

# ارزیابی ادراک بصری فضایی میدان امام حسین (ع)

آتوسا مدیری<sup>۱</sup> - استادیار گروه شهرسازی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی  
نیکو نوراللهی اسکویی - دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۸/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۲/۰۷

## چکیده:

پرداختن به محیط از جنبه کالبدی - زیباشناختی یعنی پرداختن به مباحثی که حس بینایی را مدنظر قرار داده و سبب ساز پیوند شناختی - ادراکی شهروندان از فضاهای شهری است. در تحلیل این جنبه از محیط، ارزیابی پیام‌های بصری، ویژگی‌های مؤثر در نحوه ادراک، سازوکار دستگاه بینایی، ویژگی‌های فردی و محیطی نقش بسزایی دارند. این مقاله نیز به ارزیابی کیفیت بصری میدان امام حسین (ع) و تأثیر آن بر چگونگی ادراک ناظران، بر پایه پارامترهایی که به طور همزمان، هر دو بعد بصری و ادراکی را تحت شعاع خود قرار می‌دهند، پرداخته است. روش تحقیق پژوهش حاضر با توجه به ماهیت موضوع، از نوع کیفی و براساس هدف از نوع ارزیابی بوده و رویکرد آن ارزیابی وضع موجود بر پایه تحلیل محتوای داده‌های به دست آمده از دو روش مشاهده و مصاحبه است. با توجه به معیارهای ارزیابی در نظر گرفته شده، نتایج پژوهش نشان می‌دهد ادراک فضایی افراد، عموماً از نظر مادی و احساسی، تشابهات بسیاری با یکدیگر دارند اما ادراک معنایی یعنی تفسیر و ارزیابی آنها متفاوت خواهد بود. همچنین طرح ساماندهی میدان، توانایی برقراری ارتباط مناسب بین فرم و عملکرد فضایی آن را نداشته و در واقع میدان با وجود داشتن یک طرح از پیش اندیشیده شده و نیز کاراکتر خاص و متمایز کالبدی، موفق به برقراری ارتباط معنی‌دار بین عناصر الحاقی با زمینه کالبدی نبوده و در نتیجه موجب ادراک نامطلوب بصری - فضایی شهروندان شده است. به اعتقاد محقق، این ارتباط ناموفق، مهمترین نقطه ضعف میدان بوده و منجر به شکل‌گیری طرح‌واره‌ها و تصویر ذهنی نامطلوب از میدان در ذهن شهروندان شده است.

**واژگان کلیدی:** احساس محیط، ادراک محیط، الگوهای سازماندهی بصری، زیبایی‌شناسی بصری، میدان امام حسین (ع).

۷۷

شماره یازدهم

تابستان ۱۳۹۳

فصلنامه علمی-پژوهشی

مطالعات شهر

ارزیابی ادراک بصری فضایی میدان امام حسین (ع)

## ۱. مقدمه:

انسان موجودی اجتماعی و نیازمند به برقراری ارتباط است. ایجاد ارتباط و درک فضای عمومی شهرها در وهله نخست از طریق حس بینایی و مجموعه‌ای مصور از ابعاد بصری و فضایی محیط شهری امکان پذیر است. در واقع شهروندان با عبور از این فضاها، ادراکات حسی مختلفی را در اثر دریافت پیام‌های متنوع، به خصوص از طریق دیدن، کسب می‌نمایند. ادراکات حاصل از این پیام‌ها در مجموع، در ذهن ناظر نقش می‌بندند و چگونگی رابطه وی را با محیط پیرامونش شکل می‌دهند. موضوع مورد مطالعه با اینکه زیرمجموعه بعد کالبدی - زیباشناختی است اما تا کنون در کنار سایر مباحث شهرسازی و به صورت عناوین فرعی مطرح شده و این در حالی است که ما طراحان برای اینکه خود را هر چه بیشتر به ذهنیت افراد نزدیک کنیم، لازم است حواس آنها را برای کسب اطلاعات، بیشتر و بیشتر با محیط درگیر نماییم. از میان انواع حواس، حس بینایی از اهمیت فراوانی برخوردار است، چرا که قسمت عمده درک ما از محیط اطرافمان درک بصری است؛ بنابراین نقش ابعاد بصری به عنوان نخستین عامل ایجاد ارتباط مردم با فضای شهری، تجربه و ادراک شهروندان بسیار با اهمیت است. میدان امام حسین (ع) نیز که یک میدان پیاده شهری است، به سبب موقعیت استراتژیک (راهبردی) خود قرار است بخشی از مهمترین فعالیت‌های مذهبی، فرهنگی و آیینی را به شکل دائمی در خود جای دهد، بنابراین باید به خوبی آراسته و تجهیز شود و فضایی مناسب را در اختیار استفاده‌کنندگان قرار داده و ارتباط مطلوبی با آنها برقرار کند. با توجه به توضیحات یاد شده، این سؤال اساسی به ذهن می‌رسد که آیا به راستی طرح جدید فضای «میدان امام حسین (ع) با نقش فرهنگی - آیینی» توانسته است به لحاظ بصری که نخستین و مهمترین عامل ارتباط مردم با محیط پیرامونشان است، متناسب با حس بینایی و ظرفیت ادراکی شهروندان طراحی شود؟ و خوانش شهروندان از مؤلفه‌های بصری - زیباشناختی میدان چیست؟

## ۲. مبانی نظری

### ۲.۱. احساس و ادراک محیط

حواس در تماس ما با محیط نقش مهمی دارند و اطلاعات لازم را برای تفسیر رویدادهای اطرافمان در اختیار ما می‌گذارند. این سیستم حسی برای تفسیر محیط، مرکب از اندام‌هایی برای دیدن، شنیدن، بوییدن و لمس کردن است (Jeodicke, 1985: 9). البته تحریکات محیطی از طریق تعامل همه این حس‌های گوناگون و به شکل مرتبط با هم به صورت واحد ادراک می‌شوند (کارمونا و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۶۹). گذر از مرحله احساس به ادراک به حدی سریع است که نمی‌توان به راحتی میان آن دو مرزی شناسایی کرد. ما بر محیط اثر می‌گذاریم و از آن تأثیر می‌پذیریم و در واقع در پایان مرحله جمع‌آوری اطلاعات از چنین ارتباط متقابلی وارد مرحله ادراک، یعنی معنی دادن به این اطلاعات می‌شویم (پاکزاد و بزرگ، ۱۳۹۱: ۹۹). در معنی دادن به پیام‌های دریافتی، چهار بعد گوناگون ادراک که به صورت همزمان عمل می‌کنند، وجود دارند

که به شرح زیر می‌باشند:

- بعد شناختی: شامل فکر کردن در مورد محرک محیطی، سازمان دادن و ذخیره اطلاعات است. در واقع این جنبه به معنی دار شدن محیط برای ما کمک می‌کند.
- بعد احساسی: شامل احساسات ماست که بر درک محیطی ما اثر می‌گذارد و در مقابل آن درک از محیط نیز بر احساسات ما تأثیر دارد.
- بعد تفسیری: شامل معانی و مفاهیمی است که از محیط به دست می‌آید. در بعد تفسیری ما به خاطرات و اندوخته‌های ذهنی خود برای مقایسه و تفسیر محرکات جدید محیطی تکیه می‌کنیم.
- بعد ارزش‌گذاری: شامل ارزش‌ها و ترجیحاتی است که خوب‌ها و بد‌ها را می‌سازد. محیط می‌تواند به عنوان یک ساختار ذهنی یا تصور محیطی که از طریق افراد گوناگون به شکل‌های مختلف خلق و ارزش‌گذاری شده در نظر گرفته شود (کارمونا و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۷۰).

### ۲.۲. جایگاه حس بینایی در ارتباط انسان - محیط

محیط پیرامون ما سرشار از اطلاعات بالقوه (واقعیت) است. ما ابتدا متناسب با توانایی‌های جسمی و روانی خود، بخشی از این واقعیت را به صورت اطلاعات بالفعل (عینیت) ادراک می‌کنیم. سپس قضاوت‌هایی را بر اساس ادراک خود سازماندهی کرده و بر اساس این قضاوت‌ها ذهنیتی از محیط برای خود می‌سازیم. این ذهنیت‌ها عوامل پایه‌ای در رفتار ما هستند (پاکزاد و بزرگ، ۱۳۹۱: ۴۵). حواس ما به عنوان عامل ارتباطی انسان با محیط نقش مهمی را در این فرآیند بازی می‌کند و برای ادراک، ارزیابی و رفتار در فضا نقش اساسی دارد (همان، ۵۹). از میان انواع حواس، بیشترین مقدار اطلاعات از طریق دیدن در اختیار انسان قرار می‌گیرد. همچنین بینایی حسی است که انسان با آن فکر می‌کند و حواس دیگر در واقع الحاقاتی برای دیدن هستند که مشاهده را تکمیل کرده و دریافت پیام را تأیید یا تقویت می‌کنند (بل، ۱۳۸۷). حس بینایی مهمترین حس است و بیشترین اطلاعات را نسبت به مجموعه بقیه حس‌ها از محیط جمع‌آوری می‌کند و اهمیت آن تا حدی است که جهت‌یابی در محیط از طریق این حس انجام می‌گیرد. حس بینایی فی نفسه "فعال و جستجوگر" است (کارمونا و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۶۸).

### ۲.۳. ادراک بصری

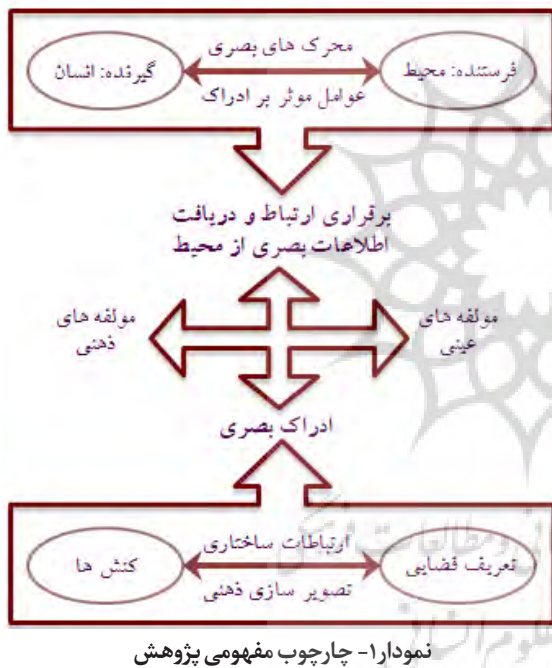
بیشتر از هشتاد درصد از ورودی‌های حسی ما بصری است و درست به همین دلیل اغلب اوقات وقتی صحبت از ادراک می‌کنیم، منظورمان ادراک بصری است، چرا که علاوه بر دلایل فرهنگی، حس بینایی در مقایسه با سایر حواس برایمان ملموس‌تر و کیفیت آن برایمان قابل کنترل‌تر است (Douglas Porteous, 2003: 31). هدمن، با اشاره به اهمیت تجربه بصری در ادراک مردم از فضا، هشدار می‌دهد که در پروژه‌های طراحی شهری باید به این نکته توجه کرد که مردم، خیلی بیشتر از آنچه که تصور می‌کنیم، پیرامون خود را می‌بینند. مردم از تجربه دوباره جاهایی که از نظر ویژگی‌های بصری، پرکشش هستند و جاهایی که همواره به

نظر می‌رسد روابط و تأثیرات فضایی تازه‌ای دارند، لذت می‌برند (هدمن، ۱۳۷۳: ۷۱-۷۲). برای ایجاد افتراق بین یک فضای خاص با سایر فضاها در ذهن بیننده، استفاده از عوامل جاذب با تأکید بر ویژگی‌های خاص محلی، می‌تواند بسیار مؤثر باشد. در واقع برای رسیدن به ادراک بهتر، توجه به نقش زیبایی‌شناسی و ترجیحات بصری مردم نسبت به مشاهدات محیط پیرامونی و نقش این امر در ارتقای کیفیت و تقویت رابطه دو سویه انسان - محیط و در نتیجه حضور بیشتر انسان در فضای شهری و احساس تعلق به آن و همچنین احساس مسئولیت برای حفظ و بهبود کیفیت چنین فضاهایی بسیار مهم است (مثنوی و فتاحی، ۱۳۹۰: ۸۰).

### ۳. تئوری‌های ارزیابی ادراک بصری

برای تحلیل چگونگی ادراک محیط بصری شهری و معیارهای شکل‌گیری آن توسط آنچه که چشم می‌بیند، تئوری‌های بسیاری مطرح است که از میان آنها دو تئوری گشتالت و فرمالیسم برای ارزیابی ادراک بصری میدان امام حسین (ع) در این پژوهش انتخاب شده‌اند. **گشتالت** مکتب روانشناسی است که با فرآیندهای ادراک سروکار دارد، این تئوری بر این باور است که تمام ادراکات بصری انسان در اشکال سازماندهی شده‌اند. میراث به جای مانده از تئوری گشتالت، هم بر روانشناسی و هم بر طراحی محیط تأثیر زیادی گذاشته است. مشاهدات تجربی تئوری گشتالت در روش‌های نظم بخشیدن به محیط و در مواردی چون زیبایی‌شناسی و وحدت فضای معماری و شهری، هنوز در طراحی محیط استفاده زیادی دارد (لنگ، ۱۳۸۱: ۱۰۰-۱۰۱). **فرمالیسم** در قرن بیستم از روانشناسی تأثیر می‌گیرد. رویکرد فرم‌گرای زیبایی‌شناسی، مدیون دیدگاه‌های آرنه‌ایم است که بر نقش الگوهای فرم در تجربه زیبایی‌شناسی تأکید دارد. نکته اصلی زیبایی‌شناسی فرمی، توجه به ساختار بصری محیط است که فضای شهری یکی از جلوه‌های آن می‌باشد. این زیبایی‌شناسی که از گشتالت تأثیر زیادی گرفته، عناصر اصلی هندسه محیط را در نظر گرفته و کاربرد آنها در ترکیب را بررسی می‌کند (لنگ، ۱۳۸۱: ۲۱۵). مطابق آموزه‌های این تئوری، شناخت ویژگی‌های فرمی عناصر بصری موجود در یک محیط و همچنین روابط متقابل میان آنها با اهمیت است.

فیگور و زمینه.  
- الگوی ساختاری: شامل روش‌هایی است که به تناسب بخش‌های مختلف طراحی با یکدیگر می‌پردازد و برای ایجاد ساختاری منسجم می‌کوشد و شامل این موارد می‌باشد: تعادل، کشش، ریتم، تناسب و مقیاس.  
- الگوی نظم‌دهی: هر طراحی تا حدودی به وجود نظم نیاز دارد. اصول این الگو مربوط به نظم در طراحی و ترکیب بندی است که شامل این موارد می‌باشد: محور، تقارن، سلسله مراتب، فرض و تغییر شکل (بل، ۱۳۸۶، الف).  
با توجه به روند مبانی نظری، دیدگاه‌های نظریه‌پردازان و تئوری‌های پشتیبان ادراک بصری قصد محقق، ارزیابی معیارهای عینی بصری در یک فضا (ویژگی‌های کالبدی و فرمی) در ارتباط با معیارهای ذهنی بصری (معانی ادراکی) و پل زدن میان نتایج آنها با آنچه که در نهایت از سوی شهروندان در لحظه برقراری ارتباط بصری ادراک می‌شود، است که در نمودار ۱ چارچوب مفهومی پژوهش مشاهده می‌شود.



### ۵. روش تحقیق

روش تحقیق پژوهش حاضر با توجه به ماهیت موضوع، از نوع کیفی و بر اساس هدف از نوع ارزیابی می‌باشد که در آن با مرور ادبیات پایه، معیارهای بصری - ادراکی، برای ارزیابی فضا استخراج شدند. به طور کلی در این پژوهش، با استفاده از تکنیک تحلیل محتوای کیفی، به ژرفای تحلیلی محیط بصری - ادراکی میدان بر مبنای واحدهای تحلیل محتوای ارزیابی استخراج شده دست می‌یابیم. در همین راستا با کمک تکنیک مشاهده میدانی، از طریق حضور در فضای میدان در زمان‌های مختلف (روزهای عادی یا مراسم خاص و در ساعات متفاوت) به صورت تصادفی در طول مدت پنج ماه و گردآوری اطلاعات بصری مثل کروکی، مقطع و تصاویر جزئی، کلی یا پانورامیک از فضا در قالب الگوهای سازماندهی بصری

### ۴. سازماندهی بصری

انسان به طور خودآگاه یا ناخودآگاه، به دنبال نظم در بی‌نظمی است و تمایل به جستجوی الگوهایی دارد که بر اساس درکش از دنیا معنا یافته و از نظر زیبایی، دارای تناسبات جز با کل باشد (بل، ۱۳۸۶، ب: ۱۱). ساختار هر ترکیب بندی، از سازماندهی عناصر پایه‌ای متنوعی شکل می‌گیرد که می‌توان آنها را در یک فضا به سه الگوی زیر تقسیم بندی نمود:

- الگوی فضایی: این الگو به موقعیت نسبی و روابط متقابل میان آنها در کلیت فضا مربوط است که به یکدیگر مرتبطند و معمولاً آمیزه‌ای از آنها در هر زمان و مکان وجود دارد و شامل این موارد می‌باشد: نزدیکی، محصوریت، در هم چفت شدگی، تداوم، تشابه،

فضایی، ساختاری، نظم‌دهی) به ارزیابی و تحلیل داده‌های به دست آمده از وضعیت بصری میدان با رویکرد اول شخص، پرداخته می‌شود. همچنین با ۲۴ نفر از استفاده‌کنندگان از فضای میدان امام حسین (ع) مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته در قالب چهار بعد ادراکی (شناختی، احساسی، تفسیری و ارزش‌گذاری) تا رسیدن به نقطه اشباع (اطلاعات تکراری) انجام گرفته و با رویکرد اگزیستانسیال، به ارزیابی و تحلیل اطلاعات ادراک شده توسط شهروندان از آنچه که در میدان می‌بینند، پرداخته می‌شود.

#### ۶. یافته‌های حاصل از پژوهش

در پژوهش حاضر، برای تحلیل ادراک بصری میدان امام حسین (ع) توجه به فرم فضای میانی آن که طی چند سال اخیر ساماندهی و به یک میدان پیاده شهری با رویکرد غالب برگزاری مراسم خاص مذهبی و ملی، جشن‌ها و آیین‌های مهم در اوقات مختلف سال تبدیل شده، معطوف بوده است. ارزیابی کلیت فضا بر آموزه‌های تئوری گشتالت استوار بوده و در جزئیات، به ارزیابی ویژگی‌های فرمی عناصر مستقر در فضا و روابط متقابل میان آنها با توجه به آموزه‌های تئوری فرمالیسم پرداخته شده است. چگونگی ادراک شهروندان از آنچه که می‌بینند نیز از میان مصاحبه‌هایی در قالب چهار بعد ادراک استخراج شده است. در روند ارزیابی، ابتدا نتایج حاصل از مشاهدات محقق (تحلیل اول شخص) و سپس نتایج

حاصل از مصاحبه با شهروندان (تحلیل اگزیستانسیال) مطالعه می‌شود.

#### ۷. رویکرد تحلیلی اول شخص - یافته‌های حاصل از مشاهده

مشاهدات محقق از سطح میدان، برای ارزیابی وضعیت بصری در قالب عکس، نقشه، مقطع و... انجام گرفته که در ادامه، چکیده‌ای از نتایج آن را خواهیم دید:

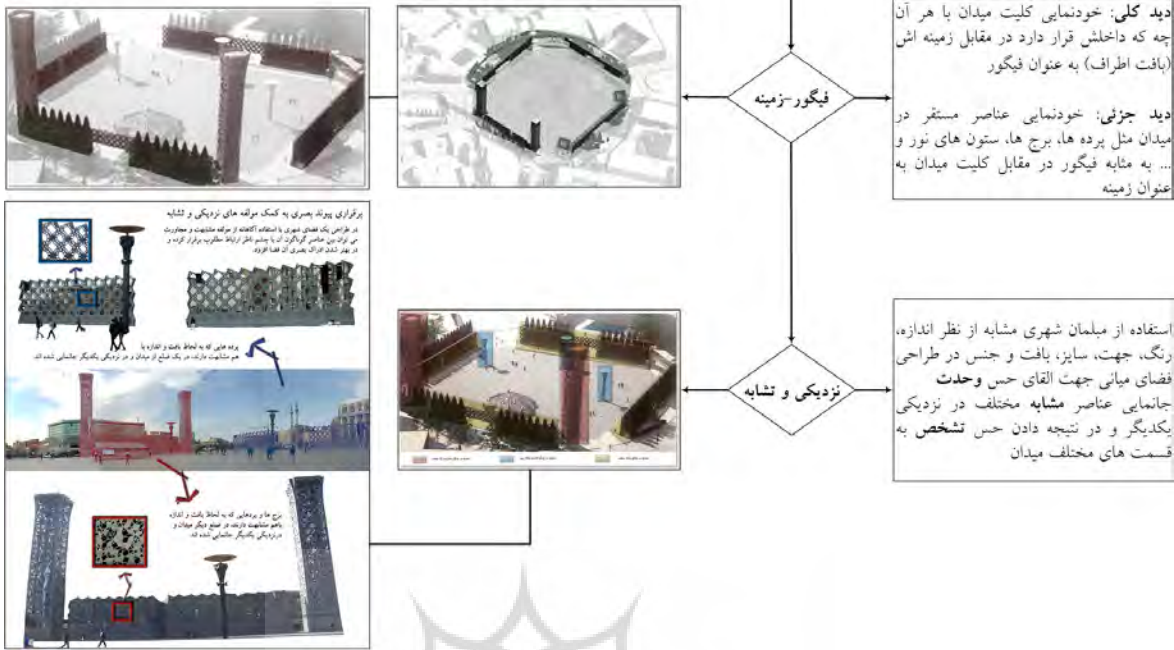
#### ۸. رویکرد تحلیلی اگزیستانسیال - یافته‌های حاصل از مصاحبه

در مصاحبه از افراد خواسته شد که تجربه بصری فضایی خود را از میدان امام حسین (ع) بیان کنند. قسمت‌هایی از نظرات مردم در این خصوص عبارتند از: اغلب کسبه و مردم محله از استقرار پرده‌های فلزی در میدان راضی نیستند. آنها را نازیبا، عامل تفکیک میدان به دو قسمت و از رونق افتادن فعالیت مغازه‌ها می‌دانند. بعضی از مردم نیز از آنها به عنوان نشانه‌ای برای آدرس‌دهی، یاد می‌کنند. در میان مصاحبه‌ها حتی یکی از عابران، فضای میدان و المان‌های جدید آن را به یک «سفینه فضایی» تشبیه می‌کند. همچنین بیشتر افراد در بیان تجربه مکانی خود از میدان به موضوعاتی از قبیل «احساس اغتشاش بصری مخصوصاً در نماها و تابلوهای تبلیغاتی آنها، حس یکنواختی در میانه میدان، احساس نظم حاصل از خطوط مستقیم و فلزی، کوچک بودن انسان در

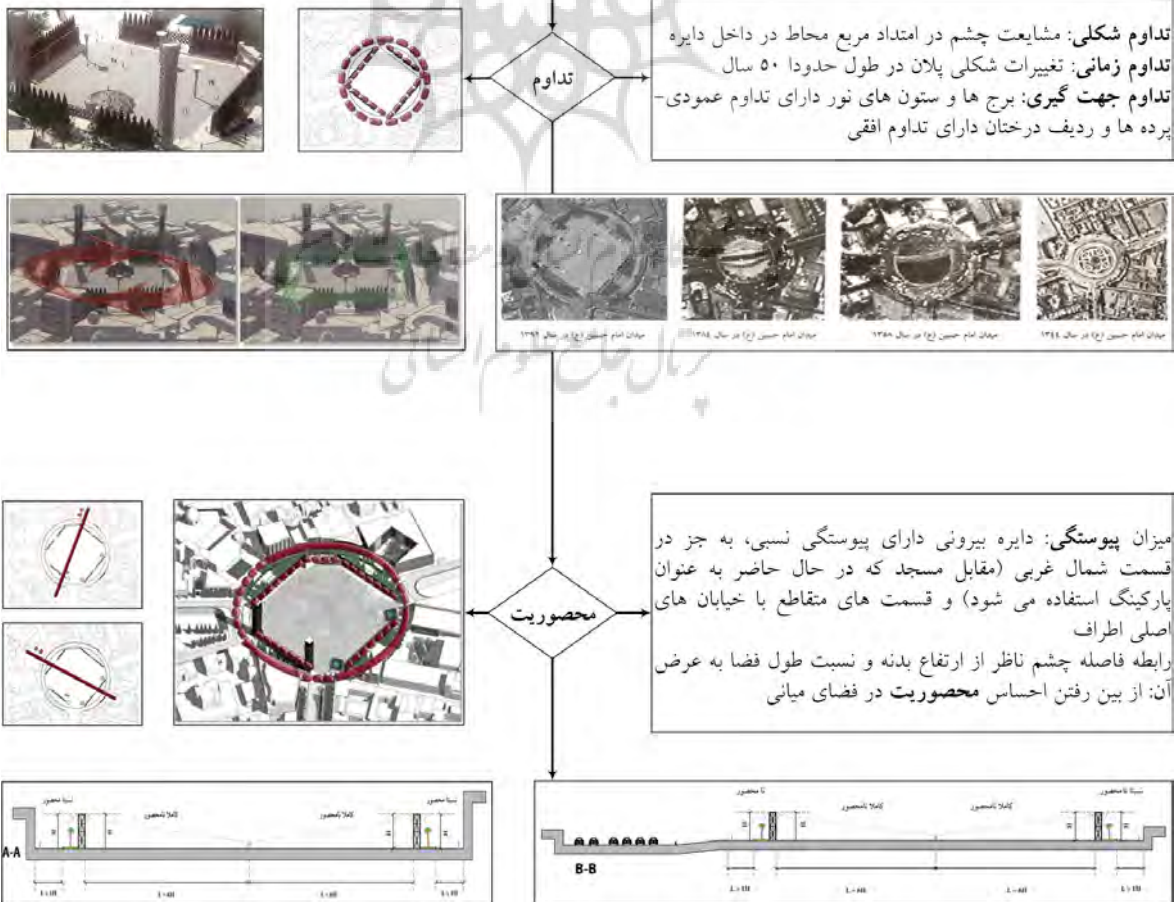
جدول ۱- معیارهای به کار رفته در روند ارزیابی میدان

ارزیابی بصری ادراکی فضای میدان امام حسین (ع)			
مبنای تحلیل	معیارهای تحلیل	دیدگاه‌های نظریه‌پردازان	شیوه گردآوری
- تئوری گشتالت - الگوی فضایی	نزدیکی، محصوریت، در هم جفت شدگی، تداوم، تشابه، فیگور، زمینه	سپته، زوکر، کالن، پانتر و کرمونا، بل	مشاهده
- تئوری فرمالیسم - الگوی ساختاری	تعادل، کشش، ریتم، تناسب، مقیاس	زوکر، کاپلان‌ها، ساوث ورت، بل	مشاهده
- تئوری فرمالیسم - الگوی نظم‌دهی	محور، تقارن، سلسله مراتب، فرض، تغییر شکل	اسمیت، رگن، سپته، بل	مشاهده
بعد شناختی ادراک	فرم فضا، شکل، اندازه، رنگ، نزدیکی و تشابه، تشخیص اجزا از یکدیگر و از زمینه‌شان، محصوریت، مقیاس و تناسب، ریتم	سپته، کالن، بنتلی، رگن	مصاحبه
بعد احساسی ادراک	توقع فرد از فضا، وحدت، تعادل، تنوع، دلپذیری بصری، نظم، پیچیدگی، هارمونی	زوکر، کالن، ساوث ورت، کاپلان‌ها	مصاحبه
بعد تفسیری ادراک	تداعی معنی، خوانایی و جهت‌یابی، انعطاف‌پذیری، مقیاس انسانی	لینچ، اسمیت، تیبالدز، کاپلان‌ها	مصاحبه
بعد ارزش‌گذاری ادراک	میزان زیبایی فضا، خاطره‌انگیزی، تصویر ذهنی، میزان حضورپذیری، اختلاط اجتماعی، حس مکان	اسمیت، تیبالدز، ساوث ورت، پانتر و کرمونا	مصاحبه

## معیارهای الگوی فضایی



## معیارهای الگوی فضایی



## معیارهای الگوی ساختاری



### تعادل

بیشترین نیروی بصری وارده: جایگاه ویژه ساخترانی به سبب فرم متفاوت و ارتفاع زیاد، مسجد امام حسین (ع) به سبب معماری خاص، ستون های نور و برج ها به سبب ارتفاع بسیار زیاد، پاساژ محسن به سبب ارتفاع و جنس مصالح متفاوت، جایگاه مدفن شهدا به سبب ارزش معنوی و موقعیت قرار گیری، بازارچه شهرستانی به سبب معماری متفاوت و ارتفاعش اما نیروی وارده از سوی پرده های فلزی به سبب مشابهت در ارتفاع، رنگ، بافت، مقیاس و... تقریباً برابر و متعادل است.



کلیت فضا: وجود ریتم تقریباً یکنواخت در میدان به سبب تکرار پرده های فلزی با رنگ، بافت، اندازه، جنس و... مشابه تحت ضرابهنگ تکراری در فواصل مشابه

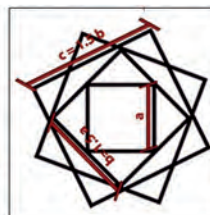
جزئیات: وجود انواع مختلف ریتم ها در عناصر مستقر در فضا مثل ریتم عمودی و حرکت گروهی حاصل از اشکال تکرار شده با سه مقیاس متفاوت در فواصل منظم، ریتم افقی و عمودی حاصل از مستطیل های یکسان تکرار شده، ریتم مختلط حاصل از تکرار فرم های بی در پی، ریتم مورب با استفاده از رنگ و اشکال تکرار شونده با زاویه مشخص در نمای ساختمان، ریتم موجی حاصل از کاشت درختچه ها و درختان بر مدار دایره وار و در فواصل منظم

### ریتم

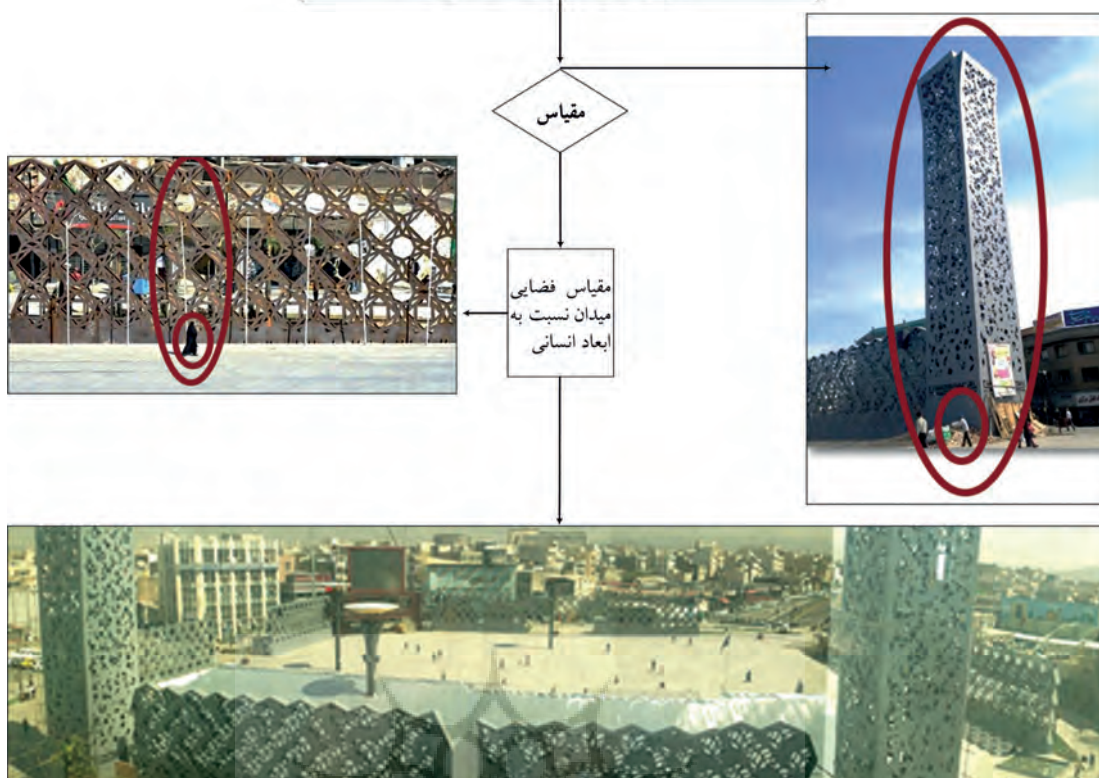


### تناسب

استفاده از تصاعد هندسی حاصل از ماریچج مربعی در بافت پرده های فلزی استفاده از قانون یک سوم ها در نسبت ارتفاعی برج ها به پرده فلزی میان آن ها استفاده از قانون تناسب طلایی در قسمت هایی از باز شو پرده ها نسبت به کل سطح آن ها بعد جایگاه ویژه ساخترانی نسبت به پرده های مجاورش به لحاظ عرضی با هم برابر و به لحاظ ارتفاعی دو برابر ارتفاع پرده هاست



## معیارهای الگوی ساختاری



## معیارهای الگوی نظم دهی



فضا، احساس سنگینی در فضا، احساس ترک فضا به خاطر خالی بودن و کسل کننده بودن آن، کم بودن مبلمان شهری» و... اشاره نموده‌اند.

در نهایت، چکیده‌ای از نتایج به دست آمده از مصاحبه با استفاده‌کنندگان میدان امام حسین (ع) در قالب چهار بعد ادراک، در جدول ۲ مشاهده می‌شود:

### ۹. جمع بندی یافته‌ها

در فضای ساماندهی شده میدان، پرده‌ها و برج‌های فلزی به سبب عواملی مانند فرم، تناسبات، موقعیت قرارگیری، اندازه و... بر سایر عناصر و جدارها غالب هستند که به نوعی فضای میانی میدان را بر اهمیت‌تر جلوه داده‌اند و می‌توان گفت در سلسله مراتب بصری، گوی سبقت را از بقیه عناصر موجود در میدان

دزدیده‌اند. اما در این میدان، فیگور و زمینه با یکدیگر به تعادل کامل - مانند آنچه که در "جام روبین" رخ می‌دهد که فیگور و زمینه چنان در هم رخنه کرده‌اند که می‌توانند جایشان را عوض کنند- نرسیده‌اند. در طراحی آن فقط، سعی شده که فضای میانی میدان، به عنوان یک کانون قوی و همچنین دلایل نمادین برای محور آیینی، به صورتی شاخص از زمینه اطرافش متمایز شود. اما تضاد موجود بین آنها از نظر اکثر افرادی که به نوعی با فضای میدان در ارتباطند، غیرقابل درک و نامطلوب بوده و فاقد سنخیت فضایی است. همچنین المان‌هایی با مقیاس، شکل‌ها و جزئیات مختلف در کنار هم استقرار یافته‌اند و سعی شده با استفاده از رنگ یا بافت و مصالح مشابه، وضعیت استقرار، جهت و فاصله مابین و... بین آنها پیوند بصری برقرار شود، به نحوی که به فرد بیننده، حس تعلق داشتن به یک خانواده را القا نموده و نیز وجود وجوه

جدول ۲- نتایج تحلیل و بررسی دیدگاه‌های استفاده‌کنندگان از میدان امام حسین (ع)

نتایج استخراج شده از مصاحبه با استفاده‌کنندگان از فضا	زمینه ادراکی	نقل قول‌های مستخرج از متن مصاحبه‌ها
<ul style="list-style-type: none"> <li>- بی تفاوت بودن شهروندان نسبت به فرم و شکل فضا به سبب بزرگی زیاد</li> <li>- دریافت مقیاس فوق انسانی در نگاه نخست</li> <li>- شناخت پرده‌ها و برج‌های فلزی به عنوان عاملی برای تفکیک فضای میدان</li> <li>- عدم دریافت حس محصوریت توسط پرده‌ها</li> <li>- وجود ریتم یکنواخت</li> <li>- استفاده از رنگ‌های سرد و بیروح و کم بودن میزان مبلمان و تسهیلات شهری</li> </ul>	بعد شناختی ادراک	<ul style="list-style-type: none"> <li>- شبیه بودن به یک حیاط خیلی بزرگ</li> <li>- احساس دایره بودن میدان (مثل همه میدان‌های دیگر)</li> <li>- پارتیشن بندی میدان (با تعدادی فلز یک شکل)</li> <li>- دیوار فلزی‌های چند برابر قدم مردم ولی با فاصله زیاد</li> <li>- وجود دیوار فلزی‌های بیرنگ، بی ربط و غول پیکر</li> <li>- جداسازی مغازه‌ها از وسط میدان</li> <li>- نداشتن صندلی و جای نشستن کافی مخصوصاً در قسمت وسطی</li> <li>- داشتن فضای بزرگ و دل‌باز نبودن عامل جاذب (به گونه‌ای که بتواند فرد را جذب کند)</li> <li>- ساز مخالف زدن ساختمان‌های دور میدان</li> <li>- هم شکل بودن دیوارهای فلزی</li> <li>- کم بودن درخت و فضای سبز (نداشتن سایه)</li> <li>- سنگینی کردن سایه دیوارهای فلزی در پیاده‌رو بیرونی و نزدیک مغازه‌ها</li> <li>- غالب بودن رنگ طوسی (سرد و یخ) در میدان</li> <li>- وجود حس دلگیری</li> <li>- بی علاقه‌گی به میدان و عبور از آن (به خاطر خالی بودن، کمبود محل نشستن، نبودن اتفاق جالب و...)</li> <li>- بزرگ بودن بی معنی میدان که فقط در روزهای محرم کاربرد دارد</li> <li>- یکنواختی فضا</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- دریافت حس وحدت و انسجام بصری - فضایی در فضای میانی میدان</li> <li>- وجود حس اغتشاش بصری در جداره میدان و تابلوهای تبلیغاتی</li> <li>- عدم وجود حس دلپذیری بصری</li> <li>- القای حس کوچک بودن انسان در فضا</li> <li>- عدم احساس تعادل بصری در کل فضا</li> <li>- وجود یکنواختی بصری در فضای میانی</li> </ul>	بعد احساسی ادراک	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم برقراری ارتباط معنایی با المان‌های جدید</li> <li>- وجود خوانایی و سهولت جهت‌یابی در فضا</li> <li>- غالب شدن نقش پیاده راه عبوری نسبت به نقش اصلی میدان</li> <li>- عدم وجود جذابیت بصری به عنوان عاملی برای دعوت کنندگی</li> <li>- القای حس نظم در فضای میانی</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- القای حس کسالت از تماشای فضا به سبب یکنواختی بصری</li> <li>- ادراک فضا به عنوان مکان نازیبا یا تقریباً زیبا</li> <li>- شکل‌گیری تصویر ذهنی اکثراً نامطلوب از فضا در ذهن مردم</li> <li>- عدم وجود جذابیت بصری و عملکردی در فضا</li> <li>- پایین بودن میزان حضورپذیری ناشی از عدم وجود مبلمان کافی، عدم توجه به آسایش اقلیمی، عدم وجود اتفاقات جاذب و ...</li> </ul>	بعد ارزش‌گذاری ادراک	



مشترک بین آنها باعث شود ناظر، در صدد جستجوی ارتباط میان آنها برآید. همچنین در جزئیات فضای میدان (به دلیل ماهیت رسمی و همچنین نامتقارن بودن) سعی شده در میزان تحریک حس بینایی، تعادل نسبی مثلاً از طریق مشابهت در رنگ، جنس، اشکال بدنه‌ها، میزان تزئینات شهری، تناسبات بازشوها و ... به وجود آید اما در ترکیب بندی کلیت فضا تعادل وجود ندارد، چرا که نیروهای بصری وارده از عناصر مستقر در فضا در جهات مختلف با یکدیگر برابر نیستند.

فضای کلی میدان، در میان ردیف ساختمان‌ها قرار گرفته است. در واقع به سبب وسعت میدان و نسبت ارتفاع ساختمان‌ها به طول فضا، این ساختمان‌ها بیشتر از اینکه فضای میدان را محصور کنند، آن را محدود و تعریف کرده‌اند. مقیاس و تناسب فضا و عناصر تشکیل دهنده آن، هم به صورت منفرد و هم در کنار یکدیگر، اهمیت دارند. فضای میدان با اینکه نسبتاً وسیع است اما از لحاظ ابعاد دسترسی‌ها، ساختمان‌ها و برخی مبلمان شهری موجود، دارای مقیاس انسانی است. اما مقیاس پرده‌ها و برج‌های فلزی و ستون‌های نور به دلیل نقش یادمانی‌شان به گونه‌ای است که ناظر، خود را در قبال آنها کوچک می‌بیند. این عناصر با مقیاس فوق انسانی و پیوستگی نسبی آنها (به سبب تخلخل، شفافیت و همچنین فاصله‌های موجود بین پرده‌ها) منجر به القای حس نامحسوریت می‌شود. به این ترتیب ناظر در میدان دو گونه متفاوت فضا را مشاهده می‌کند که در قسمت میانی، فضا کاملاً نامحصور و بزرگ مقیاس و در قسمت‌هایی از مسیر دور میدان (بین ردیف ساختمان‌ها و درختان - پرده فلزی) فضا، محصور یا نسبتاً محصور است. وجود این تباين در همجواری مقیاس‌ها و میزان محسوریت فضا، اگرچه از یکنواختی بصری جلوگیری کرده اما از کیفیت فضایی میدان کاسته و در نتیجه استفاده از میدان را تا حد مکانی (اکثراً) برای عبور تقلیل داده است که خود، یکی از نقطه ضعف‌های فضا محسوب می‌شود. ریتم، عامل دیگری است که علاوه بر ایجاد ساختار در اجزای ترکیب، آن را فعالتر و سرزنده‌تر جلوه کرده و موجب می‌شود چشم به موازات آن حرکت کند. ریتمی که در قسمت‌هایی از میدان (نمای ساختمان‌ها، بازشوها، نحوه کاشت گیاهان، عناصر مستقر در فضای میدان و ...) وجود دارد یکنواخت بوده و چون اغلب از سوی شهروندان نیز قابل تشخیص نیست، برایشان خسته کننده و بیمعنی جلوه می‌نماید. با اینکه فضای میانی میدان تقریباً متقارن طراحی شده اما در عین حال سعی شده با افزودن کارهای حجمی مانند برج‌ها و آبناها یا اعمال تغییراتی در محل و میزان گشودگی‌های موجود در پرده‌های فلزی از شدت تقارن فضایی آن کاسته شده و در کل ترکیب بندی، تا حدودی تحرک بصری به فضا بیخشد. این تعادل نامتقارن، اگرچه چنان جذابیتی به فضای میدان نداده ولی به نوعی توانسته آن را از حالت انجماد بصری برهاند.

مطابق مشاهدات نگارندگان و نظرات استفاده‌کنندگان فضا، نخستین چیزی که در میان انبوهی از پیام‌های بینایی، شنوایی، بویایی و ... (اگرچه به میزان برابر در میدان وجود ندارند) ذهن را به خود مشغول کرده و موجبات ادراک محیط و ارزیابی آن را فراهم

می‌کند، عناصری است که بیشتر، حس بینایی را تحریک می‌کنند. برای فرد ناظر در چنین میدان تازه طراحی شده و پرآوازه به سبب نقش و موقعیت راهبردی، موضوع، جستجویی برای یافتن مناظر جدید، متفاوت با قبل، جذاب و سرزنده (عینی و ذهنی) است. در حالی که کلیت فضای میدان نسبت به قبل نه تنها تغییر چندانی نکرده بلکه به واسطه افزودن المان‌هایی مانند پرده‌های فلزی، میدان راه‌آله‌ای از بیگانگی (به زعم شهروندان) فرا گرفته و به نوعی این المان‌های جدید برای مردم غریبه‌اند، چرا که مفهوم نمادین آن را درک نمی‌کنند. در واقع شهروندان، در پی یافتن چرایی و مفهوم هر چیزی که در فضا می‌بینند، هستند و چنانچه پاسخ مناسبی برای آن نیابند، دریافت، تفسیر و ارزش‌گذاری صحیحی از فضا نخواهند داشت و با توجه به نتایج ارزیابی‌ها، این همان اتفاقی است که امروز در میدان امام حسین (ع) رخ داده و عدم ادراک مناسب فضا موجب نارضایتی استفاده‌کنندگان از آن شده است. در واقع نتایج مصاحبه‌ها حاکی از آن است که شهروندان، به دلیل عدم برقراری ارتباط بصری و عملکردی با فضا و عناصر مستقر در آن، از وضعیت ساماندهی شده میدان راضی نیستند.

#### ۱۰. نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج به دست آمده، ادراک فضایی افراد، عموماً از نظر مادی و احساسی، تشابهات بسیاری با یکدیگر دارند اما معنای دریافتی و تفسیر و ارزیابی آنها از فضا با یکدیگر متفاوت است. در پاسخ به سؤال اصلی تحقیق می‌توان گفت طرح ساماندهی میدان، اگرچه به لحاظ کالبدی متمایز و خاص بوده و در چارچوب معیارهای الگوهای سازماندهی بصری نسبتاً موفق است اما چون ویژگی‌های نمادین بصری استفاده شده در آن، متناسب با بستر فضا و ظرفیت ادراکی عموم مردم طراحی نشده، منجر به خوانش نامطلوب شهروندان از مؤلفه‌های بصری میدان، مخدوش شدن تصویر ذهنی آنها و در نتیجه ارتباط دوسویه نامطلوب گردیده است. روابط متقابل میان عناصر مستقر در یک فضا می‌تواند شکل‌های گوناگونی به خود بگیرد، اما در نهایت باید به لحاظ بصری و ادراکی، کلیتی واحد را به وجود آورد. نتایج ارزیابی‌ها نشان می‌دهد، موفقیت میدان در برقراری ارتباط با مخاطبان، تا حد بالایی به کیفیت مؤلفه‌های بصری آن وابسته بوده و این معیارهای بصری - فیزیکی هستند که به دلیل ماهیت عینی و ملموس خود بر برداشت ذهنی استفاده‌کنندگان تأثیر بسیاری دارند. ادراک بصری شهروندان، اگرچه از نظر کالبدی، ملموس نبوده و به اندازه مؤلفه‌های بصری - فیزیکی قابل اندازه‌گیری نیستند اما بسیار مهم‌اند، چون احساس فضایی آنها را می‌سازند؛ احساسی که مبنای تفسیر و ارزیابی هر فضا از سوی مردم می‌باشد. بنابراین طراح می‌تواند با به کارگیری آگاهانه عناصر بصری مناسب با ماهیت هر فضا و نیز برگزیدن روابط فضایی، ساختاری و نظم دهنده هماهنگ میان کف، بدنه و عناصر مستقر در آن با یکدیگر و با زمینه و محیط اطرافشان و همچنین آگاهی از ترجیحات بصری مردم و استخراج معانی مشترک میان انواع استفاده‌کنندگان از فضا، ادراک محیطی در خور ناظران را ایجاد نموده و نقش فضای

شهری را در راستای رسیدن به هدف نهایی پررنگ تر نماید. چراکه ارتباطات بصری هماهنگ در یک فضا و چفت شدن آنها با متن آن فضا و تأمین نیازها و توقعات بصری استفاده‌کنندگان آن، موجب تقویت آن فضا در برانگیختن حس بینایی و در نتیجه ادراک بهتر مردم می‌شود. ارزیابی مثبت مردم در معنای درک شده از فضای طراحی شده نیز در استقبال آنها از آن فضا و ایجاد حس تعلق به آن نقش بسزایی دارد و در آن صورت است که می‌توان از یک فضا به عنوان مکانی مطلوب از دید استفاده‌کنندگان و ماندگار در اذهان یاد کرد.

#### منابع:

- موناوی، برونو (۱۳۸۷)، طراحی و ارتباطات بصری، رهیافتی بر روش‌شناسی بصری، (شاهنده پاینده)، انتشارات سروش.
- هدمن، ریچارد (۱۳۷۳)، مبانی طراحی شهری، (راضیه رضازاده؛ مصطفی عباس زادگان)، چاپ اول، انتشارات دانشگاه علم و صنعت.
- مثنوی، محمدرضا؛ فتحی، مهدی (۱۳۹۰)، «پژوهش تجربی به منظور ارتقای توسعه پایدار محیط و منظر بزرگراه شهری با رویکرد سبزه‌راه و بر مبنای ترجیحات بصری استفاده‌کنندگان»، مجله آرمانشهر، شماره ۷، ۷۷-۸۹.
- مولوی، مهرناز (۱۳۸۴)، «تحلیل فرمال فضای شهری و پایه‌های فلسفی آن»، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۱، ۲۷-۳۴.
- Arnheim, Rudolf. (1974), Art and Visual Perception, Psychology of Creative eye. California: University of California Press.
- Broadbent, G. (1990), Emerging Concepts in Urban Design. London: Van Nostrand Reinholdice.
- Donald, H. Mcburney. (1984), Introduction to Sensation/ Perception. B. Collings Virginia: Englewood Cliffs.
- Douglas Porteous, J. (2003), Environmental Aesthetics. Taylor & Francis e-Library.
- Gifford, Robert. (1987), Environmental psychology: principles and practice. University of Victoria.
- Jeodicke, Jurgen. (1985), Space and Form In Architecture. Stuttgart: Karl Kramer Verlag.
- Maughtin, Cliff, Oc Taner, and Steven Tiesdell. (1995), Urban Design ornament and decoration. Butterworth.
- Zucker, Paul. (1970), Town and Square, from the Agora to the Village Green. Massachusetts: the MIT Press.
- Stamps, Arthur. (2004), "Mystery, complexity, legibility and coherence: A meta-analysis." Environmental Psychology, 1-16.
- ایروانی، محمد؛ خداپناهی، محمدکریم (۱۳۷۱)، روانشناسی احساس و ادراک، چاپ اول، انتشارات سمت.
- بل، سایمون (۱۳۸۷)، عناصر طراحی بصری در منظر، (محمدرضا مثنوی)، چاپ اول، انتشارات دانشگاه تهران.
- بل، سایمون (۱۳۸۶)، الف، عناصر طراحی بصری معماری منظر، (محمد احمدی نژاد)، چاپ اول، نشر خاک.
- بل، سایمون (۱۳۸۶)، ب، منظر، الگو، ادراک و فرایند، (بهناز امین زاده)، چاپ دوم، انتشارات دانشگاه تهران.
- پاکزاد، جهان‌شاه؛ بزرگ، حمیده (۱۳۹۱)، الفبای روانشناسی محیط برای طراحان، چاپ اول، انتشارات آرمانشهر.
- تیس اونسن، توماس؛ کولیبورن، آن نیبو (۱۳۸۷)، گونه‌شناسی فضا در شهرسازی؛ روشی به منظور طراحی زیباشناسانه شهرها، (مهشید شکوهی)، چاپ اول، انتشارات معاونت پژوهشی دانشگاه هنر.
- حریری، نجلا (۱۳۸۵)، اصول و روش‌های پژوهش کیفی، نشر دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات.
- شاپوریان، رضا (۱۳۸۶)، اصول کلی روانشناسی گشتالت، چاپ اول، انتشارات رشد.
- کارمونا، متیو؛ تیم هیت؛ تراک؛ تیسدل، استیون (۱۳۸۸)، مکان‌های عمومی، فضاهای شهری، (فریبا قرائی؛ مهشید شکوهی؛ زهرا اهری و اسماعیل صالحی)، چاپ اول، انتشارات دانشگاه هنر.
- کالن، گوردن (۱۳۸۲)، گزیده منظر شهری، (منوچهر طبیبیان)، چاپ دوم، انتشارات دانشگاه تهران.
- گروت، لیندا؛ وانگ، دیوید (۱۳۸۸)، روش‌های تحقیق در معماری، (علیرضا عینی‌فر)، چاپ سوم، انتشارات دانشگاه تهران.
- گروت، یورگ کورت (۱۳۸۶)، زیبایی‌شناسی در معماری، (جهان‌شاه پاکزاد؛ عبدالرضا همایون)، چاپ دوم، مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- لنگ، جان (۱۳۸۱)، آفرینش نظریه معماری؛ نقش علوم رفتاری در طراحی محیط، (علیرضا عینی‌فر)، چاپ اول، انتشارات دانشگاه تهران.