

بررسی شاخص‌های فرهنگ و هویت در برنامه‌ریزی و طراحی معماری هتل‌های دوره معاصر

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۰۵

کد مقاله: ۶۷۱۹۷

زینب میرزایی^۱، مه‌ران کاراحمدی^{۲*}، علی‌اکبر جهانگیری^۳

چکیده

گردشگری به عنوان پایدارترین صنعت جهان شناخته می‌شود و رضایتمندی گردشگران در این صنعت، مورد توجه است. صنعت هتل بخش بزرگی از صنعت گردشگری را شکل می‌دهد. هتل به عنوان یک پدیده مدرن از معماری غرب در اواخر قاجار در ایران مورد توجه قرار گرفت. امروزه توجه به شاخصه‌های فرهنگ و هویت در معماری بسیار اهمیت پیدا کرده است. اکثر هتل‌های موجود معرف هویت فرهنگی ایران نیستند که این مسئله از بی‌توجهی به فرهنگ نشأت گرفته است. هدف اصلی از انجام این پژوهش بررسی شاخص‌های هویت و فرهنگ در معماری سه هتل و تاثیرگذاری آنها می‌باشد. مطالعه حاضر به روش توصیفی-تحلیلی و مورد پژوهی و مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی انجام شده است. سه هتل به عنوان نمونه موردی برگزیده شده‌اند، مقدار و شکل بکارگیری فرهنگ در آنها مورد مطالعه و مقایسه قرار گرفته است. تمامی اطلاعات نهایی در غالب یک جدول تطبیقی گردآوری شده است. با توجه به بررسی‌ها، مشخص شد که اگر شاخص‌های فرهنگی در طراحی هتل‌ها رعایت نشود می‌تواند باعث کاهش کیفیت زندگی و گردشگر شود. هتل‌گران میراث رشیدیه تهران و هتل داد یزد با توجه به اینکه اصول طراحی فرهنگی در آنها بیشتر دیده می‌شود توانسته‌اند نسبت به هتل امیرکبیر اراک رضایتمندی بالاتری داشته باشند.

واژگان کلیدی: هتل، زمینه‌گرایی فرهنگی، هویت، شهر اراک

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه معماری و شهرسازی، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه شهید اشرفی اصفهانی، اصفهان، ایران.

۲- استادیار و عضو هیات علمی، گروه معماری و شهرسازی، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه شهید اشرفی اصفهانی، اصفهان، ایران.
m.karahmadi@ashrafi.ac.ir

۳- استادیار و عضو هیات علمی، گروه معماری و شهرسازی، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه شهید اشرفی اصفهانی، اصفهان، ایران.

سفر از دیرباز یکی از تفریحات و دغدغه های انسان بوده است که با گذشت زمان، شکل آن تغییر کرده و اهداف مختلفی طی آن دنبال می شود. (غفارزاده، ۱۴۰۱) گردشگری یکی از بزرگترین محرکه های اقتصادی قرن حاضر به شمار می رود. (2005, Doswill) با توجه به تعدد نیازهای گردشگری به عنوان عوامل جذب و توسعه گردشگری، توسعه این بخش مستلزم شناخت نیازمندی ها و تامین آن از سوی مقصد است. (Ardakani et al, 2010) محل اقامت یکی از اضلاع سفر است و هتل رایج ترین آن می باشد. هتل به عنوان محل اقامت مسافران اهمیت بسیار بالایی دارد، هتل ها امکانات اقامتی و گردشگری شهرها هستند که مورد استفاده مسافران و گردشگران قرار می گیرند. (سنجری و فرکیش، ۱۳۹۹: ۲۷۶).

رضایتمندی گردشگران یکی از عوامل مهم در معماری هتل می باشد. عوامل طبیعی و سازمانی دو عامل اصلی و اساسی در افزایش رضایتمندی گردشگران هستند. (Vosoughi et al, 2011) که عوامل طبیعی شامل عوامل همچون امنیت، فضاهای خدماتی، قیمت و کیفیت فضاهای اقامتی، رستوران ها و ... (Ebrahimpour et al, 2011) و عوامل محیطی شامل مسائلی همچون مناظر طبیعی، چهره عمومی بناها، فرم ساختمان ها، وضعیت آب و هوای مناطق و ... (Ebrahimpour & Roshandel Arbatani, 2011)

هویت یک شهر شامل هویت عملکردی، هویت انسانی، هویت دینی، فرهنگی و هویت تاریخی است. (نقی زاده، ۱۳۹۲) طراحی هتل ها با تاکید بر ویژگی های فرهنگی و تاریخی شهر میتواند در تقویت هویت شهری نقش داشته باشد. معماری با درک پیام بستر خود شکل می گیرد و پیامی را به عینیت می رساند که بستر معماری به آن داده است. هیچ بنای معماری در انزوا و بصورت ایزوله شده وجود ندارد. همواره زمینه ای هست که بنا در آن واقع شده و با آن ارتباط برقرار می کند (بحریه و دیگران، ۱۳۹۹: ۸). امروزه نابسامانی ها و آشفتگی هایی در معماری ساختمان های بزرگ مشاهده می شود که ناشی از تقلید بی اساس از الگوهای غربی می باشد و این بی هویتی می تواند اثرات منفی بر کیفیت زندگی افراد جامعه داشته باشد و در همین راستا هتل ها با توجه به اهمیتی که از منظر معماری بین ساختمان های بزرگ دارند، به دلیل قرارگیری افراد مختلف در آن ها از شهرها و کشورهای مختلف، نیاز هست در معماری آن ها به فرهنگ و هویت شهری توجه شود. سوال اصلی در پژوهش این هست که شاخص های فرهنگ و هویت شهری چه مواردی می باشند و توجه به آن ها در معماری هتل های ... چه تاثیری داشته است؟

هدف از انجام این پژوهش بررسی چگونگی به کارگیری شاخص های فرهنگی و هویت شهری در معماری سه هتل امیرکبیر اراک، گران میراث رشیدیه تهران و هتل داد یزد و تاثیرگذاری توجه به این ویژگی ها در حفظ هویت و فرهنگ می باشد که با بررسی این شاخص ها مشخص خواهد شد.

۲- پیشینه و تاریخچه موضوع تحقیق

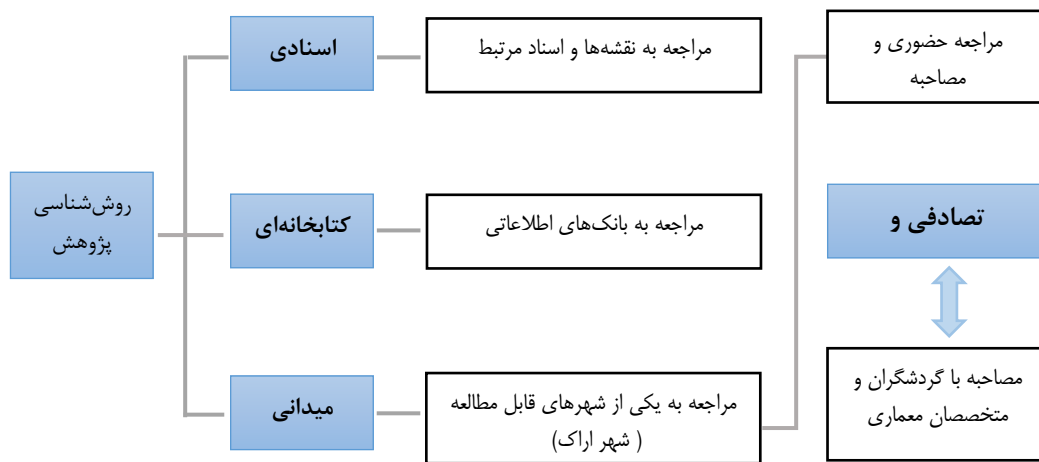
تحقیقات صورت گرفته در این پژوهش، به طور عام، به بررسی شاخص های فرهنگ و هویت و تاثیر به کارگیری این شاخص در معماری هتل ها می پردازد. یکسری تحقیقات در ارتباط با هتل می باشد. مظفر، حسینی و عبدمجیدی (۱۳۹۱) در پژوهش خود تحت عنوان فرهنگ در پژوهش های معماری با توجه به گستردگی مباحث فرهنگی و تنوع حوزه های آن در معماری به بررسی چگونگی توجه به ارتباط میان فرهنگ و معماری پرداخته اند و میتوان نتیجه گرفت که در هر تحقیق، محقق با در نظر گرفتن بعد خاصی از معماری و محدود نمودن فرهنگ به تعریفی خاص سعی در رسیدن به نتیجه مطلوب خود نموده است. اکبری، بذرافکن، تهرانی و سلطان زاده (۱۳۹۴) در پژوهش خود تحت عنوان تبیین روش های طراحی زمینه گرایی و منطقه گرایی در معماری ایران به تعریف زمینه و همچنین روش های طراحی چون زمینه گرایی و منطقه گرایی که واکنشی مستقیم به بستر طراحی هستند پرداخته اند و به این نتیجه رسیدند که روش های طراحی زمینه گرایی و منطقه گرایی متفاوت از یکدیگر عمل میکنند به این صورت که: زمینه گرایی در مقیاس کوچک تر نسبت به سایت و همسایگی های آن و منطقه گرایی در مقیاس بزرگ تر و در حد ملی و منطقه ای عمل میکند. رجبی و رحمانی (۱۳۹۵) در پژوهش خود تحت عنوان بررسی هویت شهری و دلایل بروز بی هویتی در شهرهای ایران به این نتیجه رسیدند که شناخت مولفه های هویت بخشی شهرها و نوشهرها، بررسی هر شهر جدید به لحاظ برخورداری از این عوامل و شناخت نقاط قوت و ضعف شهرها در این زمینه میتواند به حل بسیاری از مشکلات ناشی از بی هویتی این گونه شهرها کمک کند. ده بزرگی و اولادحسین (۱۳۹۵) در پژوهش خود تحت عنوان زمینه گرایی و منطقه گرایی، ضروریاتی در معماری و شهرسازی کلیه عوامل تاثیرگذار محیطی و انسانی را بر پایه ریزی زمینه و توجه به این شاخص ها در طراحی موجود شهری را بررسی کرده است و مشخص گردید که هر نسل و جامعه ای باید نمادهای قدیمی و زمینه ای خود را با رعایت قوانین و نکاتی کلیدی استخراج، و درک کرده و مجدداً آن را به صورتی مناسب تبیین نماید تا که زمینه آیندگان نیز بدون هدف و خالی از هویت های کالبدی، تاریخی، فرهنگی و اجتماعی نگردد. رضائی فرد و اسدی ملک جهان (۱۳۹۵) در پژوهش خود تحت عنوان طراحی هتل پنج ستاره در شهر فومن با رویکرد معماری زمینه گرا نتیجه میگیرد که هتل و هتل داری به صنعتی واقعی تبدیل شده

است که این موضوع به تنزل چشمگیر کیفیت معماری چه در سیما و چه در درون آن خواهد انجامید که باید با کمک معماری هماهنگ و منطبق با نیازها به طیفی از فضاها دست یافت که به آن میتوان احساس تعلق داشت. سربندی و محمودی (۱۳۹۶) در پژوهش خود تحت عنوان بررسی تاریخیچه و ویژگی‌های کاروانسراهای ایران و چگونگی احیای هویت و بازآفرینی آنها در هتل‌های امروز کاروانسراهای ایران، انواع آن‌ها، سیر تحولشان و تبدیلهشان به هتل را بررسی کرده اند و نتیجه‌گیری می‌کند که گسترش صنعت گردشگری در مکان‌هایی که پتانسیل بالقوه جذب گردشگر را دارند می‌تواند به عنوان ابزاری کارآمد در جهت رشد و توسعه همه جانبه جوامع میزبان به کار گرفته شود. از مهمترین عوامل ایجاد رضایت در سفر "محل اسکان" افراد است، از این رو هتل داری رابطه ی مستقیمی با گردشگری دارد. مرادی، باقری و ملابری (۱۳۹۸) در پژوهش خود تحت عنوان بازشناسی ارزش‌های معماری ایرانی مؤثر بر طراحی هتل‌های تجاری از منظر گردشگران خارجی نتیجه‌گیری می‌کنند که به ترتیب نقوش هندسی (استفاده شده در مصالح و پوشش سقف)، حس مکان و رنگ ارزش‌های هویت بخش معماری ایرانی از منظر گردشگران خارجی هستند. همچنین گردشگران به فضاهای رنگین با نقوش هندسی و با قرابت به ویژگی‌های کالبدی دوره‌های تاریخی قاجاریه، صفویه و هخامنشی گرایش دارند. بنابراین بهره‌گیری از ارزش‌های کالبدی منتخب گردشگران خارجی می‌تواند در طراحی محیط هتل‌های تجاری مورد توجه قرار گیرد. بحریه، طوفان و اکبری نامدار (۱۳۹۹) در پژوهش خود تحت عنوان بازخوانی سیر تحول معماری در ساختار بازار نشان می‌دهند که شکل‌گیری و توسعه بازار تبریز و عناصر آن در طول اعصار، تحت تأثیر ساختار محیطی، فرهنگی، اجتماعی، حکومتی و اقتصادی شهر قرار داشته است. تأثیر شاخص زمینه‌ای موقعیت جغرافیای سیاسی شهر و شاخص ساختار ارزشی اقتصادی بازار بر شکل‌گیری مقوله نیاز، رابطه عرضه-تقاضا و نمود آن در قالب کالبد بازار تبریز در مقیاس کلان و میانی اهمیت بیشتری داشته است. نژاد ناصری و اسدی ملک جهان (۱۳۹۸) در پژوهش خود تحت عنوان رعایت اصول رویکرد زمینه‌گرا در طراحی مراکز اقامتی و گردشگری، یکی از مهمترین نتایج که به دست آوردند از این مطالعات، بررسی رابطه میان چگونگی طراحی مراکز گردشگری و اقامتی و میزان تأثیر آن بر جذب گردشگر میباشد. که در نهایت این امر کمک شایانی به افزایش ارتباطات اجتماعی و زندگی گروهی و ثبت و انتقال فرهنگ‌ها میکند. سنجری و فرکیش (۱۳۹۹) در مقاله خود تحت عنوان ولویت‌بندی مولفه‌های منطقه‌گرایی در انتخاب زمینه طراحی معماری با هدف افزایش رضایتمندی گردشگران اینطور نتیجه‌گیری کردند که از دیدگاه گردشگران منطقه کنگ، معیارهای محیط‌شناسی، توجه به شرایط بین‌المللی و منطقه‌ای و توجه به زیست‌بوم منطقه به ترتیب اولویت‌های اول تا سوم هستند. امانی‌فرد (۱۴۰۰) در پژوهش آنها تحت عنوان طراحی هتل در مجتمع تفریحی پذیرایی گردشگری زیتون با رویکرد افزایش ماندگاری گردشگر، نتایج تحقیق نشان می‌دهد عدم تأمین سرانه گردشگری و کمبود هتل‌های استاندارد در استان، عدم اطلاع‌رسانی مناسب به گردشگران و دور بودن شهر از فرودگاه عوامل تأثیرگذار در ناماندگاری گردشگر می‌باشد. حسین‌زاده، نصیر شلال، کاظم‌زاده رائف و میردیکوندی (۱۴۰۱) در پژوهش خود تحت عنوان جستاری در پیشینه معماری هتل در ایران و جهان به این نتیجه میرسند که معماری هتل در جهان سابقه‌ای دیرینه دارد اما در دوران معاصر با رشد چشمگیر شهرنشینی و توسعه صنایع، نیاز به مراکز اقامتی در شهرها بالاخص شهرهای در حال توسعه صنعتی روزافزون گردید. در ایران نیز با نفوذ مدرنیته و ظهور مصادیق آن در دوران پهلوی اول، هتل‌های شهری و برون شهری مورد توجه قرار می‌گیرد. از دهه چهل خورشیدی با گسترش شهرنشینی در اثر اصلاحات ارضی، هتل‌های بسیاری در شهرهای بزرگ از جمله تهران احداث گردید. میرزایی و شمسی (۱۴۰۱) در پژوهش خود تحت عنوان بررسی تاریخیچه هتل و بررسی انواع هتل‌ها در صنعت توریسم بنابر بررسی‌ها، در شاخصه‌هایی که در هتل عباسی بود از بین هفت عنصر گفته شده (عناصر هویت بخش معماری ایرانی) به ترتیب نظم هندسی-حس مکان و نقوش هندسی سهم بیشتری را داشتند. عناصر هویت ساز معماری ایرانی می‌توانند باعث جذب گردشگران و موجب ارتقای فرهنگ جامعه می‌شود و اینکه معماری حاضر را هم تحت تأثیر قرار خواهد داد. میرزایی و بهرامی (۱۴۰۱) در پژوهش خود تحت عنوان معماری هتل و بررسی رنگ و نور مؤثر در توسعه هتل‌ها و تأثیرات آن بر جهانگرد به این نتیجه میرسد که هتل‌ها باید با آگاهی از انتظارات مشتریان خود و همچنین ویژگی‌هایی که انتظارات آنها را از کیفیت خدمات تحت تأثیر قرار می‌دهد، کیفیت خدمات خود را ارتقاء داده و رضایت مشتریان خود را جلب کنند. طراحی هتل‌هایی با این مضمون کمک به سزایی به تقویت جاذبه منطقه‌ای می‌نماید و طرح پلانی همگن در ابعاد مختلف و استفاده از مصالح بوم آورد و معرفی آن توسط نورپردازی همچنین استفاده از منابع طبیعی و بالقوه همچون کوه صخره، آبشار، رودخانه و ... در مجاورت آنان که به عنوان عناصری کلیدی به ایفای نقش در منظر بنا مشهورند، می‌تواند نقاط مثبت این گونه طراحی را قوت ببخشد. گردشگری برای مقصدهای گردشگرپذیر، نقش منبع حیاتی ترمیم اقتصاد محلی را عهده‌دار است. غفارزاده (۱۴۰۱) در پژوهش خود تحت عنوان طراحی هتل توریستی چهار ستاره با رویکرد توسعه گردشگری در تبریز نتیجه میگیرد که هتل‌ها علاوه بر ارائه فضای اقامتی و تأمین آسایش گردشگران، در زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی نیز می‌توانند تأثیرگذار باشند. بنابراین توجه به طراحی معماری هتل‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در طراحی هتل، علاوه بر طراحی بر اساس ضوابط و استانداردها، ویژگی‌های زیبایی‌شناختی نیز از عوامل بسیار مؤثر در جذب توریست می‌باشد که باید در نظر گرفته شود. بذری و غلامعلی زاده (۱۴۰۲) در پژوهش خود تحت

عنوان بررسی تاثیر مولفه‌های فرهنگی زمینه‌گرایی در طراحی موزه فرهنگ و تمدن دیلمان به این نتیجه رسیده است که ضرورت دارد، در طراحی زمینه‌گرا، از رویکرد انسجام و تداوم و توجه همزمان به زمینه تاریخی و معاصر، بهره برد. ضمناً مولفه‌های طراحی موزه فرهنگ و تمدن در دیلمان به صورت احکام طراحی، از مطالعات فوق‌الذکر استخراج گردید. شاهد، ستاری ساربانقلی و طهماسبی (۱۴۰۲) در پژوهش خود تحت عنوان تبیین مدل مفهومی زمینه‌گرایی فرهنگی در حیطه شهرسازی به این نتیجه رسیدند که در راستای بهبود کیفیت ارتباط انسان و محیط و تقویت وجوه انسانی فضاهای شهری و شخصیت منحصر بفرد زمینه‌های طراحی چنین رویکردی باید در طراحی فضاهای جدید شهری یا باز طراحی عناصر موجود، در اولویت کار شهرسازان قرار گیرد. کتابی (۱۴۰۲) در پژوهش خود تحت عنوان معماری و هویت شهری به این نتیجه میرسد که معماری و هویت شهری به یکدیگر وابسته هستند و به وسیله آنها می‌توان به شهری با هویت دست یافت. بر این اساس در این مقاله با راهکارهای مختلفی برای بهبود هویت شهری، با استفاده از معماری به عنوان ابزاری برای ایجاد تغییرات مثبت در شهر، مورد بررسی قرار گرفته است.

۳- روش تحقیق

در روند پژوهش در مرحله نخست به شناخت و بررسی شاخص‌ها و ویژگی‌های فرهنگ و هویت شهری، انواع آن‌ها و عناصر موثر در هویت شهری پرداخته شده است و روش تحقیق در این مرحله توصیفی-تحلیلی خواهد بود. در مرحله بعد بررسی سه نمونه موردی از هتل‌ها در شهر اراک، تهران و یزد انجام خواهد شد. هتل امیرکبیر به دلیل اینکه در شهر اراک می‌باشد و این شهر از نظر هویت با وجود معماری و بافت بازار اراک بسیار قابل تاثیر و مطالعه هست انتخاب شده است، هتل رشیدی تهران و هتل داد یزد نیز هر دو در شهرهایی هستند که از نظر هویت و فرهنگ بسیار تاریخی هستند. روش تحقیق به صورت توصیفی-تحلیلی خواهد بود و گردآوری اطلاعات به صورت میدانی و کتابخانه‌ای انجام خواهد گرفت. این پژوهش سعی دارد با استفاده از روش‌های فوق به بررسی شاخص‌های فرهنگ و هویت شهری و تاثیرگذاری این ویژگی‌ها در معماری هتل‌ها بپردازد. در مرحله پایانی تدوین پژوهش، با استفاده از روش تحلیلی-تطبیقی جدولی برای بررسی و تحلیل یافته‌ها و شناسایی رویکردها و گرایش‌های نظری موفق و تطبیق آن با بناهای بررسی شد اقدام خواهد شد.



دیگرام شماره ۱- روش‌شناسی پژوهش

۴- مبانی نظری

در بخش چهارچوب نظری توضیحاتی در خصوص گردشگری، فرهنگ و هویت شهری و تاثیرگذاری آنها در هتل‌ها داده می‌شود.

۴-۱- مفهوم گردشگری

گردشگری عبارت است از فعالیت‌های جابجایی و اقامت فرد به محیطی غیر از محیط همیشگی‌اش به مدت کمتر از یک سال و با اهدافی چون تفریح، کار و غیره. (مرادی و همکاران، ۱۳۹۸، ۵) صنعت جهان گردی از دهه ۲۳۱۱ میلادی بعد از پایان جنگ جهانی دوم توسعه یافت و ایران به دلیل قدمت تاریخی و موقعیت جغرافیایی خود از گذشته تا کنون مورد توجه گردشگران دنیا قرار داشته است. (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۷۷) گردشگری یکی از صنایع پیش‌تاز در زمینه‌های اقتصادی جهان در حال توسعه است و

نیاز طبیعی، روحی، روانی و اجتماعی انسان می‌باشد و زمانی معنای واقعی خود را پیدا می‌کند که در فضای مطلوب و مطبوعی باشد، به همین دلیل در چند سال اخیر هتل و هتل‌داری به صنعتی واقعی تبدیل شدند و گسترش فوق‌العاده‌ای داشتند، هتل‌ها امکانات اقامتی و گردشگری شهرها هستند که مورد استفاده مسافران و گردشگران قرار می‌گیرند. (سنجری و فرکیش، ۱۳۹۹: ۲۷۶)

۴-۲- هتل

واژه هتل ریشه فرانسوی دارد و به معنای رخداد شهری یا بنایی است که مراجعه‌کننده بسیار دارد، اگر چه امروز انواع مختلفی از هتل وجود دارد که هر کدام کاربری‌های متنوع و متفاوتی ارائه می‌کنند، ولی عملکرد اصلی هتل بدون توجه به تعداد اتاق‌های آن یکسان است و نسبت به دوران باستان نیز تغییر اساسی نکرده است (سربندی و محمودی، ۱۳۹۶: ۲).

۴-۳- فرهنگ

فرهنگ شامل الگوهای صریح و ضمنی و رفتارهایی است که توسط نمادها اندوخته و انتقال داده می‌شوند. فرهنگ در معنای Culture که اصولاً ابداع تفکر مدرن است، در پی پاسخ به خواسته‌ها و نیاز انسان مدرن است و مهم‌ترین خواسته و مطلوبش تغییر حداکثری و سازش حداقلی است. (کوثری، سرفراز، ۱۳۹۴، ۹۵-۹۴) عناصر فرهنگی می‌توانند به فاکتورهای درونی و خارجی تقسیم شوند. فاکتورهای درونی شامل سبک زندگی، نقش، ارزش‌ها (ایده‌ها، تصورات، الگو و معانی)، قوانین، عادات، فردیت پایه، تجربه، باورها، سن و جنسیت هستند. فاکتورهای خارجی شامل محیط فیزیکی گروه‌های اجتماعی شامل نوع خانواده، محیط زندگی و آموزش است. (Onal & Turgut.2017.185_186) ادوارد بارنت تیلور بیان می‌کند: «فرهنگ، کلیت درهم تافته‌ای است شامل، دانش، دین، هنر، قانون، اخلاقیات و هرگونه توانایی و عادت که آدمی از جامعه به دست می‌آورد» (داریوش، آشوری، ۱۳۸۱).

۴-۴- فرهنگ در معماری

فرهنگ هر جامعه دو جنبه متمایز دارد: مادی و غیر مادی. فرهنگ مادی شامل وسایلی است که به دست اعضای پیشین ساخته شده و برای اعضای حاضر به ارث مانده‌اند مانند معماری. فرهنگ غیر مادی یا معنوی شامل رسوم، معتقدات، علوم و هنرهایی است که به وسیله زبان و خط فراگرفته می‌شوند مانند ادبیات. (محمدی-۸۲) ادبیات، هنر، مذاهب، عرف، سنت و ... از جمله مجاری تبلور یافتن روح فرهنگ یک جامعه می‌باشد و از این میان روی صحبت ما با معماری است که به عنوان یکی از عمده‌ترین محورهایی که در عین برآوردن نیاز انسان به محیط مصنوع، رابطه‌ای تنگاتنگ با فرهنگ برقرار می‌سازد. معماری قبل از اینکه یک تخصص فنی یا هنری باشد، دارای جنبه‌های فرهنگی است. فضای معماری بر مبنای مفاهیم فرهنگی در عرصه زمان به رشد و تعالی می‌رسد و در بعد مکانی تجلی می‌یابد. هنر به عنوان یک سیستم ارتباطی با زبان و فرهنگ در ارتباط می‌باشد و برای دریافت پیام موجود در آن، باید زمینه فرهنگی که هنر در مسیر آن وجود آمده، مورد شناخت و مطالعه قرار گیرد، در غیر این صورت مفاهیم آن به خوبی قابل درک نخواهد بود. (نقره‌کار، عبدالحمید، ۱۳۸۹)

جدول ۱- شاخص‌های فرهنگ در معماری (منبع: نگارنده)

الگوهای زیستی و اجتماعی	نحوه زندگی و تعاملات اجتماعی که در طراحی فضاها بازتاب پیدا می‌کند.
نمادها و معانی	استفاده از عناصر نمادین و فرهنگی که به فضاها معانی خاص می‌بخشید.
مواد و تکنیک‌های محلی	استفاده از مصالح و تکنیک‌های ساخت بومی که نشان‌دهنده دانش محلی و میراث فرهنگی
ارزش‌های زیباشناختی و هنری	ترجیحات زیباشناختی و هنری که در طراحی فضاها لحاظ می‌شود.

۴-۵- هویت شهری

هویت نوعی دل‌بستگی عاطفی با مکان بر پایه اهمیت دادن به مکان می‌باشد که به زندگی فرد معنا می‌بخشد. (Williams & Vaske, ۲۰۰۳: ۸۳۰) تاثیرگذارترین فرایند اجتماعی جامعه بشری که در کنش‌ها و واکنش‌های شهری تاثیرگذار است را میتوان در زیر سایه هویت شهری بررسی کرد و این هنر معمار و شهرساز می‌باشد که ضمن نوسازی کوچه، محله و ساختمان‌ها، با حفظ عناصر خاص باعث حفظ هویت شوند. (رجبی و رحمانی، ۱۳۹۵: ۱) طراحی شهری میتواند به بهبود کیفیت زندگی افراد و تقویت هویت شهری کمک کند. ساختمان‌هایی که بازتاب‌دهنده فرهنگ و هنر محلی هستند به تقویت هویت شهری کمک میکنند. (کتابی، ۱۴۰۲)

۴-۶- مفهوم هویت در شهرسازی

به عقیده الکساندر^۱، هویت در محیط فرهنگی تجلی می‌کند که ارتباط طبیعی و منطقی بین فرد و محیط حاصل شده باشد. وی معتقد است که بین فرد و محیط زندگی‌اش ارتباط و احساس تعلق خاطر به وجود نخواهد آمد، مگر آن که قادر به شناخت عمیق و تشخیص آن باشد (سلسله و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۳) والتز بور^۲، نیز عقیده دارد هویت همان تفاوت های کوچک و بزرگی است که باعث بازشناختن یک مکان (خوانایی محیط) میشود و حس دل بستگی و حساسیت به محیط را به وجود می آورد. خاص بودن هر محیط به معنی اجتناب از یکنواختی، وجود تنوع و جذابیت است. هویت در شکل و نحوه قرارگیری فضاها، در طرز دسترسی به فضاها و در کاربری ها نیز می باید وجود داشته باشد (برزگر، ۱۳۸۳: ۱۹۷)

جدول ۲- بررسی مولفه‌های هویت از دیدگاه صاحب‌نظران (نگارنده)

صاحب‌نظران	مؤلفه‌های هویت شهری
کوبین لینچ (کتاب تصویر شهر)	راه‌ها: معابر اصلی که مردم از آنها برای حرکت در شهر استفاده می‌کنند. لبه‌ها: مرزهای بین مناطق مختلف شهری. مناطق: قسمت‌های بزرگ و قابل تشخیص شهر. گره‌ها: نقاط تمرکز فعالیت‌ها. نشانه‌ها: عناصر فیزیکی برجسته ای که به عنوان نقاط راهنما عمل می‌کنند.
جان موننگومری	فرم شهری: شامل معماری، طراحی شهری و فضای عمومی. فعالیت‌ها: انواع فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و تفریحی. معنی: شامل تاریخ، فرهنگ و ارزش‌های اجتماعی شهر.
راپاپورت (کتاب معنی و محیط)	فیزیکی: معماری، زیرساخت‌ها و فضاهای سبز. اجتماعی، ساختار جمعیتی، روابط اجتماعی و فعالیت‌های اجتماعی. نمادین، تاریخ، فرهنگ و نشانه‌های فرهنگی.
لین وایت (مقاله هویت شهری: یک رویکرد جامع)	کالبدی، شامل محیط ساخته شده و طبیعی. اجتماعی-اقتصادی: شامل جمعیت، فعالیت‌های اقتصادی و ساختار اجتماعی. فرهنگی: شامل ارزش‌ها، باورها و رفتارهای فرهنگی. حسی: شامل نحوه احساس و درک مردم از شهر.

۴-۷- جمع‌بندی شاخص‌های هویت شهری

بنابراین هویت شهری زمانی معنادار خواهد بود که تبلور عینی در فیزیک شهر داشته و در واقع کالبد بیرونی و فیزیک شهر نمادی از هویت شهری باشد. هویت یک شهر را میتوان از جنبه های مختلف (کالبدی - طبیعی، انسانی و اجتماعی، تاریخی و اقتصادی، بصری شناختی) بررسی نمود و در واقع شکل‌گیری هویت شهری تحت تأثیر فرهنگ، شکل طبیعی و کالبد مصنوع شهر قرار دارد.

جدول ۳- بررسی و جمع‌بندی مولفه‌های هویت شهری از دیدگاه صاحب‌نظران (نگارنده)

ابعاد	متغیر	زیر متغیر
فرهنگی اجتماعی	آداب و رسوم خودمانی بودن	برگزاری مراسمات مذهبی و جشن‌ها، نمادها، پوشش مشابه و تقلید از یک مد خاص روابط خویشاوندی
کالبدی	الگوی ساخت و ساز گره‌ها نفوذپذیری نشانه‌های بصری	سیک معماری، مصالح و رنگ، تراکم ساختمانی، فرم و اندازه ساختمان، سنگفرش میدان، تقاطع‌ها، پاتوق‌های اجتماعی، عقب‌نشینی‌ها، فضاهای ایستا و پویا حرکت و فعالیت المان‌های شهری

۱ Alexander

۲ Walter bor

ادراکی	تصویر ذهن خاطره‌انگیزی حس تعلق خونایی	فضای سبز، خاطره‌انگیزی، سابقه سکونت، المان شهری، رنگ خاص ساختمان‌ها، بازار المان‌های شهری، سنت‌ها و آئین‌ها، رویداد (اجتماعی، فرهنگی و مذهبی و تاریخی)، ارتباطات جمعی حس مکان، دل‌بستگی راه، لبه، گره، نشانه‌های بصری، المان‌های شهری، رنگ
--------	--	--

۴-۸- شاخص‌های فرهنگ جهانی

این شاخص‌ها توسط مؤسسات مختلفی مانند مؤسسه فرهنگ و جامعه جهانی ایجاد شده‌اند.

تنوع زبانی و فرهنگی	تعداد زبان‌ها و فرهنگ‌های مختلف موجود در یک جامعه
شاخص توسعه انسانی	شامل معیارهایی مانند آموزش، بهداشت و استانداردهای زندگی
آزادی فرهنگی	میزان آزادی افراد در پیروی از عقاید، مذهب و سبک زندگی خود

دیاگرام شماره ۲- شاخص‌های فرهنگ جهانی

۵- بررسی نمونه موردی

در ادامه به بررسی شاخص‌های فرهنگ و هویت شهری در معماری هتل امیرکبیر اراک، هتل گران میراث رشیدیه تهران، هتل داد یزد پرداخته خواهد شد. دلیل انتخاب این هتل‌ها به این صورت بوده که در هتل امیرکبیر اراک بسیاری از مولفه‌های فرهنگ و هویت شهری استفاده شده است اما با توجه به بافت شهری و معماری بازار تاریخی که در این شهر هست آنقدر پاسخگوی نیاز فرهنگی مردم نبوده است اما در برنامه‌ریزی و طراحی هتل رشیدیه تهران و هتل داد یزد به فرهنگ و هویت شهری بسیار توجه شده و شاخص‌های آنها به درستی به کارگرفته شده‌اند.

۵-۱- هتل امیرکبیر اراک

این هتل در تیرماه ۱۳۸۴ در زمینی به مساحت ۲۵ هکتار افتتاح شد و از آن زمان، میزبان مسافران زیادی بوده است. بنای هتل امیرکبیر، تلفیقی از معماری سنتی و مدرن را به تصویر می‌کشد و در تلاش هست تا هویت فرهنگی و شهری خود را حفظ کند. این هتل باغ ۷ طبقه دارد و ۷۵ واحد اقامتی را در خود جای داده است. فضاهای هتل شامل: اتاق‌ها و سوئیت‌ها، رستوران و کافی شاپ، سالن کنفرانس و مراسم، امکانات ورزشی و تفریحی می‌باشد.

جدول ۴- بررسی شاخص‌های فرهنگ و هویت شهری در هتل امیرکبیر (منبع: نگارنده)

نام بنا	هتل امیرکبیر
عکس بنا	
متریال استفاده شده	استفاده از بتن و فولاد در اسکلت بنا، استفاده از سنگ‌های طبیعی، سرامیک و کاشی در فضاهایی داخلی و در بعضی موارد برای دکوراسیون داخلی از چوب استفاده شده است.



	در فضاهای داخلی این هتل از نقوش و طرح‌های محلی استفاده شده است. و ترکیبی از هنرهای سنتی و المان‌های مدرن است.	طراحی داخلی فضاها
	این هتل دارای فضاهای باز و سبز بسیار زیبا هست که با چیدمان خاصی اجرا شده است.	محیط طبیعی و باغ‌ها
	هتل امیرکبیر به مهمان‌های خود امکان ارائه انواع غذاهای محلی و سنتی را فراهم کرده است.	امکانات محلی و سنتی

۵-۲- هتل گران میراث رشیدیه تهران

هتل گران میراث رشیدیه تهران، در اواخر قاجار ساخته شد. این هتل یکی از نمونه‌های بارز که ترکیبی از معماری مدرن و سنتی ایران را به نمایش می‌گذارد.

جدول ۵- بررسی شاخص‌های فرهنگ و هویت شهری در هتل گران میراث رشیدیه تهران (منبع: نگارنده)

عکس بنا	نوع به کارگیری	مولفه‌ها
	طاق‌ها و قوس‌ها: طراحی ورودی‌ها و راهروها با استفاده از طاق‌ها و قوس‌های سنتی که در معماری اسلامی رایج هستند.	استفاده از الگوهای معماری سنتی
	ایوان‌ها: بهره‌گیری از ایوان‌های بزرگ و مشرف به فضای باز که در معماری سنتی ایران بسیار متداول است.	
	مصالح بومی: استفاده از مصالح سنتی مانند: آجر، کاشی کاری، گچ‌بری‌های زیبا	
	کاشی کاری‌ها: استفاده از کاشی‌های هفت رنگ و معرف و نقوش اسلامی و هندسی	تزئینات و نقوش سنتی
	گچ‌بری و مقرنس کاری: تزئینات داخلی با استفاده از گچ‌بری‌ها و مقرنس کاری‌های دقیق	
	طراحی باغ‌ها و حیاط مرکزی با حوض‌ها و آب‌نماها که از ویژگی‌های باغ‌های ایرانی هست	فضاهای سبز و حیاط
	در فضاهای داخلی هتل از عناصر فرهنگی و هنری ایرانی مانند: قالی‌های دستباف، پارچه‌های سنتی و ظروف قدیمی استفاده شده است	دکوراسیون داخلی
	استفاده از رنگ‌های سنتی ایرانی مانند: فیروزه‌ای، زرد و سرخ در طراحی داخلی و خارجی هتل	رنگ‌های سنتی

	استفاده از نورپردازی سنتی با فانوس‌ها و چراغ‌های قدیمی و ایجاد فضاهای گرم و دلنشین	نورپردازی
	بهره‌گیری از اصول معماری پایدار که در معماری سنتی ایران وجود دارد، مانند: بادگیرها	رعایت اصول طراحی پایدار
	یکی از شاخص‌های معماری ایرانی حیاط مرکزی است که در هتل داد یزد هم وجود دارد.	حیاط مرکزی

۵-۳- هتل داد یزد

هتل داد یزد یکی از هتل‌های تاریخی و برجسته شهر یزد است که در دوره پهلوی اول ساخته شده است. این هتل که در ابتدا به عنوان کاروانسرا و بارانداز مورد استفاده قرار می‌گرفت، در سال ۱۳۰۷ هجری شمسی توسط حاج عبدالخالق ساخته شده و بعداً در سال ۱۳۸۰ به هتل تبدیل شد. معماری هتل داد با ترکیب عناصر سنتی و معماری مدرن، نمایانگر فرهنگ و تاریخ غنی یزد است. (وب سایت هتل داد یزد)

جدول ۵- بررسی شاخص‌های فرهنگ و هویت شهری در هتل داد یزد (منبع: نگارنده)

عکس بنا	نوع به کارگیری	مولفه‌های فرهنگی و هویت شهری
	در ساخت هتل داد از مصالح محلی مانند: خشت، گل و کاهگل استفاده شده است.	استفاده از مصالح بومی
	یکی از شاخص‌های معماری ایرانی حیاط مرکزی است که در هتل داد یزد هم وجود دارد.	حیاط مرکزی
	بادگیرها از عناصر معماری شهر یزد هستند که برای تهویه و خنک‌سازی هوا استفاده می‌شوند و در هتل داد یزد هم این بادگیرها علاوه بر عملکرد تهویه، زیبایی خاصی هم دارند.	بادگیرها
	در معماری فضاهای داخلی و خارجی این هتل از طاق و قوس‌های سنتی که جلوه‌ای از هنر معماری ایرانی هست استفاده شده است.	طاق‌ها و قوس‌ها

	استفاده از نقوش و کاشی کاری‌های سنتی یزدی در تزئینات داخلی و خارجی	نقوش و کاشی کاری‌ها و رنگ‌های سنتی
	بهره‌برداری از اصول معماری پایدار و سازگار با محیط زیست از جمله: نور طبیعی و تهویه مناسب	سازگاری با محیط زیست
	طراحی فضاهای باز و منعطف که به ساکنان اجازه می‌دهد از فضاهای داخلی و خارجی همزمان بهره‌برداری کنند.	پلان‌های باز و منعطف

۶- یافته‌های پژوهش

با توجه به نتیجه‌ای که از مطالعات و بررسی نمونه‌های موردی طی این تحقیق حاصل شد چگونگی به کارگیری شاخص‌های فرهنگ و هویت شهری و تأثیر آنها در جدول خلاصه می‌شود.

نام بنا	هتل گران میراث رشیدیه تهران	هتل داد یزد	هتل امیرکبیر اراک
عکس بنا			
فرهنگی و اجتماعی	برگزاری جشن‌ها و مراسمات و پوشش‌های مناسب	برگزاری جشن‌ها و مراسمات و پوشش‌های مناسب	در قسمت‌های از هتل انواع غذاهای محلی و سنتی ارائه می‌شود اما برگزاری مراسمات و جشن‌های مناسبی کمتر دیده می‌شود.
کالبدی	سبک معماری، مصالح و رنگ، فرم ساختمان، سنگفرش‌ها، فضای پویا، استفاده از المان‌ها	سبک معماری، مصالح و رنگ، فرم ساختمان، سنگفرش‌ها، فضای پویا، استفاده از المان‌ها	به دلیل استفاده از بتن، فولاد و سنگ در بنا کمی از معماری سنتی ایرانی دور شده است. با اینکه تلاش شده تا با استفاده از سرامیک، کاشی‌ها و نقوش سنتی در فضاهای داخلی و استفاده از سنگ فرش‌ها این حس را القا کند.
ادراکی	فضای سبز و حیاط مرکزی، رنگ‌های خاص و خاطره انگیز، سنت‌ها و آئین‌ها، حس مکان، نشانه‌های بصری	فضای سبز و حیاط مرکزی، رنگ‌های خاص و خاطره انگیز، سنت‌ها و آئین‌ها، حس مکان، نشانه‌های بصری	هتل دارای فضاهای باز و سبز با چیدمانی خاص می‌باشد، اما از الگوی حیاط مرکزی پیروی نکرده است.

۷- نتیجه گیری

با توجه به بررسی های انجام شده در این پژوهش، نتیجه گیری شد که امروزه ناسامانی ها و آشفتگی هایی در معماری بناهای بزرگ مشاهده می شود که این مورد ناشی از تقلید بی اساس از الگوهای غربی و دور شدن از فرهنگ و هویت خودمان می باشد و این بی هویتی می تواند اثرات منفی بر کیفیت زندگی افراد جامعه داشته باشد و در همین راستا هتل ها که بناهای بسیار مهمی در این زمینه هستند از این جهت که گردشگران دیگر شهرها و کشورها در این بناها مستقر شده و فضایی هست که در آن اسکان داده می شوند و ممکن هست روزها و حتی ماه هایی را در آنجا سپری کنند، تاثیر بسیار زیادی در جذب گردشگر و رضایتمندی آنان خواهند داشت. به همین دلیل در این پژوهش به بررسی شاخص های هویت و فرهنگ در سه هتل امیرکبیر یزد، گران میراث رشیدیه و هتل داد یزد پرداخته شد و این نتیجه حاصل شد که در هتل های گران میراث رشیدیه و داد یزد زیبایی و حفظ هویت بیشتری دیده می شود که همین مورد عامل رضایتمندی گردشگران است و حتی کیفیت زندگی مردمان آن شهرها را نیز افزایش داده است، اما در هتل امیرکبیر اراک از شاخص های هویتی و فرهنگی مانند: نشانه های بصری، رنگ های خاص و حس تعلق به درستی استفاده نشده است و این دو ویژگی خیلی کمتر دیده می شود و با توجه به صنعتی بودن شهر اراک که خود عامل کاهش گردشگر است، عدم به کارگیری فرهنگ در بناهای این شهر هم می تواند کاملا باعث کاهش گردشگر و عدم رضایتمندی ساکنان این شهر شود. معماری فرهنگی می تواند باعث افزایش روحیه و حس زندگی در افراد آن شهر شود و معماری که از فرهنگ و هویت شهری دور باشد می تواند باعث از بین بردن حس زندگی و کاهش کیفیت زندگی و روحیه افراد شود.

منابع

۱. ابراهیم زاده، اسمین، حسین، (۱۳۷۷). فرهنگ اسلامی و جغرافیای جهانگردی در ایران، نشر سازمان منطقه آزاد کیش.
۲. آشوری، داریوش، (۱۳۸۱). فرهنگ چیست؟ نشر نی، تهران.
۳. اکبری، علی اکبر؛ بذرافکن، کاوه، تهرانی، فرهاد و سلطانزاده، حسین، (۱۳۹۶). تبیین روش های طراحی زمینه گرایی و منطقه-گرایی در معماری ایران، فصلنامه مدیریت شهری، (شماره ۴۸)، صص ۳۲۷_۳۴۲.
۴. امانی فرد، علی، (۱۴۰۰). پایان نامه طراحی هتل در مجتمع تفریحی پذیرایی گردشگری زیتون با رویکرد افزایش ماندگاری گردشگر. دانشگاه شهاب دانش.
۵. ایمانی، الناز، (۱۳۹۴). بررسی رویکرد های مختلف سازگاری با زمینه جهت تقویت جایگاه زمینه گرایی در فرآیند برنامه دهی معماری، نشریه علمی-پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، صص ۴۴_۲۹.
۶. بحرینه، پروشا؛ طوفان، سحر و اکبری نامدار، شبنم، (۱۳۹۹). بازخوانی سیر تحول معماری در ساختار بازار تبریز با تأکید بر زمینه گرایی. مطالعات شهر ایرانی اسلامی صص ۵_۱۷.
۷. برزگر، محمدرضا (۱۳۸۸). بازشناسی هویت شهری، مجموعه مقالات همایش مسائل شهرسازی ایران؛ جلد اول ساخت شهری، شیراز، دانشگاه شیراز
۸. رجبی، آریتا و رحمانی، محمد حسن، (۱۳۹۵). دومین همایش ملی فرهنگ، گردشگری و هویت شهری، صص ۱_۷.
۹. رجبی، صبا و زرافشانی، محمدعلی، (۱۳۹۹). پایان نامه طراحی مجتمع اقامتی تفریحی و گردشگری با رویکرد معماری زمینه گرا (مورد مطالعه: سراب نیلوفر کرمانشاه).
۱۰. سربندی، سمانه و محمودی، مهنوش، (۱۳۹۶). بررسی تاریخیچه و ویژگی های کاروانسراهای ایران و چگونگی احیای هویت و بازآفرینی آن ها در هتل های امروز، سومین همایش ملی و بین المللی معماری، عمران و شهرسازی، صص ۱_۱۹.
۱۱. سلسله، علی. سلسله، محسن (۱۳۸۸). بررسی تأثیر عامل هویت (ایرانی - اسلامی) بر زیبایی شهر، انتشارات آرمانشهر، شماره ۲.
۱۲. سنجرى، سپیده؛ فرکیش، هیرو، (۱۳۹۹). اولویت بندی مولفه های منطقه گرایی در انتخاب زمینه طراحی معماری با هدف افزایش رضایتمندی گردشگران. فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، دوره ۳۵، (شماره ۳)، صص ۲۷۶_۲۸۲.
۱۳. کامران، افشار نادری، هتل CURRENT HOTEL CATEGORIES.
۱۴. کتابی، احمد، (۱۴۰۲). معماری و هویت شهری. هفتمین کنگره بین المللی توسعه زیرساخت های فناوری مهندسی عمران، معماری و شهرسازی ایران، صص ۱_۶.
۱۵. کوثری، مسعود و سرفراز، حسین، (۱۳۹۴). مواجهه سیاست گذاری فرهنگی با «صنعت فرهنگ» و گذار از آن. راهبرد فرهنگ، دوره ۸، شماره ۳۰، صص ۹۱_۱۱۲.

۱۶. لطیفی، غلامرضا؛ فیضی چشمه گلی، قاسم و باجلال، راحله، (۱۳۹۴). تبیین و ارزیابی شاخصهای موثر در هویت شهری (نمونه موردی محله نوغان در شهر مشهد). فصلنامه علمی پژوهشی پژوهشنامه خراسان بزرگ، سال ششم، (شماره ۲۰).
۱۷. مرادی، آرزو؛ باقری، حسین و ملایری، هومن، (۱۳۹۸). بازشناسی ارزشهای معماری ایرانی موثر بر طراحی هتل‌های تجاری از منظر گردشگران خارجی، معماری و شهرسازی آرمان شهر شماره (۲۹)، صص ۱۸۵_۱۹۷.
۱۸. مظفر، فرهنگ؛ حسینی، باقر و عبدمجیری، امین، (۱۳۹۱). فرهنگ در پژوهش‌های معماری، نشریه مسکن، محیط و روستا، شماره (۱۳۸)، صص ۲۹_۳۸.
۱۹. نقره‌کار، عبدالحمید، (۱۳۸۹). مبانی نظری معماری، انتشارات پیام نور، تهران.
20. Ardakani SS, Mirghafouri SH, Barghi S (2010). Specification and prioritization of the factors affecting foreign tourist's satisfaction level in Shiraz, using factor analysis and MADM techniques. *Journal of Tourism Management Studies*. 5(13):1-24. [Persian]
21. Ebrahimpour H, Seyyed Naghavi M, Yaghoubi N (2011). A survey of factors influencing on the tourists satisfaction and loyalty in Ardabil province (the case of Sarein tourism city). *Journal of Tourism Management Studies*. 5(14):67-92. [Persian]
22. Ebrahimpour H, Roshandel Arbatani T (2011). Investigating the factors affecting tourism based on tourists' perceptions and gap analysis model. *Business Management*. 3(2):1-22. [Persian]
23. Ghadami, M., Sarafizadeh, A., & Madani, A. (2011). Designing a Domestic Model for Classification and Grading Hotels in Iran. *Journal of Cultural Management*, 5(1), 76-88. http://jcm.srbiau.ac.ir/article_3503.html
24. Önal, G. K., & Turgut, H. (2017). Cultural schema and design activity in an architectural design studio. *Frontiers of architectural research*, 6(2), 183-203
25. Vosougi L, Dadvarkhani F, Motiei Langerudi H, Rahnamayi MT (2011). Winter tourism and examining important factors in tourist satisfaction Case study: Shemshak and Darbandsar resorts as two winter destinations. *Journal of Tourism Management Studies*. 6(15):1-28. [Persian]
26. Williams, D.R., & Vaske, J.J. (2003). The measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach. https://www.fs.fed.us/rm/value/docs/psychometric_place_attachment_measurement.pdf