



مطالعات طراحی شهری و پژوهش‌های شهری

ISSN: 2645-4424

فصلنامه مطالعات طراحی شهری و پژوهش‌های شهری
سال چهارم، شماره ۲ (پیاپی: ۱۵)، تابستان ۱۴۰۰، جلد یک

عوامل استرس‌زای محیطی اثرگذار بر سلامت روان ساکنان
محلات
ساناز فنائی، غلامرضا حقیقت نائینی

ارزیابی بهینه‌سازی تولید انرژی با اجرای تکنیک جاروب
کشی ثقلی پلکانی بیوگاز با آب در نیروگاه زیست‌توده
سازمان پسماند شهرداری مشهد
حسین نوروزی مقدم، اقدس بنایی، ابوالفضل کریمیان

بررسی تأثیر عوامل موثر بر احساس امنیت زنان در فضای
شهری؛ مطالعه موردی: شهروندان سنندج، استان کردستان
عمر (چومان) کنعانی

تحلیلی بر تأثیر رنگ و فرم تبلیغات شهری بر آسایش بصری
شهروندان در محور هاشمیه مشهد
حجت حاتمی‌نژاد، مریم پورعباسی، جواد مهدی زاده

امکان‌سنجی تأثیرپذیری از فضاهای شهری دوره رنسانس
اروپا در میدان نقش جهان اصفهان
مهدی رحمانی، سوشیانت نصیری‌کیا، محمدعلی کاظم‌زاده رائف،
صبا میردریگوندی

پراگماتیسم در طراحی شهری انسان‌محور و دموکراتیک
سیدمحمد هاشمی، فرید گنجعلی



نشریه

نشانی: کرج، آزادگان، ابتدای بلوار مطهری، کوچه شهید سبجانی، پلاک ۲۸، واحد ۴
کد پستی: ۳۱۴۳۹۵۳۵۹۵
www.UDSJ.ir
@Shij.journals@gmail.com
۰۲۶ ۳۴۴۵۳۱۳۱ / ۰۲۱ ۴۳۸۵۷۱۲۴

جای

انتشارات هنر و علوم دانشگاهی، تلفن: ۰۲۱ ۳۳۸۴۰۷۹۲
نشانی: تهران، افسریه، ۱۵ متری اول، کوچه ۲۸، پلاک ۲۹۳

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: میلاد فتحی

زیر نظر شورای سردبیری

مدیر اجرایی: منیژه ملائی

اعضای شورای علمی و داوری تحریریه: (به ترتیب حروف الفبا)

- دکتر میترا عظیمی، عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی
- دکتر وحیده ابراهیم‌نیا، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی
- دکتر حسن اسماعیل‌زاده، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی
- دکتر رحیم حیدری چپانه، عضو هیئت علمی دانشگاه تبریز
- دکتر ابوالفضل قنبری، عضو هیئت علمی دانشگاه تبریز
- دکتر وحید بیگدلی‌راد، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی قزوین
- دکتر محمد فرخ‌زاد، عضو هیئت علمی دانشگاه گلستان
- دکتر بهمن صحنه، عضو هیئت علمی دانشگاه گلستان
- دکتر بهرام ایمانی، عضو هیئت علمی دانشگاه محقق اردبیلی
- دکتر حبیب‌اله فصیحی، عضو هیئت علمی دانشگاه خوارزمی
- دکتر علیرضا محمدی، عضو هیئت علمی دانشگاه محقق اردبیلی

فراخوان پذیرش مقاله:

نشریه «مطالعات طراحی شهری و پژوهش‌های شهری» توسط موسسه مطبوعاتی مطالعات کاربردی شباک و با همکاری علمی اساتید برجسته دانشگاه‌های کشور به انتشار مقالات علمی در زمینه برنامه‌ریزی شهری، طراحی شهری و به طور عام شهرسازی، می‌پردازد. از این‌رو از تمام اساتید، صاحب‌نظران، کارشناسان، دانشجویان و پژوهشگران دعوت می‌شود با ارسال مقالات علمی خود از طریق وبسایت نشریه به نشانی www.UDSJ.ir در پربارتر کردن این نشریه، ما را یاری نمایند. برای ارسال مقاله کافی است تا در وبسایت ثبت‌نام نموده و با ورود به پنل کاربری، مقاله خود را ثبت کنید.

محورها و موضوعات پذیرش مقاله:

- برنامه‌ریزی شهری
- شهرسازی ایرانی و اسلامی
- شهرسازی و توسعه پایدار
- مدیریت شهری و اقتصاد شهری
- مبنای نظری و تاریخ شهرسازی
- ارتباط دوسویه معماری و شهرسازی
- مرمت و احیا بافت‌های تاریخی شهری
- شهرسازی و مطالعات طراحی شهری
- اخلاق حرفه‌ای، آموزش و پژوهش در شهرسازی
- آسیب‌های شهری و سکونتگاه‌های غیررسمی
- شهرسازی و پایداری اجتماعی و فرهنگی
- نقش محیط زیست و اقلیم در توسعه شهری
- مدیریت بحران و پدافند غیرعامل در شهرسازی
- جامعه‌شناسی شهری و گردشگری شهری
- مدیریت دانش و مطالعات میان رشته‌ای در شهرسازی

فهرست مقالات

صفحه	عنوان مقاله
۱	عوامل استرس‌زای محیطی اثرگذار بر سلامت روان ساکنان محلات ساناز فنائی، غلامرضا حقیقت نائینی
۱۷	ارزیابی بهینه‌سازی تولید انرژی با اجرای تکنیک جاروب کشی ثقلی پلکانی بیوگاز با آب در نیروگاه زیست توده سازمان پسماند شهرداری مشهد حسین نوروزی مقدم، اقدس بنایی، ابولفضل کریمیان
۲۵	بررسی تأثیر عوامل موثر بر احساس امنیت زنان در فضای شهری؛ مطالعه موردی: شهروندان سنندج، استان کردستان عمر (چومان) کنعانی
۳۳	تحلیلی بر تأثیر رنگ و فرم تبلیغات شهری بر آسایش بصری شهروندان در محور هاشمیه مشهد حجت حاتمی‌نژاد، مریم پورعباسی، جواد مهدی زاده
۵۱	امکان‌سنجی تأثیرپذیری از فضاهای شهری دوره رنسانس اروپا در میدان نقش جهان اصفهان مهدی رحمانی، سوشیانت نصیری‌کیا، محمدعلی کاظم‌زاده رائف، صبا میردريکوندی
۶۳	پراگماتیسم در طراحی شهری انسان‌محور و دموکراتیک سید محمد هاشمی، فرید گنجعلی

عوامل استرس زای محیطی اثرگذار بر سلامت روان ساکنان محلات*

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۱۰

کد مقاله: ۸۰۸۰۷

ساناز فنائی^{۱*}، غلامرضا حقیقت نائینی^۲

چکیده

سلامتی به عنوان یک سبک زندگی و رویکردی برای زندگی روزمره برای دستیابی فرد به رفاه جسمانی و روانی معرفی شده و تعادلی است که شخص میان خود و محیط زندگی برقرار کرده و در آن به فعالیت می پردازد. این نگاه نشان می دهد رابطه مشخصی میان محیط کار، سکونت و تفریح و سلامتی، علاوه بر شیوه ای که فرد برای زندگی خود برمیگزیند، وجود دارد. از عوامل اثرگذار بر سلامت روان شهروندان آنچه در بستر شهری و در ارتباط با برنامه ریزی و طراحی شهری است، در دسته عوامل استرس زای محیطی قرار می گیرد. عوامل اثرگذار عوامل استرس زای محیطی، ویژگی ها و شرایطی کالبدی، اجتماعی و محیطی هستند که فرد عادی آن ها را تهدیدکننده، خطرناک، آسیب رسان و حتی محدودکننده، درک می کند. از آنجاکه تمرکز صرف بر بیماری ها و اختلالات روانی و تلاش برای درمان آن ها تنها راهکار ارتقاء سلامت روان نبوده، باید در سیاست های غیرپزشکی نیز بهبود سلامت روان افراد مدنظر قرار گیرد. باهدف ارتقاء سلامت روان شهروندان به کمک برنامه ریزی و طراحی شهری، باید از طریق شناسایی عوامل استرس زای محیطی و با خلق شرایط و محیط زندگی قابل اتکا، وضعیت روانی ساکنان شهرها را بهبود بخشید.

واژگان کلیدی: سلامت روان، استرس، عوامل استرس زای محیطی، محلات مسکونی

۱- دانشجوی دکتری شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر، تهران (نویسنده مسئول): sanazfanaei@gmail.com

۲- دانشیار دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر، تهران

*- این مقاله برگرفته از بخشی از رساله دکتری نویسنده اول تحت عنوان «تدوین چهارچوب ارزیابی اثرات پروژه های بازآفرینی شهری پایدار در محلات بر سلامت روان شهروندان» می باشد که در دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه هنر تهران در دست انجام است.

۱- مقدمه

بهداشت و سلامت روان، نیازی اساسی برای بهتر زندگی کردن است. امروزه نقش اختلالات و ناراحتی‌های روانی بر ناتوانی و از کارافتادگی افراد پوشیده نیست و بار سنگینی را بر بیمار، خانواده و جامعه تحمیل می‌کند. مطالعات سازمان بهداشت جهانی نشان می‌دهد تنها در دهه اخیر، بار اختلالات روانی ۱۳٪ افزایش داشته و افسردگی و اضطراب یکی از دلایل اصلی ناتوانی انسان‌ها شناخته شده است (WHO, 2019). در ایران نیز، بر اساس مطالعه وزارت بهداشت در سند برنامه جامع ارتقاء سلامت روان کشور، شیوع ناراحتی‌ها و اختلالات روانی، حدود ۲۰٪ است که این میزان تقریباً ۱۴٪ بار بیماری‌های کشور را در برمی‌گیرد. به علاوه، شیوع این نوع بیماری‌ها در پایتخت، از متوسط کشور بالاتر است، به طوری که حدود ۳۴٪ از شهروندان تهرانی به یکی از انواع بیماری‌ها و اختلالات روانی، مبتلا هستند (وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، ۱۳۹۰). تهران نیز به عنوان پایتخت کشور، شهری پراسترس است و طی یک سال ۸۲،۳٪ شهروندانش نوعی استرس شدید داشته‌اند (یاسمی و همکاران، ۱۳۹۸). این آمار نشان‌دهنده ضرورت توجه به مبحث سلامت روان در بستر کشور و عوامل مختلفی است که بر آن اثر منفی دارند.

شیوه زندگی و رفتاری که فرد انتخاب و بر اساس آن عمل می‌کند آگاهانه و آنچه محیط زندگی ارائه می‌کند به طور ناخودآگاه، پدیدآورنده وضعیت سلامت وی خواهند بود. بخش قابل توجهی از زندگی افراد علاوه بر مکان‌هایی که در آن‌ها به کار و تحصیل می‌پردازند، در محلات مسکونی می‌گذرد. محلات یکی از عناصر شهری هستند که هر فرد از کودک تا بزرگسال، بخش زیادی از زندگی خود را در آن سپری می‌کند و اکثر عوامل اثرگذار بر سلامت افراد در سطح محلات قابل شناسایی هستند. بدون تردید، وضعیت سلامت افراد و بُعد روانی آن، تنها به ویژگی‌های فردی و خانوادگی وابسته نبوده و محیط زندگی نیز از جنبه‌های مختلف بر آن اثرگذار است. آنچه محلات به ساکنان عرضه می‌دارند نه تنها به طور عام سلامتی ایشان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، بلکه تنوع گزینه‌های موجود و کیفیت ارائه آن‌ها بر جنبه اختیاری و انتخابی عوامل مرتبط با سلامتی نقش مهمی دارد. لذا، بررسی الگوهای برنامه‌ریزی و طراحی محلات مسکونی و هرگونه سیاست مؤثر بر ساختار شهری، در راستای ارتقاء سلامت روان ساکنان باید مورد توجه تصمیم سازان و تصمیم گیران شهری قرار گیرد. در این راستا، ضروری است عوامل استرس‌زای محلات شناخته شده، دسته‌بندی مشخصی از جنبه‌های اثرگذار محیط بر سلامت روان فارغ از ویژگی‌های جمعیتی، سنی و جغرافیایی افراد ارائه شود.

۲- سلامتی و بُعد روانی آن

۲-۱- مفهوم سلامتی

مفهوم سلامتی همواره در حال تغییر و تحول بوده و درک افراد از آن همچنان در حال تکامل است. تا مدت‌ها سلامتی تنها با توجه به ظاهر و شرایط جسمانی افراد تعریف می‌شد؛ یعنی عدم ابتلای فرد به بیماری نشان‌دهنده سلامت وی بود. اما با پیشرفت‌های صورت گرفته و گسترش اطلاعات، این دیدگاه دچار تغییر شد. تحول شکل گرفته در تعریف سازمان بهداشت جهانی^۱ در سال ۱۹۴۸ از سلامت قابل مشاهده است؛ سلامتی بهره‌مندی کامل از تندرستی جسمانی، روانی و رفاه اجتماعی بوده و صرفاً فقدان بیماری و ناتوانی، نیست (WHO, 1948:1). بنابراین محدودیت سلامت از بُعد جسمانی آن خارج شده و شرایط مورد نیاز برای سلامت نه تنها شامل در دسترس بودن منابع تأمین کننده نیازهای اساسی بشر، حفاظت وی از تمامی خطرات زیست محیطی و به کارگیری رویکردی پیشگیرانه به منظور جلوگیری از ابتلا به بیماری‌ها بوده، بلکه باید حس امنیت و رفاه را نیز در پی داشته باشد. اگر محیطی که در آن کار یا زندگی می‌کنیم در برخی ابعاد دچار کمبود باشد، این مسئله می‌تواند هم به مشکلات جسمانی و هم روانی منجر گردد.

البته انتقاداتی نیز به تعریف سازمان بهداشت جهانی از سلامتی وارد است. بیشترین نقد مربوط به استفاده از کلمه «کامل»^۲ در رابطه با مفهوم سلامتی است، چراکه این عبارت به طور ناخواسته عده زیادی از اعضای جامعه را ناسالم می‌شمارد (Huber et al., 2011). مسئله بعدی که در برخورد با این تعریف پدید می‌آید این است که از سال ۱۹۴۸، ساختار جمعیتی و طبیعت بیماری‌ها به شکل قابل توجهی تغییر کرده است. در آن سال، وجود بیماری‌های حاد و مزمن^۳ که به مرگ زودرس منجر می‌شد، عمده‌ترین مشکل در راستای سلامتی و بهداشت جامعه بوده است؛ بنابراین در آن بستر، تعریف ارائه شده توسط سازمان بهداشت جهانی، خواسته‌ای معقول بوده است. هم‌چنین، از آن زمان به واسطه اقدامات صورت گرفته در زمینه بهداشت عمومی از قبیل بهبود تغذیه، بهداشت و اصول مربوط به رعایت آن و فعالیت‌های بهداشتی عمده، الگوهای بیماری‌ها تغییر یافته است (Kanungo et al., 2010).

1 World Health Organization (WHO)

2 Complete

۳- بیماری‌های حاد و مزمن مانند بیماری‌های قلبی، انواع سکنه، سرطان، بیماری مزمن تنفسی و دیابت که تا حد زیادی یعنی حدود ۶۰٪ از عوامل مرگ و میر در جهان هستند (WHO, 2019).

در همین راستا بسیاری از متفکران و سازمان‌ها نیز در پی ارائه تعریف خاص خود از سلامتی بوده و هستند. در سال ۱۹۸۲، انجمن بین‌المللی اپیدمیولوژی^۱، تعریف سلامتی را به این شکل ارائه می‌دهد: «وضعیتی است که با نبود نقص کالبدی، فیزیولوژیکی و روانی، توانایی عمل به‌عنوان عضوی ارزشمند در خانواده، شغل و جامعه، توانمندی در راستای مقابله با استرس‌های فیزیکی، بیولوژیکی، روانی و اجتماعی، احساس بهروزی و رهایی از خطرات ابتلا به بیماری و مرگ ناگهانی، تعریف می‌شود.» اما این تعریف در سال ۱۹۸۵ به: «حالت تعادلی میان افراد و محیط‌های کالبدی، بیولوژیک و اجتماعی اشاره دارد که با فعالیت‌های کامل ایشان سازگاری دارد.» تغییر یافت (Porta et al., 2014). پیشنهادهای تکمیلی دیگری نیز برای تکمیل تعریف سلامتی ارائه شده است که یکی از معروف‌ترین آن‌ها، تعاریف ارائه شده در منشور اتاوا است که بر ظرفیت‌های اجتماعی و شخصی افراد به‌اندازه بُعد جسمانی توجه دارد. «منشور اتاوا برای ارتقاء سلامت»^۲، توافقی بین‌المللی است که در اولین کنفرانس بین‌المللی در مورد ارتقاء سلامت در اتاوا، کانادا، توسط سازمان بهداشت جهانی در نوامبر سال ۱۹۸۶ برگزار شد. در این کنفرانس از ارتقاء سلامت به‌عنوان فرآیند توانمندسازی افراد برای افزایش قدرت کنترل و بهبود سلامتی ایشان یاد شده است. به‌منظور دستیابی به وضعیت کامل جسمانی، روانی و رفاه اجتماعی، فرد یا گروهی از اجتماع باید قادر باشند تا اهدافی را برای خود تعریف و متصور شوند، نیازهای خود را برآورده ساخته و به تغییر یا انطباق با محیط اطراف بپردازند. بنابراین سلامتی به‌عنوان رویکردی برای زندگی روزمره و نه هدفی برای زندگی شناخته می‌شود. درواقع، سلامتی مفهوم مثبتی است که علاوه بر بُعد جسمانی، ابعاد اجتماعی و فردی را در نظر داشته، بنابراین ارتقاء سلامت تنها مسئولیت بخش بهداشت و درمان نبوده، بلکه از سبک زندگی سالم فراتر رفته و به بهروزی^۳ فرد می‌پردازد. در اینجا، صلح، سرپناه، تحصیلات، درآمد، وجود اکوسیستم باثبات، وجود منابع پایدار و عدالت اجتماعی به‌عنوان پیش‌نیازها و شروط دستیابی به سلامتی معرفی می‌شوند (WHO, 1986). شناسایی و معرفی این پیش‌نیازها نشان‌دهنده رابطه ناگسستگی میان وضعیت اجتماعی و اقتصادی، محیط کالبدی و سبک زندگی فردی و سلامتی است. این ارتباطات ارائه‌دهنده راهی برای کسب درکی کلی از سلامتی هستند. چنین درکی این مفهوم را می‌رساند که تمام سامانه‌ها و ساختارهایی که وضعیت اجتماعی و اقتصادی را مدیریت می‌کنند باید پذیرای پیامدهای فعالیت‌های خود در رابطه با تأثیرشان بر سلامت و بهروزی فردی و جمعی باشند (Nutbeam, 1998).

باهدف بررسی تعاریف موجود از سلامتی و تکمیل آن‌ها، سه عنصر ثابت در تعاریف مرتبط با سلامتی در طی نیم‌قرن گذشته از زمان تعریف ارائه‌شده توسط سازمان بهداشت جهانی معرفی می‌شود. اول ظرفیت عملکردی افراد است که با پتانسیل‌های ایشان مرتبط است، دوم به ظرفیت افراد برای دستیابی به خودشکوفایی و پیگیری ارزش‌ها، وظایف، نیازها، آرزوها و استعدادها اشاره دارد، و مورد سوم ارتباط با محیط اجتماعی را نشان می‌دهد. بر این اساس، می‌توان سلامتی را چنین تعریف کرد: «سلامتی ظرفیتی در رابطه با استعدادها و آرمان‌های فردی برای دستیابی به زندگی کامل در محیط اجتماعی است» (Blane et al., 1996). تعاریف مطرح‌شده و تحولات صورت گرفته در تعریف مفهوم سلامتی نشان می‌دهد که تعریف این مفهوم، امری پیچیده بوده که باید جنبه‌های مختلف را در نظر داشته باشد و بسیاری از ذی‌نفعان را با توجه به فرهنگ و بستر زندگی ایشان موردتوجه قرار دهد. امروزه، پژوهشگران در پی تعریفی پویاتر، کاربردی و بامعنی هستند که نشان دهد سلامتی تنها یک حالت^۴ نبوده بلکه به‌عنوان منبع^۵ و یا ظرفیت‌های^۶ فردی، عمل می‌نماید. بدین‌ترتیب، طبق نگاه جدید به این مفهوم، سلامتی به‌عنوان «توانایی انطباق و مدیریت فردی» مطرح‌شده است (Huber et al., 2011).

۲-۲- سلامت روان

سلامت روان از نگاه پژوهشگران فرهنگ‌های مختلف، تعاریف متفاوتی دارد و تقریباً تعریف جامع آن غیرممکن است. اما به‌طورکلی مفهوم سلامت روان شامل بهروزی روانی، استقلال، شایستگی‌ها و میزان کارایی، استعداد و پتانسیل‌های ادراک‌شده توسط شخص است (WHO, 2001). سلامت روان به توانایی فرد برای برخورد با چالش‌های روزانه و تعاملات اجتماعی زندگی بدون تجربه‌ی احساسات ناخوایسته و یا ناتوانی‌های رفتاری، اشاره دارد. می‌توان گفت که سلامت روان چیزی بیش از نبود اختلالات روانی است. سلامت روان می‌تواند تحت تأثیر عوامل بسیاری به‌مخاطره بیفتد، از استرس‌های وارده غیرقابل مدیریت گرفته تا نقص‌های بیولوژیکی یا بیماری‌هایی که عملکرد مغز را مختل می‌نمایند. استرس، چه از وقایع زندگی نشأت گیرد و چه از فشارهای موجود یا فشارهای محیطی، با تغییرات بیولوژیکی مرتبط با اختلالات شناختی، احساسی و رفتاری مرتبط است. روش‌های بسیاری برای کاهش ناراحتی‌های روانی پیشنهادشده است. عادات سالم، مانند تغذیه خوب، مقدار کافی ورزش و تکنیک‌هایی برای آرامش اعصاب ممکن است در کمک به رفع استرس کارآمد باشند (Kahn & Fawcett, 2008). سلامت روان و

1 International Epidemiological Association
2 Ottawa Charter for Health Promotion
3 Wellbeing
4 State
5 Source
6 Capacity

تندرستی از پایه‌های کیفیت زندگی هستند که افراد را قادر می‌سازند تا زندگی بامفهوم داشته و شهروندانی خلاق و فعال باشند. سلامت روان یکی از اجزاء ضروری انسجام اجتماعی، بهره‌وری، صلح و ثبات در محیط زندگی بوده که به ارتقاء سرمایه اجتماعی و توسعه اقتصادی جوامع کمک می‌نماید. ارتقاء سلامت روان کیفیت زندگی و رفاه روانی همگان ازجمله مبتلایان به ناراحتی‌های روانی و مراقبان آن‌ها را افزایش می‌دهد. توسعه و تحقق‌پذیری برنامه‌های تأثیرگذار به‌منظور ارتقاء سلامت روان، بر رفاه روانی کل جامعه می‌افزاید (WHO, 2005). بنابراین، سلامت روان، فراتر از نبود اختلالات روانی بوده و ابتلا و عدم ابتلا به بیماری‌های خاص این حوزه، معرف فقدان سلامت روان و یا برخورداری از سطح بالایی از آن نیستند.

۲-۳- فشار عصبی (استرس)

استرس در علوم پزشکی در ابتدا به‌عنوان پاسخ تعریف‌نشده بدن به هر محرک مضر تعریف‌شده بود، که در ادامه تعریف این مفهوم با تفکیک عامل استرس‌زا^۱ و پاسخ به استرس^۲ تکمیل شد. عامل استرس‌زا محرکی است که فرد آن را تهدیدکننده دانسته و پاسخ به استرس عملی است که در جواب این تهدید و باهدف بازپایی حالت عادی فرد صورت می‌گیرد (Koolhaas et al., 2011). در علوم رفتاری، استرس به‌عنوان «ادراک یک عامل تهدیدکننده، که به اضطراب، تنش روحی و عدم تعادل فرد منجر می‌گردد»، شناخته می‌شود (Fink, 2016). هر فرد در زمان‌های مختلف درگیر فشارهای احساسی، تنش و اضطراب می‌شود، به‌طوری‌که گاهی اوقات افراد احساس می‌کنند با آنچه در زندگی‌شان می‌گذرد بیش‌ازحد درگیر شده‌اند. بروز این حالات و احساسات نشان از وجود استرس است. ازآنجاکه هر فرد زندگی را به شیوه‌ی خاصی تجربه می‌کند، شرایطی که می‌تواند موجب شادی یک فرد شود، ممکن است برای دیگری استرس‌زا باشد. زمانی که فرد احساس عدم‌حمایت از اطرافیان خود داشته باشد، حالت استرس در وی افزایش می‌یابد. استرس واکنشی شخصی به عواملی است که تحت عنوان استرس‌زا شناخته می‌شوند. افراد مبتلا به استرس، در برقراری ارتباط با دیگران دچار مشکل شده، احساس زندانی بودن یا ناکارآمدی داشته، بدگمان بوده و لذت اندکی از زندگی می‌برند. استرس می‌تواند به اضطراب، ترس و افسردگی بیانجامد. اضطراب هنگامی در زندگی فرد روی می‌دهد که شرایط استرس‌زا در زندگی او بیش‌ازحد طولانی شوند یا به‌طور مکرر رخ دهند. عوامل مختلفی موجب ایجاد اضطراب در فرد می‌شوند ولی از عوامل محیطی و اجتماعی می‌توان به احساس طردشدگی فرد، نداشتن ارتباطات اجتماعی، تغییرات ناگهانی همچون زلزله، تغییر محل زندگی و مواردی از این قبیل نام برد. ترس نیز ممکن است به‌واسطه استرس ایجاد شود، اما ترس به‌خودی‌خود موجب ایجاد استرس در فرد می‌شود، چراکه این احساس معمولاً با هراسی از مرگ، حسی از خطری حتمی یا اتفاق بدی در حال وقوع و علاقه به فرار از آن، همراه است. افسردگی، خلق‌وخو یا اختلالات عاطفی است که با غم و اندوه، بی‌قراری، ناامیدی، یأس، کاهش ارزش فرد و درماندگی، توصیف می‌گردد. عامل افسردگی یا درونی، یا بیرونی بوده، نیز از عوامل محیطی منتج می‌گردد. محیط نقش مهمی در افسردگی ایفا می‌کند. تغییرات بنیادی در محیط فرد از قبیل جابه‌جایی محل زندگی تا خسرانی جبران‌ناپذیر، می‌تواند به افسردگی منجر شود. افسردگی نگاه فرد به استرس‌های معمول زندگی را نیز تغییر می‌دهد و با مبالغه در جنبه‌های منفی، موجب می‌شود فرد ناامید و درمانده گردد (Kahn & Fawcett, 2008).

۳- عوامل استرس‌زای محیطی

عوامل استرس‌زا به‌طور عام و کلی، شرایطی کالبدی، اجتماعی و محیطی هستند که فرد عادی آن‌ها را تهدیدکننده، خطرناک، آسیب‌رسان و حتی محدودکننده، درک می‌کند (Campbell, 1983). در این راستا، اوانز^۳ سه دسته عمومی برای عوامل استرس‌زا تعیین نموده که دسته اول شامل وقایع ناگهانی، خاص و با شدت زیاد بوده که تعداد زیادی از مردم را تحت تأثیر قرار می‌دهند و می‌تواند شامل بلایای طبیعی و یا انسانی در سطوح گسترده باشد. دسته دوم، رویدادهای اثرگذاری هستند که ممکن است از لحاظ شدت مشابه دسته قبل باشند اما گروه کمتری از افراد را درگیر می‌کنند. تفاوت در تعداد افراد درگیر با پدیده استرس‌زا اینجا اهمیت می‌یابد، چراکه در دسته اول افراد می‌توانند با اشخاص بیشتری احساسات خود را به اشتراک بگذارند ولی در دسته دوم، تعداد کمتری درگیر بوده و امکان اشتراک‌گذاری احساسات نیز به همان میزان کاهش می‌یابد. بیماری، مرگ و شکست‌های بزرگ زندگی در این دسته قرار می‌گیرند. دسته سوم درگیری‌های روزانه^۴ هستند که به مشکلات تکرارشونده که هر فرد در زندگی روزمره خود با آن روبه‌رو می‌شود، اشاره دارد. نارضایتی از شغل، معضلات مربوط به محل زندگی، رفت‌وآمد و شلوغی از استرس‌های روزمره هستند (Evans, 1984). اما عوامل استرس‌زای روزمره، ممکن است به شرایط و ویژگی‌های شخصی فرد مرتبط باشد مانند شغل و معضلات آن و یا اینکه میان گروهی از مردم مشترک باشد، مانند ترافیک، آلودگی هوا، ناامنی مسیر رفت‌وآمد و مواردی از این دست. عوامل استرس‌زای محیطی، در تضاد با درگیری‌های روزانه، شرایطی تدریجی هستند و ناگهانی رخ نمی‌دهند. اشاره به

1 Stressor
2 Stress Response
3 Evans
4 Daily hassles

تفاوت این دو نوع از عوامل استرس‌زا آنجا است که پیش‌بینی هر یک و نحوه برخورد با آن بر اساس ذات آن عامل متفاوت خواهد بود. در مطالعات بعدی، پنج دسته از عوامل استرس‌زا معرفی شدند که شامل تحولات ناگهانی^۱، وقایع و رویدادهای بزرگ در زندگی^۲، استرس‌زاهای روزمره^۳، استرس‌آورهای محیطی^۴ و استرس وظایف فردی^۵ است. در اینجا، عوامل استرس‌زای محیطی، یعنی شرایط غیرقابل کنترل محیطی که فشار ادامه‌دار بر افراد ایجاد می‌کنند، یک دسته جداگانه را به خود اختصاص داده است. استرس‌زاهای محیطی در طیف گسترده‌ای از عوامل کوچک که چندان قابل‌ملاحظه نیستند تا عوامل بزرگ‌تر از قبیل سروصدا، جمعیت و شلوغی، انواع آلودگی، ترافیک شدید، تغییر دمای زیاد و مواردی از این قبیل، قرار می‌گیرند (Lepore & Evans, 1995).

آنچه در بستر شهری و در ارتباط با برنامه‌ریزی و طراحی شهری است، در دسته عوامل استرس‌زای محیطی قرار می‌گیرند. عوامل استرس‌زای محیطی، عواملی است که قابل درک بوده، اگرچه ممکن است چندان موردتوجه نباشند، حضور دائمی داشته، بار منفی دارند، غیرضروری بوده و در برخی موارد فرد نمی‌تواند وجود یا ساختار این عوامل را تغییر دهد (Honold et al., 2012). با وجود اینکه عوامل استرس‌زای محیطی مزمن بوده و به نسبت سایر عوامل استرس‌زا در اکثر مواقع از شدت کمتری نیز برخوردار بوده و افراد قادر هستند تا حد زیادی با آن‌ها کنار بیایند، اما باید توجه داشت که تکرار چنین عواملی می‌تواند بر شدت آن تأثیرگذار بوده و موجب عدم توانایی افراد در کنترل موقعیت شود. به‌عنوان مثال تکرار زیاد جرائم در یک منطقه مشخص می‌تواند استرس زیادی با شدت بالایی به ساکنان آن محدوده وارد کند. یا اینکه به‌واسطه استرس‌زاهای محیطی، شخص با درگیری‌های بیشتری طی روز روبه‌رو شود. به‌این‌ترتیب، باوجود اثرات کمتر عوامل استرس‌زای محیطی، حضور و تکرار آن‌ها به کاهش تاب‌آوری اشخاص طی مراحل زندگی خواهد انجامید و ایشان را آسیب‌پذیرتر خواهد نمود. جدا از تفاوت‌های فردی، حتی اگر شخص بتواند به شکلی موفقیت‌آمیز با عوامل استرس‌زا روبه‌رو شود، این عوامل اثرات بعدی بر رفتار و کارایی وی برجای گذاشته که خود می‌تواند مجدداً باعث تکرار چنین شرایطی گردد.

۴- عوامل استرس‌زای محلات مسکونی

خصوصیات هر فرد و سبک و انتخاب‌های وی در زندگی بر سلامت ایشان و جنبه روانی آن تأثیرگذار است، اما بستر زندگی و ویژگی‌های محیط کالبدی و اجتماعی پیرامون نیز با این خصوصیات متقابلاً در تعامل هستند و نتیجه این تعاملات، تعیین‌کننده میزان استرس و یا نبود آن، تعاملات اجتماعی محلی و تحرکات فیزیکی فرد خواهد بود. ویژگی‌های کالبدی محیط از جمله تراکم، طراحی خیابان‌ها، تسهیلات در دسترس شهروندان، نوع و گونه مسکن و مواردی از این دست بوده و خصوصیات اجتماعی، شاخص‌های تمایل برای برقراری تعاملات اجتماعی و میزان برخورداری از حمایت‌های اجتماعی هستند. روهه^۶ عرصه‌های کالبدی و اجتماعی را به‌عنوان مهم‌ترین منبع بالقوه استرس مطرح کرده و اشاره می‌کند اگر بستر کالبدی و اجتماعی، در کنار ویژگی‌های فردی، حدی برای عوامل استرس‌آور تعیین نکرده و تعاملات موردنیاز شخص را تأمین نکند، فرد وارد حالت استرس‌آوری شده که بدون رفع آن‌ها و حضور حمایت‌های اجتماعی، عواقب منفی بلندمدتی بر سلامت روان فرد خواهد گذاشت (Rohe, 1985).

اثرگذاری بستر زندگی بر سلامت روان، توسط محققان دیگری نیز تأیید شده است. آنشنسل و ساکف^۷، بستر محلات را در کنار پیشینه خانوادگی و ویژگی‌های فردی، یکی از عوامل اثرگذار بر سلامت روان معرفی می‌کنند. پیشینه خانوادگی، جدا از اینکه با خصوصیات و الگوهای ذهنی فرد و میزان سلامت روان او رابطه دارد، بر انتخاب محل زندگی ایشان نیز اثرگذار است. وضعیت اقتصادی-اجتماعی و قومیت، افراد را به زندگی در محلات خاصی و ترجیحات مشخصی از مسکن، هدایت می‌کند. بدین ترتیب محلات، از دو بُعد ساختاری و تجربی با سلامت روان افراد در ارتباط هستند، که بُعد ساختاری همان وضعیت اقتصادی-اجتماعی و قومیت غالب ساکنان را نشان می‌دهد و پایه عناصر تجربی زندگی در محلات خواهد بود. عناصر تجربی شامل عوامل استرس‌زای محیطی مانند ترافیک و عدم امنیت و انسجام اجتماعی بوده، که وجود انسجام اجتماعی برای کنترل عوامل استرس‌زا ضروری است (Aneshensel & Sucoff, 1996). بدین‌ترتیب، محیط اجتماعی و وجود انسجام در آن می‌تواند تا حد زیادی از عوامل استرس‌زای محیطی بکاهد. بنابراین جنبه کالبدی و اجتماعی محیط زندگی دو بخش اساسی اثرگذار از محیط بر میزان استرس ساکنان محلات هستند. اما در اینجا منظور از محیط زندگی چیست؟ محیط درواقع بستری است که دربرگیرنده محل زندگی، کار و گذران فراغت شهروندان است؛ همان‌طور که اشاره شد، این مفهوم صرفاً محدود به ویژگی‌های کالبدی نبوده و با توجه به بُعد اجتماعی زندگی جمعی، دربرگیرنده روابط و نحوه ارتباط فرد با سایرین نیز هست.

1 Cataclysms

2 Major life events

3 Daily stressors

4 Ambient stressors

5 Role stressors

6 Rohe

7 Aneshensel & Sucoff

برخی پژوهشگران در زمینه ارتباط محیط زندگی و سلامت روان افراد، برای اثرات محیط بر سلامت دسته‌بندی‌هایی ارائه کرده‌اند که می‌توان به ویژگی‌های طراحانه محیط و ویژگی‌های اجتماعی (Rohe, 1985)، عوامل استرس‌زای کلاسیک، عوامل استرس‌زای اجتماعی و فرآیند برنامه‌ریزی (Halpern, 1995)، بعد ساختاری و بعد تجربی بستر محله (Aneshensel & Sucoff, 1996)، اثرات مستقیم و غیرمستقیم (Evans, 2003)، ویژگی‌های مطلوب و نامطلوب محیط برای سلامت روان (Sullivan & Chang, 2011) اشاره داشت. اما پژوهشگرانی که در سال‌های اخیر به سلامت روان ساکنان محلات پرداخته‌اند، باهدف ایجاد حس رضایت و بهروزی در افراد، ویژگی‌های محیط که موجب بهبود سلامت روان می‌شود را شناسایی و جنبه‌های مختلف هر یک را معرفی کرده‌اند (McCay et al., 2017; Okkels et al., 2018; McCay, 2019). جنبه‌های مختلف محیط رابطه‌ای درهم‌تنیده‌ای دارند و جدا کردن عناصر مختلف محیط امکان‌پذیر نیست اما در ادامه این بخش به‌منظور تسهیل شناسایی، عوامل استرس‌زا در دو محیط طراحی‌شده و محیط اجتماعی و فرآیند برنامه‌ریزی و طراحی شهری موردبررسی قرار می‌گیرند.

۴-۱- محیط طراحی‌شده

منظور از محیط طراحی‌شده در اینجا، ویژگی‌های طراحانه محلات مسکونی است که فرد با حضور در عرصه محلات با آن‌ها برخورد داشته و این خصوصیات می‌توانند موجب آرامش فرد شده یا موجب استرس وی شوند. الگوهای طراحی در دو بخش الگوهای طراحی بهینه برای برخورداری از آسایش اقلیمی و دسترسی به عناصر طبیعی با کیفیت تحت عنوان بستر طبیعی و دیگری محیط مصنوع یا انسان‌ساخت، شامل عناصر تشکیل دهنده محلات و ویژگی‌های آن‌ها، در این بخش ارائه‌شده است.

الف- بستر طبیعی:

عوامل طبیعی در وهله اول به آن جنبه‌هایی از محیط اشاره دارد که با آب‌وهوا، فصل و زمان مشخصی از روز در ارتباط بوده و بر سلامت جسم، روان و اجتماعی افراد اثرگذار است. توجه به چند نکته در اینجا الزامی است، یک آنکه نحوه برخورد افراد با آب‌وهوا به بستر زندگی و فرهنگ آن‌ها نیز مرتبط است، به‌عنوان مثال گرمای هوای هند و یا هوای ابری و نور کم خورشید در انگلستان به‌عنوان معضل تلقی نمی‌گردد و آنچه در اینجا به‌عنوان شرایط آب و هوایی مطرح می‌شود، وضعیتی جدا از شرایط عادی موردنظر بوده که برای افراد آزاردهنده است و در مقابل ساختارهای طراحانه‌ای مدنظر است که آسایش اقلیمی موردنیاز برای حضور در عرصه‌های عمومی را فراهم می‌آورند. مورد بعد اینکه، گروه‌های حساس مانند کودکان، سالمندان و افراد با کم‌توانی‌های جسمی و ذهنی، در شرایط مختلف، که منظور وضعیت آب و هوایی آزاردهنده است، بیشتر در معرض استرس و اختلالات روانی خواهند بود. در ادامه، به‌طور کلی نمی‌توان شرایط جوی را هدایت و برنامه‌ریزی کرد، بلکه تمرکز باید بر ویژگی‌های طراحانه محیط محلات مسکونی باشد که می‌توان آن‌ها را کنترل کرده و بهترین استفاده را از آن‌ها داشت.

میزان روشنایی و به‌خصوص میزان قرار گرفتن در معرض نور خورشید بر سلامت روان افراد اثرگذار است. برای بسیاری، کمبود نور خورشید می‌تواند به اختلال عاطفی فصلی^۱ منجر شود؛ برای ایشان زندگی یا کار کردن در مجاورت عرصه‌هایی که امکان قرار داشتن در معرض نور خورشید را فراهم می‌کند، می‌تواند شدت و مدت‌زمان ناراحتی‌های روانی آن‌ها را کاهش دهد (Halpern, 1995; Evans, 2003; Sullivan & Chang, 2011). با در نظر داشتن تأثیرات فصلی و حتی تأثیرات زمان-های مختلف از روز، دما نیز، بر حالات روانی افراد اثر داشته به این صورت که پرخاشگری و عصبانیت عموماً با بالا رفتن دما افزایش می‌یابد، گرمای بیش از حد و آزاردهنده روزهای بسیار گرم موجب ایجاد استرس و بروز حالات عصبی و پرخاشگری فرد می‌شود (Halpern, 1995; Ho & Wong, 2019; Li, Ferreira & Smith, 2020). باد نیز در شکل‌های آزاردهنده، از جمله بادهای گرم و خشک، می‌تواند به‌عنوان عامل استرس بروز یابد. تجمع بناهای بلندمرتبه که موجب کوران باد در پایین بناها می‌شوند، نیز می‌تواند موجب غیرقابل استفاده شدن آن محدوده از سطح فضای شهری و اختلال در برنامه افراد و آزار ایشان گردد (Halpern, 1995).

پس از شرایط آب و هوایی، دسترسی به طبیعت و فضای سبز و نحوه ارتباط با آن، تأثیر زیادی با سلامت روان افراد و میزان استرس تجربه‌شده توسط ایشان داشته و مطالعات زیادی در زمینه رابطه دسترسی به فضای سبز و سلامت روان صورت گرفته است. نحوه اثرگذاری طبیعت و فضای سبز بر سلامت روان، در سه تئوری بنیادین در این زمینه مطرح‌شده است. اولین، نظریه بیوفیلیا^۲ است که به رابطه نزدیک انسان‌ها و طبیعت اشاره داشته و این امر یک نیاز بیولوژیکی از پیش تعیین‌شده بوده که انسان‌ها را به سمت ارتباط با سایر گونه‌ها می‌کشاند. نظریه بعدی، نظریه کاهش استرس^۳ بوده که عرصه‌های طبیعی و ارتباط با آن را

1 Seasonal Affective Disorder (SAD)

2 Biophilia Theory

3 Stress Reduction Theory

موجب کم شدن فشارهای عصبی و استرس می‌داند. در آخر، نظریه ترمیم توجه^۱ است که طبیعت و عناصر آن می‌توانند با دور کردن افراد از وظایف خسته‌کننده که توجه و دقت بالایی را می‌طلبد، خستگی ذهنی ایشان را کاهش داده و فرآیندهای نیازمند تمرکز را تسهیل بخشد (McCay et al., 2017).

برای کارایی عرصه‌های سبز و طبیعی در محلات مسکونی و اثرگذاری مثبت آن‌ها بر سلامت روان ساکنان، کمیت و کیفیت چنین فضاهایی نیز اهمیت پیدا می‌کند. فاصله چنین عرصه‌هایی از یکدیگر و جانمایی آن‌ها به نحوی که برای افراد به‌طور پیاده دسترس‌پذیر باشد، علاوه بر اینکه بر روحیه ساکنان اثر مثبت خواهد داشت، موجب افزایش تحرک و فعالیت فیزیکی ایشان شده، که موجب ارتقاء هر دو بُعد جسمانی و روانی سلامت افراد می‌شود (Nutsford, Pearson & Kingham, 2013; Richardson et al., 2013; James et al., 2015; McCay et al., 2017). حتی تنها مشاهده چنین فضاهایی، بر سلامت روان اثر مثبتی دارد، اما کیفیت بهتر این فضاها به‌عنوان مثال از طریق تأمین ایمنی و امنیت مراجعه‌کنندگان، پاکیزگی، آسایش اقلیمی، وجود تنوع گیاهی و سایر عناصر آرامش‌بخش مانند آب روان و مواردی از این دست، باعث می‌شود این عرصه‌ها به مکانی برای حضور بیشتر و حتی فعالیت ایشان تبدیل شود. زمانی که افراد در این فضاهای سبز و باز حضور پذیر به فعالیت می‌پردازند، احساس تعلق بیشتری نیز به مکان مذکور و هم‌چنین محله خود، خواهند داشت (Barton & Pretty, 2010; McCay et al., 2017; Astell-Burt & Feng, 2019). بنابراین، برای بهبود سلامت روان ساکنان محلات، توجه به وجود عرصه‌های سبز و باز ضروری است اما به شکلی که از کیفیت‌های لازم برخوردار بوده و مدیریت آن‌ها تضمین‌کننده حضور اقشار مختلف باشد؛ در غیر این صورت ممکن است این فضاها به محلی برای جرم، جنایت، سوءاستفاده و به‌طور کلی مکانی استرس‌زا تبدیل شوند.

ب- محیط مصنوع:

ویژگی‌های محیط مصنوع یا انسان‌ساخت با موضوعاتی که در بخش‌های دیگر (محیط طبیعی، اجتماعی و فرآیند برنامه‌ریزی و طراحی) مطرح شده است هم‌پوشانی دارد، به‌عنوان مثال آلودگی هوا که در بخش محیط طبیعی به آن اشاره شد، می‌تواند به دلیل حضور بیش‌ازحد خودروها در عرصه محله بوده و یا برخوردهای ناخواسته افراد با سایرین، اشاره‌شده در بخش محیط اجتماعی، می‌تواند ناشی از تراکم بالای محله و نبود سرانه مناسب برای خدمات ارائه‌شده باشد. به‌این ترتیب، با در نظر گرفتن این اثرات و به‌منظور شناخت بهتر جنبه‌های استرس‌زای محیط این تفکیک صورت گرفته است. در این بخش به دلیل گستردگی ویژگی‌های محیط مصنوع (انسان‌ساخت)، رابطه آن‌ها با سلامت روان ساکنان در پنج گروه حرکت و دسترسی، فرم کالبدی، کاربری، عرصه‌های همگانی و آلودگی‌های محیطی، موردبررسی قرار می‌گیرند.

نحوه دسترسی افراد به مقاصد مختلف، شیوه حمل‌ونقل مورد استفاده آن‌ها، میزان وابستگی و یا نیاز ایشان به خودروی شخصی و زیرساخت‌های مربوطه، می‌تواند به‌عنوان یکی از عوامل استرس‌زای محیطی تلقی شود. هنگامی که محلات پیاده‌مدار باشند، ساکنان ترجیح خواهند داد برای فعالیت‌های روزانه خود به‌طور پیاده تردد کنند و این تحرک فیزیکی، با تشویق سبک زندگی فعال فواید جسمانی فراوانی به همراه داشته، تأثیرات مثبتی بر روحیه افراد برجای می‌گذارد و با ایجاد بستری برای حضور شهروندان در فضاهای شهری موجب تقویت شبکه‌های اجتماعی و افزایش تعاملات ایشان نیز می‌شود (نعمتی‌مهر، ۱۳۹۰؛ Frumkin, 2002; Sullivan & Chang, 2011; Rogers et al., 2011; Zuniga-Teran et al., 2017). تأکید بیشتر بر پیاده‌مداری محلات از آنجایی حاصل می‌شود که استفاده از خودروی شخصی جدا از کاهش فعالیت‌های جسمانی، تأثیرات منفی متعددی بر سلامت روان داشته و موجب بروز استرس در رانندگان، مسافران و حتی افراد پیاده می‌شود. در مقابل، حمل‌ونقل عمومی در دسترس و قابل استطاعت به شکل کارآمدی افراد را جابه‌جا کرده، جوامع را به هم پیوند زده، دسترسی‌ها را سهولت بخشیده و در نتیجه فرصت‌های بهره‌مندی شهروندان از آموزش و پرورش، مشاغل، مسکن، تفریحات، دسترسی به طبیعت و تعاملات اجتماعی را ارتقاء داده و وابستگی به خودروی شخصی را به‌ویژه برای کسانی که توانایی مالی خرید و نگهداری آن را نداشته و یا مانند گروه‌های حساس جامعه قادر به رانندگی نیستند، کاهش داده و قدمی در راستای پایداری، سرزندگی و دوام شهر خواهد بود (McCay et al., 2017; Nozzi, 2003).

از لحاظ فرم کالبدی، ساختار طراحی محلات و الگوی چیدمان بناها و رابطه آن با سلامت روان ساکنان از دو بُعد فردی و اجتماعی قابل‌بررسی است. افراد به هنگام حضور در محلات، علاقه‌مند هستند بدانند کجا هستند و راه خود را بشناسند، به‌این ترتیب کیفیت تجربه حضورشان در عرصه‌های محلی ارتقاء خواهد یافت و از استرس ناشی از گم‌گشتگی دور خواهند بود. در این راستا، شبکه خیابان‌های خوانا و بهره‌مند از سلسله‌مراتب مشخص، که حریم خصوصی افراد را نیز حفظ کند به ایشان کمک می‌کند تا موقعیت خود را راحت‌تر درک نموده و حس امنیت درونی را القا می‌کند (Rohe, 1985; Burton & Mitchell, 2006; Sullivan & Chang, 2011). شبکه‌های اجتماعی، ابعاد و کیفیت‌های حمایت‌گر آن‌ها نیز تحت تأثیر ساختار محلات می‌باشند. شکل خیابان‌های محل زندگی، مانند کوچه‌های بن‌بست و یا خیابان‌هایی با طول کوتاه‌تر که ترافیک و در نتیجه سروصدای کمتری

دارند، روابط همسایگی دوستانه‌تر با حمایت بیشتری را خلق می‌کنند. چیدمان بناها نیز بر رفتارهای اجتماعی و نتیجتاً سلامت روان افراد تأثیرگذار است؛ ساکنان بناهایی که روبه‌روی هم قرار گرفته‌اند به احتمال زیاد باهم آشنا هستند، اما ساکنان بناهای تک افتاده ارتباط و دوستی کمتری با یکدیگر دارند. درواقع، فاصله عملکردی و زاویه دید به شکلی که افراد بیش‌ازحد در معرض دید نباشند، برای شکل‌گیری روابط اجتماعی اهمیت دارد (Rohe, 1985; Halpern, 1995). میزان تراکم نیز با روابط اجتماعی و سلامت روان ساکنان در ارتباط است. زمانی که تعداد واحدهای مسکونی کمتر باشد، روابط همسایگی بهتری شکل می‌گیرد اما با افزایش این تعداد، همسایگان کمتری باهم آشنا شده و سطح تعلق اجتماعی کاهش می‌یابد. باید توجه داشت منظور از تأثیرات منفی تراکم آن است که تعداد افراد آن‌قدر بالا باشد که در نتیجه آن عوامل محل سلامت روان یعنی ازدحام، نبود عرصه‌های باز کافی برای حضور و وقوع متعدد برخوردهای ناخواسته و سروصدا موجب آزار ساکنین شود (Thomas, 2016). کیفیت مسکن و محله نیز بر سلامت روان ساکنان اثرگذار بوده و زندگی در بناهایی با طراحی ضعیف یا قدیمی موجب استرس و افسردگی در فرد شده و می‌تواند مانعی برای عملکرد تأثیرگذار او باشد. جدا کردن کیفیت واحد مسکونی از بستر محله که مسکن در آن واقع است، مشکل می‌نماید. به‌عنوان مثال، احتمال وجود خانه‌های با کیفیت پایین، بیشتر در محلاتی با شاخصه‌های متعدد فرسودگی شهری است (Evans, 2003; Sullivan & Chang, 2011).

در نظام کاربری، اختلاط کاربری در خیابان‌های محلات مسکونی که تنوعی از کاربری‌های سرزنده در آن‌ها وجود دارد، موجب خلق حس اجتماع شده، احساس مثبتی به محله ایجاد کرده و تعاملات اجتماعی را تسهیل می‌کند. نزدیکی محل سکونت، کار، تحصیل و سایر مقاصد افراد را به رفت‌وآمد پیاده و یا استفاده از دوچرخه ترغیب می‌کند که فواید اجتماعات پیاده‌مدار از جمله فعالیت جسمانی بیشتر، وابستگی کمتر به خودرو و تعاملات اجتماعی گسترده‌تر را در پی دارد (Younger et al., 2008; McCay et al., 2017). زمانی که کاربری‌ها از هم‌گسیخته باشد و در نتیجه استفاده از خودرو میان مقاصد مختلف ضروری گردد، فرصت شکل‌گیری رفتارهای اجتماعی از میان رفته و فعالیت‌ها غالباً انفرادی صورت گرفته و در نتیجه فعالیت‌های ساده روزمره می‌تواند به عاملی برای ایجاد استرس در ساکنان تبدیل شود (Frank et al., 2006; McCay et al., 2017). باید توجه داشت کاربری‌های اشاره‌شده باید در مقیاس محلی باشند، در غیر این صورت، کاربری‌های غیرمسکونی افراد بیشتری را به داخل محله کشانده و احتمال وقوع جرم و جنایت و استرس ناشی از آن را افزایش می‌دهند (Rohe, 1985; Halpern, 1995).

عرصه‌های باز همگانی به مکان‌هایی برای دیدار و گردهمایی افراد اطلاق می‌شود که عموماً برای همه شهروندان قابل‌دسترسی بوده و فرصت‌هایی برای ارتباط با طبیعت و همچنین تعاملات اجتماعی فراهم می‌آورد (Talen, 2000; McCay et al., 2017). این فرصت‌ها به‌طور مستقیم، یعنی به‌واسطه اثرات مثبت ارتباط با طبیعت و غیرمستقیم، یعنی با خلق امکان حضور و دیدار افراد، موجب ارتقاء سلامت روان شهروندان می‌شوند (Evans, 2003). علاوه بر جنبه‌های کمی این عرصه‌ها از جمله موقعیت و فاصله آن‌ها از محل زندگی افراد، رابطه کیفیت این فضاها و تسهیلاتی که ارائه می‌دهند با سلامت روان از اهمیت بالایی برخوردار است؛ چراکه عرصه‌های با کیفیت پایین تنها فعالیت‌های ضروری را امکان‌پذیر کرده، اما کیفیت بالای آن‌ها می‌تواند فرصت وقوع گستره‌ای از فعالیت‌های انتخابی، مانند استراحت کردن یا برقراری روابط اجتماعی، را با دعوت شهروندان به ایستادن، نشستن، غذا خوردن، بازی کردن و در کل درگیر شدن و ماندن در فضا، ایجاد کند (Francis et al., 2012; McCay et al., 2017). عرصه‌های عمومی جذاب، سرزنده، پاکیزه و راحت با چیدمان مناسب که برای استفاده‌کنندگان فضا حس امنیت به همراه داشته و از سه طریق، ارتباط با سایرین، انجام فعالیت‌های جسمانی و آگاهی و ارتباط با محیط طبیعی، تجارب اشتراکی و ارزشمندی را برای ایشان به ارمغان آورد، محلی برای دوری از استرس‌های روزانه خواهد بود (Evans, 2003; Anderson et al., 2017). بالین‌وجود، باید در طراحی، مدیریت و نگهداری فضاهای باز عمومی دقت بالایی صورت گیرد تا از تبدیل آن‌ها به مکانی برای وقوع جرائم که موجب محدود شدن استفاده از آن‌ها و ایجاد استرس در افراد می‌شود، جلوگیری شود (McCay et al., 2017).

در آخر، آلودگی‌های محیطی از عوامل استرس‌زایی هستند که همیشه و در هر شرایطی موردی منفی تلقی می‌شوند. این وضعیت برای سایر عوامل استرس‌زای محیطی اتفاق نمی‌افتد، شرایط و بستر می‌تواند بر شدت و ضعف عامل استرس تأثیرگذار باشد، اما آلودگی‌ها همواره منبعی آزاردهنده برای سلامت جسم و روان افراد شناخته می‌شوند. آلودگی هوا شناخته‌شده‌ترین نوع آلودگی است. آلاینده‌های موجود در هوا برای سلامت جسم مضرات بسیاری دارند، اما اطلاع از قرارگیری در معرض این مواد خطرناک موجب بروز استرس شدید در افراد شده و حتی بر رفتارهای ایشان اثرگذار است و می‌تواند میزان و نحوه خارج شدن از خانه و تعاملات با دیگران را محدود نماید (Halpern, 1995; Evans, 2003). آلودگی صوتی به‌عنوان سروصداها ناخواسته، غیرقابل کنترل و غیرقابل پیش‌بینی، مانند سروصدای ناشی از عبور و مرور خودروها، فرودگاه‌ها، ساخت‌وسازهای شهری و مواردی از این قبیل شناخته می‌شود. صداها ناگهانی، بلند و غیرقابل کنترل مانند بوق شدید در ترافیک یا صدای بلند درگیری و دعوا، رفلکس‌های شنوایی افراد را تحت تأثیر قرار داده، حساسیت شنوایی ایشان را بالا می‌برد و با گذشت زمان موجب استرس بیشتر

ایشان در مقابل اصوات ناخواسته می‌شود (Halpern, 1995; Evans, 2003; Sullivan & Chang, 2011; McCay et al., 2017).

آلودگی بصری، مجموعه‌ای از عناصر بی‌نظم و نازیبا است که توانایی فرد برای لذت بردن از یک منظره را تحت تأثیر قرار می‌دهد. تبلیغات محیطی، مبلمان شهری، نورپردازی، الگوهای فضای سبز و منظر عرصه‌های عمومی به‌طور کلی اگر از تحمل فرد خارج شده و یا با اطلاعات بیش از اندازه همراه باشند، به‌عنوان آلودگی بصری شناخته می‌شوند (Chmielewski et al., 2016). کیفیت ویژگی‌های بصری به این دلیل اهمیت دارد که رفتارهای امن و بهتری را ارتقاء داده و موجب برقراری ارتباط و در نتیجه بهبود حس تعلق به جامعه می‌شود (Portella, 2016). هم‌چنین در شرایطی مانند قرنطینه، مناظری که فرد از پنجره‌های خانه خود با آن‌ها روبه‌رو می‌شود بر سلامت روان افراد اثرگذار بوده و کیفیت پایین آن‌ها می‌تواند موجب ایجاد نگرانی و استرس در شخص شود (Amerio et al., 2020). از آنجا که شهروندان به‌طور روزانه در معرض مناظر شهری قرار می‌گیرند، یکی از فرصت‌های برنامه‌ریزان و طراحان شهری برای بهبود سلامت روان شهروندان از طریق کیفیت‌های بصری خواهد بود. اگر این مناظر برای شهروندان از جذابیت کافی برخوردار نباشد یا بیش‌ازحد شلوغ و نازیبا باشند، افراد بیشتر درگیر دنیای خود شده و بی‌حوصله می‌شوند؛ این بی‌حوصلگی با استرس و رفتارهای خطرناک مانند اعتیاد همراه است (McCay et al., 2017).

نور مصنوعی نیز می‌تواند به‌عنوان عاملی استرس‌زا شناخته شود. برای هزاران سال انسان فعالیت خود را با نور طبیعی هماهنگ کرده بود اما با اختراع لامپ روشنایی، افراد به‌جای تنظیم فعالیت‌های خود با نور روز، نور محیط را با فعالیت‌های خود هماهنگ می‌کنند. قرارگیری در معرض نورهای تلویزیون، تبلت، تلفن همراه، مانیتور رایانه و موارد مشابه، اشتغال در فعالیت‌های شغلی و به‌طور کلی آلودگی نوری در سطح شهرها، موجب اختلال در ریتم شبانه‌روزی افراد و زمان خواب‌بیداری و استرس مرتبط با آشفتگی این چرخه می‌شود. باوجود اثرگذاری بالای نور مصنوعی بر سلامت جسم و روح، طراحی محیط زندگی به شکلی که ریتم شبانه‌روزی را تغییر ندهد از اهمیت بالایی برخوردار است (Okkels et al., 2017). بوی ناخوشایند هم باید به‌عنوان بخشی از آلودگی‌های محیطی موردتوجه باشد، اگرچه رابطه مستقیمی میان بو و استرس و ناراحتی‌های روانی در پژوهش‌ها دیده نشده است، اما حس بویایی می‌تواند بر تجربه و درک افراد از محیط زندگی آن‌ها تأثیرگذار باشد (McCay et al., 2017).

۴-۲- محیط اجتماعی

در این بخش به بررسی آن دسته از عوامل استرس‌زای محیطی پرداخته می‌شود که جنبه اجتماعی دارند؛ یعنی منبع آن‌ها سایر انسان‌ها هستند. درواقع عوامل استرس‌زای محیط اجتماعی مجموعه‌ای است از رفتارها و نیت سایرین که توسط فرد مقابل درک شده و ممکن است موجب استرس و ناراحتی وی شود (Halpern, 1995). البته نمی‌توان عوامل مختلف استرس‌زای محیط را به‌واسطه منشأ انسانی یا مصنوع تفکیک کرد، به‌عنوان مثال زمانی که فرد از محدوده‌ای جرم خیز عبور می‌کند و بدون اینکه درگیر حادثه‌ای شود دچار استرس می‌شود، در این شرایط تشخیص اینکه ذهنیت فرد و در مقابل کالبد محیط چه میزان در استرس ایجادشده دخیل بوده است، کار آسانی نیست. باین‌وجود لازم است به دلیل گستردگی پدیده‌های اثرگذار بر سلامت روان افراد، ابعاد اجتماعی و انسانی محیط نیز موردتوجه قرار گیرد.

اولین موضوع در رابطه با محیط اجتماعی و سلامت روان افراد، شبکه‌های اجتماعی و حمایتی است که ایشان در بستر اجتماع از آن برخوردار می‌شوند. شبکه اجتماعی^۱ به گروه‌های مختلفی از جمله آشنایان، دوستان، همکاران و همسایگان گفته می‌شود که فرد با آن‌ها در ارتباط است. شبکه‌های اجتماعی در سطوح مختلف کلان، میانی و خرد بر سلامت روان جامعه اثرگذار بوده و به‌عنوان حائلی در برابر عوامل استرس‌زا عمل می‌نمایند. این شبکه‌های اجتماعی، در سطح محلی به ارتباطات روزانه و کیفیت روابط فردی و در نتیجه حمایت اجتماعی^۲ که فرد از آن برخوردار بوده و حس اجتماعی^۳ که دارد، مربوط است؛ در سطح میانی، به‌واسطه وجود سرمایه اجتماعی^۴، در شبکه‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی به افراد و اجتماعات کمک می‌کند تا در قالب ارزش‌ها، هنجارها و پیوندهای اجتماعی که در جریان تعاملات اجتماعی به وجود می‌آید، قابلیت‌های خود را افزایش داده و از لحاظ روانی احساس آرامش بیشتری داشته باشند؛ و در سطح کلان‌تر، به‌صورت انسجام اجتماعی^۵ با نبود تعارضات نهفته، وجود روابط اجتماعی قوی و به عبارتی چسبی است که جوامع را در کنار هم نگه می‌دارد، نمود می‌یابد (Rohe, 1985; Halpern, 1995; Putnam, 2000; Frumkin, 2002; Halpern, 2005; McKenzie & Harpham, 2006; Sullivan & Chang, 2011; Berkman, Kawachi & Glymour, 2014). چنین نیروهایی کیفیت و کمیت تعاملات اجتماعی و نهادهای اجتماعی، که زیربنای جامعه هستند را شکل می‌دهند (McKenzie, 2008). مجموعه این ارتباطات اجتماعی هم برای فرد و هم

1 Social Networks
2 Social Support
3 Sense of Community
4 Social Capital
5 Social Cohesion

برای جامعه سودمند بوده که هم می‌تواند میان اعضای گروه‌های مختلف اجتماعی پیوند^۱ برقرار کرده و هم میان این گروه‌های متنوع با احترام به هویت اجتماعی آن‌ها رابطه (پُل) ایجاد کند (Eicher & Kawachi, 2011). باوجود سطوح مختلفی از روابط اجتماعی، اشتراکاتی نیز میان آن‌ها وجود دارد، ازجمله اینکه ممکن است برخی تصمیمات و عملکردهای مسئولین نتایجی در پی داشته باشد که بر روی کیفیت روابط روزمره تأثیرگذار بوده و در مقابل پایه‌های فرهنگی تأثیرات عمیقی بر سیاست‌های دولتی داشته باشد و تفکیک این سطوح به‌سادگی امکان‌پذیر نیست. نکته دیگر اینکه تعاملات اجتماعی افراد به دلیل بحران‌های پیش-آمده می‌تواند به شکل‌های مختلف تحت تأثیر قرار گیرد. به‌عنوان مثال در شرایط همه‌گیری ویروس کرونا و رعایت فاصله اجتماعی، تعاملات رودررو و برخوردهای تصادفی به حداقل رسیده و افراد بیشتر بر روابط نزدیک خود تمرکز دارند.

روابط اجتماعی افراد در هر سطح، به دو شکل بر سلامت روان ایشان اثرگذار است که از هم جدا نبوده اما به درک بهتر این تأثیرات کمک می‌کند. جنبه‌های ساختاری روابط اجتماعی یعنی شبکه‌های اجتماعی مستقیماً بر سلامت روان اثر گذاشته اما جنبه‌های عملکردی آن مانند حمایت اجتماعی به‌مثابه سازوکاری تدافعی در مقابل عوامل استرس‌زا^۲ عمل می‌کند (Kawachi & Berkman, 2001; Lakey & Orehek, 2011). شبکه اجتماعی یک فرد عادی حدود ۲۰ تا ۴۰ نفر است که حدود ۶ تا ۱۰ نفر از آن‌ها را به‌خوبی می‌شناسد و در این شبکه سطح معینی حدود ۲۰ درصد از این افراد یکدیگر را می‌شناسند، اما در مقابل افراد مضطرب و دارای ناراحتی‌های روانی شبکه‌های اجتماعی کوچک‌تری داشته و روابط این افراد نیز با یکدیگر محدودتر است. این شبکه‌های اجتماعی می‌توانند تأمین‌کننده منابع مادی و احساسی باشند که به فرد در مقابل عوامل استرس‌زا کمک نموده و هم-چنین رفتارها و احساسات مثبت [و حتی منفی] را گسترش دهند، به‌عنوان مثال شادی و حس رضایت یا سبک زندگی سالم، می-تواند در میان اعضای این شبکه‌ها انتشار یابد (Halpern, 1995; Cohen, 2004; Umberson & Karas Montez, 2012; Miles, Coutts & Mohamadi, 2010).

در ادامه، زمانی که افراد بر محیط اطراف و شرایط آن کنترل دارند، حس بهتری داشته و استرس کمتری را تجربه می‌کنند. ساکنان محلات باید قادر باشند بر شرایط و وضعیت محل زندگی خود و همچنین فرآیندهای در حال وقوع و نتایج آن کنترل داشته باشند؛ مورد اول به ساختار و الگوی محیط کالبدی و همچنین نحوه ارتباط با سایر ساکنان و شهروندان و دیگری به شیوه‌های مشارکتی و ارتباط ایشان با مسئولین و تصمیم‌گیران مرتبط است. از بُعد اجتماعی، فرد به هنگام حضور در عرصه‌های عمومی باید از فضای کافی برخوردار بوده، احساس راحتی کرده و از منابع موجود به‌عنوان مثال نیمکت، فضای بازی و خدمات محله به‌آسانی بهره‌مند شود. این موضوع فراتر از تأمین خدمات در سطح محلات بوده و به وجود فضای امن برای حضور افراد اشاره دارد که پاسخگوی پیچیدگی و انعطاف‌پذیری رفتارهای اجتماعی ایشان باشد. توجه به قلمرو، حریم، حباب و هاله افراد^۳ باید به شکلی باشد که فرد بتواند ارتباطاتش با دیگران، در کجا و چه زمانی را کنترل کرده و از برخوردهای ناخواسته جلوگیری کند (پاکزاد، ۱۳۸۵؛ Rohe, 1985; Halpern, 1995; Evans, 2003; Sullivan & Chang, 2011; McCay et al., 2017).

در آخر، احساس امنیت نیز در زندگی روزانه فرد نقش مهمی در سلامت روان وی دارد. زمانی که شخص واقع‌های همچون دزدی یا تجاوز را تجربه می‌کند، یا شاهد چنین جرائمی بوده^۴ و حتی از آن می‌آموزد^۵، استرس زیادی به او وارد می‌شود و ممکن است اثرات آن تا سالیان سال برای او باقی بماند (McCay et al., 2017). در مورد پیشگیری از وقوع جرم از طریق طراحی محیطی^۶ مطالعات بسیاری انجام شده و توضیحات مبسوط در مورد روش‌های کاهش این وقایع ارائه شده، اما آنچه اینجا موردتوجه است، جنبه‌های اجتماعی وقوع جرائم و دلیل انسانی جرم‌خیزی بیشتر برخی نقاط است. تمرکز وقوع جرائم می‌تواند به سه دلیل باشد: حضور بیشتر مجرمین و در مقابل گزینه‌های مناسب برای اهداف ایشان و همچنین نبود افرادی که توانایی نگهبانی و ایستادگی در مقابل فرد خاطی را داشته باشند. به همین دلیل، در محلات کم برخوردار که محل زندگی اقشار ضعیف‌تر جامعه هستند، متراکم بوده و افراد کمتر یکدیگر را می‌شناسند و سطح پایین‌تری از انسجام اجتماعی در آن‌ها وجود دارد، چنین وقایعی بیشتر رخ می‌دهد. زمانی که جرم رخ می‌دهد، استرس و ترس ناشی از وقوع جرم از دو بُعد اساسی انسان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، اول اثرات ناشی از قربانی جرائم بودن (بُعد ادراکی) و دیگری استرس احتمال وقوع جرم (بُعد احساسی). هر دو بُعد مذکور موجب افزایش استرس فرد و اختلالات روانی فرد شده و این سلامت روان ضعیف‌تر خود ترس و استرس از وقوع جرم را افزایش داده و این احساسات می‌تواند بر رفتارهای فرد در خارج از خانه اثرگذار بوده و موجب کاهش تعاملات اجتماعی و فعالیت‌های فیزیکی وی

1 Bond

2 Bridge

3 Stress-buffering model of social ties

۴ قلمرو و حریم معمولاً حوزه‌هایی هستند که در پیرامون یک فرد یا شیء به‌گونه‌ای تعریف می‌شوند که به آن تعلق داشته باشند. هاله یا حباب چیزی است که فرد فارغ از مکان در اطراف خود ایجاد می‌کند. تفاوت هاله با قلمرو و حریم این است که قلمرو و حریم وابسته به مکان هستند و با قرارگیری فرد یا شیء در آن مکان رابطه دارند در حالیکه هاله یا حباب مستقل از مکان، با انسان تغییر مکان می‌دهد (پاکزاد، ۱۳۸۵: ۵۲).

5 Victimization

6 Witnessing

7 Learning of

8 Crime prevention through environmental design

گردد (Lorenc et al., 2012). از طرف دیگر، هنگامی که یک محله به عنوان، محدوده‌ای جرم خیز شناخته می‌شود، این برجسب^۱ بیانگر شخصیت ساکنان و نوع رفتارهایی است که انتظار می‌رود در آن محله دیده شود. هنگامی که فرآیند برجسب‌زنی (از جنبه منفی آن) رخ می‌دهد جلوگیری و مقاومت در برابر کمتر صورت می‌گیرد، به این ترتیب علاوه بر اینکه روند روبه‌زوال مکان‌ها تسریع شده و امکان وقوع جرائم را بالا می‌برد، اثر مستقیمی بر تصویر ذهنی و سلامت روان ساکنان نیز خواهد داشت (Halpern, 1995; Slattery, 2003). پس به‌طور کلی، فقدان امنیت از جنبه‌های مختلفی بر سلامت روان افراد اثرگذار است؛ به‌طور مستقیم که عمدتاً جنبه طراحانه محیط مصنوع منشأ آن بوده و غیرمستقیم که ناشی از تجربه و ترس از وقوع جرائم و تشدید آن به‌واسطه برجسب خوردن است.

۴-۳- فرآیند برنامه‌ریزی و طراحی شهری

رابطه فرآیند برنامه‌ریزی و طراحی شهری با سلامت روان و میزان استرس وارد بر ساکنان محلات از دو جنبه قابل‌بررسی است. اول، اثرات غیرمستقیمی که تصمیمات و پروژه‌های توسعه شهری که به‌عنوان محصول، بر وضعیت سلامت روان حال حاضر افراد دارند و شامل تمام عواملی است که در بخش‌های پیشین موردبررسی قرار گرفت. مورد دوم که در این بخش بیشتر موردتوجه قرار می‌گیرد، نقش فرآیند برنامه‌ریزی و طراحی شهری است که علاوه بر محصولی که در پی دارد و به‌طور مستقیم، سلامت روان افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. درواقع مسیر تصمیم‌گیری تا اجرایی شدن برنامه‌ها و طرح‌ها و نحوه درک و تجربه آن توسط شهروندان و جایگاهی که برای ایشان در این فرآیندها در نظر گرفته می‌شود نیز می‌تواند استرس‌زا و یا در مقابل رضایت‌بخش باشد.

همان‌طور که اشاره شد تأثیر فرآیند برنامه‌ریزی و طراحی شهری بر سلامت روان افراد جدا از اثرگذاری آن از طریق ویژگی‌های طراحانه محیط، می‌تواند به شکل‌های مختلفی صورت پذیرد. مورد اول، شناسایی مخاطب، یعنی شناخت نیازهای شهروندان، سلیقه و فرهنگ ایشان است (Halpern, 1995). از آنجاکه برنامه‌ریزی و طراحی بر اساس معیارها و استانداردهای موجود و ایده‌های متخصصین ممکن است از خواسته‌های استفاده‌کنندگان نهایی دور باشد، لازم است ترجیحات و حضور مکفی ایشان در روند پروژه‌های شهری در هر مقیاسی، در نظر گرفته شود. البته باید تعادل میان خواسته‌های افراد و آنچه صحیح است رعایت شود، همان‌طور که در «ده الزام آموزش سلامت جامعه»^۲ اشاره می‌شود که باید به جامعه احترام گذاشت اما آن را تقدیس نکرد. این عبارت به این معنی است که از طرفی باید به خواست جامعه و سنت‌ها احترام گذاشته شود، اما هم‌زمان استانداردهای اخلاقی شخصی و حرفه‌ای نیز رعایت شود. به عبارت دیگر، ایمان کور به جامعه نباید مانع از پیش رفتن به سمت برقراری عدالت اجتماعی شود (Minkler, 1994).

جنبه دیگر رابطه برنامه‌ریزی و طراحی بر سلامت روان شهروندان، مشارکت ایشان در این روند بوده که خود با ایجاد حس توانمندی برای کنترل رویدادها و دیگری توسعه شبکه‌های اجتماعی همراه است. مفهوم کنترل اجتماعی، «ظرفیت یک جامعه برای تنظیم و تعدیل خود با توجه به اصول و ارزش‌های موردنظر» است و بهره‌مندی از این توانمندی قدرتی انگیزشی به شخص می‌دهد، در مقابل زمانی که فرصت‌های کنترل فرد بر شرایط موجود از بین می‌رود، احساس استیصال و درماندگی به او دست می‌دهد. زمانی که شهروندان از فرآیندهای برنامه‌ریزی و طراحی شهری کنار گذاشته می‌شوند و یا تلاش‌های ایشان در مرحله تصمیم‌سازی نادیده گرفته شود، تصور ایشان بر این خواهد بود که کنترلی بر امور نداشته و در ادامه تلاشی برای تغییر وضعیت نمی‌کنند. عدم توجه به ساکنان، حتی در شرایطی که محصول از کیفیت قابل قبولی برخوردار باشد، اثر منفی بر سلامت روان ایشان می‌گذارد؛ بنابراین برنامه‌ریزان و تصمیم‌سازان باید از روش‌های مشارکتی استفاده کنند که به ساکنان اجازه می‌دهد حتی اگر امکان کنترل تمامی تغییرات را ندارند، تا حد مناسبی اثرگذار باشند (Rohe, 1985; Halpern, 1995; Evans, 2003; Aboelata, 2011). گسترش شبکه اجتماعی ایجادشده از طریق مشارکت، موجب پرورش تعاملات و حمایت اجتماعی میان شهروندان می‌شود. زمانی که تعاملات افراد افزایش می‌یابد، ایشان بیشتر علاقه‌مند می‌شوند تا ارتباطات دوستانه خود با سایرین را افزایش داده و احساس تعلق اثرگذاری به جامعه به‌عنوان یک کل دارند. مشارکت در فعالیتهایی که نیازمند تعاملات اجتماعی است، احتمال شکل‌گیری حمایت اجتماعی، به‌عنوان حفاظت‌کننده افراد در مقابل تأثیرات منفی شرایط استرس‌آور، را افزایش می‌دهد.

1 Label

2 Ten commitments of community health education

نتیجه‌گیری

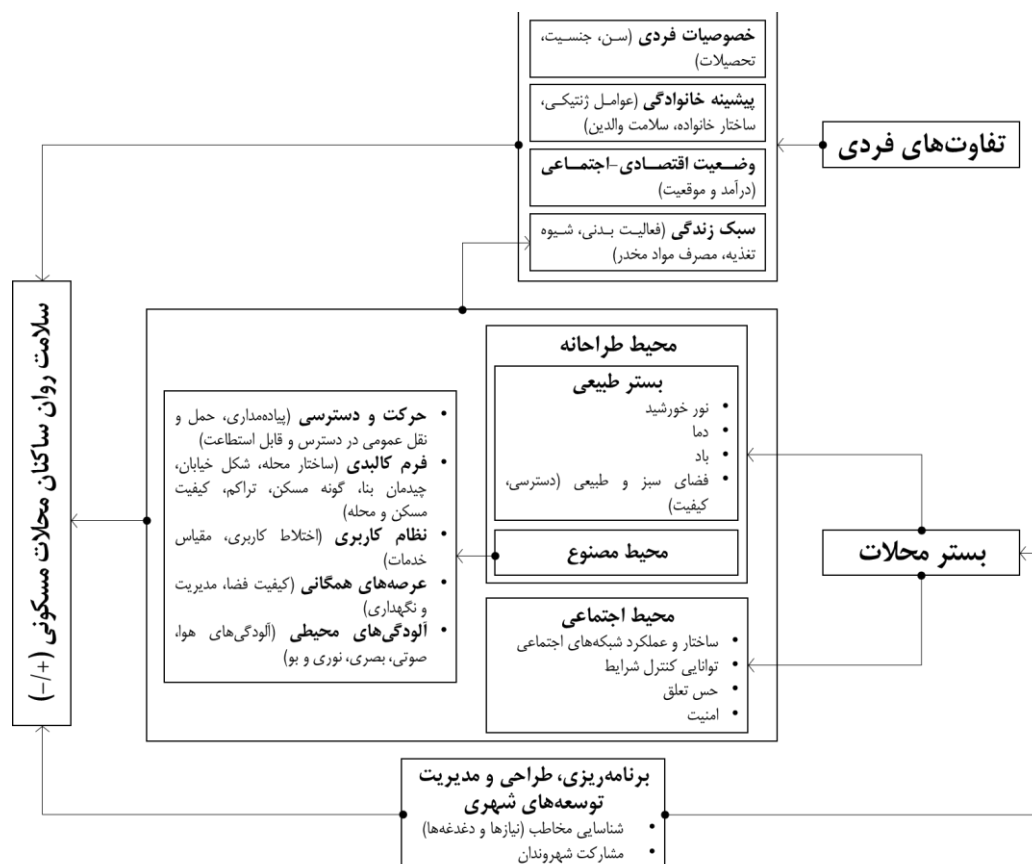
شهرنشینی، یعنی نسبتی از جمعیت که در شهرها ساکن هستند، به دلیل خدمات بهتری که در شهرها ارائه می‌شود ازجمله تنوع شغلی، فرصت‌های تحصیل، الگوهای بهداشتی بهتر و خدمات درمانی، بهره‌گیری بیشتر از فناوری‌های روز، در تمام جهان رو به افزایش است. اما با توجه به منابع محدود شهرها و رشد گسترده و بی‌برنامه جمعیت، تغییرات جمعیتی جنبه‌های منفی نیز به همراه داشته که می‌توانند استرس‌زا بوده و سلامت روان شهروندان را تحت تأثیر قرار دهند. از بُعد اقتصادی، زمانی که افراد از شغلی مناسب، یعنی شغلی هماهنگ با توانایی‌ها و نیازمندی‌هایشان، برخوردار نباشند به واسطه هزینه‌های بالای زندگی در شهر و عدم دستیابی به سطح قابل قبولی از کیفیت زندگی، فشار روانی بالایی را متحمل خواهند شد. از طرف دیگر، دسترسی به مسکن باکیفیت و قابل استطاعت، چالشی استرس‌آور است که گروه‌های مختلفی از شهروندان همواره با آن درگیر هستند. در بستر اجتماعی شهرها، محرومیت‌های و نابرابری‌ها، فقدان حس تعلق به جامعه و محل سکونت، احساس امنیت پایین، ازدحام و شلوغی بیش‌ازحد در تمامی عرصه‌های شهری، با تحمیل تنش و فشار روانی، شهروندان را منزوی خواهد کرد. محیط کالبدی و ساختار شهر نیز با شرایطی که برای زندگی افراد ایجاد می‌کند مانند هوای پاک/آلودگی، آرامش و سکوت/ترافیک و شلوغی، دسترسی/عدم دسترسی به فضاهای سبز و موارد مشابه، عاملی اثرگذار بر بهبود و یا اختلال در سلامت روان شهروندان خواهد بود.

محیط محلات مسکونی به‌عنوان عنصری از شهر که همه شهروندان بخش عمده زندگی خود را در آن سپری می‌کنند نیز می‌تواند علاوه بر عوامل فردی یعنی متغیرهای شخصیتی از قبیل درون‌گرایی یا برون‌گرایی و نحوه کنترل شخصیتی و موارد عام ازجمله سن، جنسیت، نژاد، قومیت و دارایی‌های شخص، به شکل‌های مختلف بر سلامت روان ساکنان اثرگذار باشد. ویژگی‌های محلات به‌عنوان عامل استرس‌زا، تأثیرات آن بر نوع و میزان روابط اجتماعی افراد، شهرت محل زندگی و نگاهی که به این واسطه به افراد شکل خواهد گرفت و در نهایت فرآیندهای برنامه‌ریزی شهری که می‌توانند نیازهای شهروندان را شناسایی کرده و افراد را در فرآیندهای برنامه‌های توسعه شهری دخیل کنند و یا جایگاهی برای ایشان در سازوکارهای تصمیم‌گیری قائل نباشند. ویژگی‌های محلات می‌توانند به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم بر سلامت روان ساکنان تأثیرگذار باشند. به‌عنوان مثال کیفیت نازل ساخت مسکن و محله‌ای که در آن واقع شده و عدم رسیدگی به آن‌ها موجب افزایش استرس در ساکنان شده، یا زندگی در طبقات بالای مجتمع‌های مسکونی برای سلامت روان مادران و کودکان مخاطره‌آمیز است. سالخوردگان در محلاتی که خوانا نیستند و طراحی همراه‌کننده‌ای دارند، احساس ناراحتی داشته و مشکلاتشان برای ادامه زندگی عادی، چندین برابر می‌شود. تراکم بالای جمعیتی و مسکونی، سروصدای بلند و غیرقابل کنترل، آلودگی هوا، عدم دسترسی به میزان کافی نور خورشید و عواملی از این قبیل همگی مستقیماً بر سلامت روان فرد تأثیر منفی می‌گذارند. از سوی دیگر، محیط محله ممکن است به‌طور غیرمستقیم، از طریق وجود شرایطی در سطح محله برای تجدید قوای روانی، امکان کنترل شرایط، انسجام اجتماعی و امکان مشارکت شهروندان در فرآیندهای برنامه‌ریزی و طراحی محله، بر سلامت روان ساکنین تأثیر بگذارد.

بستر محلات ابعاد درهم‌تنیده‌ای دارند که جدا کردن آن‌ها و تشخیص اثر هریک به‌تنهایی بر سلامت روان ساکنان مشکل بوده و تا حدی امکان‌پذیر نیست، اما به‌منظور شناسایی عوامل استرس‌زای محیطی، ضروری است. هر محله، دارای دو عرصه طراحی‌شده و اجتماعی است. بُعد طراحانه محیط می‌تواند با ایجاد آسایش اقلیمی و دسترسی مناسب به عرصه‌های سبز باهدف تجدید قوای روانی افراد به دوری از استرس و اضطراب ساکنان از طریق بستر طبیعی محلات کمک نماید. این جنبه از محیط در ساختار مصنوع محله نیز به کمک وجود مسیرهای پیاده و امنیت عابران پیاده، علاوه بر اینکه موجب تشویق افراد به زندگی فعال می‌شود، از استرس کاسته، با ارتقاء کیفیت زندگی افراد موجب شادی و رضایتمندی ایشان می‌گردد. وجود عرصه‌هایی با مرزبندی مشخص و سلسه‌مراتب مناسب و دارای مبلمان شهری کارآ، چیدمان مناسب بناها، تراکم مناسب و کیفیت مسکن و محله از لحاظ طراحی و قدمت می‌تواند حس آرامشی برای ساکنان به همراه آورده و بر عملکردهای ایشان اثر مثبت داشته باشد. وجود کاربری‌های متنوع در کنار عرصه‌های عمومی باکیفیت در سطح محلات علاوه بر سرزندگی، حس تعلق ساکنان را ارتقاء بخشیده و تعاملات اجتماعی را تسهیل می‌کند. در ادامه، آلودگی‌های محیطی نیز یکی از عوامل استرس‌زای موجود در محلات هستند که راهکارهای طراحانه کاهش آن‌ها می‌تواند به ارتقاء سلامت روان ساکنان کمک نماید.

عرصه اجتماعی محلات و روابطی که افراد در آن تجربه می‌کنند نیز به دو شکل بر سلامت روان ایشان اثرگذار است. به‌منظور برخورداری از سطح معقولی از سلامت روان، افراد باید قادر باشند عضو شبکه‌ای متعادل از روابط اجتماعی بوده که بخشی از آن در محل زندگی آن‌ها شکل می‌گیرد، در ادامه کیفیت این روابط و میزان حمایت اجتماعی و اطمینان افراد از اینکه از حمایت‌های لازم برخوردار خواهند بود، توانایی افراد در مقابل عوامل استرس‌زای محیطی را تقویت می‌کند. در آخر، فرآیندهای برنامه‌ریزی و طراحی شهری در مقیاس محلات، با توجه به نظریات و خواسته‌های ساکنان و امکان مشارکت ایشان، با توانمندسازی افراد این حس را به ایشان القا می‌کند که بر محیط اطراف و محله نظارت و کنترل داشته و احساس آرامش و امنیت خواهند داشت. این موارد، نمونه‌هایی از عوامل موجود در حوزه‌های اثرگذار بر سلامت روان ساکنان محلات مسکونی را نشان می‌دهد و در ادامه رابطه این حوزه‌ها

با در نظر گرفتن ویژگی‌های افراد و اثرات مستقیم و غیرمستقیم آن‌ها بر سلامت روان که می‌تواند مثبت و یا منفی باشد، در نمودار زیر نشان داده شده است.



شکل ۱- عوامل اثرگذار بر سلامت روان ساکنان در محلات مسکونی

منابع

۱. پاکزاد، ج. (۱۳۸۵). مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری، تهران: انتشارات شهیدی.
۲. نعمتی مهر، م. (۱۳۹۰). پیاده رهواری گامی به سوی شهر سالم، نشریه شهر، زندگی، زیبایی، سازمان زیباسازی شهر تهران، دوره اول، شماره ۲، زمستان، ۵۴-۵۸.
۳. وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (۱۳۹۰). برنامه جامع ارتقاء سلامت روان کشور (۱۳۹۴-۱۳۹۰). تهران: وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی؛ معاونت بهداشت.
۴. یاسمی، م.، حاجبی، ا.، شریفی، و.، خردمند، ع.، دماري، ب.، اسدی، ع. (۱۳۹۸). سلامت روان در جهان و ایران، در کتاب جامع بهداشت عمومی (جلد سوم)، صص ۲۶۹۳-۲۷۰۹، تهران: نشر ارجمند.
5. Aboelata, M. J., Ersoylu, L., & Cohen, L. (2011). Community engagement in design and planning. In *Making Healthy Places* (pp. 287-302). Island Press, Washington, DC.
6. Amerio, A., Brambilla, A., Morganti, A., Aguglia, A., Bianchi, D., Santi, F., ... & Serafini, G. (2020). COVID-19 Lockdown: Housing Built Environment's Effects on Mental Health. *International journal of environmental research and public health*, 17(16), 5973.
7. Anderson, J., Ruggeri, K., Steemers, K., & Huppert, F. (2017). Lively social space, well-being activity, and urban design: Findings from a low-cost community-led public space intervention. *Environment and behavior*, 49(6), 685-716.
8. Aneshensel, C. S., & Sucoff, C. A. (1996). The neighborhood context of adolescent mental health. *Journal of health and social behavior*, 293-310.
9. Astell-Burt, T., & Feng, X. (2019). Association of urban green space with mental health and general health among adults in Australia. *JAMA network open*, 2(7), e198209-e198209.
10. Barton, J., & Pretty, J. (2010). What is the best dose of nature and green exercise for improving mental health? A multi-study analysis. *Environmental science & technology*, 44(10), 3947-3955.
11. Berkman, L. F., Kawachi, I., & Glymour, M. M. (Eds.). (2014). *Social epidemiology*. Oxford University Press.
12. Blane, D., Brunner, E., & Wilkinson, R. G. (1996). *Health and social organization: towards a health policy for the twenty-first century*. Psychology Press.
13. Burton, E., Mitchell, L., & Lynne Mitchell, M. E. S. (2006). *Inclusive urban design: Streets for life*. Taylor & Francis.
14. Campbell, J. M. (1983). Ambient stressors. *Environment and behavior*, 15(3), 355-380.
15. Chmielewski, S., Lee, D. J., Tompalski, P., Chmielewski, T. J., & Weżyk, P. (2016). Measuring visual pollution by outdoor advertisements in an urban street using intervisibility analysis and public surveys. *International Journal of Geographical Information Science*, 30(4), 801-818.
16. Cohen, S. (2004). Social relationships and health. *American psychologist*, 59(8), 676.
17. Eicher, C., & Kawachi, I. (2011). Social Capital and Community Design. In A. Dannenberg, H. Frumkin, & R. Jackson, *Making Healthy Places: Designing and Building for Health, Well-being, and Sustainability* (pp. 117-128). Washington: Island Press.
18. Evans, G. W. (2003). The built environment and mental health. *Journal of urban health*, 80(4), 536-555.
19. Evans, G. W. (Ed.). (1984). *Environmental stress*. CUP Archive.
20. Fink, G. (2016). Stress, definitions, mechanisms, and effects outlined: lessons from anxiety. In *Stress: Concepts, cognition, emotion, and behavior* (pp. 3-11). Academic Press.
21. Francis, J., Wood, L. J., Knuiman, M., & Giles-Corti, B. (2012). Quality or quantity? Exploring the relationship between Public Open Space attributes and mental health in Perth, Western Australia. *Social science & medicine*, 74(10), 1570-1577.
22. Frank, L. D., Sallis, J. F., Conway, T. L., Chapman, J. E., Saelens, B. E., & Bachman, W. (2006). Many pathways from land use to health: associations between neighborhood walkability and active transportation, body mass index, and air quality. *Journal of the American planning Association*, 72(1), 75-87.
23. Frumkin, H. (2002). Urban sprawl and public health. *Public health reports*, 117(3), 201-217.

24. Halpern, D. (1995). *Mental Health and The Built Environment: More Than Bricks and Mortar?* London: Taylor & Francis.
25. Halpern, D. (2005). *Social Capital*. Cambridge: Polity Press.
26. Ho, H. C., & Wong, M. S. (2019). Urban environmental influences on the temperature-mortality relationship associated mental disorders and cardiorespiratory diseases during normal summer days in a subtropical city. *Environmental Science and Pollution Research*, 26(23), 24272-24285.
27. Honold, J., Bever, R., Lakes, T., & van der Meer, E. (2012). Multiple environmental burdens and neighborhood-related health of city residents. *Journal of Environmental Psychology*, 32(4), 305-317.
28. Huber, M., Knottnerus, J. A., Green, L., Horst, H., Jadad, A. R., Kromhout, D., ... & Schnabel, P. (2011). How should we define health?. *Bmj. British Medical Journal (Compact Ed.)*, 343, d4163-d4163.
29. James, P., Banay, R. F., Hart, J. E., & Laden, F. (2015). A review of the health benefits of greenness. *Current epidemiology reports*, 2(2), 131-142.
30. Kahn, A., & Fawcett, J. (2008). *The Encyclopedia Of Mental Health*. New York: Facts On File.
31. Kanungo, S., Tsuzuki, A., Deen, J. L., Lopez, A. L., Rajendran, K., Manna, B., ... & Ali, M. (2010). Use of verbal autopsy to determine mortality patterns in an urban slum in Kolkata, India. *Bulletin of the World Health Organization*, 88, 667-674.
32. Kawachi, I., & Berkman, L. F. (2001). Social ties and mental health. *Journal of Urban health*, 78(3), 458-467.
33. Koolhaas, J. M., Bartolomucci, A., Buwalda, B., de Boer, S. F., Flügge, G., Korte, S. M., ... & Richter-Levin, G. (2011). Stress revisited: a critical evaluation of the stress concept. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 35(5), 1291-1301.
34. Lakey, B., & Orehek, E. (2011). Relational regulation theory: a new approach to explain the link between perceived social support and mental health. *Psychological review*, 118(3), 482.
35. Lepore, S.J., & Evans, G.W. (1995). Coping with Multiple Stressors in the Environment. In Zeidner, M., & Endler, N. S. (Eds.). (1995). *Handbook of coping: Theory, research, applications* (Vol. 195). John Wiley & Sons.
36. Li, M., Ferreira, S., & Smith, T. A. (2020). Temperature and self-reported mental health in the United States. *PLOS ONE*, 15(3), 1-20.
37. Lorenc, T., Clayton, S., Neary, D., Whitehead, M., Petticrew, M., Thomson, H., ... & Renton, A. (2012). Crime, fear of crime, environment, and mental health and wellbeing: mapping review of theories and causal pathways. *Health & place*, 18(4), 757-765.
38. McCay, L. (2019). Urban design and mental health. In *Urban Mental Health* (pp. 32-48). Oxford University Press, United Kingdom.
39. McCay, L., Bremer, I., Endale, T., Jannati, M., & Yi, J. (2017). Urban design and mental health. In *Mental health and illness in the city* (pp. 421-444). Springer, Singapore.
40. McKenzie, K. (2008). Urbanization, social capital and mental health. *Global Social Policy*, 8(3), 359-377.
41. McKenzie, K., & Harpham, T. (2006). *Social capital and mental health*. Jessica Kingsley Publishers.
42. Miles, R., Coutts, C., & Mohamadi, A. (2012). Neighborhood urban form, social environment, and depression. *Journal of Urban Health*, 89(1), 1-18.
43. Minkler, M. (1994). Ten commitments for community health education. *Health education research*, 9(4), 527-534.
44. Nozzi, D. (2003). *Road to ruin: an introduction to sprawl and how to cure it*. Greenwood Publishing Group.
45. Nutbeam, D. (1998). Health promotion glossary. *Health promotion international*, 13(4), 349-364.
46. Nutsford, D., Pearson, A. L., & Kingham, S. (2013). An ecological study investigating the association between access to urban green space and mental health. *Public health*, 127(11), 1005-1011.
47. Okkels, N., Kristiansen, C. B., & Munk-Jørgensen, P. (2017). Review of Urban mental health. In *Mental Health and Illness in the City* (pp. 1-12). Springer.
48. Porta, M. S., Greenland, S., Hernán, M., dos Santos Silva, I., & Last, J. M. (Eds.). (2014). *A Dictionary of Epidemiology*. Oxford University Press.

49. Portella, A. (2016). Visual pollution: advertising, signage and environmental quality. Routledge.
50. Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: The collapse and revival of American community. Simon and schuster.
51. Richardson, E. A., Pearce, J., Mitchell, R., & Kingham, S. (2013). Role of physical activity in the relationship between urban green space and health. *Public health*, 127(4), 318-324.
52. Rogers, A., Huxley, P., Evans, S., & Gately, C. (2008). More than jobs and houses: mental health, quality of life and the perceptions of locality in an area undergoing urban regeneration. *Social psychiatry and psychiatric epidemiology*, 43(5), 364-372.
53. Rohe, W. M. (1985). Urban planning and mental health. *Journal of Prevention & Intervention in the Community*, 4(1-2), 79-110.
54. Slattery, M. (2003). Key ideas in sociology. Cheltenham: Nelson Thornes.
55. Sullivan, W. C., & Chang, C. Y. (2011). Mental health and the built environment. In *Making healthy places* (pp. 106-116). Island Press, Washington, DC.
56. Talen, E. (2000). Measuring the public realm: A preliminary assessment of the link between public space and sense of community. *Journal of Architectural and Planning Research*, 344-360.
57. Thomas, D. (2016). Placemaking: An urban design methodology. Routledge.
58. Umberson, D., & Karas Montez, J. (2010). Social relationships and health: A flashpoint for health policy. *Journal of health and social behavior*, 51(1_suppl), S54-S66.
59. WHO. (2005). Mental Health Action Plan for Europe: Facing the Challenges, Building Solutions. WHO European Ministerial Conference on Mental Health. Helsinki: World Health Organisation.
60. World Health Organization (1948). Preamble to the Constitution of the World Health Organization as adopted by the International Health Conference, New York, 19-22 June, 1946; signed on 22 July 1946 by the representatives of 61 States (Official Records of the World Health Organization, no. 2, p. 100) and entered into force on 7 April 1948. http://www.who.int/governance/eb/who_constitution_en.pdf.
61. World Health Organization (1986). Ottawa Charter for Health Promotion. WHO, Geneva.
62. World Health Organization (2001). Mental Health: New Understanding, New Hope. Geneva, Switzerland: World Health Organization.
63. World Health Organization. (2019). Mental health atlas 2017; resources for mental health in the Eastern Mediterranean Region.
64. Younger, M., Morrow-Almeida, H. R., Vindigni, S. M., & Dannenberg, A. L. (2008). The built environment, climate change, and health: opportunities for co-benefits. *American journal of preventive medicine*, 35(5), 517-526.
65. Zuniga-Teran, A. A., Orr, B. J., Gimblett, R. H., Chalfoun, N. V., Guertin, D. P., & Marsh, S. E. (2017). Neighborhood design, physical activity, and wellbeing: applying the walkability model. *International journal of environmental research and public health*, 14(1), 76.

ارزیابی بهینه سازی تولید انرژی با اجرای تکنیک جاروب کشی ثقلی پلکانی بیوگاز با آب در نیروگاه زیست توده سازمان پسماند شهرداری مشهد

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۲۰

کد مقاله: ۳۴۳۵۲

حسین نوروزی مقدم^۱، اقدس بنایی^{۲*}، ابولفضل کریمیان^۳

چکیده

در حال حاضر در کشور سهم تولید انرژی از زیست توده بسیار ناچیز و در حد ۱۰/۵۶ مگاوات می باشد. یکی از نیروگاه هایی که در فرایند تولید انرژی زیست توده نقش دارد. نیروگاه سازمان پسماند شهرداری مشهد است که به منظور بهینه کردن تولید این نیروگاه، تکنیک جاروب کشی بیوگاز تولیدی با آب به صورت ثقلی پلکانی در آن اجرا شد نتایج مبین این مسئله است؛ که خالص سازی بیوگاز از سولفید هیدروژن بسته به شرایط بین ۳۱ تا ۹۷ درصد بوده است و متوسط درصد میزان حذف سولفید هیدروژن برابر ۶۰ درصد بوده است. در این تکنیک با استفاده از آب بدون سیرکولاسیون در سیستم باز هر مترمکعب آب قادر به تصفیه حدود ۶۳۰ مترمکعب بیوگاز بوده است. از طرف دیگر بررسی ها نشان داد؛ اگر زباله ها قبل از دفن تفکیک شوند و بیوگاز تولیدی از آن خالص سازی شود. ارزش ریالی انرژی تولید شده به میزان ۲۷/۷ درصد افزایش خواهد یافت هزینه این تکنیک با اتکا به تجهیزات داخل کشور در مقایسه با نمونه مشابه خارجی در حدود ۸۹ درصد کمتر خواهد شد.

واژگان کلیدی: بیوگاز، زیست توده، تولید انرژی، جاروب کشی، سولفید هیدروژن

۱- مربی پژوهشی، بخش تولید حیوانات آزمایشگاهی موسسه تحقیقات واکسن و سرم سازی رازی شعبه شمال شرق کشور، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، تهران، ایران

۲- استادیار پژوهشکده علوم پایه کاربردی جهاد دانشگاهی دانشگاه شهید بهشتی (نویسنده مسئول)، banaei@acecr.ac.ir

۳- مدیریت سازمان پسماند شهرداری مشهد

۱- مقدمه

سازمان مدیریت پسماند شهرداری مشهد مقدس با دفن زباله در محل مجتمع صنعتی شماره یک خود اقدام به استحصال بیوگاز نموده است. بیوگاز سوختی سازگار با شرایط محیط زیست است که با دفن و هضم مواد آلی نظیر فضولات حیوانی، دورریز مواد غذایی، بقایای گیاهی به میزان فراوان تحت شرایط بی‌هوازی تولید و در دسترس قرار می‌گیرد. به‌طور عمومی بیوگاز دارای ۵۵-۶۵ درصد متان، ۳۵-۴۵ درصد دی‌اکسید کربن، ۱-۵ درصد سولفید هیدروژن و مقدار کمی بخار آب است. از بیوگاز تولیدی در این سایت به میزان ۴۰۰ مترمکعب به کمک سه ژنراتور یک نیروگاه ۶۲۰ کیلوواتی فعال است ولی حضور سولفید هیدروژن در بیوگاز تولیدی باعث خوردگی تجهیزات نظیر لوله‌ها، مخازن گازی، کمپرسورها و موتورهای می‌شود و برای کاتالیزوهای اصلاح‌کننده و پیل‌های سوختی سمی است. علاوه بر این، سوختن سولفید هیدروژن منجر به خروج دی‌اکسید گوگرد که اثرات زیست‌محیطی مخربی دارد. بنابراین به‌واسطه توان این ماده در ایجاد مشکلات، می‌بایست در ابتدا با فرایند خالص‌سازی بیوگاز، مقدار سولفید هیدروژن را تا میزانی که مقدار آن با سطح تحمل تجهیزات مورد استفاده متناسب گردد، کاهش دهند. جدول ۱ میزان تحمل تجهیزات مختلف نسبت به سولفید هیدروژن موجود در بیوگاز را مشخص کرده است (Allegue and Hinge 2014).

جدول ۱ میزان تحمل تجهیزات مختلف نسبت به سولفید هیدروژن (Allegue and Hinge 2014)

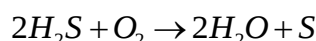
تکنولوژی	میزان تحمل سولفید هیدروژن ppm
موتورهای حرارتی	< ۱۰۰۰
فر و اجاق گاز آشپزخانه	< ۱۰
موتورهای احتراقی	بسته به نوع موتور ۵۰ تا < ۵۰۰
توربین‌های بزرگ	< ۱۰۰۰۰
توربین‌های کوچک	< ۷۰۰۰
انواع پیل‌های سوختی	بسته به نوع پیل < ۱ تا < ۲۰
گاز طبیعی ارتقا یافته	< ۴

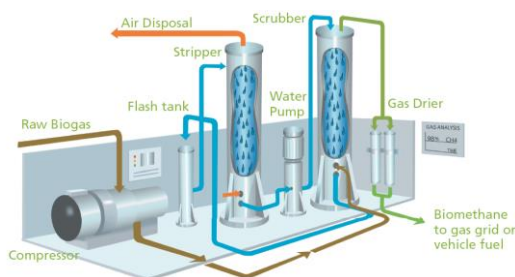
برای حذف سولفید هیدروژن از بیوگاز فناوری‌های متعددی وجود دارد. این فناوری‌ها بسته به سیستم بیوگاز مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. انتخاب بهترین فناوری به استفاده نهایی که از آن خواهد شد، ترکیب، تنوع، حجم گازی که باید خالص شود، غلظت سولفید هیدروژن در آن و میزان سولفید هیدروژنی که باید حذف شود، وابسته است (Allegue and Hinge 2014).

۲- مواد و روش‌های بررسی

۲-۱- اجرای سازه جاروب کشی بیوگاز با آب

با انجام محاسبات لازم با تکیه بر هدف گذاری مبنی بر خالص‌سازی پنج مترمکعب بیوگاز تولیدی در ساعت و برآورد آب لازم در گردش با توجه به میزان خالص‌سازی، ابتدا سازه فلزی پلکان دار عمودی با تعداد پلکان لازم جهت استقرار مخازن طراحی و ساخته شد. در قدم بعدی مخازن به تعداد و حجم لازم خریداری و بوشن گذاری و اتصالات شیرالات بر روی آنها انجام شد. همزمان سازه فیلتر اصلی تصفیه کننده و فیلتر خشک کننده از جنس استیل ساخته شدند. تجهیزات شامل پمپ آب، هوا، همزن، پمپ واکيوم خریداری شدند. با اتمام خرید تجهیزات انتقال آب، کمپرسور هوا به منظور فشرده کردن و انتقال گاز خریداری شد و تغییرات لازم ایمنی بر روی آن پیش بینی و طراحی شد. پس از این مراحل طراحی تابلو کنترل برق انجام شد و تجهیزات جهت استفاده در طرح به برق با ولتاژ لازم متصل گردیدند. لوله های انتقال آب و گاز تأمین و اتصالات لازم برقرار شد. علاوه بر اینها یک دستگاه کنتور گاز و آب خریداری و در سازه استقرار داده شدند. روش کار در این تکنیک براین اساس است که جریان آب و گاز با فشار بالا و در جهت عکس یکدیگر در داخل فیلتر تصفیه در بستر مناسب با هم برخورد کرده و شرایط خالص‌سازی بیوگاز از سولفید هیدروژن فراهم می‌شود. در این تکنیک که بنام جاروب کشی گاز با آب شناخته می‌شود (شکل ۱) آب همراه با ناخالصی‌های جذب شده از بیوگاز، وارد مخزن آزادسازی می‌شود که در آن شرایط لازم از طریق هوا و الکتروموتور جهت آزادسازی دی‌اکسید کربن حل شده در آب فراهم می‌شود و همچنین واکنش سولفید هیدروژن و اکسیژن که منجر به تولید گوگرد و آب می‌شود در این مخزن انجام می‌شود (Cebula 2009).





شکل ۱- نمایشی از فناوری جاروب کشی با آب (Hudde 2010).

۲-۲- روند اجرای تکنیک جاروب کشی بیوگاز با آب در سیستم‌های بدون سیرکولاسیون

طراحی این سیستم براین اصل است که سیستم به صورت پویا و دینامیک و باز باشد و آبی که وارد فیلتر تصفیه می‌شود گردش مجدد در سیستم نداشته باشد به طوری که آب از طریق شیلنگ با دبی شناخته شده از بالا وارد مخزن اصلی شود و پس از پمپاژ به فیلتر تصفیه و خالص سازی بیوگاز با چرخش در مخازن شامل مخزن استراحت کاهش فشار، مخزن واکنش گر آزاد سازی، مخزن واکيوم، وارد مخزن اصلی شود و همان میزان آب ورودی از ته مخزن اصلی خارج شود در این حالت با نصب کنتور بر مسیر آب ورودی و آب خروجی دبی در هر دو را یکسان در نظر می گیریم و هنگام خاموش بودن سیستم شیر کنتور خروجی را باید ببندیم تا از هدر رفتن آب جلوگیری کنیم. در این صورت امکان حل شدن مقادیر بیشتری از سولفید هیدروژن در هر مترمکعب آب وجود خواهد داشت.

۲-۳- مزایای روش جاروب کشی بیوگاز با آب نسبت به سایر روش‌های حذف

- ۱- نتایج بررسی ها در مقیاس آزمایشگاهی مبین این مسئله بود که آب توانایی حذف هیدروژن سولفید را دارا است.
- ۲- قابلیت و توان بسیار بالای آب به عنوان یک حلال در حل شدن همزمان سولفید هیدروژن و منواکسیدکربن و حتی دی اکسید کربن در آن و استفاده از این قابلیت در حذف این مواد از بیوگاز که مورد نظر می باشد.
- ۳- عدم انحلال یا قابلیت انحلال بسیار کم متان همراه با بیوگاز در آب که ویژگی مهمی برای تصفیه بیوگاز می باشد.
- ۴- واکنش های بعدی مورد انتظار پس از جذب سولفید هیدروژن در آب براحتی و در شرایط بی خطر قابل انجام است به طوری که به کمک تزریق هوا که دارای اکسیژن می باشد به آب حاوی گازهای دی اکسید کربن و سولفید هیدروژن اول باعث خروج سایر گازها از آب شویم و در ثانی انجام واکنش سولفید هیدروژن با آب و رسوب گوگرد تسریع شود.
- ۵- در طول انجام واکنش pH با توجه به نوع واکنش ها تقریباً ثابت باقی می ماند
- ۶- آب پسماند ناشی از واکنش های حذفی پس از رسوب گوگرد قابلیت استفاده در آبیاری را دارد حتی اگر رسوب گذاری و جداسازی گوگرد انجام نشود برای آبیاری زمین های کشاورزی مناسب است به طوری که امروزه یکی از عناصر قابل توصیه در کشاورزی گوگرد می باشد.
- ۷- نیازی به تأمین حلال های گران قیمت نظیر سلکسول (پلی اتیلن گلیکول) نمی باشد و مخاطرات کار با آب بسیار اندک می باشد.
- ۸- نیازی به تأمین فشار و دماهای بسیار بالا در مقایسه با سایر روش ها نظیر روش حذف با کربن فعال که در دمای ۷۰ درجه سانتی گراد انجام می شود نیست.
- ۹- نیازی به تأمین دمای بسیار پایین نظیر آنچه در روش جداسازی با انجماد صورت می گیرد نیست.
- ۱۰- در دسترس بودن تجهیزات و مواد لازم واکنش گر در فرایند اجرای طرح جاروب کشی بیوگاز با آب در داخل کشور
- ۱۱- امکان ارتقاء روش مورد نظر از سطح آزمایشگاهی به پایلوت و در نهایت به طرح صنعتی در داخل کشور
- ۱۲- هزینه تمام شده طرح در مقایسه با سایر طرح هایی که به مقیاس صنعتی رسیده اند کمتر می باشد.

۲-۴- نوآوری در اجرای تکنیک جاروب کشی در مقایسه با نمونه کارهای مشابه خارج کشور

اغلب نمونه های مشابه خارجی طراحی شده به منظور جاروب کشی دارای چیدمان افقی هستند بر همین اساس به لحاظ صرفه جویی در مصرف انرژی و استفاده کمتر از پمپ های انتقال آب بر خلاف نمونه های مشابه خارجی که دارای چیدمان افقی می باشند، در این طرح چیدمان مخازن به صورت پلکانی عمودی انجام شده است تا انتقال آب بین مخازن بر مبنای نیروی ثقل صورت گیرد. به همین دلیل بر خلاف نمونه های خارجی از پمپ های متعدد آب جهت انتقال استفاده نشده است. همچنین یک

فرق اساسی دیگر در مقایسه با نمونه های طراحی شده در سایر کشورها استفاده از پمپ واکيوم به منظور مکش مانده گاز در آب می باشد.

۲-۵- ثبت نتایج

در این سیستم در ابتدای ورودی بیوگاز به کمپرسور و پس از خروج بیوگاز خالص شده، از کنتور گاز شیلنگ رابط مجهز به شیر پنوماتیک تعبیه شده است. از این دو شیلنگ جهت آنالیز گاز ورودی قبل از تصفیه و گاز خروجی بعد از تصفیه استفاده شده است. سنجش گاز با آنالیزور ژئوتک انجام شده است. برای سنجش، شیلنگ ورودی گاز را به ورودی آنالیزور وصل کرده و کار با دستگاه را شروع می کنیم. مدت زمان لازم تا سنجش کامل را صبر کرده و نتایج را در فرمهای بهره برداری ثبت می نمایم.

۳- نتایج

۳-۱- خلاصه نتیجه اجرای تکنیک جاروب کشی

خلاصه ای از نتایج حاصل از کارکرد تکنیک در خالص سازی بیوگاز تولیدی در زمنه حذف سولفید هیدروژن و سایر فاکتورها در جدول ۲ بیان شده است نتایج مبین این مسئله است که میزان خالص سازی بیوگاز از سولفید هیدروژن بسته به شرایط بین ۳۱ تا ۹۷ درصد بوده است و متوسط درصد میزان حذف سولفید هیدروژن برابر ۶۰ درصد بوده است در این تکنیک با استفاده از آب بدون سیرکولاسیون در سیستم باز هر مترمکعب آب قادر به تصفیه حدود ۶۳۰ مترمکعب بیوگاز خواهد بود. یعنی هر لیتر آب حدود ۰/۶ مترمکعب گاز را تصفیه خواهد نمود.

جدول ۲ بخشی از نتایج تکنیک اجرا شده جاروب کشی بیوگاز با آب

نوع پارامتر	بیشترین	کمترین	واحد
جریان بیوگاز	۷/۳	۲/۱	مترمکعب بر ساعت
جریان آب	۳	۰/۱	مترمکعب بر ساعت
فشار بیوگاز	۱۰	۲/۵	بار
فشار آب	۱۱	۱/۵	بار
دمای بیوگاز	۱۷	۴	درجه سانتی گراد
دمای آب	۱۱	۳	درجه سانتی گراد
میزان متان در بیوگاز	۵۳/۴	۴۴/۲	درصد
میزان سولفید هیدروژن حذف شده	۹۷	۳۱	درصد
مقدار سولفید هیدروژن لود شده	۴۰/۸	۸/۹	گرم بر مترمکعب بیوگاز
مقدار سولفید هیدروژن حذف شده	۲۰/۹	۵/۲	گرم بر مترمکعب بیوگاز

۳-۲- ارزش اقتصادی انرژی تولیدی در نیروگاه زیست توده سازمان پسماند شهرداری مشهد از

دفن زباله شهری تحت شرایط مختلف

با توجه به گزارشها مبنی بر اینکه از دفن هر یک تن زباله شهری تفکیک نشده ۱۰۱/۵ مترمکعب بیوگاز تولید می شود (Achinan et al. 2017). از طرف دیگر این که روازنه به میزان ۱۰۰۰ تن زباله تفکیک نشده شهری به طور متوسط در سایت پسماند مشهد دفن می شود (بخشی زاده)، ارزش ریالی بیوگاز تولیدی محاسبه و در جدول ۳ بیان شده است.

جدول ۳- ارزش ریالی بیوگاز قابل استحصال از دفن روزانه هزار تن زباله تفکیک نشده شهری در سایت سازمان پسماند مشهد

منبع	واحد	میزان	نوع
Achinas et al. (2017)	مترمکعب	۱۰۱/۵	متوسط بیوگاز تولیدی حاصله از دفن یک تن زباله تفکیک نشده شهری
محاسبه نگارندگان	مترمکعب	۱۰۱۵۰۰	متوسط بیوگاز تولیدی حاصله از دفن ۱۰۰۰ تن زباله تفکیک نشده شهری
لاری و همکاران ۱۳۹۱	کیلووات ساعت	۱/۶	متوسط برق تولیدی از بیوگاز حاصله از سوختن یک مترمکعب بیوگاز (دارای ۵۰ درصد متان) تولیدی ناخالص
محاسبه نگارندگان	کیلووات ساعت	۱۶۲۴۰۰	متوسط برق تولیدی از بیوگاز حاصله از دفن ۱۰۰۰ تن زباله تفکیک نشده شهری
سایت ساتبا	ریال / هر کیلو وات	۵۶۷۰	ارزش ریالی (قیمت خرید) برق تولیدی از نیروگاه زیست توده
محاسبه نگارندگان	میلیون ریال	۹۲۰/۸	ارزش ریالی حاصل از دفن ۱۰۰۰ تن زباله تفکیک نشده شهری

از طرف دیگر اگر زباله دفن شده از قبل تفکیک شود به طوری که فقط ضایعات غذایی آشپزخانه در سایت دفن شوند که این کار مستلزم این است که از خانواده ها درخواست شود ضایعات آشپزخانه را جداگانه بسته بندی کنند یا توجه به گزارشها مبنی بر اینکه از دفن یک تن ضایعات غذایی میزان ۱۱۰ مترمکعب بیوگاز تولید می شود (Achinas et al. 2017) ارزش ریالی بیوگاز تولیدی از دفن روزانه ۱۰۰۰ تن ضایعات غذایی محاسبه و در جدول ۴ بیان شده است. همچنین برآورد ارزش ریالی بیوگاز قابل استحصال از دفن روزانه هزار تن زباله تفکیک نشده شهری در سایت سازمان پسماند مشهد با بیوگاز خالص شده در جدول ۵ و برآورد ارزش ریالی بیوگاز قابل استحصال از دفن روزانه هزار تن ضایعات غذایی در سایت سازمان پسماند مشهد با بیوگاز خالص شده در جدول ۶ محاسبه و گزارش شده است.

جدول ۴- ارزش ریالی بیوگاز قابل استحصال از دفن روزانه هزار تن ضایعات غذایی در سایت سازمان پسماند مشهد

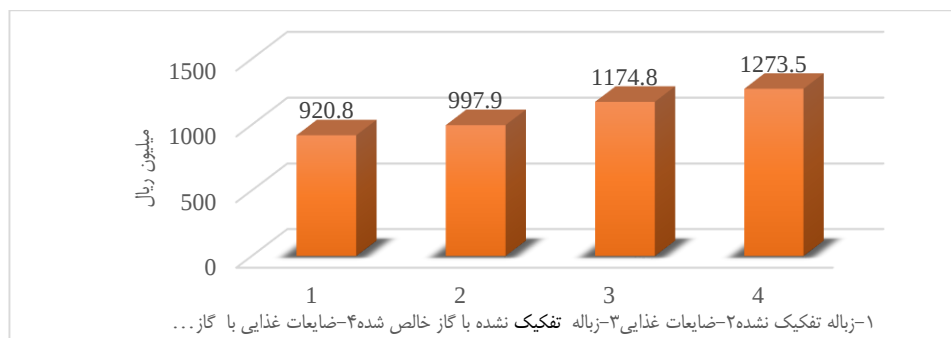
منبع	واحد	میزان	نوع
(Achinas et al. 2017)	مترمکعب	۱۱۰	بیوگاز تولیدی از دفن ۱ تن ضایعات غذایی (زباله تفکیک شده شهری)
محاسبه نگارندگان	مترمکعب	۱۱۰۰۰۰	متوسط بیوگاز حاصله از دفن ۱۰۰۰ تن ضایعات غذایی (زباله تفکیک شده شهری)
لاری و همکاران ۱۳۹۱	کیلووات ساعت	۱/۶	متوسط برق تولیدی از بیوگاز حاصله از سوختن یک مترمکعب بیوگاز (دارای ۵۰ درصد متان) تولیدی ناخالص
محاسبه نگارندگان	کیلووات ساعت	۱۷۶۰۰۰	متوسط برق تولیدی از بیوگاز حاصله از دفن ۱۰۰۰ تن زباله تفکیک نشده شهری
سایت ساتبا	ریال / هر کیلو وات	۵۶۷۰	ارزش ریالی (قیمت خرید) برق تولیدی از نیروگاه زیست توده
محاسبه نگارندگان	میلیون ریال	۹۹۷/۹	ارزش ریالی حاصل از دفن ۱۰۰۰ تن زباله تفکیک نشده شهری

جدول ۵- ارزش ریالی بیوگاز قابل استحصال از دفن روزانه هزار تن زباله تفکیک نشده شهری در سایت سازمان پسماند مشهد با بیوگاز خالص شده

منبع	واحد	میزان	نوع
(Achinas et al. 2017)	کیلووات ساعت	۲۰۷/۲	متوسط برق تولیدی از بیوگاز حاصله از دفن ۱ تن زباله تفکیک شده شهری
محاسبه نگارندگان	کیلووات ساعت	۲۰۷۲۰۰	متوسط برق تولیدی از بیوگاز حاصله از دفن ۱۰۰۰ تن زباله تفکیک شده شهری
سایت ساتبا	ریال / هر کیلو وات	۵۶۷۰	ارزش ریالی (قیمت خرید) برق تولیدی از نیروگاه زیست توده
محاسبه نگارندگان	میلیون ریال	۱۱۷۴/۸	ارزش ریالی حاصل از دفن ۱۰۰۰ تن زباله تفکیک نشده شهری

جدول ۶- ارزش ریالی بیوگاز قابل استحصال از دفن روزانه هزار تن ضایعات غذایی در سایت سازمان پسماند مشهد با بیوگاز خالص شده

منبع	واحد	میزان	نوع
(Achin et al. 2017)	کیلو وات ساعت	۲۲۴/۶	متوسط برق تولیدی از بیوگاز حاصله از دفن ۱ تن ضایعات غذایی (زباله تفکیک شده شهری)
محاسبه نگارندگان	کیلو وات ساعت	۲۲۴۶۰۰	متوسط برق تولیدی از بیوگاز حاصله از دفن ۱۰۰۰ تن ضایعات غذایی (زباله تفکیک شده شهری)
سایت ساتبا	ریال / هر کیلو وات	۵۶۷۰	ارزش ریالی (قیمت خرید) برق تولیدی از نیروگاه زیست توده
محاسبه نگارندگان	میلیون ریال	۱۲۷۲/۵	ارزش ریالی حاصل از ۱۰۰۰ تن ضایعات غذایی (زباله تفکیک شده شهری)

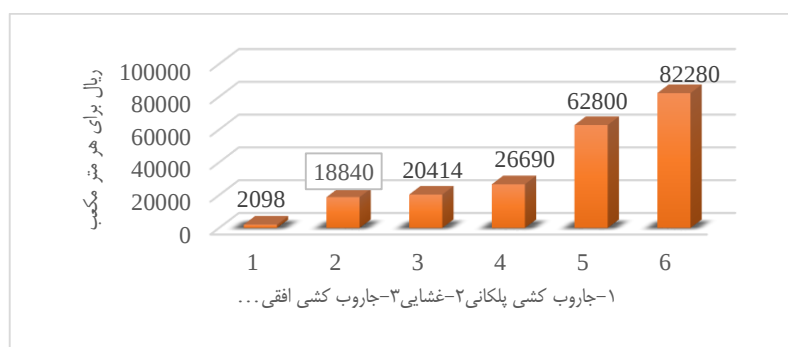


نمودار ۱- نمایش ارزش ریالی حاصل از چهار روش مختلف تولید انرژی از پسماند شهری

نتایج مبین این است که با توجه به ارزش انرژی تولیدشده کارایی روش تفکیک زباله در میدابه میزان ۰/۷ درصد از روش دفن زباله تفکیک نشده کارتر است که رقمی معادل ۳۶/۸ میلیون ریال برای هر هزار تن می باشد هزینه ها در این روش در نظر گرفته نشده است و فرض براین است که با فرهنگ سازی و درخواست از شهروندان این تفکیک در مبدا صورت گیرد. از سوی دیگر در صورت خالص سازی بیوگاز تولیدی از ضایعات غذایی با یکی از تکنیکهای رایج انرژی تولیدی به مقدار ۲۷/۷ در مقایسه با روش دفن زباله تفکیک نشده افزایش خواهد یافت.

۳-۳- مقایسه هزینه لازم در اجرای تکنیک‌های مختلف خالص سازی بیوگاز

خالص سازی بیوگاز با این تکنیک‌ها وابسته به عوامل متعددی می باشد که هر یک از این عوامل قادرند به طور مستقل یا با اثرگذاری بر روی سایر فاکتورها نقش خود را در حذف بهتر یا ناقص اعمال نمایند. از جمله مهمترین آنها در تکنیک جاروب کشی با آب فشار آب و گاز، دمای آب، ارتفاع ستون فیلتر تصفیه، میزان پکینگ ستون، نوع مواد ستون، می باشند. مرجع‌های مختلف اعداد متفاوتی را در میزان حذف با این تکنیک گزارش کرده اند، با توجه به نتایج این طرح که در مقیاس نیمه صنعتی اجرا گردیده است و بررسی هزینه اجرای آن در مقیاس صنعتی، نسبت به نمونه جاروب کشی افقی هزینه آن حدود ۸۹ درصد کمتر است.



نمودار ۲- نمایش مقایسه هزینه برای خالص سازی یک مترمکعب بیوگاز با تکنیک‌های مختلف (یورو به نرخ روز معادل ۲۷۶۰۰ ریال تبدیل و توسط نگارندگان محاسبه شده است) (De Hullu et al. 2008)

۴- بحث

علت اینکه ارزش ربالی گاز استحصال شده از دفن ۱۰۰۰ تن ضایعات غذایی خیلی بیشتر از ۱۰۰۰ تن زباله شهری خواهد شد ناشی از این مسئله است که چون زباله شهری علاوه بر ضایعات غذایی دارای مقادیر زیادی از ظروف شستشو دهنده و بهداشتی و آرایشی و پلاستیکی می باشد. این ظروف با هر مهارتی دفن شوند به دلیل داشتن فضاهای خالی عملاً اکسیژن زیادی را در خود محبوس خواهند داشت و در نتیجه پس از دفن شرایط تولید بیوگاز هوازی خواهد شد و تحت این شرایط در عمل تولید بیوگاز کمتر انجام خواهد شد. لازمه اینکه شرایط برای تولید بهینه و کافی بیوگاز تأمین شود، ایجاد هر چه بیشتر محیط بی هوازی است. لذا اگر تمرکز و هدف گذاری تولید بیوگاز به منظور ایجاد نیروگاه های بیوگاز باشد باید از دفن ضایعات غیر آشپزخانه و مواد غیر آلی پرهیز شود که برای تأمین این خواسته تفکیک ضایعات غذایی از سایر زباله ها لازم خواهد بود. علت کاهش هزینه ها در تکنیک اجرا شده نسبت به سایر تکنیکها اتکا به تأمین تجهیزات از تولیدات داخل کشور می باشد.

۵- نتیجه گیری

علی رغم منابع سرشار انرژی شامل ضایعات کشاورزی، فضولات حیوانی، ضایعات جنگلی، زباله های شهری و فاضلابدار کشور سهم تولید انرژی از زیست توده در ایران بسیار ناچیز و در حد ۱۰/۵۶ مگاوات می باشد که کمتر از یک هزارم درصد از مجموع انرژی تجدید پذیر تولیدی کشور است (ساتبا ۱۳۹۸) که این مقدار از طریق پنج نیروگاه تأمین می شود و با توجه به منابع کشور بسیار ناچیز است و باید تلاشها در جهت توسعه این نیروگاهها انجام گیرد از طرف دیگر در این نیروگاهها اتکابه یک روش کامل خالص سازی بیوگاز به منظور ارتقاء بیوگاز تولیدی به طور جدی و مدون انجام نشده است که این مهم برای افزایش تولید ضروری است و اجرای تکنیک جاروب کشی با آب در کشور گره گشای حل این مسئله می باشد به طوری که اگر این تکنیک با سیستم بازیعی در حالتی که آب گردش مجدد نداشته باشد اجرا گردد بسیار مناسب و قابل توصیه است به طوری که این آب غنی شده با گوگرد برای کشاورزی مناسب می باشد. نظر به اینکه وجود سولفید هیدروژن در بیوگاز در ترکیب با بخار آب سبب ایجاد اسید سولفوریک شده و باعث خوردگی در ژنراتورها می شود حتی اگر کاهش دی اکسید کربن مورد نظر نباشد حذف آن لازم است اگر چه کمی کردن هزینه مرتبط با سولفید هیدروژن با توجه به قابلیت های متفاوت ژنراتورهای تولیدی توسط شرکت های سازنده مشکل می باشد.

تشکر و قدردانی

از همه بزرگوارانی که در مراحل مختلف اجرای طرح از همیاری و مساعدت هایشان بهره مند شده ایم: آقایان علی آدینه نیا، علینزاده، رامشینی، خورشیدی، ابراهیمی، ثنائی، رضوانی، خانمها: نوروزی و موسوی و خلیلی همچنین از آقایان حسن زاده و پژمان قدردانی و تشکر می نمائیم.

منابع

۱. بخشی زاده، عبدالامیر (۱۳۹۵)، روابط عمومی سازمان مپ شهرداری مشهد <https://wmo.mashhad.ir>
۲. لاری حمید رضا، کریمیان ابولفضل، ادینه نیا علی (۱۳۹۱) تحلیل اقتصادی احداث نیروگاه بیوگاز سوز مشهد، نشریه سبز جامگان، مرداد، شماره ۵۰
۳. سایت سایت سازمان انرژیهای تجدید پذیر و بهره وری انرژی برق (ساتبا) <http://www.satba.gov.ir>
4. Achinas S., Achinas V. & Euverink G.J.W. (2017). A technological overview of biogas production from biowaste. Engineering 3: 299-307.
5. Allegue L.B. & Hinge J.(2014). Biogas upgrading Evaluation of methods for H2S removal. Danish technological institute 31.
6. Cebula J.(2009). Biogas purification by sorption techniques. ACEE Journal 2: 95-103.
7. De Hullu J., Maassen J., Van Meel P., Shazad S., Vaessen J., Bini L. & Reijenga J. (2008). Comparing different biogas upgrading techniques. Eindhoven University of Technology, The Netherlands.
8. Hudde J.(2010). Experience with the Application of Water Scrubbing Biogas Upgrading Technology: On the Road with CNG and Biomethane European Best Practice Examples: The Madagascar Project. In: The Madagascar Project Final Conference.

بررسی تأثیر عوامل موثر بر احساس امنیت زنان در فضای شهری (مطالعه موردی: شهروندان سنندج، استان کردستان)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۱۰

کد مقاله: ۴۲۱۶۶

عمر (چومان) کنعانی^۱

چکیده

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی - تحلیلی با استفاده از ابزار پرسشنامه می باشد. هدف این پژوهش بررسی تأثیر عوامل موثر بر احساس امنیت زنان در فضای شهری می باشد. جامعه آماری پژوهش، شهروندان شهر سنندج در استان کردستان واقع در غرب ایران بوده اند و تعداد نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر محاسبه شد. روایی سؤالات پرسشنامه توسط اساتید و متخصصان مورد تأیید قرار گرفت و پایایی آن نیز با آزمون آلفای کرونباخ ۰/۷۸ محاسبه شد. جهت تجزیه و تحلیل داده های حاصل از پرسشنامه، از نرم افزار SPSS استفاده شده است. آزمون کولموگروف اسمیرنوف نرمال بودن داده ها را نشان داد که در نهایت برای بررسی فرضیات پژوهش از آزمون رگرسیون خطی ساده استفاده شده است. نتایج حاکی از آن بود که عوامل اجتماعی و کالبدی با سطح اطمینان ۹۵٪ بر احساس امنیت زنان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

واژگان کلیدی: احساس امنیت، فضای شهری، زنان

۱- دکترای طراحی شهری و شهرسازی؛ Choman.kanaani@gmail.com

۱- مقدمه

امنیت پیش زمینه یک اجتماع سالم بوده و احساس امنیت بستر ساز توسعه جوامع انسانی است. احساس امنیت به عنوان یکی از شاخص‌های مهم کیفیت‌های زندگی شهری، مورد توجه قرار گرفته است و به عنوان یکی از نیازهای اساسی شهروندان در ساختارهای شهری به شمار می‌رود و از اهمیت ویژه‌ای به واسطه دربرگیری احساس آرامش و آسایش محیطی برای شهروندان برخوردار است. عوامل مختلفی بر احساس امنیت شهروندان تأثیرگذار است؛ بنابراین بررسی جنبه‌های کیفی و کمی امنیت، چه از لحاظ کالبدی و چه از لحاظ اجتماعی در داخل هر یک از فضاهای شهری، امری ضروری است (رسولی شورستان، ۱۳۹۷: ۳۳). فضاهایی در شهر به عنوان فضاهای شهری شناخته می‌شوند که با حضور و مشارکت شهروندان در فضا همراه باشند و تمامی اقشار جامعه بتوانند بدون محدودیت از این فضاها استفاده نمایند. از جمله عوامل اصلی مؤثر بر حضور زنان به عنوان بخشی از اقشار آسیب پذیر جامعه، در فضاهای شهری احساس امنیت می باشد (قطب و خاکپور، ۱۳۹۵: ۱). امنیت از جمله ضروریات زندگی بشر محسوب می شود به طوری که از ابتدای تاریخ تاکنون بیشترین زمان و هزینه در جوامع مختلف برای برقراری امنیت صرف شده است. امنیت مفهومی عینی و ملموس و احساس امنیت مفهومی ذهنی و غیرملموس است. رشد شهرنشینی، گسترش فضاهای شهری و به تبع آن پیچیده‌تر شدن روابط اجتماعی شهروندان، باعث شده است که مفهوم امنیت علاوه بر حالت فیزیکی آن، ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و ... را در بر گرفته و همانگونه که با رشد فیزیکی شهرها، جرایم مختلف افزایش یافته است، پیچیده شدن فناوری و تقسیم کار اجتماعی، احساس امنیت و آسایش شهروندان نیز خدشه دار یا تضعیف گردد. زنان به عنوان سرمایه‌های انسانی هر جامعه‌ای نقش مؤثری در پیشبرد، تعالی و اهداف جامعه دارند. اما تحقق این مهم در عرصه اجتماعی مستلزم وجود امنیت در ابعاد مختلف است. زنان به علت موقعیت اجتماعی که در جوامع مختلف و به دلایل گوناگون پیدا کرده‌اند و همچنین ویژگی‌های فیزیولوژیک، زندگی اجتماعی‌شان به شدت وابسته به احساس امنیت ایشان است (صادقی و شوشتری، ۱۳۹۵: ۱). احساس ناامنی در فضاهای عمومی شهری از نگرانی‌های مهم شهروندان است. برنامه‌ریزان و طراحان فضاهای شهری در تلاش هستند تا با شناسایی عوامل مرتبط با احساس ناامنی بویژه در فضاهای شهری، امنیت را برای استفاده کنندگان از آن فضاها فراهم کنند. زنان نیازمند تسهیلات خاصی از فضا هستند تا موجب افزایش اطمینان خاطر آنان از حضور امن در فضاهای شهری شود (شیرینی و رادین، ۱۳۹۵: ۸۷). ضرورت و اهمیت توجه به زنان بدین سبب است که نیمه اصلی بدنه اجتماع را زنان تشکیل می‌دهند و در صورت تأمین امنیت آن‌ها، میزان استفاده زنان از فضای عمومی در پارک‌های شهری بیش‌تر خواهد شد. از سوی دیگر، عدم احساس امنیت و رضایت از پارک‌های شهری باعث می‌شود که زنان این‌گونه فضاها را ترک نمایند (محمدی بیرنگ و آذر، ۱۳۹۸: ۲۷). در بررسی علل پیدایش شهر و این‌که چرا اجتماعات بشری در محیطی چون شهر گرد هم آمدند، نظریات مختلفی ارائه گردیده است که یکی از نظریات، مسأله امنیت و ابعاد ایمنی را در پیدایش شهر مؤثر می‌داند. حال با گذر قرن‌ها از پیدایش نخستین اجتماعات شهری، شهرها در نتیجه‌ی رشد گسترده کالبدی و جمعیتی خود درگیر مسائل جدیدی در چارچوب انواع مختلف ابعاد زندگی شهروندان هستند. در این میان امنیت شهری، به عنوان یکی از مسائل مهم در مباحث، اصطلاحات و ساماندهی شهری به حساب می‌آید. نیاز به امنیت در شهرها، بازتاب‌های فضایی و کالبدی را به عنوان یک اصل مهم و حیاتی به همراه داشته است. بنابراین، برقراری امنیت در ساختار شهری و برخورداری شهروندان از احساس امنیت، اهمیت فزاینده‌ای دارد. نظم و امنیت از نیازهای اولیه و حیاتی مهم شهروندان در شهر است، در واقع اساس زندگی شهری بر این دو محور قرار دارد. برخی از فضاهای شهری هستند که زمینه را برای برهم خوردن نظم و امنیت فراهم می‌کنند. فضا و جرم رابطه‌ای نزدیک با هم دارند. بنابراین شناخت این فضاها و تأثیر آن در کاهش امنیت و برهم خوردن نظم شهری از نکات بسیار مهمی است که طراحان و برنامه‌ریزان شهری در مدیریت شهرها باید به آن‌ها توجه ویژه‌ای داشته باشند. در کنار مفهوم امنیت، «احساس امنیت» مطرح می‌شود. احساس امنیت را واکنش عاطفی به جرایم خشونت بار اجتماعی و آسیب‌های فیزیکی در نظر می‌گیرند و یا طیفی از واکنش‌های عاطفی و عملی به جرم و بی‌نظمی که افراد یا اجتماع با آن مواجه‌اند. در عصر حاضر، محیط‌های نامطلوب شهری مشکلات بسیاری را برای شهروندان ایجاد کرده و در رشد آسیب‌های اجتماعی مؤثر هستند. با گسترش این آسیب‌ها، امنیت، رنگ می‌بازد و بر میزان جرم افزوده می‌شود؛ مردم در کنش‌های اجتماعی محتاطانه عمل می‌کنند و با هر اتفاقی، ترس و دلهره آن‌ها دو چندان می‌شود و در نتیجه احساس ناامنی می‌کنند (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۸۷).

۲- پیشینه پژوهش

محمدی بیرنگ و آذر (۱۳۹۸)، پژوهشی با عنوان "تحلیل احساس امنیت زنان در فضاهای عمومی با تأکید بر پارک‌های شهری، مطالعه موردی: تبریز" انجام دادند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد تفاوت معناداری از نظر احساس امنیت در انواع پارک‌ها وجود دارد. نتایج آزمون تعقیبی توکی نشان می‌دهد که میزان احساس امنیت زنان در پارک‌های محله ای و ناحیه ای بطور معنی‌داری پایین‌تر از پارک‌های حاشیه خیابان، شهری و فراشهری است. همچنین نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد

میان کیفیت کالبدی و احساس امنیت زنان رابطه مثبت معنی‌داری وجود دارد ($p=0/001$ و $r=0/29$). نتایج دیگر تحقیق بیانگر وضعیت نسبتاً مناسب امنیت زنان در پارک‌های شهر تبریز با میانگین $3/44$ با سطح معنی‌داری آزمون $0/001$ می باشد.

شریعتی مزینانی و فروغ‌زاده (۱۳۹۶)، پژوهشی با عنوان "فضاهای عمومی و امنیت زنان در شهر مشهد" انجام دادند. نتایج پژوهش میدانی انجام‌شده در ۳۰۰ فضای عمومی شهر مشهد را در بردارد که در آنها وضعیت کالبدی فضاهای عمومی شهر، درباره لزوم تأمین امنیت برای زنان بررسی شده است. در بخش دیگر نیز در زمینه احساس امنیت زنان در فضاهای عمومی (بوستان‌ها، زیرگذرها، پل‌ها و مسیرهای اصلی تردد شهروندان) خلاصه‌ای از نتایج پیمایش انجام‌شده، با کمک نمونه ۱۰۰۰ نفری از زنان بزرگ‌تر از ۱۵ سال، در سه حوزه امنیت جانی، مالی و اخلاقی و در سه بعد فیزیکی، نمادین و اجتماعی ارائه شده است. نتایج مطالعه نشان می‌دهد از نظر پاسخگویان، زیرگذرها و مسافربران شخصی ناامن‌ترین موقعیت‌ها بوده‌اند. پارک‌ها و محدوده اطراف محل زندگی هم با میانگین نزدیک به هم در رده بعدی قرار می‌گیرند و اتوبوس، پل‌های عابر پیاده و تاکسی در مقایسه با فضاهای عمومی دیگر، بیشتر امنیت دارند. نکته مهم، کم‌بودن میزان احساس امنیت اخلاقی در شهر مشهد است؛ به گونه‌ای که نزدیک به نیمی از این زنان (۴۷ درصد) در فضاهای عمومی شهر، احساس می‌کنند با اتفاقاتی مانند تماس بدنی، ربوده‌شدن و... مواجه هستند. در پایان نیز پیشنهادات محقق در زمینه بهبود وضعیت امنیت در فضاهای عمومی شهر ارائه شده است.

سلطانی و همکاران (۱۳۹۵)، پژوهشی با عنوان "تحلیل فضای احساس امنیت در محلات مختلف شهری (مورد مطالعه: شهر قدس)" انجام دادند. به طور کلی، نتایج پژوهش گویای این است که رابطه معناداری بین محلات مختلف شهری و احساس امنیت وجود دارد. پس می‌توان نتیجه گرفت که محیط‌های شهری بنا به شرایط اجتماعی موجود؛ یعنی شکل‌گیری فضاها، کارکرد فضاها، می‌توانند بر میزان امنیت مؤثر باشند. ایجاد فضاهای آرام و به دور از نابسامانی اجتماعی و نیز افزایش کیفیت محیطی از طریق توجه به نیازهای اساسی زندگی شهری به عنوان مطلوبیت فضای شهری به حساب می‌آید. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که هر چه میزان رفت و آمد در فضاهای شهری بیشتر باشد، شهروندان احساس امنیت بیشتری می‌کنند. میانگین تردد در پارک‌های شهر $3/14$ است که تقریباً متوسط رو به بالا است و در مناطق تجاری عدد $2/19$ نشان‌دهنده عدم جاذبه فعالیت‌های تجاری موجود در خیابان‌های طالقانی و آزادی با نیازها و خواسته‌های شهروندان است. میزان تردد در دو خیابان سجاد و امامزاده نسبتاً بالا است که می‌تواند به دلیل وجود کاربری‌های سازگار با روحیه شهروندان نظیر مراکز آموزشی باشد و عدد $1/56$ نشان‌دهنده تردد بسیار پایین شهروندان بالاخص زنان در محوطه تولیدی‌ها، کارگاه‌ها و در نتیجه معابر فرعی کل محدوده که بستر چنین کاربری‌هایی هستند، است.

شیرگی و رادین (۱۳۹۵)، پژوهشی با عنوان "بررسی عوامل مرتبط با احساس ناامنی اجتماعی زنان در فضاهای شهری (با تاکید بر ویژگیهای کالبدی شهری)" انجام دادند. در این مطالعه تلاش شده است تا زمینه‌های احساس ناامنی اجتماعی در بین زنان بررسی شود و عوامل مؤثر بر نگرانی‌ها و ترس‌های زنان در فضاهای عمومی و محیط شهری با تاکید بر ویژگی‌های کالبد شهری شناسایی گردد.

صادقی و شوشتری (۱۳۹۵)، پژوهشی با عنوان "احساس امنیت زنان در فضاهای شهری و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن" انجام دادند. هر چند پس از انقلاب ایران برخی شاخص‌های وضعیت اجتماعی زنان همچون اشتغال، سلامت، تحصیلات عالی و ... بهبود یافته، برخی شاخص‌ها چون: طلاق، احساس ناامنی، اختلالات روانی و ... نیز با افزایش همراه بوده است. در این فرآیند عواملی چون: فضای فیزیکی شهر، وجود فضای بی دفاع شهری، چگونگی مناسبات اجتماعی، سن، پایگاه اقتصادی، محل سکونت، تبلیغات رسانه‌ای و مجازی و ... بر امنیت اجتماعی زنان اثرگذاری بالایی دارند.

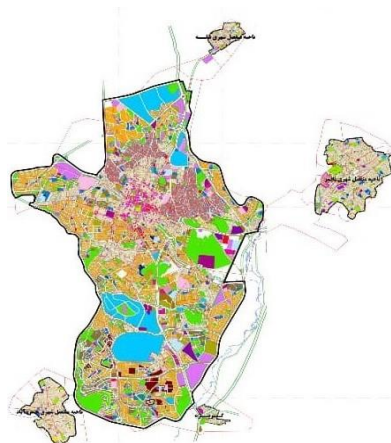
گلی و همکاران (۱۳۹۴)، پژوهشی با عنوان "عوامل مؤثر در احساس امنیت اجتماعی زنان در فضاهای عمومی شهری (مطالعه‌ی موردی: پارک ائل گلی تبریز)" انجام دادند. یافته‌های تحقیق نشان داد که بین عوامل فرم فضا، اطلاعات محیطی گمراه کننده، نور، آلودگی محیطی، میزان دسترسی به خدمات حمل و نقل عمومی، کیفیت فعالیت‌ها و کاربری زمین پیرامون پارک و عوامل اجتماعی استفاده‌کنندگان از قبیل سن، شغل، تحصیلات با میزان احساس امنیت زنان رابطه وجود دارد.

۳- مطالعات نمونه موردی: شهر سنندج

۳-۱- شناخت زمینه: (موقعیت و جایگاه شهر)

سنندج (به کردی: سن ۵)، یکی از شهرهای استان کردستان ایران و بیست و یکمین شهر بزرگ ایران است. سنندج مرکز استان کردستان در غرب ایران است که در ارتفاع ۱۰۴۵۰ تا ۱۰۵۳۸ متری از سطح دریا و در منطقه کوهستانی زاگرس واقع شده و آب و هوای سرد و نیمه‌خشک دارد. این شهر از سمت غرب به کوه آبدیر، از سمت شمال به کوه شیخ معروف، از سمت جنوب به کوه سراج الدین، محدود شده‌است و در منطقه‌ای به وسعت $3688/6$ هکتار گسترده شده است. سنندج در روز چهارشنبه ۸ آبان ماه ۱۳۹۸ توسط سازمان یونسکو به‌عنوان "شهر خلاق موسیقی" اعلام شد و در جمع ۲۴۶ شهر شبکه شهرهای خلاق جهانی یونسکو

و همچنین ۴۸ شهر خلاق موسیقی جهان ثبت شد. مختصات جغرافیایی سندج در موقعیت ۱۴ درجه و ۳۵ دقیقه عرض شمالی و ۴۶ درجه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ قرار دارد و ارتفاع آن از سطح دریا بین ۱۴۵۰ تا ۱۵۳۸ متر در نقاط مختلف شهر متغیر است.



شکل ۱- موقعیت و جایگاه

۳-۲- بررسی ساختار جمعیت و اجتماع شهری

جمعیت شهر سندج در سال ۱۳۳۵ برابر با ۴۰۰۶۴۱ نفر با ۷۰۹۰۰ خانوار بوده است. در سال ۱۳۴۵ جمعیت شهر به ۵۴۰۵۷۸ نفر و ۱۵۰۱۰۶ خانوار رسیده است. نرخ رشد جمعیت در این دوره ۲۰۹۹ درصد بوده است که در مقایسه با نرخ رشد سایر مراکز استان‌ها در کشور نرخ رشد بالایی می‌باشد. براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵ خورشیدی، جمعیت شهر سندج در این سال بالغ بر ۴۱۹۰۷۵۰ نفر بوده که از این تعداد ۱۷۱۰۷۲۳ نفر مرد و ۱۷۱۰۷۲۳ نفر زن بوده‌اند. همچنین تعداد خانوارهای ساکن این شهر، ۹۱۰۳۸۰ خانوار بوده است. طبق آخرین آمار سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کردستان در سال ۱۳۹۷ جمعیت شهر سندج ۵۰۱،۴۰۲ نفر بوده که از این تعداد ۲۵۳۳۴۷ مرد و ۲۴۸۰۵۵ نفر زن بوده و تعداد خانوارهای آن ساکن این شهر ۱۵۲،۵۳۲ خانوار بوده است.

۴- اهداف پژوهش

- بررسی تأثیر عوامل اجتماعی بر احساس امنیت زنان در فضای شهری.
- بررسی تأثیر عوامل کالبدی بر احساس امنیت زنان در فضای شهری.

۵- مبانی نظری تحقیق

۵-۱- احساس امنیت

احساس امنیت پدیده‌ای روانشناختی اجتماعی است که دارای ابعاد گوناگون می‌باشد. این احساس ناشی از تجربه‌های مستقیم و غیرمستقیم افراد از شرایط و اوضاع محیط پیرامونی است و افراد مختلف به صورت‌های گوناگون آن را تجربه می‌کنند. به لحاظ روش‌شناسی، احساس امنیت سازه‌ای چندبعدی و در ارتباط با شرایط اجتماعی و افراد مختلف به گونه‌های متفاوت ظهور یافته و به اشکال مختلف نیز قابل سنجش و اندازه‌گیری است (رسولی شورسان، ۱۳۹۷: ۳۹). احساس ناامنی شرایط رنج‌آوری است که به اعتقاد بیشتر افراد جامعه، زندگی افراد و گروه‌های اجتماعی را مختل می‌سازد، ارزش‌های عام را به خطر می‌اندازد و ضرورت اقدام احساس می‌شود. از طرف دیگر احساس ناامنی ممکن است به خاطر موقعیت خاص حاکم بر جامعه باشد و فرد به خاطر پاره‌ای از عوامل محل امنیت در یک جامعه احساس ناامنی کند (جهانبخش گنجه، ۱۳۹۹: ۸۲). احساس امنیت پدیده‌ای روان‌شناختی اجتماعی و ناشی از تجربه‌های مستقیم و غیرمستقیم افراد از اوضاع و محیط پیرامون است و افراد مختلف به صورتهای گوناگون آن را تجربه می‌کنند. از نظر روش‌شناسی احساس امنیت سازه‌ای چندبعدی است و متناسب با وضعیت اجتماعی و افراد مختلف، به گونه‌های متفاوت ظهور می‌یابد و به اشکال مختلف سنجیده و اندازه‌گیری می‌شود بنابراین، احساس امنیت با بسیاری از عناصر اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جامعه ارتباط دارد. پژوهشگران برجسته حوزه مطالعات امنیت، توصیف‌های مختلفی از این مفهوم ارائه داده‌اند که بیانگر چند چهره بودن و ابهام مفهوم امنیت است. پر رمز و راز بودن و قرار گرفتن مفهوم امنیت در هاله‌ای از پیچیدگی‌های تئوریک، ایدئولوژیک و روزمرگی به قدری زیاد است که بوزان (نظریه پرداز برجسته) می‌گوید هر کوششی برای

درک مفهوم امنیت، بدون آگاهی کافی از تناقضات و نارسایی‌های موجود در خود یک مفهوم ساده اندیشانه است (شریعتی مزینانی و فروغ زاده، ۱۳۹۶: ۷۳).

۵-۲- فضای شهری

مفهوم فضای شهری از دیدگاه اندیشمندان شاخه‌های مطالعاتی مختلف با توجه به رویکردشان به صورت متفاوتی تعریف شده و هر یک از آنها بر جنبه‌های خاصی تأکید دارند. با وجود این در سال‌های اخیر با مطرح شدن فضای شهری به مثابه موضوع میان رشته‌ای، تلاش‌های جدیدی در جهت پیوند ابعاد مختلف و نزدیک ساختن نظریات صورت گرفته است. فضای شهری به باور اندیشمندان معماری و شهرسازی فراتر از مؤلفه‌های هندسی و کالبدی است. فضای شهری در تعریفی عام شامل فضای زندگی شهروندانی است که آگاهانه یا ناآگاهانه برای مقاصد مختلف طی می‌شود. خیابان‌ها، بلوارها، میدان‌ها، پارک‌ها، معابر، نماهای ساختمانی و جزء آن را می‌توان فضای شهری نامید (پور احمد و همکاران، ۱۳۹۵: ۵۴).

۵-۳- فرضیه‌های پژوهش

- عوامل اجتماعی بر احساس امنیت زنان در فضای شهری تأثیر مثبت و معناداری دارد.
- عوامل کالبدی بر احساس امنیت زنان در فضای شهری تأثیر مثبت و معناداری دارد.

۶- روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش دارای ماهیتی توصیفی - تحلیلی است. گردآوری داده‌ها به کمک مطالعات اسنادی - کتابخانه‌ای و برداشت‌های میدانی از طریق ابزارهای مشاهده، تکمیل پرسشنامه انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش، شهروندان شهر سمنان در استان کردستان واقع در غرب ایران بوده‌اند که تعداد نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر محاسبه شد. پرسشنامه پس از تأیید و تعیین روایی و پایایی، توسط محقق در شهروندان شهر سمنان در استان کردستان با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده توزیع شد. روایی سؤالات پرسشنامه توسط اساتید و متخصصان مورد تأیید قرار گرفت، پایایی آن نیز با آزمون آلفای کرونباخ $0/78$ محاسبه شد (جدول ۱) برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه از نرم افزار SPSS استفاده شده است. آزمون کولموگروف اسمیرنوف نرمال بودن داده‌ها را نشان داد که در نهایت برای بررسی فرضیات پژوهش از آزمون t استودنت استفاده شده است.

جدول ۱- آزمون آلفای کرونباخ

ابعاد	مقدار آلفای
عوامل اجتماعی	$0/78$
عوامل کالبدی	$0/78$
احساس امنیت زنان	$0/79$
کل	$0/78$

۷- یافته‌های پژوهش

جدول ۲- آزمون تعیین نرمال بودن متغیرهای اصلی تحقیق

متغیر	عوامل اجتماعی	عوامل کالبدی	احساس امنیت زنان
تعداد پاسخگویان	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
میانگین	$3/587$	$3/698$	$3/741$
اختلاف میانگین	$0/87$	$0/698$	$3/741$
میانگین پرسشنامه	۳	۳	۳
مقدار کلموگروف - اسمیرنوف	$1/997$	$1/587$	$1/647$
انحراف معیار	$4/254$	$4/347$	$4/368$
سطح معنی داری (Sig)	$0,25$	$0/34$	$0/27$

(significance) p-value*

قبل از اینکه نتایج جدول (۲) تفسیر شود، ذکر این نکته ضروری است که اگر مقدار p متغیرها بیشتر از سطح معناداری $0/05$ باشد نتیجه می‌شود که توزیع آن متغیر نرمال است. بنابراین با توجه به این نکته، نتایج خروجی جدول (۲) نشان می‌دهد که مقدار p

مربوط به آزمون کلموگروف اسمیرنوف در نمرات تمام متغیرها بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین نتیجه می‌شود که توزیع تمام متغیرها نرمال است. لذا برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از آزمون پارامتریک t استودنت استفاده می‌شود.

۸- بررسی فرضیه‌های پژوهش

۸-۱- فرضیه اول

H_1 : عوامل اجتماعی بر احساس امنیت زنان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

H_0 : عوامل اجتماعی بر احساس امنیت زنان تأثیر مثبت و معناداری ندارد.

این فرض به شکل ریاضی به صورت زیر است:

$$H_0: \mu_X \leq 3$$

$$H_1: \mu_X > 3$$

نتایج خروجی نرم افزار در جدول شماره (۳) آورده شده است:

جدول شماره ۳- نتایج حاصل از آزمون آماری t مربوط به اثبات فرضیه اول پژوهش

فرضیه اول	تعداد نمونه	مقدار احتمال (p)	مقدار آماره استودنت (t)	میانگین	نتیجه
عوامل اجتماعی بر احساس امنیت زنان	۱۰۰	۰,۰۰۳	۹/۱۳	۵/۵۷	تایید فرضیه H_1

بر اساس جدول (۳) با توجه به سطح معنی داری فرضیه اصلی تحقیق که برابر با (sig = ۰/۰۰۱) و همچنین مقدار آماره t استودنت که بیشتر از (۱/۹۶) می‌باشد، فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می‌شود. برابر نظرات پاسخگویان میانگین مربوط به فرضیه اول پژوهش "عوامل اجتماعی بر احساس امنیت زنان نقش دارد." اختلاف معناداری با میانگین پرسشنامه دارد. به عبارتی میانگین حاصل از فرضیه اول تحقیق به طور معنی داری بیشتر از میزان پرسشنامه می‌باشد. بنابراین نتیجه گرفته می‌شود که عوامل اجتماعی با سطح اطمینان ۹۵٪ بر احساس امنیت زنان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه دوم:

H_1 : عوامل کالبدی بر احساس امنیت زنان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

H_0 : عوامل کالبدی بر احساس امنیت زنان تأثیر مثبت و معناداری ندارد.

این فرض به شکل ریاضی به صورت زیر است:

$$H_0: \mu_X \leq 3$$

$$H_1: \mu_X > 3$$

نتایج خروجی نرم افزار در جدول شماره (۴) آورده شده است:

جدول شماره ۴- نتایج حاصل از آزمون آماری t مربوط به اثبات فرضیه دوم پژوهش

فرضیه دوم	تعداد نمونه	مقدار احتمال (p)	مقدار آماره استودنت (t)	میانگین	نتیجه
عوامل کالبدی بر احساس امنیت زنان نقش دارد.	۱۰۰	۰,۰۰۲	۸/۰۹	۵/۳۴	تایید فرضیه H_1

بر اساس جدول (۴)، با توجه به سطح معنی داری فرضیه اصلی تحقیق که برابر با (sig = ۰/۰۰۱) و همچنین مقدار آماره t استودنت که بیشتر از (۱/۹۶) می‌باشد، فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می‌شود. برابر نظرات پاسخگویان میانگین مربوط به فرضیه دوم پژوهش "عوامل کالبدی بر احساس امنیت زنان نقش دارد." اختلاف معناداری با میانگین پرسشنامه دارد. به عبارتی میانگین حاصل از فرضیه دوم تحقیق به طور معنی داری بیشتر از میزان پرسشنامه می‌باشد. بنابراین نتیجه گرفته می‌شود که عوامل کالبدی با سطح اطمینان ۹۵٪ بر احساس امنیت زنان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

۹- نتیجه گیری

انسان و محیطی که در آن زندگی می کند کلتی تفکیک ناپذیر از یکدیگر هستند رشد سریع شهرنشینی و افزایش روزافزون جمعیت شهرنشین که خود اختلاط و درهم آمیزی بیشتر انسان ها در فضای شهری به همراه دارد باعث شده تا بحث امنیت اهمیت خاصی در مسائل شهری پیدا کند امنیت شهری یعنی آرامش اطمینان خاطر و نبود هراس شهروندان از هر گونه تهدید و خطر علیه شهر، شهروندان، فضاهای شهری ساختمانها و سازمانها، تاسیسات و زیرساختهای شهری و سایر عناصر مهم در زندگی شهری که نگرانی و احساس ناامنی در شهروندان را به وجود آورد. امنیت پیش زمینه یک اجتماع سالم بوده و احساس امنیت بستر ساز توسعه جوامع انسانی است. احساس امنیت به عنوان یکی از شاخصهای مهم کیفیات زندگی شهری، مورد توجه قرار گرفته است و به عنوان یکی از نیازهای اساسی شهروندان در ساختارهای شهری به شمار می رود و از اهمیت ویژه ای به واسطه دربرگیری احساس آرامش و آسایش محیطی برای شهروندان برخوردار است. عوامل مختلفی بر احساس امنیت شهروندان تأثیرگذار است؛ بنابراین بررسی جنبه های کیفی و کمی امنیت، چه از لحاظ کالبدی و چه از لحاظ اجتماعی در داخل هر یک از فضاهای شهری، امری ضروری است. پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر عوامل اجتماعی و کالبدی بر احساس امنیت زنان انجام شده است. در پژوهش حاضر جهت بررسی داده ها از نرم افزار SPSS جهت بررسی فرضیه های پژوهش از آزمون پارامتریک t استودنت استفاده شده است. نتایج حاکی از آن بود که با توجه به سطح معنی داری فرضیه اصلی تحقیق که برابر با $(\text{sig} = 0/001)$ و همچنین مقدار آماره t استودنت که بیشتر از $(1/96)$ می باشد، فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می شود. برابر نظرات پاسخگویان میانگین مربوط به فرضیه اول پژوهش "عوامل اجتماعی بر احساس امنیت زنان نقش دارد." اختلاف معناداری با میانگین پرسشنامه دارد. به عبارتی میانگین حاصل از فرضیه اول تحقیق به طور معنی داری بیشتر از میزان پرسشنامه می باشد. بنابراین نتیجه گرفته می شود که عوامل اجتماعی با سطح اطمینان ۹۵٪ بر احساس امنیت زنان تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین ادامه یافته ها نشان داد که میانگین حاصل از فرضیه اول تحقیق به طور معناداری بیشتر از میزان پرسشنامه می باشد. بنابراین نتیجه گرفته می شود که عوامل کالبدی با سطح اطمینان ۹۵٪ بر احساس امنیت زنان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

منابع

۱. بیرنگ، مهدیه و آذر، علی (۱۳۹۸)، تحلیل احساس امنیت زنان در فضاهای عمومی با تأکید بر پارکهای شهری، مطالعه موردی: تبریز، دو فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش های بوم شناسی ایران، دوره ۱۰، شماره ۲۰، صفحات ۲۷-۴۰.
۲. پوراحمد، احمد، آروین، محمود و رحیم پور، نگار (۱۳۹۵)، ارزیابی احساس امنیت زنان در فضاهای شهری مطالعه موردی: منطقه یک شهر اهواز، فصلنامه علمی پژوهشی ۶. مطالعات شهری، شماره ۲۳، صفحات ۵۳-۶۸.
۳. جهانپخش گنج، صادق (۱۳۹۹)، مطالعه کیفی احساس امنیت زنان در محیط خانواده مورد مطالعه: زنان مراجعه کننده به مراکز مشاوره در شهرستان کرج، مطالعات زن و خانواده، دوره ۸، شماره ۲، صفحات ۷۹-۱۱۴.
۴. رسولی شورستان، جلیل (۱۳۹۷)، بررسی و تحلیل نقش عوامل کالبدی و اجتماعی بر احساس امنیت در فضاهای شهری گرگان، فصلنامه علمی دانش انتظامی گلستان، دوره ۹، شماره ۲۵، صفحات ۳۳-۵۶.
۵. شیربگی، عالییه و رادین، پرنگ (۱۳۹۵)، بررسی عوامل مرتبط با احساس ناامنی اجتماعی زنان در فضاهای شهری (با تأکید بر ویژگیهای کالبدی شهری)، فصلنامه علمی مطالعات اجتماعی روان شناختی، دوره ۱۴، شماره ۲، صفحات ۸۷-۱۲۶.
۶. صادقی، سید علی و شوشتری، سید محمد جواد (۱۳۹۵)، احساس امنیت زنان در فضاهای شهری و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن، همایش بین المللی زنان و زندگی شهری.
۷. قطب، خاکپور (۱۳۹۵)، تحلیل عوامل مؤثر بر احساس امنیت زنان در فضاهای شهری نمونه موردی: محله چیدر تهران، همایش بین المللی زنان و زندگی شهری.
۸. گلی، علی، قاسم زاده، بهنام، فتح بقالی، عاطفه، رمضان مقدم واجاری، یاسمن (۱۳۹۴)، عوامل مؤثر در احساس امنیت اجتماعی زنان در فضاهای عمومی شهری (مطالعه موردی: پارک ائل گلی تبریز)، مطالعات راهبردی زنان، دوره ۱۸، شماره ۶۹ صفحات ۹۷-۱۳۶.
۹. شریعتی مزینانی، سعید و فروغ زاده، سیمین (۱۳۹۶)، فضاهای عمومی و امنیت زنان در شهر مشهد، پژوهشهای راهبردی مسائل اجتماعی ایران، دوره ۶، شماره ۴، صفحات ۷۱-۹۰.
۱۰. سلطانی، لیلا، بیک محمدی، حسن و حیدری، سمیه (۱۳۹۵)، تحلیل فضایی احساس امنیت در محلات مختلف شهری (مورد مطالعه: شهر قدس)، پژوهش های راهبردی مسائل اجتماعی ایران، دوره ۵، شماره ۳، صفحات ۸۷-۱۰۴.

تحلیلی بر تأثیر رنگ و فرم تبلیغات شهری بر آسایش بصری شهروندان در محور هاشمیه مشهد

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۲۸

کد مقاله: ۵۴۹۵۱

حجت حاتمی نژاد^۱، مریم پورعباسی^۲، جواد مهدی زاده^{۳*}

چکیده

تبلیغات شهری یکی از مهم ترین شاخه های دانش تبلیغات و یکی از عناصر سازنده منظر شهری در سکونتگاه های انسانی به شمار می رود به نحوی که به عنوان بخش جدایی ناپذیر از کالبد شهرها شناخته شده و بخش مهمی از فعالیت های تجاری در شهر ها به این موضوع اختصاص یافته است. بکارگیری صحیح عناصر بصری در ایجاد هویت بصری و تقویت خوانایی تابلوهای تبلیغاتی نقش چشمگیری دارند. تابلوهای تبلیغات شهری می تواند نمودی فعال و تأثیرگذار در منظر عمومی یک شهر داشته باشد. هدف از انجام این پژوهش شناخت مولفه های آسایش بصری و تحلیل آن در محدوده بلوار هاشمیه مشهد به منظور بهره گیری از آن در جهت ارتقا کیفیت منظر آن محدوده بوده است. در این پژوهش به کمک پرسشنامه و جامعه ۳۸۴ نفری و نرم افزار SPSS اطلاعات مربوط به تابلوهای تبلیغاتی موجود در محور هاشمیه جمع آوری و با استفاده از روش های تحلیلی و آزمون t تک نمونه ای و بررسی قوانین و آیین نامه های موجود و همچنین مشاهده مورد پژوهشی، اطلاعات حاصل پردازش شده است. نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان می دهد توجه به عناصر بصری و رنگ در تبلیغات شهری تأثیر مستقیم و بسزایی در افزایش کیفیت مناظر شهری و آرامش روان شهروندان داشته و عدم توجه به آن منجر به آشفتگی، ناهمگونی و اغتشاشات بصری محیط می شود. بر این اساس تشویق استفاده از تابلوهای با زمینه های رنگ و جنس نسبتاً یکسان در تبلیغات و رعایت استانداردها و دستورالعمل های موجود و حذف تبلیغات غیرمجاز به عنوان پیشنهادهای راهبردی این پژوهش ارائه گردیده است.

واژگان کلیدی: تبلیغات، رنگ، شهروندان، محور هاشمیه مشهد

۱- استادیار مدعو گروه شهرسازی، موسسه آموزش عالی بینالود، طرقله، ایران

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت شهری، موسسه آموزش عالی بینالود، طرقله، ایران

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت شهری، موسسه آموزش عالی بینالود، طرقله، ایران (نویسنده مسئول)

رشد سریع شهرنشینی در دهه های اخیر و بی توجهی به ابعاد زندگی انسان، پیامدهای مطلوبی بر سطح سلامت فردی و اجتماعی جامعه و زندگی شهری گذاشته است. وجود آلودگی های بصری در جداره های شهر، آلودگی های صوتی و ... از جمله عوامل تخریب کننده شهرهاست که کیفیت زندگی در شهر را کاهش داده است. منظر شهری واسطه ای میان انسان و پدیده شهر و تبلور بصری و معنایی اجزای تشکیل دهنده فضا است و یکی از اجزای آن تابلوها و علائم اند. (صیاد بیدهندی و رسولیان، ۱۳۹۵: ۵۲) سالهاست کلانشهرها تن پوشی از تبلیغات رنگارنگ به تن کرده اند. بالا بودن تب مصرف گرایی در زندگی شهری هر روز به بازار داغ تبلیغات شهری دامن میزند. از طرفی ارتقا سطح مولفه های آسایش بصری تاثیر متقابل و دوسویه ای را بر منظرشهری گذاشته و عدم توجه به آن منجر به آشفته گی، ناهمگونی واغتشاشات بصری محیط می شود (ضمیری و دیگران، ۱۳۹۹: ۱). تبلیغات محیطی تاثیرات مطلوب و نامطلوب در کیفیت فضای شهری ایجاد می کند که اگر ضوابط مشخصی نباشد یا کسی جلوی پیشروی در بی نظمی تابلوها را نگیرد، نتیجه اش برهم خوردن آرامش و زیبایی محیط اطراف و بروز مشکلاتی چون آلودگی بصری خواهد شد. (صیاد بیدهندی و رسولیان، ۱۳۹۵: ۵۲) امروزه تبلیغات نوین شهری به لحاظ جذب مخاطب، زیبایی، ایجاد تنوع در محیط، عدم آلاینده گی، هزینه ای بسیار پایین در مقایسه با تلویزیون و رسانه های تصویری دیگر دارد و یکی از بهترین روش های تبلیغاتی در دنیا به شمار می رود. در واقع با کهنه شدن برخی رسانه های تبلیغاتی نیازمندی به رسانه های جدیدتر مطرح می شود. در دهه های اخیر، نقش تبلیغات در رشد و رونق اقتصادی آن را به یکی از شاخص های توسعه شهری تبدیل نموده، بطوریکه پیشرفت های تجاری بسیاری از شرکت های تولیدی و خدماتی به آن وابسته می باشد، از اینرو بخشی از عرصه های بصری فضاهای شهری به تبلیغات محیطی اختصاص یافته است. آنچه که در این میان مطرح است، رشد نابه هنجار تبلیغات محیطی است که چهره شهرها را دگرگون ساخته و اثرات نامطلوبی بر کیفیت آن برجای گذاشته است. (نادری گرزالدینی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۱). تابلوها با وجود داشتن هماهنگی هایی از جمله فرم و چیدمان با زمینه کالبدی و همینطور رعایت پیوستگی تاریخی، به علت استفاده نامناسب از رنگ ها و ترکیب فکر نشده آنها با یکدیگر که در اثر فقدان الگوهای مناسب و بی توجهی به زمینه های فرهنگی جامعه شکل گرفته است و همچنین اندازه نامتناسب و عدم رعایت سلسله مراتب با اجزا و عناصر زمینه کالبدی مطلوبیت بصری لازم را ندارد. (قلعه نویی و همکاران، ۱۳۹۰: ۳۶) از دوران ماقبل تاریخ نوعی ارتباط درخصوص وجود و در دسترس بودن اجناس و کالاها وجود داشته است. برخی از تصاویری که بر روی دیواره غارهای اولیه نقش بسته است، مربوط به سازندگان اشیای ابتدایی می باشد. بنابراین تبلیغ به معنای عام، مقوله ای نیست که چندان جدید باشد و مربوط به سال های اخیر گردد و ریشه در زندگی اجتماعی انسان دارد (محمدیان، ۱۳۸۸: ۵). کاربرد تبلیغات در آن است که بر محیط زندگی، رفتارهای ما تاثیر می گذارد. اگر نمای خیابان ها از نظر زیبایی بصری مناسب باشد و ارتباط عناصر حاضر در محیط در ارتباط با یکدیگر رعایت شود، شهروندان خیلی راحت تر وآسوده تر زندگی می کنند (امین پور، کیوان، ۱۳۹۵). با توجه به تاثیر تبلیغات در رفتار و روان مردم، طبیعتاً داشتن رنگ و فرم مناسب تبلیغات تاثیر بسزایی ایجاد می کند. ضرورت وجود گرافیک محیطی با پیچیده شدن شهرها و افزایش جمعیت آنها افزایش یافته است، می توان اذعان داشت که گرافیک محیطی در شهرهای امروزی نقشی حیاتی را ایفا می کند. برای بهره گرفتن از تمام پتانسیل این رسانه باید با بخش های مختلف آن آشنا شد و نقش عوامل بصری همچون رنگ و فرم را در آن مورد بررسی قرار داد. (اسداللهی، ۱۳۹۶: ۵) تبلیغات محیطی حوزه ای است که به شناساندن کالاها اختصاص پیدا می کند. گرافیک محیطی بخش وسیع تری از تبلیغات است و صاحبان سرمایه هیچگاه برای گرافیک محیطی سرمایه گذاری نمی کنند. در واقع گرافیک محیطی مقوله ای است که با حمایت سازمان های دولتی و دولت انجام شود و شرکت های خصوصی نمی توانند چنین فعالیتی را در بخش محیطی انجام دهند. بکارگیری صحیح عناصر بصری در ایجاد هویت بصری و تقویت خوانایی تابلوهای تبلیغاتی نقش چشمگیری دارند. تابلوهای تبلیغات شهری می تواند نمودی فعال و تاثیرگذار در منظر عمومی یک شهر داشته باشند. (ضمیری و همکاران، ۱۳۹۹: ۱) تبلیغات محیطی به عنوان ابزاری برای انتقال ساده و اثربخش پیام به انبوهی از مخاطبان در حال عبور، علاوه بر تاثیر در رشد فرهنگ و اقتصاد جامعه، بستر معرفی کالا و خدمات است، اما آشفته گی در این بازار ضمن کاستن از نقش اطلاع رسانی آن موجب سردرگمی مخاطبان و آلودگی فضای بصری شهرها می شود. همچنین مبحث بیستم مقررات ملی ساختمان به علائم و تابلوها و قوانین حاکم بر آنها در راستای بهبود منظر شهری اختصاص داده شده است. امروزه در کلانشهرهای کشور از جمله مشهد تابلوهای تبلیغاتی، بیلبردها و فضاهای تبلیغاتی مختلف به جای ایفای نقش در انتقال پیام به مخاطبان و فرهنگ سازی، به مشکل و معضلی در انضباط شهری تبدیل شده و نیاز به بررسی و بعضاً ساماندهی دارد. از آنجاکه بلوار هاشمیه مشهد از نقاط اصلی و پررفت و آمد با حجمی از تبلیغات محیطی در شهر مشهد است، می توان از این راه نقاط قوت، ضعف، فرصتها و تهدیدها را شناسایی کرده و در جهت تقویت آنها کوشید. هدف اصلی این پژوهش، شناسایی تاثیر تبلیغات شهری و علی الخصوص رنگ آن بر سلامت روان ساکنین و شهروندان است.

۲- مبانی نظری

۲-۱- منظر شهری

منظر شهر به عنوان مجموعه ای از عناصر طبیعی و مصنوع، اعم از کالبد و فضای شهر، انسانها، رفتارها، فعالیتهای آنها به عنوان نخستین جلوه از شهر، آینه تمام نمای ویژگیهای تاریخی، فرهنگی، اقتصادی و طبیعی شهر است (حیدری، ۱۳۹۸: ۲۶۸) که به عنوان ماهیتی که به واسطه فعالیت های انسانی و همراه شدن آن با کالبد در طول تاریخ پدید آمده و در ذهن شهروندان تفسیر می شود (آتشین بار، ۱۳۸۸: ۵۰) در اولین نگاه به دیده ناظر می آید و اولین و مهم ترین تاثیرات را بر او می گذارد. منظر شهری سطح تماس انسان و پدیده شهر است و از این رو بخش قابل توجهی از دانش، عواطف و رفتار محیطی شهروندان تحت تاثیر آن شکل می گیرد و ناگزیریم برای جلب نظر مخاطبان از شیوه های نو در صنعت تبلیغات استفاده کنیم. (نادری گرزالدینی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۱) همچنین کال منظر شهر را هنر یکپارچگی بخشیدن بصری و ساختاری به مجموعه ساختمانها، خیابانها و مکانهایی که محیط شهر را می سازند و هنر چگونگی برقراری ارتباطات بین اجزای مختلف سازنده کالبد شهر می داند. (کال، ۱۳۸۷: ۵۷)

۲-۲- تبلیغات

تبلیغ ریشه در زندگی اجتماعی انسانها دارد و عملی است که در آن فروشنده یا تولید کننده ای با انجام امری سعی می کند که خریدار بالقوه را از تولید این محصول آگاه کند. این عمل با روش های گوناگونی انجام می شود (معین، محمد: ۱۳۷۱) - فرهنگ فارسی دکتر معین). مرور تاریخی گسترش شهرها نشانگر این است که استفاده از تابلوهای ابتدایی برای جلب نظر مخاطب از آغاز رشد و توسعه اصناف مرسوم بوده و همپای گسترش روزافزون جامعه شهری، تابلوها نیز مدرن تر شده و رهگذران شهری نظاره گر تابلوهایی با شکل و رنگ بهتر بوده اند. (پاکزاد، ۱۳۸۴: ۲) امروزه تبلیغات جز جدایی ناپذیر زندگی انسان است و نموده های آن (بیلبردها، پل های هوایی و ...) محیط اطراف و زندگی امروزی را فراگرفته اند. (صیاد بیدهندی و همکاران، ۱۳۹۵: ۵۲) گرچه بسیاری ظهور و بروز تبلیغات را همزمان با ظهور وسایل ارتباط جمعی می دانند، اما تبلیغات از زمان انقلاب صنعتی به عنوان یک ابزار ارتباطی بازاریابی تکامل یافته و تبدیل به یک هنر و علم شده است. (زاهدی، ۱۳۹۲: ۳) یکی از مهم ترین دلایل جهت تبلیغ محصولات تنوع و وسعت انتخابها در کالاها و خدمات می باشد که باعث گستردگی حوزه انتخاب خریداران شده است. برای حل مشکل انتخاب در تصمیم گیری و راهنمایی خریداران و تسهیل و تسریع انتخاب، تبلیغات صورت می گیرد. (سازمان زیباسازی شهر تهران، ۱۳۹۸، خلاصه گزارش چهارمین نشست تخصصی تبلیغات محیطی با موضوع شرکت های تبلیغاتی و توانمند سازی تبلیغات محیطی. بدیهی است که در شهرهای توسعه یافته تر و مراکز استانها عناصر تبلیغات شهری استانداردهای بیشتری نسبت به سایر شهرها داشته، ولی آنچه مهم به نظر می رسد این است که ضعف در تدوین طرح های جامع تبلیغات شهری هنوز هم وجود دارد و اصولاً عناصر تبلیغاتی بصورت ارگانیک، پراکنده و بدون برنامه ریزی مدون در شهر خودنمایی می کند. (ضمیمه، ۱۳۹۹: ۹۵)

۲-۳- تبلیغات شهری

تبلیغات شهری به عنوان اصلی ترین عامل تبلیغات در قرن اخیر و به عنوان جدیدترین آن از مولفه های سازنده منظر شهری است. شهری که در بستر خویش هم زمینه تجارت دارد و هم زمینه ساز تبلیغات در جهت رونق تجارت است. (زاهدی، ۱۳۹۲: ۳) تبلیغات شهری شاخه ای از گرافیک است که در فضای شهری دارای کارکردهای متفاوتی چون اطلاع رسانی، تبلیغات تجاری و فرهنگی (بیلبردها و اتوبوس آگهی ها و ...) است. این حوزه از گرافیک به دلیل تنوع و جذابیت کارکرد آن با استفاده از روانشناسی و جامعه شناسی جهت شناسایی علایق مخاطبان و کاربرد سریع انواع نشانه ها با دلالت گریه های متفاوت موضوعی قابل بررسی برای نشانه شناسان است. (کامران، ۱۳۸۲: ۸۰) تبلیغات محیطی به منزله رسانه ای جدید در گرافیک محیطی است که در چند سال اخیر در مناظر و معابر شهری ایران نیز مورد توجه قرار گرفته است. (حیدری، ۱۳۹۸: ۲۶۵) برای اینکه تبلیغات شهری در محیط کارایی داشته باشد، می بایست برخی ویژگیها در طراحی و یا ارزیابی آنها مورد توجه قرار گیرد:

جدول ۱- ویژگی های مورد انتظار از تبلیغات شهری (ماخذ: ضمیمه، ۱۳۹۹: ۹۵)

خوانایی	ارتفاع و اندازه مناسب تابلوها و حروف آن، بهره گیری از حروف و تصاویر ساده و گویا، محدودبودن تعداد پیام ها
تقویت چهره و هویت شهری	توجه به تاریخ شهر، بافت موجود شهری، چشم انداز و نقش آینده شهر
هماهنگی	هماهنگی میان تابلوهای مختلف و میان تابلوها و محیط پیرامون و سایر عناصر شهری، در نظرگرفتن تابلوها و علائم شهری به عنوان بخشی از مبلمان شهری
رعایت سلسله مراتب و تعادل در محیط	اولویت دادن به علائم هشدار دهنده و تابلوهای راهنمایی و رانندگی، توجه به رابطه میان مکانیابی علائم با نیازها، انتظارات و توانایی اجرای آنها

۲-۴- انواع تبلیغات

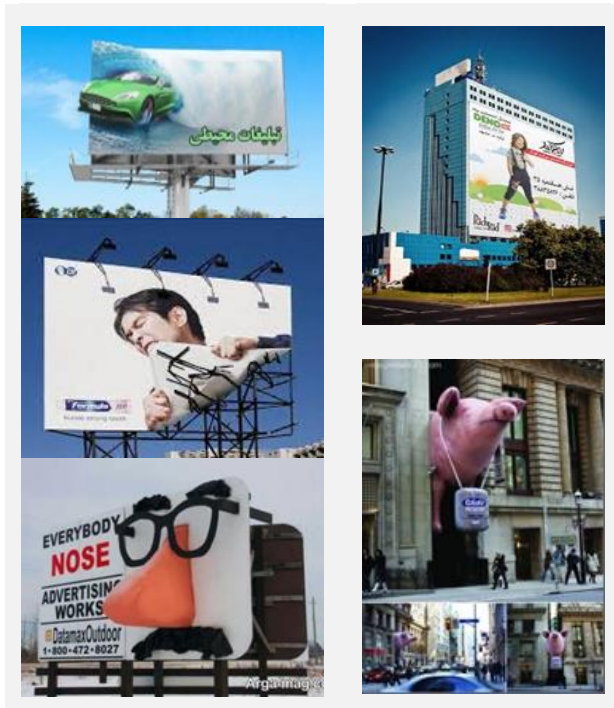
تبلیغات در سراسر دنیا به مدل های گوناگونی دیده می شود که در ادامه با انواع آن آشنا خواهیم شد.



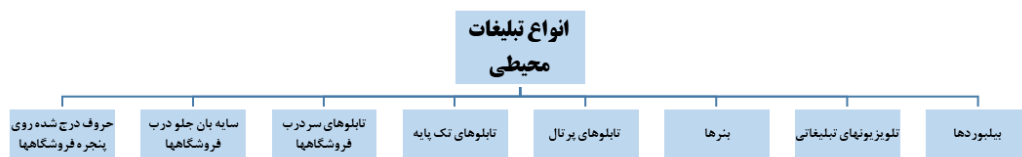
نمودار ۱. انواع تبلیغات (ماخذ: نگارندگان)

۲-۵- تبلیغات محیطی

عبارت است از ارائه و نمایش و ابلاغ هر نوع پیام با استفاده از ابزارهای گوناگون بصری (رسانه های تبلیغات محیطی) با اهداف بازرگانی، فرهنگی و اجتماعی که توسط پیام دهنده در فضاهای عمومی شهر در معرض دید مخاطبان و گیرندگان پیام قرار می گیرد (مصوبه ساماندهی تبلیغات محیطی و شهری، شوراهای اسلامی شهر تهران، ۱۳۸۳). تبلیغات محیطی (Outdoor advertising) به هر نوع تبلیغ خارج از نقطه نهایی خرید مشتری اطلاق می گردد. دیوار نبشته ها، بیلوردها، تبلیغات داخل خطوط مترو، ایستگاه های اتوبوس، پل های عابر و مکان های عمومی مانند هتل ها، پارک ها، شهرها و... مکان های خوبی برای تبلیغات محیطی هستند. تبلیغات محیطی یا همان تبلیغات شهری یکی از اثرگذارترین روش ها برای تجارت های محلی بشمار می روند و یک شیوه مناسب برای به خاطر آوردن نام محصول قبل از ورود مشتری به مراکز خرید و در واقع آخرین شانس تولیدکنندگان جهت معرفی محصولشان است.



تصویر ۱- نمونه ای از تبلیغات محیطی (ماخذ: سایت تخصصی شهرسازی)

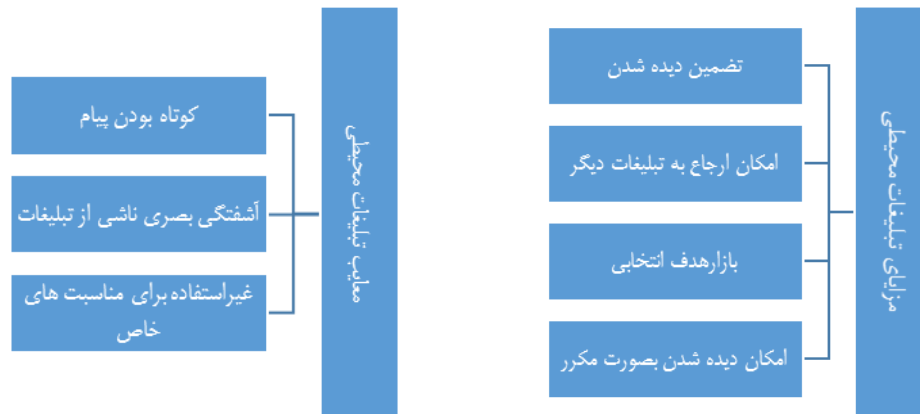


نمودار ۲. انواع تبلیغات محیطی (ماخذ: نگارندگان)

بیلورد یا آگهی نما بهترین ابزار عالی جهت معرفی محصول و خدمات شما می باشد. بیلورد به تابلوی بزرگی گفته می شود که فضای مناسبی برای نصب آگهی را در اختیار دولت، صنعتگران و عرضه کنندگان کالا می گذارد و امروزه، بیشتر به معنای تابلوهای بسیار بزرگ و نورپردازی شده است که برپایه های بلندی قرار گرفته و از فواصل دور قابل دیده شدن هستند. (مسجد جامی، احمد (۱۳۹۱)، "بایدها ونبایدهای تبلیغات محیطی"، نشریه شهر، زندگی، زیبایی، شماره ۱). بیلورد یک ایده جالب و بدیع است که بیننده را وادار می نماید به تفکری که در پشت یک طرح پنهان است فکر کرده و تصمیم نهایی برای خرید را بگیرد. در مقایسه با قیمت تبلیغات تلویزیونی و رادیویی و کم نتیجه بودن تبلیغات در داخل مجلات و روزنامه ها، بیلورد، می تواند با هزینه کمتر، بیشترین تعداد مخاطب را داشته باشد. (همان)

۶-۲- مزایای و معایب تبلیغات محیطی

با توجه به موارد ذکر شده، تبلیغات دارای مزایا و معایبی هست که در ذیل به آنها پرداخته می شود.



نمودار ۳. مزایای تبلیغات محیطی (ماخذ: نگارندگان) نمودار ۴. معایب تبلیغات محیطی (ماخذ: نگارندگان)

۷-۲- تابلو

تابلوهای تبلیغاتی از اجزا منظر شهری هستند که تاثیرات مطلوب و نامطلوبی در کیفیت فضای شهری ایجاد می کنند. (قلعه نویی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۹) تابلوها عنصری بسیار مهم در منظر شهری به شمار می روند. کالن معتقد است تبلیغات بیرون از ساختمان بارزترین نوع مشارکت در تجلی هنر منظر شهری قرن بیستم و بعد از آن محسوب می شود. (کالن، ۱۳۸۷: ۱۵۰) بنابراین اگر این تابلوها زمینه وجود تضادهای بصری و پیچیدگی در درک فضا باشند، عامل سرزندگی، پویایی شهری را فراهم می آورند. (صیاد بیدهدی، ۱۳۹۵: ۵۴) اهمیت تابلوها در فضای تجاری-تفریحی با حضور انبوهی از کاربران به قدری است که رابرت ونتوری می گوید: ((تابلوها مهم تر از معماری می باشند)). (Venturi, 1977:82) در بعضی از کشورها مانند ترکیه در شهر استانبول رویکردی به اجرا درآمده است که عبارتست از طرح یکسان سازی تابلوها با تکیه بر قواعد زیباشناختی عینی و ارائه قوانین و ضوابط کاملاً محدود با ارائه یک نمود و الگو که این رویکرد منجر به نظم خشک شده، از فعالیت و پویایی خیابان کاسته و باعث یکسان شدن تمام بافت و منظر خیابان گشته و تصویر ذهنی و رنگ تعلق افراد از بین رفته است. (Ertepp, 2009) و رویکرد دیگری که از رویکرد قبل متناسبت می نماید، تدوین ضوابط عام کیفی و کمی و ارائه الگوهاست و نمونه های بهینه به منظور تشویق و هدایت سلیقه عمومی است. این رویکرد با رعایت ضوابط عام کمی و نظارت دقیق، مردم را به سوی الگوبرداری مناسب از این نمونه ها هدایت و تشویق می کند. (قلعه نویی و همکاران، ۱۳۹۰: ۳۷)

جدول ۲- نقش تابلوها در منظر شهری (ماخذ: قلعه نویی و همکاران، ۱۳۹۰: ۳۲)

محقق	دیدگاه	کیفیت
کالن (۱۹۶۱)	باعث ایجاد جذابیت و هیجان در فضا	پویایی و سرزندگی
لینچ (۱۹۶۰)	تبلور رنگ تعلق افراد	رنگ تعلق
راپاپورت (۱۹۸۱)	افزایش میزان اطلاعات مفید	پیچیدگی مطلوب
جیکوبز (۱۹۶۱)	دارای نظم پنهان و معرف جریان زندگی در خیابان ها	نظم در بی نظمی
ونتوری (۱۹۷۷)	انتقال صریح پیام عملکرد	صراحت
بحرینی (۱۳۸۸)	یکی از راههای حصول تنوع در شهر	تنوع و گوناگونی
وینگار و گلک (۲۰۰۹)	ارتباط با زمینه کالبدی و فرهنگی	معنا و هویت

۸-۲- معیارهای تبلیغات محیطی مناسب

برای سنجش و ارزیابی وضعیت و ارائه راهکار و ضوابط نیاز به شناسایی معیارهای تبلیغات مناسب هست. از منظر طراحی شهری، زیبایی شناسی شهری و طراحی گرافیکی، اصول و معیارهایی چون خوانایی، تعادل، تناسب، تاکید، تداوم، بسندگی، وحدت و تنوع مطرح هستند که رنگ، نور، شکل، خط، نقطه، سطح، بافت و فضا به کمک آنها می آیند تا اثری مطلوب و زیبا پدید آید. این معیارها عبارتند از:

جدول ۳- معیارهای تبلیغات (ماخذ: احسانی، مرتضی: ۱۳۹۲- تبلیغات محیطی)

معیارها	توضیح
خوانایی	کیفیتی است که به موجب آن مشاهده کننده تبلیغ، پیام مندرج در آن به روشنی و به سرعت در می یابد
تداوم و جامعیت	وجود نظم که به موجب آن اطلاعات لازم به صورت جامع و با توالی مناسب در زمینه های گوناگون در اختیار شهروند گذاشته می شود، ضروری است
بسندهی (پرهیز از زیادی)	ظرفیت انسان برای دریافت اطلاعات کاملاً محدود است
تعادل (پرهیز از تسلط و تضاد)	تعادل از اصول اساسی هنر است
هماهنگی و وحدت	انسان طالب و جویای هماهنگی و آرامش خاطر است
هویت و تنوع	باید معیار تنوع را در برنامه ریزی تابلوها در نظر داشت
ایمنی	این مورد به نحوه اجرای محاسبات سازه، انتخاب مصالح به کارگرفته، نصب ادوات الکتریکی و استفاده از جزئیات اجرایی مناسب باز می گردد
تاکید در محیط	تاکید را می توان با استفاده از رنگ و بافت پدید آورد
بافت	بافت از دونظرشکل و خاصیت فیزیکی قابل بحث است
نور	نور از مهم ترین اجزا در گرافیک محیطی و طراحی داخلی و خارجی است

۹-۲- رنگ و تاثیرات آن بر تبلیغات

اهمیت چشمگیر رنگها در محیط زندگی انسانها امروزه امری بدیهی است. این اهمیت تا جایی است که می توان ادعا کرد که رنگ فضاهای شهری نمودی از فرهنگ شهروندان محسوب شده و یکی از عوامل تاثیرگذار در طراحی فضاهایی که مقبول ماندن آن می تواند کیفیت های عرصه های عمومی را تحت تاثیر قرار دهد، می باشد. بر این اساس استفاده صحیح از رنگها در شهر و فضاهای شهر قادر است ما را در ارتقا خوشایندی شهر در نظر شهروندان و گردشگران یاری رساند. (پاکزاد، ۱۳۹۵: ۱۶۳)

رنگ یکی از اساسی ترین فاکتورها در تغییر میزان دیده شدن هر عنصر بصری است. رنگ تابلو باید با در نظر گرفتن عوامل زیر انتخاب شود:

تناسب موضوع مورد تبلیغ با رنگ زمینه تابلو

هارمونی و کنتراست مناسب رنگ زمینه و رنگ تصویر و نوشتار

تناسب ترکیب رنگی تابلو با تابلوهای مجاور، همچنین تناسب رنگی آن با ساختمان محل نصب

تناسب ترکیب رنگی با هویت و ساختار بومی آن محل

مشابهت ترکیب رنگی در یک صنف برای ایجاد هماهنگی و هویت بصری (نوابی، ۱۳۸۹: ۱۱)

رنگها در آگهی های مربوط به مصارف روزانه دارای دلالت های قوی هستند، چرا که با اولین نگاه به این بیلبوردها می توانیم به خوراکی بودن، گرم یا سرد بودن، بهداشتی بودن، تازه بودن و... پی ببریم. (کامران، ۱۳۸۲: ۱۰۳) بطور کلی تمام رنگ های روشن، جنبه های مثبت زندگی را نشان می دهند و نشانه زندگی هستند، در حالیکه رنگ های تیره و تاریک سمبل های منفی و گرفته اند. (J. Itten, 2012) اصولاً در شهرهای امروز توجه به مقوله رنگ و تاثیرات فضای آن بر ساکنان شهری کمتر مورد توجه قرار می گیرد. ما می توانیم بر اساس یک تفکر سازمان یافته در ساختار شهرهای امروزی، از مقیاس خرد تا کلان، در حد شهرهای فعلی، در ایجاد تمرکز ذهنی و افزایش احساس آرامش در قالب محیط موثرتر عمل نماییم. (داوری نژاد، ۱۳۹۲: ۲۵) در پژوهشی که در ژاپن انجام پذیرفته است سه ناحیه از شهر اوزاکا به عنوان نمونه موردی انتخاب شده و وضعیت تبلیغات محیطی و منظر شهری در آنها بررسی گردیده و بیش از همه عوامل، اثر رنگ در محیط شهری مورد مطالعه قرار گرفته و اثر هر رنگ بر برداشت ذهنی شهروندان از محیط شهری ارزیابی گردیده است. (Takahashi, 2007) در شهرهای ژاپن، هر کدام از مشخصه های تابلوی تبلیغاتی از حروف آن گرفته تا رنگ و شکل آن، ریشه در فرهنگ و تاریخ آن دارد. در زبان ژاپنی، شکل حروف با معنای آن مرتبط است و خود نوشتار نوعی زبان تصویری به شمار می آید. (Shelton, 2005: 38)

جدول ۴- تقسیم بندی رنگها (ماخذ: نگارندگان)

رنگ های گرم	رنگ های سرد
محرك سیستم عصبی بوده و احساسات را تشدید می کنند. این دسته از رنگ ها به وضوح قابل رؤیت بوده و موجب جلب توجه می گردند. رنگ های گرم شامل: زرد ، قرمز ، نارنجی نارنجی متمایل به زرد و نارنجی متمایل به قرمز و سبز مایل به زرد این رنگها اثرات فعال، تحریکی وحتی تهیج کننده دارند ، اغلب سبک وفرارند. از رنگ های موجود در طبیعت رنگ زرد از بقیه رنگها شفافتر و سبکتر و فرارتر است.	آرامش بخش هستند و هارمونی آنها در محیط های مختلف بیش تر است و زیاد در چشم نیستند. رنگ های آبی، نیلی، سبز از جمله رنگ های سرد هستند. رنگهای سرد شامل: آبی، بنفش، نیلی، سبز متمایل به آبی این رنگها اثر تحریکی ندارند، سنگین وغیرفعال هستند. میتوان چنین استنباط کرد که رنگ های تیره عامل افسردگی بوده و موجب برانگیختگی نخواهند شد ، اما رنگ های روشن ایجاد آرامش وتحریک میکنندهر رنگی دارای آثار روانی مشخصی است که نسبت به اشخاص مختلف متفاوت است. مهمترین اثرات آنها ، ایجاد تخیلات روی مسافت ، تخیلات حرارت وتأثیر آن روی اعصاب است. اثرات گروهی از رنگ ها در جدول زیر آمده است.

جدول ۵- اثرات روانشناختی رنگ ها (ماخذ: (قلعه نویی، ۱۳۸۹: ۲۴۶ به نقل از لنگ، ۱۳۸۲)

نوع رنگ	اثرات روانی	تخیلات حرارت	تخیلات مسافت
آبی	آرام بخش	سرد	دوری
سبز	خیلی آرام بخش	خیلی سرد	دوری
قرمز	آرام بخش و محرك	گرم	نزدیکی
نارنجی	محرك	خیلی گرم	خیلی نزدیک
زرد	محرك	خیلی گرم	نزدیکی
قهوه ای	محرك	بی تفاوت	خیلی نزدیک
بنفش	موجب بی حوصلگی و نگرانی	سرد	خیلی نزدیک

۲-۱۰- بررسی دیدگاه صاحب نظران درباره تبلیغات

جدول ۶- بررسی دیدگاه ها (ماخذ: نگارندگان)

نظریه پرداز	سال	مضمون نظریه
لستر	۱۹۹۹	تبلیغ ، کوششی به منظور نفوذ و تاثیرگذاری بر مردم است
ترنس کوانتر		تبلیغات عبارت است از تلاش عمدی که توسط برخی از افراد یا گروه ها با بهره گیری از وسایل ارتباطی برای کنترل، تغییر یا شکل دادن نگرش دیگر گروه ها انجام میشود.
هارولد لاسول		تبلیغات در معنای گسترده آن ، فن تحت تاثیر قرار دادن عمل انسان ، از طریق دست کاری تصورات یا باز نموده هاست
ادوارد	۱۹۲۸	تبلیغات نوین ، تلاشی است پیوسته در جهت ایجاد یا شکل دادن رخدادها برای تحت تاثیر قراردادن عامه مردم ، با کارفکری یا گروهی
حکیم آرا	۱۳۸۴	تبلیغ را کوششی برای برقراری ارتباط متقاعدکننده می داند
دیفلور ودنیس	۱۹۹۶	تبلیغات را صورت کنترل شده ارتباطات می دانند که با فنون و جاذبه هایی می کوشد مخاطب را به خرید کالایی یا استفاده از خدماتی اقناع کند
کاویانی	۱۳۸۷	تبلیغات را کاربرد هریک از اشکال بر قراری ارتباط می داند که برپایه برنامه ریزی هدف داری استوار باشد و درجهت تاثیر بر افکار ، احساسات و اعمال گروه های معین به منظوری خاص انجام پذیرد
ارلهوف و مارشال	۱۳۸۷	طراحی تبلیغاتی ، میان محصول ، نشان تجاری و مصرف کننده ارتباط برقرار می کند
جان کمپبل - پی ام اس هکر		بر اساس اندیشه طبیعی- رنگ ها کیفیت های ساده - عینی و ذاتی اشیاءند. کیفیات هایی که طبیعتشان در ادراکمان آشکار گردیده است
توماس رید- فرانگ جکسون- دیوید لويس- براین مکلاکلین		بر اساس اندیشه طبیعی - رنگ ها کیفیت های ناشناخته اشیاءند که به شیوه های مشخص برای ما ظاهر می گردند:
مایکل دامت- گارت ایوانس		بر اساس اندیشه طبیعی- رنگها ویژگیه ای متحرک هستند- نیروهایی اند که به شیوه های مقتضی ظاهر می گردند

۳- پیشینه تحقیق

پیشینه پژوهش و منابع موجود درباره بررسی نقش رنگ تبلیغات شهری در رسیدن به آرامش و سلامت روان و روحیه شهروندان به صورت زیر می باشد:

جدول ۷- پیشینه تحقیق (ماخذ: نگارندگان)

محقق	سال	موضوع تحقیق	روش تحقیق	نتایج بدست آمده
مهسا ضمیری آزاده شریفی نوغایی	۱۳۹۹	تحلیل نقش عناصر بصری تابلوهای تبلیغاتی در منظر خیابان مدرس مشهد	روش تحلیلی و بررسی قوانین و آیین نامه های موجود	شناخت مولفه های آسایش بصری و تحلیل آن در محدوده خ مدرس بمنظور بهره گیری از آن در جهت ارتقا کیفیت منظر آن
مرجان نادری گرزالدینی اطلس اردیبهشتی	۱۳۹۸	نقش تبلیغات محیطی در آلودگی های بصری فضاهای شهری	توصیفی - تحلیلی	آلودگی بصری در محدوده مورد مطالعه ناشی از جایگزینی نامناسب تابلوهای تبلیغاتی، تداخل و اختلاط تابلوها، ناهماهنگی در چیدمان و نحوه قرارگیری آنها، تراکم تابلوها، عدم رعایت حریم نصب تابلو و عدم تناسب تابلوها با محیط اطراف
مصطفی اسداللهی	۱۳۹۶	بررسی تاثیر رنگ در گرافیک محیطی	توصیفی - تحلیلی	گرافیک در ابعاد بزرگ پوستره‌ها و بیلبردهای سطح شهر دیوارهایی که از حالت بی جان به حالت زنده تبدیل شده چراکه مقابل چشمان افراد بسیاری قرار دارد.
کیوان امین پور	۱۳۹۵	اهمیت تبلیغات نوین شهری و تاثیر آنها بر سلامت روانی	توصیفی - تحلیلی	تبلیغات شهری از اثرگذارترین روش ها برای جلب توجه مخاطب است. این تبلیغات اگر به درستی و در زمان و مکان مناسب اتفاق بیفتد می تواند سهم عمده ایدر همراه کردن مخاطب داشته باشد.
عبدالله خیری مطلق	۱۳۹۴	تبلیغات محیطی نمودی برای قرائت فرانمود منظر شهرهای هند	بازدیدهای میدانی و مطالعات کتابخانه ای	تبلیغ از اولین ابزار انسان های اولیه برای برقراری ارتباط، ارسال پیام و ... با گذر انسان از دوره کشاورزی و دامداری به دوره صنعتی تبلیغات محیطی نقش موثری در مبادلات تجاری و اقتصادی
آتوسا اعظم کثیری	۱۳۹۴	تطبیق معناشناختی نظام تبلیغاتی محیط و شهر پایدار	توصیفی - تحلیلی	تبلیغات شهری به مثابه یک نظام زیبایی شناختی و بیانی و یک رسانه پیام محورو بخشی از گرافیک محیطی، بخش عمده سامانه گرافیک شهرها را در دنیای امروز در بر می گیرد.
فروغ کاظمی مریم ارمغانی	۱۳۹۲	بررسی تطبیقی زبان تبلیغات در بیلبردهای تهران ولندن از منظر ارزش های فرهنگی	روش میدانی و گردآوری اطلاعات و تحلیل	تبلیغات بازرگانی هر کشور نشان دهنده فرهنگ سازنده آن کشور است. تبلیغات به عنوان آینه های فرهنگی
پرویزی کریمی تاجی	۱۳۹۱	رنگ در شهر	کاربردی روش آمیخته روش کتابخانه‌ای، مشاهده و تحلیل گرافیکی	تاثیرات رنگ در منظر شهر و تاثیر آن بر روحیه شهروندان
نوایی	۱۳۸۹	گزارش رنگ در شهر	کاربردی، تحلیل کیفی	رابطه منظر عینی و ذهنی و رنگ شهر، خصلت های رنگ
تاجدار و همکاران	۱۳۸۹	سنجش مطالعه سلامت در کلانشهر مشهد از دیدگاه برنامه ریزی شهری	- کاربردی - داده های تحقیق به صورت کمی و کیفی و تحلیل آماری	سنجش وضعیت سلامت در رویکرد برنامه ریزی شهری و بهبود کیفیت زندگی شهروندان
یانگ وولی جان هو	۲۰۲۰	ارزیابی منظر شهری در فضای باز تابلوهای تبلیغاتی با استفاده از واقعیت مجازی		کنترل قرار دادن علائم تبلیغاتی در فضای باز بر اساس ایده ظلم روانی بصری می تواند سطح راحتی را در یک منظر شهری افزایش دهد.

پیک و یان	۲۰۰۴	گسترش مصرف گرای جهانی	قرار گرفتن در معرض پیامهای تبلیغات تجاری چه رسانه ای و چه محیطی بر نگرش مثبت به تبلیغات مؤثر است. جوآنترها تأثیر بیشتری از تبلیغات تجاری میگیرند و درآمد بر میزان مصرف مؤثر است. و افراد تحصیل کرده به نام تجاری کالا توجه میکنند و این بر میزان مصرف آنها مؤثر است. همبستگی مثبت و معناداری میان در معرض تبلیغات تجاری محیطی قرار گرفتن و مصرفگرایی وجود دارد. در حقیقت قرار گرفتن در معرض تبلیغات تجاری باعث ایجاد روحیهی فردگرایی و نواخواهانه میشود و این دو بر مصرفگرایی تأثیر میگذارند؛ زیرا تبلیغات ارزشهای مصرفی را تغییر میدهد.
والکنبرگ، بتی ام	۲۰۰۰	رسانه و مصرف گرای جوانان	مطالعات تأثیر رفتاری نشان میدهد که تلویزیون و تبلیغات آن یک منبع مهم برای تقاضای کال در میان کودکان است. بچه ها که بیشتر تلویزیون میبینند احتمال بیشتر کالاهای تبلیغاتی را تقاضا میکنند. والکنبرگ در کار خود به بررسی این مسأله میپردازد که چگونه تبلیغات تلویزیون بر تقاضای خرید بچه ها، مادگیری، نا امیدی، نارضایتی از زندگی و تضاد خانوادگی تأثیر میگذارند. تبلیغات به این دلیل که میل به تهیهی کالای خاصی را بال میبرد، مادگیری را افزایش میدهد. تبلیغات این ایدئولوژی را پرورش میدهند که داراییها مهم هستند و شرایط مطلوب (زیبایی، موقعیت، خوشحالی و...) میتوانند فقط از طریق کسب دارایی مادی به دست بیایند.

۴- محدوده مورد مطالعه

شهر مشهد به عنوان مرکز استان خراسان رضوی با ۳۵۱ کیلومتر مربع مساحت، دومین شهر پهناور کشور می باشد. بر اساس سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵ مشهد با ۳,۰۰۱,۱۸۴ نفر از لحاظ جمعیتی نیز در رتبه دوم کشور قرار داشته که به واسطه قرارگیری حرم مطهر رضوی سالانه پذیرای زائرین و مسافرین بسیاری می باشد. از نظر تقسیمات شهرداری این شهر به ۱۳ منطقه شهرداری تقسیم شده که محدوده مورد مطالعه (بلوار هاشمیه) در منطقه ۹ و در جنوب غربی این شهر قرار گرفته است. بلوار هاشمیه یکی از مناطق با سطح رفاهی بالای شهری و به لحاظ عملکردی غالباً دارای فعالیتهای تجاری بوده و به علت فعالیت مذکور قریب به ۱۵ ساعت در شبانه روز جنب و جوش در این محدوده دیده می شود. کوهستان پارک خورشید یکی از زیباترین پارک های کوهستانی مشهد، در انتهای این بلوار واقع شده که خود این امر باعث حضور شهروندان حتی به علت تفریح در این محدوده می گردد. با توجه به این همه، امری طبیعی است که تبلیغات به خوبی در این محدوده دیده شده و کیفیت آن به همراه داشتن رنگ و فرم مناسب حائز اهمیت بوده و در رفتار و روان مردم آن دارای اهمیت بسزایی باشد.



نمودار ۵- محدوده مورد مطالعه

۵- روش تحقیق

براساس مطالعات صورت گرفته پژوهش حاضر از نوع کاربردی می باشد. روش پژوهش مبتنی بر روش توصیفی-تحلیلی است زیرا محقق به دنبال تصویر سازی آنچه که هست و تشریح و تبیین دلیل چگونه بودن و چرایی وضعیت مسئله و ابعاد آن می باشد. همچنین داده های تحقیق به صورت کمی و کیفی است. در این پژوهش از روش گردآوری اطلاعات به صورت مطالعات کتابخانه

ای و پژوهش‌های میدانی بهره گرفته می شود. در روش کتابخانه ای به کمک متن خوانی و فیش برداری به جمع آوری مفاهیمی در باب مفاهیم کلیدی، نظریات دانشمندان مختلف که در این باره صاحب نظر بوده اند و تجارب جهانی پرداخته می شود. در روش میدانی داده های مورد نیاز از نمونه موردی به کمک ابزار مشاهده، و با استفاده از فرمول کوکران از ۳۸۴ پرسشنامه، پرسه زنی، پیاده روی صوتی و تحلیل زمینه و در نهایت استفاده از نرم افزار SPSS جمع آوری خواهد شد.

۶- یافته‌های تحقیق

به منظور بررسی ویژگی های تابلوهای تبلیغاتی در سطح محور هاشمیه مشهد شاخص هایی تدوین شده اند. شاخص ها در این تحقیق شامل الگوی طراحی تبلیغات، هویت و معناداری تبلیغات، کیفیت بصری تابلوها و همخوانی و هماهنگی داشتن تابلوها بوده اند. برای هریک از این شاخص ها برحسب پوشش ابعاد گوناگون و مناسب سازی شاخص جهت ورود به پرسشنامه، گویه های مناسب طراحی شد. لیستی از شاخص ها و گویه های طرح شده در جدول شماره ۶ آورده شده است.

جدول ۸- شاخص ها و گویه های تدوین شده برای ورود به پرسشنامه

شاخص ها	گویه ها
الگوی طراحی	تبلیغات محور هاشمیه در محل درست نصب شدند.
	تبلیغات با فضای اطراف هم خوانی دارند.
	تبلیغات مانع دید در خیابان نمی شوند.
هویت و معناداری	طراحی تبلیغات متناسب با هویت ایرانی-اسلامی است.
	عناصر تصویری به کاررفته در تبلیغات خوانا هستند.
	متن تبلیغات گویا و خواناست.
کیفیت بصری	نورپردازی مناسب جهت سهولت خوانایی در شب انجام شده است.
	رنگ های بکاررفته در تبلیغات با موضوع آن هماهنگی دارد.
	محل نصب تبلیغات متناسب با نمای ساختمان ها انتخاب شده است.
همخوانی و هماهنگی	میان تبلیغات هارمونی و هماهنگی وجود دارد.
	ابعاد بیلبوردها با متن وموضوع هماهنگی دارد.
	رنگ و فرم تبلیغات همجوار متناسب و هماهنگ است.

پس از شناسایی گویه ها و تدوین پرسشنامه، ۳۸۴ پرسشنامه در قسمت های مختلف این محور تکمیل گردید. ویژگی های فردی پاسخ دهندگان در جدول شماره ۹ آورده شده است.

جدول ۹- مشخصات فردی پاسخ دهندگان (ماخذ: نگارندگان)

مشخصات فردی		مجموع	فراوانی	درصد فراوانی نسبی
جنسیت	زن	۳۸۴	۱۳۴	۳۴/۸
	مرد		۲۵۰	۶۵/۲
سن	۱۵-۳۰	۳۸۴	۱۵۰	۳۹/۰۶
	۳۱-۴۰		۱۰۰	۲۶/۰۴
	۴۱-۵۰		۴۴	۱۱/۵
	۵۱ سال به بالا		۹۰	۲۳/۴
تاهل	مجرد	۳۸۴	۱۳۴	۳۴/۸
	متاهل		۲۵۰	۶۵/۲
تحصیلات	بی سواد	۳۸۴	۰	۰
	زیردیپلم		۸۴	۲۱/۸
	دیپلم و فوق دیپلم		۶۰	۱۵/۷
	لیسانس		۲۰۰	۵۲/۰۸
	فوق لیسانس و بالاتر		۴۰	۱۰/۴۲

به منظور ارزیابی گویه های تدوین شده از ظیف پنج سطحی لیکرت استفاده شده است. گزینه ها از کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم تا کاملاً مخالفم در نظر گرفته شده است. نتایج بدست آمده از پرسشنامه ها به تفکیک شاخص ها در جداول ۱۰ تا ۱۳ نمایش داده شده است. شاخص های الگو طراحی شامل رویدادهایی است که به صورت کلی در یک عنصر بررسی میشود. دراین تحقیق شاخص های الگو طراحی تبلیغات بررسی شده و عملکرد آن ها به صورت کلی بررسی شده است.

جدول ۱۰- نتایج و جمع بندی پرسشنامه برای شاخص الگوی طراحی (ماخذ: نگارندگان)

گویه ها	فراوانی و درصد فراوانی								
	کاملاً موافقم	درصد فراوانی	موافقم	درصد فراوانی	نظری ندارم	درصد فراوانی	مخالقم	درصد فراوانی	کاملاً مخالفم
تبلیغات محور هاشمیه در محل درست نصب شدند.	۲۰۰	۵۲/۱	۵۰	۱۳	۲۴	۶/۳	۵۰	۱۳	۶۰
رنگ تبلیغات با فضای اطراف هم خوانی دارند.	۲۵۰	۶۵/۱	۴۴	۱۱/۴	۰	۰	۷۰	۱۸/۳	۲۰
تبلیغات مانع دید در خیابان نمی شوند.	۱۵۰	۳۹	۵۰	۱۳	۱۰	۲/۷	۱۵۰	۳۹	۲۴

هر عنصر در فضای شهری باید با توجه به هویت آن محیط بوده و چارچوب های معناداری را رعایت کند.

جدول ۱۱- نتایج و جمع بندی پرسشنامه برای شاخص هویت و معناداری (ماخذ: نگارندگان)

گویه ها	فراوانی و درصد فراوانی								
	کاملاً موافقم	درصد فراوانی	موافقم	درصد فراوانی	نظری ندارم	درصد فراوانی	مخالقم	درصد فراوانی	کاملاً مخالفم
طراحی تبلیغات متناسب با هویت ایرانی-اسلامی است.	۱۰	۲/۶	۸۴	۲۲	۴۰	۱۰/۴	۵۰	۱۳	۲۰۰
عناصر تصویری به کاررفته در تبلیغات خوانا هستند.	۲۰	۵/۲	۱۰۰	۲۶	۱۵	۴	۹۹	۲۵/۸	۱۵۰
متن تبلیغات گویا و خواناست.	۲۵۰	۶۵/۲	۵۴	۱۴	۱۰	۲/۶	۱۰	۲/۶	۶۰

مهمترین عامل در تبلیغات و سایر رویدادهای شهری این است که از لحاظ کیفیت بصری به گونه ای باشند که تمامی موارد بصری در آنها رعایت شده باشد.

جدول ۱۲- نتایج و جمع بندی پرسشنامه برای شاخص کیفیت بصری (ماخذ: نگارندگان)

گویه ها	فراوانی و درصد فراوانی								
	کاملاً موافقم	درصد فراوانی	موافقم	درصد فراوانی	نظری ندارم	درصد فراوانی	مخالقم	درصد فراوانی	کاملاً مخالفم
نورپردازی مناسب جهت سهولت خوانایی در شب انجام شده است.	۲۲	۵/۷	۲۲	۵/۷	۴۰	۱۰/۴	۱۸۰	۴۶/۹	۱۲۰
رنگ های بکاررفته در تبلیغات با موضوع آن هماهنگی دارد.	۳۰	۷/۸	۴	۱/۱	۲۰	۵/۲	۱۸۰	۴۶/۹	۱۵۰
محل نصب تبلیغات متناسب با نمای ساختمان ها انتخاب شده است.	۱۹	۴/۹	۱۵	۴	۲۰	۵/۲	۱۸۰	۴۶/۹	۱۵۰

هارمونی و هماهنگی حسی است که همه عناصر در یک فضا در کنار یکدیگر با هماهنگی قرار گرفته و دارای موضوع ، سبک زیبایی شناسی و حالت مشابهی هستند. حتی اگر این عناصر با هم یکسان نباشند اما اگر دارای هارمونی باشند ، گویی همه آنها به نحوی به هم متعلق هستند.

جدول ۱۳- نتایج و جمع بندی پرسشنامه برای شاخص همخوانی و هماهنگی (ماخذ: نگارندگان)

گویه ها	فراوانی و درصد فراوانی								
	کاملاً موافقم	درصد فراوانی	موافقم	درصد فراوانی	نظری ندارم	درصد فراوانی	مخالقم	درصد فراوانی	کاملاً مخالفم
میان تبلیغات هارمونی و هماهنگی وجود دارد.	۱۵۰	۳۹	۲۰۰	۵۲	۲	۰/۵	۱۷	۴/۴	۱۵
ابعاد بیلبوردها با متن و موضوع هماهنگی دارد.	۱۵۰	۳۹	۱۶۰	۴۱/۷	۶	۱/۶	۵۰	۱۳	۱۸
رنگ و فرم تبلیغات همجوار متناسب و هماهنگ است.	۱۷۰	۴۴	۱۸۰	۴۷	۹	۲/۳	۱۰	۲/۶	۱۵

در ادامه و به منظور مقایسه بین میانگین شاخص‌های سنجشی این پژوهش با میانگین معیار (در این پژوهش میانگینی که مبنای مقایسه قرار گرفته است) از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده می‌شود؛ که جداول ۱۴ و ۱۵ نتایج این آزمون برای الگوی طراحی تبلیغات در سطح محور هاشمیه مشهد را نشان می‌دهد.

۶-۱- الگوی طراحی تبلیغات

جدول ۱۴- آمار توصیفی آزمون t تک نمونه‌ای شاخص‌های سنجشی الگوی طراحی تبلیغات در سطح محور هاشمیه مشهد (منبع: محاسبات نگارنده در نرم افزار spss)

آمار توصیفی آزمون t تک نمونه‌ای				
شاخص‌های سنجشی الگوی طراحی تبلیغات	تعداد نمونه	میانگین	انحراف استاندارد	خطای استاندارد میانگین
در محل درست نصب شدن تبلیغات	۳۸۴	۳/۷۲	۱/۵۶۸	۰/۰۸
هم خوانی داشتن تابلوها با فضاهای اطراف	۳۸۴	۴/۱۳	۱/۳۵۵	۰/۰۶۹
مانع دید نشدن تبلیغات در خیابان	۳۸۴	۳/۴۶	۱/۳۹۳	۰/۰۷۱
الگوی طراحی	۱۱۵۲	۳/۷۷	۱/۴۶۷	۰/۰۴۳

همان‌طور که از جدول ۱۴ مشاهده می‌شود، تعداد نمونه برای هریک از شاخص‌های سنجشی الگوی طراحی تبلیغات، ۳۸۴ نفر بوده و برای معیار الگوی طراحی ۱۱۵۲ نفر بوده است. همچنین میانگین شاخص‌های این معیار به ترتیب ۳/۷۲، ۴/۱۳ و ۳/۴۶ به دست آمده و این مقدار برای معیار الگوی طراحی ۳/۷۷ محاسبه شده است.

جدول ۱۵- آزمون t تک نمونه‌ای شاخص‌های سنجشی الگوی طراحی تبلیغات در سطح محور هاشمیه مشهد (منبع: محاسبات نگارنده در نرم افزار spss)

آزمون t تک نمونه‌ای					
میانگین معیار = ۳					
شاخص‌های سنجشی الگوی طراحی تبلیغات	مقدار تی	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪
در محل درست نصب شدن تبلیغات	۸/۹۸۳	۳۸۳	۰/۰۰۰	۰/۷۱۹	۰/۵۶ حد پایین ۰/۸۸ حد بالا
هم خوانی داشتن تابلوها با فضاهای اطراف	۱۶/۳۴۲	۳۸۳	۰/۰۰۰	۱/۱۳	۰/۹۹ حد پایین ۱/۲۷ حد بالا
مانع دید نشدن تبلیغات در خیابان	۶/۴۴۷	۳۸۳	۰/۰۰۰	۰/۴۵۸	۰/۳۲ حد پایین ۰/۶ حد بالا
الگوی طراحی	۱۷/۷۹۶	۱۱۵۱	۰/۰۰۰	۰/۷۶۹	۰/۶۸ حد پایین ۰/۸۵ حد بالا

همان‌طور که جداول ۱۴ و ۱۵ نشان می‌دهند، سطح معناداری برای هریک از شاخص‌های سنجشی معیار الگوی طراحی تبلیغات کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین با احتمال ۹۵ درصد می‌توان نتایج به دست آمده از نمونه را به کل جامعه تعمیم داد. همچنین می‌توان بیان کرد که: میانگین شاخص‌های سنجشی الگوی طراحی (در محل درست نصب شدن تبلیغات، هم خوانی داشتن تابلوها با فضاهای اطراف، مانع دید نشدن تبلیغات در خیابان) به ترتیب برابر با ۳/۷۲، ۴/۱۳ و ۳/۴۶ بوده و با توجه به این که سطح معناداری این شاخص کمتر از ۰/۰۵ بوده در نتیجه بین میانگین این شاخص‌ها و میانگین معیار این پژوهش (۳) تفاوت معناداری

وجود دارد و از آنجا که حد بالا و پایین این شاخص‌ها هر دو مثبت بوده در نتیجه می‌توان استنباط کرد که تابلوهای تبلیغاتی محور هاشمی مشهد علاوه بر اینکه در محل مناسب نصب شده‌اند، با فضاها اطراف همخوانی داشته و همچنین مانع دید در خیابان نیز نمی‌شوند. بنابراین در مجموع می‌توان اذعان داشت که الگوی طراحی (سطح معناداری آن کمتر از ۰/۰۵ و میانگین آن بالای میانگین معرف) تابلوهای تبلیغاتی محور هاشمیه مشهد مناسب هستند.

۶-۲- هویت و معناداری تبلیغات

در جدول ۱۶ و ۱۷ به طور تفصیلی آمار توصیفی و استنباطی مربوط به شاخص‌های سنجشی هویت و معناداری تبلیغات در سطح محور هاشمیه مشهد آورده شده است.

جدول ۱۶- آمار توصیفی آزمون t تک نمونه‌ای شاخص‌های سنجشی هویت و معناداری تبلیغات در سطح محور هاشمیه مشهد (منبع: محاسبات نگارنده در نرم افزار spss)

آمار توصیفی آزمون t تک نمونه‌ای				
شاخص‌های سنجشی هویت و معناداری تبلیغات	تعداد نمونه	میانگین	انحراف استاندارد	خطای استاندارد میانگین
متناسب بودن طراحی تبلیغات با هویت ایرانی-اسلامی	۳۸۴	۲/۱	۱/۳۱۵	۰/۰۶۷
خوانا بودن عناصر تصویری به کاررفته در تبلیغات	۳۸۴	۲/۳۲	۱/۳۵۶	۰/۰۶۹
خوانا و گویا بودن متن تبلیغات	۳۸۴	۴/۱۱	۱/۴۶۹	۰/۰۷۵
هویت و معناداری	۱۱۵۲	۲/۸۵	۱/۶۴۹	۰/۰۴۹

جدول ۱۷- آزمون t تک نمونه‌ای شاخص‌های سنجشی هویت و معناداری تبلیغات در سطح محور هاشمیه مشهد (منبع: محاسبات نگارنده در نرم افزار spss)

آزمون t تک نمونه‌ای					
میانگین معیار = ۳					شاخص‌های سنجشی هویت و معناداری تبلیغات
مقدار تی	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪ حد بالا / حد پایین	
-۱۳/۴۲۸	۳۸۳	۰/۰۰۰	-۰/۹۰۱	-۱/۰۳ / -۰/۷۷	متناسب بودن طراحی تبلیغات با هویت ایرانی-اسلامی
-۹/۷۸۷	۳۸۳	۰/۰۰۰	-۰/۶۷۷	-۰/۸۱ / -۰/۵۴	خوانا بودن عناصر تصویری به کاررفته در تبلیغات
۱۴/۸۶۴	۳۸۳	۰/۰۰۰	۱/۱۱۵	۰/۹۷ / ۱/۲۶	خوانا و گویا بودن متن تبلیغات
-۳/۱۸	۱۱۵۱	۰/۰۰۲	-۰/۱۵۵	-۰/۲۵ / -۰/۰۶	هویت و معناداری

همان‌طور که جداول ۱۶ و ۱۷ نشان می‌دهند، سطح معناداری برای هریک از شاخص‌های سنجشی معیار هویت و معناداری تبلیغات کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین با احتمال ۹۵ درصد می‌توان نتایج به‌دست‌آمده از نمونه را به کل جامعه تعمیم داد. بدین ترتیب می‌توان گفت که از آنجا که میانگین شاخص‌های سنجشی هویت و معناداری تبلیغات (متناسب بودن طراحی تبلیغات با هویت ایرانی-اسلامی و خوانا بودن عناصر تصویری به کاررفته در تبلیغات) به ترتیب برابر با ۲/۱، ۲/۳۲ بوده و با توجه به این که سطح معناداری این شاخص کمتر از ۰/۰۵ بوده در نتیجه بین میانگین این شاخص‌ها و میانگین معیار این پژوهش (۳) تفاوت معناداری وجود دارد و از آنجا که حد بالا و پایین این شاخص‌ها هر دو منفی بوده در نتیجه می‌توان استنباط کرد که تابلوهای تبلیغاتی محور هاشمی مشهد علاوه بر اینکه متناسب با هویت ایرانی-اسلامی طراحی نشده‌اند، عناصر تصویری به کار رفته در آن نیز خوانا نیستند. اما در مقابل متن این تبلیغات خوانا و گویا هستند. بنابراین در مجموع می‌توان اذعان داشت که هویت و معناداری (سطح معناداری آن کمتر از ۰/۰۵ و میانگین آن پایین تر از میانگین معرف) تابلوهای تبلیغاتی محور هاشمیه مشهد نامناسب هستند.

۶-۳- کیفیت بصری تابلوها

جداول ۱۸ و ۱۹ به طور تفصیلی آمار توصیفی و استنباطی مربوط به شاخص‌های سنجشی کیفیت بصری تابلوهای تبلیغاتی در سطح محور هاشمیه مشهد را نشان می‌دهد.

جدول ۱۸- آمار توصیفی آزمون t تک نمونه‌ای شاخص‌های سنجشی کیفیت بصری تابلوها در سطح محور هاشمیه مشهد (منبع: محاسبات نگارنده در نرم‌افزار spss)

آمار توصیفی آزمون t تک نمونه‌ای				
شاخص‌های سنجشی کیفیت بصری تابلوها	تعداد نمونه	میانگین	انحراف استاندارد	خطای استاندارد میانگین
نورپردازی مناسب جهت سهولت خوانایی در شب	۳۸۴	۲/۱۸	۱/۱۴۹	۰/۰۵۹
هماهنگی رنگ‌های به کاررفته در تبلیغات با موضوع آن	۳۸۴	۱/۹۲	۱/۰۸۸	۰/۰۵۶
انتخاب محل نصب تبلیغات متناسب با نمای ساختمان‌ها	۳۸۴	۱/۹	۱/۰۱۷	۰/۰۵۲
کیفیت بصری تابلوها	۱۱۵۲	۲	۱/۰۹۳	۰/۰۳۲

جدول ۱۹- آزمون t تک نمونه‌ای شاخص‌های سنجشی کیفیت بصری تابلوها در سطح محور هاشمیه مشهد (منبع: محاسبات نگارنده در نرم‌افزار spss)

آزمون t تک نمونه‌ای					
میانگین معیار = ۳					
شاخص‌های سنجشی کیفیت بصری تابلوها	مقدار تی	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪
					حد بالا / حد پایین
نورپردازی مناسب جهت سهولت خوانایی در شب	-۱۳/۹۵۱	۳۸۳	۰/۰۰۰	-۰/۸۱۸	-۰/۹۳ / -۰/۷
هماهنگی رنگ‌های به کاررفته در تبلیغات با موضوع آن	-۱۹/۸۱۳	۳۸۳	۰/۰۰۰	-۱/۰۸۳	-۱/۱۹ / -۰/۹۷
انتخاب محل نصب تبلیغات متناسب با نمای ساختمان‌ها	-۲۱/۲۸۴	۳۸۳	۰/۰۰۰	-۱/۱۰۴	-۱/۲۱ / -۱
کیفیت بصری تابلوها	-۳۱/۱۱۹	۱۱۵۱	۰/۰۰۰	-۱/۰۰۲	-۱/۰۶ / -۰/۹۴

همان‌طور که جداول ۱۸ و ۱۹ نشان می‌دهند، سطح معناداری برای هریک از شاخص‌های سنجشی معیار کیفیت بصری تابلوها تبلیغاتی کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین با احتمال ۹۵ درصد می‌توان نتایج به‌دست‌آمده از نمونه را به‌کل جامعه تعمیم داد. بدین ترتیب می‌توان گفت که از آنجا که میانگین شاخص‌های سنجشی کیفیت بصری تابلوها تبلیغاتی (نورپردازی مناسب جهت سهولت خوانایی در شب، هماهنگی رنگ‌های به کاررفته در تبلیغات با موضوع آن و انتخاب محل نصب تبلیغات متناسب با نمای ساختمان‌ها) به ترتیب برابر با ۲/۱۸، ۱/۹۲ و ۱/۹ بوده و با توجه به این که سطح معناداری این شاخص کمتر از ۰/۰۵ بوده در نتیجه بین میانگین این شاخص‌ها و میانگین معیار این پژوهش (۳) تفاوت معناداری وجود دارد و انظر به اینکه حد بالا و پایین این شاخص‌ها هر دو منفی بوده در نتیجه می‌توان استنباط کرد که تابلوهای تبلیغاتی محور هاشمیه مشهد علاوه بر اینکه نورپردازی نامناسبی دارند، بین رنگ‌های به کار رفته در آن با محتوای آن هماهنگی نداشته و محل نصب این تابلوها نیز با نمای ساختمان هیچ سنخیتی ندارند. بدین ترتیب، در مجموع می‌توان اذعان داشت که کیفیت بصری (سطح معناداری آن کمتر از ۰/۰۵ و میانگین آن پایین تر از میانگین معرف) تابلوهای تبلیغاتی محور هاشمیه مشهد نامناسب هستند.

۴-۶- همخوانی و هماهنگی تابلوها

در جدول ۲۰ و ۲۱ به طور تفصیلی آمار توصیفی و استنباطی مربوط به شاخص‌های سنجشی همخوانی و هماهنگی تابلوهای تبلیغاتی در سطح محور هاشمیه مشهد آورده شده است.

جدول ۲۰- آمار توصیفی آزمون t تک نمونه‌ای شاخص‌های سنجشی همخوانی و هماهنگی تابلوها در سطح محور هاشمیه مشهد (منبع: محاسبات نگارنده در نرم‌افزار spss)

آمار توصیفی آزمون t تک نمونه‌ای				
شاخص‌های سنجشی همخوانی و هماهنگی تابلوها	تعداد نمونه	میانگین	انحراف استاندارد	خطای استاندارد میانگین
هارمونی و هماهنگی میان تبلیغات	۳۸۴	۴/۱۸	۰/۹۴۶	۰/۰۴۸
هماهنگی ابعاد بیلورها با متن و موضوع	۳۸۴	۳/۹۷	۱/۱۶۱	۰/۰۵۹
متناسب و هماهنگ بودن رنگ و فرم تبلیغات همجوار	۳۸۴	۴/۲۴	۰/۹۴۳	۰/۰۴۸
همخوانی و هماهنگی تابلوها	۱۱۵۲	۴/۱۳	۱/۰۲۸	۰/۰۳

جدول ۲۱- آزمون t تک نمونه‌ای شاخص‌های سنجشی همخوانی و هماهنگی تابلوها در سطح محور هاشمیه مشهد
(منبع: محاسبات نگارنده در نرم‌افزار spss)

آزمون t تک نمونه‌ای					
میانگین معیار = ۳					شاخص‌های سنجشی همخوانی و هماهنگی تابلوها
مقدار تی	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪	
				حد پایین	حد بالا
۲۴/۴۴۲	۳۸۳	۰/۰۰۰	۱/۱۸	۱/۰۸	۱/۲۷
۱۶/۳۸۸	۳۸۳	۰/۰۰۰	۰/۹۷۱	۰/۸۵	۱/۰۹
۲۵/۸۱۷	۳۸۳	۰/۰۰۰	۱/۲۴۲	۱/۱۵	۱/۳۴
۳۷/۳۶۲	۱۱۵۱	۰/۰۰۰	۱/۱۳۱	۱/۰۷	۱/۱۹

همان‌طور که جداول ۲۰ و ۲۱ نشان می‌دهند، سطح معناداری برای هریک از شاخص‌های سنجشی معیار همخوانی و هماهنگی تابلوهای تبلیغاتی کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین با احتمال ۹۵ درصد می‌توان نتایج به‌دست‌آمده از نمونه را به کل جامعه تعمیم داد. همچنین می‌توان مطرح کرد؛ نظر به این که میانگین شاخص‌های سنجشی همخوانی و هماهنگی تابلوهای تبلیغاتی در محور هاشمیه مشهد (هارمونی و هماهنگی میان تبلیغات، هماهنگی ابعاد بیلبردها با متن و موضوع، متناسب و هماهنگ بودن رنگ و فرم تبلیغات همجوار) به ترتیب برابر با ۴/۱۸، ۳/۹۷ و ۴/۲۴ بوده و با توجه به این که سطح معناداری این شاخص کمتر از ۰/۰۵ بوده در نتیجه بین میانگین این شاخص‌ها و میانگین معیار این پژوهش (۳) تفاوت معناداری وجود دارد و از آنجا که حد بالا و پایین این شاخص‌ها هر دو مثبت بوده در نتیجه می‌توان استنباط کرد که بین تابلوهای تبلیغاتی محور هاشمیه مشهد علاوه بر اینکه هماهنگی وجود دارند، با متن و موضوع و همچنین با رنگ و فرم تبلیغات مجاور نیز در هماهنگی به سر می‌برند. بنابراین در مجموع می‌توان اذعان داشت همخوانی و هماهنگی (سطح معناداری آن کمتر از ۰/۰۵ و میانگین آن بالای میانگین معرف) تابلوهای تبلیغاتی محور هاشمیه مشهد مناسب هستند.

۷- نتیجه گیری و ارائه پیشنهادها

با در نظر گرفتن ویژگیهای تبلیغات شهری مطلوب و همچنین بررسی قوانین و مقررات موجود کشوری و مشاهده میدانی از محدوده مورد مطالعه و نیز بررسی نتایج حاصل از پرسشنامه و تحلیل جداول فوق می‌توان اینگونه نتیجه گرفت که در تابلوهای تبلیغاتی محور هاشمیه الگوی طراحی مناسب بوده اما تابلوهای مذکور از لحاظ هویت و معناداری نامناسب می‌باشند. همچنین کیفیت بصری تابلوهای این محور (به علت عدم نورپردازی مناسب و عدم سنخیت رنگ تابلوها با نمای ساختمان) نامناسب تشخیص داده شده و از نظر همخوانی و هماهنگی تابلوها دارای کیفیت مناسب می‌باشد. نهایتاً با توجه به مطالب فوق، نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود درباره منظر شهری در این محدوده شناسایی و در جدول SWOT بیان شده است.

جدول ۲۲- شناخت نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای تبلیغات شهری در محور هاشمیه مشهد

نقاط قوت	نقاط ضعف	فرصت‌ها	تهدیدها
S1 وجود پتانسیل بالا در امر تبلیغات در محدوده مورد مطالعه	W1 تنوع زیاد جنس تابلوها	O1 ارتقا سطح تبلیغات در محدوده مورد مطالعه	T1 نارضایتی ساکنان از محل زندگی
S2 وجود آیین نامه و دستورالعمل خاص جهت ساماندهی تبلیغات شهری در شهر مشهد	W2 ناهمخوانی رنگ تابلوها	O2 افزایش وجود سکنه در محدوده	T2 عدم کسب موفقیت در امر تبلیغ
S3 جاگیری درست تبلیغات رنگ مناسب تبلیغات	W3 عدم رعایت استاندارد رنگ‌ها در ضوابط	O3 تبدیل محدوده به یک محور تبلیغاتی	T3 ایجاد مشکلات دسترسی در محدوده مورد مطالعه
S4 وجود دیدهای مناسب به تبلیغات	W4 عدم هماهنگی با معیارهای ایرانی اسلامی		
S5 خوانایی عناصر نوشتار در تبلیغات	W5 عدم خوانایی عناصر تصویری در تبلیغات		
S6 وجود هارمونی در تبلیغات	W6 عدم نورپردازی مناسب جهت سهولت در خواندن		
S7 وجود فرم مناسب در تبلیغات	W7 عدم ارتباط تبلیغات با ساختمان‌ها		
	W7 تقلید صرف از روش‌ها و الگوهای تبلیغاتی دیگر شهرها کشورها		

با بررسی های صورت گرفته در محدوده مورد مطالعه مشخص گردید که در طراحی تابلوهای تبلیغاتی معیارها و مولفه های آسایش بصری مورد توجه نسبتاً کمی قرار گرفته اند و از طرفی متریال و رنگ های بکارگرفته شده در تابلوها هماهنگی و همخوانی لازم با جنس نمای ساختمان های موجود در خیابان را ندارد. نورپردازی مناسب نیز در کل محدوده صورت نگرفته و روشنایی صرفاً روشنائی حاصل از چراغ های نصب شده در خیابان است که این امر به خودی خود باعث کاهش قدرت پیام رسانی و انتقال مفاهیم و پیامها به مخاطب می گردد. در نتیجه در محورهای مشیمه توجه و بازیابی در تابلوهای نصب شده می تواند موجب زیبایی و بهبود منظر محدوده شده و ارتباط کافی در آرامش شهروندان و استفاده کنندگان از فضا را برقرار کند. با توجه به مطالب یاد شده فوق می توان پیشنهادهای راهبردی از جمله تشویق استفاده از تابلوهای با زمینه های رنگ و جنس نسبتاً یکسان در تبلیغات را ارائه داد. به نظر می رسد به دلیل عدم رعایت استانداردها و دستورالعمل های موجود و استفاده از تابلوهای غیرمشابه، جذابیت و تاثیر مورد انتظار از سوی شهروندان حاصل نگردیده است. لذا با راهکارهایی همچون در نظر گرفتن تابلوهای با رنگ زمینه استاندارد و مشابه مطابق دستورالعمل ها می توان به هدف مورد انتظار دست یافت.

نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان می دهد توجه به عناصر بصری و رنگ در تبلیغات شهری تاثیر مستقیم و بسزایی در افزایش کیفیت مناظر شهری و آرامش روان شهروندان داشته لذا پیشنهاد می شود به منظور بررسی دقیق تر موضوع در پژوهش های آتی نمونه های تحقیقاتی از خیابان هایی با عملکرد های متفاوت انتخاب شوند تا بتوان بر اساس نوع خیابان و نیز حجم تردد در آنها تاثیر عناصر بصری و رنگ های بکاررفته در تبلیغات محدوده های مورد نظر را بهتر مورد ارزیابی قرار داد.

منابع

۱. آتشین بار، محمد، ۱۳۸۸، تداوم هویت در منظر شهری، مجله باغ نظر، شماره دوازدهم.
۲. احسانی، مرتضی، ۱۳۹۲، تبلیغات محیطی.
۳. اسداللهی، مصطفی، ۱۳۸۹، بررسی نقش عناصر محیطی در کیفیت بصری فضا، منظر، شماره هفتم.
۴. امین پور، کیوان، ۱۳۹۵، اهمیت تبلیغات نوین شهری و تاثیر آنها بر سلامت روانی، دومین همایش ملی معماری و شهرسازی.
۵. پاکزاد، جهانشاه، عین اللهی، کاوه، ۱۳۹۵، پالت رنگی تکنیک طراحی منظر رنگی شهرها، نشریه معماری و شهرسازی آرمان شهر، شماره ۱۷.
۶. پاکزاد، جهانشاه، ۱۳۸۴، راهنمای طراحی فضاهای شهری ایران، شرکت طرح و نشر پیام سیما، چاپ اول.
۷. حیدری، امید، زبردست، لعبت، عسگری راد، فهیمه، ۱۳۹۸، مطالعات و ارزیابی تبلیغات محیطی در فضاهای شهری (مطالعات موردی: حدفاصل میدان انقلاب تا چهارراه ولیعصر تهران)، علوم و تکنولوژی محیط زیست، دوره بیست و یکم، شماره سوم.
۸. داوری نژاد، مسعود، شعبانی، منصوره، ۱۳۹۲، روانشناسی رنگ و کاربرد آن در شهر، نشریه علمی-ترویجی مطالعات در دنیای رنگ، شماره ۳.
۹. دفتر تدوین و ترویج مقررات ملی ساختمان، ۱۳۹۶، مقررات ملی ساختمان ایران، مبحث بیستم، علائم و تابلوها، نشر توسعه ایران.
۱۰. زاهدی، عارفه، ۱۳۹۲، نقش تابلوهای تبلیغاتی بر منظر شهری شیراز، همایش ملی معماری، فرهنگ و مدیریت شهری.
۱۱. سازمان زیباسازی شهر تهران، ۱۳۹۸، خلاصه گزارش چهارمین نشست تخصصی تبلیغات محیطی با موضوع شرکت های تبلیغاتی و توانمند سازی تبلیغات محیطی.
۱۲. شرکت مهندسی مشاور ایده پرداز ارم، ۱۳۹۶، طرح تفصیلی و دستورالعمل اجرایی تبلیغات شهری شهر مشهد.
۱۳. صیاد بیدهندی، لیلا، رسولیان، سارا، ۱۳۹۵، تحلیل و بررسی تاثیر بیلبردهای تبلیغاتی بر منظر شهری شهر لاهیجان، مجله پژوهش های جغرافیایی برنامه ریزی شهری، دوره چهارم، شماره ۱.
۱۴. ضمیری، مهسا، شریفی نوغابی، آزاده، ۱۳۹۹، تحلیل نقش عناصر بصری تابلوهای تبلیغاتی در منظر خیابان مدرس مشهد، فصلنامه انسان و محیط زیست، شماره ۵۳.
۱۵. قلعه نویی، محمود، تدین، بهاره، ۱۳۸۹، تهیه طرح جامع رنگی تلاشی برای مدیریت رنگها در شهر (نمونه مطالعاتی: خیابان سپه اصفهان)، مجله مدیریت شهری، شماره بیست و شش.
۱۶. قلعه نویی، محمود، بهرامیان، آرمین، مدنی، فروغ، ۱۳۹۰، نقش تابلوهای تبلیغاتی فروشگاهها در تغییر شکل منظر شهری (مورد مطالعاتی: خیابان چهارباغ عباسی)، نشریه مطالعات تطبیقی هنر، شماره دوم.
۱۷. کالن، گوردن، ۱۳۸۷، گزیده منظر شهری، منوچهر طبیبیان، انتشارات دانشگاه تهران.

۱۸. کامران، افسانه، ۱۳۸۲، نشانه‌شناسی تبلیغات شهری در ایران (با تأکید بر بیلборدهای سطح شهر تهران)، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات.
۱۹. محمدیان، محمود، ۱۳۸۸، مدیریت تبلیغات، نشر حروفیه
۲۰. مسجد جامعی، احمد، ۱۳۹۱، بایدها و نبایدهای تبلیغات محیطی، نشریه شهر زندگی زیبایی، شماره ۱.
۲۱. مصوبه ساماندهی تبلیغات محیطی و شهری، شوراهای اسلامی شهر تهران، ۱۳۸۳.
۲۲. معین، محمد، ۱۳۷۱، فرهنگ فارسی دکتر معین.
۲۳. مولوی، یعقوب، احمدی، طیه، ۱۳۹۲، تأثیر تبلیغات تجاری شهری بر مصرف گرایی زنان شهر تهران، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی، شماره ۴.
۲۴. نادری گرزالدینی، مرجان، اردیبهشتی، اطلس، ۱۳۹۸، نقش تبلیغات محیطی در آلودگی‌های بصری فضاهای شهری، نشریه علمی تخصصی شباک، شماره ۴۶.
۲۵. نوایی، حمید، ۱۳۸۹، نقش رنگ در مفاهیم اجتماعی امروز، ماهنامه منظر، دوره دوم.
26. Ertepp, Hakan, Kazumi 2009, The roll of shop signs in transforming urban fabric. Turkey: Demartment of Communication Design.
27. J. Itten, A. Shrrh, "The Art of color", Yasavoli Publications, Tehran, 2012.
28. Shelton, Barrie, 2005, learning from japanese city, Taylor and Francis, london.
29. Takahashi, M., F. Tomomi, Sh. Masako, S & Kazuhiro, S. 2007. Analysis of colors used on outdoor advertising in urban landscape: a case study in Osaka city.
30. Venturi, Rabert and et al. 1997. Learning from lasvrgas. Cambridge: MIT Press.

امکان سنجی تأثیرپذیری از فضاهای شهری دوره رنسانس اروپا در میدان نقش جهان اصفهان

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۳۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۳۱

کد مقاله: ۳۹۱۵۴

مهدی رحمانی^{۱*}، سوشیانت نصیری کیا^۲، محمدعلی

کاظم زاده رائف^۳، صبا میر دریکوندی^۴

چکیده

در فضاهای شهری ایران که در طول سالیان متمادی تحت تأثیر آموزه‌ها و الگوهای فکری و هنری این سرزمین شکل گرفته‌اند. میداین شهری را می‌توان مهم‌ترین فضای زندگی شهری و جمعی در فضای شهرها دانست. در عصر صفوی و به‌ویژه در دوره‌ی شاه‌عباس کبیر، با رونق گرفتن فرهنگ و هنر در شهرها، معماران عصر صفوی کوشیدند تا با حفظ ویژگی‌ها و ارزش‌های معماری ایرانی، با تبادلات فرهنگی و هنری‌ای که با دنیای غرب در عهد رنسانس به واسطه ارتباطات تجاری و سیاسی داشتند، نوآوری‌هایی را در زمینه معماری و شهرسازی به منصه ظهور برسانند. که از این نوآوری می‌توان به افزایش بار بصری در فضای شهری و دادن نقش نمادین به بناهای همگانی اشاره نمود. میداین دوره رنسانس غالباً به عنوان نماد یا به صورت زمینه‌ای برای یک مجسمه، دارای بنای یادبود یا یک المان شهری بودند و همچنین بعضاً واجد صحنی مقابل یک ساختمان مهم به کار می‌رفته‌اند. میدان نقش جهان اصفهان را می‌توان از جمله فضاهای شهری تاریخی دانست که تقریباً دست نخورده باقی مانده است. این میدان در ابعادی به عرض ۱۶۵ و طول ۵۱۰ متر بنا شده است که بدنه آن دارای دو طبقه می‌باشد. و از نظر نوع هندسه، تناسبات، محورگرایی، نشانه‌های شهری و بسیاری از اصول و قواعد شهرسازی و طراحی شهری شباهت‌های زیادی به میداین اروپا در دوره رنسانس دارد. در این پژوهش سعی شده که ضمن مطالعه میزان تأثیرپذیری فضای شهری میدان نقش جهان اصفهان از فضاهای شهری سنتی ایران، در مورد امکان تأثیرگذاری مفاهیم و عناصر شهری میداین رنسانس اروپا نیز بررسی انجام پذیرد.

واژگان کلیدی: فضای شهری، شهرسازی رنسانس، دوره صفویه، میدان نقش جهان اصفهان

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی معماری مؤسسه آموزش عالی جهاد دانشگاهی خوزستان، اهواز، ایران (نویسنده مسئول)
mehdirahmani7060@yahoo.com

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی معماری مؤسسه آموزش عالی جهاد دانشگاهی خوزستان، اهواز، ایران

۳- عضو هیأت علمی گروه مهندسی معماری مؤسسه آموزش عالی جهاد دانشگاهی خوزستان، اهواز، ایران

۴- مدرس مدعو گروه آموزشی مهندسی معماری مؤسسه آموزش عالی جهاد دانشگاهی خوزستان، اهواز، ایران

۱- مقدمه

مطالعه شهر از دوران کهن، به خصوص شهرهای ایران بعد از اسلام، تا زمانی که شهرسازی از لحاظ ورود مفاهیم تازه، غریبه و گسستن از ارزش‌های گذشته خود قرار نگرفته است، گویای آن است که همواره میدان نیز همچون دیگر اندام‌های موثر و کارکردی، در حیات جاری شهر، حضوری مؤثر دارد به طوریکه میدان از دوره سلجوقیان به بعد شروع به تثبیت خود کرد و در دوره صفویه به مفاهیم عمیق و کارآمدی در معماری و شهرسازی رسیده و در دوران قاجار به نهایت نقش خود دست یافته است. (شفیعی، ۱۳۹۴، ۲) یکی از مهم‌ترین ساختار هر شهر میادین هستند. میادین شهری دارای مقیاس و عملکردهای مختلف و به مثابه مکان ملاقات شهروندان و پاسخگوی فرصت‌های اجتماعی فراغتی شهروندان می باشد. سلسله صفوی در چارچوب ساماندهی و سازماندهی فضایی شهر اصفهان اولین حرکت شهرسازی را با برنامه ریزی و طراحی میدان نقش جهان آغاز کرد. بررسی بناهای پیرامون آن نشان می‌دهد که یک میدان حکومتی بود و محل ارتباط حکومت با مردم و بستری مناسب برای مادیات و عینیت بخشیدن مفاهیم سیاسی، عقیدتی، اقتصادی، اجتماعی و القاء تعابیر جدید از دین و حکومت بوده است. (احمدی، ۱۳۹۸، ۳۸) میدان نقش جهان اصفهان تنها فضای شهری عمده است که نسبتاً دست نخورده باقی مانده و تنها مثالی است که به عنوان نمونه فضای شهری در مقیاس شهر می‌تواند مورد بحث قرار گیرد. اصولاً در مقایسه با کشورهایی مانند ایتالیا و فرانسه فضای شهری به صورت میدان‌های عمومی چندان در شهرهای ایران وجود نداشته است. حتی کشور های ایتالیا و فرانسه و به‌ویژه ایتالیا از نظر فضای شهری از سایر کشور های اروپایی مانند انگلستان غنی ترند (توسلی، ۱۳۹۳، ۲۵).

در دوران رنسانس، تقارن و توازن دوران رومی‌ها مجدداً احیا شد و بقول آلبرتی (۱۹۸۸) میدان چیزی جز یک تقاطع بزرگ شده نیست که فضایی را برای عرضه کالا و نمایش بازی (شامل تئاتر، سیرک و استادیوم گلابدیاورها) فراهم می کرد، چیزی نیست به غیر از میدانی که با پله محصور شده باشد. (بانی مسعود، ۱۳۹۰، ۲۲۷) معماران رنسانس با اعتقاد به اینکه بناهایشان بایستی به یک نظم عالی تعلق داشته باشد، به سیستم تناسبات ریاضی یونان رجوع نمودند. همانگونه که یونانیان هندسه را به صورت هندسه ای می پنداشتند که به صدا برگردانده شده، معماران رنسانس هم معتقد بودند که معماری ریاضیاتی است که به واحدهای فضایی برگردانده شده است. (دی. کی. چینگ، ۱۳۹۴، ۳۱۲)

۲- سؤال تحقیق

فضای شهری میدان نقش جهان اصفهان به چه میزان تحت تأثیر فضاهای شهری سنتی ایران و رنسانس اروپا بوده است؟

۳- روش تحقیق

این پژوهش به روش توصیفی - تحلیلی نگاشته شده است و با استناد به منابع کتابخانه ای و بانک های اطلاعاتی همچون مقالات و مطالب موجود و مرتبط با موضوع در سایت های معتبر انجام شده است. در این پژوهش طرز تفکر استنتاجی و توصیفی تحلیلی رویکرد و روش اصلی تفسیر ها بوده است. بدین گونه که در هر مرحله با تحلیل نمونه موردی های شاخص به کمک تصاویر مرتبط و نتایج تحلیل نیز در قالب جدول، نمودار یا گراف جهت قابل درک بودن مطالب قرار داده شده و در نهایت جمع بندی و نتیجه گیری استفاده شده است.

۴- پیشینه تحقیق

در کتاب تاریخ معماری جهان، فرانسیس دی. کی. چینگ، رنسانس را تولدی دوباره در جهت تحولات فرهنگی و فکری پدید آمده در ایتالیا در طول قرن پانزدهم توصیف می کند. (دی کی چینگ و همکاران، ۱۳۸۹). به عقیده دیوید و تکین در کتاب تاریخ معماری غرب (۱۳۹۰) آشنایی با رنسانس پس از سال ۱۵۰۰ تا حد بسیار زیاد به شکل جزئیات تزئینی از راه رسیده از میان کشورهای مختلف اروپایی، فرانسه بلند پروازانه ترین و پر دامنه ترین معماری رنسانس را پدید آورد. (دیوید و تکین، ۱۳۹۰)

محمد توسلی و ناصر بنیادی در کتاب طراحی فضای شهری، بر این باورند که میدان نقش جهان اصفهان تنها فضای شهری عمده است که تاکنون نسبتاً دست نخورده باقی مانده است و تنها مثالی است که به عنوان نمونه فضای شهری در مقیاس شهر می‌تواند مورد بحث قرار گیرد. (توسلی، ۱۳۹۳) شفییعی در مقاله بررسی سیر تحول میادین در سه دوره صفوی، قاجار و پهلوی با نگرش های تاریخی - تکاملی و شکلی (سبک اصفهان و تهران) فضاهای شهری نمادی از فرهنگ قومی و محصول اندیشه و عملکرد اجتماعی و اقتصادی زمانه خویش اند. میدان یکی از نمونه های بارز عناصر شهری به عنوان بازگو کننده تمامی وقایع عمر خود است. (شفییعی، ۱۳۹۴) سید محمد حسین رضوی نیا در مقاله بررسی نشانه شناختی مکتب اصفهان در شهرسازی و معماری بیان می کند که معماری مکتب اصفهان، از عقاید عرفانی حاکم بر این عصر بهره جسته و در طرحی دقیقاً پیش بینی شده،

ساختاری هماهنگ را تشکیل داده که هر جزء از اجزاء آن، در مجموعه کلان تر شهر، در ارتباطی معنادار با سایر اجزاء قرار می گیرد. (رضوی نیا، ۱۳۹۶)

۵- بیان مسأله

اوج شکوفایی شهرسازی دوران صفویه در اصفهان به ظهور می رسد که در شهرسازی آن دوران سه رابطه ی انسان با خدا، انسان با انسان و انسان با طبیعت مورد توجه خاص قرار می گیرد. شاه عباس در سال ۱۰۱۱ هجری میدان نقش جهان، مسجد جامعی در ضلع جنوبی میدان، دولتخانه و مسجدی روبروی آن، بازار و بناهای دیگری در اطراف میدان بنا کرد. در مکتب اصفهان با تلفیق طراحی اندامین (ارگانیک) و خردگرا (راسیونال) بی هیچ مداخله سنگینی در بافت کالبدی و سازمان فضایی کهن، راستای توسعه و گسترش تازه ی شهر به گونه ای منطقی و بخردانه تعریف می گردد. محور چهارباغ به عنوان لولائی خطی بین سازمان فضایی کهن و نو، با عبور از محور زاینده رود (به عنوان محوری طبیعی و اندامین) عملاً ترکیبی از طبیعی و مصنوع، اندامین و منطقی، نظم و بی نظمی و ... را عرضه می دارد. میدان نقش جهان به عنوان مرکز جدید شهر و نماد دولت قاهر و قدرتمند صفوی، با آن که الگوی خود را از میدان کهنه اصفهان، میدان حسن پادشاه تبریز و میدان عالی قاپو قزوین می گیرد. ولی این الگوی کهن را نظمی کاملاً منطقی می بخشد و با دقتی بی نظیر به ترکیب و تنظیم هندسی و فضایی عناصر پیرامونی و درونی آن می پردازد. نقش جهان قوی ترین و ظریف ترین بیان ترکیب کلامی مکتب اصفهان است. دقت هندسی و تعریف مناسبات فضایی در میدان نقش جهان (ساخته و پرداخته شیخ بهائی و مولانا علی اکبر اصفهانی) را می توان با دقت هندسی و تناسبات مطروحه در دوره رنسانس و بعد از آن در خلق سازمان فضایی نمادین و فضاهای شهری (ساخته و پرداخته صاحب کلامانی) چون لئوناردو داوینچی، میکل آنژ و ... مقایسه کرد. (شیری، ؟، ۶۲۶ و ۶۲۷) میدان های رنسانس علاوه بر کاربرد های عملی فوق، در مواقع بسیاری تنها به عنوان نماد و یا برای زیبایی به صورت زمینه ای برای یک مجسمه و یا بنای یادبود و یا به صورت جلوخان (صحن مقابل یک ساختمان مهم) به کار می رفته است. (پاکزاد، ۱۳۹۷، ۳۴۴) نتیجه این پژوهش توصیفی - تحلیلی پس از تبیین مطالب حاضر در پی یافتن تأثیر فضای شهری صفوی ایران و رنسانس اروپا در فضای شهری میدان نقش جهان اصفهان می باشد.

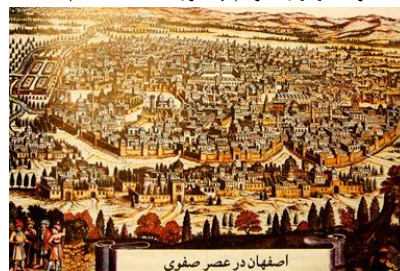
۵-۱- سیری در معماری و شهرسازی دوره صفویه

شکل گیری دولت صفوی و از آن ره مکتب اصفهان در شهرسازی را می توان با سازمان یابی دول مرکزی و قاهر اروپائی بعد از دوران رنسانس و شکل گیری باروک (قرن هجدهم میلادی) مقایسه نمود. با این مقایسه سازمان دیوانی دولت صفوی و سبک هنری ناشی از آن (در زمینه شهرسازی) نسبت به سازمان دولتی و سبک هنر های کشورهای اروپائی (در زمینه شهرسازی) در دوره رنسانس (دوره تاریخی هم عصر دولت صفوی) هنوز گامی به جلو دارد در حالی که نو اندیشان و نوپردازان دوره رنسانس در پی سازمان بخشیدن به شهر قرون وسطایی اروپائی و تحقق بخشیدن به « آرمان - شهر » هایشان هستند. مکتب اصفهان الگوی آرمانی خود را به اجرا در می آورد « تلفیقی دقیق و روشن از موجود و مطلوب را عرضه می دارد ». (حبیبی، ۱۳۹۷، ۹۰)

دوران صفویه در تاریخ معماری و شهرسازی ایران دورانی طلایی به حساب می آید. در این دوران علاوه بر ایجاد شهرهای جدید، شهرهای متعددی به ویژه شهرهایی که از جنبه مذهبی و یا اقتصادی واجد اهمیت بودند، توسعه و گسترش می یابند. (مهجور، ۱۳۷۸، ۱) در دوره صفویه بنای شهرهای جدید و گسترش شهر های قدیمی بر مبنای طرح جامعی که از قبل مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته بود، صورت می گرفت؛ چنانکه به شهادت مدارک تاریخی، آماده سازی و ساماندهی شهر قزوین برای تاختگاه شدن از سال ۹۵۱ ه. ق آغاز گردید و بیش از پانزده سال بطول انجامید تا در زمان مناسب یعنی سال ۹۶۲ ه. ق کار انتقال پایتخت صورت پذیرفت. در این طرح جامع، موجبات گسترش شهر در جانب غرب، شمال و شرق فراهم گردید و با برنامه ریزی بخش های تازه ساز شهر با ظرافتی خاص در کنار محله های قدیمی قرار گرفت و به دور از ایجاد آشتگی، با آن ها پیوند و ارتباطی مطلوب برقرار نمود. (مهجور، ۱۳۷۸، ۶۷)

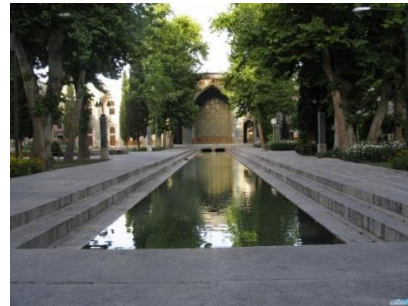


تصویر ۲- اصفهان در عصر صفویه (ekrebozorg.ir)



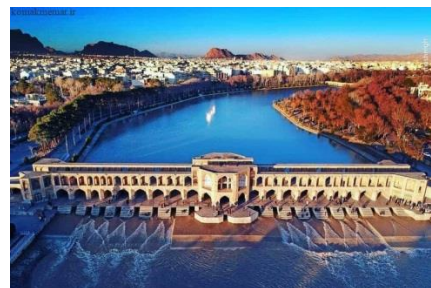
تصویر ۱- قزوین در عصر صفویه (khiaraji.blogfa.com)

لازم به یادآوری است که از خصوصیات کلیدی شهرسازی صفویه به‌ویژه در اصفهان، طرح چهار باغ است که عملکردی تفریحی داشته (پیرنیا، ۱۳۶۹، ۲۸۹) و در آن رابطه انسان با طبیعت بسیار مورد توجه قرار گرفته است. به گفته کمپفر (شاه‌عباس خیابان‌ها را مشجر کرد و بزرگان و اعیان نیز به چشم و همچشمی یکدیگر در باغ‌های خود درخت غرس کردند) (کمپفر، ۱۳۶۳، ۱۸۶)



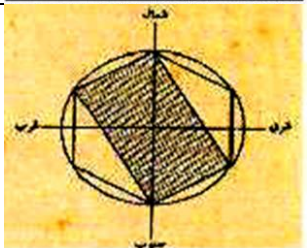
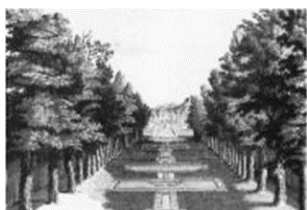
تصویر ۳- مدرسه چهارباغ اصفهان (umeblog.ir) تصویر ۴- خیابان چهار باغ اصفهان (alibaba.ir)

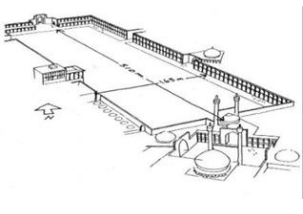
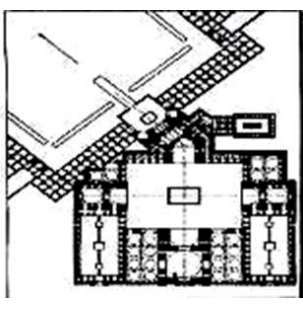
از این دیدگاه، نظام شهرسازی صفویه در جستجوی فضاها و عناصر رمزی است، چنان که با عناصر آب، صوت، نور، گیاه، رنگ، افق و ... با عبور از واقعیت به مجاز برسد. (جدول شماره ۱) متفکران و طراحان نظام شهرسازی دوره صفویه به دنبال شکل‌گیری پیوند کالبد و معنا و کیفیت این ارتباط بوده‌اند تا از بقای ظاهری و باطنی آن، نگاه خداوند را نه تنها از آیات آن در کتاب وحی، بلکه در عالم او نیز بتوان دریافت کرد. لذا مصداق‌های زیادی در ارتباط با فضای رمزی و عبور از واقعیت به مجاز از طریق بهره‌گیری از طبیعت به منظور ایجاد حس مکان در مجموعه جدید شهری (باغشهر) اصفهان در قالب عناصر شهری مستتر است. (احمدی، ۱۳۹۸، ۳۸) در نظام شهرسازی دوره صفویه پل فراتر از راه می‌باشد. قرارگیری شهر اصفهان بر کنار زاینده رود و ضرورت ارتباط با محدوده‌های واقع بر کرانه دیگر رود، از دیرباز سبب ایجاد پل‌هایی بر رودخانه زاینده رود شده است. با استقرار سلسله صفوی، در چارچوب ساماندهی و سازماندهی شهر اصفهان، ایجاد محوری جدید در غرب و جنوب شهر با نظامی نو مطرح می‌شود و پل‌ها بخشی از ستون فقرات مجموعه جدید شهری اصفهان می‌گردد. (احمدی، ۱۳۹۸، ۳۹)



تصویر ۵- پل خواجو اصفهان دوره صفوی (komakmemar.ir) تصویر ۶- نمونه باغشهر قزوین (farsnews.ir)

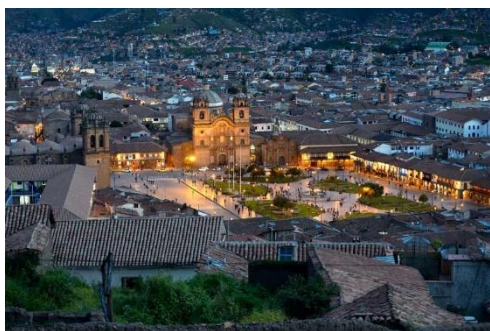
جدول ۱- تجلی نظام مادی و معنایی در شکل گیری کالبد شهر اصفهان در دوره صفویه (احمدی، ۱۳۹۸، ۴۰ و ۴۲)

نظام مادی و معنایی	نظام شهرسازی دوره صفویه	مصادیق
نظم آب ساکن	- نمایش آب به صورت خطی، سطحی، حجمی و خطی عمودی؛ - استفاده از خاصیت آینه ای آب بر محور عمودی دید؛ - استفاده از خاصیت شفافیت آب برای از میان برداشتن مرز بین واقعیت و مجاز از طریق یکی کردن ماده و تصویر آن در آب که امری غیرماده است. - پیدا و پنهان کردن آب؛ - افزایش حجم آب از طریق جوی های عریض؛ - افزایش حرکت آب از طریق جوی های باریک؛ - ریزش آب از روی سکوها به صورت آبشارهای کوچک و بزرگ برای ایجاد آواها؛	
نظم آب جاری	- تقویت سازماندهی فضایی خیابان چهارباغ با تقویت هویت کالبدی محورهای اصلی آن؛ - تقویت سرزندگی و تجسم بهشت زمینی در باغشهر اصفهان؛ - تلفیق چشمانداز زاینده رود با مکانیابی بناهای مهم شهر؛	
نظم هوا	- استقرار بر اساس توافق اقلیمی و انطباق محیطی (همدلی موزون با طبیعت)؛ - ایجاد محصوریت در بدنه میدان نقش جهان برای جلوگیری از نفوذ باد مزاحم؛ - مجموعه جدید شهری اصفهان در دوره صفویه دارای رون (جهت) است تا بتواند از حداکثر هوای مطبوع برای ایجاد آسایش بهره ببرند.	
نظم گیاه	- ایجاد دیدرو به جای راهرو در محورهای اصلی؛ - ایجاد مخروط دید به جای زاویه دید در محورهای اصلی به دلیل کاشت گیاهان سایه گستر؛ - ایجاد محصوریت و جلب تمرکز در دید؛ - تأکید بر محورهای عمودی دید با کاشت درختان مرتفع به صورت ردیفی و ایجاد بدنه سبز؛ - ایجاد تنوع رنگی در محیط با ترکیب گل ها و گیاهان؛ - ترکیب گوناگون از بافت های ریز با درشت گل ها و درختان؛ - تراکم مجازی به واسطه شیوه کاشت پنج نقطه ای؛ - الگوی مثالی باغ بهشت، الهام بخش حس مکان از طریق نظام کاشت با نظام های سایه، منظر و آوا؛	
	- کاشت درختان سایه افکن و بلند در محور اصلی خیابان به صورت خطی و ایجاد بدنه سبز؛	
	- ایجاد بنبه گاه برای نشیمن تابستانی در ایجاد محیط فرح بخش که حس مکان را القاء می کند؛ - درختان متناسب با ویژگی های شکلی و مکان استقرار آن ها برای عبور نسیم و باد از میان شاخ و برگ برای ایجاد صدای حرکت باد در میان درختان؛ - استفاده از نظام کاشت پنج نقطه ای برای جلب پرندگان و استفاده از آوای خوش آن.	
نظم خاک	- استفاده از رنگ هایی در نمای بناها که با رنگ خاک هارمونی دارند. - انطباق مسیر خیابان با شیب زمین.	

	- استفاده از عناصر طبیعی به مثابه آیات و نشانه های خدا؛ - وجود حوض های آب در درون میادین، مساجد و خانه ها؛ - فرهنگ ایرانی، انسان عنصری از عناصر طبیعت.	
	- میدان نقش جهان به منزله صحن مسجد شیخ لطف الله است که خود صحنی ندارد. نظم کیهانی خود را در تبدیل میدان نقش جهان به صحن این مسجد می نمایند که وجود آب و گیاه این خصوصیات را تأکید می بخشد؛ میدان مفصلی است بین مسجد و کاخ (سیاست عین دیانت ماست و دیانت عین سیاست ماست) مسجد و بازار، یعنی مفصلی است بین عالم دیگر و عالم مادی و در این اتصال تجلی نظام کیهانی آشکار می شود.	
	حضور یک بنای مذهبی در بدنه میادین به معنای تجلی گاه نظم کیهانی و مرکزیت ساخت به امر فرهنگ.	
	- تبلور مفهوم توحید در عبادت از طریق جهت گیری مساجد دور میدان به سمت کعبه؛ - طراحی هندسی مسجد جامع و مسجد شیخ لطف الله برای تقارن مستقیم قبله و محراب از سویی و هماهنگی با شبکه خیابان و حفظ نظم هندسی با ۴۵ درجه پیچش به سمت جنوب معابر اصلی از نظم آسمانی شکل می گیرد. - معابر اصلی از دروازه ها به مرکز شهر که با مسجد جامع شناخته می شود ختم می شود. بنابراین مقصد آن ها فضایی است که نشانه آن نظم کیهانی است. انطباق مسیر معابر با نمادها و نشانه های نظم مقدس (مناره ها و گنبد های اماکن مذهبی).	نظم مقدس
	- تبلور وحدت معنایی کاربرها بیش از هماهنگی ظاهری در بدنه میدان نقش جهان؛ - تثبیت افق دید در طول میدان نقش جهان که باز بودنش به سوی آسمان، زمین و آسمان را به هم پیوند می زند که نوعی تفکر عرفانی می باشد؛ استفاده از مقوله سهندواری سطحی از طریق نمایان کردن و چشمگیر بودن المان های شاخصی همانند مسجد جامع و مسجد شیخ الله.	

۵-۲- نگاهی به فضاهای میادین شهری اروپا در دوره رنسانس

نفوذ آلبرتی را می توان در شهر پیئنسا دید که از سال ۱۴۶۰ میلادی به بعد در نزدیکی سینا به نخستین شهر آرمانی عصر رنسانس به دستور پاپ پیوس دوم یعنی آینیاس سیلویوس پیکولومینی انسان گرای ساخته شد. این شهر جذاب، که امروزه نیز به همان شهر دست نخورده ی سده پانزدهم به حیات خود ادامه می دهد، بر محور میدانی شکل گرفته است که کلیسای جامع، کاخ اسقف، کاخ پیکولومینی و ساختمان شهرداری، همگی از کارهای برناردو روسلینو (۱۴۰۹ - ۱۴۶۴ میلادی) معمار فلورانس با نظارت شخص پاپ پیوس دوم، در آن واقع شده اند. این میدان پرسپکتیوی دیدگانی با طراحی دقیق است که در آن کاخ های دو سوی کلیسا با زاویه شبیدار همانند بال های یک صحنه تئاتر برپا شده اند. (و.تکین، ۱۳۹۰، ۲۷۶)



تصویر ۸- میدان پلازا د آرماس (kojaro.com)

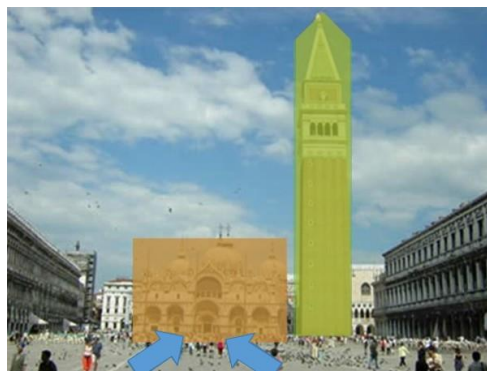


تصویر ۷- میدان پلازا د آرماس (kojaro.com)

دومین میدان مهم دوره رنسانس معروف به میدان دوکاله در ویگه وانو ساخته شد. که بر خلاف الگوی بالا به صورت میدانی محصور و رواق های پیرامونی در سال های ۱۴۹۵ - ۱۴۹۳ بود. شاید بهتر باشد این طرح ها را همسان سازی بدنه های یک میدان قرون وسطایی و پیش درآمدی بر میداین باروک قلمداد نمود. (پاکزاد، ۱۳۹۷، ۳۴۳)

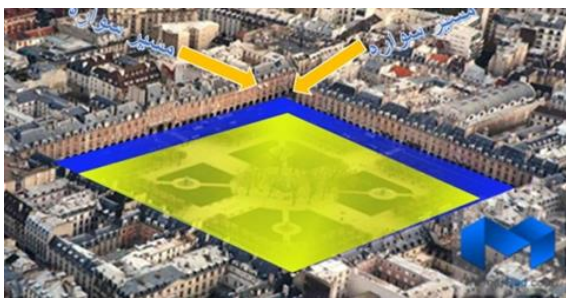


تصویر ۱۰- میدان دوکاله ویگه وانو (ekrebozorg.ir)
(تجزیه و تحلیل: نگارندگان)

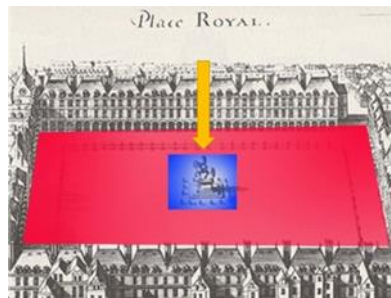


تصویر ۹- میدان دوکاله ویگه وانو (ekrebozorg.ir)
(تجزیه و تحلیل: نگارندگان)

خلق میدان یا فضای محصور نه به وسیله تسلط یک عنصر یادمانی بر فضا، بلکه توسط هماهنگی عناصر موجود احتمالاً جالب ترین پدیده در دوران رنسانس می باشد. چنین میدان هایی اساساً ماهیتی مسکونی داشتند و تنها ورود وسایل نقلیه متعلق به ساکنین واحد های مربوطه به این فضاها مجاز بود. (پاکزاد، ۱۳۹۷، ۳۴۵) میدان های پلاس دوگا که ابتدا پلاس رویال خوانده می شود و کاونت گاردن لندن (قرن ۱۸) از جمله این میداین بودند که تقریباً در اواخر رنسانس و اوایل دوران باروک شکل گرفتند. (موریس، ۱۳۷۶، ۱۷۵).



تصویر ۱۲- میدان پلاس رویال (kojaro.com)
(تجزیه و تحلیل: نگارندگان)



تصویر ۱۱- میدان پلاس رویال (kojaro.com)
(تجزیه و تحلیل: نگارندگان)

نمایش یک میدان ایده آل که توسط فرانچسکو دی گیور گیو و پیرو دلا فرانچسکا در قرن پانزدهم تهیه شد، گروهی از تک بناهای عظیمی را نشان می دهد که بر روی کرسی‌های خاص خود قرار گرفته اند. پله های متعددی سطح پایینی میدان را با سطح کرسی ها متصل کرده است. (پاکزاد، ۱۳۹۷، ۳۴۳)



تصویر ۱۳- تصویر ایده آل رنسانس از میدان (اصل انسداد گشتالت) (kojaro.com) (تجزیه و تحلیل: نگارندگان)

میدانین دوره رنسانس بر اساس عملکرد ترافیکی به سه دسته تقسیم می شوند:

۱. فضاهای تردد هم برای پیاده ها و هم برای سواره ها مورد استفاده قرار می گرفت.
 ۲. میدانی که برای تأمین دسترسی بوجود آمدند.
 ۳. میدان به عنوان یک فضای پیاده که تردد وسایل چرخدار در آن ممنوع بود.
- این میدان ها تحت تأثیر سه نوع بنا قرار داشتند:

۱. ساختمان های مذهبی و عمومی
۲. ساختمان های مسکونی
۳. بازار و سایر ابنیه تجاری (اصغری، ۱۳۹۶، ۲)

۵-۳- تحلیل کالبدی فضای میدان نقش جهان اصفهان با تأکید بر سبک، هندسه و خصوصیات معماری

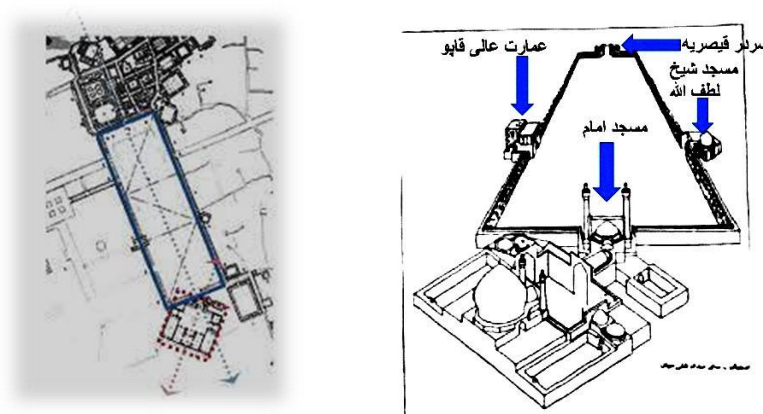
میدان مکانی محصور با عناصری خاص است، که به نوعی مفهوم میانه و محاط را به ذهن متبادر می کند، که البته محل برپایی و یا برگزاری فعالیتی نیز هست. (دهخدا، ۱۳۷۸) از میان عناصر و مفاهیم تعریف کننده میدان جداره و میانه آن مهم ترین ارکان هستند، که علاوه بر تعریف ظاهری و مادی میدان، در تعریف هویت ذهنی (یا معنوی) و غیرمادی آن نیز ایفای نقش می کنند. میانه یا مرکز میدان مفهومی است که در فرهنگ ایرانی اهمیت ویژه ای دارد. مرکز میدانین ایرانی عمدتاً تهی بوده و یا به عناصری مقدس چون آب اختصاص می یافت. در واقع به تبع تفکر تنزیه و ویژگی های فرهنگی، تعبیه عناصر ثابت به ویژه ساخته های انسان (مثل مجسمه) در میانه میدانین رایج نبوده است. (نقی زاده ۱۳۸۵، ۲۴) میانه میدان محل عناصر، طبیعی آب نما و درخت و یا حتی سقاخانه بود. آب یکی از عناصر اصلی در بسیاری میدانین بود. به طور کلی «میدانین فضایی برای مکث و سکون هستند که در قلمرو فضاهای عمومی از دیروز تا امروز، توسعه مفهومی مشابهی یافته اند جداره های میدان نقش جهان، در جبهه شرقی به مسجد شیخ لطف الله، اثر استاد محمدرضا اصفهانی، در ضلع غربی به عمارت عالی قاپو، در ضلع شمال به بازار قیصریه و در ضلع جنوبی به مسجد امام (یکی از بزرگترین مساجد شهر اصفهان)، اثر استاد علی اکبر اصفهانی، اختصاص یافته است. (رضوی نیا، ۱۳۹۷، ۵۶)



تصویر ۱۴ و ۱۵- استفاده از عنصر آب در میدان نقش جهان اصفهان (chamedanmag.com)

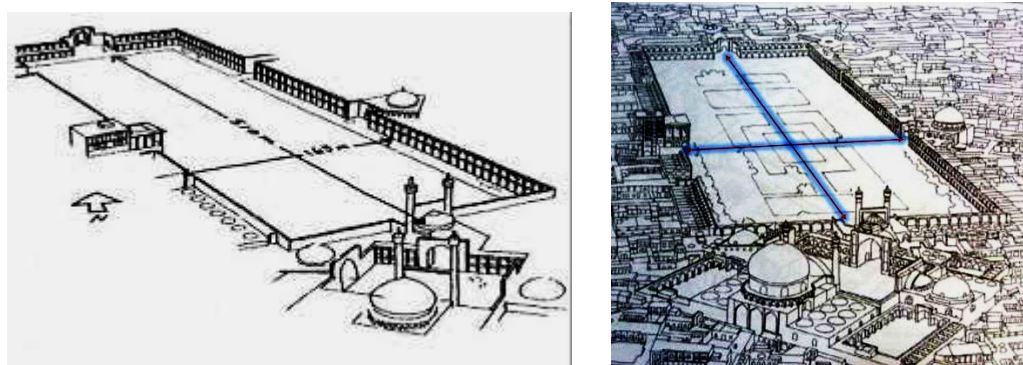
۵-۴- سبک

بارزترین ترکیب کلامی مکتب اصفهان در مجموعه های کالبدی - فضایی به کار گرفته می شود، بر این مبنای هر مجموعه زیستی (شهر و یا روستا) از این پس دارای یک میدان و یا مرکز ثقل خواهد بود. در هر رده ای از سلسله مراتب مکانی، اجتماعی و اقتصادی مجموعه و یا کانون زیستی، این میدان درجه ای است. که دولت صفوی از این طریق خود را به جهان پیرامونی می نماید. عناصر اصلی حکومتی و دیوانی، مذهبی و اقتصادی و... در کناره های آن جای می گیرند. این میدان در عین حال مکان تقاطع گذرهای اصلی و عبوری کانون زیستی نیز می باشد. این مرکز ثقلی که بنا به مورد نام های متفاوت نیز می یابد مکانی است که در آن دولت قاهر صفوی با تسلط تام بر مبانی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی به نظارت بر امور و مراقبت بر اوضاع می نشیند (حبیبی، ۱۳۹۷، ۹۱)



تصویر ۱۶ و ۱۷- میدان نقش جهان اصفهان (chamedanmag.com) (تجزیه و تحلیل: نگارندگان)

در شهرسازی مکتب اصفهان، دو روش طراحی اندامین (ارگانیکی) و خردگرا (راسیونل) در هم می آمیزند و در توافق، هماهنگی و هم نوایی با یکدیگر مفهومی جدید از برنامه ریزی و طراحی فضایی را عرضه می دارند، چنانکه بررسی منابع مکتوب و از این دوره به ویژه در سفرنامه ها نشان می دهد، بسیاری از محلات جدید شهری در خارج از باورهای موجود شهر شکل می گیرند و ضمناً ارتباط بسیار نزدیکی بین مجموعه ی شهر با مجموعه های زیستی پیرامونش برقرار می شود. بارو دیگر نقش دفاعی و محصور و محدود کننده ی مرزهای گسترش شهر را ندارد. (خالصی، ۱۳۹۴: ۹)

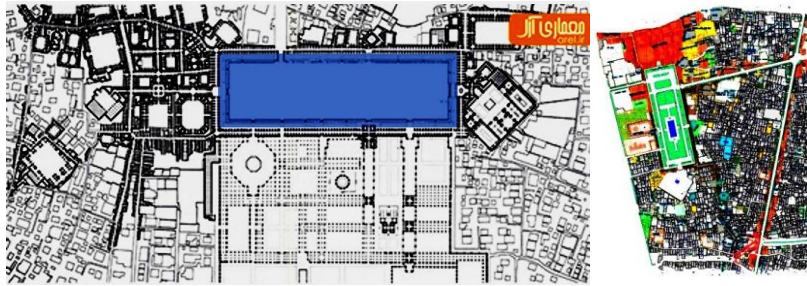


تصویر ۱۸ و ۱۹- محوریت در میدان نقش جهان اصفهان (chamedanmag.com) (تجزیه و تحلیل: نگارندگان)

۵-۵- هندسه

میدان نقش جهان مستطیلی است به عرض ۱۶۵ و طول ۵۱۰ متر، بدنه میدان دو طبقه و به صورت دو ردیف طاق نماست که دور می گردد. در طبقه همکف بدنه میدان عمدتاً یک ردیف دکان قرار دارد. سطح میدان تا دوره پهلوی یکدست بوده، اما گفته می شود در دوره صفوی ردیفی از درختان چنار اطراف میدان را می پوشانده است. (توسلی، ۱۳۹۳، ۲۵) برخی جهت میدان را معلول

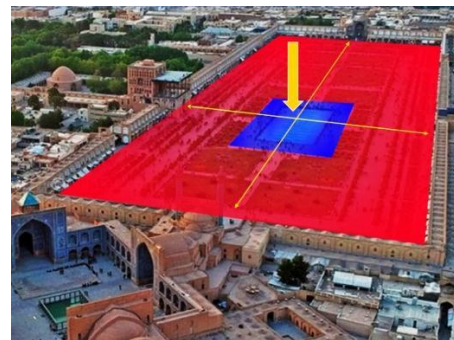
محدودیت‌های نحوه قرارگیری ساختمان‌های موجود در زمان احداث میدان می‌دانند و برخی دیگر بر جهت عبور و مرور در شهر و راسته بازارها و گذرهای حول و حوش میدان، پیش از احداث آن، تأکید می‌کنند. (توسلی، ۱۳۹۳، ۲۵)



تصویر ۲۰ و ۲۱- پلان میدان نقش جهان اصفهان (umeblog.ir) (تجزیه و تحلیل: نگارندگان)

معماری سنتی را می‌توان بسط تم بنیادی دگرگونی دایره با عبور از مثلث و تبدیل شدن به مربع دانست. مربع بارزترین فورم آفرینش، به مثابه زمین، وضعیت قطبی کمیت را نشان می‌دهد، در حالی که دایره، به مثابه آسمان، کیفیت را نشان می‌دهد. ترکیب این دو به وسیله مثلث انجام می‌شود که هر دو جنبه را در خود دارد. مربع زمین بستری است که خرد متعالی بر اساس آن در جهت یکپارچگی دوباره‌ی آن چه زمینی است با دایره‌ی آسمان اقدام می‌کند. مربع، به عنوان نماد تجلی آخرین دنیای خلق شده، با وارونه کردن این تشابه به اولین بر می‌گردد. بنابراین بیت المقدس آسمانی به کیفیات ابدیت و ثباتش به صورت یک دیده می‌شود. «مربع کرده دایره» مربع دیده می‌شود. (کرباسیان، ۱۳۹۴، ۶)

عدد چهار نهایتاً جهان طبیعت را ارائه می‌دهد و گرایش به سوی ماده را عرضه می‌کند. عدد چهار، چهار وجهی بودن بعضی از پدیده‌ها نظیر جهات اصلی جغرافیایی و فصول سال را نشان می‌دهد. تمثیل آن در اشکال مربع است عدد پنج را به منزله شکوفایی یا جوهر حیات می‌شناسند. پنج در طبیعت نیز نقش حیات بخش دارد. مثلاً گل داوودی و گل سرخ مانند همه گیاهانی که میوه خوراکی دارند، پنج گلبرگی است. از این رو عدد پنج نشانه‌هایی از غذای کامل را نزد انسان تداعی می‌کند. پنج ضلعی به منزله نماد زندگی، خاصه زندگی انسان است (لولر، ۱۳۶۸، ۲۰). عدد شش در فرهنگ اسلامی، تعداد ایام خلق کل عالم هستی است. علاوه بر آن، این عدد نماد عالم طبیعت است. چنان که سهروردی در رساله فی حقیقه العشق از آن به عنوان زندان شش جهت یاد می‌کند. در همان رساله در تعبیری شش طناب را به شش جهت نیز اطلاق نموده است. پروفیسور دوناتو، معماری و شهرسازی اسلامی را بر خلاف ظاهر ارگانیک آن، دارای مبانی دقیق هندسی می‌داند. وی با بررسی نقوش هندسی اسلامی از مربع به عنوان نماد جهان به شش ضلعی در گره چینی می‌رسد. (کرباسیان، ۱۳۹۴، ۶)



تصویر ۲۲ و ۲۳- میدان نقش جهان اصفهان (umeblog.ir) (تجزیه و تحلیل: نگارندگان)

نتیجه گیری

با پیدایش دولت صفوی و قدرت یافتن آن در عصر شاه‌عباس کبیر، مکتب اصفهان در شهرسازی به وجود آمد که می‌توان این شیوه را با سبک‌های رایج شهرسازی در اروپای دوران رنسانس مقایسه نمود. سبک معماری و شهرسازی دوران صفوی را در حوزه‌هایی، می‌توان از سبک معماری و شهرسازی اروپا در دوران رنسانس فراتر دانست. زیرا در آن زمان اروپاییان غالباً در پی سازماندهی به شهرهای قرون وسطایی خود بودند. در دوره صفویه، توسعه شهرها و بنای شهرهای جدید، طبق یک طرح جامع مشخص و از پیش مورد مطالعه قرار گرفته، انجام می‌گرفت. میادین دوره رنسانس عمدتاً به صورت میدانی محصور و رواق‌هایی پیرامون آن ساخته می‌شدند. که این محصور بودن، به واسطه هماهنگ بودن عناصر موجود در فضا، انجام می‌پذیرفت. یک میدان

ایده آل از نظر پیرو دلا فرانچسکا، گروهی از تک بناهای عظیمی را که بر روی کرسی های خاص خود قرار گرفته اند، شامل می شد. عدد چهار که در اکثر میادین نمایش داده شده، نماد عالم طبیعت و جهات اصلی جغرافیایی و همچنین فصول چهار گانه سال بودند. میدان نقش جهان اصفهان نیز به صورت چهار گوش طراحی شده است که نشانه ای از عالم طبیعت و جهان هستی را به ذهن متبادر می نمود. میدان نقش جهان اصفهان نیز به میزان قابل توجهی تحت تأثیر فضاهای شهری دوران تاریخی پیش از صفویه بالاخص دوره تیموری در ایران و دوره رنسانس اروپا قرار گرفته است. میادین شهرها در دوره صفوی عمده‌تاً توسط بناها و عناصر ساختمانی مهم حکومتی، مذهبی، اجتماعی و اقتصادی محصور شده اند. و مهم تر از آن، اینست که در این فضاهای شهری، فضای میانی و مرکز میدان واجد اهمیت زیاد مبتنی بر اندیشه و فرهنگ دیرینه ایرانی بوده است.

جدول ۲- مقایسه میدان نقش جهان اصفهان با میادین دوره رنسانس اروپا بر مبنای ویژگی‌های کالبدی شهری

ردیف	نام میدان	هندسه چهار گوش	محور های عمود برهم	نشانه شهری	اصل انسداد گشتالت	مرکز گرایی	چهار بخش سازی	محسوریت	دیواره با عناصر تکرار پذیر یا مدولار	وجود معماری شاخص در حاشیه میدان
۱	نقش جهان اصفهان	دارد	دارد	ندارد	دارد	دارد	دارد	دارد	دارد	دارد
۲	دوکاله و یگه وانو	دارد	دارد	دارد	دارد	دارد	دارد	دارد	دارد	دارد
۳	روپال پلاس	دارد	دارد	دارد	دارد	دارد	دارد	دارد	دارد	ندارد
۴	پلازا د آرماس	ندارد	دارد	ندارد	ندارد	دارد	ندارد	ندارد	ندارد	دارد

منابع

۱. شفیعی، الهام، ۱۳۹۴، بررسی سیر تحول میادین در سه دوره صفوی، قاجار و پهلوی با نگرش های تاریخی - تکاملی و شکلی (سبک اصفهان و تهران)، کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در عمران، معماری و شهرسازی، تهران، مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما.
۲. توسلی، محمود، بنیادی، ناصر، ۱۳۹۳، طراحی فضای شهری فضای شهری و جایگاه آن ها در زندگی و سیمای شهری، انتشارات شهیدی .
۳. دهخدا، علی اکبر، ۱۳۷۸، لغت نامه دهخدا، انتشارات دانشگاه تهران.
۴. شبیری، الهام، سعیدی، مهدی، مقایسه مکتب شهرسازی اصفهان با رنسانس در اروپا، نشریه معماری و شهرسازی اسلامی
۵. پیرنیا محمد کریم، ۱۳۶۹، شیوه های معماری ایرانی، تدوین غلامحسین معاریان، موسسه نشر هنر اسلامی.
۶. پاکزاد جهان شاه، ۱۳۹۷، تاریخ شهر و شهرنشینی در اروپا از آغاز تا انقلاب صنعتی، تهران، انتشارات آرمان شهر.
۷. حبیبی محسن، ۱۳۹۷، از شار تا شهر، تهران، انتشارات دانشگاه تهران،
۸. مهجور، فیروز، ۱۳۷۸، ویژگی های شهرسازی در شهرهای دوره صفویه، پژوهش های جغرافیایی، شماره ۳۶
۹. خالصی، مرضیه، ۱۳۹۴، جایگاه میدان نقش جهان و توپخانه در توسعه بافت شهر های اصفهان عصر صفوی و تهران عصر قاجاری، همایش ملی بافت های فرسوده و تاریخی شهری : چالش ها و راهکار ها، دانشگاه کاشان، ۱۳۹۴
۱۰. رضوی نیا، محمد حسین، ۱۳۹۶، بررسی نشانه شناختی مکتب اصفهان در شهرسازی و معماری، نشریه مدیریت شهری، شماره ۵۰
۱۱. دی . کی . چینگ، فرانسیس، ۱۳۹۴، معماری فرم، فضا و نظم، ترجمه زهره قراگزلو، موسسه انتشارات دانشگاه تهران
۱۲. دی . کی . چینگ، فرانسیس، ۱۳۸۹، تاریخ معماری جهان، ترجمه محمد رضا افضلی، انتشارات تفکر معماری
۱۳. وتکین، دیوید، ۱۳۹۰، تاریخ معماری غرب، ترجمه محمد تقی فرامرز، انتشارات کاوش پرداز
۱۴. (۱۴) نقی زاده، محمد، ۱۳۸۵، تأملی در روند دگرگونی میدان در شهرهای ایرانی، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۵
۱۵. موریس، جیمز، ۱۳۷۶، تاریخ شکل شهر، ترجمه راضیه رضازاده، انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.
۱۶. اصغری، حجت، ۱۳۹۶، بررسی تحلیلی معیارهای زیبایی شناختی میادین شهری دوره رنسانس، کنفرانس بین المللی عمران، معماری و شهر سازی ایران معاصر، تهران
۱۷. کمپفر، انگلبرت، ۱۳۶۳، سفرنامه کمپفر. ترجمه کیکاووس جهانداری، تهران، شرکت سهامی انتشارات خوارزمی.

۱۸. بانی مسعود، امیر، ۱۳۹۰، معماری غرب ریشه‌ها و مفاهیم، تهران، نشر هنر معماری قرن.
۱۹. احمدی، حسن، ۱۳۹۷، تحلیل تطبیقی آموزه‌های نظام شهرسازی دوره صفویه در ایران با نظام شهرسازی دوره رنسانس در اروپا، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات برنامه ریزی - سکونت گاه‌های انسانی، دوره ۱۳، شماره ۴
۲۰. کرباسیان، گل آرا، ۱۳۹۴، ترکیب فرم‌های مربع و دایره، کهن الگوی پایه در معماری ایرانی (مساجد صفوی اصفهان)، کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در عمران، معماری و شهرسازی، مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما
۲۱. لولر، رابرت، ۱۳۱۰، هندسه مقدس، ترجمه: معیری، هاید، مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی، تهران.

پراگماتیسم در طراحی شهری انسان محور و دموکراتیک

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۱۵

کد مقاله: ۷۰۷۶۶

سید محمد هاشمی^۱، فرید گنجعلی^{۲*}

چکیده

با توجه به آن که در ۳۰ سال گذشته طراحی شهری به عنوان یک رشته جداگانه ظهور کرد با رشته هایی مانند جامعه شناسی، معماری و برنامه ریزی عجین شد، از این رو در حل مسائل شهری سیاست های متعددی لحاظ گردید و در بسیاری از طرح ها و برنامه ها که بر فضای شهری اعمال می گردد. تعداد اندکی فضای شهری مورد استفاده مردم ایجاد میشود که اکثراً شکست خورده هستند، آنچه ضرورت تحقیق را در این عرصه پی داشت، دخل و تصرف فضای شهری و طراحی صد در صدی است یعنی طراحی با شناخت اندک و بدون در نظر گرفتن عوامل فرهنگی و.. و مشارکت و طراحی کامل ایجاد می شود بدین صورت هدف ارائه یک زبان الگو طراحی با رویکرد پراگماتیسم برای فضای شهری انسان محور است از این رو با توجه به این که پراگماتیسم از علم فلسفه بر آمده و میتوان آن را ربط داد بر طراحی شهری به امید آن که با استفاده از این علم رویکرد تازه در طراحی شهری و ارائه کاربرست و طراحی با این نظریه از اشتباهات گذشته در طراحی جلوگیری کرد.

واژگان کلیدی: پراگماتیسم، فضای انسان محور، محیط دموکراتیک، فضای شهری

۱- کارشناسی ارشد طراحی شهری دانشگاه فردوسی مشهد

۲- کارشناسی ارشد طراحی شهری دانشگاه فردوسی مشهد (نویسنده مسئول)، farid.ganjeali@mail.um.ac.ir

۱- مقدمه

در سال‌های اخیر رویکرد ها و نظریات مختلفی در طراحی شهری وارد شده که هر کدام کاربست و چهارچوب خود را جهت بهبود طراحی فضای شهری ارائه می دهند اما در اواخر قرن ۱۹ یک روش فلسفی به نام پراگماتیسم در آمریکا توسط ویلیام جیمز، جان دیویی و... به ظهور رسید که این فلسفه در جهت مقابله با سنت‌های گذشته به پا خواست و از روش‌های عقل‌گرایانه و بالا بردن رشد و ترقی انسان استفاده میکند، از این رو پراگماتیسم در جهت بهبود فضای شهری به منظور بالا بردن تعاملات اجتماعی استفاده میکند زیرا در این نظریه نقش طراح شهری یک نقش محرک است یعنی طرح در شهر حضور دارد و در فضا زندگی میکند و وظیفه آن کشف رازهای پنهان فضا است و از سویی تبدیل زبان غیر تخصصی میدم به زبان تخصصی طراحی شهر سازی هم از وظایف طراح شهری در این نظریه است.

هنگامی که طراحی در فضای شهری اتفاق می افتد باید نتیجه را در ارتقای سلامت، امنیت و حضور شهروندان در استفاده از آن فضا جست و جو کرد، اطمینان از این که راه‌های گوناگون برای دریافت اطلاعات و فعالیت‌ها برای کلیه بخش‌های گوناگون جامعه در فضا شهری به وجود آمده است بسیار مهم و ضروری است، از این رو باید محیط و فضای شهری برای همگان بدون توجه به جنسیت، توانایی‌ها، سن و... قابل دستیابی باشد.

یکی از رسالت طراحی شهری در سال‌های اخیر میتوان نام برد دموکراتیک بودن فضای شهری نام برد، در فضای شهری دموکراتیک کوشیده میشود نابرابری‌های اجتماعی و نابرابری‌های جسمی نادیده گرفته شود و انسان‌ها با هر در آمدی و با هر توانایی جسمی و برا هر فرهنگی در فضا حضور یابند و از فضا لذت ببرند و عدالت اجتماعی در فضا اهمیت پیدا کند و همه شهروندان از فضا سهم یکسانی ببرند از این رو مشارکت فعال گروه‌های مختلف در تهیه طرح کمک شایانی به این موضوع خواهد کرد.

امروزه اهمیت مکان و فضا از بنا و حتی حمل و نقل بیشتر است، بیتوجهی به این موضوع سبب ارائه راه حل نامناسب برای طراحی فضای شهری میشود که پاسخ مناسبی برای نیازهای شهروندان نخواهد بود و باید در پی فضایی بود که پیاده در آن فضا بیشتر از سواره باشد و نکته مهم برای فضاهای جاذب برای شهروندان ایجاد حس مطلوبیت و راحت بودن چه جسمی چه روانی در فضا است از این رو پراگماتیسم به کشف حقایق میپردازد و دیدگاه عملگرایانه دارد و باعث ایجاد فضایی میشود که مردم در آن حضور دارد چرا که خود مردم آن را ایجاد کرده اند.

۲- ریشه سابقه و بنیان‌های نظری نهضت پراگماتیسم

پراگماتیسم برگرفته از کلمه یونانی pragma به معنی عمل بوده و کاربست فلسفه پراگماتیسم را شکیل می دهد. که اولین بار قرن نوزده در ایالات متحده مطرح شد (Pansiri 2005)، در ابتدا منظور از به کارگیری این واژه رسیدن به روشی برای حل کردن مسائل عقلی بود اما به تدریج معنای این واژه تغییر کرده و مفاهیم تازه‌ای در آن به وجود آمد. پراگماتیسم به عنوان یک پارادایم تحقیقاتی، بنیان فلسفی خود را از تفکرات تاریخی به دست آورده است و در تحکیم مبانی خود از روش‌های مختلفی استقبال می کند. (Maxcy 2003) اندیشه‌های پراگماتیسم در قرن بیستم با نام نئوپراگماتیسم یا پراگماتیسم زبانی توسط ریچارد روتی، هیلاری پاتنام، دونالد دیویدسون، ویلارد وان اورمان کوپین، استنلی فیش و سایر پژوهشگران ادامه یافت. (Rorty, 1967)

اصطلاح پراگماتیسم برای اولین بار توسط پیرز به عنوان روش پژوهش یا اندیشه ورزی مطرح شد در واقع هدف او دست یابی به راه حلی برای حل مسائل عقلی بود. جیمز توجه فلسفه را به این مکتب جلب کرد و آن را تکامل داد. دیویی در تحکیم مبانی پراگماتیسم نقش داشت و آن را در ابعاد اجتماعی و فرهنگی بسط داد. همچنین در حوزه معماری نیز مطالعاتی شکل گرفته که می توان به پژوهش دونالد شون در مورد فرایند طراحی معماری اشاره کرد. (Schon, 1999)

در واقع می توان گفت ایده‌های پراگماتیستی از یک جهت متوجه نقد و ارزیابی مفاهیم و مقولات فلاسفه‌ای همچون ارسطو و افلاطون است و از سوی دیگر به کاربردی و سودمند بودن نظریات در عمل می پردازد در نتیجه می توان گفت، یکی از دیدگاه‌های اصلی پراگماتیست این امر است که یک نظریه زمانی موثر و کارا است که در عمل نتایج موردنظر و مطلوبی را به همراه داشته باشد. در روش‌های پراگماتیسمی مطلقاً هیچ چیز جدیدی وجود نداشته و در واقع بیانگر رویکرد تجربه‌گرایانه می باشد به این معنا که فعالیت‌های انسانی هیچگاه نمی توانند از تجارب گذشته جدا شوند و همواره هر فعالیتی با تجارب گذشته در ارتباط است. بنابراین اندیشه‌های انسانی ذاتاً با عمل پیوند دارند. اقداماتی که مردم انجام می دهند پایه در نتایج احتمالی عمل داشته و مردم از نتایج اقدامات خود برای پیش بینی عواقب اقدامات مشابه که در آینده انجام می دهند استفاده می کنند. موضوعی که همواره به بحث بین اندیشمندان حاضر در فلسفه پراگماتیسم تبدیل شده، معنای اعمال و اعتقادات انسانی است که ریشه در نتایج فعالیت انسان دارد. اهرم‌ها و فشارهای خارجی امکان تغییر در اعمال و رفتار انسانی را ایجاد نمی کنند بلکه انسان با بهره‌گیری

از عقل و اعمال خود به شکل دهی تجارب می پردازند. پراگماتیسم ها بر این باورند که واقعیت ثابت نیست بلکه در هر مرحله از رویداد ها و وقایع تغییر می کند. به همین ترتیب، جهان نیز هیچگاه ثابت نیست و از طریق اعمال تغییر می کند. در واقع این عمل است که راه تغییر را به وجود آورده است. بنابراین می توان گفت عمل نقش محوری را در فلسفه پراگماتیسم دارد. (Goldkuhl, 2012; Maxcy, 2003; Morgan, 2014a)

در واقع اندیشمندان پراگماتیسم بر این باورند که امکان تجربه یک موقعیت برای دوبار وجود ندارد. اعمال به جهان بینی انسان بستگی دارد که از نظر اجتماعی باور های مشترکی دارند. اندیشمندان پراگماتیسم بر این باورند که هیچ دو انسانی وجود ندارند که تجارب یکسانی با یک دیگر داشته باشند. در نتیجه نوع نگاه آن ها به جهان و محیط پیرامونی آن ها با یک یگر متفاوت است ولی با اینحال همواره درجات مختلفی از تجربیات مشترک بین هردو نفر وجود دارد که منجر به تفاوت می شود. همچنین احتمال عمل مشابه در یک موقعیت یکسان و تعیین تکلیف معانی مشابه نتایج این اقدامات به میزان اعتقاد مشترک بین افراد در یک شرایط خاص بستگی دارد. بنابراین، نوع بینش به جهان می تواند به صورت جداگانه منحصر به فرد و از نظر اجتماعی مشترک باشد. (Morgan, 2014a)

۳- مفهوم پراگماتیسم

به عنوان یک پارادایم تحقیقاتی، پراگماتیسم بر پایه هدفی است که محققان برای رسیدن به بهترین نتیجه ممکن از این رویکرد روش شناختی و فلسفی در حل مسائل استفاده می کنند. (Tashakkori & Teddlie, 1998) در هرفرآیند تحقیقاتی زمانی که بیشتر تمرکز بر روی نتایج یا سوالات پژوهش است این نظریه و پارادایم اغلب با سایر روش ها ترکیب شده یا به صورت یک روش چندعملکردی مورد استفاده قرار می گیرد و گاهی ممکن است به شیوه های رسمی و غیررسمی در فرآیند تحقیقاتی مورد استفاده قرار بگیرد. (Biesta, 2010; Creswell & Plano Clark, 2011; Johnson & Onwuegbuzie, 2004; Maxcy, 2003; Morgan, 2014a; Tashakkori & Teddlie, 1998)

اندیشمندان حاضر در این مکتب این تصور را که علوم اجتماعی می توانند صرفا با استفاده از یک روش علمی به واقعیت دست پیدا کند را رد می کنند. (Maxcy, 2003). محققان حاضر در فلسفه پراگماتیسم، بر این باورند، همواره حقیقتی عینی وجود دارد که در محیط وجود داشته و خارج از تجربیات انسانی بوده و تنها از طریق تجربه انسانی امکان درک آن وجود دارد. (Goles & Hirschheim, 2000; Morgan, 2014a; Tashakkori & Teddlie, 1998). در واقع پایه اصلی تفکرات پراگماتیسم بر پایه دانش و واقعیتی است که ریشه در باور ها و عادات اجتماعی دارد. (Yefimov & Vladimir, 2004) اندیشمندان پراگماتیسم در این بحث می کنند که چگونه می توان واقعیت را یکبار برای همیشه تعیین کرد. (Pansiri, 2005)

دیدگاه آن ها به واقعیت همچون مفهوم هنجاری بوده و همانگونه که آن واقعیت خود را بروز می دهد آن را حفظ می کنند. بنابراین آن ها بر این باورند که نمی توان دانش را تنها از طریق باورها، عادات و تجارب که بر پایه احتمالات شکل گرفته درک کرد. (Howe, 1988) نظریه پراگماتیسم معتقد است واقعیت زمانی صحیح است که به انسان در ایجاد ارتباط رضایتمند با سایر تجربیات خود کمک کند. یعنی حقیقت باید همچون رابطه نتایج مطلوب و محسوس با اعمالی که از عقاید مبین ناشی می شود در نظر گرفته شود. حقیقت را می توان پدیده ای در نظر گرفت که تصورات انسان را در ایجاد رابطه های مطلوب با دیگر قسمت های تجربیات او کمک کند. هر نظری که باعث شود انسان رضایت مندانه در تجربیات خود حرکت کند، چیزها را به شکلی مطلوب در ارتباط با یک دیگر قرار دهد، تضمین شده باشد، امور را تسهیل کند و در نیروی کار صرفه جویی ایجاد کند، به همان نسبت و به گونه ای کاربردی حقیقی است. گزاره اخیر به صورت کاملا روشن ملاک حقیقی بودن یک نظریه را بهره عملی آن به صورت رضایت بخش می داند که در اشکال ساده و تجارب مرتبط می توان مشاهده کرد. (James, 2000)

۴- نقش پراگماتیسم در زمینه های فرهنگی و اجتماعی

پراگماتیسم و علوم اجتماعی از زمان ظهور تا حدودی به یک دیگر پیوند خورده اند. دلیل این موضوع این است که هر دو رویکردی هستند که در اواخر قرن نوزده در پاسخ به مسائل و معضلات موجود در دوران گذشته شکل گرفته اند. (Ogien, 2014) این دو فلسفه شناختن جهان را در تجارب و اعمال دانسته و هر دو این اصل را ارائه می کنند که عمل آشکار در ترکیب با تامل برای بدست آوردن دانش ضروری است و عقاید، مفاهیم و نظریه های ما فقط توسط اعمال منطقی ما از طریق مشاهدات و تحلیل نتایج ما قابل آزمایش هستند. در پراگماتیسم، عواقب و نتایج سود یا منفعتی نداشته بلکه همچون آزمونی محوری از معرفت و مباحث متافیزیکی می باشند همچنین عواقب حاصل شده از اعمال بیشتر در ارتباط با پیشینیان می باشد در نتیجه پراگماتیسم از ارزش های حرفه ممدکاری اجتماعی حمایت می کند. در واقع پراگماتیسم همواره بر روی آینده تمرکز دارد. (Haight & Bidwell, 2016; Hothersall, 2019) این موضوع خود را در بدنه پژوهش های شکل گرفته توسط مادر فعالیت های

اجتماعی یعنی جین اداامز و جان دیوی در عصر معاصر بروز داد. جین اداامز از جمله حامیان فعالیت های اجتماعی در قرن معاصر بوده که از اندیشه های پراگماتیسم در پژوهش های خود استفاده کرد. محور کارهای اداامز، دموکراسی، آزادی و برابری بود او عدالت اجتماعی را وارد فلسفه پراگماتیسم کرد. حامیان او عقیده دارند که اندیشمندان باید در جهت به حداکثر رساندن و ارتقای سطح رفاه انسان باشند. (Haight and Bidwell 2016; Hothersall 2019; Rosiek and Pratt 2013; Shields 2017) و همواره باید در جهت ایجاد ارتباطی بین فلسفه پراگماتیسم با اهداف حاصل فعالیت های اجتماعی تلاش کرد. به طور کلی، هردوی فلسفه پراگماتیسم و اجتماعی به بررسی و حل معضلات اجتماعی می پردازند و هردو دیدگاه انسان را در فرایند پژوهش خود دخیل می کنند. (Schilling, 1997) هر فرد در محیط همواره دیدگاه و نظری را ارائه می کند که سایر افراد از درک آن عاجز هستند زیرا در یک محیط این احتمال وجود دارد که هر کس به جنبه های مختلفی از محیط توجه کند. در نتیجه می توان گفت، توجه به فرد و افراد حاضر در محیط اساس پژوهش های پراگماتیسم و فعالیت های اجتماعی را تشکیل می دهد. (Gray, Mel et al., 2013) توجه به فرد که یکی از اصل های پراگماتیسم می باشد را می توان در پژوهش های دیوی مشاهده کرد. دیدگاه ارگانیسم در محیط، که به انسان به عنوان ارگانیسم و دانش به وجود آمده نظر دارد از سازگاری فعال ارگانیسم با محیط های مختلف آن، نظیر محیط جغرافیایی، بیولوژیکی، اجتماعی و سیاسی و فرهنگی به وجود آمده است. این موضوع در ارتباط با رشته طراحی شهری نیز مرتبط است. همواره در هر فرایند طراحی لزوم توجه به نظر استفاده کنندگان و کاربران فضا از جمله موضوعات محوری در طراحی شهری امروزی باشد. تمرکز پراگماتیسم بر توانایی انسان برای یادگیری، تعقل و ایجاد انتخاب در محیط های خود برای پاسخ، تعامل، تطبیق، اصلاح و شکل گیری مجدد محیط است. این فرایند ها همواره ثابت، پویا و مداوم می باشند. (Koenig et al., 2019) پراگماتیسم اصطلاحی است که دو مفهوم ۱- وابسته به مردم و ۲- فلسفه ای بودن را با هم دارد، که محبوبیت آن نیز به شمار می رود. مفهوم وابسته به مردم بدین منظور که پراگماتیسم، فلسفه ای است که زمان و مکان در آن دارای اهمیت بوده و مردم را در زمان و مکان خاص خود مورد توجه قرار می دهد. علاوه بر این علوم اجتماعی به عنوان یک پژوهش تمرکز ویژه ای بر شخص در محیط دارد بنابراین در پژوهش های علوم اجتماعی همواره تمرکز بر شناخت انسان و درک محیط زندگی شان دارای اهمیت است. (Zapf, 2010) با این حال، در علوم اجتماعی انتظار نمی رود که تمرکز اصلی بر روی روانشناسی، محیط یا ساختار های اجتماعی باشد در واقع هدف اصلی این علوم ایجاد ارتباط بین مردم و محیط است. (Heinonen & Spearman, 2015) علاوه بر این، پراگماتیسم بر پایه تجربه، چارچوبی عمل محور ارائه می دهد که به موجب هدف پژوهش به ما در چگونگی پاسخ گویی به حل مسائل شکل گرفته ناشی از تجارب و شناخت کاربردی جهان کمک می کند. (Hothersall, 2019) بنابراین، درک عملگرایانه ممکن است بیشتی نظری برای پژوهش های اجتماعی ایجاد کند. (Koenig et al. 2019) پراگماتیسم ریشه در فرهنگ نیز دارد. به طور کلی اگر اندیشمندان به فرهنگ همچون ارزش اساسی و غیر قابل حذف از زندگی بشر توجه کنند. با توجه بر اینکه فلسفه خود پدیده ای تاریخی است که محصول فرهنگ بوده است می توان گفت، با هر تغییرات کلی در فرهنگ، پایه های فلسفه نیز تغییر می کند. همواره، مشکلات، ارزش ها، اصطلاحات و سبک ها منعکس کننده فرهنگی است که آن ها را شکل داده است. حتی ابتدایی ترین مفاهیم همچون حقیقت، دانش، واقعیت، معنا و هویت می توانند از فرهنگ استخراج شوند. اهمیت انضمامی آن ها فقط از طریق اعمال متنوع فرهنگ است که شکل می گیرد (Shusterman, 2010). در فلسفه پراگماتیسم همواره به عدالت اجتماعی توجه وجود داشته است (Morgan, 2014b) اندیشمندان حاضر در پراگماتیسم همواره دید عمیقی نسبت به عدالت داشته و از رنج مردم آگاهی دارند و به دنبال ایجاد نهاد های برای عدالت هستند. آن ها همواره به دنبال رسیدن به فرهنگی قابل و بدون تبعیض بوده که برابری را بین مردم ایجاد کند. (Dieleman et al., 2017)

۵- نقش پراگماتیسم در طراحی شهری دموکراتیک

هدف از پژوهش شکل گرفته بررسی نقش فلسفه پراگماتسم در طراحی شهری دموکراتیک می باشد. موضوعی که امروزه غالباً در کشور های در حال توسعه مورد توجه می باشد. به طور کلی، اگر به فلسفه پراگماتیسم به عنوان یک روش طراحی نگاه کرد می توان گفت، پراگماتیسم یک روش کاملاً مسلح و مبارزه طلب می باشد اما همواره در ابتدا در انتظار یک نتیجه خاص نبوده و اصول خاصی ندارد. بلکه در راستای چارچوب تعیین شده فعالیت می کند که این موضوع کاملاً در ارتباط با کار طراحی شهری قرار می گیرد. امروزه بسیاری از نظریه های برنامه ریزی برداشتی عملگرایانه از فعالیت های طراحان دارند. بعد از بررسی دیدگاه های پیشین و انتقادات ساختاری و تاریخی که به دیدگاه مارکسیست شکل گرفت، این نظریه ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. (Hoch, 1984b) از نظر برخی از برنامه ریزان شهری نظیر دیویدوف، طراحان شهر همواره باید از منافع افراد ناتوان در جامعه دفاع کنند. فارستر از دیدگاه نظریه انتقادی هابرماس در بررسی محدودیت های ایجاد شده برای برنامه ریزان در امر برنامه ریزی استفاده کرد. در حالی که دی نئویل با استفاده از دیدگاه پراگماتیسم بسیاری از نقد های شکل گرفته به برنامه ریزی و طراحی

شهری را رد کرد و با استفاده از رویکرد پراگماتیسم در شهرسازی به دنبال ایجاد یک تجربه کارآمد و توانا در امر راهنمایی برای برنامه ریزان و طراحان شهری بود. در واقع پذیرش این رویکرد ها در شهرسازی همچون امر طبابت مستلزم تمرین برنامه ریزان برای کسب مهارت های جدید است. (Susskind & Ozawa, 1984) علاوه بر این آگاهی از اقدامات سیاسی و از اطلاعات جمع آوری شده یا هدایت شده توسط گروه های قدرت (Forester, 1984) و نقش غیر قابل انکار فرایند های سیاسی در توزیع منابع ناشی مسائل موجود در جامعه از عوامل حائز اهمیت در فرایند برنامه ریزی و طراحی با استفاده از رویکرد پراگماتیسم می باشد. (Forester, 1984; Hoch, 1984b)

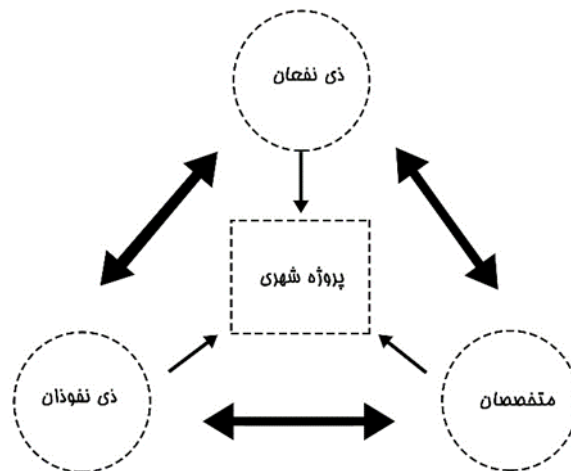
در سال ۱۹۸۴، هوک به تلاش برای یکپارچه سازی مجدد تئوری های برنامه ریزی و چگونگی انطباق یافتن تئوری های رویه ای با ایده های مفهومی پراگماتیسم که ناشی شده از نظریه های جان دیوی و برگرفته از برداشت عملی از اعمال انسان بوده را به منظور ایجاد رضایت عمل برای برنامه ریز پرداخت. هوک ایده های پراگماتیسم دیوی را به سه اصل دسته بندی کرد. ۱- تعریف مسئله به خودی خود نوعی تجربه است. همواره در زندگی روزمره تلاش برای ایجاد تغییرات برای وضعیت آینده بر پایه تجربیات گذشته شکل می گیرد و ریشه در استدلال استقرایی و قیاسی ندارد. بنابراین، وجود یک مسئله در زمان حال و راه حلی که برای آینده آن در نظر گرفته می شود هر دو برگرفته از تجربه است. ۲- طرح ریزی برای حل یک مسئله نوعی فرایند عملگرایانه است. از نظر هوک حقیقت زمانی آشکار می شود که یک ایده که می تواند یک گزینه طراحی، فرضیه و طرح در حل آن مسئله موفقیت آمیز باشد. (Hoch, 1984b) ۳- اجرای طرح خود نیز نوعی مشارکت دموکراتیک است. در اینجا بین برنامه ریزی و جوامع برنامه ریزی شده تفاوت وجود دارد. جوامع سوسیالیست موجود در شرق اروپا همواره بیان کننده جوامع برنامه ریزی شده هستند. این جوامع متمرکز، غیر دموکراتیک هستند و به یک دولت اقتدارگرا، تحمیلی، برنامه ریزی سلسله مراتبی برای تحقق آن نیاز دارند. در مقابل در برنامه ریزی جوامع مستلزم رویکرد تعاملی می باشد. (Friedmann, 1973) در این جوامع اعمال مبتکرانه و پیشنهادات ارائه شده از طریق مشارکت و بحث بین افراد حاضر در جامعه از زمینه های تجربی و عملگرایانه تولید می شود. هوک با دو نکته مهم بحث خود را با مباحث دیوی که مبتنی بر دو اصل (بهترین را انجام دادن) و (درست انجام دادن) است مرتبط می سازد. ۱- با پیوند دادن اهداف پیشرفت انسان و فرایند آموزش، نادیده گرفتن قدرت های سیاسی و محدودیت های نهادی در آموزش و ۲- دیوی بر این باور است که آموزش اساس روان انسانی است که هنوز ضرورت را در یک زمینه مشخص برای اعتماد متقابل کشف نکرده و آن را تسهیل می سازد. هوک بر این باور است که هر سه اصل گفته شده نه تنها ناشی از فشار های وارد شده خارجی نیست بلکه بیشتر بر پایه سیاست های ارائه شده هدایت می شود. (Hoch, 1984b)

به طور کلی پراگماتیسم ها به موضوع مشارکت توجه داشته و آن را با همبستگی و تعامل بین افراد حاضر در جامعه که طراحی برای آن ها شکل می گیرد امکانپذیر می دانند. این همبستگی و پیوستگی میان کاربران است که نه تنها سبب نزدیک شدن آنها به یکدیگر بلکه منجر به شکل گیری اعمال همکارانه می شود. در واقع می توان گفت، که برای اندیشمندان پراگماتیسم، همبستگی، چیزی که در طبیعت انسانی شناخته شود و یا در عناصر جهانی توسط انسان یافت می شود، نیست، بلکه همواره منتج شده از همکاری، مشارکت، دموکراسی و تجربه مشترک بین ذی نفعان حاضر در جامعه می باشد. همچنین یکی از اصول شاخص در دیدگاه های پراگماتیسم که همواره مورد توجه قرار می گیرد تطابق یافتن با زمان و مکان می باشد. به این معنا که همواره با در یک مکان خاص با در نظر گیری زمان به مشارکت با یکدیگر پرداخته تا به هدف نهایی که بهترین نتیجه است برسند. (نیکخو، ۱۳۹۴)

۶- پراگماتیسم و فضا های انسان محور

طراحی شهری با در نظرگیری بستر فعالیت های ان یعنی فضا و محیط شهری به عنوان هنر کیفیت بخشی به محیط های جمعی، قصد دارد با در نظرگیری ویژگی های اجتماعی، قومی و تاریخی کاربران و مقتضیات ساختاری و کالبدی شهر، فضای شهری را در اختیار مردم قرار دهد و از این طریق علاوه بر تأمین نیازهای همچون آسایش و رفاه شهروندان، نیازهای عاطفی و روانی آنها را تأمین سازد. در واقع هدف اصلی در طراحی شهری، طراحی به منظور بهبود کیفیت محیط زندگی مردمی است که در آن شهر یا بافت سکونت دارند. در هر فرایند طراحی شهری، طراحی مردمی نیز در صورتی قابلیت تحقق دارد که شرایط لازم جهت مشارکت مردم، مسئولین و متخصصین در فرایند تصمیم گیری فراهم شود. اما متأسفانه در حوزه طراحی شهری به طور معمول خواسته های مردم چندان مورد توجه قرار نمی گیرد و بیشتر مردم حکم ناظر و مشاهده گر را در پروژه های طراحی شهری دارند و طراحان و برنامه ریزان بدون در نظر گرفتن نظرات کاربران برای آنها تصمیم گیری می کنند. (بحرینی، ۱۳۸۹؛ آقایی، رضائی پور، احدی و عبدی، ۱۳۹۲) در نتیجه توجه به ذی نفعان از جمله موضوعات حائز اهمیت در فرایند طراحی شهری می باشد. همانطور که جب برومان در کتاب خوش امید به انقلاب شهری آینده برنامه ریزی دموکراتیک را شرح داد و این پیشنهاد را ارائه کرد که همواره باید این امکان وجود داشته باشد تا کنشگران در فرایند طراحی درگیر شوند و با یک دیگر همکاری کنند، بسازند و به آورده

خود حکمرانی کنند. او این نوع برنامه شهری را سیستم شهری نامید که اساس آن بر پایه مشارکت بین ساکنان، رهبران، ذی نفوذان، توسعه دهندگان و متخصصان می باشد. (Johnson & Onwuegbuzie, 2004)



نمودار ۱- چرخه عوامل تاثیر گذار بر طراحی پراگماتیسم

۷- تهیه طرح بر پایه تفکرات پراگماتیسم

طراحان شهری در کار خود برای رسیدن به عمل طراحی، برنامه ریزی انجام می دهند. در واقع این برنامه ریزی شکل گرفته ناشی از گفت و گو و مصاحبه ها می باشد. همچنین، طراح با تهیه طرح و با بررسی اینکه چگونه دیگران در یک زمینه خاص با مسائل رو به رو می شوند، نحوه پیشبینی و مقابله با مسائل را آموزش می بینند. (Hoch, 1984a) علاوه بر این، گنجاندن طیف گسترده ای از ارزش ها سبب می شود جزئیات زمینه ای و روایات مربوطه، گفت و گو، دیدگاه های مفیدی در ارتباط با معنی طرح و انگیزه طراح ارائه دهند. با تهیه طرح ها، همزمان مورد انتخاب قرار می گیرند که چگونه به مسائل توسعه شهری حاضر پاسخگو هستن. تمام این طرح ها، ناقص هستند، این طرح ها تهیه شده و دائما در آن ها فرایند پیشبینی صورت گرفته و ارزیابی می شوند و آن ارزیابی قضاوت می شود. نتیجه شکل گرفته در ابعاد مختلف در محل مورد بازبینی قرار می گیرد. در نهایت طرح شکل گرفته با در نظرگیری علایق و سلیقه افراد تهیه شده و به آن ها وابسته است. (نیکخو، ۱۳۹۴)

از نظر هوچ، در طرح های شهری بر یک یا چند رویکرد خاص جهت گیری شکل می گیرد و این جهت گیری ها به منظور تبیین نحوه روابط شهری پیچیده درون یک شرح و تفسیر مفید و قابل درک، سازماندهی شوند قرار گرفته و طرح ها را ارائه می کنند. که عبارت است از:

پروتکل: اتخاذ قراردادها و قوانین موجود ترویج داده شده توسط مراجع ذی صلاح

سوابق گذشته: ساخت یک طرح ممکن است بر روی ایده ها و اعمال برنامه های قبلی شکل بگیرد.

نمونه اولیه: ساخت یک طرح ممکن است راههای جدید تخیلی و خلاق را برای آسان کردن پیچیدگی ها معرفی کند.

سیاست: ساخت طرح ممکن است از اداب و رسوم رسمی و غیر رسمی همچون راهنما در عمل خود بهره گیرد.

(Hoch 2009)

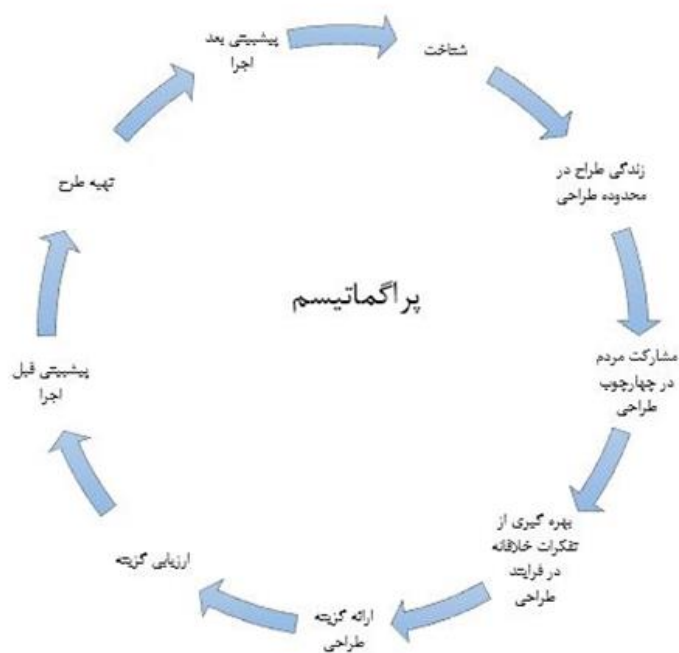
در فرایند تهیه طرح با توجه به اصول ذکر شده، می توان چنین نتیجه گرفت، که درک تئوری برنامه ریزی به عنوان نوعی از خرد عملی، توجه را از استدلال های عقلانی که بر گرفته از باور های برنامه ریزی هستند به تهیه طرح به عنوان ویژگی از استدلال عملی تغییر می دهد. در واقع نقطه نظرات به ظاهر ناسازگار باهم، می توانند دیدگاه های مکملی بدون کاهش یا تحریف تفاوت های مهم در نقطه نظرات، برای تولید طرح ها ارائه کنند. در نتیجه هیچ فاصله تئوریک و معرفت شناختی نیست که بازنمایی و هدف تهیه طرح را از هم متمایز کند. (Hoch, 2007)

طراحانی که بر پایه تفکر پراگماتیسم به کار طراحی فعالیت دارند، معمولا در فرایند طراحی، به توصیف طرح ها به طور منطقی می پردازند. اما تحلیلگران پراگماتیسم ممکن است در عقلانیتی که طرح ها مطرح می کنند، تفاوت نظر داشته باشند. البته در نهایت طرح ها و ایده های بدون منطق و استدلال، مورد توجه قرار نمی گیرند. در واقع آنچه محتوای یک طرح و ایده را می تواند توجیه سازد دلایل منطقی است که به دفاع از آن طرح می پردازد. می توان با توجه به دیدگاه پراگماتیسم چنین نتیجه گرفت که آنچه در شکل گیری یک طرح تاثیر دارد برگرفته از دیدگاه و بینشی است که طراح با در نظرگیری تمام ویژگی عقلانی و

حالات و موقعیت اجتماعی و غیره به ارائه آن می پردازد. در واقع طراحان در جهت پاسخگویی به مسائل و مشکلات مختلف به ارائه طرح ها می پردازند. ارائه راهکارهای عملی مرتبط با ویژگی های زمینه ای موجود در ارتباط با اهداف و اعمالی که انسان در محیط انجام می دهد. نحوه توصیف این رفتار ها و پیشبینی و سازگاری با این ویژگی های رفتاری انسان در فضا از جمله موضوعات مورد توجه در طرح ها می باشد که باید به آن توجه شود. برنامه ریزان حرفه ای همواره به دنبال یادگیری مهارت های در برنامه ریزی هستند که در یک چارچوب متمرکز به بازنمایی و تفسیر طرح ها بپردازند. (Hoch, 2007) تا از این راه، طرح های دموکراتیک و انسان محور در ارتباط با نیازها و اعمال استفاده کنندگان شکل بگیرد.

۸- نتیجه گیری

با در نظرگیری مباحث بیان شده در ارتباط با روش پراگماتیسم، می توان از مباحث ان در ایجاد یک چارچوب طراحی شهری استفاده کرد. پراگماتیسم همواره، مجموعه ای از مفاهیم منسجم را برای پرداختن به موضوعات اصلی در طراحی ارائه می دهد. این امر علاوه بر غنی سازی درک طراح شهری از موضوع طراحی، مباحث روشن تری از تفکر طراحی را ایجاد کند. به طور کلی پراگماتیسم روشی است که در طراحی به طور مستقیم نقش ندارد. اما با این حال روشی روشن برای رسیدن به یک فرایند طراحی می باشد. در واقع روش پراگماتیسم مراحل رسیدن به طرح را تغییر داده و نگرش طراح شهری را نسبت به موضوع و فرایند طراحی دگرگون می کند که در نهایت این امر، منجر به شکل گیری یک طراحی خاص و متمایز می شود. پراگماتیسم همواره در چارچوب خود به دو مفهوم همراه با مردم و فلسفه ای بودن اشاره دارد. در واقع، با در نظرگیری مفاهیم فلسفه ای، می تواند به منظور اطلاع و هدایت پروژه های طراحی عملیاتی شود و به طراح شهری در درک و تنظیم فرایند طراحی کمک کند. علاوه بر این با در نظرگیری جنبه های دموکراتیک آن می توان گفت، نوعی طراحی از پایین به بالا را ایجاد کرده که در نهایت منجر به افزایش محبوبیت آن می شود.



نمودار ۲- فرایند تهیه طرح پراگماتیسم

همچنین، روش پراگماتیسم در فرایند طراحی خود به کیفیت های مختلف توجه داشته و با در نظرگیری ارزش های حاکم در یک مکان، به صورت تجربی در چارچوب خود عمل می کند. پراگماتیسم می تواند منجر به افزایش خلاقیت در فرایند طراحی شود و با در نظرگیری یک رویکرد خاص، تفکرات خلاقانه را با در نظرگیری خواسته های مردم و شرایط حاضر در مکان وارد فرایند طراحی خود می کند. علاوه بر این، این روش همواره به تنوع و تکرار توجه داشته و به این موضوع واقف است که معنی و ارزش اعمال انجام شده به نتایج آن در طول زمان بستگی دارد و تنها با در نظرگیری آثار حاصل از آن می توان به قضاوت آن طراحی پرداخت.

به طور کلی با توجه به اینکه روش پراگماتیسم یک روش فرایندگرا است. همواره در کاربرست خود پیامدها را در عمل ارزیابی می‌کند. نظریه و عمل را باهم ادغام کرده و نه تنها به زمان و مکان اهمیت می‌دهد، بلکه مردم را در زمان و مکان خاص خود مورد بررسی قرار می‌دهد.

بسیاری از بحث‌های امروزه در طراحی شهری از ریشه فلسفه به وجود آمده که بسیار تاثیر گذار در پیش برد اهداف بوده فلسفه پراگماتیسم در طراحی شهری به میزان قابل توجهی میتواند شکاف‌ها و روزنه‌هایی که در رشته و حرفه طراحی شهری وجود دارد را تکمیل کند، از طرفی یکی از بنیان‌های فکری این روش رد جدایی عمل و نظریه پراگماتیسم در طراحی شهری است و راه و روش رسیدن به عمل و روش را هماهنگ جلوه می‌دهد، پس میتوان همپوشانی‌هایی پیدا کرد و آن را در طراحی شهری کاربرست داد، باید توجه داشت که پراگماتسم دستورات و اصول خاصی ندارد پس باید پله به پله آن را وارد طراحی شهری کرد.

همانطور که در بند‌های بالا ذکر شد پراگماتیسم یک روش است که ناطر سعی در کشف حقایق در فضای شهری کند با مردم زندگی کند و مشکلات آن‌ها را دریابد و آن‌ها را از زبان غیر تخصصی مردم به زبان تخصصی طراحی شهری تبدیل و آن را طراحی کند زیرا پراگماتیسم به همبستگی میان افراد جامعه توجه داشته و این همبستگی را منجر به نزدیکی آن‌ها و بروز تعاملات اجتماعی میداند، که باعث امتیازاتی شده است در طراحی شهری مانند:

- لزوم شرکت همه گروه‌ها در طراحی

- لزوم همکاری میان رشته‌ای در امر طراحی

- توجه به نیازها انسان با توجه به رفتار آن‌ها در فضای شهری

در طراحی و تهیه طرح‌ها یک شناخت صورت میگیرد از رفتار انسان‌ها که این فضاها با توجه به نیازهای مردم باشد و مردم در شکل دادن تهیه طرح سهیم باشند اما به طور کلی پراگماتیسم از این راه میتواند آینده را پیشبینی کند و این امر موجب به عملیاتی شدن بهتر با سنجیدن همه جوانب میشود و موجب سعادت همگان میشود.

منابع

۱. رهبری، مهدی. (۱۳۹۰). پراگماتیسم و سیاست، مروری بر تاثیرات رویکرد پراگماتیستی در حوزه ی سیاسی. فصلنامه سیاست، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی (۴۱)، ۲، ۱۲۵-۱۴۲.
۲. بحرینی، سیدحسین. (۱۳۸۹). فرایند طراحی شهری. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۳. رزاقی اصل، سینا؛ صمدی حسین آباد، سمیرا و حیدری، تیمور. (۱۳۹۶). امکانسنجی استفاده از تکنیک‌های متناسب طراحی شهری مشارکتی مبتنی بر بستر و ظرفیت‌های اجتماعی - مکانی (نمونه موردی بازار نوغان شهر مشهد). نشریه مدیریت شهری، (۴۷)، ۶۱-۷۴.
۴. نیکخو، روح افزا. (۱۳۹۴). کاربرد رویکرد پراگماتیستی در طراحی شهری "دانشگاه تهران، تهران.
5. Biesta, G. (2010). Pragmatism and the Philosophical Foundations of Mixed Methods Research1. In SAGE Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research (pp. 95-118). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781506335193.n4>
6. Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2011). Designing and conducting mixed methods research / John W. Creswell, Vicki L. Plano Clark | National Library of Australia. <https://catalogue.nla.gov.au/Record/5013911>
7. Dieleman, S., Rondel, D., & Voparil, C. (2017). Pragmatism and Justice - Kindle edition by Dieleman, Susan, Rondel, David, Voparil, Christopher. Politics & Social Sciences Kindle eBooks . <https://www.amazon.com/Pragmatism-Justice-Susan-Dieleman-ebook/dp/B06XT4DZ5C>
8. Forester, J. (1984). Bounded Rationality and the Politics of Muddling Through. Public Administration Review, 44(1), 23. <https://doi.org/10.2307/975658>
9. Friedmann, J. (1973). Retracking America: a theory of transactive planning. <https://www.worldcat.org/title/retracking-america-a-theory-of-transactive-planning/oclc/617985>
10. Goldkuhl, G. (2012). Pragmatism vs interpretivism in qualitative information systems research. European Journal of Information Systems, 21(2), 135-146. <https://doi.org/10.1057/ejis.2011.54>
11. Goles, T., & Hirschheim, R. (2000). The paradigm is dead, the paradigm is dead . . . long live the paradigm: The legacy of Burrell and Morgan. Omega, 28(3), 249-268. [https://doi.org/10.1016/S0305-0483\(99\)00042-0](https://doi.org/10.1016/S0305-0483(99)00042-0)
12. Grav, Mel, Webb, S. A., & (eds.). (2013). Social Work Theories and Methods - PhilPapers. <https://philpapers.org/rec/GRASWT>
13. Haight, W., & Bidwell, L. N. (2016). Mixed Methods Research for Social Work - Paperback - Oxford University Press. <https://global.oup.com/ushe/product/mixed-methods-research-for-social-work-9780190616090?cc=us&lang=en&>
14. Heinonen, T., & Spearman, L. B. (2015). Social work practice: problem solving and beyond. <https://www.worldcat.org/title/social-work-practice-problem-solving-and-beyond/oclc/1097629498?referer=di&ht=edition>

15. Hoch, C. (1984a). Doing good and being right: The pragmatic connection in planning theory. *Journal of the American Planning Association*, 50(3), 335–345. <https://doi.org/10.1080/01944368408976600>
16. Hoch, C. (1984b). Pragmatism, Planning, and Power. *Journal of Planning Education and Research*, 4(2), 86–95. <https://doi.org/10.1177/0739456X8400400203>
17. Hoch, C. (2007). Making plans: Representation and intention. In *Planning Theory* (Vol. 6, Issue 1, pp. 16–35). <https://doi.org/10.1177/1473095207075148>
18. Hoch, C. (2009). Planning craft: How planners compose plans. *Planning Theory*, 8(3), 219–241. <https://doi.org/10.1177/1473095209105528>
19. Hothersall, S. J. (2019). Epistemology and social work: enhancing the integration of theory, practice and research through philosophical pragmatism. *European Journal of Social Work*, 22(5), 860–870. <https://doi.org/10.1080/13691457.2018.1499613>
20. Howe, K. R. (1988). Against the Quantitative-Qualitative Incompatibility Thesis or Dogmas Die Hard. *Educational Researcher*, 17(8), 10. <https://doi.org/10.2307/1175845>
21. James, W. (2000). *Pragmatism and Classical American Philosophy* - John J. Stuhr - Oxford University Press. <https://global.oup.com/ushe/product/pragmatism-and-classical-american-philosophy-9780195118292?cc=us&lang=en&>
22. Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. *Educational Researcher*, 33(7), 14–26. <https://doi.org/10.3102/0013189X033007014>
23. Koenig, T. L., Spano, R. N., & Thompson, J. B. (2019). Human Behavior Theory for Social Work Practice. <https://www.ebooks.com/en-bf/209543258/human-behavior-theory-for-social-work-practice/terry-l-lea-koenig-richard-rick-n-spano-john-b-thompson/>
24. Maxcy, S. (2003). *Handbook of mixed methods in social & behavioral research*. SAGE Publications.,
25. Morgan, D. L. (2014a). Integrating Qualitative and Quantitative Methods: A Pragmatic Approach. <https://www.amazon.com/Integrating-Qualitative-Quantitative-Methods-Pragmatic/dp/0761915230>
26. Morgan, D. L. (2014b). Pragmatism as a Paradigm for Social Research. *Qualitative Inquiry*, 20(8), 1045–1053. <https://doi.org/10.1177/1077800413513733>
27. Ogien, A. (2014). Pragmatismes et sociologies. *Revue Francaise de Sociologie*, 55(3), 563–579. <https://doi.org/10.3917/rfs.553.0563>
28. Pansiri, J. (2005). Pragmatism: A methodological approach to researching strategic alliances in tourism. *Tourism and Hospitality, Planning and Development*, 2(3), 191–206. <https://doi.org/10.1080/14790530500399333>
29. Rorty, R. (1967). The Linguistic Turn: Essays in Philosophical Method. <https://philpapers.org/rec/RORTLT>
30. Schilling, R. F. (1997). Developing intervention research programs in social work. *Social Work Research*, 21(3), 80–173. <https://doi.org/10.1093/swr/21.3.173>
31. Schon, D. (1999). the Reflective Practitioner, and the Comparative Failures of Legal Education. *Clinical Law Review*, 6. <https://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/clinic6&id=407&div=&collection=>
32. Shusterman, R. (2010). Pragmatism and cultural politics: From Rortian textualism to somaesthetics. In *New Literary History* (Vol. 41, Issue 1, pp. 69–94). Johns Hopkins University Press. <https://doi.org/10.1353/nlh.0.0146>
33. Susskind, L., & Ozawa, C. (1984). Mediated Negotiation in the Public Sector: The Planner as Mediator. *Journal of Planning Education and Research*, 4(1), 5–15. <https://doi.org/10.1177/0739456X8400400103>
34. Tashakkori, A., & Teddlie, C. (1998). Mixed methodology. Combining qualitative and quantitative approaches. *Applied social research method series*, volume 46 | SpringerLink. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11577-000-0023-9>
35. Yefimov, & Vladimir. (2004). On pragmatist institutional economics. MPRA Paper. <https://ideas.repec.org/p/pra/mprapa/49016.html>
36. Zapf, M. K. (2010). Social Work and the Environment: Understanding People and Place. <https://ojs.uwindsor.ca/index.php/csw/article/download/5831/4792...?>

**Journal of
Urban Design Studies
and Urban Research**

ISSN: 2645-4424

www. UDSJ .ir

مطالعات طراحی شهری
و پژوهش‌های شهری

نشانی: کرج، بلوار امام خمینی (باغستان)، بین
خیابان پنجم و ششم، روبروی مجموعه ورزشی
انقلاب، پلاک ۷۳۵، ساختمان پرند، واحد ۱



۰۲۱ ۳۳ ۲۰ ۲۴ ۸۷



۰۲۶ ۳۴ ۴۳ ۶۹ ۵۹



۰۲۱ ۴۳ ۸۵ ۷۱ ۲۴