

تحلیلی بر نقش المان های شهری در ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهرداری مشهد

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۲۰

کد مقاله: ۱۵۱۵۰

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

چکیده

فضای شهری یکی از بارزترین عرصه های تجلی هویت، فرهنگ و تمدن جامعه شهری است و علاوه بر اینکه تجلی گاه عملکرد بین انسان و فضا است، از نظر سیاسی، اقتصادی و اجتماعی نیز ارزش بالایی دارد. امروزه مردم جامعه بیش از آنکه در محل کار یا منزل خود باشند در خارج از این محیط وقت خود را سپری می کنند. آنچه مسلم است اهمیت حفظ فضای شهری و آرامش روحی در شهر است و این مهم از طریق توجه به المانهای شهری به عنوان آثار هنری مقدور است. یکی از مباحثی که در طراحی منظر شهری وجود دارد مبحث المانهای شهری می باشد. در واقع می توان گفت المانهای شهری به عنوان جزئی مهم از سیمای شهر به شمار می رود که می تواند در جهت افزایش سرزندگی شهری و القا هویت شهر نقش موثری را ایفا کند. هدف از انجام این پژوهش ارزیابی و بررسی نقش المانهای شهری بر ارتقا کیفیت بصری فضای شهر و تحلیل آن در محدوده شهری منطقه ۱ مشهد می باشد. در این پژوهش به کمک پرسشنامه و جامعه ۳۸۴ نفری و نرم افزار SPSS اطلاعات مربوطه جمع آوری و با استفاده از روش های تحلیلی مورد پردازش قرار گرفته است. نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان می دهد المان های شهری در عمل منجر به ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد می-شود. همچنین از بین مولفه های سازنده المان های شهری، معیار الگوی طراحی (با میانگین ۳/۶۸) بیشترین اثرگذاری را بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد داشته است.

واژگان کلیدی: المان های شهری، کیفیت بصری، فضای شهری، منطقه ۱ شهرداری مشهد.

۱- پسادکتری رفتارشناسی شهری، مدرس 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

۱- مقدمه

معماری و شهرسازی دارای رسالتی است تا ارزش‌های کهن فرهنگی را درون ذات خویش پاس بدارد و بر این اساس عنصری هویت بخش در ساختار فرهنگی شمرده شود. چنانچه التزام همگونی فرهنگی و معماری در آثار معماری جهان مشاهده می‌شود. آنچه از نام خیابان در قدم اول در ذهن هر شخص نقش می‌بندد همان نقش بارز تردد و جابجایی با یک راه عبوری است. در حالیکه خیابان به عنوان یکی از عناصر مهم شکل دهنده فرم اصلی شهر، نماد فرهنگی و اجتماعی و برقرارکننده ارتباط فضایی و اتصال فعالیت‌های شهری و محل رشد و نمو شخصیت شهروندان یک شهر می‌باشد. بدنه‌های شهری از موثرترین عناصر تاثیرگذار بر کیفیت فضاهای شهری محسوب می‌گردند که وظیفه ارتقا کیفیت فضای پیرامون خود را از لحاظ کاراکتر و شخصیت، منظر، خوانایی، زیبایی و مسائلی از این قبیل را عهده دار می‌باشد که با پایداری روانی ارتباط مستقیم دارد و اصلاح آنها می‌تواند به بالارفتن کیفیت منظر عینی منجر شود. در این میان منظر شهر و المانهای ساخته شده و استقرار یافته در بدنه خیابانها به عنوان یکی از اجزای اصلی بدنه شهری شهری باید مورد توجه قرار گرفته و جهت ارتقای کیفیت آن نیازمند مطالعه بیشتر و ارائه طرحها و قواعد ضابطه مندتری می‌باشد. (دویران، ۱۳۹۴: ۲) امروزه فضایی که همه شهروندان به آن احساس تعلق خاطر دارند و با آن در ارتباطند، فضای عمومی یک شهر است. از دیدگاه تشریحی، فضاهای عمومی، فضاهای قابل دسترسی و چندمنظوره هستند که از قلمروهای انحصاری خانوار و فرد قابل تمایزند. (مدنی پور، ۱۳۸۷: ۴) المانها معمولاً بیانگر بازتاب هنری، خاطرات انسانها، حوادث، اعتقادات و ... هستند. این عناصر شهری در بعضی موارد به عنوان یک سمبل فرهنگی اجتماعی مطرح بوده و سیمای انسانی دارند. المان شهری بعنوان یک عنصر خاص، نماد شاخص شهری است. طبیعتاً این ساختار در چهارچوب سبک‌ها، روش‌ها و عقاید و اعتقادات یک اجماع شکل می‌گیرد. المان با بیان خاص خود می‌تواند نماد یا نشانه شهری باشد. (سجادی، ۱۳۹۲: ۲) با توسعه مدرنیسم، المانهای شهری برای اهداف غیرنمادین هم استفاده شدند آنچنان که در هنر انسان‌گرایی مدرن، جنبه‌های مفهومی و جمعی المانهای شهری برای اهداف غیرنمادین هم استفاده شدند. آنچنان که در هنر انسان‌گرایی مدرن، جنبه‌های مفهومی و جمعی المانهای شهری از اهمیت کمتری برخوردار شدند، در عوض آنچه اهمیت پیدا کرد تاثیرات آنی و هیجانات منتج از آن در ذهن طراح و بیننده اثر بود. (خسروی، ۱۳۹۲: ۲۵)

۲- بیان مساله

المانهای شهری گونه‌ای از نمادها هستند و به نظر می‌رسد انسان در میان تمامی موجودات به گونه‌ای است که به شدت میل به مناسازی دارد و معنا را از طریق تولید و تفسیر نشانه‌ها بوجود می‌آورد. به "تعبیری فقط از طریق نشانه‌هاست که می‌تواند بیاندهد. (چندلر، ۱۳۸۶: ۲۴) آنچه که امروزه در شهر به عنوان موضوع واجد اهمیت مطرح است چگونگی استفاده از هنرهای مانند هنر "مجسمه‌سازی" و نصب مجسمه‌ها، تندیس‌ها و المانها در فضاهای شهری است که اگر مقصود از استفاده از هر اثر هنری در فضای شهری، ارتقای کیفیت "زیباسازی" به فضاست، باید توجه کرد که درباره تناسب: هماهنگی، زیبایی و هنرمندانه بودن همه اجزاء و فضای شهری باید حساسیت داشت. (حسنی، ۱۳۹۷: ۳) فضای شهری باید هنرمندانه و مطابق اصول و ارزش‌های اصیل و بومی، طراحی و ساخته شود به دنبال آن، این فضای زیبا و با هویت باید هنرمندانه اداره شود، در حد نیاز و بصورتی متعادل تزئین شود و نهایتاً اگر قصد ایجاد فضای شهری با کیفیت و زیبا و با هویت مدنظر است، فضای حاصل از سوی مردم و مدیران هنرمندانه مورد بهره‌برداری قرار گیرد و اداره شود. (تقی زاده، ۱۳۸۹: ۴۶) یکی از تاثیراتی که آثار هنری همگانی به ویژه مجسمه‌های شهری در بافت اجتماعی و شهری دارند، ایجاد هویت است. (اصلانی، ۱۳۹۲: ۳) مجسمه و المان سازی بیش از نقاشی که بطور عمومی محدود به میان درونی است، هنری متعلق به توده است. (مور، ۱۳۸۵: ۴) فضاها، سایت‌ها و بناهای یاد بود که در فضاهای عمومی بی‌تکلف واقع شده‌اند در بوجود آوردن حس ماندگاری، خاطره‌سازی، ایجاد مکان، توسعه رفتارهای جمعی و فردی نقش به‌سزایی دارند. (rodningo، ۲۰۱۱: ۳۴) از طرفی عرصه عمومی، عرصه‌ای مناسب برای ظهور هنرهای عمومی است که معمولاً بصورت مجسمه‌ها و با نقاشی‌های دیواری نمایان می‌گردد. (shafote، ۲۰۰۸) مجسمه‌سازی شهری در بهبود و سازماندهی فضای شهر که عرصه شکل‌گیری عمومی‌ترین و ملموس‌ترین عواطف شهروندان است، نقش ویژه دارد، نقشی است که از عمل و دانش مجسمه‌سازانه توأمان بهره می‌گیرد. پس مجسمه شهری از عوامل ضروری سازماندهی فضای شهری است و نقشی ویژه دارد. همچنین امری تخصصی است و بایستی بر اساس مشخصات محیط شهری شکل گیرد. (شانس، ۱۳۸۷: ۱۲) استفاده از نمادها و المانهای مناسب در یک شهر می‌تواند تاثیر زیادی در ماندگاری آن شهر در ذهن گردشگر بر جای گذارد. (بهرامیان، ۱۳۹۲: ۲۴)

اهداف این پژوهش به دو نوع عملی و کاربردی تصمیم‌میشوند که هر کدام از آنها در جهت هدایت و پیشبرد پژوهش گام بر می‌دارد و ضرورت توجه به مسائل و مشکلات را بیان می‌دارد. اهداف اصلی پژوهش عبارتند از:

- بررسی نقش المانهای شهری در ایجاد زیبایی، تصویر ذهنی و خوانایی و در نتیجه نقش آنها در توسعه زیبا سازی شهری
- بررسی راهکارهای تقویت برندهای شهری با تاکید بر عناصر سازنده آن

- شناخت و بررسی ارتباط بین بدنه و نمای شهری
- شناخت نقش و اثرات کارکردی المانهای شهری و اثرات آن در زیبایی فضای شهر منطقه ۱ شهر مشهد
- رعایت اصول زیبایی شناسی در طراحی المانها و نماهای شهری

۳- مبانی نظری

۳-۱- زیبایی شناسی

زیبایی شناسی همانند روانشناسی، با حالات و عوالم درونی انسان، یعنی ادراک و عاطفه، غم و شادی، زیبایی، اراده و غریزه سر و کار دارد و از طرف دیگر مفهوم و احکام آن شدیداً نسبی است. به این معنا که هرکس یا هرگروه مفاهیم زیباشناسی را به خواست خود تعبیر و ارزش گذاری می کنند. زیبایی شناسی در آغاز شناختی تجربی یا عملی بوده ولی به تدریج به دانشی نظری مبدل گردید و سرانجام در سده هجدهم به صورت یکی از مباحث فلسفه درآمد. ظاهراً کسی که برای نخستین بار از موضوع هنر و زیبایی سخن گفته افلاطون بوده است (Burnet, 1953: 27) (آیوایان، ۱۳۸۱).

وی زیبایی را به عنوان واقعییتی عینی مورد تأکید قرار داد و اذعان نمود که اشیا زیبا، از این نظر زیبا هستند که از زیبایی کلی سهمی دارند. همچنین افلاطون برای زیبایی مراتبی قائل بود و اصولاً آن را امری نسبی می شمرد. وی از زیبایی به عنوان لذتی راستین که برخاسته از شکل ها و رنگ ها و صداهای موزون و زیباست سخن به میان می آورد (راداکریشنان، ۱۳۹۳: ۶۲)

۳-۲- زیبایی شناسی در بستر فضای شهری

شهرها (متشکل از عناصر، اجزا، فضاها، عملکردها و قوانین حاکم، به انضمام روابط جاری در شهر و هویت آن) به عنوان بزرگترین مجموعه ها و آثار انسانی بر کره زمین که ظرف فعالیت های انسانی هستند، می توانند و باید جلوه های متنوع زیبایی را به انسان القا کنند و اصولاً هر چقدر و هر گونه که شهر و محیط زندگی بتواند مراتب زیبایی را به ساکنین خویش القا کند، به همان نسبت می تواند به آرامش و سعادت و تعادل اهل خویش مدد رساند و مشکلات جاری زندگی را برای آنها قابل تحمل تر نماید (سلسله و سلسله، ۱۳۸۸).

فضای شهری: فضای شهری چیزی نیست جز فضای زندگی روزمره ی شهروندان که هرروز به صورت آگاهانه یا ناآگاهانه در طول راه، از منزل تا محل کار ادراک می شود. (پاکزاد، ۱۳۹۱: ۳۳)

یک فضای شهری را می توان بر مبنای رویکردهای مختلف محیطی، جغرافیایی، معماری و... مطالعه و بررسی کرد. فضای شهری، عرصه ایفای نقش بازیگرانی است که هریک به عنوان کنشگرانی از جامعه ی خود محسوب می شوند. نقش های مثبت و گاهی منفی، نقش های پررنگ و گاهی کمرنگ، نقش های عام و گاهی خاص. فضای شهری به مفهوم صحنه ای است که فعالیت های عمومی زندگی شهری در آن ها به وقوع می پیوندد. خیابان ها، میادین و پارک های یک شهر فعالیت های انسانی را شکل می دهند. این فضاها پویا در مقابل فضاها ثابت و بی تحرک محل کار و سکونت اجزای اصلی و حیاتی یک شهر را تشکیل داده است. شبکه های حرکت، مراکز ارتباطی، و فضاهای عمومی بازی و تفریح را در شهر تأمین می کنند. (بحرینی، ۱۳۸۴، ۳۱۳)

«کیفیت محیط» را میتوان یکی از مهمترین دل مشغولی های دانش طراحی شهری دانست. این امر به گونه ای است که بسیاری از نظریه پردازان «ارتقای کیفیت محیط» را مهمترین وظیفه فعالیت طراحی شهری می دانند. (پاکزاد، ۱۳۸۵: ۷۷)

در دهه های اخیر که مفهوم کیفیت به ادبیات شهرسازی راه یافته است، فضاهای شهری خوب با مفهوم کیفیت مطلوب آن سنجیده میشود. بنابراین در راستای بررسی کیفیت و سنجش فضاهای شهری، معیارها و شاخصه هایی طی دهه های قبل مطرح شده است. پیش از این گفته شد، به هر میزان که شهرها بتوانند محیطهای عمومی مطلوبتری برای ساکنان شهرها ایجاد کنند تا تعامل های اجتماعی بهتری در آن صورت بگیرد، به همان میزان شهر از کیفیت بالاتری در شهرنشینی و سلامت روان ساکنین آن برخوردار خواهد شد. روشن است که ایجاد آرامش، سرگرمی، فراهم آوردن ارتباط، زمینه معاشرت و امکان تردد، از دیگر عملکردهای فضاهای عمومی شهری است. وجود این فضاها برای پیشگیری از درماندگی، افسردگی، گوشه گیری و خشونت بسیار موثر و ضروری است. به این ترتیب این فضاها میتوانند موقعیتی برای رشد خلاقیت به وجود آورده و محیطی سازنده در یک مجموعه شهری باشند. (زهرایی، ۱۳۹۴: ۸)

۳-۳- المان شهری

المان یا نماد شهری یا ترکیبی است پیکره وار که در ساخت آن از ویژگی های درونی احجام و اشکال هندسی - صفحات قائم یا منحنی - اجزای سازه ای - کابل ها - پوترها و فریم ها و به طور کلی هر آنچه میتواند جنبه ی تزئینی و ساختمانی داشته باشد به صورت یک کلیت یکپارچه و تلفیقی از موارد فوق استفاده میشود قبل از هر چیز این ترکیب دارای یک نظام هندسی و تعادلی پایدار و زیباست به گونه ای که پس از خودنمایی در سطح شهر افراد را به گونه ای جذب خود مینماید و ذهنشان را درگیر خود میکند که تا مدت ها در آن منطقه از شهر به صورت سمبلیک مشخصه ای برای شناخت شهر در منطقه ی مورد نظر میگردد. در واقع

جزو شاخصه های شهری میگردد، به گونه ای که ذهن با برده شدن نام منطقه ی مذکور ناخودآگاه به دنبال شاخصه ها و ویژگی های خاص آن منطقه المان مورد نظر را در خود تصویرسازی خواهد کرد. (مشیری، ۱۳۹۱، ۳)

۳-۴- انواع المان

المان نمایشی: المان های نمایشی همانگونه که از اسمشان بر می آید صرفا جنبه ی نمایشی - هنری و زیبایی دارند - مفهوم خاصی را اصولا بیان نمیکند و هدف و رسالتی برای القاء مطلبی به بیننده و یا انتقال پیامی به وی را ندارند، ترکیباتی هستند انتزاعی از برخورد توده ها(احجام - اجزاء سازه ای و صفحات (به نوعی بازی با خط و حجم و صفحه با توجه به ویژگی های هندسی و روابط درونی آنها) که تنها به لحاظ ویژگی های زیبایی شناسانه و تعادل بصری و هنری می توانند با گروهی خاص از انسانها ارتباط برقرار کنند. این خاص بودن مخاطب از ویژگی های منحصر به فرد یک المان نمایشی می باشد. یعنی در هر مخاطبی احساس تعلق و تامل را بوجود نمی آورد لذا به دلیل نوع مخاطبین آن که طبعاً افرادی هستند که بیشتر درگیر مسائل هنرید و تعادلها و نظامهای هندسی را میشناسند و در مورد سبکهای هنری و هنر مفهومی و انتزاعی مطالعه دارند اینگونه المان ها در سطح شهر ها کمتر دیده میشوند و مکان استقرار آنها نیز طبعاً گالریهای هنری - نمایشگاههای آثار هنری و به طور کلی مکانهایی میباشد که مخاطب خود را پیدا کند (مشیری، ۱۳۹۱، ۵).



شکل ۱- نمونه ای از المان نمایشی



شکل ۲- دو نمونه المان بیانی در فضای شهری

المان بیانی: همانطور که از نام آن پیداست هدف طراح از خلق این اثر بیان مطلب خاصی میباشد. به عبارت دیگر قطعا مفهومی در پس آن نهفته است و طراح اثر رسالتی را در انتقال پیامی خاص دنبال میکند. حال این میتواند ثبت واقعه ای خاص در مکان مورد نظر باشد و یا مفهومی خاص را با توجه به نام و ویژگی های منطقه به بیننده القا کند. ویژگی بسیار مهم المان های بیانی در عام گرایی آنهاست یعنی میبایست بتوانند با مخاطب عام و عادی که از هنر سر رشته ی چندانی ندارد نیز ارتباط برقرار کند و لذا دقت نظر طراح در خوانایی و شیوایی بیان مطلب در عین انتزاعی بودن فرم ها و استفاده از آرایه های معمارانه از اهمیت والایی برخوردار است. مکان قرار گیری این نوع المانها طبعاً برای برقراری ارتباط بیشتر با مخاطبین وسیع تر در جامعه در سطح شهر و بویژه در میدانی شهری است. معمولاً المان مورد نظر با نام میدان یا منطقه ی شهری مورد نظر ارتباط دارد. ویژگی مشترک این نوع المان ها و المان های نمایشی تنها در به کار گیری نظامی مشترک برگرفته از هندسه - آرایه ها - اشکال و احجام هندسی و تلفیق و ترکیب آنها به شکلی زیبا و نظام مند است حال آنکه به این ترکیبات تعادلی و بصری در این مرحله عنصر مفهوم و بیان موضوع را نیز اضافه میکنیم. اما کاملاً انتزاعی - غیر مستقیم و در لفافه.

المان عملکردی: این نوع از المان تا حدی از تعاریف فوق فاصله میگیرد چرا که عنصر عملکرد برای ما محدودیتهایی به لحاظ قوانین فرمی ایجاد خواهد نمود و در این مرحله خلق فضا با استفاده از همان آرایه ها و عناصر بصری را خواهیم داشت. فضایی که انسان ولو برای مدتی درون آن و یا در اطراف آن استقرار می یابد و از آن عملکرد استفاده مینماید. لذا میبایست اصول و قوانین زیستی انسان و استانداردهای طراحی محیط زیست میبایست در آنها رعایت شود. طراحی چنین فضاهایی نیاز به تحقیقات بیشتر و همچنین یک برنامه ی فیزیکی مدون دارد. به عبارت دیگر برای طراحی اینگونه فضاها طراح ملزم به دانستن یک سری از نیازهای خاص انسان در ارتباط با ثابتها و استانداردهای بدنی و نیازهای انسانی برای استفاده بهینه از موضوع مورد طراحی میباشد. ویژگی دیگر اینگونه المان ها در تعداد بیشتر آنها در سطح شهر ها میباشد، چرا که عنصر عملکرد ایجاد میکند در هر مکانیکه نیاز به موضوع مورد نظر باشد نمونه ای از آن وجود داشته باشد به طور مثال ایستگاههای اتوبوس - مترو - کیوسکهای تلفن - دکه های روزنامه فروشی - سردرها و مکانهای خدمات و اطلاع رسانی در سطح شهر ها و همچنین انواع چراغها و تاسیسات خاص شهری در صورتیکه موارد فوق دارای طراحی قوی - منحصر به فرد - شاخص و با استفاده از اجزاء و نظامهای هندسی و بصری که پیشتر ذکر آن رفت توسط متخصصین و هنرمندان ساخته شوند و ویژگیهای بصری و هنری باز هم اولین عامل در بازشناسی یک اثر ماندگار است. در صورتیکه یک سازه ی عملکردی دارای زیبایی و نظام هنری باشد میتواند برای هر شهر به سبک خود طراحی شده و با سایر شهرها متفاوت باشد (مثال بگوئیم در فلان شهر ایستگاههای اتوبوس یا دکه های روزنامه فروشی به این شکل ساخته شده اند و این خود یکی از ویژگی ها و شاخصه های آن شهر میشود) از این نظر و به دلیل گستردگی تعداد المان های

عملکردی در سطح شهرها و سطح وسیعتری از مخاطبین که پوشش میدهند میتوانند نشان از اهمیت و موقعیت خاص این نوع از المان ها داشته و مسئولیت دقت نظریشتی را از متولیان زیبا سازی و برنامه ریزی شهرها می طلبد. مکان قرار گیری این نوع المانها در سطح شهرها و هر جا که انتظار کار بری مورد نظر میروود میباشد و متناوبا به چشم می خورند.(همان)



شکل ۳- یک نمونه المان عملکردی در فضای شهری

۳-۵- نقش المان شهری در فضاهای شهر

المان شهری در تعریف شخصیت عملکردی فضاهای شهری نقش مهمی ایفا می کند و در چگونگی روحیه شهر و مردم بسیار موثر است. طراحی، اجراء و مکانیابی صحیح مبلمان شهری که همواره بر طبق نیاز مردم و چگونگی کارکرد فضای گردشگری انجام میشود میتواند در صورت اجرای صحیح تمامی مراحل، فضای گردشگری نسبتاً مطلوبی را پدید آورد. در غیر اینصورت، مبلمان شهری به عنوان اجزاء زائد و ناکارآمد عمل نموده که نه تنها مردم نمی توانند از آن استفاده نمایند بلکه به علت بلا استفاده بودن امکان تخریب آن از سوی برخی از اشخاص وجود دارد و به جای زیباسازی پارک ها و محیط های گردشگری باعث ایجاد منظر نامناسبی از این نوع فضاها می گردد. از این رو در ساماندهی مراکز گردشگری و فضاهای سبز (پارک ها)، کارآئی و زیبایی مبلمان شهری در زیبایی و عملکرد فضاهای گردشگری بسیار موثر است. امروزه فضاهای شهری به خصوص گردشگری و پارک ها مورد توجه فراوان مردم جهت گذران اوقات فراغت می باشد، در برنامه ریزی ها و طراحی ها باید جهت ایجاد جذابیت بیشتر این مراکز جهت جذب جمعیت و تامین آسایش استفاده کنندگان از فضاهای گردشگری و همچنین تامین درآمد مناسب و ایجاد اشتغال در صنعت گردشگری به ساماندهی اینگونه فضاها با ایجاد انواع و رنگ بندی تجهیزات مورد نیاز و شاخص های زیبایی شناسی محیط های شهری برای آسایش گردشگران پرداخت. (لحمیان، ۱۳۹۲: ۹)

۳-۶- مبلمان و المان شهری و نیاز شهروندان

در همین اثر و خاطره و یادى که از سیمای یک شهر در ذهن بیننده به جای می ماند(تصویر ذهنی)، کوین لینچ مفصل در کتاب «سیمای شهر» مطرح کرده است. هنر طراح آن است که در کنار چیدمان این ابزار و اجزاء، نیاز شهروندان را برطرف کرده و سیمای زیبا به شهر بدهد؛ به طوری که شهروند احساس آرامش و راحتی را در برخورد با آن ها داشته باشد. نیمکت، تیرهای چراغ برق، صندوق پست و اتاقک تلفن، تابلوها، فضاهای سبز، آب نماها و بسیاری از اجزای دیگر تشکیل دهنده ی این نظم هستند.(زندیه، ۱۳۸۴: ۳۵)

امروزه در شهرهای بزرگ و پیشرفته، از جمله در شهرهای اروپا و امریکا کارشناسان بسیاری بر روی این موضوع کار کرده و به جزئیات سیما و نمای شهری اهمیت می دهند و گاهی همان قدر که طرح های جامع و تفصیلی شهری اهمیت دارند، برای مبلمان و سیمای شهر نیز بهای ویژه ای پرداخت می کنند، مثلاً حتی الامکان بسیاری از تابلوهای ایستاده ی راهنمایی و رانندگی را حذف و به جای آن از خطوط و علائم رنگی در سطح خیابان استفاده می کنند. نخستین کمکی که این حرکت می کند، جلوگیری از اشتغالی، اغتشاش و ازدحام در دید بیننده و شلوغی محیط است. اهمیتی که این طراحان به نقش مردم و نیاز شهروندان می دهند، رفاه و راحتی و آسایش ایشان محسوب می شود؛ به گونه ای که دیدبصری آوردن نمایی توأم با تعادل لازم، راحتی و آرامش را برای ساکنان به ارمغان می آورد و مشاهده می شود. عناصر مبلمان شهری نه تنها مزاحمتی برای رفت و آمد مردم ندارد، بلکه درست جایی که مورد نیازشان هست نیز به کار گرفته شده است. شاید تا به حال مشاهده کرده باشید در بسیاری از مراکز عمده ی خرید، محلی برای استراحت و یا نشستن افراد به ویژه سالمندان در نظر گرفته شده است و یا شاید گاهی دیده باشید در بسیاری از شهرهای پیشرفته برای خرید از چرخ های دستی در داخل غرفه ها استفاده می شود، بدون این که با هیچ مشکلی از بابت رفت و آمد مواجه شوند. بنابراین، نیاز شهروندان و سیمای شهر و به وجود آمدن هویت شهری حلقه های به هم چسبیده و جدا نشدنی هستند که هر یک دیگری را پشتیبانی و تکمیل می کند و بی توجهی و بی دقتی به هر کدام آسیب جدی و خللی فاحش در به وجود آمدن سیمای نامناسب شهر خواهد بود.(طبیعیان، ۱۳۷۷: ۴۳)

۷-۳- اهداف طراحی المان های شهری

هدف اصلی برنامه ریزان شهری و طراحان از طراحی ساخت و ارائه المان ها و مبلمان شهری در چند دسته کلی تقسیم بندی می شود که در ذیل اشاره ای به اختصار به این مسئله می شود. (Beer.A.22.1993)

جدول ۱- اهداف طراحی المان های شهری

ردیف	اهداف	راهکار
۱	ارتقاء کیفیت خدمات عمومی شهری و ایجاد سر زندگی در شهروندان	با نوسازی و به سازی مبلمان شهری و طراحی اصولی آن به گونه ای که همگام با نیازهای مادی و روانی شهروندان باشد.
۲	ایجاد میل و انگیزه در شهروندان در جهت بهسازی محیط شهری	با زیبا سازی سطح شهر که وابستگی بسیار زیادی بر طراحی مبلمان شهری دارد میتواند روحیه حفظ و نگهداری از محیط شهری را در شهروندان افزایش داده و اهمیت فضای شهری را در نگاه مخاطبانش بالا ببرد.
۳	هویت بخشی به فضاهای مختلف شهری	ایجاد یک مکان خاص به عنوان مکانی متمایز از سایر مکانها یاد شده و مبلمان شهری ارائه شده در هر محله و شهر گویای هویت تاریخی و فرهنگی آن محله یا شهر باشد که بدین طریق میتوان به نوعی شخصیت دهی فرهنگی در سطح کلان دامن زد

۸-۲- راهکارهای اجرایی زیباسازی فضاهای شهری از طریق المان های شهری:

در نهایت، راهکارهای اجرایی به منظور بهره گرفتن از المان های شهری برای زیباسازی بیشتر و بهتر فضاهای شهری ارائه می شود:

- رفع، پاکسازی و یا به حداقل رساندن ناهنجاری ها و نازیبایی های بصری در المان ها
- بهره گیری از آثار هنری در فضاهای شهری با در نظر گرفتن نوستالژی ها
- تدوین ضوابط، قوانین و مقررات در جهت ایجاد المان ها با در نظر گرفتن اصول زیبایی شناسانه و تلاش در جهت لازم الاجرا شدن قوانین
- توجه به مکان یابی صحیح المان های شهری با در نظر گرفتن نیاز شهروندان و آقاء هویت شهر و تلاش در جهت تأمین نیازها
- بهره گرفتن از عناصر و نمادهای ایرانی - اسلامی در المان های شهری
- بهره گیری از الگوها و ارزش های فرهنگی - هنری در المان های شهری
- در نظر گرفتن المان ها در سطح شهر متناسب با رویدادها و مناسبت های مختلف
- بهره گیری از المان های نوری در ساعات تاریکی هوا در راستای ایجاد جذابیت های بصری
- نورپردازی صحیح و مطلوب المان های شهری به منظور مورد استفاده قرار گرفتن و نمایش این المان ها در ساعات شب

۴- پیشینه تحقیق

پیشینه پژوهش و منابع موجود درباره ارزیابی نقش المانهای شهری بر ارتقا کیفیت بصری شهرها به صورت زیر می باشد:

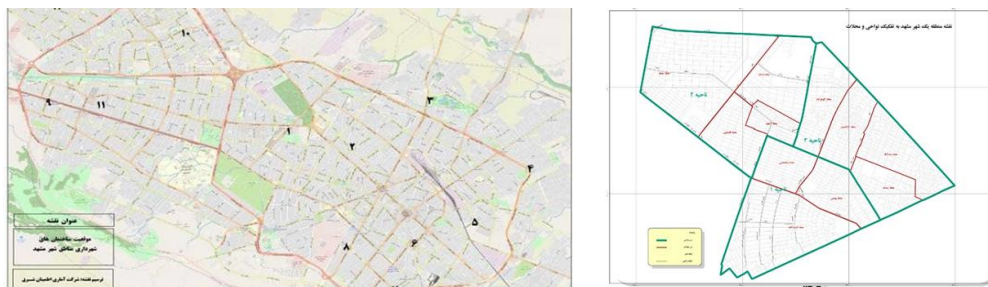
نویسندگان	سال	عنوان	روش تحقیق	ابزار تحلیل	روش گردآوری	نتیجه
یوسفی - رحمانی - قربانخانی	۱۳۹۳	ارزیابی نقش المانهای شهری بر ارتقا حس مکان در فضاهای شهری	تحلیلی - پیمایشی	مطالعات کتابخانه ای - میدانی	پرسشنامه	المان های شهری در کنار سایر عوامل تاریخی و فرهنگی، عامل تداعی خاطره و سرزندگی مکان از عوامل مهم و برجسته در ایجاد و ارتقای حس تعلق و دلبستگی به مکان در شهر همدان می باشد؛ همچنین نقش معیارهای زیبایی و چشم نوازی، خاطره انگیزی و معانی و مفاهیم المان های شهری در ارتقای این حس در شهر همدان به عنوان پایتخت تاریخ و تمدن ایران بسیار زیاد است.

نویسندگان	سال	عنوان	روش تحقیق	ابزار تحلیل	روش گردآوری	نتیجه
اسماعیل دویران-نرگس ابراهیمی	۱۳۹۴	زیباسازی بدنه خیابان شهری با تاکید بر تابلوها ونماها در خیابان سعدی وسط زنجان	توصیفی- تحلیلی	مطالعات واسناد کتابخانه ای	برداشت میدانی	باتوجه به عوامل تاثیرگذار برکالبد و ایجادخوانایی دران و توجه نمودن به ضوابط و اصول کلی طراحی تابلوها و نمادها می تواند به افزایش زیبایی و کیفیت محیطی و بصری توسط عناصر الحاقی گام بردارد.
محمدبزرگمهر حسین اردلانی		تاثیر المانهای شهری بر فضاهای شهری بارویکرد زیبایی شناسانه	توصیفی- تحلیلی	پرسشنامه	میدانی	وجود برخی ضعف ها وقوت ها در زمینه ی تاثیر وزیایی المان های شهرهمدان بر روی شاخص های کیفیت می باشد.
مجتبی هاشم نژاد سراج لو		تاثیر طراحی المان های شهری بر مبنای نشان و فرهنگ شهری در جهت توسعه پیکره شهری	توصیفی- تحلیلی	پرسشنامه -مصاحبه- مشاهده	میدانی و کتابخانه ای	یادمان ونشانه های تاریخی نمودبارزی از نظام شهرسازی مبتنی بر آموزه های اسلامی است،حامل خاطره جمعی شهروندان است وزوال آن حیات مدنی شهروشهروندان را تضعیف می کند.
وحیده صرامی	۱۳۹۴	نقش المان های شهری در هویت بخشی به مکان و ایجاد هویت ایرانی- اسلامی	توصیفی - تحلیلی			باتوجه به تاثیرالمان های شهر بر ذهن انسان استفاده از آن به صورت نوین ولی با توجه به شاخص های ایرانی-اسلامی می تواند بر هویت و خوانایی شهر و افزایش ارتباط شهروندان با شهر موثر باشد.
محمد رضا برزگر	۱۳۹۶	بررسی نقش المان های شهری در تقویت هویت کالبدی؛ مطالعه موردی شهر شیراز	تحلیلی- پیمایشی	پرسشنامه	میدانی	ارزیابی کیفی شهروندان از هویت المان ها متاثر از جنسیت و سطح تحصیلات آن هاست و مهم ترین مؤلفه های اثرگذار براساس نظر شهروندان شامل (طراحی، فرم و معماری المان)، (تاریخی بودن)، (بومی بودن) است.
حسنی-نقی زاده-مشهدی زاده-اسماعیلی	۱۳۹۷	ارزیابی نقش مجسمه ها و المان های شهری برزیباسازی و ارتقا کیفیت بصری فضاهای عمومی شهرها	توصیفی- تحلیلی	مطالعات میدانی- کتابخانه ای	AHP	مجسمه ها و المانهای شهری نه تنها به غنای بصری شهر وفضاهای زیست اجتماعی ما کمک می کنند بلکه به عنوان نمادها ونشانه هایی از فرهنگ و هویت جمعی ماقابل استناد است.

۵- 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 (منطقه ۱) و در بخش مرکزی شهر مشهد واقع شده است. این منطقه از شمال به بلوار فردوسی و بلوار شهید قرنی، از جنوب به بزرگراه شهید سلیمانی، از غرب به بزرگراه آزادی و از شرق به خیابان کوهسنگی و میدان شهدا منتهی می گردد. همچنین جمعیت این منطقه طبق سرشماری سال ۱۳۹۵ برابر ۱۶۷۰۱۳ نفر و میانگین جمعیت روزانه

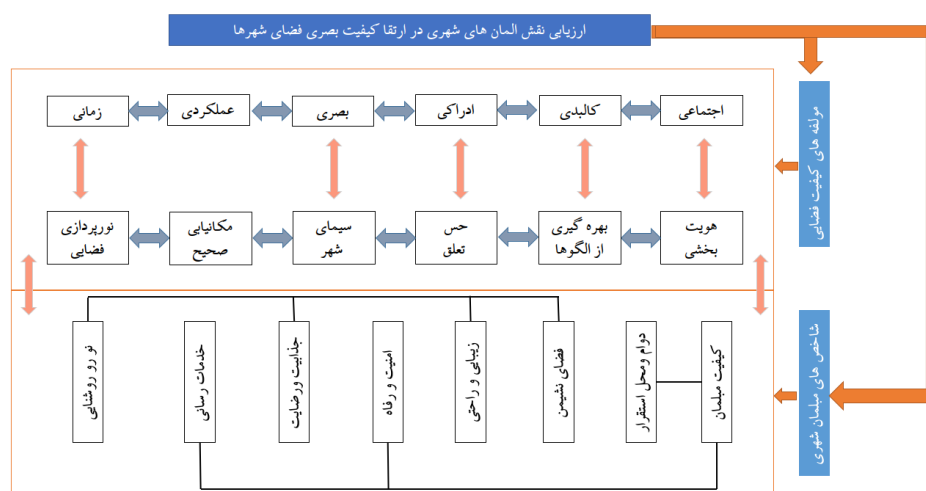
منطقه ۹۳۹۱۰ نفر بوده است. از جمله محلات مهم این منطقه می توان به احمدآباد، راهنمایی، فلسطین، آبکوه، ارشاد، سجاد، شهید کلاهدوز، کوی دکتری، سعدآباد و ... اشاره نمود.



شکل ۴- محدوده مطالعه

۶- روش تحقیق و مدل مفهومی پژوهش

براساس مطالعات مبانی نظری و پیشینه تحقیق و با توجه به عوامل ومولفه های مطرح شده در پیشینه تحقیق از سوی صاحب نظران مختلف در زمینه چیدمان المان های شهری فضاهای عمومی و کیفیت بصری شهرها، مجموعه ای از معیارها وشاخص های اصلی تجمیع، جهت ارزیابی تاثیر المانهای شهری بر کیفیت فضاهای شهری به صورت مدل مفهومی معرفی می گردد.



شکل ۵- مدل مفهومی پژوهش

در پژوهش حاضر از روش تحلیلی - پیمایشی برای جمع آوری و تحلیل اطلاعات استفاده شده است. برای این منظور، ابتدا به مطالعه کتاب‌ها، متون و اسناد مرتبط با موضوع پژوهش پرداخته شده و به استناد آن‌ها، شاخص‌های مرتبط با عناصر زیبایی‌شناختی و هویت کالبدی استخراج شده است. پس از آن با مطالعه و بررسی میدانی، کیفیت‌ها و ابعاد المان‌های مورد مطالعه برداشت شده است. در مرحله بعد، پرسشنامه طراحی شده و در اختیار شهروندان و کاربران فضا قرار گرفته است. این افراد به صورت تصادفی از میان بازدیدکنندگان بوده اند و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ مورد است. پرسشنامه مذکور دربرگیرنده سؤالاتی در مورد کیفیت المان و نقش آن در کیفیت بصری محدوده مورد مطالعه می باشد که مستخرج از معیارهای برآمده از مبانی نظری است و به منظور افزایش دقت داده ها، تعداد ۲۵۰ پرسشنامه به صورت غیرحضوری و ۱۵۰ پرسشنامه حضوری در این محدوده توزیع شد. نظرات کاربران و استفاده‌کنندگان از فضا در قالب طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت جمع‌آوری شده است. سپس این رتبه‌بندی به صورت کمی با استفاده از نرم افزار SPSS مورد محاسبه و پردازش آماری قرار گرفته است.

۷- بحث و یافته‌ها

اعتماد یا پایایی مسئله‌ای کمی و فنی است و بیشتر ناظر به این سوال است که ابزار اندازه‌گیری با چه دقت و صحتی پدیده یا صفت موردنظر را اندازه‌گیری می‌کند. استفاده از روش آلفای کرونباخ^۱ در تعیین پایایی پرسشنامه نسبت به روش‌های دیگر از عمومیت بیشتری برخوردار است. اصولاً این روش برای محاسبه انسجام درونی ابزار اندازه‌گیری با مقیاس‌ها به کار می‌رود. زمانی که مقیاسی از نوع لیکرت وجود داشته باشد و محقق بخواهد از طریق گویه‌های مختلف یک مفهوم پیچیده را اندازه‌گیری کند برای سنجش انسجام درونی مقیاس می‌تواند از آماره آلفای کرونباخ استفاده نماید. اگر ضریب آلفای کرونباخ $0/7$ یا بیشتر باشد، پرسشنامه از پایایی مطلوبی برخوردار است و می‌توان از بابت همبستگی درونی سوالات مطمئن بود. اگر ضریب آلفای کرونباخ بین $0/5$ - $0/7$ باشد پرسشنامه از پایایی متوسطی برخوردار است و در آلفای کمتر از $0/5$ پرسشنامه پایایی ضعیفی دارد. بدین ترتیب و مطابق با جدول ۲ در بررسی پایایی پرسشنامه تهیه‌شده برای این پژوهش، مقدار آلفای کرونباخ برای معیارهای پژوهش بیش‌تر از $0/7$ بوده که نشان می‌دهد پرسشنامه پژوهش حاضر از پایایی مطلوبی برخوردار است.

جدول ۲: آزمون پایایی پرسشنامه پژوهش با استفاده از آلفای کرونباخ

معیارهای پژوهش	تعداد پرسش‌ها	آلفای کرونباخ
الگوی طراحی	۵	$0/806$
هویت و معناداری	۳	$0/765$
کیفیت بصری	۳	$0/734$
همخوانی و هماهنگی	۳	$0/796$
مجموع	۱۴	$0/812$

به طور کلی به منظور بررسی نقش المان‌های شهری بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد از ۴ معیار الگوی طراحی، هویت و معناداری، کیفیت بصری و همخوانی و هماهنگی بهره گرفته شده است که در ادامه اقدام به بررسی هر یک از این موارد شده است.

۷-۱- بررسی نقش الگوی طراحی المان‌های شهری بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد

به منظور بررسی نقش الگوی طراحی المان‌های شهری بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد، از ۵ شاخص جانمایی المان‌ها در محل درست، همخوانی المان‌ها با فضاهای اطراف، مانع دید نبودن المان‌ها در خیابان‌ها، طراحی‌های خاص و معماری‌های جدید المان‌ها و برخورداری المان‌ها از طراحی، فرم، بافت و رنگ مناسب بهره گرفته شده است که نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای برای این منظور در جدول ۲ آورده شده است.

جدول ۳: نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای به منظور بررسی نقش الگوی طراحی المان‌های شهری بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد

آزمون t تک نمونه‌ای					
میانگین معیار = ۳					شاخص‌های سنجشی الگوی طراحی المان‌های شهری منطقه ۱ شهر مشهد
مقدار تی	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪	
				حد پایین	حد بالا
۲۳/۴۵۸	۳۸۲	$0/000$	۴/۲۰	۱/۱۰	۱/۳۰
۴/۵۴۶	۳۸۲	$0/000$	۳/۳۵	۰/۲۰	۰/۵۰
۹/۱۴۴	۳۸۲	$0/000$	۳/۶۶	۰/۵۲	۰/۸۱
۷/۴۵۵	۳۸۲	$0/000$	۳/۵۲	۰/۳۸	۰/۶۵
۹/۵۲۵	۳۸۲	$0/000$	۳/۶۴	۰/۵۱	۰/۷۷
۹/۸۷۵	۳۸۲	$0/000$	۳/۶۸	۰/۵۴	۰/۸۵

همان‌طور که جدول ۳ نشان می‌دهد، سطح معناداری برای هریک از شاخص‌های سنجشی الگوی طراحی المان‌های شهری منطقه ۱ شهر مشهد کمتر از $0/05$ است؛ بنابراین با احتمال ۹۵ درصد می‌توان گفت که بین میانگین این شاخص‌ها و میانگین معیار این پژوهش (میانگین معیار = ۳) تفاوت معناداری وجود دارد و از آنجا که حد بالا و پایین این شاخص‌ها هر دو مثبت بوده

1. Cronbach's alpha

در نتیجه می‌توان استنباط کرد که جانمایی المان‌ها در محل درست، همخوانی المان‌ها با فضاهای اطراف، مانع دید نبودن المان‌ها در خیابان‌ها، طراحی‌های خاص و معماری‌های جدید المان‌ها و برخورداری المان‌ها از طراحی، فرم، بافت و رنگ مناسب بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد تأثیرگذار بوده‌اند؛ بنابراین در مجموع می‌توان اذعان داشت که الگوی مناسب طراحی المان‌های شهری در عمل منجر به ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد می‌شود.

۷-۲- بررسی نقش هویت و معناداری المان‌های شهری بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد

به منظور بررسی نقش هویت و معناداری المان‌های شهری بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد، از ۳ شاخص تناسب طراحی المان‌ها با هویت ایرانی-اسلامی، پیوند المان‌ها با تاریخ گذشته شهر مشهد و منطقه ۱ آن و ارتباط المان‌ها با جغرافیا و فرهنگ شهر بهره گرفته شده است که نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای برای این امر در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۴: نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای به منظور بررسی نقش هویت و معناداری المان‌های شهری بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد

آزمون t تک نمونه‌ای							
میانگین معیار = ۳					شاخص‌های سنجشی هویت و معناداری المان‌های شهری منطقه ۱ شهر مشهد		
فاصله اطمینان ۹۵٪		میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی			مقدار تی
حد بالا	حد پایین						
۰/۴۸	۰/۱۹	۳/۳۳	۰/۰۰۰	۳۸۲	۴/۵۴۵	تناسب طراحی المان‌ها با هویت ایرانی-اسلامی	
۱/۰۴	۰/۷۶	۳/۹۰	۰/۰۰۰	۳۸۲	۱۲/۹۴۷	پیوند المان‌ها با تاریخ گذشته شهر مشهد و منطقه ۱ آن	
۰/۵۹	۰/۳۵	۳/۴۷	۰/۰۰۰	۳۸۲	۷/۶۱۴	ارتباط المان‌ها با جغرافیا و فرهنگ شهر	
۰/۶۹	۰/۴۳	۳/۵۷	۰/۰۰۰	۳۸۲	۸/۳۷۵	معیار هویت و معناداری المان‌ها	

همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد، سطح معناداری برای هریک از شاخص‌های سنجشی هویت و معناداری المان‌های شهری منطقه ۱ شهر مشهد کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین با احتمال ۹۵ درصد می‌توان گفت که بین میانگین این شاخص‌ها و میانگین معیار این پژوهش (میانگین معیار = ۳) تفاوت معناداری وجود دارد و از آنجاکه حد بالا و پایین این شاخص‌ها هر دو مثبت بوده در نتیجه می‌توان استنباط کرد که تناسب طراحی المان‌ها با هویت ایرانی-اسلامی، پیوند المان‌ها با تاریخ گذشته شهر مشهد و منطقه ۱ آن و ارتباط المان‌ها با جغرافیا و فرهنگ شهر بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد تأثیرگذار بوده‌اند؛ بنابراین در مجموع می‌توان اذعان داشت هویت و معناداری مناسب المان‌های شهری در عمل منجر به ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد می‌شود.

۷-۳- بررسی نقش کیفیت بصری المان‌های شهری بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد

به منظور بررسی نقش کیفیت بصری المان‌های شهری بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد، از ۳ شاخص نورپردازی مناسب المان‌ها جهت سهولت خوانایی در شب، هماهنگی رنگ‌های به کاررفته در المان‌ها با موضوع آن و انتخاب محل نصب المان‌ها متناسب با فضای زمینه بهره گرفته شده است که نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای برای این منظور در جدول ۴ آورده شده است.

همان‌طور که جدول ۵ نشان می‌دهد، سطح معناداری برای هریک از شاخص‌های سنجشی کیفیت بصری المان‌های شهری منطقه ۱ شهر مشهد کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین با احتمال ۹۵ درصد می‌توان گفت که بین میانگین این شاخص‌ها و میانگین معیار این پژوهش (میانگین معیار = ۳) تفاوت معناداری وجود دارد و از آنجاکه حد بالا و پایین این شاخص‌ها هر دو مثبت بوده در نتیجه می‌توان استنباط کرد که نورپردازی مناسب المان‌ها جهت سهولت خوانایی در شب، هماهنگی رنگ‌های به کاررفته در المان‌ها با موضوع آن و انتخاب محل نصب المان‌ها متناسب با فضای زمینه بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد تأثیرگذار بوده‌اند؛ بنابراین در مجموع می‌توان اذعان داشت کیفیت بصری مناسب المان‌های شهری در عمل منجر به ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد می‌شود.

جدول ۵: نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای به منظور بررسی نقش کیفیت بصری المان‌های شهری بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد

آزمون t تک نمونه‌ای						
میانگین معیار = ۳					شاخص‌های سنجشی کیفیت بصری المان‌های شهری منطقه ۱ شهر مشهد	
فاصله اطمینان ۹۵٪		میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی		مقدار تی
حد بالا	حد پایین					
۰/۷۷	۰/۵۰					
۰/۳۸	۰/۱۱	۳/۲۴	۰/۰۰۰	۳۸۲	۳/۵۳۰	هماهنگی رنگ‌های به‌کاررفته در المان‌ها با موضوع آن
۰/۷۲	۰/۴۳	۳/۵۷	۰/۰۰۰	۳۸۲	۷/۶۳۱	انتخاب محل نصب المان‌ها متناسب با فضای زمینه
۰/۶۵	۰/۳۶	۳/۴۸	۰/۰۰۰	۳۸۲	۵/۶۲۴	معیار کیفیت بصری المان‌ها

۴-۷- بررسی نقش همخوانی و هماهنگی المان‌های شهری بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد

به منظور بررسی نقش همخوانی و هماهنگی المان‌های شهری بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد، از ۳ شاخص هارمونی و هماهنگی میان المان‌ها، هماهنگی ابعاد المان‌ها با موضوع و زمینه و تناسب و هماهنگی میان رنگ و فرم المان‌های همجوار بهره گرفته شده است که نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای برای این منظور در جدول ۶ آورده شده است.

جدول ۶: نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای به منظور بررسی نقش همخوانی و هماهنگی المان‌های شهری بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد

آزمون t تک نمونه‌ای							
میانگین معیار = ۳					شاخص‌های سنجشی همخوانی و هماهنگی المان‌های شهری منطقه ۱ شهر مشهد		
فاصله اطمینان ۹۵٪		میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی			مقدار تی
حد بالا	حد پایین						
۰/۲۶	۰/۰۰	۳/۱۳	۰/۰۴۶	۳۸۲	۱/۹۹۷	هارمونی و هماهنگی میان المان‌ها	
۰/۸۵	۰/۵۷	۳/۷۱	۰/۰۰۰	۳۸۲	۹/۹۶۶	هماهنگی ابعاد المان‌ها با موضوع و زمینه	
۰/۵۶	۰/۲۹	۳/۴۲	۰/۰۰۰	۳۸۲	۶/۱۸۸	تناسب و هماهنگی میان رنگ و فرم المان‌های همجوار	
۰/۵۹	۰/۳۴	۳/۴۴	۰/۰۰۰	۳۸۲	۶/۳۶۷	معیار همخوانی و هماهنگی المان‌ها	

همان‌طور که جدول ۶ نشان می‌دهد، سطح معناداری برای هریک از شاخص‌های سنجشی همخوانی و هماهنگی المان‌های شهری منطقه ۱ شهر مشهد کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین با احتمال ۹۵ درصد می‌توان گفت که بین میانگین این شاخص‌ها و میانگین معیار این پژوهش (میانگین معیار = ۳) تفاوت معناداری وجود دارد و از آنجاکه حد بالا و پایین این شاخص‌ها هر دو مثبت بوده در نتیجه می‌توان استنباط کرد که هارمونی و هماهنگی میان المان‌ها، هماهنگی ابعاد المان‌ها با موضوع و زمینه و تناسب و هماهنگی میان رنگ و فرم المان‌های همجوار بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد تاثیرگذار بوده‌اند؛ بنابراین در مجموع می‌توان اذعان داشت همخوانی و هماهنگی میان المان‌های شهری در عمل منجر به ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد می‌شود.

جدول ۷: نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای به منظور بررسی نقش المان‌های شهری بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد

آزمون t تک نمونه‌ای						
میانگین معیار = ۳						معیارهای سازنده‌ی المان‌های شهری منطقه ۱ شهر مشهد
فاصله اطمینان ۹۵٪		میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار تی	
حد بالا	حد پایین					
۰/۸۵	۰/۵۴	۳/۶۸	۰/۰۰۰	۳۸۲	۹/۸۷۵	الگوی طراحی
۰/۶۹	۰/۴۳	۳/۵۷	۰/۰۰۰	۳۸۲	۸/۳۷۵	هویت و معناداری
۰/۶۵	۰/۳۶	۳/۴۸	۰/۰۰۰	۳۸۲	۵/۶۲۴	کیفیت بصری
۰/۵۹	۰/۳۴	۳/۴۴	۰/۰۰۰	۳۸۲	۶/۳۶۷	همخوانی و هماهنگی
۰/۶۵	۰/۳۸	۳/۵۴	۰/۰۰۰	۳۸۲	۷/۶۸۹	المان‌های شهری

۸- نتیجه گیری

بنابراین و در یک بررسی کلی مطابق با جدول ۶، سطح معناداری برای هریک از معیارهای دربرگیرنده‌ی المان‌های شهری منطقه ۱ شهر مشهد کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین با احتمال ۹۵ درصد می‌توان گفت که بین میانگین این معیارها و میانگین معیار این پژوهش (میانگین معیار = ۳) تفاوت معناداری وجود دارد و از آنجاکه حد بالا و پایین این معیارها هر دو مثبت بوده در نتیجه می‌توان استنباط کرد که الگوی طراحی، هویت و معناداری، کیفیت بصری و همخوانی و هماهنگی بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد تأثیرگذار بوده‌اند؛ بنابراین در مجموع می‌توان اذعان داشت المان‌های شهری در عمل منجر به ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد می‌شود. همچنین از بین مولفه‌های سازنده‌ی المان‌های شهری، معیار الگوی طراحی (با میانگین ۳/۶۸) بیشترین اثرگذاری را بر ارتقا کیفیت بصری فضاهای شهری منطقه ۱ شهر مشهد داشته است. باتوجه به مطالعات و بررسی‌های انجام شده و نتایج بدست آمده از پرسشنامه‌ها اینطور به نظر می‌رسد فرضیه اصلی پژوهش که عبارت است از: (میان مولفه‌های کیفیت بصری و جانمایی المان‌های شهری رابطه مستقیم برقرار است.) مورد تأیید قرار گرفته است و باتوجه به نقش و اهمیت المانها در زیباسازی و کیفیت بصری فضاهای شهری به ارائه راه حل‌های اجرایی در این رابطه پرداخته می‌شود: ۱- جانمایی و چیدمان مناسب المان‌های شهری ۲- توجه به امنیت و رفاه و القای حس آرامش به شهروندان ۳- استفاده از المان‌های مناسب ۳- تنوع و خلاقیت در طراحی المانها ۴- تناسب میان المانهای شهری با هویت شهری جهت ایجاد حس تعلق در شهروندان.

منابع

۱. آیوازیان، سیمون، (۱۳۸۱)، زیبایی شناسی و خاستگاه آن در نقد معماری، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۱۲
۲. اصلانی، ا، زارع رییس آبادی، م. (۱۳۹۲). تامل بر نقشه‌یوت ساز هنر مجسمه سازی در فضاهای شهری از منظر هویت ایرانی اسلامی، همایش ملی عناصر زیباسازی شهری، شیراز
۳. بهرامیان، س. (۱۳۹۲). نقش المان‌های شهری در توسعه گردشگری شهری، همایش ملی عناصر زیباسازی شهری، شیراز.
۴. بحرینی، حسین، (۱۳۸۴)، تحلیل فضاهای شهری در رابطه با الگوی رفتاری استفاده کنندگان و ضوابطی برای طراحی، انتشارات دانشگاه تهران
۵. پاکزاد، جهانشاه، (۱۳۹۱) راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران، تهران، انتشارات شهیدی، چاپ ششم، معاونت شهرسازی و معماری
۶. چندلر، ر. (۱۳۸۶). مبانی نشانه شناسی، ترجمه مهدی پارسا، تهران، شرکت انتشارات سوره مهر.
۷. خسروی، ح. (۱۳۹۲). جایگاه المان شهری در معماری و شهرسازی ایرانی اسلامی، همایش ملی عناصر زیباسازی شهری، شیراز.
۸. دیویس، لولین، (۱۳۸۴)، راهنمای طراحی شهری، ترجمه رضا رضایی، انتشارات شرکت عمران شهرهای جدید تهران
۹. زهرایی، اکبر، (۱۳۹۴) دانش زیباسازی شهری، تاریخچه مبلمان شهری، نشر هنر معماری قرن
۱۰. زندیه، مهدی، (۱۳۸۴) هویت بخشی به سیما و کالبد شهر قزوین، (طرح تحقیقاتی) شهرداری قزوین، قزوین
۱۱. سجادی، ا. (۱۳۹۲). نقش المان‌های شهری پایدار بر معماری و شهرسازی با تأکید بر هویت ایرانی-اسلامی، همایش ملی عناصر زیباسازی شهری، شیراز
۱۲. سلسله، علی و سلسله، محسن، (۱۳۸۸)، بررسی تأثیر عامل هویت (ایرانی-اسلامی) بر زیبایی شهر، نشریه آرمانشهر، دوره ۲، شماره ۲
۱۳. نقی زاده، محمد، (۱۳۸۹)، تحلیل و طراحی فضای شهری (مبانی، تعاریف، معیارها و شیوه‌ها)، انتشارات پژوهشکده فرهنگ و هنر و سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول، تهران
۱۴. شانس، ح. (۱۳۸۷). عرصه‌های حضور مجسمه سازی، نشریه تندیس، شماره ۱۳۹
۱۵. طبیبیان، منوچهر، (۱۳۷۷)، منظر شهری، انتشارات دانشگاه تهران، تهران
۱۶. لحمیان، رضا، (۱۳۹۲) نقش مبلمان شهری در توسعه گردشگری، فصلنامه علمی- پژوهشی دانشگاه گلستان، سال سوم، زمستان ۹۲
۱۷. مدنی پور، علی، (۱۳۸۴)، طراحی فضای شهری، تهران، شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری
۱۸. مشیری، جواد، (۱۳۹۱)، مبانی و فنون طراحی شهری، نشر اسلیمی
۱۹. مور، ه. (۱۳۸۵)، مجسمه سازی در جامعه مدرن، ترجمه سهیلا سیدیوسفی، نشر دیگر، تهران
20. Burnet, j. (1953). platons theory of art. London. copleston, F. (1962). A History of philosophy. New York
21. Rodrigo, Russell. 2011. Between Remembrance and Recreation: Containing Memory in Urban Landscapes, Number 1 Memory connection, volume.
22. Shafote, Henry. 2008. Convivial Urban Spaces: Creating Effective Public Places, Published by Earthscan in the UK and USA