

An analytical study of sensory richness in recognizing the urban space of Hafez Street in Shiraz, with a focus on the senses of smell and taste

(Case study: Hafez Street, Shiraz)

Maryam Roosta¹ - Department of Urban Planning and Design, Faculty of Art and Architecture, Shiraz University, Shiraz, Iran.

Mahsa Sholeh - Department of Urban Planning and Design, Faculty of Art and Architecture, Shiraz University, Shiraz, Iran.

Negin Amiri - Department of Urban Planning and Design, Faculty of Art and Architecture, Shiraz University, Shiraz, Iran.

Received: 20 December 2022 Accepted: 15 March 2023

Highlights

- Sense walking and in-depth interviews were used to analyze the richness of smell and taste senses in urban space.
- The experience of the senses of smell and taste and the dimension of time and place mutually affect each other.
- The richness of the senses of smell and taste affects the enhancement of the memorability and identity of the urban space.

Extended abstract

Introduction

Everyday urban experience is achieved through the process of perception and sense experience through sensory organs. Living in a multi-sensory environment is inevitable, and the experience of encountering sights, smells, and sounds makes it possible to know the environment. It seems that in different urban spaces of Iran, taking into account the native conditions of the environment and current traditions among the people, the role of sensory landscapes and its effect on the quality of the urban space requires more investigations. The main problem of the current research is the need to pay more attention to the issue of “sensory richness” and analyze its indicators and examples as one of the important qualities of the urban space, with an emphasis on the two senses of smell and taste. Based on this, the present article aims to explain the process of recognizing and analyzing an urban space with an emphasis on improving the quality of sensory richness in the two areas of smell and taste senses.

Theoretical Framework

Regarding the sense of smell, the variety of smells, the presence of sources of smells in the environment, smells dependent and related to time, consistent smells, smells of passers-by, and smelling comfort are among the indicators that, according to sources, affect the richness of the space. There are also researches about the effect of the sense of smell in the urban space, in the context of racial, ethnic, native, historical and cultural contexts, and it shows the effect of different cultural contexts on the transmission of social meanings and values and the display of historical heritage through the sense of smell in an urban space.

Regarding the sense of taste, while emphasizing the dependence and direct connection of this sense with the sense of smell, the presence of fruitful plants, local memories related to the experience of taste in space, and the presence of land uses that stimulate taste have an effect on the richness of the sense of taste.

Methodology

In order to conduct this research, the “qualitative” strategy has been used to collect and analyze data. In the first step,

¹ Responsible author: m-roosta@shirazu.ac.ir

the review of library resources was carried out with the aim of compiling the theoretical framework of the research and extracting effective indicators in the thematic area of sensory richness. After that, the indicators obtained from this part were analytically recognized and field studied in two steps in the studied sample; In the first step, the sensory perception of the environment was carried out by “sensory walking” with the help of field survey by one of the researchers as an urban studies expert. After that, semi-structured interviews were conducted with 21 space users. These numbers were selected as available samples and the interviews were continued until reaching a kind of “theoretical saturation” and repeated answers. The data obtained from the interviews were coded in “Atlas” software and subjected to content analysis.

Results and Discussion

The findings of the interviews revealed the deep dimensions of the smell experience along the way for users. In these interviews, special users with a keen sense of smell were mentioned many times along the way. In some of these comments, the use of smell to remember the length of the route and even addressability was clearly evident. This issue, while clarifying the process of tracking odor sources by space users, shows the effect of place and the inseparable dependence of sensory experiences with place.

In a deeper layer, the analysis of the interviews shows that remembering and recalling smell experiences, especially in urban spaces with historical qualities, is very tied to nostalgia and memory and has an effect on deepening the sense of belonging to a place. This issue is very important from the analytical point of view of urban space. Context—which can be a set of antecedent conditions or facts about a place or a particular event in it—plays a decisive role in the quality of the smellscape in a place.

The findings show that in the sensory experience of Hafez Street, in particular, the presence of “orange trees” as an example of the “fruitful plants” index, in addition to the possibility of simultaneously deepening the senses of smell and taste, to the perception of the “sense of time” as well as the “memorability of space” and Also, “identifying the sensory experience of the path” has also been effective. In the experience of the sense of taste along this path, as expected, the findings indicate the effect of the use of taste stimuli on the deepening of the sensory experience of space and its perception.

Conclusion

Among the indicators of the quality of the senses of smell and taste, “smell comfort”, “presence of fruitful plants” and “memorable uses with taste stimulation”, have a greater role in the experience process of citizens’ environmental perception. Also, in the analysis of the findings from the qualitative survey, it is possible to emphasize the two-way relationship between the deepening of the “sense of smell” and the memorability and identity of the place, as well as the reciprocal relationship of “perception of time” with the depth of the smell sensory experience.

It seems that, especially in urban spaces with historical value, paying attention to the identity aspects of odors from natural resources or users with an identity smell or taste experience, both in the layer of future research and in the layer of executive plans, can have a multifaceted effect on improving the quality of the space and help deepen the sense of belonging to the place among the users.

Keywords: Sensewalking, Sensory Richness, Urban Space, Sensescape.

Citation: Roosta, M., Sholeh, M., Amiri, N. (2023). An analytical study of sensory richness in recognizing the urban space of Hafez Street in Shiraz, with a focus on the senses of smell and taste (Case Study: Hafez Street, Shiraz), *Motaleate Shahri*, 12(48), 29–42. <https://doi.org/10.22034/urbs.2023.62683.112>.

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.



بررسی تحلیلی غنای حسی در بازشناخت فضای شهری با تمرکز بر حواس

بویایی و چشایی

نمونه مورد مطالعه: خیابان حافظ شیراز^۱

مریم روستا^۲ - دانشیار، بخش شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.
مهسا شعله - دانشیار، بخش شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.
نگین امیری - دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، بخش شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

تاریخ دریافت: ۲۹ آذر ۱۴۰۱ تاریخ پذیرش: ۲۴ اسفند ۱۴۰۱

چکیده

«غنای حسی» یکی از کیفیت‌های مؤثر بر ارتقای کیفی تجربه شهروندان از حضور در فضای شهری است. در میان حواسی که این کیفیت را شکل می‌دهند، حواس «بویایی» و «چشایی» و نقش آنها در کیفیت بخشی به فضا در پژوهش‌های حوزه طراحی شهری کمتر مورد بررسی قرار گرفته است. این پژوهش در پی بازشناخت فضای شهری بر اساس تحلیل غنای حواس بویایی و چشایی است و به کمک روش‌های کیفی و با استفاده از بررسی منابع کتابخانه‌ای، برداشت میدانی در قالب «حس‌گردی»، انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و تحلیل محتوای آنها انجام شده است. نمونه مورد مطالعه بخشی از خیابان حافظ شیراز است که ضمن دارا بودن هویت تاریخی و جاذبه گردشگری، می‌تواند در لایه تجربه حسی و منظر حسی نیز فضای شهری مورد توجهی در مواجهه کیفی شهروندان با شهر باشد. یافته‌های حاصل از پژوهش، حاکی از اهمیت شاخص‌های «آسایش بویایی»، «حضور گیاهان مثمر» و «خاطرات توأم با محرک چشایی در فضا»، در تجربه حسی مردم است. این یافته‌ها نشان می‌دهد، محدوده مورد مطالعه در شاخص‌های «بوهای طبیعی»، «بوهای وابسته به زمان» و «آسایش بویایی» وضعیت مطلوب‌تری دارد و نیاز است که شاخص‌های «تنوع بویایی» و «سازگاری بویایی» در بازنگری، مورد توجه بیشتری قرار گیرند. یافته‌های این پژوهش همچنین حاکی از اهمیت توجه به تأثیر متقابل تجربه‌های حواس «بویایی» و «چشایی» بر بعد زمان و مکان و ارتقای هویت‌مندی و خاطره‌انگیزی فضاهای شهری است. این پژوهش هم با هدف بسط مطالعات آتی در این حوزه با توجه به خلأهای پژوهشی و هم در انجام پروژه‌های سامان‌دهی منظر فضاهای شهری می‌تواند مورد استناد پژوهشگران حوزه شهرسازی و استفاده حرفه‌مندان طراحی و برنامه‌ریزی شهری قرار گیرد.

واژگان کلیدی: غنای حسی، فضای شهری، منظر حسی، حس‌گردی.

نکات برجسته

- به منظور تحلیل غنای حواس بویایی و چشایی در فضای مورد مطالعه از روش «حس‌گردی» و «مصاحبه‌های عمیق» استفاده شده است.
- تجربه حواس بویایی و چشایی در فضا و بعد زمان و مکان در فضای شهری به طور متقابل برهم اثرگذارند.
- غنای حواس بویایی و چشایی بر ارتقای خاطره‌انگیزی و هویت‌مندی فضای شهری اثرگذار است.

۱ این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته طراحی شهری با عنوان «ارتقای منظر حسی در فرآیند طراحی خیابان شهری به منظور بهبود خوانایی (نمونه موردی خیابان حافظ شیراز)» است که به وسیله نویسنده سوم و با راهنمایی نویسنده اول و مشاوره نویسنده دوم در دانشگاه شیراز دفاع شده است.

۲ نویسنده مسئول مقاله: m-roosta@shirazu.ac.ir

۱. مقدمه

تجربه روزمره شهری از طریق فرآیند ادراک و تجربه حس از طریق اندام‌های حسی حاصل می‌شود (El-Sayyad, 2019). زندگی در محیط اطراف به صورت چند حسی، اجتناب ناپذیر است و تجربه مواجهه با مناظر، بوها و صداها، شناخت محیط را امکان‌پذیر می‌نماید. این کار سبب ایجاد ادراک از محیط اطرافمان خواهد شد؛ برای مثال منظر بویایی حال و گذشته را به هم پیوند می‌دهد و تغییرات محیط را با گذشت زمان یا سنت‌های زندگی افرادی که در آن مکان زندگی می‌کنند، تفسیر می‌نماید (Tuan, Y. F. 1977; Reinartz, 2014). ارتباط فضاهای شهری با مخاطب، علاوه بر تکیه بر جلوه‌های بصری شهر، می‌تواند به صورت بالقوه به وسیله تحریک همه حواس وی که فراتر از دسته‌بندی پنج‌گانه مطرح شده به وسیله ارسطو هستند، صورت گیرد (Rodaway, 2002). بینایی همراه با شنوایی و بویایی عامل مهمی برای درک محیط هستند. بینایی، شنوایی و بویایی اغلب ناشی از رفتار ناخودآگاه است و همیشه نمی‌توان در ابتدای تجربه از آن جلوگیری کرد. چشایی و لمس بیشتر به اراده ذهنی افراد بستگی دارد. در طعم و لمس برای ادراک محیط تا حدی محدودیت وجود دارد (Ba & Kang, 2019). تجارب حسی بین محیط فیزیکی، رفتار افراد و محیط ایجاد می‌شود. بنابراین هرگونه تغییر در منظر شهری می‌تواند باعث شکل‌گیری مجدد منظر حسی شود زیرا اتصالات حسی مختلف به محض حضور در فضا ایجاد می‌شود (El-Sayyad, 2019). این احساسات ایجاد شده، تجربه فرد را به عنوان بخش حیاتی ادراک، تحت تأثیر قرار می‌دهند. نشانه‌های بصری در محیط می‌تواند امکان شکل‌گیری تصویر ذهنی در محیط را افزایش دهد. صداها و لامسه به ایجاد هویت و قلمرو مکان کمک می‌کنند. مزه و بو نیز می‌توانند درک معنای فضا را افزایش دهند و یادآور خاطرات آن مکان باشند.

با وجود انجام بررسی‌های علمی این حوزه، هنوز هم فهم چگونگی درک و ادراک مردم از شهر و فضاهای شهری برای متخصصان بسیار دشوار است (El-Sayyad, 2019) و با آن‌که پژوهش‌های نسبتاً زیادی بر روی منظر حسی و نقش حواس در فرآیند ادراک محیطی نیز انجام پذیرفته، سهم پژوهش‌هایی که به طور ویژه بر روی منظر بویایی متمرکز شوند، بسیار کم بوده است (Xiao et al., 2020).

به نظر می‌رسد در فضاهای شهری مختلف کشور ایران با در نظر گرفتن شرایط بومی محیط و سنت‌های جاری میان مردم، تبیین بیشتر نقش مناظر حسی و تأثیر آن بر کیفیت فضای شهری نیازمند بررسی‌های بیشتری به خصوص با تمرکز بر برخی از این حواس باشد. مسئله اصلی پژوهش حاضر که ضمن مرور پژوهش‌های پیشین علمی و با در نظر گرفتن دغدغه «ارتقای کیفیت» در فضاهای شهری داخلی به خصوص با تأکید بر وجوه هویتی و بومی قابل تبیین است، نیاز پرداخت دقیق‌تر به موضوع «غنا حسی» و تحلیل شاخص‌ها و مصادیق آن به عنوان یکی از کیفیت‌های مهم فضای شهری با تأکید بر دو حس بویایی و چشایی است که تا کنون کمتر مورد توجه و تبیین قرار گرفته است. بر این اساس، مقاله حاضر با هدف تبیین فرآیند شناخت و تحلیل یک فضای شهری با تأکید بر ارتقای کیفیت غنا حسی در دو حوزه حواس بویایی و چشایی انجام پذیرفته است. به این منظور ضمن بررسی ادبیات موضوع، چارچوبی از شاخص‌های محیطی-فضایی

اثرگذار بر ارتقای کیفیت فضا تدوین و تبیین خواهد شد و پس از آن در قالب آمیخته‌ای از روش‌های کیفی و کمی به بازشناخت و تحلیل شاخص‌های منتخب از مناظر حسی در فضای مورد مطالعه پرداخته خواهد شد.

۲. چارچوب نظری

۲.۱. غنای حسی، منظر حسی^۱

کتاب «محیط‌های پاسخ‌ده» یکی از مهم‌ترین منابع حوزه مطالعات محیطی و فضای شهری است که به کیفیت «غنا حسی» به عنوان یکی از کیفیت‌های هفت‌گانه فضای شهری پرداخته است. بنتلی و همکاران، طراحی در راستای محیطی که به تنوع تجربیات حسی موجد لذت استفاده‌کنندگان از فضا منجر شود را در قالب «غنا حسی» ممکن می‌دانند. آنها ضمن اشاره به این‌که بخش وسیعی از تجربیات حسی مردم در فضا با «حس بینایی» تأمین می‌شود تأکید می‌کنند که توجه به سایر حواس پنج‌گانه و در نظر گرفتن نقش آنها در غنای تجربه حسی نیز در فرآیند طراحی و کیفیت بخشی به فضا بسیار واجد اهمیت است (Bentley, 2003). در نظر گرفتن کلیه حواس و عدم توجه مطلق به حس بینایی در تجارب محیطی، در رویکردهای پدیدارشناسانی مانند موریس مرلوپونتی و یوهانی پالاسما نیز آمده است. مونیکا مگان در همین راستا و در تبیین همپوشانی لایه‌های ادراک محیط به کمک حواس از عبارت «منظر حسی» استفاده می‌کند و پاول روداوی که در حوزه جغرافیای انسانی پژوهش کرده، عبارت «جغرافیای حسی» را در تبیین تأثیر حواس انسانی بر موقعیت‌یابی جغرافیایی به کار برده است (Sedaghat, 2017).

بنابراین در فرآیند ادراک محیط، بخش زیادی از تعامل، توسط حواس انسانی، صورت می‌پذیرد که منجر به تجربه‌های متنوع عاطفی و حسی می‌شود. محیطی که بتواند به مثابه یک قلمرو حسی در این فرآیند تعاملی، حواس مختلف انسان را درگیر نموده و به ارتقای ادراک انسانی توسط این حواس کمک کند، واجد کیفیت «غنا حسی» خواهد بود. صاحب‌نظران حوزه مطالعات منظر، تعامل چندحسی با مناظر شهری و عدم تأکید صرف بر تجربه بینایی در مواجهه با منظر را در ابتدا در قالب نظریاتی چون «منظر بویایی» و «منظر شنیداری» طرح نمودند و امروزه اتفاق نظر وجود دارد که منظر دارای جنبه‌های گوناگون و پیچیده‌ای از ترکیب تجربه حواس بینایی، شنیداری، بویایی، چشایی و لامسه است (Lotfi & Zamani, 2015).

۲.۲. حس بویایی و تأثیر آن در تعامل انسان و محیط

بوها می‌توانند احساسات عمیقی را برانگیزند و معانی اجتماعی را در اشتراک با رابطه مردم و مکان‌ها منتقل کنند (Xiao et al., 2020) اگرچه بوها نامرئی و موقت هستند، اما منظر بویایی از ساختار فضایی مکان نشأت می‌گیرد (Schivelbusch & Zardini, 2005). بوها در تجربیات روزمره مردم در شهرها اجتناب ناپذیر هستند و دنیایی نامرئی را در اطراف ما تشکیل می‌دهند (Zardini, 2005). بوها به مکان هویت می‌دهند و می‌توانند مردم را به دلیل احساسی به آن مکان‌ها

1 Sensory Richness

2 Sensescape

تعیین‌کننده‌ای در کیفیت مناظر بو در یک مکان ایفا می‌کند (Xiao et al., 2020). هنگام زمینه‌سازی، افراد بیشتر به همسان بودن بوهای درک شده در محیط با بوهای زمینه‌های خود اهمیت می‌دهند. در تحقیقات مشخص شده است که برای بیشتر افراد شناسایی بوها، بدون استفاده از وسایل دیداری (کلمات یا تصاویر) در شرایط بدون زمینه اطراف، دشوارتر است (Cain et al., 1998). هنگام تشخیص بو، افراد معمولاً سعی می‌کنند بین بوها و محیط فیزیکی ارتباط برقرار کنند و در عین حال برای ردیابی منابع بوهای شناسایی شده نیز جهت‌گیری کنند (Ayabe-Kanamura et al., 1998). وازکول و وانینی اظهار داشتند که تفسیرهای فوری مردم از بویایی اغلب به منابع بویایی و معانی آنها مربوط می‌شود (Vannini & Waskul, 2008).

تأثیر حس بویایی در فضای شهری، در بستر زمینه‌های نژادی، قومی، بومی، تاریخی و فرهنگی نیز متفاوت و قابل بررسی است. لاو مطالعات تحلیل و ارزیابی بو را در فضای شهری با رویکرد قوم‌نگاری و مطالعات فرهنگی در نمونه موردی شرق آسیا در «سنگاپور» به کمک تکنیک «بوگردی» گروهی مورد بررسی قرار داده (Low, 2008؛ Low, 2015) و با جزئیات تبیین می‌کند که ادراک مردم هندی، میانماری و تایلندی از بوهایی که در فضا استشمام می‌کنند، چطور بر تجربه حسی آنها از فضا اثرگذار است. وی معتقد است بوها می‌توانند در بسترهای فرهنگی مختلف، معانی و ارزش‌های اجتماعی مختلفی را در فضای شهری بازتاب دهند و میراث تاریخی را در بستر فضا و مکان به نمایش بگذارند. در جدول شماره یک شاخص‌های منظر بویایی که در پژوهش‌های پیشین مورد اشاره قرار گرفته، جمع‌بندی شده است.

متصل کنند (Xiao et al., 2020). بوهای مطلوب، احساس‌های قوی از شهروندان نسبت به شهر ایجاد می‌کنند و احساس شادی و سلامتی به آنها می‌بخشند (Henshaw, 2013).

خاطرات مردم از بوها دوام بیشتری نسبت به تصاویر بصری پیدا می‌کنند (Engen & Ross, 1973). حافظه بو همچنین می‌تواند تصویر بو را تحریک کند (Herz & Engen, 1996) و واکنش‌های عاطفی را برانگیزد که خود باعث غنای تجربه مکان می‌شود (Herz, 1998)؛ همان‌طور که پالاسما می‌گوید، ماندگارترین حافظه از هر مکانی اغلب بوی آن است (Pallasma, 2012). بوی خاص باعث می‌شود که ناآگاهانه، مجدداً وارد فضایی شویم که کاملاً توسط حافظه شبکه فراموش شده باشد. در واقع، بینی یک تصویر فراموش شده را بیدار می‌کند (Westerkamp et al., 2011). عضو بینی تصاویر از یاد برده شده ما را بیدار می‌کند و ما را به یاد خاطرات در گذشته می‌اندازد. به همین دلیل زمانی که در میان مرزهای بویایی خصوصاً در بازار حرکت می‌کنیم، می‌تواند تبدیل به تجربه‌ای هیجان‌انگیز شود. اتفاقاتی از جمله بارندگی و بوی نم‌آب، بوی رطوبت و مصالح مصرفی توسط حس بویایی ادراک می‌گردد. میوه‌های خوش‌بو مانند نارنج و پرتقال، بوی باغ‌های گل و میوه، بوی مزارع چای، همه، نظام بویایی مطلوبی را به وجود می‌آورد (Veskah, 2016).

شیائو و همکاران معتقدند زمینه مکان، تجربیات و خاطرات، محیط فیزیکی و منابع بویایی بر شکل‌گیری منظر بویایی در فضا اثرگذارند (Xiao et al., 2020). زمینه - که می‌تواند مجموعه‌ای از شرایط پیشین یا حقایق مربوط به مکان یا یک رویداد خاص در آن باشد - نقش

جدول شماره ۱: شاخص‌های منظر بویایی مطرح شده توسط نظریه‌پردازان

شاخص	پژوهش‌ها
۱ تنوع بو	(Degen, 2008) (Zardini & Schivelbusch, 2005) (Reinartz, J., 2014) (Bentley, 2003) (Changizi, 2013) (Nili & Soltanzadeh, 2013)
۲ وجود منابع بوهای طبیعی در محیط	(Tuan, Y. F. 1977) (Waskul, Vannini, 2008) (Xiao et al., 2020)
۳ بوی وابسته به زمان	(Spangenberg et al., 2005) (Buckle, 2014) (El-Sayyad, 2019) (Canniford & Riach, 2018)
۴ سازگاری بویایی	(Henshaw, 2013) (Degen & Rose, 2012) (Xiao et al., 2020)
۵ تأثیر بوی رهگذران	(Xiao et al., 2020) (Henshaw, 2013)
۶ وجود آسایش بویایی	(Xiao et al., 2020) (Herz, 2008)

- 1 Odour memory
- 2 Odour Imagery

۲,۳. حس چشایی و تجربه فضا

در میان تمام حواس مورد توجه در حوزه‌های نظری مطالعه و تجربه‌های عملی طراحی فضاهای شهری در اروپا، چشایی مبهم‌ترین است. در حالی که سلسله مراتب حسی، ممکن است در نظریه‌های اندیشمندان مختلف کمی تغییر کند، طعم همراه با بو، عملی، حیوانی و در نتیجه حقیق‌تر تلقی می‌شود. در قرن هجدهم طعم و مزه در گفتمان معماری به موازات معرفی آن در زمینه ظهور زیبایی‌شناسی ظاهر شد. آدموند برک تفاوت زیبا و زشت را با طعم قند و نمک مقایسه کرد. در توضیح وی معنی طعم از اصطلاحات کاملاً حسی ادراک چشایی تغییر می‌کند و اهمیت وسیع‌تری در رابطه با قضاوت زیبایی‌شناختی پیدا می‌کند. رهم با برچسب‌گذاری فضاهای معماری و شهرسازی از ترکیب قابل هضم بودن به عنوان یک کیفیت، استفاده می‌کند. طعم و مزه نخستین قدم در پیوند دادن فضای داخلی به بیرون و ایجاد ارتباط بین بدن و فضا است. منظر چشایی از ابعاد مهم حسی فضاهای شهری است و شهرها و فضاها به وسیله خوردن و آشامیدن مورد شناسایی و تمایز قرار می‌گیرند. منظر چشایی می‌تواند از اراضی کشاورزی و باغ‌ها تا مکان‌های سرو غذا و نوشیدنی مانند رستوران‌ها و کافه‌ها و آبخوری‌ها را در سطح شهر شامل شود (Degen, 2008). بو با مزه در ارتباط است و حس چشایی یک حس ترکیبی است؛ زیرا بویایی بر آن تأثیر بسیار دارد.

محرك‌های بویایی هم‌گیرنده‌های حسی بویایی و هم‌گیرنده‌های حسی چشایی را درگیر می‌کنند؛ مانند استنشاق بو و مزه دود به صورت هم‌زمان در خیابان. اگر محرك‌های حسی در ارتباط با ادویه‌ها و مواد غذایی باشند، می‌توان محرك‌های بو را عاملی به سوی ارتقای منظر چشایی دانست (Sedaghat, Z, 2017).

مکان‌هایی که محرك‌های چشایی در آن استفاده شده، به نقاط مرجع و نوعی لنگرگاه ذهنی تبدیل می‌شوند. به همین دلیل افراد در بیشتر اوقات در جست‌وجوی مکان‌ها و یا در هنگام آدرس دادن به یکدیگر، از رستوران‌ها و یا کافی‌شاپ‌های محبوب خود نام می‌برند. پژوهش‌های انجام گرفته در زمینه استنباط منظر ذهنی افراد از فضای شهری ثابت می‌کنند در نقشه‌های شناختی، بعد از فرم کالبدی، به حس چشایی نسبت به سایر جنبه‌های محیطی توجه ویژه می‌شود؛ زیرا خاطرات انسان معمولاً با طعم خوب و به یاد ماندنی ادغام شده است. به کار گرفتن تجربه حس چشایی به خصوص هنگام سپری کردن اوقات فراغت در محیط شهری موجب توجه بیشتر به ویژگی‌های محیطی خواهد شد (Shahcheraghi & Bandarabad, 2015). در جدول شماره دو شاخص‌های منظر چشایی در پژوهش‌های پیشین جمع‌بندی شده است.

جدول شماره ۲: شاخص‌های منظر چشایی مطرح شده توسط نظریه پردازان

منبع	شاخص
(Bentley, 2003) (Tibbalds, 2005) (Zukin, 1995) (Degen, 2008) (Zojaji et al, 2016)	وجود گیاهان مثمر
(Merleau-Ponty, 2013) (Pallasma, 2012) (Degen, 2008) (Shahcheraghi & Bandarabad, 2015) (Shahcheraghi, 2009)	خاطرات مکانی وابسته به چشایی
(Degen, 2008) (Zanganeh & Keshmiri 2019)	وجود کاربری‌های محرك چشایی

نیز ارتقای تجربه مکان دیده می‌شود. در این میان البته پژوهش‌هایی وجود دارند که به خصوص در سال‌های اخیر به این مهم پرداخته‌اند. پژوهش دیاکونا که به طور خاص بر حواس بویایی، چشایی و لامسه و تأثیر آنها در تجربه زیباشناختی انسان از محیط می‌پردازد یکی از اولین سری این پژوهش‌هاست (Diaconu, 2006). کورکیا و همکارش شاید برای نخستین بار به کمک داده‌های رسانه‌های جمعی، تجربه حس بویایی جمعی را برداشت نموده و در قالب تجربه‌های غالب بویایی شهر با رویکرد بومی‌سازی، ثبت کردند (Quercia & Schifanella, 2015). در مقاله دیگری شیائو و همکاران، به فهم منظر بویایی و ابعاد آن پرداخته‌اند و در قالب یک مطالعه موردی در یک فضای شهری این لایه از منظر حسی را مورد شناخت، ثبت و تحلیل قرار داده‌اند (Xiao et al, 2020). همچنین مطالعات هنشائو و همکارانش با آن‌که در حوزه تجارت و بازاریابی است می‌تواند در شناخت و تفسیر منظر بویایی شهر

عمده پژوهش‌های انجام شده به زبان فارسی در حوزه تجربیات حسی، یا همه حواس را به طور هم‌زمان مورد مطالعه قرار داده‌اند و یا با تأکید ویژه‌ای بر روی حواس بینایی و یا شنوایی متمرکز شده‌اند. این پژوهش‌ها یا به سنجش غنای حسی در فضاهای شهری پرداخته‌اند (Sedaghat, 2017; Zanganeh; Nasrabadi, Gohare, 2018; Keshmiri, 2019) و یا لایه منظر حسی و اثرگذاری آن بر کیفیت ادراک فضا را مورد پژوهش قرار داده‌اند (Lotfi & Zamani, 2015; Salehiniya & Shishavan, 2018). در میان پژوهش‌های خارجی نیز در سیر زمانی، پرداختن به موضوع تجربه حسی محیط و بررسی منظر حسی به طور کلی و با در نظر گرفتن همه حواس پنج‌گانه متداول تر بوده است (Elsayyad, 2002; Rodaway, 2002; Kubartz, 2014; Erwine, 2014; Bruce et al, 2015; Lucas, 2010; Vasilikou, 2016; 2019). و خلأ نپرداختن به منظر بویایی و چشایی و بررسی آن در فرآیند ادراک فضا و

رهگذران و عابران، گردشگران و کسبه مستقر) در محور مورد مطالعه بودند. این تعداد به صورت نمونه‌های در دسترس انتخاب شدند و مصاحبه‌ها تا رسیدن به نوعی «اشباع نظری» و پاسخ‌های تکراری ادامه یافتند. هدف از این مصاحبه‌ها برداشت تجربه ادراکی حواس بویایی و چشایی استفاده‌کنندگان از فضا و منابع آن در محدوده بود. داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها در نرم‌افزار «اطلس» کدگذاری شده و مورد تحلیل محتوا قرار گرفتند.

۳.۱. محدوده مورد مطالعه

خیابان حافظ (محور عرفان) در بافت تاریخی و فرهنگی «منطقه سه» شهر شیراز قرار دارد که به لحاظ دارا بودن مناظر با ارزش تاریخی هنری از دیرباز به عنوان یکی از باسابقه‌ترین نقاط شهری این شهر به شمار می‌رود. این محور به دلیل قرارگیری در مجاورت مهمترین عناصر ساخت اصلی شهر شیراز و اثرپذیری از عناصر هویت بخش محدوده، یک محور هویتی- فرهنگی در شهر شیراز به شمار می‌آید و علاوه بر شهرت ملی، در سطح بین‌المللی نیز در حوزه گردشگری دارای جایگاه ویژه‌ای است (تصویر شماره ۱). با این حال به نظر می‌رسد پتانسیل‌ها و فرصت‌های بسیاری در عناصر منظر عینی و ذهنی محور وجود دارد که در بازطراحی آن بایستی مورد توجه قرارگیرد. تحلیل ابعاد و شاخص‌های «منظر حسی» یکی از این فرصت‌هاست که در این مطالعه به طور خاص بر دو لایه منظر «بویایی» و «چشایی» که معمولاً در بررسی ابعاد منظر فضاهای شهری کمتر به آنها پرداخته می‌شود، مورد توجه قرار گرفته است. به طور خاص این محور در کنار حضور عناصر هویت بخش تاریخی و فرهنگی، حضور عناصر کالبدی- فضایی محرک بویایی و چشایی را نیز داراست که توجه به آنها و طراحی و برنامه‌ریزی به منظور تقویت آنها می‌تواند به ارتقای منظر حسی محدوده کمک کند. تصویر شماره یک، موقعیت دقیق محدوده انتخاب شده را نشان می‌دهد.



تصویر شماره ۱: موقعیت خیابان مورد مطالعه در شهر شیراز، منطقه و حوزه پیرامونی

پذیرفت که حاصل آنها در نقشه تصویر شماره ۲ دیده می‌شود. با حرکت از ابتدای محور به سمت چهارراه حافظیه، در دو سمت محور، دو منبع بویایی با کیفیت متضاد وجود دارد. از سمت راست به دلیل

و تجربه کاربران از مواجهه با این حس در فضای شهری راهگشا باشد (Henshaw, et al, 2016).

پس از مرور ادبیات نظری پژوهش، شاخص‌های پرتکرار و مورد تأکید در پژوهش‌های پیشین در دو حوزه «منظر بویایی» و «منظر شنوایی» در قالب جداول شماره ۱ و ۲ جمع‌بندی و تدوین شده‌اند که در مرحله مطالعه میدانی، در فرآیند شناخت و تحلیل یک فضای شهری داخلی مورد کاربست قرار گرفته است.

۳. روش

این پژوهش از نوع پژوهش‌های کاربردی بوده و با هدف بررسی بازشناخت و تحلیل میزان غنای حواس بویایی و چشایی به منظور کاربست در ارتقای کیفیت فضای شهری انجام پذیرفته است. به منظور انجام این پژوهش، راهبرد «کیفی» به منظور جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. در گام نخست و مطابق معمول پژوهش‌های کاربردی در حوزه شهرسازی، بررسی منابع کتابخانه‌ای با هدف تدوین مبانی و چارچوب نظری پژوهش و استخراج شاخص‌های مؤثر در حوزه موضوعی غنای حسی و به ویژه کیفیت حواس بویایی و چشایی در بستر موضوعی منظر حسی شهر، انجام گرفت. پس از آن، ضمن انتخاب نمونه موردی متناسب با موضوع، شاخص‌های حاصل از این بخش، در دو مرحله در نمونه مورد مطالعه مورد شناخت تحلیلی قرار گرفت. در مرحله نخست، برداشت حسی محیط، به کمک پیمایش میدانی توسط یکی از پژوهشگران به عنوان کارشناس مطالعات شهری، به صورت «حس‌گردی» انجام پذیرفت و منابع مؤثر بر تجربه حواس بویایی و چشایی در محدوده، به صورت مکان‌مند برداشت شدند. پس از آن با تعداد ۲۱ نفر از استفاده‌کنندگان فضا مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته صورت پذیرفت. سئوالات مصاحبه بر اساس مبانی نظری حاصل در پژوهش انتخاب شده و اعتبار آن (این جمع، شامل

۴. بحث و یافته‌ها

در ابتدای گردآوری داده‌ها از محیط، با هدف مطالعه میدانی، «برداشت حسی» به صورت «گشت هدفمند» در طول مسیر انجام

نوستالژی القا می‌کند، در ابتدای بهار نیز بوی شکوفه‌های نارنج را در فضا می‌پراکند. در مقابل این بخش از جداره، بوی قهوه از کافی‌شاپ‌ها هم حس بویایی و هم چشایی را در ادراک محدوده به کار می‌گیرد. در مجاورت چهارراه حافظیه نیز وجود یک نانواپی و یک قنادی سنتی، محرک هم زمان حس‌های بویایی و چشایی است. در مجموع، مسیر حاضر، پتانسیل‌های زیادی برای ارتقای حس بویایی و چشایی در راستای ارتقای هویت‌مندی، حضورپذیری و خاطره‌انگیزی فضا دارد.

وجود چند اغذیه‌فروشی، بوی غذا به مشام می‌رسد و حس بویایی و چشایی به طور هم زمان درگیر می‌شود و در سمت مقابل، به دلیل وجود جایگاه سوخت، بوی بنزین به مشام می‌رسد که می‌توان از آن به عنوان یک «آلودگی بویایی» نام برد. در بخش عمده‌ای از جداره جنوبی مسیر، وجود گیاهان، علاوه بر سرسبزی و طراوت و تقویت منظر بصری، حس بویایی را نیز درگیر می‌کنند. تأثیر حضور سبزیگی در سکناس باغ جهان نما و محوطه کتابخانه ملی و مرکز اسناد، به اوج می‌رسد، ضمن آن‌که حضور درختان نارنج در این بخش، علاوه بر آن‌که نوعی حس








تصویر شماره ۲: مکانیابی بوهای استشمام‌شده و میزان آن در طول محور؛ حاصل از برداشت میدانی و گشت هدفمند






مسیر چه بوهایی به مشامتان می‌رسد؟ و آیا حس چشایی شما هم در طول مسیر درگیر می‌شود؟ در حین گفت‌وگو به تناسب پاسخ، سعی بر آن بود که گفت و گو بسط داده شود و مخاطب، جزئیات درگیری حواس در طول مسیر را شرح دهد. در جدول شماره ۳ نظرات و پاسخ‌های تعدادی از مصاحبه‌شوندگان و کدهای استنتاجی حاصل از آن آمده است. بخشی از نظرات مشترک و تکراری، به منظور رعایت اختصار، حذف شده است. همچنین مکان تجربه حسی مورد نظر به تفکیک، روی نقشه مشخص شده است.

همان‌گونه که اشاره شد، به منظور شناخت عمیق‌تر و کیفی‌تر محدوده در چارچوب شاخص‌های پژوهش، با تعداد ۲۱ نفر از استفاده‌کنندگان از فضا نیز مصاحبه‌هایی صورت پذیرفت. این مصاحبه‌ها با نمونه‌های در دسترس در فضا انجام پذیرفت و تا رسیدن به پاسخ‌هایی که از جایی به بعد مشابه یا دارای فصل مشترک بسیار زیاد بود، تکرار شد. در انتخاب افراد، سعی بر این بود که نظرات گروه‌های مختلف سنی و جنسی با اهداف مختلف حضور در خیابان (ساکن، رهگذر، شاغل در محدوده یا گردشگر) پوشش داده شود. این مصاحبه به صورت نیمه‌ساختاریافته با دو سؤال اصلی دو بخشی شکل می‌گرفت که «با حرکت در طول این

جدول شماره ۲: منتخب نظرات برآمده از مصاحبه مردم ←

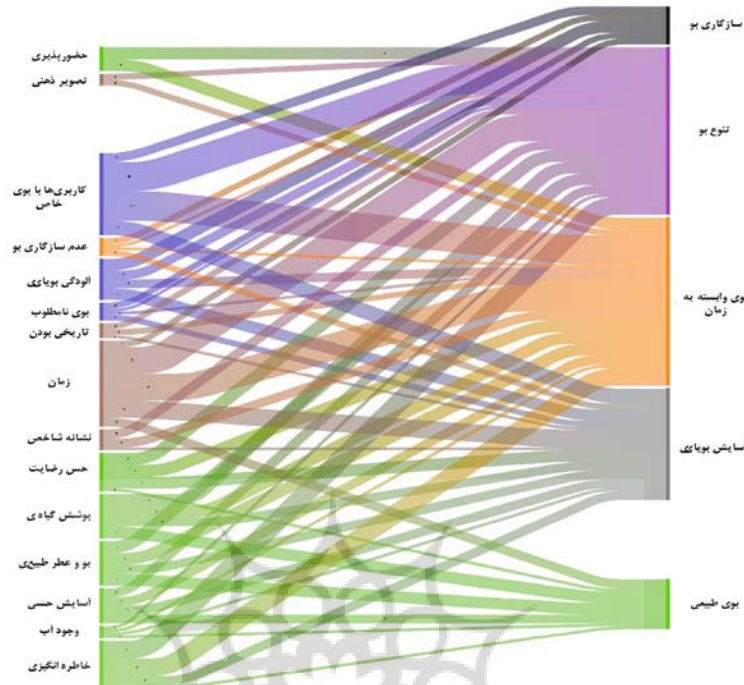
موقعیت مکانی تجربه‌های حسی بویایی و چشایی در طول محور	استنتاج از نظرات (کدهای برآمده)	نقل قول مستقیم پاسخ
	<p>تحریک پذیری حواس حتی با وجود نبود عنصر تحریک کننده، تأثیر ذهنیت افراد در ایجاد حس رضایت و تاثیر خاطرات گذشته در تجربه آینده فضا.</p>	<p>کنار باغ جهان نما دیوارهاش به حس خوبی می‌دهند، با وجود این که حتی بویی نمی‌دهند این طور حس می‌شوند که بوی آجر می‌شنویم. شاید به دلیل این که یادآور خانه‌های آجری قدیمی است که در آن زندگی می‌کردیم.</p>
	<p>اشاره به کاربری‌ها به عنوان منبع و خاستگاه تجربه بویایی در هنگام یادآوری مسیر و توجه به سازگاری کاربری‌های خاستگاه بویایی و اثر منفی قرارگیری نامناسب برخی کاربری‌ها در کنار هم.</p>	<p>اول مسیر از به طرف بوی خوراکی‌های فروشی‌ها و بوی کله‌پاچه می‌پیچه و از طرف دیگر بوی بنزین از پمپ بنزین میاد.</p>
	<p>استفاده از کاربری‌های محرک چشایی برای مکانیابی، ارتباط میان وجود این کاربری‌ها با ایجاد تصویر ذهنی در افراد و افزایش خوانایی مسیر و وجود ریتم بویایی در مسیر.</p>	<p>بوی کافی‌شاپ‌های رو به روی باغ جهان نما برام توی این مسیر تکرار میشه. بوی نون سنگکی سرچهارراه هم... بوی قهوه کافی‌شاپ‌های رو به روی جهان نما همیشه من رو وسوسه می‌کنه که برم به فنجون قهوه بخورم.</p>
	<p>تأثیر عناصر طبیعی و پوشش گیاهی در افزایش احساس رضایت و تعمیق تجربه حسی.</p>	<p>بوی خاک و گیاهان و چمن باغ مخصوصاً وقتی آب داده می‌شوند، از پیاده‌رو به مشام می‌رسد و خیلی دوست دارم این بو رو. حوضچه‌های آب کنار مسیر عطر آب و خاک رو با هم میدن. به بوی خاطره‌انگیز دارن.</p>
	<p>زمان‌مند بودن تجربه حسی بویایی در ادراک حسی استفاده‌کنندگان اثر وجود گیاهان مثمر بر ادراک زمانی در کنار تأثیرات بویایی و چشایی آنها، ایجاد ذهنیت منفی در افراد به دلیل عدم وجود آسایش و گاهی سازگاری بویایی و تثبیت هویت مکان به کمک بویایی و چشایی «بوی شیراز».</p>	<p>بوی بهارنارنج از دم‌های عید تا بعد عید خیلی توی این مسیر میاد. بوی آب وقتی به درخت‌های باغ و حاشیه مسیر آب می‌دهند. بوی خوراکی هم که مدام هست از کله‌پاچه تاپیتزا و همبرگر!! یبوخه (نوعی نان) فروشی‌ها هم مثل درختای بهارنارنج بوی شیراز میدن!</p>

← ادامه جدول شماره ۲: منتخب نظرات برآمده از مصاحبه مردم

موقعیت مکانی تجربه‌های حسی بویایی و چشایی در طول محور	استنتاج از نظرات (کدهای برآمده)	نقل قول مستقیم پاسخ
	<p>ادراک زمان، خاطره انگیزی و تبدیل حواس بویایی و چشایی به کمک حضور گیاهان مثمر، تأثیر گیاهان هویت‌مند بر ارتقای تجربه حسی و ادراکی فضا و تأثیر برخی گیاهان بر ارتقای هویت‌مندی شهر و فضاهای شهری.</p>	<p>۵ حس و حال درخت‌های نارنج مسیر رو دوست دارم چه وقت‌هایی که شکوفه دارن یا وقتی میوه می‌دهند. کلاً حس و حال درخت نارنج توی شیراز نوستالژیکه.</p>
	<p>به خاطر سپردن مکان‌ها با تجربه بویایی و چشایی و خاطره انگیزی در فرارگیری کاربری‌های محرک چشایی و بویایی در طول زمان.</p>	<p>۶ این یوخه‌فروشی‌های سر چهارراه حافظیه، من رو یاد خاطره‌های بچگیم میندازن. عطر و طعم یوخه برام خیلی خاطره‌انگیزه.</p>
	<p>به ریتم بویایی در خیابان و تأثیر آن بر ایجاد تصویر ذهنی تأثیر حضور کاربری‌های واجد بویایی و چشایی خاص.</p>	<p>۷ بو و طعم بستنی کافه‌های سر چهارراه و رو به روی جهان‌نما تکرار میشه هر بار از مسیر افراد و می‌گذرم.</p>
	<p>افزایش خوانایی شهری با وجود کاربری محرک چشایی و ارتقای حسن رضایت از تجربه حضور در فضا.</p>	<p>۸ به نون سنگکی سر چهارراه هست که وقت‌هایی که پخت می‌کنه عطر نون اون دور و برها می‌پیچه و آدم هوس نون تازه می‌کنه.</p>
	<p>تأثیر منفی کاربری‌های واجد آلودگی بویایی یا مخل آسایش بویایی.</p>	<p>۹ از پمپ‌بنزینی که پایین‌تر از باغ جهان‌نما هست هم همیشه بوی بنزین میاد.</p>
<p>راهنمای نقشه‌ها</p> <ul style="list-style-type: none"> <li style="margin-right: 10px;">● بوی آب و خاک <li style="margin-right: 10px;">● بوی نارنج <li style="margin-right: 10px;">● بوی بستنی <li style="margin-right: 10px;">● بوی کله‌پاچه <li style="margin-right: 10px;">● بوی بنزین <li style="margin-right: 10px;">● بوی گیاهان <li style="margin-right: 10px;">● بوی غذا <li style="margin-right: 10px;">● بوی شیرینی <li style="margin-right: 10px;">● بوی چای و قهوه <li style="margin-right: 10px;">● بوی نان تازه 		

مصاحبه لیست شدند. در نمودار سانکی در تصویر شماره ۳ میزان فراوانی ریز کدها و استخراج شاخص های بویایی از آنها مشخص شده است.

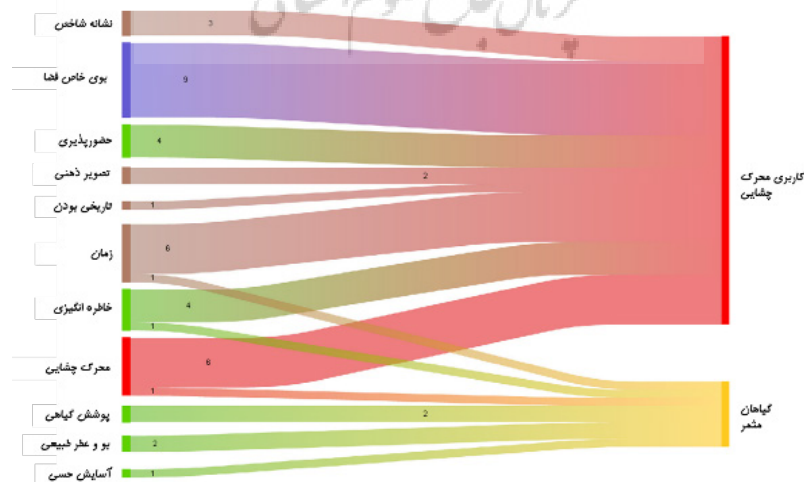
مصاحبه افراد در نرم افزار «اتلس» کد گذاری شد. ابتدا ریز کدهایی مانند اثر پوشش گیاهی و آلودگی بویایی و ... به عبارات داده شد. سپس ارتباط آنها با شاخص های اصلی بویایی مورد نظر در این پژوهش سنجیده شد. ریز کدها با هدف شناسایی دقیق تر شاخص ها در عبارات



تصویر شماره ۳: فراوانی شاخص های بویایی با توجه به ریز کدهای برآمده از مصاحبه

توجه استفاده کنندگان از فضا قرار گرفته بود. در نمودار تصویر شماره ۴ به تحلیل شاخص های چشایی در مصاحبه ها پرداخته شد. در این قسمت نیز از ریز کدها برای شناسایی شاخص های چشایی استفاده شد. شاخص کاربری های محرک چشایی و گیاهان متمرکز موارد مطرح شده در مصاحبه ها بود. تأکید بیشتر افراد بر روی تأثیر کاربری های محرک چشایی در این خیابان بود. گیاهان متمرکز بخش کوچکتری را به خود اختصاص داده اند.

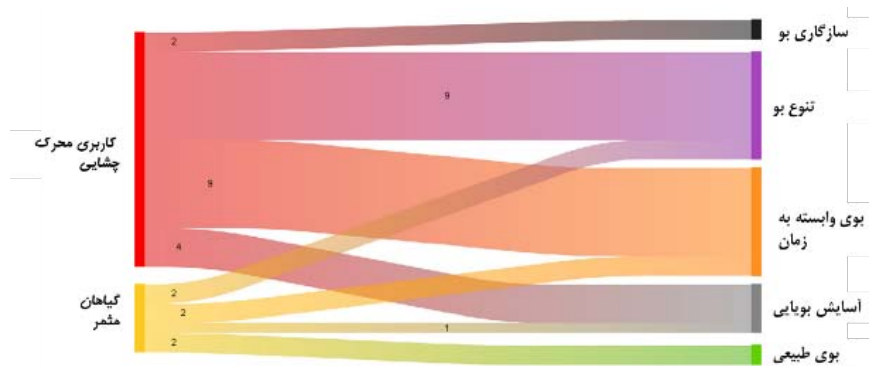
از بررسی نمودار به نظر می رسد که به ترتیب شاخص های بوی وابسته به زمان، تنوع بوی کاربری های خاص، آسایش بویایی، بوی طبیعی و سازگاری بویایی شاخص های قابل توجه در منظر بویایی بودند. مصاحبه ها بیشتر از کاربری ها به عنوان منبع بو یاد می شد که این موضوع حاکی از آن است که منابع بو به صورت نقطه ای در طول محور وجود دارد. کاربری های اغذیه فروشی مانند کافی شاپ ها و رستوران های کوچک به طور گسترده در مصاحبه ها یادآوری شده بود و برخی از آنها مانند نانواپی و یوخه فروشی به عنوان عنصر شاخص مورد



تصویر شماره ۴: میزان فراوانی شاخص های چشایی با توجه به ریز کدها

عمیقی میان وجود کاربری‌های محرک چشایی (اغذیه فروشی‌ها) و تحریک‌کننده حس بویایی وجود دارد.

نمودار تحلیلی تصویر شماره ۵ نشان‌دهنده میزان جدایی‌ناپذیر بودن و تعامل شاخص‌های بویایی و چشایی است. به عبارت دیگر پیوند



تصویر شماره ۵: ارتباط و همبستگی شاخص‌های بویایی و چشایی

گیاهان طول مسیر با خاطره بوی خاک و آب، ریزکدهای قابل تحلیلی است که حاکی از این مهم است. به نظر می‌رسد تجربه حسی افراد، با همراهی زمان عمیق‌تر و غنی‌تر می‌شود و این مواجهه، به جز وجوه مکان، از بعد «زمان» نیز اثر می‌گیرد و بر ادراک آن اثرگذار است. پیش از این نیز در پژوهش‌های دیگری اثر پیونددهندگی منظر بویایی در اتصال حال و گذشته در بستر زمان و نیز تفسیر تغییرات محیط با گذشت زمان یا سنت‌های زندگی افراد ساکن در مکان، مورد توجه قرار گرفته است (Tuan, 1977; Reinartz, 2014). انتظارات مردم از محرک‌های حسی که در مناطق کشف می‌کنند، مطابق با زمان روز، هفته یا سال تغییر می‌کند. همچنین تحت تأثیر فعالیت‌ها، تغییرات محیطی مانند پوشش گیاهی محلی و الگوهای مهاجرت حیوانات و اقلیم است که به نوبه خود بر تجربه حسی مردم تأثیر می‌گذارد (Bruce et al, 2015).

یافته‌ها نشان می‌دهد، در تجربه حسی محور حافظ شیراز، به طور خاص حضور «درختان نارنج» به عنوان مصداقی از شاخص «گیاهان مثمر» علاوه بر امکان تعمیق هم زمان حواس بویایی و چشایی، به ادراک «حس زمان» و نیز «خاطره‌انگیزی فضا» و نیز «هویت بخشی به تجربه حسی مسیر» نیز مؤثر بوده است. درخت نارنج، هم برای ساکنان و هم برای گردشگران، تجربه زمینه جغرافیایی مکان شیراز را با تجربه زمان به خصوص در بهار گره می‌زند و حس تعلق به مکان را ارتقا می‌دهد.

در تجربه حس چشایی در طول این محور- همان‌گونه که پیش‌بینی می‌شد- یافته‌ها حکایت از تأثیر کاربری‌های محرک چشایی بر تعمیق تجربه حسی فضا و ادراک آن دارد. این مهم، باز هم وقتی با کیفیت‌های تاریخی و هویتی زمینه مورد بررسی همراه می‌شود، اثر گذاری عمیق‌تری دارد. به طول مثال در مرور مصاحبه‌ها، مردم با آن‌که بارها از اثر کاربری‌های اغذیه‌فروشی، کافه‌ها و نانواپی در طول محور یاد کرده‌اند و به کمک آنها مسیر را یادآوری کرده‌اند، وقتی فعالیت «یوخه‌فروشی» در مجاورت چهارراه حافظیه را به خاطر می‌آورند، نه تنها از تجربه لذت بخش حس چشایی یاد می‌کنند بلکه از آن به عنوان «بوی شیراز» یاد می‌کنند، آن را با نوستالژی، خاطره و هویت شیراز پیوند می‌زنند و حس تعلق خود به این مکان را با کمک این تجربه بازخوانی می‌کنند؛ «این یوخه‌فروشی‌های سر چهارراه حافظیه، من

در تجربه حس بویایی، یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها ابعاد عمیقی از دریافت تجربه حسی بویایی در طول مسیر توسط کاربران را روشن نمود. در این مصاحبه‌ها بارها از کاربری‌های خاص واجد حس بویایی در طول مسیر یاد شده بود. در برخی از این نظرات کاملاً استفاده از بویایی برای به خاطر آوردن طول مسیر و حتی آدرس‌پذیری محور مشهود بود. این موضوع ضمن روشن کردن فرآیند ردیابی منابع بو توسط کاربران فضا، نشان‌دهنده اثر مکان و وابستگی جدایی‌ناپذیر تجربه‌های حسی با مکان است؛ آنچه در پژوهش‌های پیشین نیز مورد اشاره و تأکید قرار گرفته بود (Ayabe-Kanamura et al, 1998). در تحقیقات مشخص شده است که برای بیشتر افراد، شناسایی بوها بدون استفاده از وسایل دیداری در شرایط بدون زمینه اطراف، دشوارتر است (Cain et al., 1998). در لایه عمیق‌تر، بررسی مصاحبه‌ها نشان می‌دهد به خاطر سپاری و به یادآوری تجربه‌های بویایی به خصوص در فضاهای شهری واجد کیفیت‌های تاریخی، بسیار با نوستالژی و خاطره گره خورده و بر تعمیق حس تعلق به مکان اثرگذار است. در واقع اثرگذاری دوسویه بار تاریخی و تجربی مکان بر کیفیت تجربه حس بویایی از سویی و تأثیر تجربه مثبت بویایی بر ارتقای حس تعلق به مکان و خاطره‌انگیز نمودن آن از محتوای این نظرات قابل استنتاج است. این مهم در پژوهش شیائو و همکاران نیز مورد اشاره قرار گرفته بود که معتقدند زمینه مکان، تجربیات و خاطرات، محیط فیزیکی و منابع بویایی بر شکل‌گیری منظر بویایی در فضا اثرگذارند (Xiao et al, 2020). این موضوع با نگاه تحلیلی زمینه فضای شهری بسیار حائز اهمیت است. زمینه - که می‌تواند مجموعه‌ای از شرایط پیشین یا حقایق مربوط به مکان یا یک رویداد خاص در آن باشد- نقش تعیین‌کننده‌ای در کیفیت مناظر بود در یک مکان ایفا می‌کند (Xiao et al, 2020). هنگام زمینه‌سازی، افراد بیشتر به همسان بودن بوهای درک شده در محیط با بوهای زمینه اهمیت می‌دهند.

یکی دیگر از وجوه قابل تأمل در بررسی نظرات کاربران، ادراک حس زمان، چرخه زمان و ریتم به کمک ادراک بویایی بود و در واقع اهمیت شاخص «بوی وابسته به زمان» بود. به یادآوری مطلع بهار با عطر بهارنارنج در طول مسیر (اثر گیاهان مثمر)، به خاطر سپاری ساعات فعالیت خاص نانواپی با بوی نان، به یادآوری بازه‌های زمانی آبیاری به

هم در لایه پژوهش‌های آتی و هم در لایه طرح‌های اجرایی، بتواند به اثربخشی چندوجهی بر ارتقای کیفی فضا و تعمیق حس تعلق به مکان در میان کاربران کمک کند. یافته‌های حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد، محور مورد مطالعه ضمن دارا بودن ارزش‌های تاریخی، هویتی و گردشگری در حوزه تجربه حسی و ادراکی و به طور خاص دو حس «بویایی» و «چشایی» نیز بتواند محور مؤثری در تجربه ادراکی شهروندان و گردشگران باشد. این مهم در طرح‌های سامان‌دهی منظر شهری این محور می‌تواند در مکانیابی کاربری‌های اثربخش در غنای حواس بویایی و چشایی، برنامه‌ریزی در انتخاب نوع و نحوه چیدمان پوشش گیاهی در طول محور، ایجاد فضاهای مکث معطف در طول مسیر به منظور بهره‌برداری حسی بیشتر از فضا و اتخاذ تمهیداتی برای به حداقل رساندن آلودگی‌های بویایی محور در قالب سیاست‌های طراحی شهری مورد توجه بیشتر قرار گیرد. در پژوهش‌های آتی این حوزه، مطالعه موارد بیشتری از فضاهای شهری و استفاده از روش‌هایی مانند گشت‌های هدایت‌شده با حضور کاربران، به منظور ثبت و ارزیابی دقیق‌تر تجربه‌های حسی محیط و نیز بررسی نظرات آنان در خصوص اولویت‌بندی اقدامات اثربخش در ارتقای کیفیت غنای حسی فضای شهری پیشنهاد می‌شود.

رو یاد خاطره‌های بچگیم میندازن». «یوخه‌فروشی‌ها مثل بهارنارنج، بوی شیراز میدن».

در نهایت همان‌گونه که در پژوهش‌های پیشین نیز بر آن تأکید شده بود، نمودار تحلیلی حاصل از مصاحبه‌ها نشان‌دهنده اثرگذاری، جدایی‌ناپذیری و تعامل قوی شاخص‌های دو حس «بویایی» و «چشایی» است. در واقع محرک‌های بویایی هم‌گیرنده‌های حسی بویایی و هم‌گیرنده‌های حسی چشایی را درگیر می‌کنند و می‌توان محرک‌های بو را عاملی به سوی ارتقای منظر چشایی دانست (Sedaghat, Z, 2017). وجود کاربری‌ها محرک چشایی هم‌زمان و به طور بالقوه، بویایی را نیز تحریک می‌کنند و حضور «درختان مثمر» نیز از شاخص‌ها و مؤلفه‌هایی است که تجربه حس بویایی و چشایی را به طور هم‌زمان فراهم می‌کند.

نکته‌ای که در آخر می‌شود به آن اشاره کرد این است که بخشی از تجربه‌های حسی برآمده از حواس بویایی و چشایی در طول مسیر که ناظر به کاربری‌ها و فعالیت‌های مصنوع است، در اکثر روزهای هفته، ماه و سال تکرار می‌شود و تجربه حسی نسبتاً مستمر و منظم و دائمی در قالب منظر بویایی و چشایی در تعامل فرد با محیط ایجاد می‌کند. اما بخشی دیگر که برآمده از منابع طبیعی هستند، طبعاً محدودیت زمانی داشته و در ایام خاصی از سال، بر منظر چشایی و بویایی محیط اثرگذاری دارند. بر این اساس و ضمن در نظر گرفتن بعد زمان و تأثیر آن بر تجربه‌های حسی شاید بتوان به کمک هنرهای چندحسی محیطی، امکان تداعی خاطره و تأکید بر هویت بویایی و چشایی مسیر را در سایر ایام سال شبیه‌سازی نمود.

۵. نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بازشناخت فضای شهری بر اساس تحلیل غنای حواس بویایی و چشایی به عنوان دو حس مغفول در پژوهش‌های حوزه منظر ادراکی شهر، طرح گردید. به این منظور پس از بررسی منابع کتابخانه‌ای در راستای تدوین مبانی و چارچوب نظری پژوهش، در محدوده مورد مطالعه که بخشی از خیابان حافظ شیراز است، شاخص‌های حاصل از مبانی نظری به طور موردی، بررسی گردید. این بررسی در دو لایه کیفی و کمی در قالب برداشت میدانی (حس‌گردی) و انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با کاربران فضا صورت پذیرفت. یافته‌های حاصل از این بررسی نشان می‌دهد، در میان شاخص‌های کیفیت حس بویایی و چشایی، «آسایش بویایی»، «حضور گیاهان مثمر» و «کاربری‌های خاطره‌انگیز واجد محرک چشایی»، کنشگری بیشتری در فرآیند تجربه ادراک محیطی شهروندان دارد. همچنین نتایج حاصل از تحلیل پرسشنامه‌ها نشانگر ضعف فضایی محدوده در شاخص‌های «تنوع بویایی» و «سازگاری بویایی» و قوت و مطلوبیت نسبی در شاخص‌های «بوهای طبیعی»، «بوهای وابسته به زمان» و «آسایش بویایی» است. از طرفی در تحلیل یافته‌های حاصل از پیمایش کیفی، می‌توان بر رابطه دو سویه تعمیق «حس بویایی» با خاطره‌انگیزی و هویت‌مندی مکان و نیز رابطه متقابل «ادراک زمان» با عمق تجربه حسی بویایی تأکید نمود. به نظر می‌رسد به خصوص در فضاهای شهری واجد ارزشمندی تاریخی، توجه به وجوه هویتی بوهای ناشی از منابع طبیعی یا کاربری‌های واجد تجربه بویایی یا چشایی هویت‌مند،

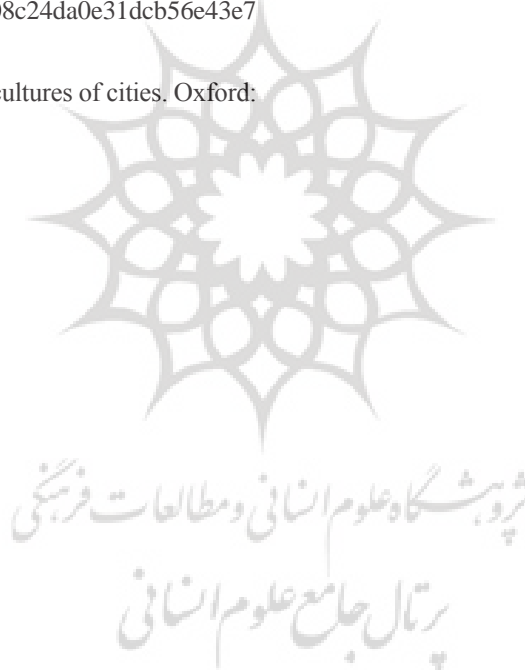
References:

- Ayabe-Kanamura, S., et al. (1998). Differences in perception of everyday odors: a Japanese-German cross-cultural study. *Chemical senses* 23(1): 31-38. <https://doi.org/10.1093/chemse/23.1.31>
- Ba, M. and J. Kang (2019). "A laboratory study of the sound-odour interaction in urban environments." *Building and Environment* 147: 314-326. <https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2018.10.019>
- Bakhtiyari Nasrabadi, A. and G. Gholami Gohare (2018). Measuring the quality of sensory richness in the promotion of urban space Case Study: Sichaan neighborhood, Isfahan. *Haft Hesar Journal of Environmental Studies* 6(22): 97-110. [in Persian]
- Bentley, I. (2003). *Responsive environments: a manual for designers*. (Translated by M. Behzadfar). Tehran: Elm Sanaat Iran University. Publication Center. [in Persian]
- Bruce, N., et al. (2015). "Analysing olfactory and auditory sensescapes in English cities: Sensory expectation and urban environmental perception." *Ambiances. Sensitive environment, architecture and urban space* 1(1): 1-15. <http://dx.doi.org/10.4000/ambiances.560>
- Buckle, J. (2014). *Clinical aromatherapy-e-book: essential oils in practice*. Elsevier Health Sciences.
- Cain, W. S., et al. (1998). "Odor Identification: Perceptual and Semantic Dimensions." *Chemical Senses* 23(3): 309-326. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1093/chemse/23.3.309>
- Canniford, R., K. Riach and T. Hill (2018). "Nosenography: How smell constitutes meaning, identity and temporal experience in spatial assemblages." *Marketing Theory* 18(2): 234-248. <http://dx.doi.org/10.1177/1470593117732462>
- Changizi, N. A., R. (2013). "Investigating the identity indicators of the urban space in the historical context (Case Study:: kerman bazar)." *motaleat shahr-e irani eslami* 11(3): 53-64. [in Persian]
- Degen, M. M. (2008). *Sensing cities: Regenerating public life in Barcelona and Manchester*. Routledge.
- Degen, M. M. and G. Rose (2012). "The sensory experiencing of urban design: The role of walking and perceptual memory." *Urban studies* 49(15): 3271-3287. <https://doi.org/10.1177/0042098012440463>
- Diaconu, M. (2006). "Reflections on an aesthetics of touch, smell and taste." *Contemporary Aesthetics* (Journal Archive) 4(1): 8. <http://hdl.handle.net/2027/spo.7523862.0004.008>
- El-Sayyad, N. (2019). Role of sensory maps in cultural planning to shape the future of deteriorated heritage sites. 8th International Conference "ARCHCAIRO8:" Building the Future "Now"-Rights to Better Living, Architecture and Contexts: 8-10. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/59005500/>
- Engen, T. and B. M. Ross (1973). "Long-term memory of odors with and without verbal descriptions." *Journal of experimental psychology* 100(2): 221. <https://doi.org/10.1037/h0035492>
- Erwine, B. (2014). *Multidimensional Space: The Intersection of Architecture and Engineering in the Realm of the Senses*. ARCC Conference Repository. <https://doi.org/10.17831/rep:arcc%25y281>
- Henshaw, V. (2013). *Urban smellscape: Understanding and designing city smell environments*, Routledge.
- Henshaw, V., et al. (2016). "Marketing the 'city of smells'." *Marketing Theory* 16(2): 153-170. <http://dx.doi.org/10.1177/1470593115619970>
- Herz, H., B. Hölldobler and F. Roces (2008). "Delayed rejection in a leaf-cutting ant after foraging on plants unsuitable for the symbiotic fungus." *Behavioral Ecology* 19(3): 575-582. <http://dx.doi.org/10.1093/beheco/arn016>
- Herz, R. S. (1998). "Are odors the best cues to memory? A cross-modal comparison of associative memory stimuli a." *Annals of the New York Academy of Sciences* 855(1): 670-674. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1749-6632.1998.tb10643.x>
- Herz, R. S. and T. Engen (1996). "Odor memory: Review and analysis." *Psychonomic Bulletin & Review* 3(3): 300-313. <http://dx.doi.org/10.3758/BF03210754>
- Kubartz, B. (2014). *Urban smellscape: understanding and designing city smell environments*, Taylor & Francis. 2: 99-101. <https://doi.org/10.1080/2325548X.2014.919152>
- lotfi, A., Zamani, B. (2015). "The effect of Sensescape criteria in quality of Equipped Community Spine (Case study: Isfahan, Aligholiagha spine)." *Motaleate Shahri* 4(13): 43-56. <https://sid.ir/paper/508420/fa>. [in Persian]
- Low, K. E. (2008). "Scent and scent-sibilities." *Smell and Everyday Life Experiences*. Cambridge Scholars Publishing.

- Low, K. E. (2015). "The sensuous city: Sensory methodologies in urban ethnographic research." *Ethnography* 16(3): 295-312. <https://doi.org/10.1177/1466138114552938>
- Lucas, R. and O. Romice (2010). "Assessing the Multi-Sensory Qualities of Urban Space: A methodological approach and notational system for recording and designing the multi-sensory experience of urban space." *Psychology* 1(2): 263-276. <https://doi.org/10.1174/217119710791175678>
- Merleau-Ponty, M. (2013). *Phenomenology of perception*, Routledge.
- nili, R., R. nili and H. Soltanzadeh (2013). "Studying the Application of Healing Landscapes in Persian Gardens." *The Monthly Scientific Journal of Bagh-e Nazar* 9(23): 65-74. SID. <https://sid.ir/paper/125386/fa> [in Persian]
- Pallasmaa, J. (2012). *The Eyes of the Skin: Architecture and the Senses*, Wiley.
- Quercia, D., Schifanella, R., Aiello, L. M., & McLean, K. (2015). Smelly maps: the digital life of urban smellscapes. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* (Vol. 9, No. 1, pp. 327-336). <https://doi.org/10.1609/icwsm.v9i1.14621>
- Reinartz, J. (2014). *Past scents: historical perspectives on smell*, University of Illinois Press.
- Rodaway, P. (2002). *Sensuous geographies: body, sense and place*, Routledge.
- Salehiniya, M. and M. N. Shishavan (2018). "Explaining the role of sensoryscape components based on senses in quality of environmental sensory perception of New Arg of Tabriz." *Journal of Studies On Iranian - Islamic City* 8(31): 19-32 SID. <https://sid.ir/paper/523023/fa>. [in Persian]
- Schiffman, H. R. (1990). *Sensation and perception: An integrated approach*, John Wiley & Sons.
- Sedaghat, Z. (2017). "Assessing Sensory Richness in Urban Spaces: An Analytical Framework." *Soffeh* 27(1): 73-88. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.1683870.1396.27.1.5.5>. [in Persian]
- Shahcheraghi, A. (2009). "Analysing the Perception Process of Persian Garden's Environment, According to the Echologic Psychological Theory." *Hoviatshahr* 3(5): 71-84 <https://dorl.net/dor/20.1001.1.17359562.1388.3.5.7.1>. [in Persian]
- Shahcheraghi, A. and A. Bandarabad (2015). *Environed in Environment (Application of environmental psychology in architecture and urban planning)*, Jahad daneshgahi Publication. [in Persian]
- Spangenberg, E. R., B. Grohmann and D. E. Sprott (2005). "It's beginning to smell (and sound) a lot like Christmas: the interactive effects of ambient scent and music in a retail setting." *Journal of business research* 58(11): 1583-1589. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2004.09.005>
- Thibaud, J.-P. (2011). "The Sensory Fabric of Urban Ambiances." *The Senses and Society* 6(2): 203-215. <https://doi.org/10.2752/174589311X12961584845846>
- Tibbalds, F. (2005). *Making People-Friendly Towns: Improving the Public Environment in Towns and Cities*. (Translated by Ahmadinejad, M). Esfahan, khak. [in Persian]
- Truax, B., & Westerkamp, H., & Woog, A., & Kallmann, H. (2014). *World Soundscape Project*. *The Canadian Encyclopedia*. Retrieved from www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/world-soundscape-project.
- Tuan, Y.-F. (1977). *Experience and appreciation*. In: *Children, Nature, and the Urban Environment: Proceedings of a Symposium-Fair*; Gen. Tech. Rep. NE-30. Upper Darby, PA: US Department of Agriculture, Forest Service, Northeastern Forest Experiment Station. 30: 26-32. https://www.nrs.fs.usda.gov/pubs/gtr/gtr_ne30/gtr_ne30_001.pdf
- Vasilikou, C. (2016). *Sensory Navigation in the City Centre*. Perceptual paths, sense walks and interactive atmospheres. *International Network Ambiances. Proceedings of 3rd International Congress on Ambiances*. Volos, Greece. 1: 559 – 564. <https://hal.science/hal-01414151>
- Veskah, A. (2016). "Johan Pallasmaa reading phenomenological analysis of the differences in the perceptions of architecture and urban and rural area." *Urban Management* 15(44): 439-458. <https://doi.org/10.22059/jes.2021.317732.1008121>. [in Persian]
- Waskul, D. D. and P. Vannini (2008). "Smell, Odor, and Somatic Work: Sense-Making and Sensory Management." *Social Psychology Quarterly* 71(1): 53-71. <https://doi.org/10.1177/019027250807100107>
- Westerkamp, H., A. Woog and H. Kallmann (2014). "World Soundscape Project." *Canadian Encyclopedia*. Retrieved from <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/world-soundscape-project-emc>.
- Xiao, J., M. Tait and J. Kang (2020). "Understanding

smellscapes: Sense-making of smell-triggered emotions in place.” *Emotion, Space and Society* 37: 2-15 100710. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2020.100710>

- Zanganeh, N. and H. Keshmiri (2019). “The Role of Sensory Richness in Improving the Environmental Quality of Urban Spaces (Case Study: Zandiyah Shiraz Complex).” *Geography and Urban Space Development* 5(2): 181-200 <https://doi.org/10.22067/gusd.v5i2.66413>. [in Persian]
- Zardini, M. and W. Schivelbusch (2005). *Sense of the city: an alternate approach to urbanism*. Lars Müller Publishers.
- Zojaji, N., A. Nikbakht and M. Kafi (2016). “Design Principles of Clinical Sites with Emphasis on Components of Healing gardens, Horticultural Therapy Spaces and The Persian Garden.” *Environmental Science and Technology* 18(4): 303-317 https://jest.srbiau.ac.ir/article_10370_908c24da0e31dcb56e43e7ab8a7c3848. [in Persian]
- Zukin, S. (1995). 1995: *The cultures of cities*. Oxford: Blackwell.



نحوه ارجاع به مقاله:

روستا، مریم، شعله، مهسا، امیری، نگین (۱۴۰۲) بررسی تحلیلی غنای حسی در بازساخت فضای شهری با تمرکز بر حواس بویایی و چشایی (نمونه مورد مطالعه: خیابان حافظ شیراز)، *مطالعات شهری*، ۱۲ (۴۸)، ۴۲-۲۹. <https://doi.org/10.22034/urbs.2023.62683.112.29-42>

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.

