابعاد فضاهای عمومی ایجاد فرصتهایی جهت تعاملات اجتماعی میباشد. در این تعاملات مردم رابطه قویتری با محیط و جامعه خود برقرار می‌کنند و حس تعلق خاطر و هویت جمعی در آن‌ها تقویت میشود و این امر با شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی و افزایش حس مشارکت جمعی همراه است. در فضای عمومی امکان ارتباط چهره به چهره، گفت و گو، معاشرتهای دوستانه، گردهمآئیهای مختلف، شرکت در فعالیتهای اجتماعی و حس تعاون ایجاد میشود. انگیزه برای گردهمآئی میتواند مختلف باشد از گفت و گوی صمیمی دو نفر گرفته تا مقیاس بزرگتر عمومی شامل رسومها، آئینها، نمایشها، جشنها، رویدادهای ورزشی و... (مدنی پور، ۱۳۸۷، ص ۲۸). مردم برای این به فضاهای همگانی می‌آیند که مردم دیگر را تجربه کنند (بتلی، ۱۳۸۲، ص ۵۸)

۳- ضرورت تحقیق

در ضرورت تحقیق محقق به دنبال رابطه بین مردم با پیاده راه خیابان بوعلی و اینکه پیاده راه بوعلی توانسته حس معماری سنتی میدان مرکزی استان همدان را برای مردم تدایی کند و یا خیر و اگر چنین بوده چه مولفه‌هایی باعث چنین حس به مردم شده است.

۴- سوالات پژوهش

- آیا پیاده راه همدان تاثیری در ارتقاء هویت و حس مکانی استفاده کنندگان دارد؟
- عوامل موثر در حضور پذیری در فضای تاریخی پیاده راه همدان کدام است؟

از معیارهایی که میتواند باعث ارتقاء حس مکان و تجربه حضور در یک مکان شود میتوان به مترپال استفاده شده رنگ و طراحی آن است در پیاده رو سازی خیابان بوعلی از سنگ گرانبه برای سنگ فرش استفاده شده که سنگ بوم آورد و مقاوم در آب و هوای اقلیم همدان می باشد و همچنین در طراحی آن جلوگیری از عبور و مرور ماشین های شخصی و تاکسی ها و استفاده از ماشین های برقی برای جا به جایی مردم از یک سو و تشویق مردم به استفاده از وسایل برقی و هوای پاک و استفاده از المان ها و مجسمه ها و چراغ هایی با طرح قدیمی و نیمکت ها و صندلی هایی سنگی تا حدودی هویت تاریخی خیابان بوعلی را احیا کرده است. همچنین به نظر می رسد تاثیرات زیادی بر مغازه ها و درآمد آنها جذب توریست و شکل تر شدن آنها شده است.

۵- اهداف تحقیق

آنچه در این پژوهش مورد توجه است ارتباط مردم همدان با ساخت قدیمی خیابان بوعلی و دریافت حس تعلق و حس بافت قدیمی از طرف این پیاده راه و همچنین ارتباط و خوانایی بین این پیاده راه جدید با ساختار قدیمی و بافت قدیمی خیابان بوعلی با مردم است به عبارتی دیگر ساختار جدید دست بشر با هماهنگی و همخوانی با ساختار قدیمی ایا در ایجاد حس تعلق افراد و تجربه حضور مردم در فضاهای شهری با توجه به هویت تاریخی خیابان بوعلی همدان کمک میکند. در کشور های توسعه یافته دست ساخته های بشری در پیوند با محیط اطراف خود و همچنین ارتباط و تاثیر افراد از آنها و روانشناسی افراد بیشتر مورد توجه قرار میگیرد از جمله اهداف این پژوهش این است که آیا پیاده راه خیابان بوعلی همدان میتواند هویت تاریخی خیابان همدان را برای مردم تدایی کند؟

از معیارهایی که میتواند باعث ارتقاء حس مکان و تجربه حضور در یک مکان شود میتوان به مترپال استفاده شده رنگ و طراحی آن است در پیاده رو سازی خیابان بوعلی از سنگ گرانبه برای سنگ فرش استفاده شده که سنگ بوم آورد و مقاوم در آب و هوای اقلیم همدان می باشد و همچنین در طراحی آن جلوگیری از عبور و مرور ماشین های شخصی و تاکسی ها و استفاده از ماشین های برقی برای جا به جایی مردم از یک سو و تشویق مردم به استفاده از وسایل برقی و هوای پاک و استفاده از المان ها و مجسمه ها و چراغ هایی با طرح قدیمی و نیمکت ها و صندلی هایی سنگی تا حدودی هویت تاریخی خیابان بوعلی را احیا کرده است همچنین به نظر می رسد تاثیرات زیادی بر مغازه ها و درآمد آنها جذب توریست و شکل تر شدن آنها شده است.

۶- پیشینه تحقیق

بتول مجیدی و سامان حیدری (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان (ارزیابی هویت مکانی محله های شهری (محل سنگلج)) بین رابطه متغیر سن و هویت مکانی رابطه معناداری وجود یافته اند به طوری که با بالا رفتن سن، هویت مکانی نیز افزایش یافته و افراد جوانتر هویت مکانی کمتری داشتند. حسین کاشی و ناصر بنیادی (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان (تبیین مدل هویت مکان-حس مکان و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن (پیاده راه شهر ری)) نتیجه گیری کردند که عناصر تشکیل دهنده هویت مکان عبارتند از: انسان، مکان، حس مکان (ساختار فیزیکی، فعالیت و معنا، مشارکت و برنامه ریزی و زمان، همچنین روند دستیابی به هویت مکان، به وسیله عناصر مذکور، به شرح زیر میباشد: در ابتدا وجود انسان و مکان و ایجاد رابطه بین انسان - انسان وانسان - مکان، که تشکیل دهنده حس مکان هستند، مدنظر قرار میگیرد. سپس عناصر تشکیل دهنده حس مکان، شامل عوامل فیزیکی، فعالیت و معنا، توسط انسان و با مشارکت و برنامه ریزی او در طول زمان شکل میگیرد و مکان به هویت خاص خود دست مییابد. سیدجواد حبیب کوزه زاده کنانی و اکبر عبدالله زاده طرف، (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان (طراحی شهری خیابان در جهت ارتقاء حس مکان (خیابان گلشن راز شستر)) نتایج حاصل از تحقیق در رابطه با بالا بردن حس مکان در خیابان گلشن راز شستر را مبتنی بر دیدهای بصری به عناصر شاخص و همچنین استفاده از طرح ها و فرم های تاریخی در بدنه ها داد، در نهایت استفاده از مبلمان مناسب و راحت در جهت استفاده و حضور بیشتر شهروندان از فضا می توان باعث ارتقاء حس مکان در محیط شود.

بهاره تدین، محمود قلعه نویی، رضا ایوبی (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان (ارایه روشی به منظور تحلیل و الگوبرداری از رنگ جداره ها در منظر فضاهای شهری تاریخی(میدان نقش جهان اصفهان)) به این نتیجه دست یافتند که میدان نقش جهان با توجه به پیشینه تاریخی منحصر به فرد و برخورداری از ترکیب های آشنا با زمینه و بستر رنگی شهر اصفهان است و وجود ترکیب های رنگی دارای هارمونی هماهنگ همراه با استفاده از هارمونی های رنگی متضاد در منظر این میدان تاریخی بود، که این ترکیب

بندی یکی از گونه های متداول در شیوه معماری اصفهان بوده است. مرتضی میرغلامی، معصومه آیشم، (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان (مدل مفهومی ارزیابی حس مکان براساس مؤلفه های کالبدی، ادراکی، عملکردی و اجتماعی (خیابان امام ارومیه)) نتایج حاصل از تحقیق پژوهش محور امام خمینی شهر ارومیه به چهار سکانس تفکیک گردید. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می دهد که چهار سکانس محور امام در شهر ارومیه یکپارچه نبوده و هر یک از این سکانس ها در ارزیابی حس مکان یکسان نبودند. سکانس نخست و سکانس سوم از این خیابان به دلیل توزیع نامناسب کاربری و موارد دیگر در ایجاد حس مکان ناموفق بوده اند. در کنار این دو سکانس ناموفق، سکانس دوم و چهارم از محور امام به دلیل سرزندگی بالا، توزیع مناسب کاربری ها و وجود تعاملات اجتماعی دیده شده است. خاطره ساز بودن فضا، وجود بنای شاخص و تاریخی جزو موارد مهمی هستند که مردم بیشتر برای توصیف سکانس دوم و چهارم استفاده نموده اند.

۷- محدوده مورد مطالعه: خیابان بوعلی همدان

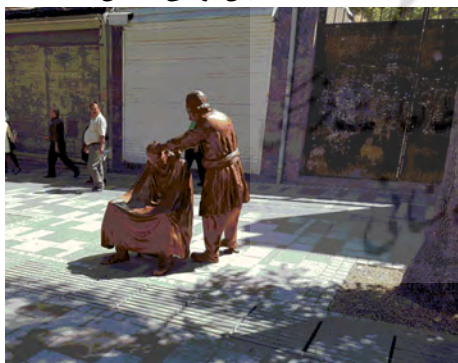
محدوده مورد مطالعه (خیابان بوعلی) از جمله خیابان های مرکزی شهر همدان است که ما بین میدان مرکزی و میدان آرامگاه بوعلی قرار دارد که به واسطه قرارگیری و ارتباط این خیابان با میدان مرکزی و تاریخی شهر، نقش ویژه ای در نظام سلسله مراتب شهری دارد. از لحاظ عملکردی و ارتباطی نیز اهمیت زیادی در ارتباط بین بازار و میدان آرامگاه بوعلی برقرار می کند. علاوه بر نقش مهم عملکردی و ارتباطی، یکی از مهم ترین جهات قابل بررسی در مورد خیابان بوعلی جنبه ارزش تاریخی آن و ارتباط آن با میدان سنتی همدان و عناصر مهم تاریخی در اطراف آن است. کف سازی هایی جدید این خیابان با متریال بوم آورد و با رنگ آشنا و استفاده از المان ها و مجسمه های قدیمی به نظر می آید به ارزش آن افزوده است.



شکل ۲- خیابان بوعلی همدان



شکل ۱- تصویر هوایی خیابان بوعلی همدان



شکل ۴- مجسمه خیابان بوعلی همدان



شکل ۳- مجسمه خیابان بوعلی همدان

۸- هویت تاریخی همدان

شهر همدان در طول جغرافیایی ۲۸ تا ۴۸ درجه و ۳۳ درجه تا ۴۸ دقیقه و در عرض جغرافیایی ۴۵ تا ۳۴ درجه و ۵۰ تا ۳۴ دقیقه و در بلندی ۱۸۷۰ متری از سطح دریا قرار دارد. مهمترین راههای ارتباطی شهرهای غرب به مرکز ایران از دیرباز از طریق این شهر بوده است.

به استناد مدارک قدیمی، و آثار موجود، شهر همدان دارای کاریزها، قناتها و چشمهسارهای فراوانی بوده است که به مرور زمان مخروبه و خشک شده است (جکسن، ۱۳۶۹: ۱۷۵ همانجا)، اما هنوز تعدادی از آنها در جایجای شهر در جریان است و در فاضلاب های شهری وارد میشود. کوه الوند به مانند سدی در مقابل بادهای مدیترانه‌ای قرار گرفته و به علت ارتفاع زیاد بخش عمده‌ی

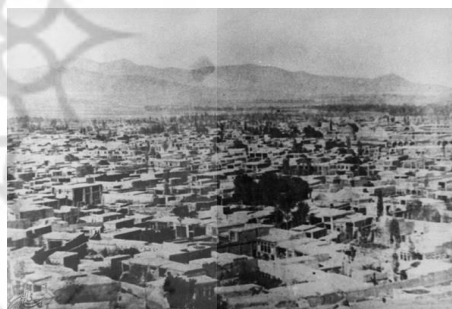
رطوبتی که از سوی این دریا می‌آید و به کوه الوند میرسد، متوقف شده تشکیل ابر میدهد و موجب بارندگی می‌شود. به همین جهت این کوه سرچشمه رودهای طویل و پرآب در شهر همدان است؛ همچنین بعضی شعبه‌های اولیه رودهای بزرگ غربی ایران از این کوه می‌باشد (خزائل کردستانی، ۱۳۲۳: ۷). بافت شهر همدان با این روند تا اواخر قاجار و اوایل پهلوی تداوم یافته است و اندیشه‌ی دگرگونی و تغییر در ساختار شهر، با احداث میدان اصلی با اصول شهرسازی جدید بوده است. از آغاز انقلاب مشروطه‌ی ایران در سال ۱۳۲۴ ه. ق. و برپایی انجمن ولایتی (مجلس فوائد عامه همدان)، به ویژه تأسیس بلدیه (شهرداری) در سال ۱۳۲۷ ه. ق. در این شهر پیدا شد (اذکایی، ۱۳۸۰: ۱۷۱). پس از این رخدادها بود که شهرداری، یک میدان با طراحی یک مهندس چرمساز آلمانی به نام کال فریش را در دستور کار قرار داد و ساختار شهر را دگرگون نمود. این میدان که شش خیابان از آن جدا گردیده، به عنوان ساختار اصلی توسعه‌ی شهری در دهه‌های پس از آن تا دوره معاصر مطرح گردیده‌است. اگرچه احداث این میدان و خیابانها آثار بارزشی از میان رفت، ولی باید اذعان نمود میدان و خیابانهای ششگانه به عنوان یک یادمان از معماری دوره‌ی معاصر قلمداد میشود. این طراحی هوشمندانه بود و خیابانها در آنها سوی نقاط اصلی را رهنمون شده و تا به امروز هم محور اصلی توسعه‌ی شهری بوده است.

مسجد جامع همدان مهمترین بنای مذهبی شهر است که در بین بازار آن قرار داشته است. مسجد جامع همدان اگرچه امروزه ساختاری در ظاهر جدید دارد، اما بنیاد اولیه‌ی آن به سده‌های نخست دوره‌ی اسامی بازمیگردد. مقدسی نخستین کسی است که به مسجد جامع بزرگ شهر همدان اشاره کرده است (لسترنج، ۱۳۶۴: 210)

همدان بازاری بزرگ دارد. یکی از علل پیدایش و تداوم زیستگاهی شهر همدان، واقع شدن در مسیر شاهراه تجاری غرب به شرق است. در گذشته از طریق این شاهراه بزرگ سرزمینهای جلگه‌ی میانرودان به فلات مرتفع ایران مرتبط میگردد. (اصطخری، ۱۳۶۸: ۱۶۳) دربارهی راههای منشعب از همدان در سده‌های پنجم و ششم ه. ش. اشارات دقیقی به مسافت بین شهرهای پیرامونی نموده است. نخستین کسی که از بازار همدان سخن گفته مقدسی است که در قرن چهارم ه. ش. از سه ردیف بازار شهر که مسجد جامع در میان آنها قرار داشته و از قیمت‌های ارزان در همدان و به ویژه انواع کالاهای بازرگانی از قبیل زعفران رودآور که یکی از اعمال همدان است، یاد میکند (لسترنج، ۱۳۶۴: ۲۱۰). هرچند همدان در این دوره رونق اقتصادی مناسبی داشته، ولی اهمیت سیاسی و نظامی برجسته‌ای نداشته است (بارتولد، ۱۳۶۴: ۱۵۶)



شکل ۶- میراث تاریخی همدان



شکل ۵- میراث تاریخی همدان



شکل ۸- میراث تاریخی همدان



شکل ۷- میراث تاریخی همدان

نتیجه گیری

با توجه به تعریف و توصیف حس مکان و هویت مکان و همچنین عوامل موثر در شکل گیری آن‌ها و معیارها و شاخص‌های تاثیر گذار بر حس مکان و هویت مکان در جمع بندی نهایی می‌توان گفت تغییراتی که در میدان مرکزی رخ داده و یا در حال رخ دادن است طبق برنامه‌ها، مرکز میدان به موزه‌ای تبدیل خواهد شد که نمایانگر و منعکس کننده قدمت همدان و ارزش آثارش

است. سنگ فرشی که در حال حاضر در میدان و در اطراف این موزه ی در حال ساخت، صورت گرفته و در امتداد طول خیابان بوعلی ادامه پیدا کرده، به عنوان مصالح بومی از (سنگ های الوند) استفاده شده و المان ها و مجسمه های سنتی و استفاده از تیر های چراغ به شکل قدیمی، ایجاد هماهنگی و هم خوانی کف با ساختمان های اطراف، استفاده از وسایل نقلیه بیصدا و انتقال خطوط حمل و نقل و کاهش آلودگی صوتی ناشی از وسایل نقلیه و ایجاد آرامش پیاده راه، استفاده از نیمکت ها و صندلی های چوبی و سنگی و نیمکت هایی با اشکال نرم باعث افزایش حضور پذیری و تعاملات اجتماعی شده است. در جمع بندی نهایی به نظر می آید این موضوع باعث افزایش هویت تاریخی و ارتقاء هویت و حس مکان برای شهروندان و گردشگرانی که به این مکان مراجعه میکنند شده است.

مراجع

۱. شکوئی، حسین (۱۳۸۸)، اندیشه های نو در فلسفه جغرافیا، فلسفه های محیطی و مکتب های جغرافیایی، تهران: انتشارات گیتاشناسی، ج ۲.
۲. تابان، محسن و آزاده پشتوتنی زاده، (محورهای شاخص شهری و دالان های بوم شناسانه ی رودها ارتقای هویت مکانی با تاکید برمسیرهای پیاده ی گردشگری)، نشریه هویت شهر، س ۲، ش ۶، ۱۳۸۹.
۳. پوراحمد، احمد (۱۳۸۹)، قلمرو فلسفه جغرافیا، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۴. فلاحت، محمد صادق (۱۳۸۵)، مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲، تهران.
۵. فلاحت، محمد صادق (۱۳۸۵)، مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۶، تهران.
۶. اردالی، نادر و بختیار، لاله (۱۳۹۰)، حس وحدت نقش سنت در معماری اسلامی، مترجم و ننداد جلیلی، تهران، علم معمار رویال، ص: ۸.
۷. جکسن، ویلیام، ابراهام والتاین، (۱۳۶۹)، سفرنامه جکسن (ایران در گذشته و حال)، ترجمه منچهر امیری و فریدون بدرهای، تهران، خوارزمی.
۸. خزائل کردستانی، رضا، (۱۳۲۳)، (خلاصه تاریخ همدان)، تهران، بینا.
۹. پاکزاد، جهان شاه (۱۳۸۸)، راهنمای طراحی فضاهای شهری، انتشارات شهیدی، تهران، چاپ چهارم.
۱۰. ادکایی، پرویز، (۱۳۸۰)، بافت کهن شهر همدان (بیست گفتار درباره ی مادستان)، همدان، نشر مادستان صص ۱۷۸-۱۶۳.
۱۱. «لسترنج، گای، (۱۳۶۴)، جغرافیای تاریخی سرزمینهای خلافت شرقی)، ترجمه محمود عرفان، تهران، انتشارات علمی فرهنگی.
۱۲. اصطخری، ابواسحاق بن ابراهیم، (۱۳۶۸)، (مسالك و ممالک)، ترجمه فارسی قرن هشتم هجری، به کوشش: ایرج افشار، تهران، علمی و فرهنگی.
۱۳. بارتولد و بارتولد، ون، ۱۳۷۲، ۱۳۶۲، (تذکره جغرافیای تاریخی ایران)، ترجمه حمزه سردادور، تهران، توس.
۱۴. مرادقلی، سکینه (۱۳۹۲)، برنامه ریزی راهبردی و نقش آن در نوسازی و بهسازی بافت های فرسوده شهری (نمونه موردی: زابل). پایان نامه کارشناسی ارشد.
۱۵. رایت، فرانک لوید (۱۳۷۲)، سبکها و معماران، مجله آبادی، سال دوم، شماره ۸.
۱۶. فردوسی، سجاد، شکری فیروزجاه، پری (۱۳۹۳)، اهمیت رنگ در فضای شهری، نشریه علمی ترویجی مطالعات در دنیای رنگ، جلد ۴ / شماره ۳.
۱۷. میر مقتدایی، مهتا (۱۳۸۳)، معیارهای شناخت و ارزیابی هویت کالبدی شهرها، تهران، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۱۹، پاییز، صص ۲۹-۳۸.
۱۸. غلامی، محمد، حیاتی، عقیل (۱۳۹۲)، بررسی تاثیر هویت کالبدی بر انسجام اجتماعی مطالعه موردی: محله اوین شهر تهران، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، شماره ۳۰، صص ۱۵۰-۱۳۰.
۱۹. مرتضوی، شهرناز (۱۳۹۲)، روانشناسی محیطی و کاربرد آن، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۲۰. الیاسی ابراهیم و پروزن، ادريس (۱۳۹۲)، (بررسی تأثیر کیفیت های محیطی بر تعاملات اجتماعی در فضاهای عمومی شهری؛ مورد مطالعه: خیابان جمهوری اسلامی مهاباد) همایش ملی معماری، فرهنگ و مدیریت شهری، کرج.
۲۱. بنتلی، ایان (۱۳۸۲) (محیطهای پاسخده)، ترجمه: مصطفی بهزادفر، تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت.
۲۲. کرمونا، متیو و همکاران (۱۳۸۸) (مکانهای عمومی فضاهای شهری)، ترجمه: فریبا قرائتی و همکاران، تهران: دانشگاه هنر.
۲۳. مدنپور، علی (۱۳۷۹) (طراحی فضای شهری)، ترجمه فرهاد مرتضایی، شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری.

۲۴. حیدری، ندا، صالحی، محمدصادق (۱۳۹۵)، ارزیابی معیارهای تعامل پذیری اجتماعی و سرزندگی در فضاهای نمایشگاهی، فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۴۷.

25. Lewitka.M. (2008), Place attachment, place identity, and place memory; Restoring the forgotten city past, *Journal of Environmental Psychology*, No.28. pp 209-231.
26. Pretty, G. H., Chipuer, H. M., & Bramston, P. (2003), Sense of place amongst adolescents and adults in two rural Australian towns: the discriminating features of place attachment, sense of community and place dependence in relation to place identity, *Environmental Psychology* , No.23, 273-287.
27. Shamai,S. (1991), Sense of place: an empirical measurement, *Israel, geoforum0* , Vol.22, pp: 347-358.
28. Relph, E. (2007), Spirit of Place and Sense of Place in Virtual Realities, *Techne* , 10(3), 17-25.
29. Oldenburg, R. (1999), "The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and how they Get You Through the Day", Paragon House: New York.
30. Punter, J. (1991) Participation in the design of urban space, *Landscape Design* , No 200, 24-27.
31. Downing, F, Transcending Memory: Remembrance And The Design Of place ,design
32. Lewicka, Maria,(2008), Place attachment, place identity, and ,place memory: Restoring the forgotten city past. *Journal of Environmental Psychology*, 28(3): 209-231.
33. Dominy, M, (2001), *Cnnnm hle soooom hom:: Peeee and idnttty in ee w Zaannml s high country* , Rowman and Littlefield Publishers, Lanham.
34. ,(1981) *Genius Loci* , Rizzoli, New York. Norberg-Schulz, C)
35. Relph, E, (1976), *Place and Placelessness* , Pion Limited, London.
36. Carmona, M. Tiesdell, S. (2007), *Urban design reader* , Architectural Press, Oxford.
37. Carmona, M., Heath, T., Oc, T. and Tiesdell, S. (2003) , *Public Places- Urban Spaces* , Architectural Press, Oxford.
38. Carmona, M. (2012). *Public Places° Urban Spaces*, (Gharaei & Partners, Trans). Tehran : Tehran Art University Press .
39. Cullen,G. (2013). *The Concise Townscape*,(M . Tabibian, Trans). Tehran : Tehran University Publication.
40. Golkar, K (2006) *Quality of Vitality Concept in Urban Design* , *Quarterly Journal Research° FEHSOF*, 16(44).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

