

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

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

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

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

Received: 25 September 2021 Accepted: 31 December 2021

Highlights

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

Extended abstract

Introduction

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

Theoretical Framework

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

1 Responsible author: soheili@qiau.ac.ir

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

Methodology

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

Results and Discussion

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

Conclusion

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

Keywords:

development, cultural tourism, Kurdistan Province.

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

Copyrights:

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to Motaleate Shahri. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.



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

نمونه مورد مطالعه: منطقه ۲ شهر قزوین^۱

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

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

چکیده

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

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

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

نکات برجسته

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

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

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

۱. مقدمه

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

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

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

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

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

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

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

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

۲. چارچوب نظری

۲.۱. گرافیک محیطی

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

۲.۲. حس مکان و رویکردهای مختلف به آن

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



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

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

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



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

۳. روش

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

۴. معرفی محدوده پژوهش

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

۵. بحث و یافته‌ها

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

جدول شماره ۲: نتایج حاصل از آزمون فریدمن

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

a. Friedman Test



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

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

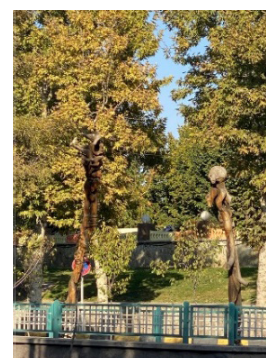
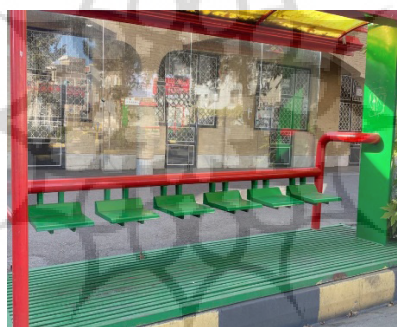
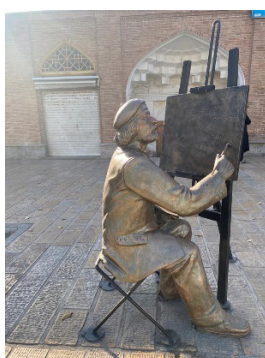
نمودار شماره ۳: رتبه بندی عناصر گرافیک شهری منطقه ۲ شهر قزوین در راستای القای حس مکان به شهروندان با استفاده از آزمون فریدمن بر اساس آماره‌های فراوانی سئوال‌ات پرسشنامه از نظر پاسخگویان، کیفیت گرافیک عناصر شهری منطقه ۲ شهر قزوین از وضعیت مطلوب و مناسبی برخوردار است و شهروندان این منطقه با نگاه کردن به این عناصر، ادراکات حسی‌شان نسبت به محیط بهتر می‌گردد و همان‌طور که برخی از شهروندان بیان نمودند، حتی با مشاهده عناصر گرافیک شهری در این منطقه، تا چند دقیقه ای از حال و هوای خود خارج شده و حس خوبی را از محیط دریافت می‌کنند (این مسئله به خصوص هنگامی که بر روی صندلی‌ها و در میان باغچه‌های سبز این منطقه نشسته‌اند، رخ می‌دهد). ضمن آن که همین امر موجب می‌شود تا دوباره به محیط بازگردند. از آنجایی که عناصر گرافیک شهری می‌توانند محیط‌های کارآمد و فضاهای شهری با کیفیت خلق کنند، بهبود این متغیرها در کیفیت محیط شهری به ادراکات و احساسات خوب شهروندان بستگی دارد. شهروندان منطقه ۲ شهر قزوین از نورپردازی‌های مصنوعی در این منطقه حس خوبی دارند و بنا بر دیدگاهشان، این مؤلفه در حد مطلوبیت نسبتاً بالایی به منظور القای حس مکان است؛ زیرا چراغ‌های روشنایی سبب

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

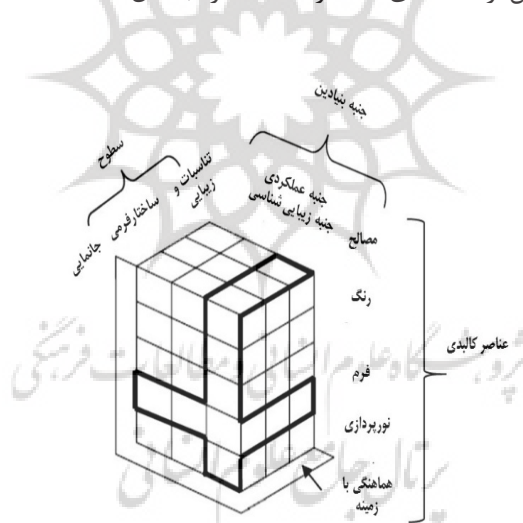
عناصر	تصاویر	مصالح	رنگ	فرم	تحلیل عناصر کالبدی در تجربه مکان و تأثیر آن بر کیفیت محیطی و حس مکان مخاطبان
میلان شهری		سنگ	سفید کرم قهوه ای	منحنی	ساختار کالبدی میلان‌های شهری منطقه ۲ شهر قزوین کیفیتی متعادل از نشانه‌های معنادار هستند که بسته به نوع فرم، رنگ و مصالح خود سبب جلب توجه مخاطبان شده و با توجه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

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

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

۶. نتیجه گیری

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



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

References:

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

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

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

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 رتال جامع علوم انسانی

نحوه ارجاع به مقاله:

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

Copyrights:

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to Motaleate Shahri. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

