

بررسی تأثیر معیارهای بومی هویت مکانی در برنامه‌ریزی مبلمان شهری (مطالعه موردی: محله جلفا اصفهان)

مجید گودرزی^۱

استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

فاطمه نیکوبین بروجنی

دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، مؤسسه آموزش عالی امین، فولادشهر، ایران

مریم ملایی

دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، مؤسسه آموزش عالی امین، فولادشهر، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۰۷/۱۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۰۳/۰۷

چکیده

پژوهش حاضر باهدف بررسی تأثیر معیارهای بومی هویت مکانی در برنامه‌ریزی مبلمان شهری صورت گرفته است. در این راستا به سنجش متغیرهای اصلی این پژوهش اعم از خوانایی، حس تعلق به مکان، عناصر اعتقادی-مذهبی، گره‌های کالبدی-اجتماعی پرداخته می‌شود. رویکرد حاکم بر این پژوهش، توسعه‌ای-کاربردی و روش تحقیق به شیوه توصیفی، تحلیلی و پیمایشی است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات پژوهش از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده شده است. تجزیه و تحلیل‌های آماری با استفاده از نرم‌افزار SPSS 22.0 و ترسیم نقشه از طریق نرم‌افزار Arc GIS انجام گردید. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که معیارهای بومی هویت مکانی در برنامه‌ریزی مبلمان شهری تأثیر دارد. خوانایی و حس تعلق خاطر به مکان در برنامه‌ریزی مبلمان شهری تأثیر ندارد. گره‌های کالبدی-اجتماعی، عنصر سنبل و نشانه‌ها، پاتوق‌ها و... (محله) در شکل-گیری مبلمان شهری تأثیر ندارد. عناصر فرهنگی، اعتقادی-مذهبی در شکل‌گیری مبلمان شهری تأثیر دارد.

واژگان کلیدی: معیارهای بومی، هویت مکانی، مبلمان شهری، محله جلفا.

مقدمه

شهر پدیده‌ای انسان ساخت است که در جزئیات نیز عناصر فراوانی در بطن و متن خود دارد. خارج از تعاریف متفاوتی که بنا بر علاقه‌های معرفتی متفاوت از شهر داده می‌شود، شهرها را ویژگی‌های متفاوتی از متغیرها و معرف-های مشترک از هم جدا می‌کند. برای مثال همه شهرها دارای متغیرهایی چون پایگاه جغرافیایی، ابعاد و اندازه، شکل، کیفیات بصری، کیفیت زیستی و... هستند. شهرهای مختلف می‌توانند از همدیگر متمایز شوند. بنابراین شهرها می‌توانند هر کدام دارای ویژگی‌های فردی باشند که معرف هویت آن‌ها است. هویت هر شهر علاوه بر بستر طبیعی، اقلیم و نحوه رفتار و گویش و لباس پوشیدن مردم، از طریق فضاهای شهری نیز شناخته می‌شود. عوامل و عناصری در محیط می‌توان یافت که ضمن دارا بودن عملکرد خاص، جنبه ظاهری آن نیز می‌تواند تأثیرگذار باشد، مثل رنگ-ها، عناصر با ارزش تاریخی، مبلمان شهری، نور، درخت‌کاری، از آن جمله‌اند (کربلایی نوری و ریاحی، ۱۳۸۵، ص ۳۸۲). 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 (بیشابور، ۱۳۸۷، ص ۱۱).

در گذشته، محلات شهری مکان‌هایی برای گرد آمدن افراد با ویژگی‌های مشترک فرهنگی، قومی - نژادی، مذهبی، اقتصادی، اجتماعی و ... بوده‌اند، به دنبال تجمع بیشتر افراد با ویژگی‌های مشترک در یک محدوده، آن بخش از شهر دارای هویت خاص و شناخته شده‌ای بود که سبب تمایز آن از دیگر بافت‌های اطراف می‌گردید. همین عامل در آن محدوده سبب ایجاد فضاهایی با کارکرد و عملکردهای خاص می‌شد که بافت آن را نیز از محدوده‌های اطراف متمایز می‌گرداند (قاسمی و نگینی، ۱۳۸۹، ص ۱۱۴). امروزه در هر شهر، محله‌هایی با هویت بصری قوی می‌توان یافت که با خصوصیات منحصر به فرد از سایر محلات متفاوت است و در آن احساس مشخص و تعلق خاطر خاصی وجود دارد. برای داشتن یک محله مسکونی خوب لازم است در بدو امر، بافت موجود از حالت خنثی به حوزه‌هایی در دل شهر تبدیل گردد که بتوان نام محله را به آن اطلاق نمود و توقعاتی که حول این محور شکل می‌گیرند، از ما می‌خواهند که به جای بافت‌های کنونی، حوزه‌هایی برخوردار از درهم تنیدگی، نفوذپذیری و خوانایی به‌عنوان محله داشته باشیم (قاسمی، ۱۳۸۳، ص ۱۱۳).

هنوز هم جذاب‌ترین و به یادماندنی‌ترین محله‌ها آن‌هایی هستند که با شکل و شمایل ویژه و مختص به خود در خاطره‌ها جای می‌گیرند. انتخاب و طراحی مناسب مبلمان شهری، حفظ هویت مکان و نمود بیشتر آن را ممکن می‌سازد. این برخورد در احیای مناطق تاریخی و سنتی بسیار مؤثر است. اگر دخالت در شهر به تزئینات سطحی محدود نشود، باید میان بافت اجتماعی و فضای شهر توازن ایجاد کرد. آن‌گاه که بافت اجتماعی مکانی تثبیت شد و در میان ساکنانش مفهوم شهرنشینی ریشه دواند، می‌توان به ساختارهای مکمل در سیما و منظر آن پرداخت و شرایط را برای حفظ محیط و رفاه اهالی‌اش مهیا کرد. به اتکای همین بافت اجتماعی تثبیت شده و ریشه‌دار می‌توان در مدت زمان کافی و با روشی پویا، خیابان‌های محله و شهر را به گونه‌ای مجهز کرد که بازتاب فرهنگ آن باشد (مرتضایی، ۱۳۸۱، ص ۳۱). اساساً برخورداری محله از یک قشر اجتماعی خاص و متفاوت از سایر محلات شهر نیز می‌تواند سبب شهرت محله و تمایز آن گردد. به‌عنوان نمونه محله جلفای اصفهان بخش عمده‌ای از تشخیص خود را از سکونت ارمانه در آن اخذ کرده است (مرلن، ۱۳۶۵، ص ۵۴)؛ لذا طراحان و برنامه‌ریزان شهری برای ارائه

فضاهایی پاسخ ده، نیاز به شناخت دقیق از ابعاد اجتماعی زندگی انسان شهرنشین امروز در مراحل مختلف رشد دارند (زندیه، ۱۳۸۵، ص ۲۵).

محلۀ جلفا در محدوده مرکزی حوزه جنوب رودخانه زاینده رود واقع گردیده، این محله به علت خصوصیات فرهنگی - مذهبی و اجتماعی اش از سایر محلات متمایز است و می توان تبلورش را در کالبد و فضای محله مشاهده نمود. این محله دارای هویت کالبدی - فضایی، اجتماعی و فرهنگی ویژه است. سازمان نوسازی و بهسازی باهدف احیاء بافت تاریخی منطقه جلفا (محور فرهنگی - تاریخی و گردشگری)، باید سعی در شناسایی و مرمت این مکان داشته باشد و به چگونگی گشایش فضایی و نحوه تجهیز محورها به انواع مبلمان شهری با توجه به معیارهای بومی هویت مکانی، در جهت حفظ هویت این محله تلاش کند. از آنجایی که بین نیاز ساکنین و سیمای محله و معیارهای بومی که هویت ساز مکان هستند نیز ارتباط محکمی وجود دارد که هر یک دیگری را پشتیبانی می کنند و عدم توجه و دقت به هر کدام آسیب جدی در به وجود آمدن سیمای نامناسب محله خواهد داشت، لذا در این پژوهش به بررسی متغیرهایی از قبیل خوانایی محله، حس تعلق خاطر به مکان، نشانه ها، فرهنگ ساکنین، امنیت، عناصر اعتقادی و فرهنگی، میزان نزدیکی باهمسایگان، پاتوق ها، مصالح و رنگ های بومی، گره های شهری و کالبدی و ... می پردازیم تا به پاسخ سؤال اصلی این تحقیق یعنی «تأثیر معیارهای بومی هویت مکانی در برنامه ریزی مبلمان شهری چگونه است؟» برسیم.

یکی از نیازهای اجتماع انسانی احساس امنیت و حس تعلق به مکان است. در این راستا، عناصر هویتی باید آن چنان خوانایی وضوح داشته باشند که موجب آرامش و ایجاد اعتماد به نفس در انسان شوند (موثقی و ایرملو، ۱۳۸۵: ۴۸). موضوع بازشناسی هویت و احیای آن در نواحی شهری به ضرورت مهمی در سیاست گذاری های شهری و تعیین ساختار فرهنگی در شهرهای بزرگ و کوچک تبدیل شده است. لازم است این مسئله به ویژه در ارتباط با فضای جغرافیایی و مکانی بیشتر بررسی گردد. رابطه گذشته و کنونی فضاها شهری از هم گسیخته شده و در ارتباط معنی، میان انسان و محیط و زندگی او فاصله و شکاف بزرگی را موجب گردیده است. شکاف موجود مقدمه جدایی مکانی و شکل گیری فضای اجتماعی عاری از پیوستگی های اجتماعی را تشدید نموده است (قاسمی و نگینی، ۱۳۸۹، ص ۱۱۵).

از آنجایی که محلۀ جلفا محله ای تاریخی است و با توجه به دارا بودن ارزش های فرهنگی - تاریخی از توان بالقوه جذب گردشگر برخوردار است؛ لذا سازمان های متولی جهت حفظ و غنا بخشیدن به هویت مکانی این محله باید سعی در شناخت معیارهای بومی مکانی داشته باشند و مبلمانی مناسب با معیارهای بومی برای این محله در نظر بگیرند. باید در نظر داشت که بررسی همگرایی میان هویت مکانی و حس تعلق ساکنان به محلات امری ضروری است و با توجه به اینکه اثاثیه و تجهیزات خیابانی می توانند در هویت بخشیدن به یک ناحیه یا واحد همسایگی به ایجاد یا اصلاح فضای شهری کمک مؤثری کنند و به صورت فضای خاص و متفاوت منجر شوند؛ لذا در این پژوهش تلاش شده که به بررسی و تجزیه و تحلیل این موارد پرداخته شود.

پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع کاربردی و توسعه ای و از لحاظ روش انجام، توصیفی - تحلیلی و پیمایشی می باشد. همچنین بر اساس ماهیت داده ها از نوع کمی می باشد. چارچوب نظری با استفاده از روش کتابخانه ای و

مرور ادبیات مربوط به هویت و معیارهای هویت مکانی در برنامه‌ریزی مبلمان شهری انجام شده است، سپس با تکمیل پرسشنامه در محل و انجام بررسی‌های میدانی اقدام به جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز گردید. شیوه نمونه‌گیری به صورت غیر احتمالی سهمیه‌ای انجام شده است. ارزش‌گذاری داده‌ها با استفاده از طیف لیکرت صورت پذیرفته است. در بررسی روایی پرسشنامه از روایی صوری (ذهنی)، نظرات کارشناسان و مطابقت با مطالعات قبلی استفاده شده است و برای فرض نرمال بودن توزیع جامعه آماری از آزمون کولموگروف-اسمیرنف استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش‌های آماری، آزمون T تک نمونه‌ای و به وسیله نرم‌افزار SPSS 22.0 انجام شده است.

اهمیت مکان در هویت فرد آن چنان است که وقتی افراد محل سکونت خود را تغییر داده و یا به طریقی از دست می‌دهند، تا مدت‌ها دچار سردرگمی و از خود بیگانگی می‌شوند. در رابطه با موضوع مورد بحث و حواشی آن پژوهش‌هایی صورت گرفته که به اهم آن در ادامه اشاره می‌شود:

دانشپور (۱۳۷۹) در پژوهشی با عنوان «بازشناسی مفهوم هویت در فضای عمومی شهر» آشکار ساخته که هویت (تشخیص توأم با تمایز) امری نسبی و بیشتر از جنس فعالیت و معنی است تا ویژگی.

زنگی‌آبادی و همکاران (۱۳۸۳) در مقاله خود تحت عنوان «نقش مبلمان شهری در هویت بخشی به شهرها» به این مورد اشاره کرده‌اند که بدیهی است آنچه به یک محله می‌تواند هویت ببخشد و برای ساکنان آن محل آسایش به همراه آورد، انبوه ساختمان‌ها در فضای محله نمی‌باشد بلکه منظر محله و مبلمان آن می‌باشد و این خصوصیات بارز است که باعث تفاوت محله از سایر محلات و خوانایی محله می‌شود. بنابراین هویت بخشیدن به فضای محله به چگونگی استقرار و کیفیت مبلمان شهری نیز بستگی دارد.

قاسمی (۱۳۸۳) در پژوهش خود با عنوان «اهل کجا هستیم؟ (هویت بخشی به بافت‌های مسکونی)»، توقعات موضوعی از مکان سکونت را برای هویت بخشی به محله مسکونی، حس آسایش، امنیت، آرامش، خودمانی بودن، دنجی، حس تعلق به مکان و امکان ایجاد تعاملات اجتماعی میان ساکنان بر می‌شمرد. او شرایط هویت‌مندی یک محله را به این ترتیب بر می‌شمرد: تعلق مکانی ساکنان محله به محیط زندگی‌شان، خاطره‌ای که در ذهن ساکنان از محله بر جای مانده است، خاطرات جمعی که در حافظه جمعی ساکنان از محله بر جای مانده است. او نسل بی‌خاطره را نسلی بی‌ریشه می‌داند.

ملایوسف (۱۳۸۵) در پایان نامه خود با عنوان «بررسی هویت کالبدی جزیره کیش» نتیجه گرفته است که در جهت تقویت هویت جزیره کیش، توجه به طبیعت و عناصر طبیعی آن، توجه به شبکه ارتباطی و شکل‌گیری مسیرها و فضاهای شهری، توجه به بدنه‌ها و نمادهای شهری، توجه به عناصر نمادین و نشان‌ها، توجه به مبلمان شهری و جزئیات طراحی شهری ضروری می‌باشد.

امین زاده (۱۳۸۸) در مقاله خود تحت عنوان «ارزیابی زیبایی و هویت مکان» چنین نتیجه گرفته است که می‌توان مجموع متغیرهایی که به زیبایی و یا هویت یک منظر اشاره دارد را به عنوان متغیرهای زیبایی‌شناسی موقعیت دانست که شامل هویت مکان و زیبایی و ناظر و منظر است. مهم‌ترین این معیارها: نمای ساختمان‌ها، آشنایی با مکان،

اصالت و معنویت و خاطرات خوش از مکان است و اینکه تا چه حد محصول کار مسئولین و دست‌اندرکاران تهیه طرح‌های شهری باشد و تا چه میزان محصول کارشان می‌تواند در باور و فرهنگ عمومی جامعه نقش داشته باشد. کنز (۲۰۰۵) در مقاله خود با عنوان «دلبستگی و هویت در ارتباط با یک مکان و اقلیم آن» به موضوعاتی شامل شناخت وابستگی و هویت در سکونت اشخاص پرداخته است و در پایان به این نتیجه رسیده است که طولانی ماندن در یک مکان به فرد احساس تعلق می‌دهد. با توجه به موارد ذکر شده نتیجه می‌گیریم که در موضوع مورد بحث ما به‌طور مستقیم پژوهش کاملی صورت نگرفته است.

هدف اصلی

- بررسی تأثیر معیارهای بومی هویت مکانی در برنامه‌ریزی مبلمان شهری محله جلفای شهر اصفهان.

اهداف فرعی

- کندو کاو در تأثیر معیارهای بومی هویت مکانی در برنامه‌ریزی مبلمان شهری؛
- سنجش متغیرهای اصلی این پژوهش اعم از خوانایی، حس تعلق به مکان، عناصر اعتقادی و فرهنگی، گره‌های کالبدی - اجتماعی و ... و سنجش میزان رابطه آن‌ها با مبلمان شهری؛
- بررسی نوع معماری و مبلمان محله در ایجاد حس هویت در ساکنین محله؛
- شناسایی وضعیت معیارهای بومی محله در جامعه آماری مورد مطالعه.

هدف کاربردی

- ارائه راهکارها و پیشنهادهایی در جهت شناخت بهتر معیارهای بومی هویت مکانی و برنامه‌ریزی مناسب مبلمان این مکان.

فرضیه اصلی

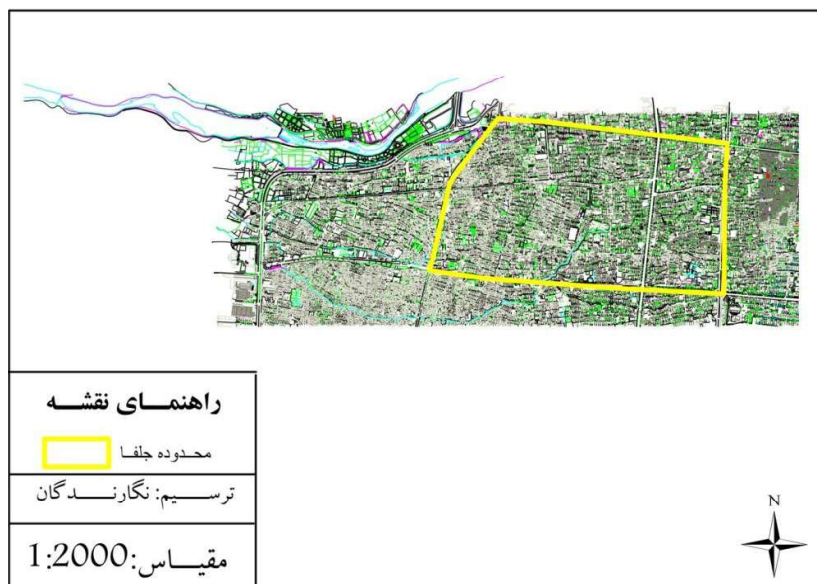
- معیارهای بومی هویت مکانی در برنامه‌ریزی مبلمان شهری تأثیر دارد.

فرضیه‌های فرعی

- حس خوانایی و تعلق خاطر به مکان در شکل‌گیری مبلمان شهری تأثیر دارد.
- گره‌های کالبدی - اجتماعی، عنصر سنبل‌ها و نشانه‌ها، پاتوق‌ها و ... (محله) در شکل‌گیری مبلمان شهری تأثیر دارد.
- عناصر فرهنگی، مذهبی، اعتقادی در شکل‌گیری مبلمان (محله‌ای) تأثیر دارد.

محدوده مورد مطالعه

سابقه شکل‌گیری محله جلفای اصفهان به زمان شاه عباس اول در حدود ۴۰۰ سال پیش باز می‌گردد که شاه عباس صفوی جهت حمایت از آرامنه در مقابل حملات و تعدی دولت عثمانی، آن‌ها را به اصفهان کوچاند. ناحیه جلفا به‌عنوان گستره اقلیت نشین آرامنه در شهر اصفهان شناخته شده است. محله جلفای اصفهان در منطقه پنج شهر اصفهان، در محدوده مرکزی جنوب رودخانه زاینده رود واقع گردیده، محور اصلی جلفا، خیابان نظر شرقی حد فاصل توحید تا حکیم نظامی، خیابان حکیم نظامی و خیابان خاقانی است.



شکل (۱): نقشه موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه (جلفا)

منبع: نگارندگان

مفاهیم

نظر بر اینکه عنوان دقیق این پژوهش، بررسی تأثیر معیارهای بومی هویت مکانی در برنامه‌ریزی مبلمان شهری (مطالعه موردی: محله جلفا اصفهان) است، ابتدا به تعاریفی از هویت، معیارهای بومی هویت مکانی، هویت مکانی، محله، هویت محله، مبلمان شهری می‌پردازیم.

- هویت و معیارهای هویت مکانی

هویت اصطلاحاً مجموعه‌ای از علائم، آثار مادی، زیستی، فرهنگی و روانی است که موجب شناسایی فرد از فرد، گروه از گروه، اهلیتی از اهلیت دیگر و یا فرهنگی از فرهنگ دیگر می‌شود که محتوا و مظهر این ظرف به مقتضای هر جامعه و ملت متفاوت و بیانگر نوعی وحدت، اتحاد، هم‌شکلی، تداوم، استمرار، یکپارچگی و عدم تفرقه است (محرمی، ۱۳۸۳، ص ۶۷). در حقیقت، هویت مجموعه‌ای از صفات و مشخصات است که باعث تشخیص یک فرد از افراد دیگر و یا یک شیء از اشیای دیگر می‌گردد و هدف از تعیین هویت پیدا کردن تفاوت اشخاص و اشیاء از یکدیگر است (بهزاد فر، ۱۳۸۶، ص ۱۹).

بهزاد فر معتقد است برای شناخت هویت یک شهر باید مؤلفه‌های سازنده شخصیت آن شهر را شناخت. او مؤلفه‌های سازنده هویت شهر را به دو بعد عینی یا کالبدی و ذهنی یا روحی تقسیم می‌کند. این دو بعد می‌تواند از طریق سه محیط طبیعی، مصنوعی و انسانی از همدیگر تفکیک گردد. او اجزا متغیرهایی چون کوه، دشت، رود، تپه و ... را بر می‌شمرد و اجزا و مؤلفه‌های مصنوعی را نیز از متغیرهایی چون تک بناها، بلوک شهری، محله، راه، خیابان، میدان و نظیر آن می‌داند. اجزا و مؤلفه‌های انسانی را نیز شامل متغیرهای، زبان، دین، آداب و رسوم، اعتقادات محلی و ... ذکر می‌کند. در شهرهای گذشته رنگ‌های طبیعی با مصالح محلی که بناها به وسیله آن ساخته می‌شد به شهر

چهره‌ای هماهنگ و همگون می‌داد و با روحیه، اقلیم و فرهنگ مردم نیز بیشتر تطبیق می‌کرد. به این ترتیب رنگ هر شهر جنبه‌ای از هویت آن محسوب می‌شد (بهزادفر، ۱۳۸۶، ص ۶۲).

پاکزاد، حرکت در شهر بدون گم‌گشتگی را از خواست‌های اولیه هر شهروندی می‌داند. به اعتقاد او هر شهروند در هر لحظه می‌خواهد بداند کجاست و چگونه به مقصد خود خواهد رسید. در طول مسیر چه نقاط شاخصی وجود دارد و چگونه جهت‌یابی کند تا سردرگم نشود. جواب‌گویی به توقع خوانایی تبدیل مسیر به خطوطی راست و مستقیم نیست؛ تجربه نشان داده است که شبکه‌های شطرنجی و یکنواخت کمترین خوانایی را دارند. اطمینان خاطر که شهروند از خوانایی شهر خود به دست می‌آورد، نه فقط تبعات روانی، بلکه حتی اجتماعی و اقتصادی و سیاسی نیز دارد (پاکزاد، ۱۳۸۶، ص ۵۲). لینچ پنج عامل خوانایی را که می‌توان به وسیله آن‌ها تصویری روشن از خوانایی در شهر به وجود آورد، به راه، لبه، نشانه، گره و محله تقسیم می‌کند (لینچ، ۱۳۸۱، ص ۱۵).

هویت در شهر به واسطهٔ ایجاد و تداعی «خاطرات عمومی» در شهروندان و تعلق خاطر را نزد آنان فراهم کرده و شهرنشینان را به سوی «شهروند شدن» که گستره‌ای فعال‌تر از ساکن شدن صرف دارد، هدایت می‌کند. پس هر چند که هویت شهر خود معلول فرهنگ شهروندان آن است لیکن فرآیند شهروند سازی را تحت تأثیر قرار داده و می‌تواند باعث تدوین معیارهای مرتبط با مشارکت و قضاوت نزد ناظران و ساکنان گردد. حفظ و تقویت عوامل خاطره انگیز ابزاری است که ساکنان را به محله پیوند می‌زند و احساس تعلق را در آن‌ها عمیق‌تر می‌گرداند. عوامل خاطره انگیز می‌توانند کالبدی یا فعالیتی باشند. پاتوق‌ها و محل‌های گردهمایی و فعالیت جمعی ساکنان نیز از عوامل خاطره انگیزی هستند که باید نسبت به حفظ و تقویت آن‌ها مبادرت ورزید (قاسمی، ۱۳۸۳، ص ۶۵). پاتوق‌ها نقاطی هستند که به‌عنوان محلی از رخدادهای خاص ولی با اهمیت برای خاطرهٔ جمعی وجود دارد حفظ و بهسازی این نقاط می‌تواند به هویت و تعلق خاطر شهروند کمک شایانی نماید (پاکزاد، ۱۳۸۵، ص ۸۵).

بخشی از شخصیت وجودی هر انسان که هویت فردی او را می‌سازد، مکانی است که خود را به آن و به دیگران می‌شناسند، هنگامی که راجع به خود فکر می‌کند خود را متصل به آن مکان می‌داند، آن مکان را بخشی از خود می‌شمارد. میان شما و آن مکان رابطه‌ای عمیق وجود دارد. رابطه‌ای عمیق‌تر از صرف بودن و یا تجربه کردن آن مکان، این رابطه را می‌توان به خود همانی با فضا تعبیر کرد (بهزادفر، ۱۳۸۶، ص ۶۵). در تعریفی دیگر، هویت مکان بخشی از هویت شخصی تعریف می‌شود. هویت مکان بر اثر تجربهٔ مستقیم محیط فیزیکی رشد می‌یابد. بنابراین بازتابی از وجوه اجتماعی و فرهنگی مکان است. رابطهٔ میان انسان و مکان دوطرفه است، زیرا کنش و خواست انسانی معنی را به فضا مرتبط می‌سازد (Walmsley, 2009, p64). در واقع هویت مکانی محصول تداوم هویت مکان و تبدیل شدن آن از امری بیرونی به مسئله‌ای درونی است. هویت مکانی احساسی در یک فرد یا یک جمع است که به واسطهٔ ارتباطشان با یک مکان بر انگیخته می‌شود (قاسمی اصفهانی، ۱۳۸۳، ص ۷۴).

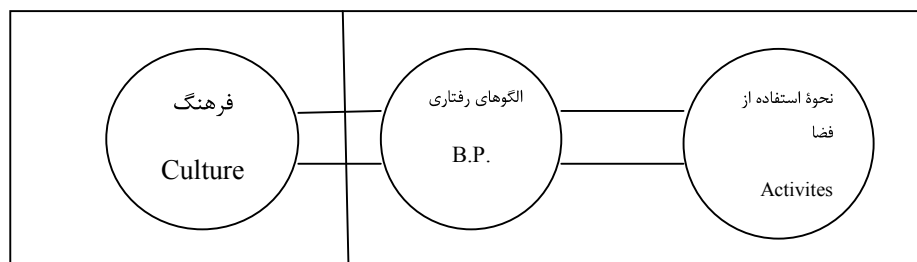
به اعتقاد توسلی، محله یک اجتماع کوچک طبیعی است که برای برقرار شدن روابط اجتماعی، محیط بسیار مساعدی را به وجود آورده است. خصوصیات هر محله برحسب سطح زندگی اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی کم و بیش صورت و شکل دقیقی به خود می‌گیرد. به اعتقاد او، قدرت هر محله تابع تجانس اجتماعی ساکنان آن است. همسانی و شباهت در نوع زندگی موجب شناسایی متقابل افراد و احساس تعلق به گروه معینی می‌گردد (توسلی،

۱۳۷۸، ص ۱۱۱). روبرت کون نیز در دائره‌المعارف شهر خود محله را این‌گونه توصیف نموده است: منطقه یا موقعیت؛ منطقه‌ای در اطراف مکانی یا چیزی؛ بخش قابل تفکیکی از یک منطقه شهری، منطقه‌ای مرکب از کاربری-های مختلف که به‌صورت ساختار شهری به حالت یکپارچه درآمده است (Cowan, 2010,p256).
لینچ، هویت محل را چنین معنی می‌کند: هویت محل به ساده‌ترین جمله یعنی (معنی یک محل)، هویت یعنی حدی که یک شخص می‌تواند مکانی را از سایر مکان‌ها بشناسد یا باز شناسی کند، به‌طوری که آن محل شخصیتی مستقل و بی‌نظیر یا حداقل مخصوص به خود را دارا شود (لینچ، ۱۳۷۶، ص ۱۶۸).

- مبلمان شهری و هویت مکانی

مبلمان واژه فرانسوی به معنای مجموعه اثاثیه و دکوراسیون یک محل است (قنبری، ۱۳۸۹، ص ۲۸). تجهیزات خدمات همگانی در شهر مانند چراغ‌ها، نشانه‌های ترافیکی، باجه‌های تلفن و ظروف زباله که تجهیزات کارکردی شهر را تشکیل می‌دهند (سیف‌الدینی، ۱۳۷۸، ص ۴۷۲). تجهیزات اصولاً شامل عناصری است که در معرض دید عموم قرار دارند و در المان‌های اصلی شهر به کار گرفته می‌شوند.

لذت‌بخش‌ترین و خاطره‌انگیزترین شهرها آن‌هایی هستند که دارای هویت مکانی ویژه خود بوده، بخش‌ها و نواحی هر یک از حال و هوای خاصی برخوردار باشند (قنبری، ۱۳۸۹، ص ۳۰). هر فعالیتی که توسط انسان صورت می‌گیرد، اساساً متکی به فرهنگ اوست و فرهنگ نتیجه مقررات نامدون (عرف)، عادات، آداب، رسوم، سنت‌ها، سبک‌ها و شیوه متداول زندگی است. این فعالیت‌ها تابع خصوصیات فرهنگی جامعه است که صاحبان این فعالیت‌ها به آن‌ها تعلق دارند. این امر در مورد فضاهای شهری به خصوص خیابان‌ها و میادین به‌شدت مطرح است. زیرا وجود یا عدم وجود فعالیت‌های خاصی در خیابان مشخصاً می‌تواند دال بر استنباطی باشد که جامعه خاصی در مورد خیابان به‌طور کلی و عنصر و جزئیات آن به‌طور خاص دارد. بر اساس این تعریف است که شخص رابطه فردی و اجتماعی خود را با فضاها و عناصر و اجزاء آن مشخص کرده و به استفاده از آن‌ها می‌پردازد. همان‌گونه که در شکل (۲) مشخص شده، فرهنگ، الگوی رفتاری را به وجود می‌آورد و سپس الگوهای رفتاری تعیین‌کننده و بیان‌کننده چگونگی استفاده مردم از فضاها می‌شوند. پس طبیعی است که نحوه و میزان استفاده از خیابان در فرهنگ‌های مختلف متفاوت باشد.



شکل (۲): تأثیر فرهنگ بر فضا

منبع: نگارندگان

ماهیت و چگونگی فعالیت‌هایی را که در فضای شهری صورت می‌گیرند، می‌توان به‌طور کلی به دو عامل عمده و اساسی نسبت داد: یکی فرهنگی و دیگری عامل محیط (یا خصوصیات فضایی - کالبدی) لیکن نحوه و میزان تأثیر

این دو به نحوه وقوع فعالیت‌ها که همان رفتارها و یا به عبارت صحیح‌تر الگوی رفتاری باشد یکسان نیست. به این ترتیب که استفاده از فضا به خصوص توسط پیاده‌ها عمدتاً ریشه و منشأ فرهنگی دارد و محیط (فرم و فضا) تنها نقش کمکی (حمایت‌کننده) و یا نقش بازدارنده داشته و به هیچ وجه تعیین‌کننده رفتارها نمی‌باشد (بحرینی، ۱۳۷۵، ص ۴).

یافته‌های پژوهش

به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از آزمون t تک نمونه‌ای^۱ استفاده گردید که برآوردهای مربوط به این آزمون در جداول زیر گزارش شده است:

- آزمون فرضیه‌ها

در این قسمت یافته‌ها ابتدا با مدنظر قرار دادن پیش فرض نرمال بودن جهت برآورد آزمون t تک نمونه‌ای، این پیش فرض از طریق آزمون کولموگروف-اسمیرنف مورد بررسی قرار گرفت که نتایج آن در جدول زیر گزارش شده است:

جدول (۱): برآورد آزمون کولموگروف-اسمیرنف، فرض نرمال بودن توزیع جامعه

متغیر	k-s-z	سطح معناداری
معیارهای بومی هویت مکانی	۱/۰۱	۰/۲۴

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به مقادیر برآورد شده در جدول بالا می‌توان گفت که مقدار آماره آزمون کولموگروف-اسمیرنف در محدوده $+۱/۹۶$ و $-۱/۹۶$ قرار دارد، بنابراین با $۰/۹۵$ اطمینان، می‌توان فرض نرمال بودن توزیع جامعه را پذیرفت، در نتیجه پیش فرض نرمال بودن برقرار می‌باشد.

فرضیه اول: معیارهای بومی هویت مکانی در برنامه‌ریزی مبلمان شهری تأثیر دارد.

به منظور بررسی این فرضیه با مدنظر قرار دادن این موضوع که نمره‌گذاری معرف‌های مربوط به متغیر معیارهای بومی هویت مکانی که بین عدد ۱ تا ۵ بوده است عدد ۳ به عنوان میانگین فرضی و ملاک ارزیابی تأثیرگذاری یا عدم تأثیرگذاری این متغیر در برنامه‌ریزی مبلمان شهری در نظر گرفته شد؛ به این معنا که بالاتر بودن مقدار میانگین از این میانگین فرضی نشان‌دهنده تأثیرگذاری و پایین‌تر بودن مقدار میانگین از این میانگین فرضی بیانگر عدم تأثیرگذاری است، با استفاده از آزمون تی (t) تک نمونه‌ای برآورد مقادیر مربوط به میانگین هر یک از متغیرهای مربوط به فرضیه‌های پژوهش به تفکیک در جداول زیر گزارش شده است:

جدول (۲): برآورد آزمونی t تک نمونه‌ای جهت بررسی تأثیر معیارهای بومی هویت مکانی در برنامه‌ریزی مبلمان شهری

متغیر	One – Sample Test			One – Sample Statistics	
	Test Value: 3	df	t	انحراف معیار	میانگین
معیارهای بومی هویت مکانی	۰/۰۰۱	۰/۵۸	۸/۲۹	۰/۸۱	۳/۵۸

منبع: یافته‌های پژوهش

^۱ - One Sample t test

مقادیر برآورد شده در جدول بالا بیانگر این است که میانگین متغیر معیارهای بومی هویت مکانی به‌طور معناداری بالاتر از میانگین فرضی است ($Sig \leq 0/05$). بنابراین فرض پژوهش مبنی بر اینکه معیارهای بومی هویت مکانی در برنامه‌ریزی مبلمان شهری تأثیر دارد، **تأیید می‌گردد**.

فرضیه دوم: حس خوانایی و تعلق خاطر در شکل‌گیری مبلمان شهری تأثیر دارد. جهت بررسی فرضیه بالا نیز از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده گردید، برآوردهای مربوط به این آزمون در جدول زیر گزارش شده است:

جدول (۳): برآورد آزمون t تک نمونه‌ای جهت بررسی تأثیر حس خوانایی و تعلق خاطر به مکان در شکل‌گیری مبلمان شهری

One – Sample Test			One – Sample Statistics			متغیر
Test Value: 3						
sig	تفاوت میانگین	df	t	انحراف معیار	میانگین	
0/03	-0/22	5	2/82	1/15	2/78	حس خوانایی و تعلق خاطر

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به مقادیر برآورد شده در جدول بالا می‌توان گفت که میانگین متغیر حس خوانایی و تعلق خاطر به‌طور معناداری پایین‌تر از میانگین فرضی است ($Sig \leq 0/05$). بنابراین فرض پژوهش مبنی بر اینکه حس خوانایی و تعلق خاطر در شکل‌گیری مبلمان شهری تأثیر دارد، **تأیید نمی‌گردد**.

فرضیه سوم: گره‌های کالبدی- اجتماعی، عنصر سنبل‌ها و نشانه‌ها، پاتوق‌ها و ... (محل) در شکل‌گیری مبلمان شهری تأثیر دارد.

جهت بررسی این فرضیه نیز از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده گردید، برآوردهای مربوط به این آزمون در جدول زیر گزارش شده است:

جدول (۴): برآورد آزمون t تک نمونه‌ای جهت بررسی تأثیر گره‌های کالبدی- اجتماعی، عنصر سنبل‌ها و نشانه‌ها، پاتوق‌ها و ... (محل) در شکل‌گیری مبلمان

شهری

One – Sample Test			One – Sample Statistics			متغیر
Test Value: 3						
sig	تفاوت میانگین	df	t	انحراف معیار	میانگین	
0/03	-0/21	8	2/22	1/11	2/79	گره‌های کالبدی - اجتماعی، عنصر سنبل‌ها ...

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به مقادیر برآورد شده در جدول بالا می‌توان گفت که میانگین متغیر حس خوانایی و تعلق خاطر به‌طور معناداری پایین‌تر از میانگین فرضی است ($Sig \leq 0/05$). بنابراین فرض پژوهش مبنی بر اینکه گره‌های کالبدی- اجتماعی، عنصر سنبل‌ها و نشانه‌ها، پاتوق‌ها و ... (محل) در شکل‌گیری مبلمان شهری تأثیر دارد، **تأیید نمی‌گردد**.

فرضیه چهارم: عناصر فرهنگی، مذهبی، اعتقادی در شکل‌گیری مبلمان شهری تأثیر دارد. به منظور بررسی این فرضیه نیز از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده گردید، برآوردهای مربوط به این آزمون در جدول زیر گزارش شده است:

جدول (۵): برآورد آزمون تی (t) تک نمونه‌ای جهت بررسی تأثیر عناصر فرهنگی، مذهبی، اعتقادی در شکل‌گیری مبلمان شهری

One – Sample Test Test Value: 3			One – Sample Statistics		
sig	تفاوت میانگین	df	t	انحراف معیار	میانگین
۰/۰۰۱	۰/۵۷	۸	۸/۰۲	۰/۸۳	۳/۵۷

عناصر فرهنگی، مذهبی، اعتقادی

منبع: یافته‌های پژوهش

مقادیر برآورد شده در جدول بالا بیانگر این است که میانگین متغیر عناصر فرهنگی، مذهبی، اعتقادی به‌طور معناداری بالاتر از میانگین فرضی است ($Sig \leq ۰/۰۵$). بنابراین فرض پژوهش مبنی بر اینکه عناصر فرهنگی، مذهبی، اعتقادی در شکل‌گیری مبلمان شهری تأثیر دارد، تأیید می‌گردد.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج نشان داده که معیارهای بومی هویت مکانی در برنامه‌ریزی مبلمان شهری بسیار تأثیر دارد. با توجه به اینکه این محله دارای بافت تاریخی است توانسته تا حدودی پاسخگوی نیازهای انسان معاصر شود و همین مسئله منجر به احساس تعلق خاطر و حس هویت به این محله شده است. در این محله به دلیل بالا بودن شاخص‌های کیفیت فضایی در آن، همچون نفوذ عناصر طبیعی (مادی) به درون محله، امکان تعاملات اجتماعی با توجه به بافت ارگانیک حاکم بر آن، وجود عناصر کلیدی و حساس در سطح محله همچون کلیساها به همراه پشتوانه تاریخی، احساس امنیت، تعلق خاطر و هویت‌مندی بالاتری را برای ساکنان خود به دنبال داشته است. به‌عنوان مثال میدانچه مقابل کلیسای وانک از پتانسیل ویژه‌ای جهت تبدیل شدن به فضای شهری جذاب برخوردار است و می‌توان از آن به‌عنوان نقطه مکث به انواع مبلمان شهری نیز استفاده کرد. حس خوانایی و تعلق خاطر به مکان در شکل‌گیری مبلمان شهری تأثیر ندارد. بافت‌های دارای سابقه تاریخی باید به لحاظ خوانایی خوب عمل کنند، مکان‌هایی که به لحاظ کالبدی و فرهنگی مهم به نظر می‌رسند و دارای جنبه همگانی هستند در ارتقای هویت شهری مؤثرند. در محله جلفا کلیساها و ساختمان‌های با ارزش تاریخی به دلیل اهمیت بیشتر، از سایر ساختمان‌ها متمایز شده و اجد بالاترین ارتباط و پیوند با کارکرد همگانی هستند. اما تخریب خانه‌های با ارزش تاریخی باعث تنزل کیفیت محیط و چشم‌انداز بصری آن شده و شهرداری منطقه با صدور مجوز احداث مجتمع‌های چند طبقه هیچ‌گونه تمایزی بین ناحیه تاریخی جلفا با قسمت‌هایی که دارای شبکه شطرنجی عریض هستند قائل نشده است و در کنار کاربری‌های تجاری و خدماتی در امتداد خیابان خاقانی به همراه کف‌سازی‌های ناموزون معابر و در میان بسیاری عوامل تهدیدکننده، هویت کالبدی جلفا را زیر سؤال می‌برند. همچنین جدایی مسیر حرکت پیاده و سواره و تلفیق آب با عوامل طبیعی از جمله مادی‌ها و فضای سبز آن خوانایی به محدوده القا نکرده است. در حقیقت در شرایط موجود نحوه تفکیک محورهای سواره و پیاده و جهت اصلی حرکت در کلیه گذرهای تاریخی از دقت و قابلیت اجرایی بالایی برخوردار نبوده و انتظار می‌رود در تعیین محورهای پیاده، مسیرهای یک‌طرفه و دوطرفه، معابر بن‌بست و راسته‌های خدماتی تجدیدنظر شود. گره‌های کالبدی- اجتماعی، عنصر سنبلیله‌ها و نشانه‌ها، پاتوق‌ها و ... (محله) در شکل‌گیری مبلمان شهری تأثیر ندارد. در شرایط کنونی، گذرهای تاریخی جلفا به پارکینگ و عرصه تجمع اتومبیل تبدیل شده و به واسطه عبور و مرور مکرر خودروها، کیفیت کف‌سازی معابر که در اصل باهدف عبور و مرور پیاده انجام گرفته است تحت تأثیر فشار

ناشی از تردد سنگین خودروها فرسوده شده و رو به نابودی است. معماری شهری موجود جلفا با ویژگی‌های معماری شهری تاریخی آن هم‌خوانی ندارد. به‌طور مثال عملکرد خیابان حکیم نظامی به‌عنوان حلقه ارتباطات فرا شهری اصفهان و استقرار مجموعه‌ای از تعمیرگاه‌های خودرو کارگاه‌های خدماتی، تناسبی با بافت ندارد. همچنین ناحیه جلفا فاقد ورودی‌های تعریف شده و متناسب با عملکرد گسترده است. در میدان جلفا به دلیل عدم تجهیز میدان به مبلمان مناسب، این میدان به پارکینگ دائمی اتومبیل‌ها تبدیل شده و دیگر به مفهوم فضای مکث یا محل تجلی ارتباطات به شمار نمی‌آید. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های متمایز کننده محوطه‌های تاریخی، تداوم و استمرار عملکرد در پیاده‌روها و شکل‌گیری فضاهای فعال و جذاب شهری است، که در این محدوده با وجود پیاده‌روهای نسبتاً عریض، قسمتی و یا تمام عملکرد و فعالیت رستوران‌ها و اغذیه‌فروشی‌ها در فصول مناسب به پیاده‌روها منتقل می‌شود که این وضعیت جالب نمی‌باشد.

عناصر فرهنگی، مذهبی، اعتقادی در شکل‌گیری مبلمان شهری تأثیر دارد. به لحاظ فرهنگی محله جلفا در شهر اصفهان که سابقه تاریخی آن به دوره صفویه باز می‌گردد دارای هویت فرهنگی و اجتماعی ویژه است و اغلب ساکنان آن آرامنه تشکیل می‌دهند که می‌توان روئیت کلیساها در محدوده جلفا را از جمله عناصر نشانه‌ای و کالبدی این محله دانست که به نوعی عامل متمایز شدن این محله به لحاظ بافت کالبدی و فرهنگی از بستر پیرامون خود می‌باشد. عنصر فرهنگی، وجود کلیساها وجود فرهنگ و زبان آرامنه، وجود مغازه‌های قهوه‌فروشی و کافه‌تریاها و بوی خوش قهوه زمانی که شهروندی از این مکان عبور کند این بو را به خوبی استشمام کرده و این عنصر توانسته باعث حفظ هویت این مکان شود. عناصر انسان‌ساخت مثل برج ساعت، برج ناقوس، گنبد‌های کلیسا، کف‌سازی (سنگفرش) وجود آب‌نماها و مجسمه روبروی کلیسا وانک توانسته نمادی از فرهنگ اقلیت آرامنه شود و مبلمانی هماهنگ با این مکان را ارائه دهد.

پیشنهادها

بر مبنای نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش پیشنهادها و راهبردهایی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- ایجاد جاذبه بصری

- ترکیب مناسب احجام و نماها و جزئیات؛

- مبلمان مناسب؛

- تزئینات و الحاقات مناسب که مطلوبیت فضا را افزایش می‌دهد؛

- رسیدگی و تقویت هر چه بیشتر مادی‌های موجود در محله در راستای ارتقای کیفیت زیست‌محیطی محله و ایجاد لبه‌های طبیعی محله.

- کاستن از سرعت حرکت

- طراحی فضای منحنی وار، سرعت را کاهش می‌دهد؛

- در میدان محلی، ارجحیت با پیاده است و تلاش بر کند کردن حرکت سوارهاست؛

- حفظ و تقویت پاتوق‌ها.

- تشویق به توقف و مکث

- فراهم آوردن عرصه‌هایی برای حضور مردم؛
- توجه توأم به مکث پیاده و سواره و حرکت توأم پیاده و سواره؛
- گره محلی، مکانی برای مکث است که تجلی‌گاه شخصیت اجتماعی ساکنان محله است.

۴-۵- پیش‌بینی مبلمان شهری مورد نیاز

- طراحی مبلمان ویژه برای گروه‌های سنی خاص؛
- طراحی مبلمان ویژه برای شرایط اقلیمی خاص؛
- طراحی مبلمان قابل لمس، مثل حیوان یا سایر مجسمه‌ها؛
- فقدان عوامل انقطاع در محله؛
- پیوند میان محلات هم‌جوار در یک کل بزرگ‌تر؛
- وجود مشترکات میان استفاده‌کنندگان از محله؛
- مشارکت استفاده‌کنندگان در تغییر محله؛
- وجود ورودی‌های تعریف شده و منحصر به فرد در محلات؛
- تجهیز فضاهای محله برای انجام فعالیت‌های موسمی؛
- تشویق به سکونت درازمدت در محله؛
- جلوگیری از مهاجرت ساکنان اصلی در محلات؛
- ایجاد تعامل و همبستگی میان ساکنان محله.

منابع

- امین زاده، بهناز (۱۳۸۷). ارزیابی زیبایی و هویت مکان. مجله جغرافیا و توسعه. شماره ۱۲. پاییز و زمستان.
- بحرینی، سید حسین (۱۳۵۸). تحلیل فضای شهری. انتشارات: دانشگاه تهران.
- بهباز فر، مصطفی (۱۳۸۷). هویت شهر (نگاهی به هویت شهر تهران). مرکز مطالعات فرهنگی شهر تهران، مؤسسه نشر شهر، چاپ دوم: تهران.
- بیشاپور (۱۳۸۷). روزنامه شهرستان، سال سوم، شماره ۱۲۲.
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۷۵). مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری. انتشارات: شهیدی، چاپ اول، تهران.
- پیران، پرویز (۱۳۸۴). هویت شهرها: غوغای بسیار برای مفهومی پیچیده. مجله آبادی. سال پانزدهم. شماره ۴۸.
- توسلی، محمود (۱۳۷۶). اصول و روش‌های طراحی شهری و فضاهای مسکونی در ایران. انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران، جلد ۱، چاپ چهارم، تهران.
- دانشپور، سید عبدالهادی (۱۳۷۹). بازشناسی مفهوم هویت در فضای عمومی شهر. رساله دکتری، دانشگاه تهران.
- رضازاده، راضیه (۱۳۸۰). بحران ادراکی - رفتاری در فضای شهری. مجلد شهرداری‌ها. ویژه نامه شماره ۵. سال دوم. شماره ۲۳.
- زندیه، مهدی (۱۳۸۴). هویت بخشی به سیما و کالبد شهر قزوین (طرح تحقیقاتی). شهرداری قزوین. قزوین.

- زنگی‌آبادی، علی؛ و تبریزی، نازنین (۱۳۸۳). طراحی و برنامه‌ریزی مبلمان شهری. انتشارات شریعه توس، مشهد.
- سیف‌الدینی، فرانک (۱۳۷۸). فرهنگ واژگان برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای. شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز، چاپ اول.
- قاسمی اصفهانی، مروارید (۱۳۸۳). اهل کجا هستیم؟ (هویت بخشی به بافت‌های مسکونی). انتشارات روزنه، تهران.
- قاسمی، وحید؛ و انگبینی، سمیه (۱۳۸۹). بررسی تأثیر بافت محلات بر هویت اجتماعی با تأکید بر هویت محله‌ای در شهر اصفهان.، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای. سال دوم. شماره هفتم.
- کربلایی نوری، رضا؛ و ریاحی دهکردی، فرزانه (۱۳۸۵). هویت شهرهای جدید. مترجمین: واحد ترجمه نشر معانی. خادمی، حمید؛ و منفرد زاده، نسیم؛ انتشارات شرکت عمران شهرهای جدید. تهران.
- لینچ، کوین (۱۳۷۲). سیمای شهر. ترجمه منوچهر مزینی، تهران، دانشگاه تهران.
- لینچ، کوین (۱۳۷۶). تئوری شکل خوب شهر. حسین بحرینی، تهران، دانشگاه تهران.
- محرمی، توحید (۱۳۸۳). هویت ایرانی - اسلامی ما در هویت ایران. پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی. تهران.
- مرتضایی، رضا (۱۳۸۱). رهیافت‌هایی در طراحی مبلمان شهری. تهران: انتشارات سازمان شهرداری‌های کشور. چاپ اول.
- مرلن، پی‌یر (۱۳۶۵). نوشهرها. ترجمه رضا قیصریه. نشر فضا. تهران.
- مزینی، منوچهر (۱۳۸۱). مقالاتی در باب شهر و شهرسازی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران. چاپ چهارم.
- ملاً یوسف، سهراب (۱۳۸۵). بررسی هویت کالبدی جزیره کیش. پایان‌نامه کارشناسی ارشد (جغرافیا). دانشگاه هنر اصفهان.
- موثقی، رامین؛ و ایرملو، سحر (۱۳۸۵). عناصر هویت فرهنگی در شهر. مرجع مهندسی عمران، اولین همایش بین‌المللی شهر برتر طرح برتر، همدان.

Cowan, R. (2010). *The dictionary of the urbanism street*. Britain. Wise Press.

Kens, I. (2005). Attachment and identity as related to a place and its perceived climate, *International Journal of Applied Earth Observation and Geoinformation*, Vol. 8.

Walmsley, D. J. (2009). *Urban living: The individual in the city*. Michigan: University of Michigan, Longman Scientific & Technical.