

بررسی نقش زیباسازی و ارتقاء کیفیت محیط بر سرزندگی شهری *

نمونه موردی: باغ شهر تاریخی مراغه

تاریخ دریافت: ۹۲/۳/۱۹
تاریخ پذیرش نهایی: ۹۲/۶/۱۶

منوچهر طبیبیان** - میرجلال موسوی***

چکیده

احساس آرامش خاطر، نشاط و وجود حس سرزندگی یکی از نیازهای روحی انسان و مهم‌ترین شاخص کیفیت فضا است. انبوهی از فضاهای دل‌مرد، سرد و بی‌روح در شهرها تحت تاثیر ناهمگونی و آلودگی‌های بصری مشاهده می‌شود که به دور از هر گونه زیبایی و مطلوبیت، هیچ‌گونه معنا، مفهوم و عملکردی را القاء نمی‌کنند. امروزه سیما و منظر شهرها تحت تأثیر این اغتشاشات بصری، چهره‌ای ناخوشایند و نامطلوب یافته‌اند که هیچ‌گونه جذابیت و زیبایی در آن‌ها وجود ندارد. این پژوهش در راستای بررسی نقش زیباسازی و ارتقاء کیفیت محیط بر سرزندگی فضای شهری شکل گرفته است. در چارچوب فرآیند طرح میانی نظری، مفاهیم زیباسازی، هنر شهری، ابعاد آلودگی بصری (رنگ، نور، دیداری، نمادی)؛ کیفیت و سرزندگی شهری تبیین و با ایجاد روابط علی و معلولی، مدل تحلیلی پژوهش تدوین و در ادامه نمونه موردی (باغ شهر تاریخی مراغه)^۱ بررسی و محدوده مورد مطالعه انتخاب شد. پس از طرح پرسشنامه جهت بررسی اهداف، فرضیات و سؤالات پژوهش و تجزیه و تحلیل آن نتایج حاکی از وجود رابطه بین آلودگی بصری و سرزندگی شهری و هم‌چنین اثبات فرضیات تحقیق داشت و کیفیت محدوده مورد مطالعه با استفاده از نقشه‌های آماری مرکز آمار ایران کمی سازی شده و خروجی به صورت نقشه‌های GIS ارائه و بر مبنای این نقشه‌ها محدوده مورد نظر جهت برنامه ریزی و سیاست‌گذاری انتخاب گردید. پس از جمع بندی نهایی مدل تحلیلی سرزندگی بر اساس مؤلفه‌های آسایش بصری تدوین و پیشنهادات تحقیق در سه سطح خرد، میانه و کلان به صورت طرح اهداف، راهبرد و سیاست جهت ساماندهی آلودگی بصری و ارتقاء کیفیت زیبایی شناسانه محیط و هم‌چنین ارتقاء سرزندگی، مطرح و نمونه‌ای از پلان سیاست‌گذاری در محدوده مورد مطالعه ارائه شده است.

واژگان کلیدی: زیباسازی، آلودگی بصری، سرزندگی شهری، کیفیت، هنر شهری.

* این مقاله برگرفته از رساله کارشناسی‌ارشد نویسنده دوم، با عنوان «بررسی تأثیر آلودگی بصری بر سیما و سرزندگی شهری»؛ به راهنمایی دکتر منوچهر طبیبیان و مشاوره دکتر اسماعیل شیعه می‌باشد که در دانشگاه آزاد واحد قزوین ارائه شده است.

** استاد شهرسازی، دانشکده شهرسازی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

*** کارشناس ارشد طراحی، برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، ایران (نویسنده مسئول)

۱. مقدمه و طرح مسأله

با توجه به ساختار جدید شهرها و عدم توجه به انسان در طراحی شهری؛ انبوهی از فضاهای دل مرده، سرد و بی روح در شهرها مشاهده می‌شود که به دور از هر گونه زیبایی و مطلوبیت هیچ گونه معنا، مفهوم و عملکردی را القاء نمی‌کنند و نازیبایی و آلودگی بصری به عنوان زخمی بر چهره شهر تأثیری عمیق بر شهروندان و فضای شهری داشته که حاصل آن بروز نابسامانی‌های لجام گسیخته، بی‌هویتی و خلق فضاهای بی‌کیفیت در شهرها بوده است که به مسأله ای عادی شده و شهروندان صرفاً به دلیل رفع نیازی ضروری خود در این فضاها حاضر می‌شوند و جایگاه زیبایی، سرزندگی و نشاط به عنوان حلقه گم شده شهروندان و فضاهای شهری، به چشم می‌آید. همان‌طور که در ارزیابی اکونومیست^۲ در زمینه شاخص شهرهای سرزنده^۳ در سال ۲۰۱۲، تهران پایتخت ایران (۱۳۲ ام در میان ۱۴۰ شهر جهان) در جایگاه جالبی قرار ندارد (www.Economist.com).

با توجه به این اوصاف؛ «رفاه عمومی بصری، کاهش ناهمگونی بصری و ساماندهی گرافیک شهری و هنر بصری» و مصون ماندن افراد اجتماع از مضرات روانی ناشی از اغتشاشات بصری در محیط زندگی؛ یکی از مهم‌ترین عوامل سازنده کیفیت مطلوب فضای شهری است و گرایش شهروندان به فضاهای شهری در گرو کیفیت فضای شهری، تعامل و ارتباطات اجتماعی- روانی ناشی از تأثیرات زیباشناختی است. لذا باید در طراحی و برنامه‌ریزی فضاهای شهری جذاب و زیبا به ارتقاء سطح کیفی سیما و منظر آن در ابعاد فیزیکی و انسانی توجه توأمان شود.

بنابراین «سرزندگی» را می‌توان در فضاهای شهری با هویت، با کیفیت، جذاب و زیبا جستجو کرد که ردپای آن را در عناصری هم چون نظم، رنگ، تنوع، هویت، انسان مداری، خوانایی، رنگ تعلق، غنای حسی، امنیت و غیره یافت؛ و به تبع آن جهت نیل به خلق چنین فضاهایی موارد زیر جزء اهداف اساسی پژوهش حاضر محسوب می‌شوند:

۱- ارتقاء کیفیت زیبایی شناسانه شهری - شامل کیفیت بصری، ایمنی، زیست محیطی، عملکردی- و افزایش جذابیت و سرزندگی فضاهای شهری؛

۲- توجه به هنر شهری و اصل مردم‌واری در طراحی فضاهای جذاب، زیبا و با نشاط شهری؛

۳- هویت بخشی، خلق خاطره انگیزی و انعطاف‌پذیری فضاهای شهری و افزایش رضایت‌مندی شهروندان.

با توجه به موارد مطروحه و بیان اهمیت و اهداف پژوهش، در زمینه پیشینه و تبیین ارتقاء زیبایی و کیفیت فضای شهری و سرزندگی صاحب نظران بسیاری به موضوع پرداخته‌اند؛ که به اختصار به آن اشاره شده است.

تیبالدز^۴ در کتاب «شهرسازی شهروندگرا» با اسکیس‌های هنرمندانه ارتقاء کیفیت عرصه همگانی در محیط شهری به ویژه فضای حرکت پیاده را بیان کرده است (Tibbalds, 2004, pp. 11-133). با آشی‌هارا^۵ در کتاب «زیبا شناسی منظر شهر» بر جایگاه ارزش‌های انسانی در مناظر شهری تأکید و قلمرو فضای معماری، ترکیب‌بندی منظر شهر، فضاهای به یاد ماندنی، عناصر زیباشناسی و کیفیت منظر شهرها در دنیا را بررسی نموده است (Yoshinobu, 2012, pp. 7-208).

گلکار در مقاله «مفهوم کیفیت سرزندگی شهری در طراحی شهری» به تعریف سرزندگی، بررسی حالت وجودی و معیار سنجش آن، عوامل مؤثر در خلق حس رنگ تعلق در فضاهای شهری پرداخته است (Golkar, 2006, pp.66-74). کالن^۶

در «گزیده منظر شهر» اثرات زیبا شناختی، جذابیت بصری و تجربه حسی شهر (دید، مکان و محتوا)، ناهمگونی بصری در سیمای کف و خیابان؛ هنر یکپارچگی بخشی بصری و ساختاری به مجموعه مکان‌های شکل دهنده شهر را بررسی و

سرمایه گذاری اجتماعی مردم و حس تملک نسبت به فضا را، معیار زنده بودن فضای شهری و درک سرزندگی می‌داند (Cullen, 2013, pp. 1-198). کارمونا^۷ در «مکان‌های عمومی و فضای شهری» ابعاد بصری، زیبایی شناسی، ادراکی،

اجتماعی، عملکردی طراحی شهری کل‌نگر را بررسی کرده است (Carmona, 2012, pp. 11-95). چارلز لاندری^۸ در مقاله «سرزندگی شهری؛ خاستگاه رقابت شهری» سرزندگی و زیست‌پذیری را با رویکرد اقتصادی، اجتماعی، محیطی و فرهنگی

بررسی و معیارهای یک شهر سرزنده و زیست پذیر را طرح نموده است (Landry, 2000, p. 4). ای بن بنتلی^۹ در «محیط های پاسخده» با طرح معیار ۷گانه، اعتلا کیفیت محیط شهری، تناسبات و غنای بصری آن را برای خلق یک محیط

دمکراتیک برای استفاده‌کنندگان بررسی نمود (Bentley, 2011, pp. 13-291). لینچ^{۱۰} در «تئوری شکل شهر» با بررسی سرزندگی در سطح کلان، معتقد بود که سرزندگی به همراه ۵ عامل معنی، تناسب، دسترسی، نظارت، کارایی و عدالت؛

محورهای عملکردی شکل خوب شهرند (Linch, 2006, pp.155-166). دونیس داندیس^{۱۱} در کتاب «مبادی سواد بصری»

به بیان تأثیرگرافیک و هنر شهری، زیبایی شناسی، کنتراست، هارمونی و تعادل در فضای شهری و درک معنا و پیام بصری محیط توسط شهروندان (سواد بصری) پرداخته است (Dondis, 2001, pp. 4-252). چپ من^{۱۲} در کتاب «آفرینش محلات

و مکان‌های انسان ساخت» به بررسی مکان‌های شهری و کیفیات آن و معیارهای تنوع و سرزندگی پایدار فضای شهری پرداخته است (Chapman, 2006, pp. 149-171). سازمان زیباسازی تهران با انتشار کتاب «زیباسازی و منظر شهری»

مفاهیم نوین زیبایی شناسی منظر شهری و آسیب شناسی آن در ایران، کارکرد هنر شهری در زیباسازی شهری، نقش آن در کیفیت فضای شهری، اثرات روانی آن بر شهروندان و لزوم مشارکت شهروندان در امر زیباسازی را بیان کرده است (Tehran Beautification Organization, 2011, pp. 7-114).

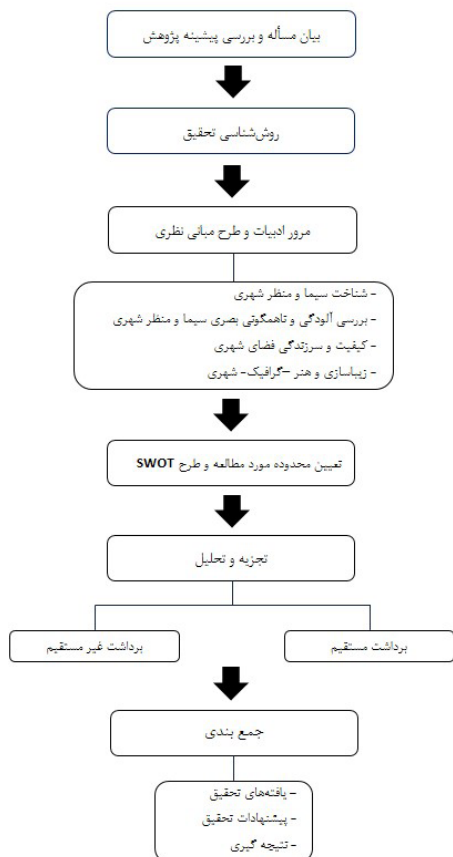
جدول ۱: کیفیات محیطی مطلوب فضاهای شهری مورد تأکید توسط صاحب نظران

چارلز لاندردی «سرزندگی شهری، خاستگاه رقابت شهری» ۲۰۰۰			گوردون کالن «منظر شهری» ۱۹۶۱		
۱- ادراک فضایی و بصری	۲- پیوستگی و اولویت پیاده	۳- هنر محیطی	۱- تنوع	۲- تراکم مفید افراد	۳- دسترسی
۴- الگوی انسانی	۵- نظم معقول تکوین محیط	۶- ایجاد تناسبات	۴- ایمنی و امنیت	۵- هویت و تمایز	۶- خلاقیت
جین جیکوبز «مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکا» ۱۹۶۱			۷- ارتباط و تشریک مساعی	۸- ظرفیت سازمانی	۹- رقابت
۱- کاربری مختلط	۲- توجه به عنصر خیابان	۳- لحاظ کاربری مناسب	نلسن «چشم اندازهایی برای رویای آمریکای نوین» ۱۹۹۴		
۴- اختلاط اجتماعی	۵- نفوذپذیری	-----	۱- رعایت مقیاس انسانی	۲- توجه به منظر خیابان	۳- مسئولیت پذیری
فرانسیس تیبالدز «ساخت شهرهای مناسب مردم» ۱۹۹۰			۴- ترویج پیاده گرایی	۵- پیش بینی فضای باز	۶- کاربری مختلط
۱- مقیاس انسانی	۲- حرکت پیاده	۳- فضای عمومی و خاص	۷- تنوع	۸- واژگان طراحانه معین	۹- زیبا سازی محیط شهر
۴- کاربری مختلط	۵- غنای بصری	۶- مدیریت شهری	کولمن «فرصتهایی برای نوآوری در آموزش طراحی شهری» ۱۹۸۷		
۷- پاکیزگی و امنیت	۸- خوانایی و هویت	-----	۱- سرزندگی و تنوع	۲- طراحی برای پیاده	۳- معماری و مرمت شهری
ای یان بنتلی «محیطهای پاسخده» ۱۹۸۵			برایان گودی «دو آقا در ورونا: کیفیتهای طراحی شهری» ۱۹۹۳		
۱- نفوذپذیری	۲- گوناگونی	۳- خوانایی	۱- سرزندگی، خوانایی	۲- هارمونی تنوع	۳- امکان شخصی سازی
۴- انعطاف پذیری	۵- سازگاری بصری	۶- غنای حسی، رنگ تعلق	۴- تحوّل کنترل شده	۵- غنا	۶- انعطاف پذیری

۲. روش تحقیق

تحقیق طی ۷ مرحله: پرسش آغازین، مطالعات اکتشافی، طرح نظری تحقیق، ساخت مدل تحلیلی، مشاهده، تحلیل اطلاعات، نتیجه گیری؛ صورت گرفته است (Raymon, & Campenhoudt, 2006, pp. 10-20). هدف پژوهش «کاربردی» بوده و روش دستیابی به مدل تحلیلی، قیاس منطقی می باشد. داده ها از نوع کمی است که ارزیابی کیفی بر آن صورت گرفته، روش پژوهش «موردی و میدانی» بوده و بر اساس خصوصیات جزء «تحقیقات همبستگی» است. مبنای مشاهده؛ فوکوس گروپ، مشاهده مستقیم (نقشه برداری رفتاری و عکس برداری) و مشاهده غیرمستقیم (پرسشنامه) بوده و تعداد نمونه آماری طبق فرمول کوکران^{۱۳} ۲۵۰ برآورد گردید که متشکل از دو گروه کارشناسان (نمونه گیری سیستماتیک) و شهروندان (نمونه گیری تصادفی در دسترس) است.

روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط اساتید برجسته تایید و ضریب آلفای کرونباخ^{۱۴} ۰/۸۵۳ محاسبه شد که پایایی آن در سطح بسیار خوب است. پس از استخراج اطلاعات از طریق نرم افزار SPSS^{۱۵}، به منظور تعیین وضعیت توزیع داده ها از آزمون «کولموگروف اسمیرنوف»^{۱۶}، جهت تعیین وضعیت میانگین متغیرها از «آزمون T تک نمونه ای و آزمون T مستقل»^{۱۷}، برای مقایسه میانگین و رتبه متغیرها از «آزمون فریدمن»^{۱۸}، بررسی رابطه متغیرهای مستقل و متغیرهای وابسته از روش «آنالیز واریانس»^{۱۹} استفاده شده است.



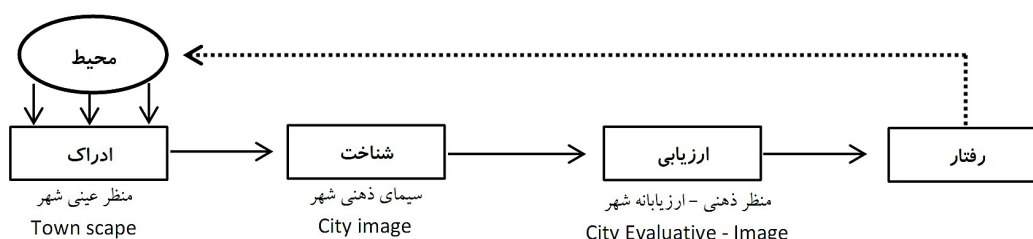
۳. مبانی نظری

با توجه به موضوع پژوهش؛ مبانی سیما و منظر شهر، آلودگی بصری، زیباسازی، کیفیت فضای شهری و در نهایت سرزندگی بررسی و مدل‌نمایی پژوهش بر مبنای ارتباط منطقی بین مبانی نظری، آراء و دیدگاه نگارندگان؛ تبیین شد.

۱-۳- شناخت سیما و منظر شهری^{۲۰}

سیمای شهر به زعم «کوین لینچ» قسمتی از شهر است که به دیده می‌آید و به ذهن سپرده می‌شود و سبب شادی خاطر شده و عوامل اصلی سازنده آن راه، گره، محله، لبه و نشانه است (Lynch, 2004, p. 121). منظر شهری، «هنر یکپارچگی بخشی بصری و ساختاری به مجموعه‌ی ساختمان‌ها، خیابان‌ها و مکان‌هایی که محیط شهر را می‌سازند و هنر چگونگی برقراری ارتباط بین اجزای مختلف سازنده کالبد شهر» (Cullen, 2013, p. 24).

شکل ۲: جایگاه سیما و منظر شهری در تعامل انسان و محیط



۲-۳- بررسی آلودگی و ناهمگونی بصری سیما و منظر شهری

«آلودگی بصری، تنوع لجام گسیخته و ناهماهنگ رنگ، فرم، نور، جنس و انباشت عناصر بصری نا همگون، نازیبا، انسان ساخت و غیرجذاب در فضا و سیمای شهری» که مسئله‌ای زیبایی‌شناسی است و اثرات سوء آن توانایی فرد را برای لذت بردن از مناظر کاهش و یا مشاهده آن را مختل می‌کند (The Authors, 2013) که شامل ابعاد زیر است:

- **آلودگی دیداری^{۲۱}** بیشتر در ظرف مکان و فضای شهری قابل تجربه (خیابان و میدان) - که زمینه اصلی شکل‌گیری تصویرذهنی و تجربه بصری شهر است - به شکل کالبدی در قالب مبلمان شهری، احجام و الحاقات نازیبا، حصار و جداول، پیاده رو، کف سازی و جداره‌ها، سبک معماری و نمای ساخت و سازها، تبلیغات محیطی و شهری، فضاهای رها شده و مخروبه، آثار و ابنیه هنری، تاریخی، مذهبی و تجاری در حال تخریب و... رخ می‌نمایند.
- **آلودگی نور^{۲۲}** که با عبارات Pollution Light Pollution, Luminous مترادف است، بیانگر اثرات منفی نورپردازی ناصحیح، استفاده نادرست از منابع نوری و عدم تناسب بین سیستم نورپردازی و مکان به دلیل فقدان راهنمای مناسب نورپردازی مکان شهری و عدم رعایت اصول روشنایی است (Pakzad, 2011, p. 26).
- **آلودگی رنگ^{۲۳}**، عبارتند از: «چشم انداز بصری نامطلوب که ناشی از کاربرد ناهمگون رنگ و ادراک و احساس انسان از رنگ محیط می‌شود و موجب ناخشنودی و بروز تاثیرات بصری ناخوشایند بر سیما و منظر شهری گردد».
- **آلودگی نمادی^{۲۴}**، عبارتند از «هر گونه اختلالی که در هر یک از دو عنصر مفهوم و درک آن مفهوم پیش آید و دریافت پیام، داشتن تصویری روشن از محیط و شناخت آن را با مشکل مواجه کند»؛ هم چون وجود اطلاعات مبهم، پرشمار، غیر قابل درک و یا نامربوط با مکان و... (The Authors, 2013).

۳-۳- کیفیت و سرزندگی فضای شهری^{۲۵}

کیفیت به تعبیر گلکار برای وصف درجه کمال اشیاء و پدیده‌ها به کار برده می‌شود، که حاصل فرم (کیفیت‌های صوری یا فرمال)؛ عملکرد (کیفیت عملکردی) و معنا (کیفیت معنایی) باشد (Golkar, 2005, p. 66).

سرزندگی، پویایی و جذابیت فضای شهری در مقابل ملال‌انگیزی آن بازتاب نوع فعالیت‌هایی است که در فضا صورت می‌گیرد. «فعالیت: تمامی افعال انسانی که در راستای برآوردن یکی از نیازهای او انجام می‌گیرند» (Pakzad, 2011, p. 41). یان گهل^{۲۶}، فعالیت‌ها را به ۳ دسته تقسیم نموده است:

فعالیت‌های ضروری (اجباری)، فعالیت‌های انتخابی (تفریحی) و فعالیت‌های اجتماعی^{۲۷}. در یک شهر خوب، نه تنها فعالیت‌های ضروری در شرایط مناسب انجام می‌گیرند، بلکه بسیاری از فعالیت‌های تفریحی و اجتماعی مورد علاقه مردم صورت می‌گیرد و شهر، فضاهای با کیفیت، وسوسه‌انگیز و جذاب ارائه می‌دهد (Gehl, 2004, p. 5).

دکتر کوروش گلکار در پژوهشی که در باب کیفیت سرزندگی در طراحی شهری انجام داد، سرزندگی را معادل مفهوم "Livability"، "Liveliness" مطرح و حصول آن را در گرو کیفیات مطلوب طراحی شهری دانسته است، کیفیاتی چون خوانایی، رنگ تعلق، همه شمولی، انعطاف پذیری، شخصیت بصری، آموزندگی، کیفیت عرصه همگانی، هم سازی با طبیعت، حس زمان، انرژی، آسایش اقلیمی، نفوذپذیری و حرکت، غنای حسی، ایمنی و امنیت، اختلاط کاربری و فرم، کارایی و پاکیزگی محیطی؛ که در کنار سرزندگی، «کیفیت کلی طراحی شهری» را شکل می‌دهند. با توجه به تعاریف فعالیت و سرزندگی، «فضای شهری سرزنده»^{۲۸} عبارت از: «فضایی که در آن حضور قابل توجهی از افراد و تنوع آن‌ها (به لحاظ سن و جنس) در گستره زمانی وسیعی از روز که فعالیت آن‌ها عمدتاً به شکل انتخابی یا اجتماعی بوده و دارای دو رویه است که یک رویه آن به بینش، فرهنگ مردم و ادراک آن‌ها وابسته است و دیگری به کیفیت و زیبایی فضاهای شهری و معماری مربوط می‌شود که با هم ارتباط متقابل دارند».

۴-۳- زیباسازی و هنر-گرافیک- شهری^{۲۹} سیما و منظر شهری

«جنبش زیبایی شناسی»، رویکردی پیشرفته است که از اواخر قرن ۱۹ با «نمایشگاه کلمبیا» در شیکاگو آغاز شد؛ که به ارتقاء کیفی فضای شهر می‌پردازد تا به شکل‌گیری شهر سالم، زیبا و انسان مدار از طریق کنترل اجتماعی (رضایت مندی مردم) برسد و اسباب حظ بصری و ارتقاء کیفیت محیط شهری فراهم آید تا تعامل اجتماعی، هویت کالبدی شهر و هویت اجتماعی شهروندان را تحکیم بخشد که به عوامل مختلفی چون کیفیت طراحی شهری، کیفیت و ضوابط معماری نماها، رنگ، فرم، روشنائی و معماری نور در شب، کیفیت و کمیت فضای سبز، تبلیغات شهری، مبلمان شهری المان، مونومان و تناسب احجام با محیط، پاکیزگی شهر و... بستگی دارد (Yoshinobu, 2012, p. 69).

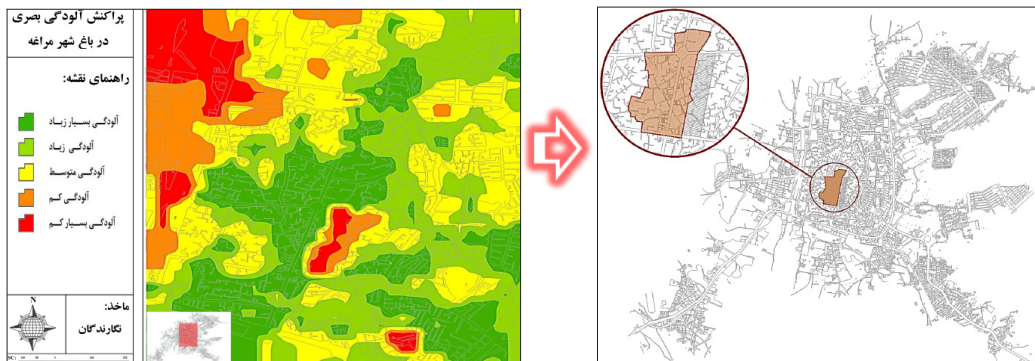
گرافیک شهری، ره‌آورد مجموعه‌ای از ارتباطات و فرآیندهای تصویری است که نظام‌مندی نمودهای بصری عناصر دیده شونده، کیفیت شکل‌گیری در محیط و ایجاد تناسب بین آن‌ها را با در نظر گرفتن اصول زیبایی شناسی و کاربردی ارائه می‌کند (www.Zibasazi.ir). اهداف گرافیک شهری عبارتند از:

- ۱- هویت مداری، تشخیص بخشی و خوانایی در فضای شهری؛
 - ۲- ایجاد آرامش و تلطیف فضا، کاهش شدت آسیب‌های روانی ناشی از آلودگی بصری؛
 - ۳- ارتقاء فرهنگ بصری و تجسمی و ایجاد هماهنگی با آثار هنرهای شهری و مبلمان؛
 - ۴- توسعه ی آثار هنری شهری و تجسمی در طراحی و اجرا با کیفیت ماندگار در شهر، منطبق بر اصول علمی؛
 - ۵- ساماندهی رنگ و نور، مبلمان شهری و تاسیسات عمومی و... در محیط شهری جهت تناسب با عناصر شهری؛
 - ۶- ساماندهی گرافیک و رفتار بصری در فضای عمومی شهری (www.Urban-Graphics.co.uk).
- «باب جارویس»^{۳۰} در مقاله «محیط شهری به عنوان هنر بصری» سنت‌های تفکر در هنر بصری شهر را شامل: سنت زیبایی شناسی بصری، سنت اجتماعی و سنت ایجاد مکان شهری (تلفیق سنت زیبایی شناسی و اجتماعی) می‌داند، که رهنمودهای هنر ایجاد مکان شهری زیبا را؛ مشارکت، هویت^{۳۱}، کیفیت فضای عمومی^{۳۲}، سهولت حرکت^{۳۳}، خوانایی^{۳۴}، سازگاری^{۳۵}، تنوع^{۳۶}، کیفیات بصری و تجارب زیبایی شناختی^{۳۷} می‌داند (Carmona, 2003, p. 17).

۴. تعیین محدوده مورد مطالعه

جهت انتخاب محدوده‌های مشکل دار - که کیفیت بصری و در عین حال زیبایی، جذابیت، خوانایی و سرزندگی در سطح پایین در آن فضاها مشهود است - پس از تعیین ۴۲۵ نقطه مختصاتی (فضاهای عمومی) در نقشه‌های آماری^{۳۸} مرکز آمار و امتیازدهی آن بر مبنای نظرات کارشناسان و نگارندگان، بیش از ۱۷۰۰ کد اطلاعاتی تکمیل و بر مبنای خروجی نقشه‌های GIS^{۳۹} فضاهای شهری بی کیفیت و آلوده مراغه مشخص گردید که بر این اساس خیابان بهشتی و بخشی از خیابان خواجه نصیر و قدس در مرکز شهر در مجاورت خیابان جدید جام جم، به عنوان فضای شهری با آلودگی بصری بسیار زیاد مشخص، که مهم ترین دلایل آن وجود بیشترین مراکز فعالیتی و تجاری با حجم عظیمی از اغتشاشات بصری در بدنه، کف در بافت تاریخی در حال تخریب مراغه واقع شده با فضاهای پیاده نامناسب با انواع حصار، الحاقات، جوی‌های روباز، تبلیغات شهری لجام گسیخته، مبلمان شهری نامناسب، نازیبا و فرسوده، عدم وجود نورپردازی و روشنائی مناسب، نبود تناسب رنگی مشخص و در یک کلام یک محیط شهری سرد و دل مرده فاقد فضای مناسب تعامل که اکثر شهروندان به دلیل رفع نیاز ضروری خود وقت بیشتری در آن سپری می‌کنند.

شکل ۳: کیفیت فضاهای شهری و مؤلفه‌های آسایش بصری و محدوده مورد مطالعه



پس از بررسی و شناخت وضع موجود، نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدات محدوده مورد نظر به شرح زیر است:

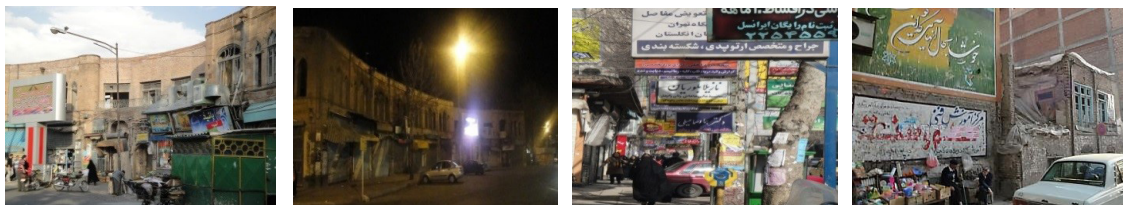
جدول ۲: SWOT محدوده مورد مطالعه

<p>- سطح دسترسی و نفوذپذیری مناسب سیستم حمل و نقل عمومی به محدوده مورد نظر به دلیل قرارگیری در مرکز شهر؛</p> <p>- تنوع کاربری تاریخی، تجاری، مذهبی و قرارگیری در هسته تاریخی شهر، وجود عناصر هویتی، آثار تاریخی، مذهبی و تجاری با ارزش؛</p> <p>- احداث خیابان ۲ طبقه جام جم با فاصله کم به موازای خیابان بهشتی با ظرفیت پارکینگ بسیار بالا.</p>	<p>نقاط قوت</p>
<p>- آلودگی بصری بسیار زیاد و وجود انواع تبلیغات محیطی و شهری، الحاقات نازیبا، نرده، حصار، جوی‌های روباز و غیره؛</p> <p>- میلمان شهری فرسوده و نازیبا با مکان یابی نامناسب، المان‌ها و تندیس‌های نازیبا در میداين مصلى و خواجه نصير بدون جذابیت؛</p> <p>- عدم نورپردازی آثار شاخص و تاریخی، تاریکی خیابان در شب و تجهیزات نامناسب روشنایی، پنهان بودن و شاخص نبودن آثار بارزش تاریخی، تجاری، مذهبی به دلیل عدم رسیدگی و تخریب، نبود هارمونی رنگ در بدنه و ابنیه و طرح‌های زیباسازی خیابان؛</p> <p>- پیاده روها و معابر باریک و کم عرض و عدم تناسب فضای پیاده با حجم پیاده و کیفیت نامناسب پوشش کف معابر پیاده؛</p> <p>- عدم وجود فضای کافی و مناسب برای مکت، تفریح و استراحت عابران پیاده، عدم وجود کاربری های خدماتی، نبود فضای پارکینگ؛</p>	<p>نقاط ضعف</p>
<p>- پتانسیل بالای مسیر خیابان بهشتی جهت تبدیل به پیاده راه و افزایش جذابیت، زیبایی و رضایت مندی از محیط در صورت ایجاد سنگ فرش و ساماندهی آلودگی بصری؛</p> <p>- امکان بهره گیری از فضای مقابل کاروان سراهای موجود در محدوده مورد نظر به عنوان فضای جمعی؛</p> <p>- امکان مرمت، بازسازی و محوطه سازی مناسب آثار، ابنیه بارزش و تاریخی واقع در محدوده، هویت بخشی و افزایش حس تعلق به مکان؛</p> <p>- افزایش خوانایی، زیبایی، جذابیت و تقویت زندگی شبانه در صورت نورپردازی آثار شاخص تاریخی و فضاهای پیاده محدوده مورد نظر؛</p> <p>- وجود گنبد کبود، برج مدور، بنای شدادیه به عنوان عناصر جاذب گردشگر؛</p> <p>- وجود بازار و راسته‌های متعدد، مسجد ملارستم، شیخ معزالدین، جامع به عنوان عنصر با ارزش تجاری، معنوی و فرهنگی .</p>	<p>فرصت‌ها</p>
<p>- نبود نظارت کافی و ضوابط قانونی در ساماندهی آلودگی بصری در ابعاد مختلف در فضای شهری؛</p> <p>- عدم توجه به هویت تاریخی محدوده در ساخت و سازهای جدید و تخریب بخشی از ابنیه تاریخ، تجاری، مذهبی واقع در بافت؛</p> <p>- عدم همکاری و مشارکت مناسب شهروندان در صورت الزام مدیریت شهری برای ساماندهی تبلیغات تجاری شهری؛</p> <p>- عدم استفاده از کارشناسان و متخصصین مدیریت شهری در امر ساماندهی و ارتقاء کیفیت فضاهای شهری.</p>	<p>تهدیدات</p>

۵. تجزیه و تحلیل

برداشت مستقیم: با توجه به وضع موجود، آلودگی و ناهمگونی بصری فضاهای شهری محدوده مورد مطالعه در ابعاد (دیداری، رنگ، نور، نمادی) در قالب تصاویر و تحلیل کالبدی ارائه شده است.

تصویر ۱، ۲، ۳، ۴: بخشی از ابعاد آلودگی بصری و فضاهای شهری نازیبا در محدوده مورد مطالعه



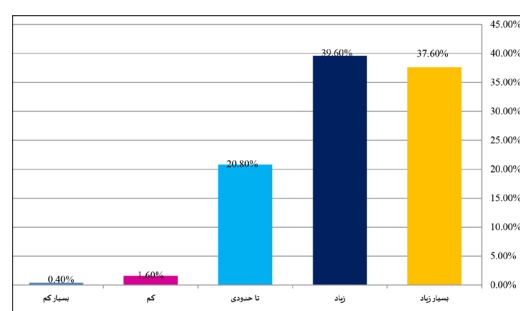
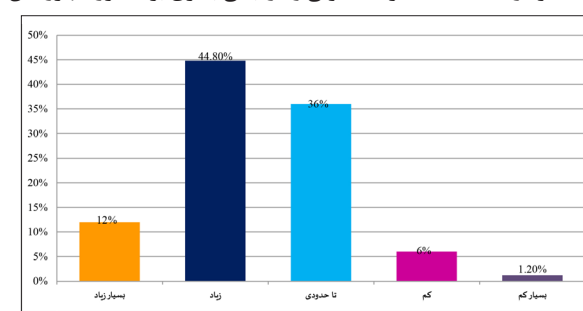
برداشت غیر مستقیم: با توجه به موضوع پژوهش، طرح پرسشنامه بر مبنای معیارهای مطرح شده در مبانی نظری صورت گرفته است، جدول ۳ نشان دهنده ویژگی‌های توصیفی (فراوانی، درصد) گروه نمونه است:

جدول ۳: ویژگی‌های توصیفی گروه نمونه

درصد	فراوانی	متغیر	درصد	فراوانی	متغیر
۴۸/۸	۱۲۲	شاغل	۴۰	۱۰۰	کارشناسان
۸/۰	۲۰	غیر شاغل	۶۰	۱۵۰	شهروندان
۹/۲	۲۳	خانه دار	۵۸/۰	۱۴۵	مرد
۲۲/۰	۵۵	در حال تحصیل	۴۲/۰	۱۰۵	زن
۳/۶	۹	دارای درآمد بدون کار	۸۵/۲	۲۱۳	متولد مراغه
۸/۴	۲۱	موارد دیگر	۱۴/۸	۳۷	ساکن مراغه
۶/۸	۱۷	۲۰ سال و کمتر	۶/۸	۱۷	زیر دیپلم
۴۰/۰	۱۰۰	۲۱ - ۳۰ سال	۱۲/۸	۳۲	دیپلم
۳۶/۸	۹۲	۳۱ - ۴۰ سال	۱۴/۸	۳۷	فوق دیپلم
۱۶/۴	۴۱	بالای ۴۰ سال	۴۶/۰	۱۱۵	لیسانس
۱۰۰	۲۵۰	مجموع	۱۹/۶	۴۹	فوق لیسانس و بالاتر

در طرح سؤال «اهمیت زیبایی، آرامش، جذابیت، نشاط و سرزندگی محیط شهری و فضاهای عمومی، تا چه حدی برای شما مهم است؟» ۳۷/۶۰٪ بسیار زیاد، ۳۹/۶۰٪ زیاد، ۲۰/۸۰٪ تاحدودی، ۱/۶۰٪ کم و ۰/۴۰٪ نیز در حد بسیار کم اعلام کرده اند (نمودار ۱). در سؤال «تأثیر اغتشاشات و آلودگی بصری بر میزان حضور شما در محدوده مورد مطالعه تا چه میزانی است؟» ۱۲٪ بسیار زیاد، ۴۴/۸۰٪ زیاد، ۳۶٪ تاحدودی و در نهایت ۷/۲٪ افراد اذعان نموده اند که آلودگی بصری تأثیر کم (۶٪) و بسیار کم (۱/۲٪) در حضور آنان در فضاهای شهری داشته است (نمودار ۲).

نمودار ۱: اهمیت زیبایی، آرامش، نشاط و سرزندگی فضاهای شهری



در گام بعدی از جامعه نمونه خواسته شد که «ترتیب اولویت دلایل حضور در فضاهای شهری (محدوده مورد مطالعه) را مشخص نمایند»؛ این سؤال بر اساس طبقه بندی فعالیتی یان گهل در تعیین سرزندگی و پویایی فضاهای شهری مطرح شده است. بر اساس خروجی داده‌های SPSS فعالیت‌های ضروری (اجباری) بیشترین دلیل حضور مردم در فضاهای عمومی شهری است که این امر نشان از نبود زیبایی، جذابیت، سرزندگی و نشاط در چنین فضایی است.

جدول ۴: برای اولویت بندی دلایل حضور در محدوده مورد مطالعه (نتایج آزمون فریدمن)

متغیر	تعداد	میانگین	میانگین رتبه	مقدار خی دو	درجه آزادی	سطح معنی داری
خرید؛ رفتن به محل کار	۲۵۰	۱/۴۶	۱/۴۶	۲۶۷/۵۸۶	۳	.۰۰۰
گردش و تفریح	۲۵۰	۲/۴۸	۲/۴۸			
دیدار، ملاقات، قدم زدن	۲۵۰	۲/۷۷	۲/۷۷			
سایر اهداف	۲۵۰	۳/۳	۳/۲۹			

در طرح سؤال جدول ۵، معیارهای مرتبط با مبانی نظری پژوهش در رابطه با ویژگی یک فضای عمومی شهری زیبا، جذاب، با نشاط و سرزنده مطرح و از پاسخ دهندگان خواسته شد تا برحسب اهمیت آن‌ها را از یک تا ۱۰ اولویت بندی نمایند، متغیری که بیشترین اولویت را داشته باشد دارای کمترین رتبه است.

جدول ۵: برای اولویت بندی ویژگی‌های فضای عمومی زیبا، جذاب، با نشاط، سرزنده (نتایج آزمون فریدمن)

متغیر	تعداد	میانگین	میانگین رتبه	مقدار خی دو	درجه آزادی	سطح معنی داری
فضای پیاده راه و آسایش پیاده، امکان اختلاط اجتماعی، خلق فضای تعامل و فضای پیاده	۲۵۰	۴/۴۶	۴/۴۹	۱۰۴/۵۵۰	۹	.۰۰۰
فضای شهری با کیفیت، هویت مداری با احیا و زیباسازی آثار و ابنیه تاریخی، هنری و غیره	۲۵۰	۴/۷۴	۴/۷۶			
نورپردازی مناسب و تنوع فرم و رنگ در منظر شهر	۲۵۰	۵/۱۷	۵/۲			
میلان شهری، تأسیسات عمومی مناسب، خلاقانه و زیبا	۲۵۰	۵/۲۳	۵/۲۵			
ایمنی و امنیت در مکان‌ها و فضاهای عمومی شهری	۲۵۰	۵/۴۴	۵/۴۵			
تنوع فعالیت‌ها در عرصه همگانی و نبود مشاغل مزاحم	۲۵۰	۵/۵	۵/۵			
همه شمولی فضا و تنوع استفاده کنندگان	۲۵۰	۵/۶۱	۵/۶۴			
کارایی، پاکیزگی و زیبایی محیط	۲۵۰	۵/۷۲	۵/۷۵			
هم‌سازی با طبیعت و پوشش گیاهی و فضای سبز مناسب	۲۵۰	۶/۱۹	۶/۲۱			
نفوذپذیری و سهولت حرکت و دسترسی	۲۵۰	۶/۷۲	۶/۷۴			

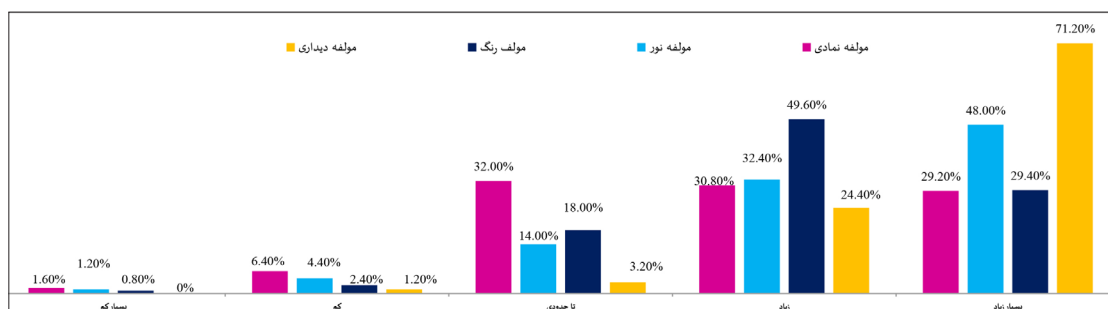
این سؤال که عمدتاً بر گرفته از مدل تحلیلی و مبانی نظری پژوهش است، نظر افراد در رابطه با تأثیر عوامل مؤثر بر کیفیت، زیبایی، جذابیت، نشاط، سرزندگی و آرامش بصری فضای شهری مورد سؤال قرار گرفته است.

جدول ۶: توزیع فراوانی عوامل موثر بر ارتقاء کیفیت، زیبایی، جذابیت، نشاط، سرزندگی، آرامش بصری و تلطیف فضای شهری

عوامل	بسیار زیاد	زیاد	تاحدودی	کم	بسیار کم
۱ احیاء و زیباسازی آثار و ابنیه تاریخی، هنری، مذهبی، فرهنگی و غیره	۵۷/۶	۳۴/۸	۶/۰	۱/۶	-
۲ کاربرد مناسب مبلمان شهری، احجام، عناصر، المان‌ها و غیره	۳۱/۲	۴۶/۸	۲۱/۲	۰/۸	-
۳ ایجاد تنوع و تقویت فضای سبز و پوشش گیاهی شهری	۳۸/۸	۲۸/۸	۲۹/۲	۱/۲	۲/۰
۴ بهسازی و زیبا سازی فضای پیاده	۴۲/۸	۳۸/۴	۱۴/۸	۴/۰	-
۵ برگزاری مراسم و جشن‌های فرهنگی، هنری و غیره	۲۸/۴	۳۳/۲	۳۴/۴	۳/۲	۰/۸
۶ ایجاد فضای تعامل و نشستن و فضای کافی عبور عابرین در فضاهای پیاده	۴۱/۲	۳۵/۲	۲۰/۸	۲/۴	۰/۴
۷ تأکید بر سبک معماری با هویت و ساماندهی نمای ساختمان‌ها	۲۸/۰	۳۰/۸	۲۹/۲	۱۰/۸	۱/۲
۸ وجود مراکز خرید، رستوران‌ها، پذیرایی‌ها و غیره	۴۰/۸	۳۱/۶	۲۱/۲	۵/۶	۰/۸
۹ ساماندهی عناصر تبلیغات محیطی و شهری	۳۴/۰	۳۸/۰	۲۲/۴	۴/۴	۱/۲
۱۰ استفاده از تجهیزات نورپردازی و روشنایی مناسب و نورپردازی اصولی فضاها و مبلمان شهری و غیره	۵۱/۲	۳۲/۰	۱۳/۶	۳/۲	-
۱۱ خلق تنوع رنگی و رعایت استانداردها در کاربرد رنگ در شهر	۳۸/۰	۴۱/۶	۱۶/۰	۴/۰	۰/۴
۱۲ امنیت اجتماعی و ایمنی عابران پیاده (خودروها)	۳۷/۲	۳۶/۸	۲۰/۴	۱/۴/۴	۱/۲
۱۳ حذف عناصر و اجزای الحاقات نازیبا	۳۲/۴	۳۱/۲	۳۱/۲	۴/۸	۰/۴
۱۴ بهسازی، ساماندهی و زیباسازی فضاهای رها شده و مخروبه شهری	۴۱/۶	۳۳/۶	۱۹/۲	۵/۲	۰/۴
۱۵ بهسازی، ساماندهی و زیباسازی چشم اندازهای عمومی و خوانا سازی نقاط عطف بصری و نشانه‌های شهری	۲۵/۲	۴۰/۰	۲۷/۲	۶/۴	۱/۲
۱۶ پراکنش کاربری‌ها و تنوع فعالیت‌ها فردی و گروهی	۲۶/۸	۲۸/۸	۲۸/۸	۱۲/۴	۳/۲
۱۷ ارتقا جذابیت و زیباسازی میدین (کف سازی، نورپردازی، المان و غیره)	۴۰/۸	۳۷/۲	۱۶/۴	۴/۴	۱/۲
۱۸ مرمت و حفاظت آثار تاریخی و قدیمی با خلق کاربری هنری و تفریحی	۴۹/۶	۲۹/۲	۱۷/۲	۴/۰	-
۱۹ نحوه دسترسی به خیابان (نفوذپذیری) و ایجاد محل پارک	۲۸/۸	۳۲/۴	۲۸/۸	۷/۶	۲/۴
۲۰ مدیریت سیستم دفع زباله و پاکیزگی فضاهای عمومی شهری	۳۶/۰	۳۴/۸	۲۱/۶	۶/۸	۰/۸
۲۱ ساماندهی کاربری‌ها و مشاغل مزاحم (آهنگری، تعویض روغن، مکانیکی)	۳۲/۰	۳۸/۴	۲۳/۶	۵/۲	۰/۸
۲۲ ساماندهی و زیباسازی کاربری‌ها و تأسیسات عمومی شهر	۴۶/۰	۳۳/۲	۱۵/۶	۵/۲	-

در جواب این سؤال که «میزان تأثیرگذاری آلودگی بصری بر زیبایی، جذابیت، نشاط و سرزندگی فضاهای شهری مراغه تا چه میزان است؟»، نتایج حاصله نشان از تأثیر بسیار زیاد و زیاد آلودگی بصری بر فضای شهری داشت.

نمودار ۳: میزان تأثیر گذاری ناهمگونی بصری بر زیبایی، کیفیت، نشاط و سرزندگی فضاهای شهری



۵-۱- تحلیل آماری

قبل از آزمون آماری، جهت تعیین نرمال بودن توزیع داده ها، از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شده است. فرض صفر در این آزمون نرمال بودن توزیع متغیر است و اگر سطح معنی داری آزمون کمتر از ۰/۰۵ باشد فرض صفر رد شده و نتیجه می گیریم که توزیع متغیر مورد نظر نرمال نمی باشد. با توجه به سطوح معنی داری به دست آمده نتیجه می گیریم که تمام متغیرها دارای توزیع نرمال می باشند (سطح معنی داری بزرگتر از ۰/۰۵).

برای آزمون فرضیات از آزمون T یک نمونه ای استفاده شده است. با توجه به این که سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ است و میانگین بیشتر از ۳ است، فرض صفر در فرضیات رد شده و هر دو فرضیه اثبات می شوند (H₁).

بنابر این نتیجه می گیریم که:

(H₁) میزان تاثیر ناهمگونی بصری بر سرزندگی شهری به طور معنی داری بیش از حد متوسط است.

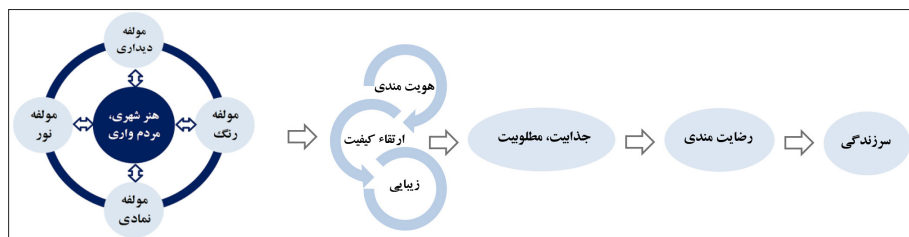
(H₂) میزان تاثیر ارتقاء کیفیت محیط، زیبایی بصری و هویت بخشی فضاهای عمومی بر سرزندگی شهری به طور معنی داری بیش از حد متوسط است.

۶. جمع بندی

۶-۱- یافته های تحقیق

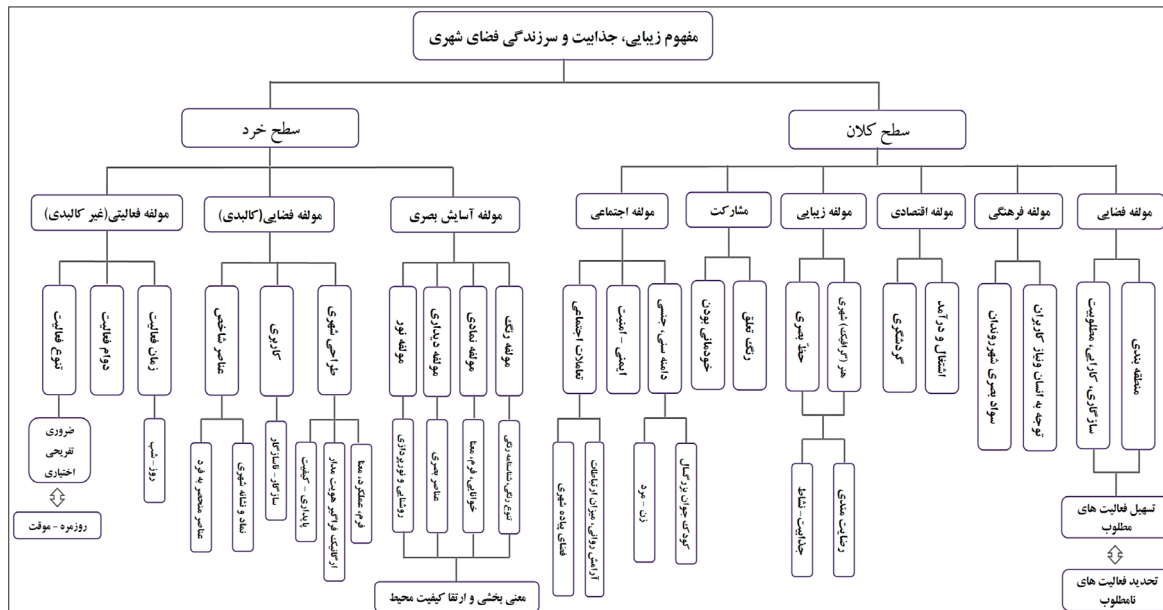
فضاهای جذاب، زیبا و سرزنده فضاهایی اند که با تنوع بصری و آرامش محیطی که دارا هستند، فضاهای جذاب، زیبا و سرزنده فضاهایی اند که با تنوع بصری و آرامش محیطی که دارا هستند، دامنه وسیعی از افراد (از نظر سنی و جنسی) را جذب و موجبات رضایت و نشاط آنان را فراهم نماید، که لازمه آن توجه به انسان و نیاز شهروندان در خلق فضاهای شهری با کیفیت است. به منظور طرح مدل پیشنهادی سرزندگی فضای شهری؛ «هنر شهری»، «طراحی شهری انسان محور»^{۴۰} و «مؤلفه آسایش بصری (رنگ، نور، نمادی، دیداری)»؛ به عنوان اولویت های اولیه زیبایی، نشاط، جذابیت و سرزندگی فضاهای عمومی شهری در نظر گرفته شد که موجبات هویت مندی، ارتقاء کیفیت محیط و زیبایی فضاهای شهری شده و جذابیت، مطلوبیت فضای شهری و رضایت شهروندان را به دنبال داشته و لازم است ارتقاء کیفیت زیبایی شناسانه و هویت مدارانه فضا با محوریت هنر شهری به عنوان عوامل خلق جذابیت و تأثیرگذار بر سرزندگی مورد توجه قرار گیرد و با فضای شهری پیوند بخورد.

شکل ۴: مدل تحلیلی سرزندگی شهری



کیفیت و سرزندگی مفهومی فراتر از فضای شهری بوده که در سطوحی چون کیفیت محیطی، پایداری، مطلوبیت، رفاه عمومی بصری، سازگاری، کارایی، عدالت، امنیت، همه شمولی و... قابل بررسی است.

طبق یافته های پژوهش، سرزندگی را می توان در ۲ سطح کلان و خرد مختلف تقسیم بندی کرد: سطح کلان شامل مؤلفه های فضایی، فرهنگی، اقتصادی، زیبایی و اجتماعی، سطح خرد شامل مؤلفه های آسایش بصری، فضایی و مؤلفه غیر کالبدی (فعالیتی) است که زیر مجموعه ی این عوامل نیز مطرح شده اند، به عنوان مثال مؤلفه زیبایی در برگیرنده شاخص هنر شهری و حظ بصری بوده و خود شامل زیر مجموعه های رضایت مندی، جذابیت و نشاط می شود.



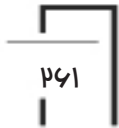
۲-۶- پیشنهادها

با توجه به موضوع پژوهش و اهمیت زیبایی و سرزندگی فضای شهری، سعی شده اهداف پژوهش در راستای دستیابی به این مهم تنظیم گردد که در ۳ سطح خرد، میانه و کلان؛ علاوه بر ارتباط منطقی و اصولی، مکمل همدیگر هستند. سطح خرد: در سطح خرد، هدف؛ طرح پیشنهادات موردی جهت ساماندهی بصری و ارتقاء کیفی مؤلفه‌های آسایش بصری (دیداری، رنگ، نور، نمادی) در محدوده مورد مطالعه و در قالب اهداف، سیاست، راهبرد ارائه شده است. سطح میانه: با توجه به این که اهداف پژوهش در ظرف مکان و فضای شهری جستجو می شود و این که «سرزندگی» از ویژگی بنیادین پیاده راه‌ها است و مکان تعامل، گذران اوقات فراغت، تفریح، خرید، استراحت و پیاده روی که طیف وسیعی از شهروندان را جذب می کنند؛ جهت ارتقاء کیفیت سرزندگی، رفع آلودگی بصری، زیبایی و هویت بخشی؛ ایجاد پیاده راه به عنوان حلقه اتصال سرزندگی شهری و مؤلفه‌های آسایش بصری که می توانند مکمل هم بوده و در کنار هم زیبایی، جذابیت، نشاط و سرزندگی و کیفیت فضای شهری را ارتقاء بخشند؛ عقلانی به نظر می رسد. سطح کلان: طرح جامع زیباسازی شهری^۳ به عنوان عامل وحدت بخش و جامع نگر که در برگیرنده مؤلفه‌های آسایش بصری است پیشنهاد گردید؛ طرحی که علاوه بر چهره شهر به کیفیت شهر نیز توجه دارد و در عین این که طرح‌های موردی و مقطعی زیباسازی را به هم پیوند داده و آن‌ها را در ارتباط منطقی و اصولی با یکدیگر قرار می دهد، قابل تعمیم به کل نمونه موردی است که محصول نهایی آن خلق فضاهای شهری با کیفیت، جذاب، زیبا و سرزنده است که شهروندان از بودن در آن احساس لذت و تعلق کنند و هویت تاریخی، فرهنگی و شهری خود را در آن باز یافته و نشاط و سرزندگی را در تمام ابعاد فضاهای شهری حس نمایند. در نقشه زیر نمونه ای از پلان سیاست گذاری مؤلفه‌های آسایش بصری در محدوده مورد مطالعه ارائه گردیده که بر مبنای راهنمای برنامه ریزی و طراحی طرح جامع زیباسازی شهر تورلاک کالیفرنیا تهیه شده است:



۷. نتیجه گیری

با توجه به بررسی مفاهیم، طرح مبانی نظری، نتایج تجزیه و تحلیل و بررسی وضع موجود (کجا هستیم؟)؛ ناهمگونی و آلودگی بصری بر تنزل کیفیت محیط، کاهش زیبایی، جذابیت، رضایت مندی، نشاط و سرزندگی فضای شهری تأثیر مستقیم و به سزا دارد، ولی به دلیل این که سرزندگی شهری معلول عوامل مختلف بوده و مفهومی چند بعدی دارد، حصول آن در گرو ارتباط منطقی و اصولی با مؤلفه های سازنده کیفیت کلی طراحی و زیباسازی شهری به عنوان حلقه مفقوده مثلث شهر، شهروند و مدیریت شهری- و مؤلفه های آسایش بصری در فضای شهری است.



پی نوشت

۱. شهر مراغه، نخستین پایتخت مغولی، با بیش از ۳۰۰ اثر تاریخی جزء ۱۰ شهر مهم تاریخی کشور است و با توجه به ویژگی جلگه‌ای و کوهستانی بیش از ۶۱/۳٪ از وسعت شهر اراضی با پوشش گیاهی است و سیمای شهر، محیطی باغ شهری با خیابان‌های مشجر است.

2. Economist Intelligence Unit, (E.I.U)
3. Livability Ranking
4. Tibbalds, Francis
5. Ashihara, Yoshinobu
6. Cullen, Gorden
7. Carmona, Matthew
8. Landry, Charles
9. Bentley, Ian
10. Lynch, Kevin A.
11. Dondis, Donis A.
12. Chapman, David
13. Cochran
14. Cronbach's Alpha
15. Statistical Package for the Social Sciences
16. Kolmogorov . Smirnov Test
17. One Sampel & Independent Sampel T Test
18. Friedman Test
19. Analysis Of Variance (ANOVA)
20. City Image & Town Scape
21. Visual Pollution
22. Light Pollution
23. Color Pollution
24. Symbol Pollution
25. Vitality
26. Jan Gehl
27. Compulsive, Selective & Social Activities
28. Liveliness Urban Spaces
29. Urban Graphic Identity
30. Jarvis, Bob
31. Identity
32. Public Realm Quality
33. Ease of Navigate
34. Readability
35. Compatibility
36. Diversity
37. Visual Qualities & Aesthetic Experience
38. Statistical Maps
39. Geografhic Information Systems
40. Human Centric Urban Design
41. Beautification Master Plan

References

- Bentley, I. (2011). *Responsive Environments: A Manual for Designers*. (M. Behzadfar, Trans.). Iran University of Science and Technology Publications, 6.
- Carmona, M. (2012). *Public Places – Urban Spaces*, (Gharaei & Partners, Trans.). Tehran: Tehran Art University Press, 1.
- Coleman J. (1987). *Opportunities for Invasion in Urban Design Education*, Australian Planner.
- Cullen, G. (2013). *The Concise Townscape*, (M. Tabibian, Trans.). Tehran: Tehran University Publication.
- Department of Planning and Development Tehran Beautification Organization, (2011). *Beautification & Town Scape*, Tehran: Peykareh Publication, 1.
- Dondis, Donis A. (2009). *A Primer of Visual Literacy*. (M. Sepehr, Trans.). Soroush Publication, 1.
- Gehl, J. (2004). *Public Spaces, Public Life, Copenhagen*: Danish Architectural Press.
- Goodey, B. (1993). *Two Gentlemen in Verona: The Qualities of Urban Design*, Strrewise
- Golkar, K. (2006). Quality of Vitality Concept in Urban Design, *Quarterly Journal – Research SOF-FEH*, 16 (44), 66-74.
- Golkar, K. (2005). The Concept of Town Scape, *Abadi Quarterly*, 16 (53), 38 – 47.
- Jacobs, J., (1961). *The Death & Life of Great American Cities*, London Cape.
- Landry, Ch. (2000). Urban Vitality: A New Source of Urban Competitiveness, *Prince Claus Fund Journal*, Archis Issue ‘Urban Vitality – Urban Heroes’.
- Lynch, K. (2004). A Theory of Good City Form, (S. H. Bahreini, Trans.). Tehran: Tehran University Publications, 3.
- Lynch, K. (2006). *City Image*, (M. Mozayyani, Trans.). Tehran: Tehran University Publications, 6.
- Nelessen, A. C. (1994). *Visions for a New American Dream*, Chicago: APA Planner Press.
- Pakzad, J. & Souri, E. (2011). *Urban Areas Lighting Guide*, Tehran: Armanshahr Publication, 1.
- Raymon, Q. & Campenhoudt, L.V. (2007). *Research Methods in Social Sciences*, (A. Nik Gohar, Trans.) Tehran: Toutia Publication.
- Turlock City, California, U.S.A (2010). *Beautification Master Plan*, Landscape & Signage.
- Tibbalds, F. (2004). *Making People - Friendly Towns* (M. Ahmadi Nejad, Trans.). Khak Publication, 1.
- Yoshinobu, A. (2012). *The Aesthetic Townscape* (F. Habib, Trans.). Javid Publications, 1.
- www.Economist.com (accessed: March 15, 2013)
- www.Urban-Graphics.co.uk (accessed: February 01, 2013)