

بازخوانی و طراحی منظر پارک‌های شهری در راستای تجدید هویت آن و تأثیر آن بر منظر خیابان نمونه موردی: پارک و خیابان کوهسنگی مشهد

علی ارحامی^۱، بهداد علیزاده^{*۲}

۱. گروه معماری، موسسه آموزش عالی بینالود

۲. گروه علوم باغبانی و مهندسی فضای سبز، دانشگاه فردوسی مشهد

* نویسنده مسئول (b-alizadeh@um.ac.ir)

چکیده

هر شهر، از عناصر مختلفی تشکیل شده است که انسجام، یکدستی و ایجاد هماهنگی بین آن‌ها به افزایش زیبایی، کمک شایانی می‌کند؛ بافت‌ها، کوچه‌ها، محلات، خیابان‌ها، شاخص‌های طبیعی و ... از جمله‌ی این عناصر هستند؛ علاوه بر این، هر شهر، تاریخ و فرهنگ مخصوص به خود دارد و هماهنگی زیبایی شهر با تاریخ و فرهنگ آن، احساس تعلق شهروندان را به آن شهر، بیش‌تر می‌کند؛ زیرا بخشی از هویت منظر شهری با کالبد گذشته شهر پیوند خورده است. یکی از این عناصر تأثیرگذار بر زیبایی شهرها، پارک و فضاهای باز و سبز است. این پژوهش، با بررسی مفهوم شهر و سپس با هدف بازخوانی و طراحی منظر پارک کوهسنگی در شهر مشهد در راستای تجدید هویت و تأثیر آن بر منظر خیابان انجام شده است. مشهد، دومین شهر کلان و پر جمعیت ایران محسوب می‌شود که دارای ویژگی‌های منحصر به فرد تاریخی، فرهنگی و قومی، زیارتی و گردشگری و دارای کارکرد مهم وحدت‌بخشی و هویت‌بخشی ملی و مذهبی و توانمندی‌های بالقوه متنوع اقتصادی است. پارک کوهسنگی از مشهورترین، زیباترین و قدیمی‌ترین مکان‌های گردشگری مشهد محسوب می‌شود و محور کوهسنگی، اصلی‌ترین دسترسی به این مجموعه تفریحی است و این موضوع، دلیلی موجه بر اهمیت این پژوهش می‌باشد. یکی از پرسش‌های مهم، بررسی عوامل مؤثر بر فضا و مکان و ارزیابی ملاک‌های تشخیص احساس تعلق است. ضمن توجه و دقت در این مفاهیم و بررسی آن‌ها، روش انجام تحقیق، توصیفی - تحلیلی، همراه با استناد به سخنان بزرگانی مانند «چارلز بوت» و «پروشنسکی» می‌باشد. از دیگر این افراد، «استفان کپلان» است که در نظریه تکاملی خود بر اطلاعات مردم و میزان آشنایی با منظر، جهت یابی و کشف اطلاعات مطالعات جدید در ترجیح زیبایی تأکید دارد. جامعه آماری تحقیق، شامل استفاده‌کنندگان از پارک کوهسنگی و ساکنین و عابران خیابان کوهسنگی است. با توجه به نامحدود بودن تعداد افراد جامعه آماری با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه آماری برآورد گردید. مهم‌ترین ابزار تحقیق، پرسشنامه و مصاحبه‌های هدایت‌شده از نمونه‌های تصادفی می‌باشد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که تمامی معیارهای هویت بخش شهری غیر از آموزش، خدمات اجتماعی، حمل و نقل، امنیت و مقابله با جرم، در منطقه مورد مطالعه در وضعیت مطلوبی قرار دارند و به عنوان عوامل مؤثر بر هویت شهری به شمار می‌روند؛ همچنین مشخص شد که این شاخص، دارای بالاترین اولویت در بین شاخص‌های انتخابی بوده و شاخص اقتصادی نیز از کم‌ترین اهمیت برخوردار است.

واژه‌های کلیدی: پارک کوهسنگی، خیابان، مشهد، منظر شهری، هویت شهری.

مقدمه

شهر، کلیاتی از توده و فضا است که به واسطه روابط بصری درک می‌شود؛ از این رو منظر شهری نقطه تلاقی انسان با بُعد بصری شهر است که هم بر شهروندان تأثیر می‌گذارد و هم از آنان تأثیر می‌پذیرد (Ghasemi & Soltani, 2019). در واقع، منظر شهری حاصل تماس انسان و شهر است؛ به این ترتیب به همان اندازه که انسان در ساختار بصری شهر از طریق فعالیت‌های خود تأثیرگذار است و بر منظر شهری تأثیر می‌گذارد، درک ذهنی و رفتار شهروندان و ساکنین نیز از منظر شهری تأثیر می‌پذیرد. ارتقای سطح کیفی منظر خیابان‌های شهری به عنوان یک عامل هویت‌بخش به شهر، سبب ایجاد سرزندگی، بهبود کیفیت بصری شهر و افزایش سطح آسایش روانی و رفاه شهروندان می‌گردد (Sajjadzadeh et al., 2014).

بی‌توجهی به تاریخ و فرهنگ شهر و همچنین برخوردار نبودن شهر از یک منظر شهری خوب، باعث عدم جذابیت، کشش و احساس تعلق شهروندان به شهر می‌شود و نمود مستقیم در زندگی آنان دارد؛ به طوری که شهر صرفاً به فضایی برای پاسخگویی به نیازهای اولیه بشر تبدیل می‌گردد. لذا طراحی هدفمند فضاهای شهری و منظر شهر باعث افزایش تعاملات اجتماعی شده و همچنین می‌تواند موجب تقویت حس تعلق و ارتقای هویت شهری گردد (Ghasemi et al., 2018). پژوهش حاضر، با هدف بازخوانی و طراحی منظر پارک کوهسنگی مشهد در راستای تجدید هویت آن و تأثیر آن بر منظر خیابان نگارش شده است. منظر شهری، فهم شهروندان از شهر است که به واسطه ادارک نمادهای آن (ابعاد کالبدی شهر) و تداعی معانی مرتبط با آن‌ها (ابعاد ذهنی و خاطره‌ای) صورت می‌گیرد. اهداف سه‌گانه منظر شهری شامل زیباشناختی، فرهنگی- هویتی و عملکردی می‌باشد (Azizi & Motavasseti, 2012). هویت هر شهر تجلی فرهنگ در محیط است. با توجه به این‌که شهر چون کلیتی پیچیده، لزوماً در پیوند با فرهنگ زمانه به عنوان بستر خود، معنی پیدا می‌کند، هویت خود را از دست داده و تصور ذهنی مردم نیز از شهر دچار اغتشاش شده است. کسب هویت مطلوب و اصیل و رهایی از بحران هویت از دغدغه‌های تاریخ و فرهنگ‌های انسانی بوده است. می‌توان گفت انسان به آن دلیل انسان است که موجودی هویت‌ساز و خواستار هویتی آرمانی است (Latifi et al., 2015).

منظر شهری مشتمل بر تمام عناصری است که برای حواس انسان قابل درک می‌باشد. با این توصیف باید اندیشید منظر امروزین شهرها چگونه است که عده‌ای از شهروندان یا کسانی که برای نخستین بار وارد آن می‌شوند، آن را آشفته، زشت و مبهم می‌خوانند یا عده‌ای آن را زیبا، خوب و برآیند یک اندیشه، فرهنگ و تمدن ریشه‌دار می‌دانند؟ در واقع شهروندان، شهر را از طریق کالبد فیزیکی نمایان آن، نماهای ساختمان‌ها و هماهنگی آن‌ها با یکدیگر، راه‌های شهری و مسیرهای عبور سواره و پیاده، گره‌های شهری همچون میدان‌ها، فضاهای عمومی و باز شهری و... می‌شناسند. به راستی آیا سیمای کنونی کلان‌شهرها، زینده شهروندان و تاریخ بلند آن است؟ به طور قطع و یقین، پاسخ منفی است؛ چرا که همواره شهروندان در شکل‌گیری آن نقشی نداشته و ناخواسته در فضایی حضور یافته‌اند که عده‌ای آن را بر اساس سلايق شخصی خود بنا کرده‌اند (Aghaie & Razaqiasl, 2015).

همه عناصر سازنده شهر به شرط تداوم می‌توانند هویت‌ساز باشند. به این ترتیب ممکن است در شهری رنگ و مصالح خاص نما و در شهر دیگری فعالیت‌ها و آداب و رسوم خاص محلی، عامل تشخیص هویت باشد. هویت به طور کلی به «بازتاب و تبلور صفات و مشخصاتی از یک چیز گفته می‌شود که عمدتاً وجه تمایز آن چیز را با چیزهای دیگر فراهم می‌سازد». بدین معنا منظور از هویت، ویژگی‌ها و مؤلفه‌هایی از یک چیز است که به ما می‌گوید آن چیست و چه نیست؛ چه هست و چه تفاوت‌هایی به چیزهای مشابه دارد (Sabbagh Alwani, 2011).

در شرایط امروز «هویت و منظر» شهر دو موضوع هم‌تراز و معادل تلقی می‌شوند. هرگاه که بحث از «بی‌هویتی» شهر معاصر ایرانی مطرح می‌شود ناخودآگاه راه حل آن در ساماندهی سیمای شهری تصور می‌شود؛ گویی فرض بر این است که اگر



سیمای شهر به سامان شود، هویت نیز به شهر باز می‌گردد اما در مقام عمل، تحقق این فرضیه ساده با مشکلات بسیاری مواجه شده است.

تجربیات ناکام شهری در این حیطة نشان می‌دهد که نه هویت شهری محدود به سیمای شهر است و نه سیمای شهر محدود به نماها و پوسته‌های ساختمانی است که بتوان آن را با چند ضابطه و دستورالعمل ساده و کلی مثل تعیین مصالح نما یا فرم خاص پنجره‌ها، ساماندهی کرد. بنابراین، لازم است مفاهیم واژه‌های سیمای منظر و هویت شناخته شده و رابطه میان آن‌ها نیز مورد بررسی دقیق‌تر قرار گیرد. مامفورد در تحلیل خود، مسئله اصلی شهرسازی مدرن را مسئله فقدان هویت شهری تلقی نموده است؛ شهرها در گذشته واجد وحدت بصری بودند و با فرم‌هایی که به تدریج پیچیدگی بیش‌تری می‌یافتند، شیرازه زندگی اجتماعی جوامع را به وجود می‌آوردند ولی در شهرسازی معاصر، نظم خشک و مقیدی جای تنوع اجتماعی گذشته را گرفته است و همه آن‌ها به توده‌های مشابه یکنواختی بدل گشته‌اند (Daneshpour, 2004).

به نظر می‌رسد اولین مانع دستیابی به هویت مطلوب شهری، سوء برداشت‌هایی است که از مفهوم هویت شهری در میان ما وجود دارد. هویت در ادبیات جاری ما به عنوان مفهومی انتزاعی، سهل و ممتنع یاد می‌شود که دارای طیفی از مفاهیم مختلف است. به طور خلاصه دو برداشت از هویت شهری در ادبیات امروز حوزه شهرگرایی ایران غالب است؛ یکی هویت شهری را به کالبد و پوسته شهر یا مجموعه نماهای ساختمان‌های شهر و حتی منحصر به نوع مصالح نما می‌داند؛ برداشت دیگر اما هویت شهری را به «ماهیت کل شهر» یا تمام ویژگی‌های پیدا و پنهان شهر، از ویژگی‌های طبیعی و اقلیمی همچون منابع آب‌های زیرزمینی گرفته تا ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی، جمعیتی، فرهنگی، آداب و رسوم و مختصات کالبدی شهر نسبت می‌دهد. نه آن برداشت سطحی و ظاهرنگر و نه این برداشت جامع و جزءنگر، مبنای نظری کارآمدی برای مدیریت هویت شهر به دست نمی‌دهند. این مقوله در گام اول نیازمند مبنای نظری مناسبی برای تبیین راهبردهاست.

پرسش مهمی که در این جا مطرح می‌شود این است که چه ویژگی‌ها و عواملی موجب می‌شوند که یک فضا و مکان واجد چنین تشخیص و تمایز، هویت، برانگیزانندگی و حس تعلق گردد؟ و چه ملاک‌ها و معیارهایی برای تشخیص و ارزیابی هویت محیط‌ها و منظر شهری وجود دارد؟

هدف کلی و عمومی این تحقیق، هویت‌بخشی به منظر شهری و تعیین اصول و معیارهای طراحی یک منظر شهری در جهت هویت بخشیدن به آن بر اساس اصول و معیارهای منبعث از چارچوب نظری است. به این منظور به عنوان یک نمونه موردی، طرح منظر و تأثیرات پارک کوهسنگی بر منظر خیابان کوهسنگی بررسی شد. این محدوده به دلیل نقش تاریخی-گردشگری، همچنین به واسطه برخورداری از طیف متنوعی از خدمات، امکانات و تمرکز بخش اعظم از ساخت و سازهای جدید، گزینه مناسبی برای طراحی محسوب می‌شود.

چارلز بوت از جمله پایه‌گذاران مکتب شیکاگو کسی است که شهر را «پیکربندی فضایی» می‌دید که هر لحظه در حال دگرذیسی و تغییر شکلی مداوم است؛ او شهر را مسئول آسیب‌های اجتماعی می‌دانست (Tajbakhsh & Khakbaz, 2007).

برای کشوری چون ایران که همواره صاحب سبک و مستقل از لحاظ فکری بوده است امری نامناسب می‌نماید که بخواهد مقلد سبک‌ها و الگوهای کشورهای توسعه‌یافته باشد. این در حالی است که هویت شهرهای امروزی ایران رو به افول است و رفته‌رفته شاهد شکل‌گیری شهرهایی با منظر غربی -هرچند زیبا- اما کاملاً بی‌هویت ایرانی خواهیم بود. هویت، بخشی از شخصیت شهر است که رابطه بسیار نزدیکی با منظر شهر دارد. بنابراین، به اهمیت منظر شهری در شکل‌گیری شخصیت شهرها و هویت از دست رفته آن‌ها پی می‌بریم.

پیشینه پژوهش

هویت انسان تفسیری چند بعدی است که بسیاری از عرصه‌های ذهنی و عینی زندگی او را در برمی‌گیرد. میل باطنی انسان برای کشف هویت خود، باعث می‌شود تا مقوله هویت در عرصه‌های انسان‌ساخت و محیط‌های مصنوع نیز واجد ارزش شود. شهر به عنوان اصلی‌ترین مظهر تمدن بشر از این میل باطنی متأثر است. سبک‌های پدید آمده در قرن بیستم که برآمده از نهضت مدرنیسم بودند، به دلیل مقابله با این میل باطنی، نادیده گرفتن محیط انسان و حیات مدنی پایدار نبودند (Mohammad Atashinbar, 2009).

آنچه ما به عنوان هویت منظر شهری از آن یاد می‌کنیم «میل به زندگی در شهرهای امروز با پشتوانه دیروز» است و سیاست‌های حفظ کالبد صرف، برای احیای هویت و نادیده انگاشتن زندگی امروز، چالشی جدی در منظر شهرها محسوب می‌شود. از طرفی باید توجه داشت که هویت، نوعی تمایز است؛ تمایز انسان با انسان، شهر با شهر، فرهنگ با فرهنگ. موجودیت منظر شهری با هویت آن گره خورده است و جهانی‌سازی، علی‌رغم ظاهر فریبنده‌اش، بحران‌آفرین است. در واقع، بخشی از هویت منظر شهری با کالبد گذشته شهر پیوند خورده است و زمانی که مکان‌های خاطره‌انگیز با اتصال تاریخی به گذشته را از بین می‌بریم، به دنبال قطع تداوم تاریخی، منظر شهری هویت‌مند را از بین برده‌ایم؛ منظری که می‌تواند با حیات مدنی امروز و تداوم تاریخی گذشته، شهر را هویت‌مندتر سازد. با احراز هویت‌مندی در منظر شهرها، نسل‌های آینده از فضاهای آشنا برخوردار خواهند بود (Rakhshan et al., 2018).

فضای معماری قابلیت دارد نیازهای مادی و روانی انسان را به صورت نسبی تأمین نماید، اما تنها می‌تواند بستری برای تأمین نیازهای عقلانی و روحانی او فراهم آورد، زیرا سیر تکامل انسان‌ها امری آگاهانه و اختیاری است. سازندگان فضا می‌توانند با آگاهی از مؤلفه‌های اثربخش بر ادراک فرد از محیط با طراحی محیطی غنی و تأکید بر مؤلفه‌های ادراکی به اثر بخشی محیط، کمک کنند. محیطی که نظام‌های کالبدی، ادراکی، معنایی و کارکردی در آن به درستی عمل کند، می‌تواند با استفاده از ارزش‌گذاری‌های مناسب فردی و جمعی به تربیت ادراکات فرد در محیط پردازد و به غنای فرهنگی دامن بزند.

منظر شهری

منظر، ویژگی‌های مشهود یک ناحیه از زمین است؛ شامل عناصر فیزیکی فرم زمین، فرم آب‌ها از قبیل رودخانه‌ها، دریاچه‌ها، عناصر زنده، پوشش گیاهی، عناصر ساخته دست بشر و همچنین کاربری‌ها، ساختمان‌ها، ساختارها و عناصر موقتی و گذرا از قبیل نور و شرایط آب و هوایی. ترکیب این عناصر همراه با حضور انسان‌ها، اغلب منظری را خلق می‌کند که منعکس‌کننده زندگی انسان و مکان است. منظرها، ویژگی‌ها و کیفیتشان، تعریف‌کننده برداشت از یک مکان است؛ حسی از مکان که آن را از نقاط دیگر متمایز می‌سازد (Seifeddini, 2012).

در حقیقت منظر شهری به منزله نمای ظاهری و پوسته بیرونی هر شهر است که نگاه هر بیننده‌ای را در وهله نخست متوجه خود می‌نماید و اولین چیزی است که شهروند در شهر با آن ارتباط برقرار می‌کند. بی‌نظمی و به‌هم‌ریختگی منظر شهر نشان‌دهنده بی‌نظمی ساختار برنامه‌ریزی و رفتار شهری است و برعکس، منظر زیبا بیانگر رابطه‌ای مناسب بین شهر، ویژگی‌ها، الگوها و ساختار یک ناحیه جغرافیایی خاص شهری شامل ترکیب بیولوژیکی، محیط فیزیکی و الگوهای اجتماعی آن می‌باشد (Vahdat et al., 2015). شایان ذکر است که مردم بیش‌تر تمایل دارند درباره آن‌چه می‌بینند، داورى کنند تا آن‌چه از آن اطلاع دارند. چنین قضاوتی می‌تواند تأثیر بسیاری بر میزان مقبولیت مردم در رابطه با طراحی منظر داشته باشد (Bazi and Mirshekari, 1394).

جدول ۱- تفاوت رویکردهای عینی و ذهنی در ارزیابی زیبایی (امین زاده، ۲۰۱۲)

Objective approach (Physical)	Mental approach (Psychosomatics)
زیبایی کیفیت ذاتی منظر است	زیبایی کیفیتی است در نگاه ناظر
Beauty is the inherent quality of the landscape	Beauty is a quality in the eyes of the observer
عموما فاقد قالب نظری است	معمولا از یک قالب نظری منتج می شود
Generally, lacks theoretical format	It usually results from a theoretical format.
بدنبال فهم خواص کالبدی منظر است	به دنبال فهم ترجیحات انسان در شناخت مؤلفه های کالبدی منظر است
Seeks to understand the physical properties of the landscape	seeks to understand human preferences in understanding the physical components of landscape
تعیین کیفیت منظر بر مبنای مفروضات مطلق و بی قید و شرط	تعیین کیفیت منظر بر مبنای ترجیح انسان
Determining landscape quality based on absolute and unconditional assumptions	Determining landscape quality based on human preference
مسکوت در مورد عوامل سببی و علل آن است	به دنبال تعریف و وصف عوامل سببی است
Slyness is about causal factors and its causes	It seeks to define and describe causal factors.
عملی است و مستلزم یک رویکرد مشخص است	تجربی است و فرضیه ها و گرایش ها را می آزماید.
Practical and requires a clear approach	It is experimental and testes hypotheses and trends
از واکنش های فردی برای ارزش گذاری کیفی منظر استفاده نمی کند	کمیت های مؤثر بر ترجیحات سؤال شوندگان عوامل شخصیتی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، جنسیت و تحصیلات باشند
Does not use individual reactions to qualitatively value perspectives	The quantity affecting the preferences of the questioners are personality, social, economic, cultural, gender and information factors
ارزیابی معمولا مبنای میدانی دارد	برای ارزیابی منظر از جایگزین‌هایی همانند عکس، اسلاید و فیلم بهره می‌گیرد
Evaluation usually has a field basis	To evaluate the landscape, it uses alternatives such as photos, slideshows and videos
نسبتا ارزان و سریع است	به نسبت مشکل، پر هزینه و کند است.
Relatively inexpensive and fast	Relatively difficult, costly and slow
منحصر بفردها است. معمولا نتایج حاصله قابل تعمیم به محدوده های دیگری غیر از مورد مطالعه نیست	نیازمند تعریف جامعه آماری است، نتایج حاصله را می‌توان در گسترده بزرگتری تسری داد
It is unique. Generally, the results cannot be generalized to other areas other than the studied ones	It requires the definition of statistical society; the results can be expedited in a larger range

تفسیر منظر شهری، به شرطی منجر به تفسیر و تبیین تحولات تاریخی شهر و ذهنیت شهروندان می‌شود که اثری از تاریخ در منظر شهر باقی مانده باشد. منظر یک محیط شهری، مجموعه‌ای از محرک‌های محیطی است. این محرک‌ها اطلاعاتی را برای افراد ارسال می‌کنند که ادراک فضا را در فرد متبادر می‌کند. براساس این اطلاعات و ادراکات است که فرد نسبت به آن فضا، محیط و حتی نسبت به آن زمان قضاوت و داوری می‌نماید. این اطلاعات نه تنها شامل فرم، عملکرد و معنای محیط هستند، بلکه دربرگیرنده فاصله‌ها، مرزهای کنش متقابل و در حقیقت آستانه و حریم‌های یک فضا نیز هستند. کلیه این محرک‌ها منشاء احساسات و عواطفی است که در گذر یا در استفاده از یک فضای شهری در فرد شکل می‌گیرد. این عواطف می‌توانند در نهایت منجر به احساس رضایتمندی و یا عدم رضایتمندی از یک محیط شده و یا در کل، هدف از حضور انسان در یک محیط شهری را تغییر دهند. این تغییر هدف ممکن است مثبت و یا منفی باشد. آن‌ها می‌توانند فرد را به محیط شهر جلب نموده و یا او را دلزده کنند و یا حتی افراد را تشویق به عملی مناسب و یا نامناسب کنند (Zakawat et al., 2020).

طراحی هدفمند فضاهای شهری و منظر جدید و ایجاد یا ارتقای هویت شهر می‌تواند حس تعلق به شهر را در شهروندان گسترش داده و سبب افزایش مشارکت آنان در امور شهری شود (Zarghami & Aminian, 2012). منظر شهری در ابتدا از طریق کالبد و احساسات درک می‌شود، اما آنچه بدان معنا می‌دهد، ذهنیت شهروندان و ساکنین شهر است. منظر شهری صرفاً خاطرات و یا کالبد نیست بلکه پدیده‌ای حاصل از تعامل این دو است (Vahdat et al., 2015). استفان کپلان در نظریه تکاملی خود بر اطلاعات مردم و میزان آشنایی با منظر، جهت‌یابی و کشف اطلاعات مطالعات جدید در ترجیح زیبایی تأکید دارد. کپلان نشان می‌دهد که ترجیحات زیبایی‌شناختی را نمی‌توان جدای از بررسی مفاهیم ذهنی افراد نسبت به مکان دانست؛ چرا که ادراک زیبایی همواره با عواطف شخصی و پیش‌زمینه ذهنی فرد در ارتباط است (Aminzadeh, 2010).

پروشنسکی معتقد است هویت مکان، زیرمجموعه‌ای از هویت خویش است. فرد، تنها محیط را در ذهن خود ثبت نمی‌کند، بلکه احساسات و ایده‌هایش را در مورد آن بسط می‌دهد و با محیط خود از همان راه ارتباط برقرار می‌سازد که هویتش با آن. بنابراین هویت را مهم می‌داند و مکان را به دو جنبه مختلف تقسیم می‌نماید: ابعاد درونی و بیرونی ادراک مکان. ابعاد درونی شامل درک هویت مکان از طریق تعلق فرد به گروه یا اجتماع خاص (بعد شناخت اجتماعی مکان) و ادراک هویت مکان از طریق تشابه با ارزش‌های خویشتن (امکان انعکاسی از شخصیت خود) می‌باشد. بعد بیرونی ادراک هویت مکان از طریق تمایز با دیگر مکان‌ها (بعد شخصیتی مکان چگونگی تضاد با زمینه) نمود می‌یابد (Aminzadeh, 2010).

جدول ۲- دسته‌بندی برخی از متغیرهای عینی و ذهنی ذکر شده توسط مردم به تفکیک زیبایی و هویت (امین زاده، ۲۰۱۲)

Table 2- Classification of objective and subjective variables mentioned by people by beauty and identity (Aminzadeh,

2010)

هویت Identity		زیبایی Beauty	
مفاهیم ذهنی Subjective concepts	مصادیق عینی Objective examples	مفاهیم ذهنی Subjective concepts	مصادیق عینی Objective examples
معنادار Meaningful	مدرن بودن Being modern	آرامش Relaxation	تمیزی Cleanliness
دلبستگی Attachment	دل‌باز بودن Being open-hearted	معنویت Spirituality	نظم Discipline
اصالت Originality	آشنایی با مکان Getting to know the location	اصالت Originality	مهندسی‌ساز بودن Engineer maker
خاطره خوش Happy memory	نمای ساختمان‌ها Building facade	خاطره خوش Happy memory	کارایی / عملکرد Performance
سرزنده بودن Being lively	منظر بزرگراه Highway landscape	با معنا بودن Meaningful	نمای ساختمان‌ها Facades of buildings
نشان‌دهنده گذر زمان Indicates the passage of time	تنوع فرم Variety of the forms	سرزنده بودن being lively	فضای سبز Green spaces
کیفیت بالای زندگی High quality of life	ارتفاع زیاد High altitude	کیفیت بالای زندگی High quality of life	هماهنگی ارتفاع Altitude coordination

هویت در شهرسازی و معماری

در جوامع امروزی هویت، پدیده‌ای اجتماعی و جمعی است و متعلق به طیف کوچک و محدود نمی‌باشد؛ بلکه گستره به نسبت وسیع‌تری پیدا نموده است؛ از این رو یکی از مهم‌ترین موضوعاتی که در هر اجتماع مطرح است، وجود و احساس هویت جمعی است که البته به گونه‌ای در ساخته‌ها و تولیدات آن جامعه تجلی می‌یابد و محیط مصنوع (شهر) یکی از آن‌هاست. به بیان دیگر شهر به عنوان ظرف فعالیت‌های انسان هم تجلی‌گاه هویت جامعه است و هم این‌که جامعه را به سوی آن هدایت می‌کند (Ardashiri Memarian, 2010).

معماری و شهرسازی در ذات خود دارای دو وجه صورت (عرض، ظاهر) و معنی (ذات، جوهر، باطن) است. در عین آن‌که این دو وجه دارای ارتباط مستقیم با یکدیگر هستند، لیکن صورت را «مشاهده» نموده و معنی را «احساس» می‌کنیم. به عبارت دیگر وجه صورت آن مادی و وجه جوهری آن معنوی است. بنابراین آن‌چه در باب هویت در معماری و شهرسازی بیان می‌شود، بیش‌تر از آن‌که جنبه کالبدی و مادی داشته باشد، بار معنایی دارد اما در عین حال:

زان می‌نگرم به چشم سر در صورت زیرا که ز معنی است اثر در صورت
این عالم صورت است ما در صوریم معنی نتوان یافت مگر در صورت

بنابراین برای بازیابی هویت یا معنی معماری و شهرسازی، گریزی از مشاهده و مکاشفه آثار معماری و شهرسازی گذشته نیست؛ زیرا به دلیل نسیان معرفت و درک ناقص از هویت، امروزه شاهد آشفتگی در ظاهر طرح‌های معماری و شهرسازی هستیم (Mejay, 2009). آن‌چه در معماری و شهرسازی هویت‌مند خوانده می‌شود از یک سو ریشه در مبانی نظری اعتقادی و از دیگر سو ریشه در فرهنگ و تمدن دارد.

با عنایت به آن‌چه گفته شد می‌توان معماری و شهرسازی ایرانی-اسلامی را معماری شهرسازی هویت‌مند خواند؛ زیرا در برگیرنده گستره‌ای از عملکرد که پاسخگوی ابتدایی‌ترین نیازهای دنیوی آدمی است و فضا که برآورنده نیازهای متعالی و معنوی اوست می‌باشد (Amir Farjami- Deputy of Urban Planning and Architecture).

هویت مشکل‌ترین چیزی است که می‌توانیم به طور آگاهانه، به عنوان عملیاتی انتخاب کنیم؛ در حالی که شناخت هویت در جهت حفظ و معرفی، احیا و (مدلسازی مفهومی) آسان‌تر و امکان‌پذیرتر است (Majai, 2009).

عناصر هویتی شهر

صاحب نظران شهری معتقدند که عناصر و عواملی که با ارسال اطلاعات بصری قوی از خود برای ناظرین و گردشگران و با ایجاد رابطه قوی میان شهروندان و فضاهای شهری تصویر ذهنی شهر را به وجود می‌آورند عبارتند از (Ardashiri- Memarian, 2010):

- بافت‌ها و محلات شاخص شهری
- راه‌ها، مسیرها و خیابان‌های شهری
- جداره‌ها، لبه‌ها و دیواره‌های شهری
- نشانه و عناصر شاخص بصری
- گره‌ها، تقاطع‌ها و میدان‌های شهری
- مکان‌ها، ابنیه و فضاهای تاریخی و باارزش شهری
- عناصر شاخص طبیعی و شکل زمین

هویت شهری حاصل انسجام و هماهنگی درونی میان فضا، فرم و فعالیت است. اگر میان این سه جز گسستگی و ناهماهنگی مشاهده شود، مفهوم هویت در میان عناصر شهری قابل دریافت نیست. این معنا از هویت به وحدت میان اجزا و تشخیص حاصل از همبستگی میان ویژگی‌ها و صفات عناصر شهری توجه دارد. در این راستا عده‌ای از صاحب‌نظران، هویت شهری را با تشخیص شهری یکی می‌دانند و آن را وجه تمایز شهری از شهر دیگر تلقی می‌کنند؛ در نتیجه این گروه، بی‌هویتی را ناشی از استانداردگرایی در طراحی فضاها و ساختمان‌ها، تکنولوژی به کار رفته در ساخت و سازها و نوع مصالح به کار رفته و در نتیجه، شباهت بیش از اندازه‌ی شهرها و فضاها، شهرها و فضاها، یکدیگر تعریف می‌کنند. دلیل این مدعا را شهرهای سنتی ذکر می‌کنند که هر یک با دیگری متفاوت است و هویتی خاص دارد. به عبارت دیگر هویت آن‌ها حاصل خصوصیات منحصر به فرد تاریخی، فرهنگی، اجتماعی و کالبدی است. بی‌هویتی در شهر زمانی اتفاق می‌افتد که بافت‌ها، بناها و عناصر ارزشمند تاریخی رو به تخریب و نابودی باشند. در این رویکرد، بناهای ارزشمند تاریخی بیانگر اعتقادات و باورهای مشترک جامعه است که با تخریب و از میان رفتن آن‌ها، اعتقادات و باورها، بخشی از اصالت و ثبات خود را از دست می‌دهند (Hosseini, 2011). عده‌ای که شهر را با شهرنشینی یکی می‌پندارند، هویت شهری را ناشی از شیوه‌ی زندگی ساکنان شهری و یا محلات آن می‌دانند. هویت شهری، در واقع برای آنان هویت ساکنان شهری است که از اعتقادات، باورها، آداب و رسوم خاصی پیروی می‌کند. بر اساس این رویکرد، بی‌هویتی زمانی آغاز می‌شود که ساکنان یک محله تعلقات خود را در آن محله از دست بدهند و دیگر نتوان میان محلات به لحاظ سبک اجتماعی و فرهنگی تفاوت قائل شد (Hosseini, 2011). عده‌ای که شهر را یک اثر هنری و زیبایی‌شناسی می‌دانند، هویت شهری را به وجود مکان‌ها و آثار تاریخی ارزشمند نسبت می‌دهند. آثار تاریخی همراه خود ابعاد اسرارآمیزی دارند که اگر به فرهنگ ما تعلق داشته باشند، برای ما فخر و غرور به ارمغان می‌آورند. آثار تاریخی ارزشمند، سخن از اصالت، ریشه‌دار بودن و تفکر متعالی و فرارونده ما - که چیزی جز حقیقت‌جویی و زیبایی‌جویی نیست - به میان می‌آورد (Hosseini, 2011). صاحب‌نظرانی نیز هستند که شهر را چون یک متن تلقی می‌کنند؛ هویت شهری را هویت مکانی - فضایی می‌دانند که از سه عنصر تشکیل شده است: متن، محتوا و احساس تعلق و دلبستگی. در این تعریف، دو جز اساسی دیده می‌شود: یکی محیط و عناصر سازنده آن و دیگری انسان، به عنوان عامل تفسیرکننده، سازنده و بهره‌بردار محیط. در این تعریف، محیط شهر همچون متنی است که انسان آن را می‌خواند (Hosseini, 2011). خوانش متن اشاره به ساختارمندی محیط دارد؛ بدین معنا که فضا - مکان شهری در روابط خاصی از اشیا و محیط تعریف می‌شد اما محتوای متن و یا معنای متن متکی به کارکردها، هدف‌ها و ارزش‌هایی است که فرد برای آن عناصر قایل است و در مقام سازنده، تفسیرکننده و بهره‌بردار به آن اثر توجه دارد.

تجربیات ناکام شهری نشان می‌دهد که نه هویت شهری محدود به سیمای شهر است نه سیمای شهر محدود به نماها و پوسته‌های ساختمانی است که بتوان آن را با چند ضابطه و دستورالعمل ساده و کلی مانند تعیین مصالح نما یا فرم خاص پنجره‌ها، ساماندهی کرد. بنابراین لازم است مفاهیم واژه‌های سیمای منظر و هویت شناخته شده و رابطه میان آن‌ها نیز مورد بررسی دقیق‌تر قرار گیرد (Mansouri, 2012). هویت شهر در این مفهوم، به معنای مجموعه ویژگی‌هایی است که در طول زمان، حضوری مداوم در تعریف شهر داشته باشند و یک شهر علاوه بر پاسخگویی به تغییرات و نیازهای جدید در امتداد تاریخ خود قرار داشته باشد. این مفهوم هویت شهر مفهومی پویاست و لزوماً به تثبیت و تکرار اجزای خاص شهر منجر نمی‌شود؛ بلکه همه عناصر سازنده شهر به شرط تداوم می‌توانند هویت‌ساز باشند. بیش‌تر هویت مکان بخشی از هویت شخصی است. رابطه میان انسان و مکان دو طرفه است؛ زیرا کنش و خواست انسانی معنی را به فضا مرتبط می‌سازد و فضای خالی را به یک مکان تجربه‌شده بدل می‌سازد و به همین ترتیب، مکان می‌تواند بر انسان تأثیر متقابل بگذارد؛ چرا که به واسطه معنایش به ارزش‌ها و کنش‌های انسان خط می‌دهد. میان فرد و آن مکان، رابطه‌ای عمیق وجود دارد؛ رابطه‌ای عمیق‌تر از صرف بودن یا تجربه کردن آن مکان (Sabbagh Alwani, 2011).



بر اساس آنچه گفته شد، شهر ما برای گریز از چهره ناشناخته و گشته امروزی در نخستین قدم نیازمند مطالعات فنی در زمینه منظر، جنبه‌های نظری هویت و نمودهای تاریخی آن است. قدم دیگر تجزیه و تحلیل سنت پربار گذشتگانمان در ساخت و پرداخت شهرهایشان است.

محدوده مورد مطالعه

شهر مشهد جایگاه و نقش مهمی در گستره شرقی ایران به عنوان پایتخت معنوی ایران و دومین کلان شهر مذهبی جهان و همچنین با توجه به چشم‌انداز ۲۰ ساله دارد که این شهر را به عنوان یک کلان شهر مهم فرهنگی و مذهبی-زیارتی با نقش هویت‌بخش، وحدت‌بخش و تعادل‌بخش در سطح جهان اسلام، ایران اسلامی و منطقه شرق کشور در نظر گرفته است (Rahnama et al., 2016). مشهد مقدس میراث معنوی و فرهنگی مردم ایران است. این شهر بیش از ۱۰۰۰ سال است که این میراث عظیم معنوی و فرهنگی را در طول زندگی پرماجرایی خود خلق کرده است. کلان‌شهر مشهد هر چند در طول حیات تاریخی خود بارها و بارها مورد هجوم و تاخت و تاز اقوام مختلف و قدرت‌های داخلی و خارجی قرار گرفته و گاهی تا سر حد نابودی کامل پیش رفته است اما دوباره سر بلند کرده و به زندگی محلی و ملی به علت آگاهی از دل‌بستگی مردم ایران به این کانون معنوی و برای مشروعیت بخشیدن به پایه‌های قدرت خود از این شهر حمایت کرده و در آبادانی و عمران آن کوشیده‌اند (Latifi et al., 2015).

مشهد، دومین شهر کلان و پرجمعیت پس از تهران محسوب می‌شود که دارای ویژگی‌های منحصر به فرد تاریخی، فرهنگی و قومی، مذهبی، زیارتی و گردشگری، دارای کارکرد مهم وحدت‌بخشی و هویت‌بخشی ملی و مذهبی و دارای توان‌های بالقوه متنوع اقتصادی است. محور کوهسنگی مشهد (حد فاصل میدان تقی آباد تا بوستان کوهسنگی) به عنوان محدوده مورد مطالعه انتخاب شده است. این محور به لحاظ گردشگری، فراغت و خدمات تجاری و درمانی، محوری شاخص در شهر مشهد به شمار می‌آید. خیابان کوهسنگی در مرز منطقه ۸ و ۱ شهرداری مشهد واقع شده است. محور کوهسنگی از محورهای شریانی شمالی - جنوبی موجود در حوزه میانی غربی شهر مشهد است که از شمال به میدان شریعی، از جنوب به بوستان کوهسنگی و از سمت غرب به محورهای رضا، ابوذر غفاری و ملاصدرا پیوند می‌خورد. مجموعه تفریحی کوهسنگی از مشهورترین، زیباترین و قدیمی‌ترین مکان‌های گردشگری و تفرجگاه‌های شهر مشهد می‌باشد و محور کوهسنگی اصلی‌ترین دسترسی به این مجموعه تفریحی می‌باشد (Horasfand & Hatfifarjani, 2020).

پارک کوهسنگی در انتهای خیابان کوهسنگی و در جنوب شهر مشهد واقع شده است. این پارک در دامنه و اطراف کوه منفرد و با فاصله از رشته‌کوه‌های بینالود واقع شده است. مساحت حدودی آن ۵۰۰ هکتار بوده و در منطقه ۸ شهرداری مشهد واقع شده است (Hosseini et al., 2015). منطقه‌ی کوهسنگی از قدیم یکی از تفریحگاه‌های نزدیک مشهد و محل سیاحت و تفریح ساکنان و زائران مشهد بوده که نام آن در منابع تاریخی عهد صفویه آمده است. این مکان تا سال ۱۳۱۰ هجری شمسی با همان ساختار طبیعی به عنوان منطقه بیلاقی، اقامتگاه سیاحتی زائران و مجاوران به ویژه در ایام گرم تابستان بود که با جاذبه‌های طبیعی از قبیل کوه‌های سهل‌الصعود، باغ‌های سرسبز، چشم‌اندازهای طبیعی، رودخانه‌ها و آب و هوای معتدل همراه است. این مکان، پس از شکل‌گیری امکانات سیاحتی از قبیل استخر و جاری شدن قنات، وسعت و اهمیت فراوانی یافت و در سال ۱۳۱۸ با احداث ساختمانی دو طبقه با سالن و جدول‌کشی خیابان‌ها، نرده‌کشی، گل‌کاری و نصب مجسمه‌های سنگی به پارکی طبیعی تبدیل شد. در سال ۱۳۴۰ با گسترش شهر مشهد کوهسنگی به وسیله خیابانی وسیع، عریض و مشجر، به بدنه اصلی شهر مشهد اتصال یافت و در سال‌های بعد با احداث جاده آسیایی در جنوب آن و میدان‌ها و خیابان‌های مختلف در اطراف، به پارکی محصور در حاشیه شهر مبدل شد (Anabestani et al., 2018).

مواد و روش‌ها

روش تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی می‌باشد. این تحقیق از نظر نوع و روش انجام تحقیق، توصیفی از نوع تحلیلی می‌باشد. جامعه آماری مورد مطالعه، شهروندان استفاده‌کننده از پارک کوهسنگی و ساکنین و عابران خیابان کوهسنگی است. با توجه به تردد رهگذران در محدوده مورد مطالعه در طول روز نمی‌توان حجم نمونه ثابتی برای آن در نظر گرفت. بنابراین، در این پژوهش برآورد حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران انجام پذیرفت.

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

شکل ۱- فرمول کوکران

n = حجم نمونه

N = جمعیت کل جامعه آماری

t = ضریب اطمینان

p = احتمال وجود صفت در جامعه

q = احتمال عدم وجود صفت در جامعه

d = ضریب اطمینان ک معمولاً ۰/۰۵ می‌باشد.

بر اساس این فرمول تعداد نمونه آماری که باید از این جامعه آماری گرفته شود، برابر ۳۸۴ مورد با احتمال خطای ۵٪ برآورد شد. همچنین، در ادامه، از دو آزمون «کلموگروف-اسمیرنوف» و «فریدمن» نیز یاد شده و نتایج آن‌ها در جدول مشخص شده است.

برای شناخت بیش‌تر متغیرهای مورد بررسی و تلخیص داده‌های جمع‌آوری شده، یافته‌های توصیفی حاصل از بررسی مانند جداول فراوانی متغیرهای جمعیت‌شناختی، میانگین، انحراف معیار متغیرهای اصلی تحقیق، مشاهده و طی جداول و نمودارهای مربوطه ارائه می‌شود. مطابق اطلاعات جدول و شکل در خصوص جنسیت گروه نمونه زنان ۵۴/۷ درصد و مردان ۴۵/۳ درصد از حجم نمونه را به خود اختصاص داده‌اند که بیش‌ترین تعداد، مربوط به گروه زنان می‌باشد. احتمالاً دلیل چنین توزیع فراوانی این است که زنان نسبت به مردان (از نظر کار و فعالیت اجتماعی) اوقات فراغت بیش‌تری در طول روز دارند.

جدول ۳- جنسیت گروه نمونه

Table 3- Gender of the sample group

جنسیت	تعداد	درصد
sex	Number	Percentage
زن	210	54.7
woman		
مرد	174	45.3
man		
جمع	384	100.0
Plural		

آمار توصیفی سن گروه نمونه

مطابق اطلاعات جدول و شکل در خصوص سن گروه نمونه افراد دارای سن کمتر از ۲۵ سال ۵۸/۳ درصد، بین ۲۶ تا ۳۵ سال ۳۰/۲ درصد، بین ۳۶ تا ۴۵ سال ۱۰/۲ درصد، بیشتر از ۴۶ سال ۱/۳ درصد از حجم نمونه را به خود اختصاص داده اند. احتمالاً دلیل چنین توزیع فراوانی این است که افراد کمتر از ۲۵ سال وقت آزاد بیشتری نسبت به دیگر گروه‌های سنی دارند که می‌توانند آن را در پارک سپری کنند.

جدول ۴- سن گروه نمونه

Table 4- Age of the sample group

درصد Percentage	تعداد Number	گروه Group
58.3	224	کمتر از ۲۵ سال Less than 25 years old
30.2	116	۲۶ تا ۳۵ سال 26 to 35 years
10.2	39	۳۶ تا ۴۵ سال 36 to 45 years
1.3	5	بیشتر از ۴۶ سال More than 46 years
100.0	384	مجموع Total

آمار توصیفی تحصیلات گروه نمونه

مطابق اطلاعات جدول و شکل در خصوص تحصیلات گروه نمونه، افراد دارای تحصیلات دیپلم و پایین‌تر ۱۴/۶ درصد، فوق دیپلم ۱۵/۹ درصد، کارشناسی ۶۰/۷ درصد، کارشناسی ارشد ۷/۳ درصد و افراد با تحصیلات دکتری ۱/۶ درصد از حجم نمونه را به خود اختصاص داده‌اند. احتمالاً دلیل چنین توزیع فراوانی با دلیل توزیع فراوانی گروه سنی زیر ۲۵ سال تناسب داشته باشد؛ به این معنا که این افراد زمان بیش‌تری را در اختیار دارند.

جدول ۵- تحصیلات گروه نمونه

Table 5- Education of the sample group

درصد Percentage	تعداد Number	گروه Group
14.6	56	دیپلم و پایین‌تر Diploma and Lower
15.9	61	فوق دیپلم Post-Diploma
60.7	233	کارشناسی Bachelor
7.3	28	کارشناسی ارشد Masters
1.6	6	دکتری Ph.D.
100.0	384	جمع Plural

فراوانی سوالات تحقیق

جدول و نمودار پایین، فراوانی میانگین و انحراف معیار سوالات تحقیق را نشان داده است.

جدول ۶- فراوانی سوالات پژوهش

Table 6- Frequency of research questions

انحراف معیار Standard deviation	میانگین Average	خیلی زیاد Very high	زیاد High	متوسط Medium	کم Low	خیلی کم Very low	مولفه‌ها Components	متغیر Variable
78.0	55.3	53	123	191	17	0	q_1	مشارکت اجتماعی Social participation
73.0	30.3	22	112	210	40	0	q_2	
90.0	26.3	16	153	144	55	16	q_3	
89.0	31.2	0	33	132	141	78	q_4	
93.0	18.3	31	100	178	59	16	q_5	
98.0	34.3	48	106	184	22	24	q_6	
91.0	91.2	15	83	155	115	16	q_7	انسجام اجتماعی Social cohesion
84.0	54.3	42	170	135	33	5	q_8	
1.18	3.04	43	87	159	34	61	q_9	
0.88	3.27	41	88	195	56	5	q_10	شکوفایی اجتماعی Social prosperity
0.84	3.14	10	125	168	70	11	q_11	
0.92	3.53	43	171	134	19	17	q_12	
1.09	3.41	72	109	124	63	16	q_13	
1.28	3.32	86	88	122	40	48	q_14	طراحی فضای شهری Urban Space design
0.98	2.91	31	56	160	120	17	q_15	
1.14	4.06	183	95	73	11	22	q_16	
1	3.63	86	127	113	57	1	q_17	
1.18	3.75	121	130	76	31	26	q_18	
1.18	3.3	84	70	128	81	21	q_19	
1.09	3.13	56	57	180	62	29	q_20	سلامت روان Mental Health
0.85	3.48	46	135	159	44	0	q_21	
1.09	3.1	33	123	104	98	26	q_22	
1.15	3.38	69	123	103	64	25	q_23	
1.15	3.55	83	142	87	47	25	q_24	
1.32	3.14	72	89	105	57	61	q_25	سلامت جسمی Physical health
1.13	2.9	45	48	157	90	44	q_26	
1.19	3.05	51	89	112	93	39	q_27	
0.89	4.03	140	131	104	6	4	q_28	
1.06	2.93	37	58	164	92	33	q_29	

متغیر	مؤلفه‌ها	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار
Variable	Components	Very low	Low	Medium	High	Very high	Average	Standard deviation
آموزش Training	q_30	113	124	65	53	29	2.38	1.25
	q_31	134	91	61	92	6	2.34	1.22
	q_32	0	29	101	141	113	3.88	0.92
	q_33	32	33	105	141	73	3.49	1.14
همبستگی اجتماعی Social solidarity	q_34	27	87	127	99	44	3.12	1.1
	q_35	10	59	211	68	31	3.13	0.87
	q_36	40	107	87	124	26	2.97	1.14
	q_37	39	22	83	120	120	3.68	1.25
پذیرش اجتماعی Social acceptance	q_38	41	112	67	95	69	3.1	1.3
	q_39	9	54	169	123	29	3.28	0.88
	q_40	57	51	93	86	97	3.3	1.37
خدمات اجتماعی Social services	q_41	195	91	57	35	6	1.87	1.07
	q_42	26	43	96	92	127	3.65	1.23
	q_43	35	25	73	137	114	3.7	1.22
	q_44	91	144	70	61	18	2.4	1.15
	q_45	27	33	106	130	88	3.57	1.14
هویت شهری Urban identity	q_46	12	52	89	137	94	3.65	1.09
	q_47	16	48	125	120	75	3.49	1.07
	q_48	16	32	185	102	49	3.35	0.95
	q_49	8	56	116	99	105	3.62	1.1
هویت اجتماعی Social identity	q_50	11	61	112	141	59	3.46	1.02
	q_51	88	161	70	34	31	2.37	1.16
	q_52	27	85	130	81	61	3.17	1.15
	q_53	0	30	159	147	48	3.55	0.81
	q_54	14	32	129	154	55	3.53	0.96
عدالت شهری Urban justice	q_55	26	49	178	120	11	3.11	0.9
	q_56	77	69	117	98	23	2.97	1.2
	q_57	209	126	31	8	10	1.66	0.91
	q_58	26	81	192	73	12	2.91	0.89
	q_59	24	72	103	184	1	3.17	0.95
	q_60	0	36	163	107	78	3.59	0.92

متغیر	مؤلفه‌ها	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار
Variable	Components	Very low	Low	Medium	High	Very high	Average	Standard deviation
فرهنگ شهروندی Citizenship culture	q_61	38	61	112	81	92	3.33	1.27
	q_62	33	85	117	66	83	3.21	1.25
	q_63	37	140	131	76	0	2.64	0.91
	q_64	3	9	94	147	131	4.03	0.87
حمل و نقل Transportation	q_65	22	7	103	166	86	3.75	1.01
	q_66	29	67	151	91	46	3.15	1.08
	q_67	111	93	156	14	10	2.27	1
هویت فردی Individual identity	q_68	36	120	69	110	49	3.04	1.22
	q_69	87	146	63	77	11	2.42	1.13
	q_70	39	62	142	90	51	3.14	1.15
ایمنی شهری Urban safety	q_71	57	35	127	125	40	3.15	1.19
	q_72	0	27	142	148	67	3.66	0.85
	q_73	31	41	106	140	66	3.44	1.14
محیط زیست شهری Urban environment	q_74	31	52	119	107	75	3.37	1.18
	q_75	79	22	55	114	114	3.42	1.48
	q_76	52	39	56	122	115	3.54	1.37
	q_77	16	37	108	103	120	3.71	1.13
	q_78	159	88	21	73	43	2.36	1.45
	q_79	58	50	85	104	87	3.29	1.35
اقتصاد Economy	q_80	81	109	101	56	37	2.63	1.24
	q_81	138	130	73	43	0	2.05	1
	q_82	113	121	108	23	19	2.26	1.09
امنیت و مقابله با جرم Security and crime	q_83	21	27	78	152	106	3.77	1.1
	q_84	29	51	117	108	79	3.41	1.17
	q_85	156	76	80	53	19	2.23	1.25
	q_86	65	139	90	57	33	2.62	1.18

آمار توصیفی متغیرهای اصلی تحقیق

جدول و نمودار، میانگین و انحراف معیار متغیرهای اصلی را نشان داده است. همان‌طور که در جدول نشان داده شده است، بیش‌ترین مقدار میانگین مربوط به متغیر هویت شهری به مقدار ۳/۵۳ می‌باشد و کم‌ترین مربوط به متغیر اقتصاد با میانگین ۲/۳۱ است؛ به این معنا که فضای مورد مطالعه از نظر هویت شهری وضع مطلوبی داشته و هویت و فرهنگ منطقه را به خوبی نمایش می‌دهد اما مؤلفه اقتصادی در طراحی آن چندان مورد توجه نبوده است.

جدول ۷- آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

Table 7- Descriptive statistics of research variables

انحراف معیار Standard deviation	میانگین Average	ماکزیمم Maximum	مینیموم Minimum	تعداد Number	متغیر Variable
0.46	3.12	4.14	2.14	384	مشارکت اجتماعی Social participation
0.73	3.17	4.67	1.33	384	انسجام اجتماعی Social cohesion
0.60	3.34	4.75	2.25	384	شکوفایی اجتماعی Social prosperity
0.76	3.49	4.67	1.67	384	طراحی فضای شهری Urban space design
0.78	33.3	5.00	1.20	384	سلامت روان Mental health
0.74	21.3	5.00	1.60	384	سلامت جسمی Physical health
73.0	02.3	75.4	25.1	384	آموزش Education
80.0	22.3	75.4	00.1	384	همبستگی اجتماعی Social solidarity
95.0	23.3	00.5	67.1	384	پذیرش اجتماعی Social acceptance
74.0	04.3	60.4	40.1	384	خدمات اجتماعی Social services
81.0	53.3	00.5	75.1	384	هویت شهری Urban identity
49.0	22.3	40.4	20.2	384	هویت اجتماعی Social identity
51.0	87.2	50.4	33.1	384	عدالت شهری Urban justice
48.0	23.3	22.4	14.2	384	فرهنگ شهروندی Citizenship culture
66.0	06.3	67.4	67.1	384	حمل و نقل Transportation
73.0	87.2	00.5	33.1	384	هویت فردی Individual identity
86.0	42.3	00.5	67.1	384	ایمنی شهری Urban safety
00.1	28.3	67.4	00.1	384	محیط زیست شهری Urban environment
77.0	31.2	00.4	00.1	384	اقتصاد Economy
74.0	01.3	75.4	00.1	384	امنیت و مقابله با جرم Security and crime

در ادامه با استفاده از آزمون‌های آماری مناسب به سنجش فرضیات این پژوهش پرداخته شد. نتایج این آزمون برای فرضیات این پژوهش به این شرح است:

روش استنباطی (آزمون کلموگروف-اسمیرنف)

جدول ۸- نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنف

Table 8- Kolmogorov-Smirnov test results

سطح معناداری Significance Level	آماره‌ی آزمون Test Statistics	تعداد Number	متغیر Variable
0.148	0.1	384	مشارکت اجتماعی Social participation
0.864	0.11	384	انسجام اجتماعی Social cohesion
0.663	0.15	384	شکوفایی اجتماعی Social prosperity
0.154	0.15	384	طراحی فضای شهری Urban space design
0.517	0.11	384	سلامت روان Mental health
0.487	0.16	384	سلامت جسمی Physical health
0.147	0.17	384	آموزش Education
0.515	0.12	384	همبستگی اجتماعی Social solidarity
0.104	0.16	384	پذیرش اجتماعی Social acceptance
0.94	0.09	384	خدمات اجتماعی Social services
0.683	0.11	384	هویت شهری Urban identity
0.589	0.13	384	هویت اجتماعی Social identity
0.405	0.15	384	عدالت شهری Urban justice
0.417	0.11	384	فرهنگ شهروندی Citizenship culture
0.404	0.16	384	حمل و نقل Transportation
0.364	0.14	384	هویت فردی Individual identity
0.214	0.12	384	ایمنی شهری Urban safety
0.899	0.16	384	محیط زیست شهری Urban environment
0.338	0.15	384	اقتصاد Economy
0.826	0.11	384	امنیت و مقابله با جرم Security and crime

در آزمون کلموگروف-اسمیرنوف فرضیه‌های مورد بررسی به صورت زیر تعریف می‌شوند:

$$\begin{cases} H_0: \text{مشاهدات از توزیع نرمال پیروی می‌کنند} \\ H_1: \text{مشاهدات از توزیع نرمال پیروی نمی‌کنند} \end{cases}$$

بنابراین با توجه به این که سطح معناداری آزمون در تمام متغیرها بیش تر از ۰/۰۵ می‌باشد، فرضیه نرمال بودن مشاهدات (فرض صفر) تأیید می‌شود. در نتیجه، از آزمون‌های پارامتریک به منظور بررسی فرضیات استفاده می‌شود.

بررسی وضعیت شاخص‌های پرسشنامه تحقیق

بررسی معیارهای هویت‌بخش شهری

برای شناسایی وضعیت معیارهای هویت‌بخش شهری از آزمون T تک نمونه مستقل استفاده شده است. همان‌طور که از نتایج آزمون مشخص است، میانگین تمامی شاخص‌ها با میانگین جامعه - که برابر با ۳ است - مورد مقایسه قرار گرفتند که نتایج به دست آمده از جدول شماره ۹ نشان می‌دهد که: میانگین تمامی شاخص‌ها به جز شاخص‌های «آموزش، خدمات اجتماعی، حمل و نقل و امنیت و مقابله با جرم» در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است. مقایسه اختلاف میانگین این شاخص‌ها با اختلاف میانگین جامعه $\text{test-value}=0$ نشان می‌دهد که تمامی معیارهای هویت‌بخش شهری به جز «آموزش، خدمات اجتماعی، حمل و نقل و امنیت و مقابله با جرم» در وضعیت مطلوبی قرار دارند و به عنوان عوامل اثرگذار بر هویت‌بخش شهری می‌باشند.

همان‌طور که در نتایج جدول مشاهده می‌شود، متغیر هویت شهری با اختلاف میانگین ۰/۵۳ دارای وضعیت مطلوبی نسبت به سایر شاخص‌ها می‌باشد و متغیر اقتصاد با اختلاف میانگین ۰/۶۹ - دارای وضعیت نامطلوبی است.

جدول ۹- نتایج آزمون t

تک نمونه‌ای برای تعیین وضعیت موجود معیارهای هویت‌بخش شهری

Table 9- Test results t: A sample to determine the current status of urban identity criteria criteria

Average community = 3		میانگین جامعه = ۳			متغیر	
فاصله اطمینان ۹۵٪ 95% confidence interval		اختلاف میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی		آماره آزمون t
کران بالا	کران پایین					
0.17	0.08	0.12	0.00	383.00	5.29	مشارکت اجتماعی Social Participation
0.24	0.09	0.17	0.00	383.00	4.45	انسجام اجتماعی Social Cohesion
0.40	0.28	0.34	0.00	383.00	10.93	شکوفایی اجتماعی Social Prosperity
0.57	0.42	0.49	0.00	383.00	12.74	طراحی فضای شهری Urban Space Design
0.41	0.25	0.33	0.00	383.00	8.21	سلامت روان Mental Health
0.28	0.14	0.21	0.00	383.00	5.60	سلامت جسمی Physical Health
0.10	-0.05	0.02	0.55	383.00	0.59	آموزش Education

Average community = 3		میانگین جامعه = ۳				متغیر
فاصله اطمینان ۹۵٪ 95% confidence interval		اختلاف میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	آماره آزمون t	
کران بالا	کران پایین					
0.30	0.14	0.22	0.00	383.00	5.36	همبستگی اجتماعی Social Solidarity
0.32	0.13	0.23	0.00	383.00	4.71	پذیرش اجتماعی Social Acceptance
0.11	-0.03	0.04	0.29	383.00	1.06	خدمات اجتماعی Social Services
0.61	0.45	0.53	0.00	383.00	12.85	هویت شهری Urban Identity
0.27	0.17	0.22	0.00	383.00	8.63	هویت اجتماعی Social Identity
-0.08	-0.18	-0.13	0.00	383.00	-4.93	عدالت شهری Urban Justice
0.27	0.18	0.23	0.00	383.00	9.23	فرهنگ شهروندی Citizenship Culture
0.12	-0.01	0.06	0.10	383.00	1.65	حمل و نقل Transportation
-0.06	-0.21	-0.13	0.00	383.00	-3.57	هویت فردی Individual Identity
0.50	0.33	0.42	0.00	383.00	9.48	ایمنی شهری Urban Safety
0.38	0.18	0.28	0.00	383.00	5.54	محیط زیست شهری Urban Environment
-0.61	-0.76	-0.69	0.00	383.00	-17.45	اقتصاد Economy
0.08	-0.07	0.01	0.88	383.00	0.16	امنیت و مقابله با جرم Security and Crime

اولویت‌بندی معیارهای هویت بخش شهری

با توجه به جدول مقدار سطح معناداری که به دست آمده است، کم‌تر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرض صفر تأیید نمی‌شود.

جدول ۱۰- سطح معناداری آزمون فریدمن رای رتبه‌بندی شاخص‌های هویت بخش شهری

Table 10- The significance level of Friedman test for ranking urban identity indicators

سطح معناداری	درجه آزادی	آماره آزمون	تعداد Number
0.000	15	932.731	384

لذا می‌توان گفت که متغیرهای تحقیق، رتبه‌های یکسانی ندارند و می‌توان آن‌ها را اولویت‌بندی کرد.

جدول ۱۱- ترتیب اولویت مؤلفه‌ها

Table 11- Priority Order of Components

اولویت بندی	میانگین رتبه ها	متغیرها
Prioritize	Average ratings	Variables
اولویت اول	10.91	هویت شهری Urban Identity
First priority		
اولویت دوم	10.66	طراحی فضای شهری Urban Space Design
Second priority		
اولویت سوم	10.15	ایمنی شهری Urban Safety
Third priority		
اولویت چهارم	9.97	سلامت روان Mental Health
4th priority		
اولویت پنجم	9.62	شکوفایی اجتماعی Social Prosperity
5th priority		
اولویت ششم	9.41	محیط زیست شهری Urban Environment
6th priority		
اولویت هفتم	8.93	فرهنگ شهروندی Citizenship Culture
7th priority		
اولویت هشتم	8.90	هویت اجتماعی Social Identity
8th priority		
اولویت نهم	8.86	همبستگی اجتماعی Social Solidarity
9th priority		
اولویت دهم	8.41	انسجام اجتماعی Social Cohesion
10th priority		
اولویت یازدهم	7.76	مشارکت اجتماعی Social Participation
11th priority		
اولویت دوازدهم	5.73	عدالت شهری Urban Justice
12th priority		
اولویت سیزدهم	8.50	سلامت جسمی Physical Health
13th priority		
اولویت چهاردهم	8.50	پذیرش اجتماعی Social Acceptance
14th priority		
اولویت پانزدهم	5.77	هویت فردی Individual Identity
15th priority		
اولویت شانزدهم	3.93	اقتصاد Economy
16th priority		

نتایج آزمون فریدمن در خصوص رتبه‌بندی شاخص‌های هویت بخش شهری نشان می‌دهد شاخص هویت شهری با میانگین ۱۰/۹۱ به عنوان مهم‌ترین شاخص هویت بخش شهری و شاخص‌های طراحی فضای شهری و ایمنی شهری با میانگین‌های ۱۰/۶۶ و ۱۰/۱۵ در اولویت‌های دوم و سوم قرار دارند.

نتایج و بحث

تجزیه و تحلیل آمار توصیفی شرکت‌کنندگان در پژوهش، نشان داد که تعداد ۲۱۰ نفر (۵۴/۷ درصد) از شرکت‌کنندگان در پژوهش زن بودند و تعداد ۱۷۴ نفر (۴۵/۳ درصد) از پاسخگویان مرد بودند. بیش‌تر بودن تعداد پاسخگویان زن احتمالاً به این

دلیل است که مردان زمان بیشتری را در خارج از منزل و در محل کار خود سپری می‌کنند و وظیفه نگهداری از کودکان، بیش‌تر بر عهده مادران است. لذا زنان به دلیل فراغت بیشتری که در طی روز دارند، بیش‌تر از مردان در محیط خانه (ساکنین) و یا تفرجگاه‌ها و فضای سبز (محوطه پارک) حضور دارند. ۲۲۴ نفر (۵۸/۳ درصد) از پاسخگویان کم‌تر از ۲۵ سال داشتند. ۱۱۶ نفر (۳۰/۲ درصد) در بازه سنی ۲۶ تا ۳۵ سال قرار داشتند. ۳۹ نفر (۱۰/۲ درصد) در طیف سنی ۳۶ تا ۴۵ سال قرار داشتند و ۵ نفر (۱/۳ درصد) از پاسخگویان نیز بالای ۴۶ سال بودند. تجزیه و تحلیل سن پاسخگویان نشان می‌دهد که بیش‌ترین فراوانی را گروه سنی زیر ۲۵ سال داشتند.

یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق نشان داد که تمامی معیارهای هویت‌بخش شهری به جز (آموزش، خدمات اجتماعی، حمل و نقل و امنیت و مقابله با جرم) در وضعیت مطلوبی قرار دارند و هویت شهری، تأثیرپذیری قابل توجهی از آن‌ها دارد. در تحقیقی به این نتیجه دست یافتند که شاخص‌های تناسبات، تمیزی، تعادل و نظم در بعد عینی و دل‌بستگی به مکان، با معنا بودن، آرامش، خوانایی و جذابیت در بعد ذهنی در اولویت ارزشیابی زیبایی‌نما قرار دارند. در پژوهش حاضر نیز طراحی فضای شهری، ایمنی، محیط زیست، همبستگی، انسجام و مشارکت اجتماعی در طراحی منظر پارک مهم بودند که از این نظر تا حدودی با یافته‌های تحقیق آن‌ها همخوانی دارد.

بررسی معماری شهرهای مختلف کشور نشان می‌دهد که هر شهر، خیابان و گذرگاه به تناسب جغرافیا، آداب، رسوم، سنن و فرهنگ ساکنین و مواد و مصالح در دسترس که دارد، از معماری ویژه‌ای برخوردار است که انعکاس‌دهنده روح جمعی ساکنین همان فضا است و به نوعی بازگوکننده هویت آن فضا و مردم به رهگذران است. شهر مشهد نیز به عنوان پایتخت معنوی کشور از قدمت بسیاری برخوردار است و در طول قرن‌ها و اعصار گوناگون معماری‌های مختلفی را به خود دیده است. فارغ از ساخت و سازهای امروزی که اغلب توجه چندانی به مباحث فرهنگی و ریشه‌های معماری ایرانی-اسلامی ندارند، معماری خیابان‌ها و گذرهای شهر مشهد در برخی از مناطق به خوبی مؤلفه‌های هویت شهری را لحاظ نموده است. یکی از این فضاها پارک کوهسنگی مشهد است که از دیرباز به عنوان یک فضای سبز مورد استقبال شهروندان مشهدی و دیگر مسافران و زائرین حرم مطهر بوده است. تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق نشان داد که از بین مؤلفه‌های بررسی‌شده، یعنی مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، شکوفایی اجتماعی، طراحی فضای شهری، سلامت روان، آموزش، همبستگی اجتماعی، پذیرش اجتماعی، خدمات اجتماعی، هویت شهری و هویت اجتماعی، عدالت شهری، فرهنگ شهروندی، حمل و نقل، هویت فردی، ایمنی شهری، محیط زیست شهری، اقتصاد و امنیت این پارک از وضعیت مطلوبی برخوردار است؛ تنها مؤلفه‌های آموزش، خدمات اجتماعی، حمل و نقل و امنیت و مقابله با جرم نیاز به بازبینی و سرمایه‌گذاری بیش‌تری دارند؛ که از بین شاخص‌های هویت‌بخش شهری، هویت شهری در مقام اول قرار دارد که نشان‌دهنده میزان اهمیت این شاخص نسبت به دیگر معیارها است. طراحی فضای شهری و ایمنی شهری نیز به ترتیب در جایگاه دوم و سوم قرار گرفته‌اند. پس از آن به ترتیب سلامت روان، شکوفایی اجتماعی، محیط زیست شهری، فرهنگ شهروندی، هویت اجتماعی، همبستگی اجتماعی، انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی، عدالت شهری، سلامت جسمی، پذیرش اجتماعی، هویت فردی و اقتصاد در رده‌های چهارم تا شانزدهم قرار گرفتند. قرارگیری معیار اقتصاد در رده آخر، نشان‌دهنده این مهم است که این معیار از کم‌ترین میزان اهمیت در بین دیگر شاخص‌ها برخوردار است (Ramos et al., 2016). در پژوهشی به این نتیجه دست یافتند که نما و منظر، دارایی مهمی در جهت افزایش کیفیت زندگی به شمار می‌آیند. شناسایی محتوای هویت در منظر و درک پیچیدگی هویت، راهکاری برای بهبود کارایی سیاست‌های فضایی است. در تحقیق حاضر نیز به این نتیجه دست یافتیم که هویت شهری مهم‌ترین مسئله در طراحی منظر است که با یافته‌های تحقیق آنان همسو می‌باشد.

هویت شهری نشان‌دهنده روح، معنا و فلسفه وجودی مکان است. شهروندان، مسافران و زائرین در هنگام قرارگیری در فضای پارک کوهسنگی مشهد (به سبب نوع طراحی این پارک، دسترسی و موقعیت مکانی آن) ریشه‌های تاریخی و فرهنگ



ملی - مذهبی شهر مشهد را به خوبی حس کرده و از طریق نمادها و اِلمان‌های ملی و مذهبی نصب‌شده در محیط مورد بحث، با گرایش‌های مذهبی و تاریخ کهن شهر مشهد پیوند بیش‌تری برقرار می‌کنند. پارک کوهسنگی مشهد به سبب موقعیتی که در آن قرار گرفته است، در همه ایام سال، پذیرای مسافران و زائران رضوی است. این مسافران و زائران از مبداهای متفاوتی (چه داخلی و چه خارجی) عازم شهر مشهد شده‌اند و اوقاتی را در پارک کوهسنگی سپری می‌کنند. وجود المان‌ها و نمادهای ملی و مذهبی در گوشه و کنار این فضا اطلاعات خوبی را در خصوص فرهنگ و ریشه‌های مذهبی این شهر در اختیار علاقمندان قرار می‌دهد. از سوی دیگر تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق نشان داد که شاخص اقتصاد، کم‌اهمیت‌ترین شاخص از دید شهروندان و ساکنین بوده است. در واقع شاخص اقتصاد، بیان‌کننده امور اقتصادی در طراحی پارک کوهسنگی است؛ به این معنا که در طراحی این پارک تا حدی قابلیت برگزاری بازارهای محلی و کسب و کارهای خانگی و کوچک در نظر گرفته شده است و یا این‌که طراحی آن، به توسعه و رونق این گونه کسب و کار می‌کند یا خیر. با توجه به این‌که شاخص اقتصادی در اولویت آخر قرار گرفته است، پس می‌توان نتیجه گرفت که در طراحی پارک کوهسنگی، این شاخص چندان اهمیتی نداشته است؛ البته ممکن است شاخص اقتصادی در طراحی فضاهای سبز دیگر از اهمیت بالاتری برخوردار باشد.

منابع

- Abuei, R., Jafari Qawamabadi, N. (2013). Appearance, appearance of historical context and landscape of public space in national laws, local rules and regulations and tasks of urban management. *Architecture and urban planning*, 5, 2 (In Persian).
- Aghaei, N., Rezaghi Asal, S. (2014). Landscape design of Shahri street (case example of Fakhrieh Melair street). The first specialized conference on architecture and urban planning. Iran, Shiraz (In Persian).
- Ahmadi, F., Shirazi, A., Rafiyan, M. (2016). Investigating the role of color in urban landscape (case example: Khalja neighborhood of Isfahan), *Geography and Environmental Studies Quarterly*, 6(23), 119-134 (In Persian).
- Alehashemi, A., Mansouri, S. (2018). Landscape; a Shifting Concept; The Evolution of the Concept of Landscape from Renaissance. *The Monthly Scientific Journal of Bagh-E Nazar*, 14(57), 33-44 (In Persian).
- Anabestani, A., Hosseini, M. (2017). A comparative study of the level of security in urban parks from the perspective of spatial justice (case study: urban parks of Mashhad), *Journal of Urban Planning Geography Research*, 6(2), 307-330 (In Persian).
- Aris, B. Karimi Moshaver, M. (2017). Conceptual model of semantic connection between art and urban space, *Bagh Nazar*, 15(66), 5-16 (In Persian).
- Atashinbar, M. (2009). The continuity of identity in urban landscape. *The Monthly Scientific Journal of Bagh-E Nazar*, 6(12), 45-56 (In Persian).
- Aydin, C. C. (2014). Designing building façades for the urban rebuilt environment with integration of digital close-range photogrammetry and geographical information systems. *Automation in Construction*, 43, 38-48.
- Azizi, M. M. and Mutusali, M. M (2012). Evaluation of types of high-rise residential buildings in terms of their impact on the urban landscape (case example: new textures of Mashhad city), *Journal of Urban Management*, 30, 91-112 (In Persian).



- Bentley, Yan et al. (2012). Responsive environments; Guidebook for designers, Translated by Behzadfar, M. First edition, Tehran: Iran University of Science and Technology Press (In Persian).
- Bazi, K. R., Mirshekari, M. (2014). Visual assessment of the environment and landscape of Mellat Zahedan Park with the approach of people's preferences, *Amash Mohit Magazine*, 31, 99-121 (In Persian).
- Crow, T., Brown, T., De Young, R. (2006). The Riverside and Berwyn experience: Contrasts in landscape structure, perceptions of the urban landscape, and their effects on people. *Landscape and Urban Planning*, 75 (3-4), 282-299.
- Cullen, G. (2007). Excerpts of urban landscape, Translated by Tabibian, M. Third edition, Tehran: University Press (In Persian).
- Daneshpour, S. A. H. (2004). An introduction to the concept and function of the identity of man-made environment, *Bagh Nazar Quarterly*, 1(1), 59-70 (In Persian).
- Davodi, M., Mohammadi, H. M. and Bai, N. (2009). Analysis and prediction of some elements of Mashhad climate, *Newar*, 34(70-71), 35-46 (In Persian).
- Fatemi, N. S., Sharafuddin Shirazi, A., Abdi Pourkhader, M., Khaleghi Moghadam, A. (2016). Surveying the urban landscape of the mountainous texture of Mashhad, using subjective-evaluative landscape analysis. The third annual conference on architecture, urban planning and urban management research. Iran, Shiraz (In Persian).
- Ghasemi, I., Soltanzadeh, H. (2018). Analysis of effective factors in reproducing the urban landscape after improvement and renovation of the fabric (case study: District 12 of Tehran). *Geographical Researches of Urban Planning*, 7(1), 171-188 (In Persian).
- Ghasemi, M., Abdullahzadeh Fard, A., Shakur, A. (2017). Improving urban identity through changes in the urban landscape with the approach of increasing social interactions (Case study: Passage of Imamzadeh Zanjiri, Shiraz), *Human Settlements Planning Studies*, 13(3), 575-559 (In Persian).
- Gurji, M. B. (2011). *Special research method for management and accounting and other fields of humanities*. Third edition, Tehran: Mehraban Publishing House. 280p (In Persian).
- Gurjipour, P. Lotfi, K. (2015). Examining the spatial identity of citizens according to the role of urban landscape quality (case study: Haft Ahvaz region). The second conference on urban planning, management and urban development. Iran, Shiraz (In Persian).
- Habibi, A. (2015). *Applied SPSS training*. Electronic publication: bibliography, 132p (In Persian).
- Horasfand, N., Hatfi Farjian, F. (2019). Compilation of effective strategies on children's urban experience from Mashhad's Kuhsangi Avenue as a perfect street to achieve a child-friendly city. *Shabak Magazine*, 6(4), 231-241 (In Persian).
- Hosseini, M., Mahdian-Bahnamiri, M., Siddiqi, A. (2014). Evaluation and analysis of the safety situation in urban parks (case example: Kuhsangi Park and Basij Park in Mashhad). *Journal of Geography and Regional Development*, 13(1), 186-207 (In Persian).



- Hosseinpour, M. (2017). Investigating tourism development strategies of Mellat and Kuhsangi Parks in Mashhad. Master's thesis, Ferdowsi University of Mashhad, Iran (In Persian).
- Iman, M. T., Ghafari-Nasab, E. (2009). Methodological basics of field research and how to do it, *Research*, 2(2), 5-30 (In Persian).
- Jorabchi, M. A.S, Charkhchian, M., Hosseini, M. (2014). Analyzing the reasons for the proper quality of the urban landscape in some foreign countries. National Conference on Architecture and Sustainable Urban Landscape. Iran, Mashhad. (In Persian).
- Komeili, M. (2015). Analysis of the function of identity elements in the urban landscape of the central part of Tehran, case study: Region 12, *Urban Management*, 42, 226-209 (In Persian).
- Kaplan, R., Kaplan, S. (1989). *The experience of nature: A psychological perspective*. Cambridge university press.
- Kaplan, S. (1987). Aesthetics, affect, and cognition: Environmental preference from an evolutionary perspective. *Environment and behavior*, 19(1), 3-32.
- Karimi, R. (2014). *An easy guide to statistical analysis with SPSS*, Tehran: Hengama. 320p. (In Persian).
- Khak Zand, M. et al. (2014). Identifying factors affecting the design of urban bodies with emphasis on aesthetic and environmental aspects, *Urban Studies Scientific Research Quarterly*, 10, 15-26 (In Persian).
- Khaki, G. R. (2012). *Research method (with thesis writing approach)*. First edition, Tehran: Fujan Publishing. 360p. (In Persian).
- Kalantari Khalilabad, H. Akhot, H. (2011). *City landscape planning*. First edition, Tehran: Jihad Academic Culture, Art and Culture Research Institute. 392p. (In Persian).
- Latifi, G. Faizi-Ceshme-Goli, Q., Bajjal, R. (2014). Explanation and evaluation of effective indicators in urban identity (case example: Noghan neighborhood in Mashhad city). *Greater Khorasan Magazine*, 6(20), 26-42 (In Persian).
- Mahmoudi, A. Hassanpour, M. Khataei, S. (2018). Representation of culture and national identity in the visual identity of the city, a case study of Tehran subway murals, *Iran Cultural Research*, 12(2), 23-66 (In Persian).
- Mansouri, T., Jahanbakhsh, H. (2013). Exploring how to improve the urban landscape through the body and revive cultural values-Historic City. *Physical Social Planning*, 1(3), 89-102.
- Maqsoodi, A., Sarajian-Nami, M., Nazari, Z., Tavakoli, M., Haj Abdul Baqi, F., Motmesak, F., Mojtboyi, K. (2019). The image of the city is a reflection of the identity of the city, the relationship between the concept of identity and urban image in the context of Gorgan city. *Art and Civilization of the East*, 8(27), 76-68 (In Persian).
- Marczik, J., Demetano, D., Festinger, D. (2011). *The principles of research design and methodology*. Translated by Khosravi, M. Tehran: Research Institute of Information Science and Technology of Iran and Chapar Publishing. 290p. (In Persian).

- Matanzima, J., & Saidi, U. (2020). Landscape, belonging & identity in North-west Zimbabwe: a semiotic analysis. *African Identities*, 18(1-2), 233-251.
- Mirzaei-Nasab-Fahadan, M. (2012). The position of environmental graphics in the visual identity of the city. *Chidman*, 28(4), 119-114 (In Persian).
- Nadi, M., Sajjadian, I. (2009). Basics of applied research method in human sciences, Isfahan: Vaziri Publications. 242p. (In Persian).
- Nasr, T., Majdi, H. (2012). A look at the category of identity in urban planning. *Arman Shahr Architecture and Urbanism Magazine*, 5(11), 269-277 (In Persian).
- National Program and Budget Organization (2016). *Statistical Yearbook of Razavi Khorasan Province in 2016*. Tehran: Beed. 908p. (In Persian).
- Nazari-Ghanbari, S., Alipour, S. (2017). Feasibility of giving identity to cities, interaction and life of citizens. *Urban design studies and urban researches*, 1(1), 13-19 (In Persian).
- Nejad Ebrahimi, A., Farshchian, A. (2016). Examining the urban landscape with an emphasis on the identity of Iranian cities (a case study of Shahada Street in Sanandaj). International Conference on Civil Engineering, Architecture and Urban Planning of Contemporary. Iran, Tehran (In Persian).
- Nejad Ebrahimi, A., Moqaddasian, M. (2013). Recognizing value-dependent variables in historical-cultural contexts for planning for urban regeneration (case study: Arg Street, Mashhad). The 6th National Conference on Urban Planning and Management with an emphasis on the components of the Islamic city. Iran, Mashhad (In Persian).
- Omrani, M., Manochehri, M. R. (2013). Organization and improvement of Gozer Marvi. *Haft Shahr Urban Development and Architecture*, 2(27), 58-63 (In Persian).
- Piri, I., Zali, N. Taghilo, A. (2011). Feasibility of using empowerment approaches in the organization of informal settlements in Gol Shahr District of Mashhad. *Journal of Urban and Regional Studies and Research*, 3(12), 119-134 (In Persian).
- Pourjafar, M. R., Alavi Belmaani, M. (2011). Extracting the criteria of coordination and inconsistency of building facades with the human visual system according to the principles of visual ecology. *Architecture and urban planning of Iran*, 3, 1 (In Persian).
- Rahnama, M. R., Vafaei, M. Samadi, R. (2015). Manifestation of Islamic identity in the design of new neighborhoods based on Islamic elements (case example: West Imamiya Magazine of Mashhad). *Bagh Nazar Magazine*, 13(41), 47-56 (In Persian).
- Rakhshan, E. Zabihi, H. Majdi, H. (2017). Rereading the elements of facade identity in the landscape of contemporary cities, *Journal of Urban Management*, 17(51), 75-86 (In Persian).
- Ramos, I. L., Bernardo, F., Ribeiro, S. C., Van Eetvelde, V. (2016). Landscape identity: Implications for policy making. *Land Use Policy*, 53, 36-43.



- Safamanesh, K. (1994). *Lalezar street improvement plan*. Second edition, Tehran: Tehran City Beautification Organization (In Persian).
- Safarnejad, M., Karimi Azari, A., Gholam Alizadeh, H. (2015). Identifying the effective components on promoting the city's identity and increasing citizens' sense of belonging in the design of cultural administrative buildings (case study: Rasht city). *Iran's Cultural Research*, 9(4), 1-32 (In Persian).
- Sajjadzadeh, H., Karimi, M., Vahdat, S. (2014). Survey and evaluation of landscape components of urban streets (case study: Hamadan city). *Geography and Environmental Studies*, 10, 85-100 (In Persian).
- Sayafzadeh, A., Mira-Ei, M., Nodeh-Farahani, M. (2012). The role of urban landscape quality in creating social life and spatial identity of citizens (case study: Nawab highway). *Islamic Iranian City Studies*, 11, 29-39 (In Persian).
- Shahri, R., Alizadeh, A. (2016). Analyzing and examining the impact of identity in landscape design and urban spaces. The fourth national conference on recent achievements in civil engineering, architecture and urban planning. Iran, Tehran (In Persian).
- Shao, Y., Lange, E., Thwaites, K., Xue, Z., Xu, X. (2020). Understanding Landscape Identity in the Context of Rapid Urban Change in China. *Land*, 9(9), 298.
- Shaterian, M., Sohrabzadeh, M., Emamalizadeh, H., Hosseinzadeh, S. (2016). Identity crisis and social isolation in new cities and its management with satisfaction with the place of residence (Study case: Shahr Jadid Pardis). *Urban Research and Planning*, 8(28), 111-134 (In Persian).
- Siami, Qadir; Kabuli-Farshchi, Amir and Rafati-Gonabadi, Ali (2015). The role of physical elements of identity in the revival of worn-out historical urban textures (case study: the historical center of the citadel in Mashhad). *Khorasan Bozorg*, 7(23), 62-45 (In Persian).
- Sobhani, N., Beiranvandzadeh, M., Shahinifar, M., Moairi, D. (2018). Prioritization of urban spaces influencing urban identity using multi-criteria models (case study: Borujerd city), *Geography and Regional Planning*, 9(3), 507-495 (In Persian).
- Soleimanifar, Z. Muslemi, M. (2015). Investigating the influence of color in the design of urban space (case example: Sari city). The second international conference on urban engineering, civil engineering and architecture. Iran, Tehran. (In Persian).
- Tabandeh Gari, N. (2012). Identity of urban centers with landscape improvement (case example: Nasser Khosrow Street). Master's thesis, Islamic Azad University, Iran (In Persian).
- Taghizadeh, E., Jamali, A. (2016). Investigating the components of urban identity and its effect on landscape quality in the design of entrances to cities. The third annual international conference on civil engineering, architecture and urban planning. Iran, Shiraz (In Persian).
- Taj Bakhsh, K., Khakbaz, A. (2006). *Arman Shahr (space, identity and power in contemporary social thought)*, Tehran: Nei Publications. 336p. (In Persian).



- Vahdat, Salman; Sajjadzadeh, H., Karimi Moshaver, M. (2014). Explanation of the effective dimensions on the street view in order to improve the reading of the view of urban spaces. *Urban Studies Quarterly*, 15, 17-35 (In Persian).
- Vakili, M. M. (2010). Data collection methods and tools in applied research. *Zahedan Medical Science Research*, 12. 4 (In Persian).
- Van der Gaag, M. A., De Ruiter, N. M., Kunnen, S. E., Bosma, H. (2020). The Landscape of Identity Model: An Integration of Qualitative and Quantitative Aspects of Identity Development. *Identity*, 20(4), 272-289.
- Yazdani, M. H., Alipour, E., Mahmoudi, A. (2018). Investigating and analyzing the identity of urban neighborhoods with an emphasis on the sense of belonging to the place (study: Thirteen neighborhoods on the outskirts of Ardabil city). *Sociology of Social Institutions*, 6(14), 9-39 (In Persian).
- Zandieh, M., Saharkhiz, M. (2017). landscape architecture; Endless scope, *Architectural thought*, 2(3), 29-43 (In Persian).
- Zarghami, I., Aminian, M. (2011). Urban identity and landscape (case study: Pakdasht city). *Iranian-Islamic City Magazine*, 9, 49-58 (In Persian).
- Zakavat, S., Rezaei, M., Payam, H. (2019). Promoting vitality in urban spaces with an emphasis on the approach of urban landscape organization (case study: Yasouj city), *Amash Mohit Quarterly*, 50, 198-215 (In Persian).



Investigation of the urban park impacts on the identity of it's around Streets

Case study: kooh sangi park and kooh sangi street, mashhad- iran

Ali Arhami¹, Behdad Alizadeh² *

1. Department of Architecture, Binaloud Institute of Higher Education

2. Department of Horticulture and Landscape Architecture, Ferdowsi University of Mashhad

* Corresponding Author (b-alizadeh@um.ac.ir)

Abstract

Every city is made up of different elements, which cohesion, uniformity and creating harmony between them helps to increase the beauty; Textures, alleys, neighborhoods, streets, natural indicators, etc. are among these elements; in addition, every city has its own history and culture, and the harmony of the city's beauty with its history and culture increases the feeling of belonging to that city; because part of the identity of the urban landscape is linked with the past body of the city. One of these elements affecting the beauty of cities is the park. this research has been done by examining the concept of the city and then with the aim of reinterpreting and designing the landscape of Kooh Sangi Park in Mashhad in the direction of renewing its identity and its impact on the street landscape. Mashhad is the second largest and most populous city in Iran, which has unique historical, cultural and ethnic, pilgrimage and tourism characteristics, and has an important function of unifying and national and religious identity and diverse potential economic capabilities. Kooh Sangi Park is one of the most famous, most beautiful and oldest tourist places in Mashhad, and the Kooh Sangi axis is the main access to this entertainment complex, and this issue is a valid reason for the importance of this research. One of the important questions is to examine the factors affecting space and place and to evaluate the criteria for recognizing the sense of belonging. While paying attention and precision in these concepts and examining them, the research method is practical in terms of the goal, and the research method is a descriptive analytical type, along with quoting the words of great people such as "Charles Butt" and "Proshensky". Among these people is "Stephen Kaplan" who in his evolutionary theory emphasizes people's information and the level of familiarity with the landscape, orientation and discovery of new study information on beauty preference. The statistical population of the research includes users of Kooh Sangi Park and residents and passers-by of Kooh Sangi Street. Due to the unlimited number of people in the statistical population, the number of 384 people was estimated as the statistical sample size using Cochran's formula. The most important research tools are questionnaires and guided interviews of random samples. SPSS software was used to analyze the data. The results showed that all the criteria of urban sector identity except education, social services, transportation and security and fighting crime are in a favorable condition in the studied area and are effective factors on urban identity. It was also founded that this index has the highest priority among the selected indices and the economic index has the least importance.

Keywords: Koohsangi, Mashhad, Street scape, Urban identity, Urban landscape.