

واکاوی و بررسی طراحی مجموعه‌های تفریحی و اقامتگاهی با رویکرد تقویت حس سرزندگی اجتماعی مورد مطالعه: روستای بند ارومیه

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۰۲

کد مقاله: ۸۸۱۵۱

شفق عیاررضایی*

چکیده

استراحتگاه، مجموعه اقامتگاهی، مجموعه رفاهی تفریحی و مانند آن عناوینی است که برای تأسیسات تفریحی- اقامتگاهی به کار می‌رود، که تلاش می‌کنند که بیشترین خدمات و امکانات لازم را برای مردم در طول اقامتشان ارائه کنند، اطلاق می‌شوند. امروزه ضرورت شناخت مؤلفه‌های تأثیرگذار بر کیفیت فضاهای شهری به‌منظور پاسخگویی به نیازهای شهروندان در راستای ارتقای حضور، سرزندگی و سطح تعاملات اجتماعی آن‌ها، بیش‌ازپیش مهم جلوه می‌نماید. ایجاد مراکز تفریحی و اقامتگاهی و جذب گردشگر و گردشگری در نواحی روستایی، محرکی برای افزایش تولیدات روستایی است و سبب ایجاد فرصت‌های شغلی جدید برای روستائیان به‌ویژه جوانان می‌شود. روش تحقیق به شیوه توصیفی-تحلیلی و از نوع مطالعات عملی و کاربردی است. تفرجگاه بند، یکی از مناطق گردشگری شهر ارومیه، به دلیل نزدیکی به شهر و طبیعت زیبایش، نظر گردشگران زیادی را به خود جلب کرده است، ولی به دلیل نبود برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری، سود اقتصادی چندانی برای ساکنان محلی به همراه نداشته است. لذا با در نظر گرفتن مؤلفه‌ها، شاخص‌های سرزندگی اجتماعی و یافته‌های پژوهش و طراحی مجموعه‌های تفریحی و اقامتگاهی با رویکرد تقویت حس سرزندگی اجتماعی می‌توان در این راستا گام‌های مهمی برداشت.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

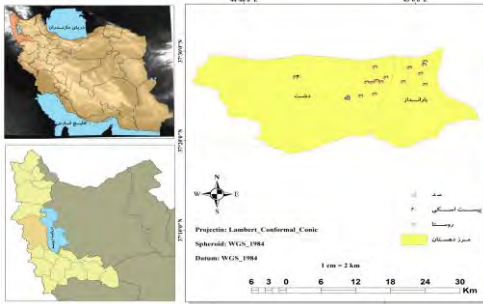
واژگان کلیدی: طراحی مجموعه‌های تفریحی و اقامتگاهی، حس سرزندگی اجتماعی، حس مکان، روستای بند ارومیه

گسترش رشد و ساخت مجموعه‌های تفریحی اقامتگاهی در زمینه‌های مستعد این ساختارها جزو مسائل مهم رشد و ترقی فرهنگی اقتصادی و اجتماعی است. طراحی معماری فضایی منطبق بر جغرافیای ناحیه مورد مطالعه در قالب یک مجموعه تفریحی و اقامتگاهی متناسب با عملکرد فرهنگی، تجاری، تفریحی و پیوسته با فضای سبز در درجه اول با بهره‌گیری از مفاهیم طبیعت و اصل احترام به طبیعت توجه به اصول معماری پایدار و هماهنگ با ارزش‌های فرهنگی آن منطقه است که می‌توان محیطی مناسب به وجود آورد. در حله دوم موجب ارتقاء سرزندگی اجتماعی بین محیط با انسان و انسان با انسان منجر می‌شود. ثالثاً مکانی برای تعاملات تجاری و اقتصادی فعالان این عرصه را نیز می‌تواند در خود جای دهد. استان آذربایجان غربی با دارا بودن اماکن تاریخی و جاذبه‌های گردشگری و طبیعی یکی از زیباترین استان‌های کشور به شمار می‌آید (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان غربی، ۱۴۰۰). روستای گردشگاهی بند از توابع بخش مرکزی شهرستان ارومیه، با مختصات جغرافیایی ۴۵ درجه‌ی طول شرقی و ۳۷ درجه و ۲۹ دقیقه‌ی عرض شمالی، در ۳ کیلومتری جنوب غربی ارومیه یکی از تفرجگاه‌های اصلی مردم ارومیه می‌باشد. ارتفاع این روستا از ۴۰۰۰ نفر جمعیت، سطح دریا ۱۴۰۰ متر می‌باشد. آب‌وهوای این روستا در بهار و تابستان معتدل و در پاییز و زمستان سرد است. این روستا از دیرباز محل مبادله کالاها و بازار روستایی منطقه‌ی ارومیه بوده است و در کنار بستر رودخانه‌ی شهرچای به صورت خطی استقرار و امتداد یافته است. درآمد بیشتر مردم روستای بند، از فعالیت‌های زراعی و باغی از جمله گندم، جو، باغات سیب و انگور و محصولات دامی از جمله گوشت، فرآورده‌های لبنی و پشم و هم چنین، تولید صنایع دستی روستایی از قبیل گلیم، قالی و فرش تأمین می‌شود (راحلی، خداوردیزاده و نجفی علمدارلو، ۱۳۸۹: ۵۳-۵۲). مهم‌ترین جاذبه‌های طبیعی و گردشگری روستای بند، تفرجگاه‌های حاشیه‌ی رودخانه‌ی شهرچای، باغات پیرامون روستا، چشم‌انداز کوهستان و تفرجگاه زمستانی بند، دریاچه پشت سد شهرچای با قابلیت‌های ورزش‌های آبی و تفرجگاه پیرامونی سد شهرچای می‌باشند. تفرجگاه بند، یکی از مناطق گردشگری شهر ارومیه، به دلیل نزدیکی به شهر و طبیعت زیبایش، نظر گردشگران زیادی را به خود جلب کرده است، ولی به دلیل نبود برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری، سود اقتصادی چندانی برای ساکنان محلی به همراه نداشته است. لذا با طراحی مجموعه‌های تفریحی و اقامتگاهی با رویکرد تقویت حس سرزندگی اجتماعی می‌توان در این راستا گام‌های مهمی برداشت.

۲- بیان مسئله

کم‌رنگ شدن فضاهای اجتماع پذیر به فقدان هویت جمعی در مکان، رفتارها، کم‌رنگ شدن گفتگوهای رو در رو کاهش نشاط اجتماعی، تبدیل مفهوم پیاده راه‌ها به مسیرهای عبور و مرور و کاهش امنیت و کیفیات اجتماعی در قرارگاه‌های رفتاری منجر شده است (رحیمی نژاد و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۹۵). فضاهای عمومی یک عامل اصلی برای سلامت روحی و روانی یک جامعه پایدار هستند (مدنی پور، ۱۳۸۹: ۲۴۷). از نظر جیکوبز وجود تنوع در کاربری‌های یک مرکز شهری (خیابان) بار فرهنگی- اجتماعی آن را افزایش داده و مراکز شهری پرمعنا را به همراه دارد (پاپلی زدی، ۱۳۸۲: ۱۱۰-۱۰۹). گردش و تفریح بخش مهمی از گذران فراغت را تشکیل می‌دهد که به طور خاص با فعالیت‌های فراغتی در فضاهای باز طبیعی ارتباط دارد، با توجه به مسائل و مشکلات روز افزون شهرنشینی معاصر از یک سو و نقش و جایگاه گردشگری در نظام اقتصادی ملی و منطقه‌ای کشور از سوی دیگر، برنامه‌ریزی و ساماندهی گردشگری به یکی از عرصه‌های مهم و ضروری برای گسترش فرهنگ فراغت، اعتلاء کیفیت زندگی شهری، کاهش تعارضات محیطی و اجتماعی و ایجاد منابع جدید اقتصادی بدل شده است، به‌ویژه ماهیت گردشگری از نظر کاهش تنش‌های شهری و نزدیکی به طبیعت و آشنایی با فرهنگ‌ها و موارث تاریخی و اجتماعی ملل کارکردی تعیین‌کننده دارد که ضرورت برنامه‌ریزی و توسعه آن را تقویت می‌کند، بنابراین گردشگری چه از نظر برنامه‌ریزی و توسعه و تجهیز، چه به لحاظ سهم سرمایه‌گذاری و نیز از نظر ساماندهی رفتارهای تفریحی و تقویت فرهنگ فراغت واجد اهمیت و نقش روزافزونی است (مغفرت خواه، ۱۳۹۶: ۲). توسعه گردشگری روستایی می‌تواند نقش مهمی در رفع فقر، اشتغال‌زایی و افزایش درآمد برای مردم مناطق روستایی قلمداد شود. (Sebele, 2010, p.143) ایجاد مراکز تفریحی و اقامتگاهی و جذب گردشگر و گردشگری در نواحی روستایی، محرکی برای افزایش تولیدات روستایی است و سبب ایجاد فرصت‌های شغلی جدید برای روستائیان به‌ویژه جوانان می‌شود، همچنین موجب پیشگیری از مهاجرت بی‌رویه روستائیان به شهرها و حفظ توان تولیدی روستا می‌شود (قدیری و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۰۷). تفرجگاه بند از توابع بخش مرکزی شهرستان ارومیه با مختصات جغرافیایی ۴۵ درجه طول شرقی و ۳۷ درجه و ۲۹ دقیقه عرض شمالی، در ۴ کیلومتری جنوب غربی ارومیه واقع شده است. ارتفاع مرکز منطقه مورد مطالعه از سطح دریا ۱۴۰۰ متر است (زننده دل، سلیمی و نوروزی، ۱۳۸۶: ۱۱۶؛ مطیعی لنگرودی و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۲۶).

از آنجاکه این تفرجگاه در منطقه کوهستانی واقع شده است، در بهار و تابستان آب و هوای مطبوع و خنکی دارد و در پاییز و زمستان سرد است. این منطقه یکی از مناطق گردشگری روستایی و نزدیکی به شهر ارومیه است که با توجه به موقعیت ممتاز جغرافیایی و بهره‌مندی از توان‌های زیاد در حوزه طبیعت گردی و گردشگری روستایی و نزدیکی به شهر ارومیه (۴ کیلومتری)، همواره پذیرای گردشگران زیادی بوده است. وجود باغ‌های میوه و کوه‌های بلند در اطراف منطقه، رودخانه و سد شهرچای در بالادست روستای بند و کوه سیر و پیست اسکی خوشاکوه، کلیسای سیر و آداب و رسوم محلی و... از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی این منطقه است.



شکل ۱- نقشه موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه،
مأخذ: طرح هادی روستای بند، ۱۳۸۹



شکل ۳- وادی بند ارومیه و دره های سرسبز منطقه
(مأخذ: <http://www.citypedia.ir>)

مردم روستای بند اغلب کرد زبان هستند و شغل اصلی آن ها زراعت و دامداری است اما در طی سال های اخیر به دلیل افزایش گردشگران و مسافران در این منطقه، تعداد زیادی از این روستایان برای ارائه ای خدمات به این گردشگران تغییر شغل داده و همین امر سبب شده که رستوران ها و غذا خوری های و مراکز رفاهی مختلف در تفرجگاه بند ساخته شوند. پیشرفت ساخت وساز در جنوب شهر ارومیه باعث شده که فاصله شهر ارومیه از تفرجگاه بند بسیار کم شود و همین امر سبب شده که مردم به این مکان تفریحی گرایش بیشتری داشته باشند.



شکل ۲- عکس هوایی، منطقه روستای بند ارومیه
(مأخذ: نگارنده، ۱۴۰۰)



شکل ۵- وادی بند ارومیه و دره های سرسبز که جزو
جاذبه های اکوتوریستی این منطقه محسوب می شوند
(مأخذ: نگارنده، ۱۴۰۰)



شکل ۴- سد شهر چایی ارومیه که بر روی رودخانه شهر
چایی در امتداد روستای بند جریان دارد
(مأخذ: نگارنده، ۱۴۰۰)

۳- روش تحقیق

این تحقیق به شیوه توصیفی و تحلیلی و از نوع مطالعات عملی و کاربردی است که مبتنی بر مطالعه، کارهای انجام شده، تحقیق ها و پایان نامه های به روز و تجزیه و تحلیل آن ها می باشد و با پرداخت مرحله به مرحله با رویکرد استدلالی (مقایسه دیدگاهها) مخاطب را به آستانه شناخت حضوری می رساند و در نهایت تلاش شده تا در انتهای کار ماحصل یافته ها با نگاهی نوین و در قالب یک طرح کاربردی بر اساس رویکرد حس سرزندگی اجتماعی در طبیعت بکر و زیبای روستای بند ارومیه ارائه گردد.

۴- پیشینه پژوهش

بهرامی و حیدر پور (۱۳۹۵)، در پژوهشی تحت عنوان طراحی مجموعه توریستی تفریحی بارویکرد معماری پایدار در راستای توسعه گردشگری (نمونه موردی میانرودان) پرداخته اند. اهداف آن مبتنی بر خلق فضایی با عملکردهای تفریحی- توریستی در کنار رودخانه می باشد. با توجه به بررسی انجام شده در اسناد طرح های بالا دست در زمینه گردشگری، طراحی و احداث هتل (تسهیلات گردشگری) یکی از ضروریات این منطقه می باشد. اختر کاروان و همکاران (۱۳۹۵)، در مقاله طراحی مجموعه اقامتی توریستی تفریحی با رویکرد معماری سبز (نمونه موردی اصفهان)، نشان دادند که بیشتر اصولی که در معماری پایدار نوین در قرن بیستم مطرح شده در معماری قدیمی این شهر بخوبی رعایت گردیده است. پورحیدر شیرازی (۱۳۹۴)، در پژوهشی به ارتقاء سرزندگی و حس تعلق به مکان در فضاهای شهری (مطالعه موردی: منطقه ۵ شهر اصفهان)، پرداخته اند. نتایج تحقیق بیانگر آن است که حوزه های فعالیت و معنا از نظر کاربران واجد اهمیت بیشتری از عناصر کالبدی بوده و همین امر، اهمیت برنامه ریزی در جهت ارتقای فعالیت های تفریحی و اجتماعی را دوچندان می کند. در واقع، برنامه ریزی برای بهبود عامل کالبدی نیز بایستی در جهت افزایش

امکان شکل‌گیری فعالیت‌های متنوع و نیز بهبود تصویر و سیمای محیط در ذهن کاربران فضا باشد تا موجب ارتقای میراث هویت و خاطرات جمعی و تجمع میراث ناشی از زندگی هر روزه شهروندان در محیط‌های شهری گردد. عباس زاده، غفاری آذر و آیشم (۱۳۹۲)، به بررسی مفهوم حس تعلق به مکان در فضاهای شهر دیروز و امروز (مطالعه موردی: شهر ارومیه)، پرداخته‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد در اکثر فضاهای جدید شهرها این حس تعلق و هویت نادیده گرفته شده و نیازمند توجه و بررسی بیشتر و اصولی‌تر می‌باشند. مطیعی لنگرودی و رضائیه آزادی (۱۳۹۲)، در ارزیابی اثرات اقتصاد گردشگری از دیدگاه جامعه میزبان در تفرجگاه بند ارومیه، نتایج پژوهش نشان می‌دهد، که گردشگری اثرات مثبتی همچون ایجاد اشتغال برای جوانان و افزایش درآمد برای ساکنین محلی و اثرات منفی مانند افزایش قیمت زمین برای ساکنین محلی به دنبال داشته است. طاهر طلوع دل و اشرف السادات (۱۳۹۶)، در بررسی مؤلفه‌های عامل ایجاد سرزندگی ساکنین فضاهای زیستی، براساس تحلیل نظرات ۱۲ متخصصین مربوطه، سه مؤلفه کالبدی، مؤلفه اجتماعی و نیز مؤلفه زیست محیطی مؤثرترین مؤلفه‌ها محسوب می‌شوند. نتایج کمی این تحقیق نشان داده است که مؤلفه کالبدی ۷۴/۴۲٪، مؤلفه اجتماعی ۱۸/۱۶٪، و مؤلفه زیست محیطی نزدیک به ۷/۰۰٪ در تحقق حس سرزندگی مؤثر بوده‌اند. دستاورد نهایی این تحقیق تبیین مدل ارتباطی میان مؤلفه‌های عامل تحقق سرزندگی برای ساکنین فضاهای زیستی است.

۵- مبانی نظری تحقیق

۵-۱- مجموعه‌های تفریحی و اقامتگاهی

استراحتگاه، مجموعه اقامتگاهی، مجموعه رفاهی تفریحی و مانند آن عناوینی است که برای تأسیسات تفریحی- اقامتگاهی به کار می‌رود، که تلاش می‌کنند که بیشترین خدمات و امکانات لازم را برای مردم در طول اقامتشان ارائه کنند، اطلاق می‌شوند. چنین خدماتی شامل خوراک، آشامیدنی‌ها، محل اقامت (مهمانخانه)، امکانات ورزشی، سرگرمی و خرید می‌شوند (دلخواه، ۱۳۹۸: ۱۴). صنعت هتلداری و فضاهای اقامتی زیر مجموعه‌ای از صنعت توریست و گردشگری بین‌المللی به شمار می‌رود و بین درآمد آن‌ها در مناطق مختلف دنیا، ارتباط مستقیم وجود دارد (Bucci F, et al, 2002). صنعت گردشگری به لحاظ درآمدزایی و تأثیر در رشد اقتصادی کشورها با ایجاد زمینه‌ها و زیر ساخت‌های مناسب درصدد بهره‌برداری از مزایای این صنعت هستند. برای اغلب این کشورها گردشگر منبع مهمی برای فعالیت‌های تجاری، کسب درآمد، اشتغال زایی و مبادلات خارجی محسوب می‌شود (Haber, Lerner, 1998, p.198). بسیاری از این کشورها سالانه در آمد سرشاری از این صنعت گردشگری به دست می‌آورند برای مثال در طی دو دهه گذشته استرالیا از این بخش ۵۰ میلیون دلار در آمد به دست آورده است (Foster. 1997, p.27).

۵-۲- تعریف فضای باز شهری

منظور از فضای باز شهری هر آن چیزی است که در میان توده‌ها قرار گرفته است و شامل خیابان‌ها، میدان‌ها، فضای تفریح و گردشگری خارج از توده‌ها، فضای پیاده‌رو... می‌شود. فضای باز شهری را می‌توان سیستمی از روابط بین اشیاء (توده‌ها) در نظر گرفت. فضایی که بین اشیاء قرار گرفته (فضای مابین) تنها یک فضای تهی نیست. فضای مابین برای شناخت اشیاء ضروری هستند. بدون این فضاها بازشناسی مستقل اشیاء عملی نیست و گذشته از آن، فضاهای مابین، نقش بسیار مهمی در رابطه تک تک عناصر با یکدیگر ایفا می‌کنند (کشتکاران، ۱۳۸۹).

شاخص‌های سرزندگی انتخابی، جهت بررسی در فضای باز شهری را می‌توان چنین بیان نمود:
 خوانایی: میزان درک و فهم یک مکان توسط مردم؛ (احمدی نژاد و فخارزاده، ۱۳۷۹).

حس مکان: به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه‌ی آن‌ها از محیط خود است که شخص را در ارتباط درونی با محیط قرار می‌دهد (پرتوی، ۱۳۸۲: ۵۰-۴۰).

تمایز معمارانه: بهره‌مندی از خلاقیت معمارانه در عین هماهنگی با سایر عناصر شهری؛
 اتصال و ارتباط: ترکیب منطقی با سایر کاربری‌ها و بدنه‌های کالبدی؛

محیط‌های شهری دوستانه: احساس امنیت عاطفی و لذت از مکان؛ (پرتوی، ۱۳۸۲: ۵۰-۴۰).

امنیت: کیفیتی از محیط که آرامش و آسودگی را چه در بعد فیزیولوژیک و چه در بعد روانی به همراه دارد.

از لحاظ روانشناسی: نزدیک شدن، پیش‌بینی سلسله‌مراتبی از خلوت تا تعامل اجتماعی؛

۵-۳- حس مکان

حس مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه از محیط خود است که شخص در ارتباط درونی با محیط برقرار می‌کند و این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می‌گردد (فلاح، ۱۳۸۵: ۵۷). از دیدگاه روانشناسی محیطی انسان‌ها به تجربه حسی، عاطفی و معنوی خاص نسبت به محیط زندگی نیاز دارند. این نیازها از طریق تعامل صمیمی و نوعی هم‌ذات‌پنداری یا مکانی که در آن سکونت دارد قابل تحقق است. این تعامل صمیمی و هم‌ذات‌پنداری، روح یا حس مکان نامیده می‌شود. از نظر روانی حس مکان کاتالیزوری است که

باعث تبدیل شدن یک محیط به یک مکان می‌شود، روند تجربه عمیق مکان نه به عنوان یک شی بلکه به عنوان یک ارگانسیم زنده است که بعد از انطباق‌های متقابل پی در پی محقق می‌شود، از این رو روابط بین افراد و مکان‌ها نیازمند ثباتی خاص است (نوربرگ شولتز، ۱۳۸۸). فریز استیل نیز حس مکان را این گونه شرح می‌دهد: رابطه انسان و مکان تعاملی است یعنی مردم چیزهای مثبت یا منفی را به محیط می‌دهند و سپس از آن می‌گیرند بنابراین چگونگی فعالیت‌های مردم در کیفیت تأثیر محیط بر آن‌ها اثر گذار است (Steel, 1981). در واقع دل‌بستگی به مکان رابطه نمادین ایجاد شده توسط افراد به مکان است که معانی احساسی، عاطفی و فرهنگی مشترکی به یک فضای خاص می‌دهد. دل‌بستگی به مکان مبنایی برای درک فرد و گروه نسبت به محیط است و معمولاً در محیط فرهنگی به وجود می‌آید (لینچ، ۱۳۷۶). آلمن حس تعلق در محیط را بیش از تجربه شناختی دانسته و اعتقاد دارد که این حس، عقاید فرهنگی مرتبط کننده افراد با محیط را شامل می‌شود و خصوصیات این محیط را در سه عامل مقیاس، اختصاصی بودن و قابل دسترس بودن بیان می‌نماید (تولایی، ۱۳۸۰: ۴۱). راپاپورت با تأکید بر نقش مؤلفه‌های اجتماعی فرهنگی در شکل‌گیری محیط کالبدی، با ارائه نظریه ارتباط غیر کلامی، محیط را مجموعه‌ای از عناصر کالبدی ثابت، نیمه ثابت و متحرک تقسیم می‌کند که فرد بر اساس کدها و انگاره‌های فرهنگی خود، معنا و مفهوم خاص خود را از محیط و عناصر آن استنباط می‌کند (راپاپورت، ۱۳۸۸).

۵-۳-۱- ابعاد مختلف حس تعلق به مکان

الف- تعلق کالبدی به مکان: کیفیت‌های کالبدی و عملکردی مکان، به عنوان قرارگاهی برای فعالیت‌ها و داد و ستدهای اجتماعی، درجه‌ای از وابستگی و تعلق به مکان را تحت تأثیر قرار می‌دهند (Ujang, 2009).
ب- تعلق احساسی به مکان: این بعد از تعلق، بر عواطف و احساسات انسانی نسبت به مکان و محیط اطراف او تأکید دارد و حس تعلق را ناشی از تعاملی بین شخص و محرک‌های کالبدی، اجتماعی و فعالیت‌ها می‌داند. احساس اصلی‌ترین دلیل شکل‌گیری و ایجاد ارتباط با محیط پیرامون است. احساس از طریق ادراک و شناخت محیط، عامل پیوند بین شخص و مکان و دیگران است (سیاوش پور، ۱۳۹۳).
ج- تعلق اجتماعی به مکان: برخی حس تعلق را ناشی از روابط و تعاملات اجتماعی جاری در مکان دانسته و آن را عامل اصلی در شکل‌گیری این حس می‌دانند از نگاه این رویکرد، حس تعلق به محیط برآیند عواملی از تعاملات اجتماعی می‌باشد که در محیط صورت می‌پذیرد. بر اساس این رویکرد محیط حاوی اطلاعات و نشانه‌های مشترک اجتماعی است که انسان‌ها با درک و رمزگشایی آن‌ها با محیط خود به تعامل می‌رسند (جوان فروزنده، ۱۳۹۰).

۵-۳-۲- سطوح مختلف حس تعلق به مکان

جدول ۱- سطوح مختلف حس تعلق به مکان، مأخذ: پورحیدر شیرازی، ۱۳۹۴: ۱۰.

بی تفاوتی نسبت به مکان	این سطح معمولاً در ادبیات حس تعلق به مکان مورد توجه واقع نمی‌شود ولی می‌تواند در سنجش حس تعلق به مکان مورد استفاده قرار گیرد.
آگاهی از قرارگیری در یک مکان	این سطح هنگامی است که فرد می‌داند که در یک مکان متمایز زندگی می‌کند و نمادهای آن مکان را تشخیص می‌دهد ولی هیچ احساسی که او را به مکان متصل کند، وجود ندارد. در این حالت فرد ممکن است بداند که در یک مکان مستقر است ولی نمی‌داند که بخشی از آن مکان است.
تعلق به مکان	در این سطح فرد نه تنها از نام و نمادهای مکان آگاه است بلکه با مکان احساس بودن و تقدیر مشترک داشتن نیز دارد، در این حالت نمادهای مکان محترم و آنچه برای مکان رخ می‌دهد، برای فرد مهم است.
دل‌بستگی به مکان	در این سطح فرد ارتباط عاطفی پیچیده با مکان دارد. مکان برای او معنا دارد و مکان محور فردیت است و تجارب جمعی و هویت فرد در ترکیب با معانی و نمادها با مکان شخصیت می‌دهد. در این حالت بر منحصر به فرد بودن مکان و تفاوت آن با دیگر مکان‌ها تأکید می‌کند.
یکی شدن با اهداف مکان	این سطح نشانه‌دهنده در آمیختگی و پیوستگی فرد با نیازهای مکان است. در این حالت فرد اهداف مکان را تشخیص داده، با آن‌ها منطبق شده و از آن‌ها پیروی می‌کند. در فرد شور، عشق، حمایت و از خود گذشتگی نسبت به مکان وجود دارد.
حضور در مکان	این سطح به نقش فعال فرد در اجتماع که علت آن تعهد به مکان است، توجه دارد. در مقابل تمامی سطوح قبل که مبنای نظری داشتند. این سطح از رفتارهای واقعی افراد برداشت می‌شود.
فداکاری برای مکان	این سطح بالاترین سطح حس مکان است و فرد عمیق‌ترین تعهد را نسبت به مکان دارد و فداکاری زیادی برای گرایش‌ها، ارزش‌ها، آزادی‌ها و رفاه در موقعیت‌های مختلف از خودشان نشان می‌دهد. در این سطح آمادگی برای رها کردن علایق فردی و جمعی به دلیل علایق بزرگتر نسبت به مکان وجود دارد.

۵-۴- حس سرزندگی اجتماعی

فرهنگ لغت معین، واژه‌ی «سرزندگی» را مسرور، معروف، مشهور و مهم‌تر تعریف می‌کند (لینچ، ۱۳۸۷: ۹۲-۹۰). سرزندگی یکی از مؤلفه‌های سازنده‌ی کیفیت کلی طراحی شهری یک محیط است (گلکار، ۱۳۸۷). سرزندگی، حالتی از نشاط و پویایی و

برقراری ارتباط با محیط اطراف است که در این ارتباط تأثیرگذار و تأثیرپذیر است. اما آنچه در ادبیات تخصصی طراحی شهری در این خصوص از سال ۱۹۸۱ با انتشار آثار کلاسیک «دانلد ایلپارد» مطرح گردیده است (خیابان‌های سرزنده)، بیش تر حول مفهوم واژه «Livability» و «Liveliness» است که معنی آنه به زبان فارسی سرزندگی است. سرزندگی به مفهوم این است که شکل شهر از عملکردهای حیاتی، نیازهای بیولوژیک و توانایی‌های انسان حمایت کرده و بقای همه موجودات زنده را تضمین کند (البر، ۱۳۸۵؛ مولایی هاشجین و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۱۴). در لغت نامه شهرسازی، سرزندگی یا لیواییلیتی^۱ را مناسب برای زندگی می‌داند و فراهم آورنده کیفیت زندگی مطلوب تعریف می‌کند (ذاکر حقیقی، ۱۳۹۸).

در این رابطه می‌توان شاخص‌های سرزندگی، انواع سرزندگی را از دیدگاه لاندی چنین برشمرد:

۱. سرزندگی اقتصادی: توسط سطوح اشتغال، درآمد خالص و استانداردهای زندگی مردم در یک منطقه تحت بررسی، شمار سالیانه گردشگران، عملکرد خرده‌فروشی‌ها، ارزش زمین و دارای مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.
۲. سرزندگی اجتماعی: به وسیله سطوح فعالیت‌ها و تعاملات اجتماعی به علاوه ماهیت ارتباطات اجتماعی سنجیده می‌شود. یک شهر سرزنده و زیست‌پذیر به لحاظ اجتماعی می‌تواند به واسطه سطوح پایین محرومیت، پیوستگی اجتماعی قوی، ارتباطات خوب و پویای میان لایه‌های اجتماعی، روحیه جمعی و غرور مدنی، دامنه وسیعی از شیوه‌های زندگی، روابط موزون و یک جامعه با طراوت توصیف کرد.
۳. سرزندگی محیطی: دو جنبه را در بر می‌گیرد؛ جنبه اول پایداری اکولوژیکی که در رابطه با متغیرهایی، نظیر آلودگی هوا و صوت، دفع مواد زائد و فاضلاب، انبوهی ترافیک و فضای سبز قرار دارد. جنبه دوم طراحی است که متغیرهایی، مانند خوانایی، حس مکان، تمایز معمارانه، اتصال و ارتباط بخش‌های مختلف شهر، کیفیت روشنایی و این را که محیط شهری تا چه حد دوستانه، امن و به لحاظ روانشناسی نزدیک‌شدنی است، در بر می‌گیرد.
۴. سرزندگی فرهنگی: در برگزیده‌ها، احترام و تجلیل از شهر و مردمانش، هویت، خاطرات، سنت، جشن‌های اجتماعی، تولید، توزیع و مصرف محصولات دست‌بشر و نشانه‌هایی که بیانگر ماهیت متمایز شهر می‌باشد، است.

۵-۵- سرزندگی از دیدگاه معماری و شهرسازی

جین جیکوبز^۲ سرزندگی خیابان را امکان برقراری برخوردها و تعاملات مفید بین افراد و تماشا کردن دیگران می‌داند. وی پویایی و احساس زنده بودن شهر را در گرو مراکز شهری پیچیده، متراکم و پرازدحام می‌داند و به آثار مثبت اقتصادی اجتماعی و روانی عاطفی اینگونه مراکز اشاره می‌کند (جیکوبز، ۱۹۶۱). جیکوبز و دونالد ایلپارد^۳ در مقاله به سوی یک مانیفست طراحی شهری، که در ژورنال انجمن شهرسازان آمریکا انتشار یافته است، کیفیت‌های لازم برای طراحی شهری را چنین برشمردند: ۱. سرزندگی؛ ۲. هویت و کنترل؛ ۳. دسترسی به فرصت‌ها، تخیل و شادی؛ ۴. اصالت و معنا؛ ۵. زندگی اجتماعی و همگانی؛ ۶. خود انکاپی شهری و محیطی برای همه (ذاکر حقیقی، ۱۳۹۸).

جدول ۲- هفت کیفیت کلیدی در سرزندگی از دیدگاه بنتلی، مأخذ: پورحیدر شیرازی، ۱۳۹۴: ۱۰.

عوامل مختلف تشکیل دهنده سرزندگی	
تعداد راه‌های بالقوه به یک محیط، اثر بر امکان رفتن مردم به مکانی (طراحی نقشه کلی راه‌ها و بلوک‌های ساختمانی)؛	نفوذپذیری
سمت و سو دادن به حق انتخاب و جریان اعمال تجربه‌ها، اثر بر تنوع قابلیت‌هایی که به مردم عرضه می‌گردد (استقرار انواع کاربری‌ها)؛	گوناگونی
القاء تصویر ذهنی و سیمایی مردم در فرایند طراحی " طراحی تزیینات فضایی و ساختمانی واجد ابنیه و مکان‌های بیرونی " اثر بر چگونگی درک مردم از فرصت‌ها و موقعیت‌های یک محیط بر آنان می‌دهد.	خوانایی
ترکیب توانمند مکان‌ها برای منطقه‌های مختلف " تمرکز بر روی جزئیات تک بناهای بیرونی "، اثر بر توانمندی محیط برای پاسخگویی به استفاده‌های مختلف سازگار با اهداف متنوع مردم؛	انعطاف‌پذیری
جزئیات ظاهری یک مکان که مردم را از گزینه‌های قابل عرضه به خودشان آگاه کند (طراحی سیای بیرونی)؛	تناسبات بصری
اثر بر قوام گزینه‌های مربوط به تجربیات حسی مردم کیفیتی که باعث افزایش تجربیات حسی مردم به طوری که موجبات لذت آنان را فراهم آورد.	غنا حسی
امکان مهر و نشان خویش بر مکان را فراهم می‌آورد، زمینه‌سازی برای این که مردم به زدن نشان خویش بر مکان کار و زندگی خود تشویق شوند، آخرین تصمیمات مربوط به جزئیات فرم‌ها و مصالح؛	رنگ تعلق

1 . Livability
2 . Jane Jacobs
3 . Donald Appleyard

می‌توان تنوع و فعالیت پذیری را به عنوان دو مؤلفه تاثیرگذار در سرزندگی فضاهای شهری دانست. یکی از راه‌های رسیدن به تنوع به کارگرفتن نمادهای شهری اند که برگرفته از کالبد موجود و ارزش‌های بافت تعریف می‌گردند که به خوانایی مکان افزوده و آن را به نماد تبدیل می‌کند. از دیگر عوامل سرزندگی، ایجاد کاربری‌های متنوع و متناسب با هر ساکنس، استقرار کاربری‌های خدماتی که تداوم حضور شهروند را در پی دارد و همچنین استقرار کاربری‌های اوقات فراغت، تنوع میلمان و هماهنگی روشنایی مسیر بدنه‌ها و تاکید روشنایی روی عناصر و بناهای شاخص می‌باشد (پاکزاد، ۱۳۸۶). از آنجایی که فعالیت‌ها و کنش‌های متفاوت به راحتی براساس نیاز، زمان و... تغییر می‌کنند، در طراحی بایستی از انعطاف مناسب برخوردار باشند. گوناگونی (تنوع) تجربه فضای دلالت بر ویژگی‌های محیطی مکان‌هایی می‌کند که واجد فرم‌ها، استفاده‌ها و معانی گوناگون باشد. کاربری‌های متنوع جاذب با تامین و تولید جریان‌هایی از جمعیت در فضاهای شهری این کیفیت را فراهم می‌آورد، که در این میان هفت کیفیت کلیدی در سرزندگی از دیدگاه بنتلی به شرح زیر است (بنتلی و همکاران، ۱۳۸۲).

۵-۶- تعاملات اجتماعی

بین موجودات زنده رابطه‌ای اجتماعی وجود دارد که متعالی‌ترین شکل آن ویژه انسان است. انسان موجودی اجتماعی است و بسیاری از نیازهای او در جامعه و در تعامل با دیگران تأمین می‌شود. فضاهای جمعی مناسب با جذب افراد و گروه‌های مختلف و ایجاد شرایط مناسب برای شکل‌گیری تعاملات اجتماعی می‌تواند نگرش افراد با پیشینه‌های ذهنی و ویژگی‌های متفاوت را به یکدیگر نزدیک کند و انسان‌ها را در تکمیل رشد روانی و اجتماعی شان یاری دهد (تیموری و یزدانی، ۱۳۹۲: ۹۲-۸۳). دانشور و چرخچیان (۱۳۸۶) بعد از اجتماع پذیری فضا و ابعاد مختلف کالبدی و فعالیت‌های فضاهای عمومی مبتنی بر مراحل زیر بدانییم: پذیرا بودن فضا برای افراد و گروه‌های اجتماعی مختلف، تأمین آسایش روانی و فیزیکی و لذت بردن افراد و گروه‌های اجتماعی از حضور در فضا (دانشور و چرخچیان، ۱۳۸۶: ۲۹-۱۸). بر اساس تعاملات اجتماعی و کلیه مباحث مطرح شده در رابطه با حس تعلق به مکان و حس سرزندگی اجتماعی می‌توان الگویی کلی از مؤلفه‌های مؤثر برای تأمین سرزندگی در فضای زیستی ترسیم نمود.



شکل ۶- الگویی کلی از مؤلفه‌های مؤثر برای تأمین سرزندگی در فضای زیستی، مأخذ: طاهر طلوع دل و اشرف السادات، ۱۳۹۶: ۵۸.

۶- بحث و یافته‌های تحقیق

در خصوص تفرجگاه روستای بند و یافته‌های تحقیق می‌توان چنین برداشت نمود که بررسی موانع و مشکلات بر سر راه گردشگران در منطقه نشان می‌دهد که ۳۴ درصد گردشگران مشکلات مالی را مهمترین مانع سفر می‌دانند، نبود وسیله نقلیه با ۲۱/۷ درصد و مشکلات کاری با ۱۸/۵ درصد مهمترین موانع سفر گردشگران عنوان شده؛ کمبود وقت، امنیت جاده‌ها، مشکلات خانوادگی و جسمی از موارد دیگری هستند که بر مسافرت گردشگران تأثیر گذاشته‌اند. ۴/۲ درصد گردشگران توسعه توریسم در افزایش درآمد محلی را بسیار نامناسب، ۶/۴ درصد آن را نامناسب، ۲۴/۵ درصد متوسط، ۳۱/۲ مناسب و ۳۳/۷ آن را بسیار مناسب دانسته‌اند. در این مرحله از پژوهش نقاط قوت، ضعف داخلی، فرصت و تحدید خارجی موجود در منطقه مورد مطالعه با یک

ماتریس جداگانه مورد ارزیابی قرار گرفته تا زمینه جهت بهره برداری بهینه از توان اکولوژیکی و پتانسیل های اکوتوریسمی فراهم شود و منجر به توسعه گردشگری روستای بند ارومیه گردد.

جدول ۳- عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر توسعه گردشگری تفرجگاه بند ارومیه، مأخذ: نگارنده، ۱۴۰۰

نقاط قوت	نقاط ضعف
<ul style="list-style-type: none"> - حاشیه تفرجگاهی رودخانه بند، - نزدیکی به شهر ارومیه و دسترسی آسان گردشگران به این منطقه، - وجود جاذبه های گردشگری در مناطق همجوار با تفرجگاه بند و ایجاد زوج گردشگری، مانند پیست اسکی و... - وجود جاده ارتباطی ارومیه - بند، - کلیسای سیر و کوه سیر، - وجود شهر چای، - سرمایه گذاری افراد بومی در بخش گردشگری، - مشارکت ساکنان محلی در توسعه فعالیت های گردشگری، 	<ul style="list-style-type: none"> - نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی، - نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و خدماتی و نامناسب بودن تجهیزات تفریحی و ورزشی و... - عدم تمایل بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در بخش گردشگری و گسترش بیکاری فصلی در روستا، - عدم ایجاد تنوع شغلی در منطقه و همچنین عدم ایجاد اشتغال برای زنان، - افزایش قیمت زمین و گرایش به استفاده شخصی از فضاهای گردشگری در منطقه برای ویلاسازی و...
فرصت ها	تهدیدها
<ul style="list-style-type: none"> - افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در بین مردم، - افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در بخش گردشگری، - وجود مسیرهای کوهنوردی و پیاده روی برای ارتقای گردشگری سلامت، - افزایش انگیزه در بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این منطقه، - تهیه طرح های توسعه گردشگری برای منطقه، مانند انتخاب سد شهرچای برای منطقه نمونه گردشگری، - احداث تله کابین در ۳۲ کیلومتری منطقه، - سرمایه گذاری افراد غیر بومی در بخش گردشگری و همچنین وجود نهادهای و سازمان های غیر دولتی در منطقه، 	<ul style="list-style-type: none"> - مدیریت ناهماهنگ و نامنجم گردشگری در منطقه و ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران در منطقه، - تغییر در کاربری اراضی و تک سویه شدن کاربری ها در بخش گردشگری، - افزایش تمایل و انگیزه گردشگران برای مسافرت به سایر مناطق تفریحی در صورت عدم برنامه ریزی و نبود امکانات رفاهی و اقامتگاهی لازم در منطقه، - از بین رفتن منابع طبیعی و آلودگی زیست محیطی در اثر بی توجهی گردشگران، - بالا رفتن هزینه زندگی ساکنان محلی و توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال،

تحلیل حاصل از یافته‌های پژوهش و جدول سوات نشان دهنده این مطلب است می باشد که محیطی آرام و بدون سروصدا به همراه آب و هوای مطلوب برای تمدد اعصاب مهمترین نقطه قوت داخلی و بعد از آن مستعد بودن منطقه، و جو تعاون و همکاری، وجود کوه ها و تپه های برآفتاب، دسترسی مناسب به لحاظ جغرافیایی و... از دیگر نقاط قوت مهم این منطقه است. همچنین از نظر گردشگران مؤلفه‌هایی نظیر عدم برنامه ریزی منسجم و کلان، کمبود سرمایه گذاری دولتی و بخش خصوصی، عدم وجود تسهیلات بهداشتی خدماتی، اقامتی رفاهی، عدم وجود سطل زباله و پراکنده شدن زباله ها در طبیعت استفاده کردن روستائیان از مکان های اکوتوریستی جهت چرای دام، نبود پارکینگ و... از مهمترین نقاط ضعف در بند ارومیه بوده است. در مورد عوامل بیرونی می توان به این نتیجه رسید که امنیت پایدار، افزایش سطح درآمد و رفاه، افزایش انگیزه بخش خصوصی برای سرمایه گذاری، توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری، و... مهمترین فرصت و افزایش قیمت زمین برای احداث مکان های خدمات دهی به توریسم، افزایش هزینه ها و اثرات بر روی تجهیزات و تسهیلات و مقرون به صرفه نبودن آن ها، افزایش هزینه خدمات، افزایش هنجار شکنی و... از مهمترین تهدید های بیرونی در منطقه مورد مطالعه می باشد.

۷- نتیجه گیری

تفرجگاه بند در شهر ارومیه، از پتانسیل های زیادی در زمینه طبیعت گردی و گردشگری روستایی برخوردار است، اما به دلیل عدم شناخت دقیق و علمی از توان ها، تنگناها و قابلیت های موجود، تاکنون از این توان ها در راستای هدایت روندهای و فرایندهای طبیعی و اقتصادی برای توسعه پایدار اقتصاد گردشگری در منطقه مورد مطالعه بهره گیری نشده است. با استفاده از مدل سوات و تحلیل وضع موجود، راهبردهایی برای توسعه گردشگری تفرجگاه بند بیان شد که به کارگیری این راهبردها، شامل ایجاد و تقویت زیرساخت ها و تسهیلات، جلب سرمایه گذاری بخش خصوصی، حمایت دولت از پروژه های گردشگری در منطقه و... توسعه گردشگری و بهبود شرایط اقتصادی روستاها را در پی خواهد داشت. در واقع ساماندهی گردشگری (مجموعه تفریحی-)

اقامتگاهی روستای بند) و ایجاد تعامل میان گردشگران، مردم محلی و محیط زیست، روند توسعه گردشگری در منطقه را توسعه می دهد و رضایتمندی گردشگران و مردم محلی را به دنبال خواهد داشت.

منابع

۱. اختر کاروان، مهدی؛ دیوان دری، جواد؛ نصیری، نسرين. ۱۳۹۵، طراحی مجموعه اقامتی توریستی تفریحی با رویکرد معماری سبز (نمونه موردی اصفهان)، همایش بین المللی افق های نوین در مهندسی عمران، معماری و شهرسازی و مدیریت فرهنگی شهرها، تهران، انجمن افق نوین علم و فناوری.
۲. بهرامی و حیدر پور؛ (۱۳۹۵)، طراحی مجموعه توریستی تفریحی بارویکرد معماری پایدار در راستای توسعه گردشگری (نمونه موردی میاندوآب)، اولین کنفرانس بین المللی و سومین کنفرانس ملی معماری و منظر شهری پایدار، مشهد، موسسه بین المللی معماری، شهرسازی مهرآز شهر.
۳. بنتلی، ای یین؛ (۱۳۸۲)، محیط های پاسخده، ترجمه: مصطفی بهزادفر، تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.
۴. پورحیدر شیرازی، فرزانه؛ (۱۳۹۴)، ارتقاء سرزندگی و حس تعلق به مکان در فضاهای شهری (مطالعه موردی: منطقه ۵ شهر اصفهان)، اولین کنفرانس سالانه پژوهشهای معماری، شهرسازی و مدیریت شهری، تهران: سفیران راه مهرا.
۵. پاکزاد، جهانشاه؛ (۱۳۸۶)، راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران، تهران: انتشارات وزارت مسکن و شهرسازی.
۶. پایلی یزدی، حسین؛ (۱۳۸۲)، نظریه های شهر و پیرامون، تهران: انتشارات سمت.
۷. تولایی، نوین؛ (۱۳۸۰)، زمینه گرایی در شهرسازی، مجله هنرهای زیبا، شماره ۱.
۸. جوان فروزنده، علی؛ مطلبی، قاسم؛ (۱۳۹۰)، مفهوم حس تعلق به مکان و عوامل تشکیل دهنده آن، هویت شهر، شماره ۸.
۹. جیکوبز، جین؛ (۱۹۶۱)، مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی، ترجمه: حمیدرضا پارسی و آرزو افلاطونی (۱۳۹۶)، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۰. دلخواه، پیمان؛ (۱۳۹۸)، طراحی مجموعه اقامتی تفریحی شهر سلماس با رویکرد معماری پایدار، پایان نامه کارشناسی ارشد، مهندسی معماری، استاد رهنما: داود سعادت، دانشکده فنی و مهندسی ارومیه، واحد علوم و تحقیقات آذربایجان غربی.
۱۱. ذاکر حقیقی، کیانوش؛ (۱۳۹۸)، سنجش میزان سرزندگی در چهارراه ولیعصر شهر تهران بر مبنای تحلیل الگوهای فعالیتی موجود در آن، باغ نظر، سال ۱۶، شماره ۷۱، صص ۱۸-۵.
۱۲. رایپورت، ایماس؛ (۱۳۸۸)، انسان شناسی مسکن، ترجمه: خسرو افضلیان، تهران: انتشارات حرفه هنرمند.
۱۳. راحلی، حسین؛ خداوردیزاده، محمد و نجفی علمدارلو، حامد؛ (۱۳۸۹)، برآورد ارزش تفریحی روستای بند ارومیه به روش ارزش گذاری مشروط، مجله اقتصاد تحقیقات کشاورزی، جلد ۲، شماره ۴، صص ۶۲-۴۹.
۱۴. رحیمی نژاد، فرزاد؛ تیموریان، محمد و پیرمحمدی، محمد؛ (۱۳۹۵)، بررسی نقش عناصر تجمع پذیر در تعاملات اجتماعی محله ای سنتی، مطالعات هنر و معماری، شماره ۴ و ۵، صص ۲۰۱-۱۹۵.
۱۵. سیاوش پور و دیگران؛ (۱۳۹۳)، ابعاد تشکیل دهنده حس تعلق به مکان، با تأکید بر عوامل کالبدی، اجتماعی و احساسی (ادراک و شناخت)، ششمین کنفرانس ملی برنامه ریزی و مدیریت شهری با تأکید بر مؤلفه های شهر اسلامی، محل برگزاری: شورای اسلامی شهر مشهد، مشهد.
۱۶. سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان غربی، ۱۴۰۰.
۱۷. ضرابی، اصغر؛ عزیززاده اصل، جبار و بهاری، عیسی؛ (۱۳۹۳)، تحلیلی بر زیرساخت های گردشگری در مقصد اکوتوریستی بند ارومیه با استفاده از روش سوات، نشریه علمی- پژوهشی جغرافیا و برنامه ریزی، سال ۱۸، شماره ۴۸، صص ۲۱۰-۱۷۷.
۱۸. طاهر طلوع دل، محمدصادق و اشرف السادات، سیده؛ (۱۳۹۶)، مؤلفه های عامل ایجاد سرزندگی ساکنین فضاهای زیستی، مجله معماری شهری پایدار، سال پنجم، شماره اول، صص ۶۰-۴۷.
۱۹. عباس زاده، مظفر؛ غفاری آذر، زهرا و آیشم، معصومه؛ (۱۳۹۲)، بررسی مفهوم حس تعلق به مکان در فضاهای شهر دیروز و امروز (مطالعه موردی: شهر ارومیه)، اولین همایش ملی شهرسازی و معماری در گذر زمان.
۲۰. فلاح، م؛ (۱۳۸۵)، مفهوم حس مکان و عوامل تشکیل دهنده آن، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۶.
۲۱. قدیری معصوم، محبتی و همکاران؛ (۱۳۸۹)، گردشگری پایدار روستایی و عشایر، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۲۲. لینچ، کوین؛ (۱۳۷۶)، تئوری شکل خوب شهر، ترجمه: سید حسین بحرینی، چاپ اول، تهران: موسسه انتشارات دانشگاه تهران.
۲۳. مولایی هاشجین، مهسا؛ کریمی آذری، امیررضا؛ کریمی، باقر و مهدوی نژاد، جمالالدین؛ (۱۴۰۰)، تحلیل سرزندگی در فضاهای مجموعه های مسکونی (مفهوم، مؤلفه ها و شاخص های تأثیرگذار)، مجله دانش شهرسازی، دانشگاه گیلان، دوره ۵، شماره ۱، صص ۱۲۹-۱۱۳.
۲۴. مغفرت خواه، جواد؛ (۱۳۹۶)، طراحی مجتمع تفریحی توریستی در کوه سیر ارومیه با رویکرد پایداری محیط زیست، پایان نامه کارشناسی ارشد، مهندسی معماری، استاد رهنما: جواد صمدی، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه.

۲۵. مطیعی لنگرودی، سیدحسین و رضائیه آزادی، مریم؛ (۱۳۹۲)، ارزیابی اثرات اقتصاد گردشگری از دیدگاه جامعه میزبان در تفرجگاه بند ارومیه، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال سوم، شماره ۲، شماره پیاپی ۴، صص ۷۵-۹۱.
۲۶. مطیعی لنگرودی، سیدحسین؛ دادور خانی، فضیله؛ رضائیه آزادی، مریم و شریفی، انور؛ (۱۳۹۲)، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری (مطالعه موردی: تفرجگاه بند ارومیه)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره ۴۶، شماره ۳، صص ۵۲۳-۵۴۰.
۲۷. مدنی پور، علی؛ (۱۳۸۹)، فضاهای عمومی و خصوصی شهر، ترجمه: فرشاد نوریان، تهران: انتشارات سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران.
۲۸. نوربرگ شولتز، کریستین؛ (۱۳۸۸)، روح مکان، به سوی پدیدار شناسی معماری، چاپ دوم، ترجمه: محمد رضا شیرازی، تهران، انتشارات رخداد نو.
29. Foster David (1997). Measuring Customer Satisfaction in the Tourism Industry, Third International & Sixth National Research Conference on Quality Management, The Centre for Management Quality Research at RMIT University, Melbourne, Victoria, Australia.
30. Bucci F, Mulazzani M. Luigi Moretti: Works and Writings, Princeton Architectural Press, New York, 2002.
31. Haber Sigal, Lerner Miri (1998), Correlates of Tourist Satisfaction, Annals of Tourism Research, Vol. 25, No. 4, pp. 197_201.
32. Steel, Fritz (1981), "The sense of place" CBI publishing company, Boston.
33. Sebele, I.s. 2010. Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana. Journal of Tourism Management, 31, 136.
34. Ujang, N. (2012), "Place Attachment and Continuity of Urban Place Identity", Social and Behavioral Sciences, 49 (2012), pp 156 - 167.
35. Landry, Charles. (2000) Urban vitality, A new source of urban competitiveness. Prince Claus fund journal, Arch is Issue urban vitality/urban heroes.
36. Daneshpour, Abdolhadi; Charkhchian, Maryam (2007) Public spaces and factors affecting collective life. Journal of Gardening, No. 7, p. 19-28. (in Persian)
37. Golkar, Kourosh, (2008). The concept of quality of vitality in urban design. Sufeh Journal, No. 44, pp. 7-16 (in Persian)
38. Teimouri, Siavash, Yazdani, Samira (2013) The Impact of Open spaces of residential complexes on increasing social interactions of inhabitants. Journal of City Identity, No. 15, p. 92-83. (in Persian)
39. Zende del, H., Nourozi, M., Salimi, Z., 2007, Iran Tourism Guide Books of Western Azerbaijan Province, the Publication of Iran Tourism and the World Tourism Organization, Tehran. (in Persian)

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 رتال جامع علوم انسانی