



تاثیر المان های شهری بر فضاهای شهر، با رویکرد زیبایی شناسانه

محمد بزرگمهر، حسین اردلانی

1- محمد بزرگمهر، دانشجو کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشکده هنر و معماری واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، ایران
(bozorgmehr.arch@gmail.com)

2- حسین اردلانی، عضو هیئت علمی گروه فلسفه و هنر، دانشکده هنر و معماری واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، ایران
(h.ardalani@yahoo.com)

چکیده :

امروزه فضاهای عمومی شهری بستر رشد و تکامل جامعه شهری می باشد. از این رو وجود کیفیت و رضایت مندی امری ضروری و انکار ناپذیر در توسعه پایدار فضای شهری به نظر می رسد و عدم توجه به آن تهدیداتی را در عرصه شهر به وجود می آورد. مبلمان و حتی المان های شهری به عنوان وسایلی که در فضای شهری نصب شده و استفاده عمومی دارند، می توانند به فضای شهری روح ببخشند و به عنوان یکی از رهیافت های سازنده شهرسازی پایدار به شمار آیند، با این هدف که کیفیت فضای شهری را بهبود بخشیده و نیاز های انسانی را بر طرف نمایند، بنابر این مبلمان شهری به عنوان عامل موثر در ارتقاء کیفیت محیط شهری حائز اهمیت می باشد. این پژوهش با هدف بررسی تاثیرات مبلمان و المان های شهری بر ارتقاء کیفیت فضاهای شهری به مطالعه بر روی تاثیر مبلمان بر کیفیت به صورت عام و در فضای پارک مردم شهر همدان به صورت خاص پرداخته است. تحقیق حاضر از نوع کاربردی و روش استفاده در آن نیز توصیفی _ تحلیلی می باشد. در این تحقیق به کمک مطالعات انجام شده سه شاخص سرزندگی، زیبایی و هویت در ارتباط با مفاهیم کیفیت که مبلمان شهری می تواند بر آن تاثیر گذار باشد استخراج گردید و سپس با کمک توزیع پرسش نامه در نمونه مطالعاتی مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفت. نتایج به دست آمده نشان دهنده وجود برخی ضعف ها و قوت ها در زمینه ی تاثیر و زیبایی المان های شهر همدان بر روی شاخص های کیفیت می باشد. در نهایت با توجه به جوانب مختلف مطالعات انجام شده، راهکارهایی جهت ارتقاء کیفیت فضای شهری همدان با توجه به شاخص های در نظر گرفته شده ارائه شده است.

واژگان کلیدی : زیبایی، المان شهری، فضای شهری، کیفیت محیط ، همدان



مقدمه

وسعت و افزایش شهرنشینی در دهه های اخیر برنامه ریزان را بر آن داشته که به مسائل اقتصادی، فرهنگی و به خصوص نظام اجتماعی توجه ویژه ای داشته باشند و درصدد ایجاد و طراحی محیطی مناسب و دلپذیر برای شهروندان برآیند. چنین محیطی با گوناگونی بسیار، نوعی آزادی انتخاب به شهروندان می دهد و در واقع زمینه خلاقیت را فراهم میکند. فضای یک شهر حداکثر ارتباط را با مردم و زیستگاه پیرامونشان برقرار می سازد و خود نیز به صورت یک فضای رابط در تعاملات اجتماعی میان شهروندان عمل میکند و تنها راه برقراری درست ارتباط میان شهر و شهروندان و ارتباط میان شهروندان با یکدیگر به واسطه محیط شهری، ارائه امکانات مناسب شهری است. (بحرینی، 1384، 34)

امروزه در سراسر جهان، طراحی محیط و مبلمان شهری در حیطه هویت و فرهنگ جامعه و شهروند می باشد و در کشور ما نیز طراحی مبلمان شهری حول محور باورها، دیده ها و فرهنگ جامعه ماست. در واقع طراحی مبلمان شهری از اندیشه ها و هویت یک جامعه برخوردار است، به طوری که با هنر و خلاقیت ادغام شده و به گونه ای جاودان و ماندنی می شود که، بر همه اقشار جامعه نیز تأثیر گذار گردد (فکوهی، 96.1381). با نگرشی اقتصادی و سودمندانه به این مقوله، نتیجه ای به دست می آید که گاهی بسیاری از طراحان مبلمان شهری، به ویژه در کشورهای عقب مانده یا در حال توسعه، درصدد به وجود آوردن سیمایی از شهر هستند که آن ها را به سود بیش تر برساند، و کم تر به جزئیات و نیازهای روانی، اجتماعی جامعه توجه دارند. اگرچه گاهی ناچار به رعایت استانداردهای شهری می شوند، معمولاً این مقررات را قوانینی دست و پاگیر و ناسودآور می دانند. لذا پرداختن به مسائلی همچون مبلمان شهری و تأثیر عملکرد آن در سیما و هویت شهر را کاری عبث و یا حداقل دست و پاگیر و ناسودآور می دانند و به همین دلیل حاضر نمیشوند بر سر مسائلی همچون موارد یاد شده ریسک اقتصادی را بپذیرند.

مبلمان زیبا در فضای نازیب، جذابیتی نخواهد داشت و فضای زیبایی که در آن مبلمان نازیب استقرار یابد، جلوه نخواهد کرد. بدین منظور طراحی توأم فضای شهر و مبلمان شهری اساسی دستیابی به شهر سالم امروزی است. از سوی دیگر توجه به تناسبات انسانی در ساخت مبلمان شهری و نیز توجه به شرایط اقلیمی و مصالح بومی نیز از ضروریات در طراحی مبلمان شهری است. مکان یابی محل استقرار مبلمان، توالی و تواتر چیدمان آن نیز در کیفیت بصری فضا تأثیر مثبتی بر جا می گذارد. (همان)

بیان مسئله :

هویت در هر جامعه، نشان از فرهنگ آن جامعه است و فضاهایی همساز با هویت شهری موجب آرامش، امنیت و مشارکت شهروندان میشود. فضاهای شهری محل تعاملات اجتماعی است و این تعاملات در مکان هایی دیده می شود که برای شهروندان حس امنیت و حس تعلق را فراهم نمایند. وجود المان های شاخص علاوه بر زیبایی، کیفیت فضا را ارتقاء می دهد و این کیفیت است که بر ذهن انسان نقش می بندد و بر حس مکان و خاطرات جمعی شهروندان تأثیر میگذارد. لذا طراحان شهری باید در فضاهای شهری، المان هایی را استفاده کنند که سبب انتقال هویت شهری درازدهان شود که به رضایتمندی شهروندان و بهبود کیفیت محیط شهری کمک می کند. پژوهش حاضر بر مطالعات کتابخانه ای استوار است و برانیم پس از بیان مفاهیم هویت به شناختی کامل از المان های شهری و رابطه آن با هویت و طراحی شهری دست یابیم و ارزش ها و معیارهای طراحی آنها را مورد بازکاوی قرار دهیم و سپس به کارکرد های مهم المان های شهری دست می یابیم. مبحث المان شهری در کنار رفع نیاز های مادی گروه های مختلف استفاده کننده از فضاهای شهری؛ به بعد زیبا شناسانه آن نیز باید بپردازد و این زیبایی بیش از هر چیز حاصل هماهنگی، وحدت و تنوع، تکرار شوندگی و انعطاف پذیری عناصر دخیل در طراحی شهری است. چه در غیر این صورت نا به سامانی و بی هدفی که امروز به



دلیل پراکنده کاری و خود محورها به اصطلاح صرفه ی اقتصادی و نبود الگو و ضوابط مناسب و استاندارد شده برای این عناصر بروز کرده چهره شهر را مخدوش نموده و راه گشا نیست.

حال این سوال مطرح است که: آیا سازمان زیبا سازی به عنوان یکی از ارکان دخیل در طراحی فضای شهر و فضاهای سبز عمده شهر همدان، از المانهای شهری زیبا و مناسبی در سطح شهر همدان استفاده کرده است؟ آیا اقدامات مناسبی در جهت زیبا سازی مبلمان شهری و خوانایی فضاهای پارک در طی سال های اخیر انجام شده است؟ آیا شهروندان شهر همدان از المانهای موجود و مبلمان شهری این محدوده و فضاها راضی هستند؟ و سوالاتی از این قبیل که باعث انتخاب این موضوع و بررسی آن در شهر همدان را موجب شده است.

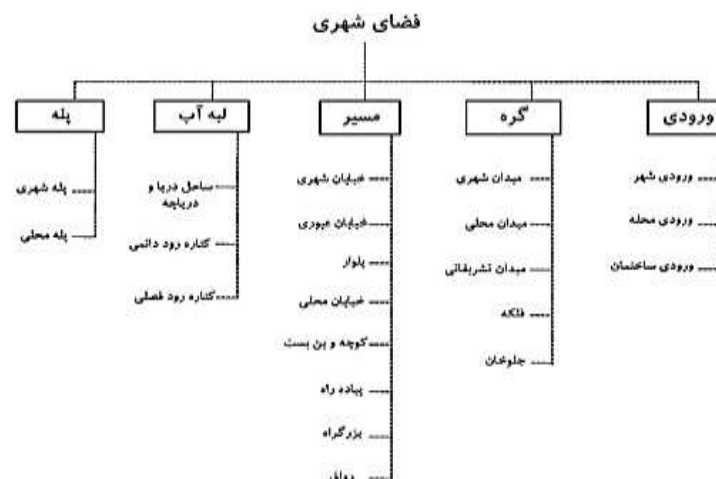
* مفاهیم دیدگاه و مبانی نظری

فضای شهری :

فضای شهری چیزی نیست جز فضای زندگی روزمره ی شهروندان که هرروز به صورت آگاهانه یا نا آگاهانه در طول راه، از منزل تا محل کار ادراک می شود. (پاکزاد، 1391:32)

یک فضای شهری را می توان بر مبنای رویکردهای مختلف محیطی، جغرافیایی، معماری و... مطالعه و بررسی کرد. فضای شهری، عرصه ی ایفای نقش بازیگرانی است که هر یک به عنوان کنشگرانی از جامعه ی خود محسوب می شوند. نقش های مثبت و گاهی منفی، نقش های پرنرگ و گاهی کمرنگ، نقش های عام و گاهی خاص. فضای شهری به مفهوم صحنه ای است که فعالیت های عمومی زندگی شهری در آن ها به وقوع می پیوندند. خیابان ها، میادین و پارک های یک شهر فعالیت های انسانی را شکل می دهند. این فضاهای پویا در مقابل فضاهای ثابت و بی تحرک محل کار و سکونت اجزای اصلی و حیاتی یک شهر را تشکیل داده. شبکه های حرکت، مراکز ارتباطی، و فضاهای عمومی بازی و تفریح را در شهر تأمین می کنند. (بحرینی، 1384:313)

انواع فضاهای شهری :





کیفیت محیطی فضاهای شهری :

«کیفیت محیط» را میتوان یکی از مهمترین دل مشغولی های دانش طراحی شهری دانست. این امر به گونه ای است که بسیاری از نظریه پردازان «ارتقای کیفیت محیط» را مهمترین وظیفه فعالیت طراحی شهری می دانند (پاکزاد، 1385 : 77).

در دهه های اخیر که مفهوم کیفیت به ادبیات شهرسازی راه یافته است، فضاهای شهری خوب با مفهوم کیفیت مطلوب آن سنجیده می شود. بنابراین در راستای بررسی کیفیت و سنجش فضاهای شهری، معیارها و شاخصه هایی طی دهه های قبل مطرح شده است. پیش از این گفته شد، به هر میزان که شهرها بتوانند محیط های عمومی مطلوب تری برای ساکنان شهرها ایجاد کنند تا تعامل های اجتماعی بهتری در آن صورت بگیرد، به همان میزان شهر از کیفیت بالاتری در شهرنشینی و سلامت روان ساکنین آن برخوردار خواهد شد. روشن است که ایجاد آرامش، سرگرمی، فراهم آوردن ارتباط، زمینه معاشرت و امکان تردد، از دیگر عملکردهای فضاهای عمومی شهری است. وجود این فضاها برای پیشگیری از درماندگی، افسردگی، گوشه گیری و خشونت بسیار موثر و ضروری است. به این ترتیب این فضاها می توانند موقعیتی برای رشد خلاقیت به وجود آورده و محیطی سازنده در یک مجموعه شهری باشند. (زهرایی، 8.1394)

مفهوم زیبایی :

آن طور که در لغت نامه های فارسی می خوانیم، واژه ی زیبایی حاصل مصدر زیبا و به معنای دلپذیر، خوشایند بودن و جذابیت است فرهنگ سخن، تعریف نسبتاً دقیق تری ارائه داده، زیبایی را حالتی تعریف می کند که در شخص یا شیء زیبا وجود دارد. در لغت نامه ی دهخدا واژه ی «زیبا» {زیب + ا} صفت فاعلی، به معنی زیننده، معادل نیکو، خوب و نقیض زشت و بد تعریف شده است؛ فرهنگ معین، واژگان شایسته، زیننده، نیکو و جمیل را معادل این واژه معرفی می کند. در انسان گرایش به جمال و زیبایی، چه به معنی زیبایی دوستی و چه به معنی زیبایی آفرینی که هنر نامیده می شود، وجود دارد. انسان می خواهد لباسش زیبا باشد، اتاقش زیبا باشد، همچنین انسان از زیبایی های طبیعت لذت می برد، از طرفی دوست دارد زیبایی بیافریند، مثل مسئله هنر که خلق زیبایی است. (صبری، 12.1382)

ایمان شهری :

ایمان یا نماد شهری یا ترکیبی است پیکره وار که در ساخت آن از ویژگی های درونی احجام و اشکال هندسی - صفحات قائم یا منحنی - اجزای سازه ای - کابلها - پوترها و فریم ها و به طور کلی هر آنچه میتواند جنبه ی تزئینی و ساختمانی داشته باشد به صورت یک کلیت یکپارچه و تلفیقی از موارد فوق استفاده میشود.... و قبل از هر چیز این ترکیب دارای یک نظام هندسی و تعادلی پایدار و زیباست به گونه ای که پس از خودنمایی در سطح شهر افراد را به گونه ای جذب خود مینماید و ذهنشان را درگیر خود میکند که تا مدتها در آن منطقه از شهر به صورت سمبلیک مشخصه ای برای شناخت شهر در منطقه ی مورد نظر میگردد. در واقع جزو شاخصه های شهری میگردد... به گونه ای که ذهن با برده شدن نام منطقه ی مذکور ناخودآگاه به دنبال شاخصه ها و ویژگی های خاص آن منطقه ایمان مورد نظر را در خود تصویر سازی خواهد کرد. (مشیری، 3.1391)

انواع ایمان :

ایمان نمایشی :

ایمانهای نمایشی همانگونه که از اسمشان بر می آید صرفاً جنبه ی نمایشی - هنری و زیبایی دارند - مفهوم خاصی را اصولاً بیان نمیکند و هدف و رسالتی برای القاء مطلبی به بیننده و یا انتقال پیامی ب وی را ندارند... ترکیباتی هستند انتزاعی از برخورد توده ها - احجام - اجزاء سازه ای و صفحات (به نوعی بازی با خط و حجم و صفحه با توجه به ویژگی های هندسی و روابط درونی آنها) که



تنها به لحاظ ویژگی های زیبایی شناسانه و تعادل بصری و هنری می توانند با گروهی خاص از انسانها ارتباط برقرار کنند... این خاص بودن مخاطب از ویژگی های منحصر به فرد یک المان نمایشی می باشد. یعنی در هر مخاطبی احساس تعلق و تامل را بوجود نمی آورد لذا به دلیل نوع مخاطبین آن که طبعاً افرادی هستند که بیشتر درگیر مسائل هنریند و تعادلها و نظامهای هندسی را میشناسند و در مورد سبکهای هنری و هنر مفهومی و انتزاعی مطالعه دارند اینگونه المانها در سطح شهر ها کمتر دیده میشوند و مکان استقرار آنها نیز طبعاً گالریهای هنری - نمایشگاههای آثار هنری و به طور کلی مکانهایی میباشد که مخاطب خود را پیدا کنند. (مشیری، 1391: 5)

المان بیانی:

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



*دو نمونه المان بیانی در فضای شهری

المان عملکردی:

این نوع از المان تا حدی از تعاریف فوق فاصله میگیرد چرا که عنصر عملکرد برای ما محدودیتهایی به لحاظ قوانین فرمی ایجاد خواهد نمود و در این مرحله خلق فضا با استفاده از همان آرایه ها و عناصر بصری را خواهیم داشت... فضایی که انسان ولو برای مدتی درون آن و یا در اطراف آن استقرار می یابد و از آن عملکرد استفاده مینماید لذا میبایست اصول و قوانین زیستی انسان و استانداردهای طراحی محیط زیست میبایست در آنها رعایت شود... طراحی چنین فضاهایی نیاز به تحقیقات بیشتر و همچنین یک برنامه ی فیزیکی مدون دارد... بعبارت دیگر برای طراحی اینگونه فضاها طراح ملزم به دانستن یک سری از نیازهای خاص انسان در ارتباط با ثابتها و استانداردهای بدنی و نیازهای انسانی برای استفاده ی بهینه از موضوع مورد طراحی میباشد... ویژگی دیگر اینگونه



المانها در تعداد بیشتر آنها در سطح شهرها میباشد..... چرا که عنصر عملکرد ایجاب میکند در هر مکانیکه نیاز به موضوع مورد نظر باشد نمونه ای از آن وجود داشته باشد به طور مثال ایستگاههای اتوبوس - مترو - کیوسکهای تلفن - دکه های روزنامه فروشی - سردرها و مکانهای خدمات و اطلاع رسانی در سطح شهرها و همچنین انواع چراغها و تاسیسات خاص شهری در صورتیکه موارد فوق دارای طراحی قوی - منحصر به فرد - شاخص و با استفاده از اجزاء و نظامهای هندسی و بصری که پیشتر ذکر آن رفت توسط متخصصین و هنرمندان ساخته شوند و ویژگیهای بصری و هنری باز هم اولین عامل در بازشناسی یک اثر ماندگار است..... در صورتیکه یک سازه ی عملکردی دارای زیبایی و نظام هنری باشد میتواند برای هر شهر به سبک خود طراحی شده و با سایر شهرها متفاوت باشد (مثلا بگوئیم در فلان شهر ایستگاههای اتوبوس یا دکه های روزنامه فروشی به این شکل ساخته شده اند و این خود یکی از ویژگی ها و شاخصه های آن شهر میشود) از این نظر و به دلیل گستردگی تعداد المانهای عملکردی در سطح شهرها و سطح وسیعتری از مخاطبین که پوشش میدهند میتوانند نشان از اهمیت و موقعیت خاص این نوع از المانها داشته و مسئولیت دقت نظر بیشتری را از متولیان زیبا سازی و برنامه ریزی شهرها می طلبد. مکان قرار گیری این نوع المانها در سطح شهرها و هر جا که انتظار کار بری مورد نظر میروود میباشد و متناوبا به چشم می خورند.(همان).



*نمونه المان عملکردی در فضای شهری

نقش المان شهری در فضاهای شهر :

المان شهری در تعریف شخصیت عملکردی فضاهای شهری نقش مهمی ایفا می کند و در چگونگی روحیه شهر و مردم بسیار موثر است. طراحی، اجراء و مکانیابی صحیح مبلمان شهری که همواره بر طبق نیاز مردم و چگونگی کارکرد فضای گردشگری انجام میشود میتواند در صورت اجرای صحیح تمامی مراحل، فضای گردشگری نسبتاً مطلوبی را پدید آورد. در غیر اینصورت، مبلمان شهری به عنوان اجزاء زائد و ناکارآمد عمل نموده که نه تنها مردم نمی توانند از آن استفاده نمایند بلکه به علت بلا استفاده بودن امکان تخریب آن از سوی برخی از اشخاص وجود دارد و به جای زیباسازی پارک ها و محیط های گردشگری باعث ایجاد منظر نامناسبی از این نوع فضاها می گردد. از این رو در ساماندهی مراکز گردشگری و فضاهای سبز (پارک ها)، کارائی و زیبایی مبلمان شهری در زیبایی و عملکرد فضاهای گردشگری بسیار موثر است. امروزه فضاهای شهری به خصوص گردشگری و پارک ها مورد توجه فراوان مردم جهت گذران دادن اوقات فراغت می باشد، در برنامه ریزی ها و طراحی ها باید جهت ایجاد جذابیت بیشتر این مراکز جهت جذب جمعیت و تامین آسایش استفاده کنندگان از فضاهای گردشگری و همچنین تامین درآمد مناسب و ایجاد اشتغال در صنعت گردشگری به ساماندهی اینگونه فضاها با ایجاد انواع و رنگ بندی تجهیزات مورد نیاز و شاخص های زیبایی شناسی محیط های شهری برای آسایش گردشگران پرداخت.(لحمیان، ۹۰۱۳۹۲).



مبلمان و اِلمان شهری و نیاز شهروندان :

در همین اثر و خاطره و یادى که از سیمای یک شهر در ذهن بیننده به جای می ماند (تصویر ذهنی)، مفصل صحبت « سیمای شهر » کوین لینچ در کتاب کرده است. هنر طراح آن است که در کنار چیدمان این ابزار و اجزا، نیاز شهروندان را برطرف کرده و سیمای زیبا به شهر بدهد؛ به طوری که شهروند احساس آرامش و راحتی را در برخورد با آن ها داشته باشد. نیمکت، تیرهای چراغ برق، صندوق پست و اتاقک تلفن، تابلوها، فضاهای سبز، آب نماها و بسیاری از اجزای دیگر تشکیل دهنده ی این نظم هستند. (زندیه. 35.1384)

امروزه در شهرهای بزرگ و پیشرفته، از جمله در شهرهای اروپا و امریکا کارشناسان بسیاری بر روی این موضوع کار کرده و به جزئیات سیما و نمای شهری اهمیت می دهند و گاهی همان قدر که طرح های جامع و تفصیلی شهری اهمیت دارند، برای مبلمان و سیمای شهر نیز بهای ویژه ای پرداخت می کنند، مثلاً حتی الامکان بسیاری از تابلوهای ایستاده ی راهنمایی و رانندگی را حذف و به جای آن از خطوط و علائم رنگی در سطح خیابان استفاده می کنند. نخستین کمکی که این حرکت می کند، جلوگیری از اشفستگی، اغتشاش و ازدحام در دید بیننده و شلوغی محیط است. اهمیتی که این طراحان به نقش مردم و نیاز شهروندان می دهند، آن قدر است که محور تصمیمات شان عمدتاً رفاه و راحتی و آسایش ایشان محسوب می شود؛ به گونه ای که دید بصری و به وجود آوردن نمایی توأم با تعادل لازم، راحتی و آرامش را برای ساکنان به ارمغان می آورد و مشاهده می شود. عناصر مبلمان شهری نه تنها مزاحمتی برای رفت و آمد مردم ندارد، بلکه درست جایی که مورد نیازشان هست نیز به کار گرفته شده است. شاید تا به حال مشاهده کرده باشید در بسیاری از مراکز عمده ی خرید، محلی برای استراحت و یا نشستن افراد به ویژه سالمندان در نظر گرفته شده است و یا شاید گاهی دیده باشید در بسیاری از شهرهای پیشرفته برای خرید از چرخ های دستی در داخل غرفه ها استفاده می شود، بدون این که با هیچ مشکلی از بابت رفت و آمد مواجه شوند. بنابراین، نیاز شهروندان و سیمای شهر و به وجود آمدن هویت شهری حلقه های به هم چسبیده و جدا نشدنی هستند که هر یک دیگری را پشتیبانی و تکمیل می کند و بی توجهی و بی دقتی به هر کدام آسیب جدی و خللی فاحش در به وجود آمدن سیمای نامناسب شهر خواهد بود. (طیبیان. 43.1377)

اهداف طراحی اِلمان های شهری :

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

1. ارتقاء کیفیت خدمات عمومی شهری و ایجاد سر زندگی در شهروندان : با نوسازی و به سازی مبلمان شهری و طراحی اصولی آن به گونه ای که همگام با نیازهای مادی و روانی شهروندان باشد می توان به نحو چشمگیری شاهد پیشرفت و تکاپو در فعالیت های اجتماعی بود. در صورت ارائه درست خدمات شهری از جانب ارگانها میتوان روند استفاده از این خدمات را سرعت بخشید و به طبع آن شاهد سرعت گرفتن فعالیت های جانبی از طرف شهروندان و تلاش مضاعف ایشان در جهت زندگی شهروندی بود.

2. ایجاد میل و انگیزه در شهروندان در جهت بهسازی محیط شهری : با زیبا سازی سطح شهر که وابستگی بسیار زیادی بر طراحی مبلمان شهری دارد میتواند روحیه حفظ و نگهداری از محیط شهری را در شهروندان افزایش داده و اهمیت فضای شهری را در نگاه مخاطبانش بالا ببرد که این مسئله به کوششی غیر مستقیم در نگهداری و زیبا سازی شهری در اذهان عمومی جامعه دامن میزند.

3. هویت بخشی به فضاهای مختلف شهری : در صورت رعایت این اصل شهروندان می توانند با مشاهده یک مکان خاص از آن به عنوان مکانی متمایز از سایر مکانها یاد کنند در صورتی که مبلمان شهری ارائه شده در هر محله و شهر گویای هویت تاریخی و فرهنگی آن محله یا شهر باشد میتوان به نوعی شخصیت دهی فرهنگی در سطح کلان دامن بزند. از دیدگاه طراحان، انتخاب و



طراحی مناسب مبلمان شهری، حفظ هویت مکان و نمود بیشتر آن را ممکن می سازد. این برخورد در احیای مناطق تاریخی و سنتی بسیار موثر است. اگر دخالت در شهر به تزیینات سطحی محدود نشود، باید میان بافت اجتماعی و فضای توافقی ایجاد کرد. آن گاه که بافت اجتماعی مکانی تثبیت شده و در میان ساکنانش مفهوم شهر نشینی، ریشه ای عمیق دواند، می توان به ساختارهایی مکمل در سیما و منظر آن پرداخت و شرایط را برای حفظ محیط و رفاه اهالی مهیا کرد. (Beer.A.22.1993)



*معرفی پهنه مطالعاتی :

شهر همدان :

شهرستان همدان شهرستان همدان با ۲۸۳۱ کیلومتر مربع وسعت و متوسط ارتفاع ۱۸۲۰ متر از سطح دریا، اولین قطب جمعیتی استان همدان محسوب می شود. این شهرستان یکی از ۹ شهرستان استان همدان به مرکزیت شهر همدان است. جمعیت این شهرستان بالغ بر ۵۹۴۰۴۰۶ نفر در سال ۱۳۹۰ می باشد و از دو بخش و ۸ دهستان تشکیل شده است.



*تصویر میدان امام خمینی شهر همدان

شهرستان همدان در سال ۱۳۴۰ (همزمان با سمنان و لرستان) با شهرستانهای تابع ملایر، نهاوند، تویسرکان و به مرکزیت همدان تبدیل به فرمانداری کل می گردد. در سال ۱۳۵۲ (همزمان با فرمانداریهای کل لرستان ، زنجان ، چهارمحال بختیاری ، یزد و



بوشهر) تبدیل به استان می گردد با الحاق و انتزاعات و تغییرات بعمل آمده در تقسیمات کشوری نهایتاً در سال 1366 این استان دارای 4 شهرستان ملایر (12 دهستان) نهاوند (7 دهستان) تویسرکان (7 دهستان) و شهرستان همدان (38 دهستان) است که شهرستانهای اسدآباد ، رزن ، کبودرآهنگ و فامنین نیز در این سال تابع شهرستان همدان بوده اند؛ که در مجموع استان در سال 66 دارای 64 دهستان بود.

*معرفی کلی المان های موجود در شهر همدان :

* آیا المان های شهری موجود نمادی از هویت و فرهنگ جامعه ، هستند؟

ساخت المانهای شهری حدود سه سالی است که در همدان پررنگ تر شده که می طلبد از نظر جانمایی و نوع ساخت مورد توجه ویژه قرار گیرد. محتوای تندیس و المانهای شهری باید با ارزشهای جامعه ولایی ما همخوانی داشته باشد .

با اینکه شکل ظاهری این المان ها و به خصوص ایده های نوروزی که در سطح شهر تعبیه شده اند زیباست اما از طرفی به خاطر سازگار نبودن برخی از این المان ها با هویت شهر همدان نقد آنها را به دنبال دارد، اما نکته مثبت موجود اینکه در بالای برخی از این المان ها، پیام های مناسبی برای بینندگان وجود دارد، اما باز هم آنقدر کوچک و کم ارتفاع هستند و بعضی از آنها در محلی نصب شده که فضاسازی محیطی جالبی برای آن صورت نگرفته است، که زیبایی آن چندان به چشم نمی آید.

جنس مصالحی که برای ساخت یک المان به کار می رود نیز خود، خود بخشی از ارزش و اهمیت آن را تشکیل می دهد. مثلاً المانی که با چند ماه تلاش هنرمندان پیکرتراش روی سنگ یا برخی فلزات گرانبها نظیر برنز کنده کاری شود، مسلماً به خاطر زحمتی که توسط یک یا چند نفر هنرمند برای خلق آن اثر با فلزی گرانبها کشیده می شود و فقط یک نمونه از آن می تواند در جهان وجود داشته باشد ارزش و جذابیت ویژه ای پیدا می کند نسبت به المان هایی که با مصالحی ارزان قیمت و در کارخانه های تولیدی به وسیله ماشین های مخصوص قالب ریزی و ساخته می شوند و اگر سازندگان اراده کنند می توانند در زمان کوتاهی چند مورد دیگر مانند مدل اولی را تولید کنند و در مکان های مختلف نصب نمایند که متأسفانه این امر نیز در همدان شهر تاریخ و تمدن رعایت نمی شود.



کنفرانس پژوهش‌های معماری و شهرسازی اسلامی و تاریخی ایران
 Research Conference Architecture and Urbanism Islamic history of Iran



گذشته از همه این‌ها یادآوری این نکته نیز ضروریست که المان‌هایی که برای بزرگداشت مشاهیر و یا رویدادهای مهم ساخته می‌شود، لزوماً نباید به تندیس‌هایی واقع‌گرایانه از شخصیت آنان خلاصه شود، بلکه گاهی اوقات می‌توان برای بزرگداشت یک شخصیت، به جای ساختن مجسمه‌ای از قد و بالا و شمایل او، یک بنای یادبود با طرح معماری خاص و ابتکاری خلق کرد.



*یک نمونه المان نوروزی در شهر مشهد با توجه به هویت شهر

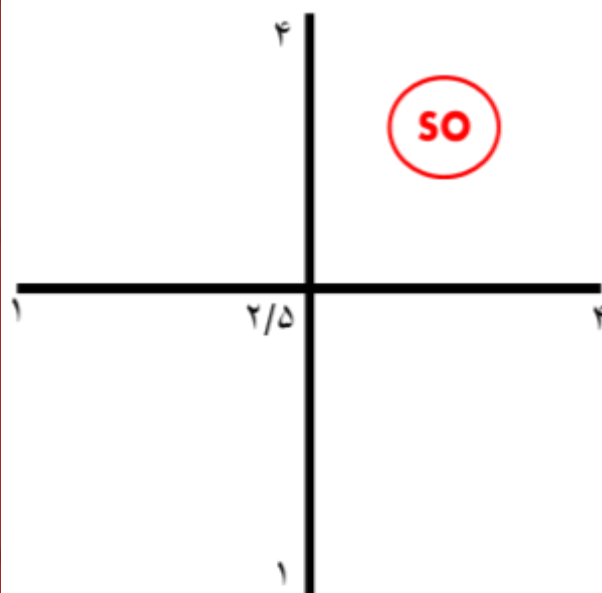


*یک نمونه المان نوروزی در شهر همدان با توجه به هویت شهر



تحلیل یافته های پژوهش :

جدول شماره ۱ (مولفه عملکردی)			
عوامل درونی	وزن	امتیاز وضع موجود	امتیاز وزن دار
قوت	۰/۲۵	۴	۱
	۰/۰۸	۴	۰/۳۲
	۰/۱۶	۳	۰/۴۸
	۰/۰۶	۳	۰/۱۸
	۰/۰۷۵	۳	۰/۲۲
ضعف	۰/۰۴۹	۱	۰/۰۴۹
	۰/۱۶	۱	۰/۱۶
	۰/۰۷۵	۲	۰/۱۵
	۰/۰۸	۲	۰/۱۶
	۰/۰۷۵	۱	۰/۰۷۵
	۰/۰۸	۲	۰/۱۶
	۰/۰۸	۱	۰/۰۸
عوامل بیرونی	۱		۳/۰۳۴
فرصت	۰/۲	۴	۰/۸
	۰/۰۸	۳	۰/۲۴
	۰/۳	۳	۰/۹
	۰/۱	۳	۰/۳
	۰/۸	۳	۰/۲۴
تهدید	۰/۷	۱	۰/۰۷
	۰/۲	۲	۰/۴
	۰/۳	۲	۰/۶
	۰/۱	۱	۰/۱
	۱		۳/۶۲

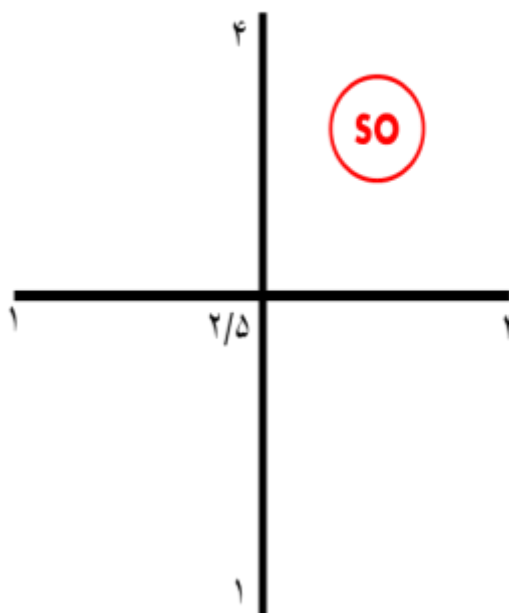


با توجه به مولفه کالبدی، نقاط ضعف و قوت و همچنین فرصت ها و تهدیدات مورد بررسی قرار گرفتند که این عمل با پرسشنامه و مصاحبه با افراد (ساکنین اطراف پارک و افراد گذری) صورت پذیرفت. سپس با نگاهی کارشناسانه به هر یک از آیتم ها با توجه به تاثیر گذارشان بر فضا وزن داده شد. در نهایت اوزان تمامی آیتم ها با یکدیگر جمع شدند و نتیجه آن روی نمودار فوق مشخص گردید که در ناحیه SO قرار گرفت.



جدول شماره ۲ (مولفه معنایی و زیبا شناختی)

عوامل درونی	وزن	امتیاز وضع موجود	امتیاز وزن دار
قوت	۰/۰۸	۳	۰/۲۴
	۰/۱۶	۴	۰/۶۴
	۰/۰۸	۴	۰/۳۲
	۰/۱۶	۳	۰/۴۸
	۰/۰۸	۳	۰/۲۴
ضعف	۰/۰۲۵	۲	۰/۵۰
	۰/۱۶	۲	۰/۳۲
	۰/۰۸	۱	۰/۰۸
	۰/۰۶	۱	۰/۰۶
	۰/۰۴	۱	۰/۰۴
	۰/۰۶	۱	۰/۰۶
	۰/۱۶	۲	۰/۳۲
عوامل بیرونی	۱		۳/۳
فرصت	۰/۲۷	۳	۰/۸۱
	۰/۰۹	۳	۰/۲۷
	۰/۱۸	۴	۰/۷۲
	۰/۱۸	۴	۰/۷۲
	۰/۰۹	۳	۰/۲۷
تهدید	۰/۰۶	۱	۰/۰۷
	۰/۰۹	۲	۰/۴
	۰/۱۸	۲	۰/۶
	۰/۰۸	۲	۰/۱
	۰/۰۶	۱	۰/۶
	۰/۰۸	۱	۰/۱۶
عوامل بیرونی	۱		۳/۲۷



با توجه به مولفه معنایی، نقاط ضعف و قوت و همچنین فرصت ها و تهدیدات مورد بررسی قرار گرفتند که این عمل با پرسشنامه و مصاحبه با افراد صورت پذیرفت. سپس با نگاهی کارشناسانه به هر یک از آیتم ها با توجه به تاثیر گذارشان بر فضا وزن داده شد. در نهایت اوزان تمامی آیتم ها با یکدیگر جمع شدند و نتیجه آن روی نمودار فوق مشخص گردید که در ناحیه SO قرار گرفت.



امتیاز نهایی	امتیاز در زیر مولفه	نرخ ناسازگاری	زیر مولفه	امتیاز مولفه	مولفه
۰/۱۵۱	۰/۲۶۶	۰/۰۴	نفوذ پذیری و حرکت	۰/۵۴۷	مولفه عملکردی
۰/۰۸۴	۰/۱۵۴		تنوع		
۰/۵۱	۰/۰۹۳		ایمنی و امنیت		
۰/۸۴	۰/۱۵۴		انعطاف پذیری		
۰/۱۷۸	۰/۳۲۵		سرزندگی		
۰/۰۳۱	۰/۱۶۳	۰/۰۱	حس تعلق	۰/۱۹۰	مولفه معنایی
۰/۰۵۶	۰/۲۹۷		خوانایی		
۰/۱۰۲	۰/۵۴۰		شخصیت بصری		
۰/۱۷۵	۰/۶۶۷	۰/۰۰	پاکیزی محیط	۰/۲۶۳	مولفه زیست محیطی
۰/۰۸۸	۰/۳۳۳		همسازی با طبیعت		

* پس به طور کلی کارکرد های المان های شهری را به صورت زیر میتوان بیان کرد:

- کمک به ارتقای کیفیت بصری
- تقویت دهنده ی مکان و زمان ارتباطات اجتماعی و کلامی میان انسان
- تداعی کننده اصول و عرف جامعه
- بازگوکننده جنبه های تاریخی یا فرهنگی و اجتماعی یک منطقه یا شهر
- کمک به تنوع و غنای شهری
- ارتقای سطح دل بستگی و افراد به فضاها و محیط های شهری
- ایجاد حس جهت یابی و موقعیت یابی
- ایجاد سرزندگی و نشاط در قرارگاه های رفتاری و جذب مردم به آنجا
- متمایز ساختن شهرها از یکدیگر
- کمک به جذب گردشگران و افزایش درآمد حاصل از آن



نتیجه گیری :

المان و مبلمان های شهری باید زیبایی بصری محیط را بدنبال داشته باشند. خدمات شهری و عناصر آن باید دارای چیدمانی باشد که علاوه بر کاربری و خدمات رسانی مناسب، آرامش روحی و روانی ساکنین فضا و حتی عابران گذری را نیز فراهم کند. همچنین مبلمان شهری باید به گونه ای طراحی شود که امکان استفاده برای همه اقشار جامعه اعم از : زن ، مرد ، پیر ، جوان ، معلول و جانباز فراهم آید. برای داشتن مبلمان و خدمات شهری خوب می توان با سلیقه و طراحی صحیح، هنرمندانه از امکانات محلی و مصالح بومی بهره لازم را برد. در طراحی مبلمان شهری، باید به نکات ظریف هنری از جمله جنس مصالح ، رنگها و مسائل اقلیمی توجه ویژه داشته و بهره لازم را از آن برد.

در نهایت اینکه با توجه به موقعیت شهر همدان و اقلیم سرد و خشک موجود، طراحی مبلمان شهری در عین اینکه باید زیبا طراحی شود، باید از رنگ های گرم و زنده در رنگ بندی های این محیط استفاده گردد. ضمن این که استفاده از مصالح بوم آور در جهت تولید مبلمان، کفسازی و ... نیز باید لحاظ گردد. در نهایت با مطالعات انجام شده بر شهر مردم همدان نشان میدهد، نه تنها اعمال تغییرات سلیقه ای به منظور رفع نارسایی های و نوع طراحی المان های شهری موجود در پارک ها و استفاده از فعالیتهای غیرمرتبط با اهداف پارک، سبب به وجود آمدن ناسازگاری بین شاخص های مؤثر بر بهبود و ارتقای سطح کیفیت محیطی و الگوهای رفتاری حاضران در آن می گردد، بلکه هر قدر چیدمان فضا و طراحی زیبای مبلمان مورد نیاز در فضای شهری مانند پارک صحیح باشد نسبت به استفاده های مطلوب و عمومی قابلیت و جذابیت بیشتری می گردد، و نسبت به استفاده های نامطلوب یا ناهنجار محدودتر می شود. با توجه به نیازهای استفاده کنندگان و نیز بررسی کمبودهای موجود به منظور تأمین نیاز آنها، پیشنهادهایی به منظور بهبود کمی و کیفی کلیه عملکردها بیان شده در پژوهش و در نهایت ایده آل کردن فضا برای استفاده تمامی گروه های حاضر در آن ارائه می گردد. با ارائه این راهکارها می توان به نتایجی مانند ارتقای کیفیت محیطی و محیط طبیعی، اجتماعی و فرهنگی ، دستیابی به پایداری نسبی با حضور فعالیت های اجتماعی و فرهنگی برآمده از الگوهای رفتاری کاربران و تبدیل فضای شهری به محیطی پویا و فعال با نگرش عمیق به ارزشهای آن و نیز تأمین نیازهای استفاده کنندگان دست یافت.



منابع :

- ۱- پاکزاد، جهان‌شاه (1391) راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران، تهران: انتشارات شهیدی، چاپ ششم، معاونت شهرسازی و معماری.
- ۲- بحرینی، حسین. ۱۳۸۴. تحلیل فضاهای شهری در رابطه با الگوی رفتاری استفاده‌کنندگان و ضوابطی برای طراحی، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۳- مدنی پور، علی (۱۳۸۴) طراحی فضای شهری. تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
- ۴- لحمیان، رضا (۱۳۹۲) نقش مبلمان شهری در توسعه گردشگری، فصلنامه علمی-پژوهشی. دانشگاه گلستان، سال سوم. شماره مسلسل دهم. زمستان ۱۳۹۲.
- ۵- طبیبیان، منوچهر (۱۳۷۷). منظر شهری، انتشارات دانشگاه تهران. تهران.
- ۶- مرتضایی، رضا. (۱۳۸۲). "شبکه پای درخت"، ماهنامه شهرداریها، شماره ۲۴
- ۷- فکوهی، ناصر (۱۳۸۱). تقویت اخلاق شهروندی راهی برای دموکراسی مشارکتی. همایش انسان‌شناسی فرهنگی و اخلاق شهروندی. مرکز مطالعات فرهنگی سازمان فرهنگی شهر تهران.
- ۸- زندیه، مهدی (۱۳۸۴). هویت بخشی به سیما و کالبد شهر قزوین. (طرح تحقیقاتی) شهرداری قزوین. قزوین.
- ۹- مشیری، جواد (۱۳۹۱) مبانی و فنون طراحی شهری، نشر اسلیمی.
- ۱۰- زهرایی، اکبر (۱۳۹۴) دانش زیبا سازی شهری، تاریخچه مبلمان شهری، نشر هنر معماری قرن.
- ۱۱- هادوی، سارا (۱۳۸۹) مجله پیام سبز. شماره ۸ و ۹
- ۱۲- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۷۹) مسائل و رویکردها، مجله شهرداریها ویژه نامه شماره ۲، سال دوم شماره ۱۳.
- ۱۳- سیروس صبری، رضا (۱۳۸۲) منظر شهری، فصلنامه معماری ایران، دوره سوم، شماره ۱۲ و ۱۳