

---

## Redesigning the Sidewalks around Fatemi Square and Valiasr Street in Tehran in order to Improve the Sense of Belonging to the Place<sup>1</sup>

Saeid Kardar<sup>1</sup> Faezeh Saeidi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>. Associate Professor, Department of Urban Planning, Islamic Azad University, Science and Research Department, Tehran, Iran

<sup>2</sup>. MS of Urban Design, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran

---

**Received Date:** 08 September 2022 **Accepted Date:** 30 October 2022

---

### Abstract

**Background and Aim:** Every place has its own soul and characteristics, based on which it expresses its special character. In fact, Human beings need to understand the sense of place in order to have an intimate interaction and identification with the place where a person lives. Due to the fact that Valiasr square is one of the oldest and crowded squares of Tehran, it has a great importance among urban public spaces of the city. Therefore, in this paper, the redesign of the sidewalk of this square has been investigated in order to improve the sense of place between Valiasr Square and Fatemi Street.

**Methods:** The current research is practical in terms of its purpose and in terms of mixed methods, it is a combination of quantitative and qualitative analysis methods. This research has been done using the library-document method. The statistical population is the citizens of region 10 of Tehran and sample size is 384 people who were randomly attained using the Cochran formula. Data analysis has been done with SPSS and tests such as correlation, regression, table of coefficients, etc.

**Findings and Conclusion:** The results of the research show that the design of the sidewalk in this area, as the results of the research have also shown, can provide the means to improve the sense of belonging to the place among its citizens, because the sidewalk, due to its nature as a space Public is influenced by the body and activity of its surrounding environment and is formed according to the needs of each place.

---

**Keywords:** Redesign, Sense of Belonging to Place, Sidewalk, Fatemi Square, Valiasr Street.

---

<sup>1</sup> This article is extracted from the MA dissertation entitled “**Redesigning the Sidewalks around Fatemi Square and Valiasr Street in Tehran in order to Improve the Sense of Belonging to the Place**” of the Second author's with the Supervisor of the First author's in Islamic Azad University, Science and Research Department, Tehran, Iran.

<sup>†</sup> **Corresponding Author:** faeze.saeidii777@gmail.com

**Cite this article:** Kardar, S. Saeidi, F. (2022). Redesigning the Sidewalks around Fatemi Square and Valiasr Street in Tehran in order to Improve the Sense of Belonging to the Place. Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS), 3(3), 84-97.

## باز طراحی پیاده روهای پیرامون میدان فاطمی و خیابان ولیعصر تهران به منظور

### ارتقاء احساس تعلق به مکان<sup>۱</sup>

سعید کاردار<sup>۱</sup>، فائزه سعیدی<sup>۲</sup>

۱. دانشیار گروه شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

۲. کارشناس ارشد طراحی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۰۸

#### چکیده

**زمینه و هدف:** هر مکانی روح و ویژگی‌های خاص خود را دارد که بر مبنای آن خصلت ویژه خود را بروز می‌دهد. انسان نیازمند آن است تا حس مکان را درک کند. در نتیجه حس مکان نوعی تعامل صمیمی و هم‌ذات‌پنداری با مکانی است که انسان در آن سکونت دارد. با توجه به اینکه میدان ولیعصر از میادین قدیمی و پرتردد تهران بوده و دارای اهمیت زیادی است. از این رو در پژوهش حاضر به بررسی باز طراحی پیاده رو این میدان در جهت ارتقا حس مکان با حذف فواصل میدان ولیعصر تا خیابان فاطمی پرداخته شده است.

**روش بررسی:** پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی بوده و از نظر روش آمیخته ترکیب روش‌های تحلیل کمی و کیفی می‌باشد. این پژوهش با استفاده از روش کتابخانه‌ای - اسنادی صورت گرفته است. جامعه آماری شهروندان منطقه ۶ تهران و محدوده مورد مطالعه بوده که با فرمول کوکران و به طور تصادفی تعداد ۳۸۴ نفر انتخاب شده‌اند. و تجزیه و تحلیل داده‌ها با SPSS و آزمون‌هایی همچون همبستگی، رگرسیون، جدول ضرایب و غیره انجام شده است.

**یافته‌ها و نتیجه‌گیری:** نتایج تحقیق نشان می‌دهد که با طراحی پیاده رو در این محدوده، می‌توان موجبات ارتقای حس تعلق مکان را در میان شهروندان فراهم نمود. زیرا پیاده رو با توجه به ماهیت خود به عنوان یک فضای عمومی از کالبد و فعالیت محیط پیرامون خود تأثیر پذیرفته و متناسب با نیازهای هر مکان شکل می‌گیرد. طراحی پیاده رو در این منطقه فرایند پیچیده‌ای داشته که مبتنی بر شناسایی مشکلات و مسائل بالقوه و تحلیل جامع از شرایط کالبدی، اقتصادی، اجتماعی و ... در آن بوده است و براساس انتخاب زمان مناسب برای تبدیل مسیر به پیاده رو، مدیریت بهره‌برداری و نگهداری، هماهنگی با تمامی ارگان‌های متولی مسائل شهری، نداشتن نقش عمده در ساختار شبکه سواره اصلی شهر، دارا بودن ارزش‌های تاریخی، معماری و شهری بوده است.

**کلید واژه‌ها:** بازطراحی، حس تعلق به مکان، پیاده رو، میدان فاطمی، هویت شهری.

<sup>۱</sup> این مقاله مستخرج از پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد تحت عنوان باز طراحی پیاده روهای پیرامون میدان فاطمی و خیابان ولیعصر تهران به منظور ارتقاء احساس تعلق به مکان) نویسنده دوم به راهنمایی نویسنده اول دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران است.

نویسنده مسئول: faeze.saeidii777@gmail.com

ارجاع به این مقاله: کاردار، سعید؛ سعیدی، فائزه (۱۴۰۱). باز طراحی پیاده روهای پیرامون میدان فاطمی و خیابان ولیعصر تهران به منظور ارتقاء احساس تعلق به مکان. فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه‌ای، ۳(۳)، ۸۴-۹۷.

## مقدمه و بیان مسأله

امروزه مفهوم مکان و حس مکان یکی از مهمترین مسائل پیش روی شهرسازی معاصر است. در گذشته شهرها از توانایی بالایی برای برقراری تعامل بین انسان و فضا برخوردار بودند. اما امروزه در غالب شهرها فضاهایی ایجاد می‌شوند که فاقد تقلیدی از سایر نمونه هاست (اطلس باف و همکاران، ۱۳۹۶). تکرار الگوهای بی هویت و غربی در فضاهای شهری موجب به حاشیه رفتن هویت و معنا بوده و صرفاً رانده شدن اصول مکانسازی و هویت شهری را موجب شده است. از سوی دیگر فضای شهری عناصر مختلفی را در بر می‌گیرد. فضاهایی که در تمام آنها شهروندان همه روزه در حال تردد هستند. در همه ی معبرهای سطح شهر، انسانها به طور سواره و پیاده در حرکتند. در بسیاری از مناطق شهری نظیر نواحی تجاری، مراکز خرید، مکان های تفریحی و نواحی مسکونی، وقتی طول سفر کوتاه و جابه جایی راحت تر باشد، به تعداد پیاده ها افزوده می شود و وجود پیاده روها اهمیت بیشتری می یابد. از آنجا که معبر پیاده در فضای عمومی شهری برای حرکت عابر پیاده است، موج تقویت رابطه اجتماعی و معنوی شهروندان تلقی می شود و اغلب به دلیل بی توجهی و تخصیص امکانات ناچیز و ناقص در سطح پیاده روها و عدم آموزش و آگاهی مردم از قوانین حرکت پیاده ها، افراد پیاده حقوق واقعی خویش را نمی شناسند و گاهی از این حق محروم می شوند، به طوری که سهم این وسیله در نظام حمل و نقل در دهه های اخیر براساس آمار با توجه به زندگی ماشینی و توفیق ماشین و موانع بی شمار دیگر کم رنگ شده است (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۵).

فضاهای شهری، به عنوان عرصه های زندگی اجتماعی، بستری برای انجام تعاملات و ارتباطات اجتماعی هستند، در این عرصه ها فرصت آن وجود دارد تا کنشگران خارج از عرصه های خصوصی و نیمه خصوصی، با دگرانی که نمی شناسند در استفاده از فضا، سهمیم شده و در آن فعالیت نمایند. این فضاها با توجه به خاصیت عمومی و اجتماعی که دارند می توانند به ساخت و باز تولید مناسبات اجتماعی کمک نموده و باعث تقویت آنها شوند. فضاهای شهری دارای زبانی هستند که می توانند با مخاطبان خود، ایجاد ارتباط کرده و کنش و روابط اجتماعی را تحت تأثیر خود قرار دهند (اطلس باف و همکاران، ۱۳۹۶). معماری امروز با توجه به تحولات و تغییرات سده حاضر، ریشه در گذشته خود ندارد. در تعامل با فرهنگ بومی نیست و دچار فاصله زیادی با آن شده است؛ لذا از هیجانات تعلق زای ساکنین به فضاها کاسته و حس تعلق به عنوان عاملی برای تبدیل فضاها به مکان هایی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد کم رنگ شده است. یکی از عرصه های مهم امروزی در فضاهای شهری پیاده روها می باشند. پیاده روها، محل حضور همه ی شهروندان و مشارکت آنان در زندگی جمعی شان هستند در آن جا شهروندان در یک رابطه ی تعاملی با یکدیگر، با هم بودن را آموخته و در جهت ارتقای حیات جمعی می کوشند. از سوی دیگر تبلور حس مکان نیز بر ارزشها، نگرشها و به ویژه رفتار فردی و اجتماعی افراد در هر مکان مؤثر است. حس مکان و ادراک مکانی نشان دهنده پیوند افراد با مکان است و مشخصه ای از مکان محسوب می شود که با ارزشهای انسانی ارتباط عمیقی دارد و جریانات و خاطراتی را که در پی حضور در مکان ایجاد می شوند، بیان می دارد (ابراهیمی وفائی، ۱۳۹۷).

هر مکانی روح و ویژگی های خاص خود را دارد که بر مبنای آن خصلت ویژه خود را بروز می دهد. انسان نیازمند آن است تا حس مکان را درک کند. در نتیجه حس مکان نوعی تعامل صمیمی و هم ذات پنداری با مکانی است که انسان در آن سکونت دارد. با توجه به اینکه میدان ولیعصر از میادین قدیمی و پرتردد تهران بوده و دارای اهمیت زیادی است در پژوهش حاضر به بررسی باز طراحی پیاده رو این میدان در جهت ارتقا حس مکان با حذف فواصل میدان ولیعصر تا خیابان فاطمی پرداخته شده است. سوال اساسی در پژوهش حاضر این است که چگونه می توان با باز طراحی این میدان زمینه شکل گیری و ارتقا حس مکان در آن را فراهم نمود؟

## مبانی نظری پژوهش

### پیاده رو سازی و مفهوم پیاده رو

پیاده رو ها و مراکز خرید پیاده، خیابان هایی هستند که در آن ها مداخله ی وسایل نقلیه کاهش یافته یا حذف شده است و معابری با بالاترین حد نقش اجتماعی می باشد (پاکزاد، ۱۳۸۴) پیاده رو ابزاری برای فعالیت جمعی و به خصوص در ارتباط با اقتصاد شهری، کیفیت محیطی و سلامت اجتماعی است. از بسیاری جهات، مرکز خرید پیاده در عصر مدرن معادل پلازای قرون وسطی است. پیاده رو سازی؛ نیرومندترین و اثرگذارترین جنبش های طراحی مجدد خیابان است که محیط عمومی بسیاری از شهرها را تغییر داده است و برنامه ریزان اروپایی و آمریکایی با استفاده از این طرح و بستن و محدود نمودن ترافیک به خیابان های اصلی موفقیت های چشمگیری در احیاء مراکز شهری کسب کرده اند.

در دهه های ۱۹۸۰-۱۹۷۰ این جنبش منجر به ساخت ۱۵۰ مال در شهرهای کوچک و بزرگ آمریکا گردید. پیاده رو سازی به معنی فرایندی است که در آن فضای خیابان از خودروها و دیگر وسایل نقلیه پس گرفته می شود و به دنبال آن اقدامات مناسبی هم چون سنگ فرش خیابان، اضافه نمودن مبلمان و جزئیات دیگر انجام می شود. (کاشانی جو و همکاران، ۱۳۹۶).

براین اساس خیابان پیاده رو شده عبارتست از: «خیابانی که تنها به وسیله افراد پیاده استفاده می شود، به همراه وسایل نقلیه حمل بار که تنها در ساعات خاصی میسر است، و عمدتاً دسترسی وسایل نقلیه باری و حمل و نقل عمومی به خیابان ها و کوچه های پشتی امکان پذیر است» پیاده رو سازی به معنی بیرون راندن ترافیک از مراکز شهری می باشد که ممکن است به دنبال آن عملیات مناسب از جمله سنگفرش خیابان و مبلمان و جزئیات دیگر صورت بگیرد. این عملیات ممکن است تنها در یک خیابان یا تمام شبکه ی خیابان ها اجرا شود. پیاده رو سازی یکی از سیاست های محدودیت ترافیک می باشد که به دنبال کاهش اثرات زیان بار زیست محیطی در نتیجه ی خودرو - محوری، افزایش ایمنی افراد پیاده، پس گرفتن فضاها برای فعالیت های پیاده و بدون ترافیک و اساساً بهبود محیط شهری به عنوان مکانی برای زندگی است. شش نیاز اساسی مردم که به مغازه های خرده فروشی، مراکز خدمات، خیابان ها، محلات یا شهرها می روند را مشخص نموده است (کاشانی جو، ۱۳۹۰). که عبارتند از ایمنی، کارآمدی، آسایش، پذیرا بودن، آسودگی، ارتباط یا تعامل در میان اجتماع. همه ی این نیازها در خیابان پیاده می تواند محقق گردد.

### نقش و کارکرد پیاده رو در فضای شهری

در گذشته ای نه چندان دور و به دنبال شکست شهرسازی مدرن و اهمیت یافتن مباحث توسعه انسانی و محیط زیست، انتقادات زیادی از سوی صاحب نظران مسائل شهری در مورد شهرسازی مدرن مطرح شد. لبه تیز انتقادات بیشتر متوجه کیفیات کالبدی - فضایی نامطلوب حاصل از نظام شهرسازی بود. از این رو، در تلاش برای یافتن راهکار مناسب برای طرح شهر مطلوب شهروندان در برابر اوضاع نابسامان شهرسازی مدرن، گرایشها و دیدگاه های جدیدی در عرصه شهرسازی جهان مطرح شده است که از آن بعنوان «جنبش پیاده گستر» یاد می شود (قربانی و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۲).

این جنبش از جمله با نفوذترین جنبش هایی است که در مقوله طراحی خیابان ها ایجاد گردیده و موجب بروز تغییرات اساسی در محیط و فضای عمومی بسیاری از شهرهای جهان شده است. تلاش های موفقیت آمیز در اروپا، طراحان آمریکایی را نیز به محدود ساختن ترافیک در خیابان های اصلی شهری و ایجاد مسیرهای باشکوه و زیبا برای پیاده تشویق کرده است. در این ارتباط راب کریرنظریه پرداز، ضمن انتقاد از سازماندهی شهرهای مدرن که به ایجاد فضاهای شهری در

مقیاس پیاده بی توجه بودند، راه حل را بازگشت به انتظام گذشته شهرها و اصالت های دیرین میدان و خیابان عنوان نموده است (کاشانی جو، ۱۳۸۹، ۲۳).

اگرچه به دلایل فرهنگی، تاریخی و سیاسی فرم طرح های پیاده رو سازی متفاوت است اما اغلب طرح ها به منظور کاهش ازدحام خودرو در مرکز شهر، پایداری فعالیت های تجاری در مرکز شهر، افزایش ایمنی، بهبود تعادل اکولوژیکی خلق مرکز شهر سرزنده و زیست پذیر و افزایش حضور پیاده و ارتقاء حس تعلق مکانی با حضور و تعاملات بیشتر اجتماعی در مکان های شهری صورت می گیرند. علاوه بر دلایل ذکر شده یکی از مهمترین دلایل ایجاد پیاده روها بخصوص در مراکز تاریخی شهری سعی در حفاظت از این بافت های ارزشمند شهری است. سهولت دسترسی به ارزشهای تاریخی شهر و ارتباط بین هسته های هویت بخش، موجب تداوم تاریخی و افزایش احساس تعلق ساکنین می شود. افزایش زمان حضور در فضاهای عمومی شهری، امکان حفاظت و نگهداری از آثار تاریخی و با ارزش شهر، افزایش سرزندگی، انعطاف و ایمنی شده و پاسخ دهی محیط مصنوع را با کاربران و استفاده کنندگان از فضا به حد مطلوبی رسانده است. (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۳، ۱۱).

البته پیاده روی خود در عدم وابستگی و رفاه اجتماعی، کاهش فشارهای روانی و افسردگی و کاهش بیماری های قلبی و عروقی موثر میباشد. همچنین توسعه ی فضاهای پیاده و انسان مدار شهری از جنبه های فنی متعددی قابل تبیین است ولی آن چه مدنظر است نقش هایی است که مردم را به مکان ها پیوند زده و موجد خاطره و سرزندگی می شود. (کاشانی جو، ۱۳۹۰) برخی از این نقش ها عبارتند از:

نقش اجتماعی: پیاده روی، برخوردهای مکرر غیررسمی بیشتر بین شهروندان را سبب می گردد و این اتفاق مشارکت و ارتباطات اجتماعی بیشتری را به وجود می آورد و سبب کاهش جرائم و ناهنجاری های اجتماعی می گردد.

نقش ادراکی: مهم ترین کارکرد راه، استفاده از تجربه ی حرکت برای درک توأمان کالبد و خاطره ی شهر است. پیاده رو باعث ارتقاء تصویرذهنی شهروندان از طریق جلب توجه به مکان های اجتماعی - تاریخی است. نقش اقتصادی: یکی از اهداف پیاده رو، نقش آن به عنوان یک پروژه ی محرک توسعه است که بر محیط اطراف خود چه اجتماعی و کالبدی تاثیرگذار است.

نقش فراغتی: گردش شهری یکی از اشکال گذراندن اوقات فراغت است که پیاده رو ها می توانند بیشترین سهم را در برآورده کردن این نیاز داشته باشند. نقش زیست محیطی: طرح های پیاده محور به عنوان یکی از مهم ترین ابزار توسعه ی پایدار شهری محسوب می شود.



## شکل ۱- معیارهای ارزیابی پیاده روها (جلیلی و همکاران (۱۴۰۱))

## جدول ۱- اجزا و عناصر پیاده رو

اجزا و عناصر پیاده‌روها		عناصر سخت (Hardware)
سطوح	مصالح کف، مصالح نما، پله‌ها، رمپ تغییر سطح، پیش آمدگی پیاده در معبر سواره، جزایر پناه‌دهنده پیاده، عقب نشستگی ساختمان‌ها نسبت به معبر، کنسول و جلوآمدگی طبقه نخست ساختمان‌ها، لاین دوچرخه، تسهیلات مدیریت جریان آب‌های سطحی، پارکینگ ویژه معلولین، مصالح نشیمن‌گاه‌ها	
میلمان	صندلی و نیمکت (نشیمن‌گاه)، ویتترین مغازه‌ها، دستگاه‌های خودکار، سرویس بهداشتی، دستگاه‌های واکس‌زنی خودکار، ایستگاه‌های حمل‌ونقل همگانی (مترو_ اتوبوس_ تاکسی)، پارکومتر، محل توقف دوچرخه، سطوح آتش‌نشانی با ماسه، سطوح زباله، حصارهای محافظ، شبکه‌های آهنی پوشش دهنده، علائم و تابلوهای راهنمایی، کیوسک‌های اطلاعات، تابلوهای تبلیغاتی، تابلوهای نقشه شهر، صندوق پستی، صندوق صدقه، باجه تلفن، کیوسک روزنامه فروشی، شیرهای آب آتش‌نشانی، میله‌ها و پرچم‌ها، تابلوهای آگهی و اعلانات، میزهای بازی شطرنج، میز پینگ‌پنگ، چراغ راهنمایی (سواره و پیاده)، آبخوری‌ها، حوضچه‌های آبتنی کودکان، ایستگاه‌های زباله (Box)، سایبان مغازه‌ها، دکمه‌های فشاری ویژه پیاده‌ها، پست برق، پست تلفن، سکوی جلوی خانه‌ها، باکس کنترل چراغ راهنمایی، رواق، مجسمه‌ها، تابلوهای نوشتن یادگاری، آسانسور روگذرها یا زیرگذرها.	
پوشش گیاهی	درختان، باغچه‌های حاشیه، سبدهای گل، گلدان‌ها، گیاهان داربستی، درختچه‌های گلدانی.	
عناصر نرم (Software)	رنگ مصالح، کاربری‌های حاشیه، دستفروشان، بساطی‌های موقت، خطوط بازی روی سطح زمین، کاشی‌های طرح‌دار برای بازی، روشنایی خیابان و پیاده‌رو، نورافکن‌ها، روشنایی‌های تزئینی، علائم چراغانی شده، نورپردازی درختان، علائم روشنایی در کف، اینماها، نقاشی‌های دیوار و کف (2D & 3D)، صدای محیط و فضا، کیفیت هوای محیط، نشانه‌های لمسی بافت‌دار، صوتی و ارتعاشی، بوی محیط و فضا، نامگذاری معابر منشعب از پیاده‌رو.	

غفریان و همکاران، ۱۳۹۳.

## مؤلفه‌های تاثیر گذار بر کیفیت فضایی پیاده روها

**سرزندگی:** فعالیت افراد در محیط‌های شهر باعث سرزندگی فضای شهری می‌شود. ایجاد کاربری متنوع و متناسب با خواسته‌های عابرین همچنین استقرار کاربری‌های خدماتی و تفریحی باعث حضور بیشتر مردم در شهرها شده که این امر باعث تقویت سرزندگی شهر می‌شود.

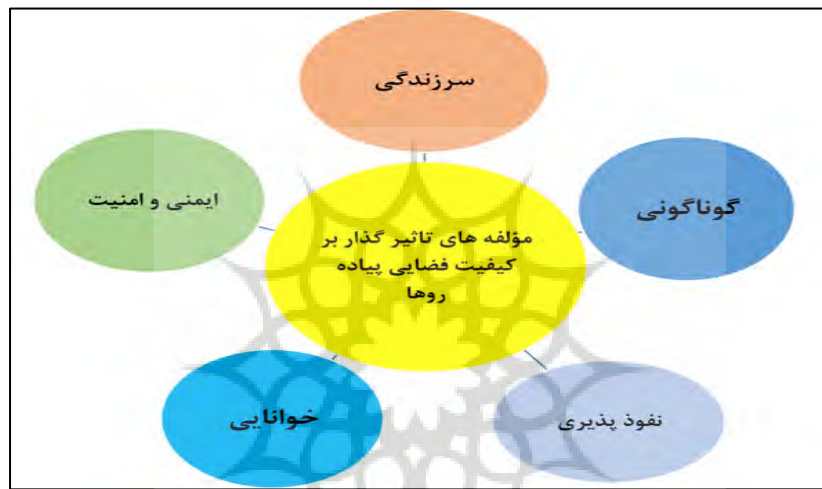
**گوناگونی:** تنوع و گوناگونی در مسیر پیاده روها باعث جذب شدن شهروندان به فضای شهری و پیاده روی شده که کیفیت فضایی پیاده روها را افزایش می‌دهد.

**نفوذ پذیری:** یکی از موارد کلیدی در تاثیر کیفیت فضایی پیاده روها نفوذ پذیری و دسترسی است. با ایجاد رابطه متقابل دیداری بین مسیر پیاده و اطراف آن به نفوذ پذیری فضای پیاده روها می‌رسیم. محور پیاده تا جای ممکن باید بدون مانع و اختلاف سطح باشد و باعث اتصال و هماهنگی بین دید بصری و کاربری‌های اطراف پیاده روها شود. دسترسی مهمترین عنصر و اساسی‌ترین و کاربردی‌ترین عملکرد پیاده است مانند: دسترسی به افراد، دسترسی به فعالیتها، دسترسی به کالاها و منابع، دسترسی به اماکن و اطلاعات.



**خوانایی:** در پیاده‌روها باید نظم و چیدمان‌های زیبا و پاکیزگی محیط مد نظر باشد که این امر حضور و استفاده از فضای پیاده‌رو را افزایش خواهد داد و با ایجاد نظم، فضایی متناسب به بیننده نشان می‌دهد. رسیدگی به پیاده‌روها محیطی خوانا و واجد کیفیت دیداری ایجاد می‌کند.

**ایمنی و امنیت:** فعالیت شهروندان در شهر باعث افزایش ایمنی و امنیت فضا می‌شود که برای تداوم آن بسیار مؤثر است. ایمنی در برابر وسایل نقلیه و دسترسی‌های راحتی برای عابرین کیفیت فضایی پیاده‌روها را افزایش می‌دهد. لئونارد دهل واضح ایده شهر سالم در معرفی تیپولوژی نیازهای شهری، امنیت را در قالب اولین رده از نیازهای اساسی و اولیه می‌شمارد، همچنین جان اشتون نیز از صاحب نظران بین‌المللی شهر سالم، امنیت را یکی از کیفیت‌های غیر قابل جایگزین در ایجاد یک شهر سالم مورد اشاره قرار می‌دهد (آقا ملاتی و همکاران، ۱۳۹۸، ۲۰).



شکل ۲- مؤلفه‌های تاثیر گذار بر کیفیت فضایی پیاده‌روها (نگارنده)

### حس مکان

محیط مصنوعی، شبکه‌ای پیچیده از روابط متنوعی است که نه تنها بین افراد با همدیگر بلکه بین افراد و محیط نیز رخ می‌دهد. زمانی که ارتباط انسان و محیط مبتنی بر تجربه‌ای برای انسان باشد، محیط به مکان تبدیل می‌شود. این ارتباط بدین معنی است که مکان یعنی یک بخش از تجربه محیطی، همراه با هم‌گرایی شناخت‌ها، تأثیرات و رفتارهای افرادی که با آنها زندگی می‌کنند (Pretty, 2019, 91). ارتباط با مکان را می‌توان از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار داد. برای نمونه از لحاظ مقیاس می‌تواند بسیار بزرگ باشد (کشور - شهر)، اندازه متوسط (محله) داشته باشد یا حتی کوچکتر (خانه) باشد (پرتوی، ۱۳۸۸: ۶۲). آنها می‌توانند ملموس یا سمبولیک، تجربه شده یا تجربه نشده، شناخته یا ناشناخته باشد. در افراد مختلف، روابط حاصل از ارتباط با مکان‌های متنوع حس‌های متفاوت از هم ایجاد می‌کند. که به ویژگی‌های فیزیکی، اجتماعی و فرهنگی آن مکان مرتبط است.

حس مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه آنها از محیط خود است که شخص را در ارتباط درونی با محیط قرار می‌دهد، به طوریکه فرد و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می‌شود (PirPaii et al, 2018: 163).

این حس علاوه بر اینکه موجب احساس راحتی از یک محیط می‌شود، از مفاهیم فرهنگی مورد نظر مردم، روابط اجتماعی و فرهنگی جامعه در یک مکان مشخص حمایت کرده و باعث یادآوری تجارب گذشته و دستیابی به هویت برای

افراد می‌شود. این حس، عاملی است که موجب تبدیل فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه‌ای برای افراد خاص می‌شود. حس مکان، باعث دستیابی به هویت برای افراد می‌شود (Ansari et al, 2013: 6)

### سطوح حس مکان

حس مکان سطوح مختلفی دارد. شامای در بررسی‌های خود در مورد سطوح مختلف احساس به مکان سه مرحله اصلی حس مکان، دلبستگی به مکان و تعهد به مکان را معرفی و این حس را در هفت سطح طبقه‌بندی می‌کند: بی تفاوتی نسبت به مکان: این سطح معمولاً در ادبیات حس مکان مورد توجه نیست اما در سنجش حس مکان مورد استفاده قرار می‌گیرد.

- آگاهی از قرارگیری در یک مکان: این سطح هنگامی است که فرد می‌داند 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. 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 نیز مهم است.

- دلبستگی به مکان: در این سطح فرد ارتباط عاطفی پیچیده‌ای 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 به مکان شخصیت می‌دهد. در این حالت بر منحصر به فرد بودن مکان و تفاوت آن با مکانهای دیگر تأکید می‌شود. یکی شدن با اهداف مکان: این سطح نشان دهنده درآمیختگی و پیوستگی فرد با نیازهای مکان است. در این حالت در فرد شور، عشق، حمایت و از خود گذشتگی نسبت به مکان وجود دارد. حضور در مکان: در این سطح به نقش فعال فرد در اجتماع که علت آن تعهد به مکان است را می‌توان مشاهده نمود.

فدا کاری برای مکان: این سطح بالاترین سطح حس مکان است و فرد عمیق‌ترین تعهد را نسبت به مکان دارد و فداکاریهای زیادی در جهت گرایشات، ارزشها، آزادیها و رفاه در موقعیت‌های مختلف از خود نشان می‌دهد. در این سطح آمادگی برای رها کردن علایق فردی و جمعی به خاطر علایق بزرگتر نسبت به مکان وجود دارد. دو سطح اولیه مورد اشاره از نظر شامای، عمدتاً سطوح ادراکی و شناختی فرد نسبت به مکان را شامل می‌شود، از سطح سه به بعد، ابعاد احساسی فرد نسبت به مکان را شامل می‌شود، به طوری که رلف نیز بر عمیق‌ترین سطح وابستگی به مکان به صورت ناخودآگاه اشاره می‌نماید و اعلام می‌کند ناآگاهانه بودن این حس زمانی خود را نشان می‌دهد که فقدان یا جدایی فرد و مکان اتفاق بیفتد و حس تعلق دارای طیف وسیعی از بی مکانی تا تعلق و هم ذات‌پنداری شدید با مکان می‌باشد.

### پیشینه پژوهش

ابراهیمی‌وفائی (۱۳۹۷) در کتابی با عنوان حس تعلق به مکان (در طراحی مجتمع‌های مسکونی) عنوان نموده حس مکان یا روح مکان به کیفیت منحصر به فرد ویژه‌ای که یک مکان نسبت به مکان‌ها دارد، اشاره می‌کند. این حس ناملموس است، اما ویژگی با ارزش محسوب می‌شود که احساس تعلق و خودمانی بودن را در محیط به وجود می‌آورد. در این کتاب در ابتدا به مفهوم مسکن و به منشأ فرهنگی مجتمع‌های زیستی اشاره می‌شود و سپس حس مکان مبتنی بر نظریه‌های



نگرش و نیاز انسان با توجه به هرم «مازلو» به مسکن مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و به دنبال آن با تبیین جایگاه معماری در عصر حاضر معماری سنتی ایران با معماری پایدار مورد واکاوی قرار می‌گیرد و راهکارهای برگرفته از مطالعات تطبیقی انجام شده در رابطه با موضوع با هدف تأیید حس تعلق به ساکنان، ارائه می‌شود.

ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۵)، در کتابی با عنوان رویکردی نو بر ایجاد حس تعلق به مکان در شهرهای جدید (با تأکید بر شهر جدید پرند) عنوان نمودند در کتاب حاضر نگارنده در نظر دارد به بررسی عوامل مؤثر در ایجاد تعلق به مکان در شهرهای جدید مانند پرند پردازد و بر این اساس سؤالی که در این کتاب مطرح می‌شود، این است که عوامل اصلی و مؤثر در ایجاد حس تعلق به مکان در شهرهای جدید چه مواردی هستند.

اطلس باف (۱۳۹۶) طراحی شهری با رویکرد تأثیر عناصر تزئینی بر ارتقاء خوانایی با تأکید بر حس تعلق مکان (نمونه موردی: محله ملاصدرا قزوین)، عنوان نمودند در این تحقیق که با عنوان طراحی شهری با رویکرد تأثیر عناصر تزئینی بر ارتقاء خوانایی با تأکید بر حس تعلق مکان نمونه موردی: محله ملاصدرا قزوین انجام شده است. در این بررسی از حیث روش شناسی از روش تحقیقات پیمایشی استفاده شده است. ضمن اینکه در خلال کار و جهت جمع آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای و بررسی اسنادی در بعد نظری و همچنین از روش میدانی جهت گرد آوری اطلاعات محیطی و تهیه نقشه استفاده شده است. این تحقیق به این نتیجه در زمینه موضوع است یافته که اول اینکه حس تعلق مکانی از بعد احساسی، اجتماعی و کالبدی از عوامل متعددی تأثیر پذیر است. دوم اینکه در طراحی شهری توجه به ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و اعتقادی افراد ضروری است. سوم اینکه هر آنچه بر زیبایی شهر بیافزاید بر ایجاد تصویر ذهنی و خوانایی شهروندان اثر گذار خواهد بود. چهارم اینکه خوانایی شهر و ایجاد تصویر ذهنی شهروندان از محله در ایجاد حس تعلق به محله از بعد احساسی، اجتماعی و کالبدی اثرگذار است.

دلفان ابادری و همکاران (۱۳۹۵) بررسی عوامل مؤثر بر طراحی و ارتقاء منظر شهری با تأکید بر حس مکان عنوان نمودند طراحی شهری علم و هنر آفرینش مکان‌های پایدار استهمان طور که از عنوان مقاله مشخص شده هدف از این نوشتار بررسی سیر تکامل مفهوم طراحی و منظر شهری و بازشناسی مراحل عمده و تحولات آن می‌باشد. در این پژوهش با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی و مطالعات کتابخانه‌ای معتبر به جمع آوری اطلاعات و شناخت الگوی متناظر هر مرحله پرداخته و در نهایت به عوامل و راهکارهای تأثیر گذار در منظر شهری و به تدوین مدلی جهت وصف و تدوین مجموعه تحولات مزبور می‌پردازیم و راه‌های ایجاد حس مکان را بررسی می‌کنیم.

حبیب زاده و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان طراحی شهری خیابان در جهت ارتقاء حس مکان، مطالعه موردی: خیابان گلشن راز شبستر عنوان نمودند مقاله حاضر با توجه به سوال، چگونه می‌توان از طریق جعبه ابزار طراحی شهری به ارتقاء حس مکان در یک محیط شهری (خیابان) دست یافت؟ مطرح شده. در این مقاله با هدف طراحی شهری خیابان در جهت ارتقاء حس مکان خیابان گلشن راز شبستر، پژوهش بر پایه شناخت عناصر بصری ادراک و ذهنیت مردم از خیابان و عوامل تأثیرگذار بر حس مکان خیابان شکل گرفته است. در راستای نیل به هدف ارتقاء حس مکان خیابان گلشن راز شبستر در ابتدای امر، به بررسی عوامل تأثیرگذار در حس مکان و به دنبال آن معیارها و شاخص‌های ارتقاء حس مکان خیابان پرداخته شد. در ادامه بر اساس مشاهدات میدانی و کروکی‌ها، توصیفات مردم مورد بررسی قرار گرفت. این مطالعات بر اساس اهداف، نیازها و سوالات پژوهش صورت گرفته است. سپس به تحلیل داده‌ها با استفاده از جدول سوات پرداخته ایم، و در آخر به تدوین پلان راهبردی و نتایج حاصل از آن رسیده ایم.

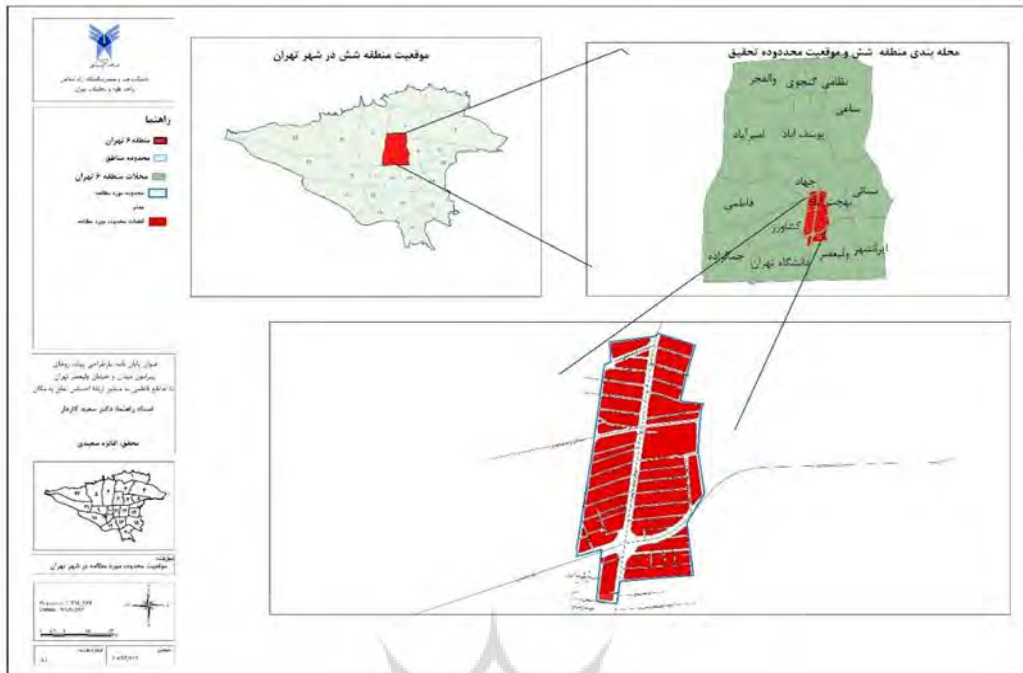
مارکوس و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان حس مکان و تعلق در توسعه محیط عنوان نمودند: این مقاله به بررسی چگونگی ارتباطات محیطی و فرهنگی با زمین می‌پردازد امکان توسعه اصول مکانی خاص و مبتنی بر فرهنگ را فراهم می‌کند که سلامت رفاه جمعیت مائوری را ارتقا می‌دهد و اینگونه استدلال می‌کند که مفاهیم مکان، تعلق، منظر و رفاه نقش مهمی در پیوند دادن محیط و فرهنگ ایفا می‌کند. ایجاد محیط‌های فضایی درمانی که هم سلامت انسان و هم

اکوسیستم را ارتقا می‌دهد. مجموعه‌ای از اصولی توسعه یافته است که امکان طراحی منظر چنین محیط‌های درمانی را در حالی که انطباق با ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی و زیست‌محیطی که سلامت و رفاه هم مردم مائوری و هم مردم غیر بومی محیط را ارتقا می‌دهد فراهم می‌کند.

اسکندری و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان ترویج حس دلبستگی به مکان از طریق برنامه ریزی معنای مکان در فضای باز مجتمع مسکونی آسمان تبریز عنوان نمودند معنای مکان و در نتیجه کیفیت رابطه بین افراد و مکان‌ها به دلیل بحران‌های هویتی فزاینده کنونی و فروپاشی معنا و در نتیجه پدیده‌های مختلفی مانند جهانی شدن اهمیت یافته‌اند. از آنجایی که فضای باز ارزش خود را از دست داده است طراحی فضای باز مورد توجه قرار نمی‌گیرد در مجتمع‌های مسکونی، ارتباط نزدیک بین ساکنین و محیط تخریب شده و حس دلبستگی به مکان در طراحی فراموش شده است. از این رو، این پژوهش به دنبال تعریف مؤلفه‌های مؤثر معنای مکان، دلبستگی به مکان و کیفیت است.

### معرفی محدوده مورد مطالعه

منطقه ۶ از سویی به لحاظ هندسی به طور تقریبی در مرکزیت جغرافیایی شهر تهران قرار گرفته و از سوی دیگر به لحاظ موقعیت و همجواری با مرکز ثقل قدیمی شهر، تحت تأثیر اقداماتی که پهلوی اول در خصوص توسعه تهران انجام داد و با انتقال و حرکت تدریجی موقعیت مرکز شهر به سمت شمال و شمال غربی، از دهه ۴۰ مرکزیت فضایی - فعالیتی پیدا نمود. این منطقه براساس سرشماری ۱۳۹۵ با جمعیتی بالغ بر ۲۵۱۳۸۴ نفر و وسعت ۲۱۳۷٫۹ هکتار از چهار جهت غرب، شرق، شمال و جنوب به ترتیب به وسیله بزرگراه‌های چمران، مدرس، همت و محور انقلاب - آزادی محاط شده است. همچنین منطقه با سطحی معادل ۳ درصد مساحت شهر تهران و ۲٫۹ درصد کل جمعیت آن، در حال حاضر بیش از ۳۰ درصد ساختمان‌های حکومتی - دولتی، نهادها و بانک‌های دولتی و خصوصی و ارگان‌های اصلی کشوری را در خود جای داده است. به عبارت دیگر مغز متفکر حکومتی، سیستم تصمیم‌سازی، مدیریت دولتی و همچنین موتور نظام بازرگانی - اقتصادی نوین تهران در منطقه شش استقرار یافته است (شهرداری منطقه ۶، ۱۴۰۰).



شکل ۳- نقشه موقعیت منطقه مورد مطالعه در شهر تهران

مجموعه عوامل فوق به همراه شبکه دسترسی و حمل و نقل شهری ویژه آن (تنوع سلسله مراتبی شبکه در منطقه از بزرگراههای شهری تا دسترسی محله‌ای)، برای منطقه نوعی مزیت نسبی در تقاضا برای تأمین کاربری‌های رده منطقه‌ای، شهری، ملی و حتی فراملی فراهم آورده است. این امر هم می‌تواند به منزله یک پتانسیل و هم به منزله یک نیروی تهدیدکننده محسوب شود. در نتیجه برنامه‌ریزی‌های آینده برای تغییر کاربری‌ها بایستی بسیار محتاطانه و با محاسبه تأثیرات جانبی این پتانسیل بر پیکره مسکونی، تعادل کاربری‌ها و زندگی شهری منطقه همراه باشد.

مساحت کل منطقه ۶ معادل ۲۱۳۷٫۹ هکتار بوده که حدود ۳ درصد از کل مساحت تهران را شامل می‌گردد و در میان مناطق ۲۲ گانه به لحاظ وسعت جایگاه دهم را احراز نموده است. منطقه ۶ در گذر زمان رو به توسعه نهاد و محدوده کنونی که به عنوان یکی از مناطق شهری تهران شناخته شده در سال ۱۳۵۹ به عنوان منطقه ۶ شهرداری تهران نامگذاری گردید. حدود ۳۵ درصد از سطح کل محدوده طرح ترافیک در منطقه شش قرار گرفته است.

## روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی بوده و از نظر روش آمیخته ترکیب روش‌های تحلیل کمی و کیفی می‌باشد. این پژوهش با استفاده از روش کتابخانه‌ای - اسنادی صورت گرفته است. در روش اسنادی با استفاده از کتابها، مقالات، پایان‌نامه‌ها و پایگاه‌های معتبر علمی و پژوهشی اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری خواهد شد. جامعه آماری پژوهش نیز عابران گذری از پیاده‌رو میدان ولیعصر هستند که با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر به عنوان جامعه آماری آن در نظر گرفته شده‌اند.

## تحلیل یافته‌ها

آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

### جدول ۲- آزمون نرمال بودن متغیرهای تحقیق

متغیر	سطح معنی داری	توزیع داده ها
معنایی	۰,۰۵۶	نرمال
زیبایی شناسی	۰,۰۶۱	نرمال
عملکردی	۰,۰۷۸	نرمال
ارتقای حس تعلق	۰,۰۵۱	نرمال

(مطالعات نگارنده، ۱۴۰۱).

### آزمون فرضیه های پژوهش

فرضیه اول: عوامل ادراکی معنایی بر ارتقای احساس تعلق به مکان تاثیر دارد.

#### جدول ۳- آزمون همبستگی متغیرهای فرضیه اول

ارتقای احساس تعلق به مکان		
ضرایب آماری	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
حیطه ادراکی معنایی	۰,۶۱۸	۰,۰۰

(مطالعات نگارنده، ۱۴۰۱).

نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرها حاکی از آن است که در بین ۳۸۴ پاسخگوی مورد مطالعه ضریب همبستگی برابر با ۰,۶۱۸ می باشد، از آنجا که سطح معنی داری بدست آمده (Sig)، کمتر از ۰,۱ است مدارک کافی برای رد فرض صفر آماری خود داریم در نتیجه فرضیه صفر آماری رد و فرضیه اول در سطح معنی داری ۰,۰۹۹ تایید می گردد، بنابراین:

بین متغیرهای پژوهش (حیطه ادراکی معنایی و مولفه های ارتقای احساس تعلق به مکان)، رابطه همبستگی معنی داری وجود دارد.

#### جدول ۴- آزمون رگرسیون فرضیه اول

ارتقای احساس تعلق		
ضرایب آماری	ضریب تعیین	ضریب رگرسیونی
حیطه ادراکی معنایی	۰,۳۸۱	۰,۶۱۸

(مطالعات نگارنده، ۱۴۰۱)

فرضیه دوم: عوامل کالبدی زیبایی شناسی بر ارتقای احساس تعلق به مکان تاثیر دارد.

#### جدول ۵- آزمون همبستگی فرضیه دوم

ارتقای احساس تعلق به مکان		
ضرایب آماری	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
عوامل کالبدی زیبایی شناسی	۰,۴۶۰	۰,۰۰

(مطالعات نگارنده، ۱۴۰۱).

نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرها حاکی از آن است که در بین ۳۸۴ پاسخگوی مورد مطالعه ضریب همبستگی برابر با ۰,۴۶۰ می باشد, از آنجا که سطح معنی داری بدست آمده (Sig), کمتر از ۰/۱ است مدارک کافی برای رد فرض صفر آماری خود داریم در نتیجه فرضیه صفر آماری رد و فرضیه دوم در سطح معنی داری ۰/۰۵ تایید می گردد, بنابراین: بین متغیرهای پژوهش (عوامل کالبدی زیبایی شناسی و مولفه های ارتقای احساس تعلق به مکان), رابطه همبستگی معنی داری وجود دارد.

جدول ۶- آزمون رگرسیون فرضیه دوم

ارتقای احساس تعلق			
ضرایب آماری	ضریب تعیین	ضریب رگرسیونی	سطح معنی داری
حیطه کالبدی زیبایی شناسی	۰,۲۱۲	۰,۴۶۰	۰,۰۰

(مطالعات نگارنده, ۱۴۰۱).

فرضیه سوم: عوامل فعالیتی- عملکردی بر ارتقای احساس تعلق به مکان تاثیر دارد.

جدول ۷- آزمون همبستگی متغیرهای فرضیه سوم

ارتقای احساس تعلق به مکان		
ضرایب آماری	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
عوامل فعالیتی- عملکردی	۰,۴۲۰	۰,۰۰

(مطالعات نگارنده, ۱۴۰۱)

نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرها حاکی از آن است که در بین ۳۸۴ پاسخگوی مورد مطالعه ضریب همبستگی برابر با ۰,۴۲۰ می باشد, از آنجا که سطح معنی داری بدست آمده (Sig), کمتر از ۰/۱ است مدارک کافی برای رد فرض صفر آماری خود داریم در نتیجه فرضیه صفر آماری رد و فرضیه سوم در سطح معنی داری ۰/۰۵ تایید می گردد, بنابراین : بین متغیرهای پژوهش (عوامل فعالیتی- عملکردی و مولفه های ارتقای احساس تعلق به مکان), رابطه همبستگی معنی داری وجود دارد.

جدول ۸- آزمون رگرسیون فرضیه سوم

ارتقای احساس تعلق			
ضرایب آماری	ضریب تعیین	ضریب رگرسیونی	سطح معنی داری
حیطه فعالیتی- عملکردی	۰,۱۷۶	۰,۴۲۰	۰,۰۰

(مطالعات نگارنده, ۱۴۰۱)

## نتیجه گیری و پیشنهادها

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 می دهد, به طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می شود. این حس, عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می گردد. حس مکان علاوه بر این که موجب احساس راحتی از یک محیط می شود, از مفاهیم فرهنگی مورد نظر مردم و نیز روابط اجتماعی جامعه در یک مکان مشخص حمایت کرده و باعث یادآوری تجارب گذشته و دستیابی به هویت برای

افراد می‌شود. از سوی دیگر تبدیل خیابان به پیاده رو نیز به عنوان یکی از دستاوردهای جنبش پیاده گستری در بسیاری شهرهای جهان به اجرا در آمده است. اگرچه جنبش پیاده گستری به لحاظ ماهیتی مورد تایید صاحب نظران است اما در مورد تبدیل خیابان به پیاده رو، مساله پیچیده تر است.

در فرایند امکان سنجی، برنامه ریزی و طراحی یک پیاده رو ضروری است ابعاد متنوعی از ویژگیهای کالبدی، اقتصادی، ترافیکی، اجتماعی و .. خیابان و محیط پیرامونی آن مورد توجه قرار گیرند. در ارتباط با طراحی پیادرو در محدوده مورد مطالعه باید عنوان نمود باطراحی پیاده رو در این محدوده همانطور که نتایج تحقیق نیز نشان داده، می‌توان موجبات ارتقای حس تعلق مکان را در میان شهروندان آن فراهم نمود؛ زیرا پیاده رو با توجه به ماهیت خود به عنوان یک فضای عمومی از کالبد و فعالیت محیط پیرامون خود تأثیر پذیرفته و متناسب با نیازهای هر مکان شکل می‌گیرد. طراحی پیاده رو در این منطقه فرایند پیچیده ای داشته که مبتنی بر شناسایی مشکلات و مسائل بالقوه و تحلیل جامع از شرایط کالبدی، اقتصادی، اجتماعی و ... در آن بوده است و براساس انتخاب زمان مناسب برای تبدیل مسیر به پیاده رو، مدیریت بهره برداری و نگهداری، هماهنگی با تمامی ارگان های متولی مسائل شهری، نداشتن نقش عمده در ساختار شبکه سواره اصلی شهر، دارا بودن ارزش های تاریخی، معماری و شهری بوده است. همچنین در طراحی پیاده رو در محدوده مورد مطالعه هر سه عوامل ادراکی معنایی، کالبدی زیبایی شناسی و فعالیتی- عملکردی که موجبات ارتقای حس تعلق مکان را در این منطقه و پیاده رو آن فراهم می نمایند، در نظر گرفته شده اند. پیشنهادات تحقیق در ادامه ارائه شده است:

ترغیب شهروندان برای فعالیت و حضور در پیاده روها از طریق زیباسازی و دسترسی مناسب برای ایجاد سرزندگی محیط شهری، تعاملات اجتماعی و اقتصاد بیشتر.

سازماندهی پیاده راه با فعالیتهای تفریحی و اجتماعی و کاستن از روحیه صرفا اقتصادی آن.

به حداکثر رساندن تنوع کاربریها در محدوده پیاده و با رعایت اصل سازگاری.

## منابع و مأخذ

ابراهیمی، مهدیس، سعیدی رضوانی، نوید(۱۳۹۵) رویکردی نو بر ایجاد حس تعلق به مکان در شهرهای جدید (با تاکید بر شهر جدید پرد)، سخنوران، تهران، جلد- تالیف - چاپ اول.

ابراهیمی وفائی، سیدعلی یار (۱۳۹۷)، حس تعلق به مکان (در طراحی مجتمع های مسکونی)، ناشر: ترخون، چاپ

اول

اسکندری، ف رید(۲۰۱۹)، ترویج حس دل بستگی به مکان از طریق برنامه ریزی معنای مکان در فضای باز مجتمع مسکونی آسمان تبریز، فصلنامه مطالعات کاربری، ۲۰۱۹ دوره ۷، شماره ۲۰

اطلس باف، آرمین(۱۳۹۶) طراحی شهری با رویکرد تأثیر عناصر تزئینی بر ارتقاء خوانایی با تاکید بر حس تعلق مکان (نمونه موردی: محله ملاصدرا قزوین)، چهارمین کنفرانس ملی معماری و شهرسازی «پایداری و تاب آوری از آرمان تا واقعیت»، قزوین، <https://civilica.com/doc/632070>

آقاملائی، ریحانه، لک، آزاده (۱۳۹۸)، ساماندهی عرصه پیاده راه های شهری با رویکرد ارتقا کیفیت محیطی نمونه موردی: محور پیاده راه صف، نشریه جغرافیایی آمایش محیط «بهار ۱۳۹۷ شماره ۴۰

پاکزاد، جهان شاه (۱۳۸۴)، راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران، انتشارات شرکت طرح و نشر پیام سیما.

جلیلی صدرآباد، سمانه و آجورلو، محدثه، ۱۴۰۱، امکانسنجی ایجاد پیاده راه شهرداری حدفاصل میدان قدس و تجریش، نهمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم جغرافیا، معماری و شهرسازی ایران، تهران <https://civilica.com/doc/1510168>.

حبیبی، کیومرث، حقی، محمد رضا، صداقت نیا، سعید(۱۳۹۳) مقایسه تطبیقی قابلیت پیاده مداری در محلات

مسکونی طراحی شده از دیدگاه ساکنین (محلۀ ی هفت حوض و فاز یک شهرک اکباتان تهران) نشریه علمی پژوهشی انجمن علمی و معماری و شهرسازی، ۱۳۹۳

حبیب زاده کوزه کنانی، سیدجواد، عبدالله زاده، طرف اکبر (۱۳۹۵)، طراحی شهری خیابان در جهت ارتقاء حس مکان، مطالعه موردی: خیابان گلشن راز شبستر، پژوهش و برنامه ریزی شهری، تابستان ۱۳۹۵، دوره ۷، شماره ۲۵، از صفحه ۱۰۵ تا صفحه ۱۲۴

دانش پایه، نثار، حبیب، فرح (۱۳۹۵) معیارهای اصلی شکل گیری حس مکان در پهنه های توسعه جدید شهری (نمونه مطالعه: منطقه ۲۲ و منطقه ۴ شهرداری تهران)، مطالعات شهری، زمستان ۱۳۹۶، دوره ۶، شماره ۲۵، از صفحه ۱۷ تا صفحه ۳۰.

دلفان اباذری، مارال، فرقانی کسمائی، علی (۱۳۹۵) بررسی عوامل موثر بر طراحی و ارتقاء منظر شهری با تاکید بر حس مکان، کنفرانس بین المللی مهندسی معماری و شهرسازی، تهران، <https://civilica.com/doc/484542>  
رضایت، رها و کاشانی جو، خشایار، ۱۳۹۶، نقش عوامل طراحی پیاده راهها در بهبود کیفیت فضاهای شهری (با تاکید بر تعاملات انسانی)، سومین همایش ملی معماری و شهر پایدار، تهران، <https://civilica.com/doc/738411>  
غفاریان شعاعی، مهران، نقضان محمدی، محمدرضا، تاجدار، وحید (۱۳۹۳)، شناسایی نحوه و میزان تأثیر عناصر پیاده روهای شهری بر ابعاد و مؤلفه های سلامت عابران، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات شهر، شماره هفتم، تابستان ۱۳۹۲

قربانی رسول، جام کسری محمد (۱۳۸۹)، جنبش پیاده گستری، رویکردی نو در احیا مراکز شهری؛ مورد مطالعه پیاده راه تربیت تبریز، مطالعات و پژوهش های شهری منطقه ای، پاییز ۱۳۸۹، دوره ۲، شماره ۶، از ۵۵ - ۷۲.  
کاشانی جو، خشایار، (۱۳۸۹) باز شناخت رویکردهای نظری به فضاهای عمومی شهری. هویت شهر، (۴) ۱۰۶ - ۹۵.

کاشانی جو، خشایار، (۱۳۹۰) پیاده راه (از مبانی طراحی تا ویژگی های کارکردی) انتشارات آذرخش، تهران.

Ansari, M; Bohtuii, R; Hosseinikia, S. M. M; Dadgar, M. (2013). A Study of Sense of Place in Iranian Gardens and Today's Gardens (Case Study: Dolatabad Garden in Yazd and Water and Fire Park in Tehran). *Journal of Islamic Iranian City Studies*, 13: 5-14. [In Persian]

Falihat, MS (2006), The concept of sense of place and the factors shaping it, *Honarhaye ziba journal*, No 26, summer, pp 57-66. [in Persian]

Marques, Bruno, Freeman, Claire, Carter, Lynette, Pedersen Zari, Maibritt (2020), Sense of Place and Belonging in Developing Culturally Appropriate Therapeutic Environments: A Review, societies, Received: 16 October 2020; Accepted: 2 November 2020; Published: 3 November 2020.

PirPaii, M; NajafiNezhad, H; Ghaffari Khalaf Mohammadi, S. M; KhodadadiFar, S. (2018) An Assessment of the Impact of Citizenship's Sense of Belonging Sense of a Place of Life, with an emphasis on its meaning component; Case study: New Shushtar Khuzestan. *Urban Management Magazine*, 17(50): 163. [In Persian]

Pretty, G.H., Chipuer, H.M. and Bramston, P. (2019). Sense of place amongst adolescents and adults in two rural Australian towns: the discriminating features of place attachment, sense of community and place dependence in relation to place identity, *Journal of Environmental Psychology*, 23: 273-287