

بررسی عوامل تاثیرگذار در تبدیل فضای اجتماعی به المان و نشانه شهری از منظر هویت و خاطره جمعی در شهر شیراز؛ نمونه موردی: ارگ کریم خانی و دروازه قرآن

طاهره عدالت - کارشناس طراحی فضای سبز شهری سازمان سیما منظر و فضای سبز شهری، شهرداری شیراز، شیراز، ایران
فضل اله پژواک* - گروه باغبانی، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان، ملاثانی، ایران.

چکیده

شهر بی‌خاطره شهری است که با پدیده بحران هویت مواجه می‌باشد. وقایع در شهر خاطرات را می‌سازند و برای ایجاد آنها نیاز به فضا دارند. فضاهای خاطره ساز که قبلاً در شهرهای ما وجود داشتند تنزل کیفیت یافته اند. از این رو با کاهش بسترهای مناسب برای شکل‌گیری خاطرات جمعی در شهرهای امروز مواجه شده و محدود فضاهایی از گذشته وجود دارند که با تغییر کاربری به مرور زمان تبدیل به نشانه‌های شهری شده اند تا خاطرات جمعی شهرها را حفظ می‌کنند. از این رو تحقیق حاضر در پی اثبات این است که المان‌های شهری می‌توانند با بکارگیری فاکتورهای مؤثر در طراحی تبدیل به نشانه‌های شهری شوند و نقش مؤثری در شکل‌گیری و ثبت خاطرات جمعی داشته باشند. این پژوهش با استفاده از منابع موجود به بررسی چند نمونه فضای شهری شهر شیراز که تبدیل به نشانه‌های شهری خوب با رویکرد خاطره پذیری شده اند، پرداخت. همچنین نشان می‌دهد فضاهایی هستند که به هویت بخشی شهرها کمک می‌کنند و با وجود کاربری متفاوتشان تبدیل به یک المان و نشانه شهری خوب شده اند و خاطرات جمعی شهرها را زنده نگه می‌دارند. در اینجا ابتدا مفهوم فضای اجتماعی بیان می‌شود، پس از آن هویت و فضای شهری مطرح می‌گردد. سپس المان شهری و اهمیت و نقش آن مورد بررسی قرار می‌گیرد. بعد از آن مفهوم خاطره جمعی، خاطره تاریخی و نشانه شهری بیان می‌گردد و دو بنای ارگ کریم خان در محور زندیه شیراز و دروازه قرآن در ورودی شمال شرقی شیراز مورد بررسی قرار می‌گیرند. در نهایت یک پرسشنامه تهیه گردید و پس از پخش آن در این دو محل، جمع آوری شد. در آخر نیز داده‌ها و اطلاعات به دست آمده در نرم افزار spss قرار گرفت و نتایج مطلوبی حاصل گردید. **واژگان کلیدی:** فضای اجتماعی، هویت، خاطرات جمعی، المان شهری، شهر شیراز.

Investigating the Influencing Factors in the Conversion of Social Space to Element and Urban Symbol from the perspective of identity and collective memories in Shiraz

Abstract

The city is a memory less city that faces the phenomenon of identity crisis. Events in the city make memories and they need space to create them. The memorabilia spaces already existed in our cities have been degraded. Hence, there are fewer areas for the formation of collective memories in today's cities and there are few spaces from the past that have become urban signs by changing their usage over time. Therefore, the present research seeks to prove that urban elements can become urban signs by using effective design factors. This research, using available resources, explores several examples of urban space in Shiraz, which have become good urban symbols with a memorable approach. It also shows the spaces that help the city's identity, and, despite their various uses, have become a good city element and symbol of urban memories.

Keywords: Social Space, Identity, Collective memories, Urban Element, Shiraz city

مقدمه

شهرها به میزانی زنده اند که به گستره فرهنگی، اجتماعی خود پایبند باشند و با تکرار الگوها، شاخص‌ها و نمادهای ویژه در مکان‌ها بعنوان بستر شکل‌گیری جامعه و نمایشگاه معرفی افکار مردم یک کشور نقش مهمی را در هویت ملی ایفا می‌کنند (آتشین بار، ۱۳۸۸، ص ۴۶). اما امروزه اکثر شهرهای ایرانی به دلیل عدم انطباق مناسب ساختار قدیم و جدید شهر با مشکل بحران هویت مواجه شده‌اند و عواملی همچون تحولات تکنولوژی و صنعتی، عوامل اجتماعی و فرهنگی از مهمترین فاکتورهای تأثیر گذار بر قطع تداوم هویتی گذشته و حال بوده که منجر به پاک شدن خاطرات جمعی از چهره اکثر شهرهای امروز می‌باشد. با توجه به اینکه تعامل اجتماعی و دلبستگی مردم با محیط‌های اجتماعی و ساخته شده رابطه ای تنگاتنگ دارد (لنگ، ۱۳۸۳، ص ۱۷۲). فضای شهری آن بخش از فضا است که از سوی شهر اشغال شده یا دست کم به ضرورت کارکرد درونی کانون‌های جمعیتی به کار گرفته شده است. این فضا در برگیرنده محدودیت‌های ساخته شده، شبکه راه‌های ارتباطی، قرارگاه‌ها، مؤسسات صنعتی و بنگاه‌های ترابری، باغستان‌ها، مکان‌های ویژه سرگرمی و بازی، محل‌های ویژه گذراندن اوقات فراغت، یعنی آن بخش از فضا است که در دسترس شهر نشینان قرار دارد (اردشیری و معاریان، ۱۳۸۹، ص ۳۰).

بیشتر تعاملات اجتماعی و دیدارهای جمعی در مکان‌هایی اتفاق می‌افتند که یادآور خاطرات جمعی شهر می‌باشند و شهروندان به این مکان‌ها احساس تعلق دارند. اما امروزه با کمبود فضاهایی هویت مند برای گفت و گو و دیدار و تعاملات اجتماعی در فضاهای شهری مواجه می‌باشیم و اکثر دیدارهای جمعی و تعاملات اجتماعی به کافی شاپ‌ها و مراکز خریدی کشیده شده که از نظر معماری فاقد فضاهای مناسبی هستند که یادآور خاطرات جمعی شهر باشند و احساس تعلق به این مکان‌ها ضعیف است و شهرهای امروز را با مشکل بحران هویت مواجهه کرده‌اند. اما در مقابل هنوز فضاهایی از گذشته در شهرها باقی مانده‌اند که احساس تعلق در این فضاها پر

رنگ بوده و وجود خاطرات جمعی شهر در این مکان‌ها باعث شده تغییر کاربری داده و تبدیل به المان‌ها و نشانه‌های شهری بسیار موفق‌تری شوند. این در حالی است که بیشتر المان‌های شهری که در ابتدا با کاربری المان طراحی شده‌اند نتوانسته‌اند به نشانه شهری تبدیل شوند و در شکل‌گیری و ثبت خاطرات شهرها نقش داشته باشند.

مواد و روشها

اینک سؤال این است که چه فاکتورهایی باعث شده که فضاهایی با کاربری‌های دیگر تبدیل به المان شهری و نشانه شهری شوند؟ این پژوهش برای پاسخ به این سؤال ابتدا با استفاده از مطالعه اسنادی به تعریف المان‌های شهری، خاطرات جمعی و نشانه شهری می‌پردازد. سپس توسط مطالعات میدانی به معرفی چند فضا که تبدیل به نشانه شهری موفق، شده‌اند پرداخته و با استفاده از روش تحلیلی به بررسی فاکتورهای مؤثر در هویت‌بخشی و خاطره‌مند بودن این فضاها می‌پردازد. از آنجا که فرضیه این پژوهش بر این بوده که المان‌های شهری پتانسیل تبدیل شدن به نشانه‌های شهری و هویت‌بخشی به شهر را دارند. در پایان هدف از این پژوهش مطابقت دادن و لحاظ کردن این فاکتورها در طراحی المان‌های شهری با رویکرد خاطره‌پذیر بودن آنها و خوانایی و جهت‌دهی به منظور هویت‌بخشی به شهرهای امروز و حفظ و تداوم خاطرات جمعی شهرها می‌باشد.

پرسش‌های تحقیق عبارتند از:

۱. آیا تبدیل فضای اجتماعی به المان شهری در ایجاد هویت و خاطره‌پذیری شیراز اهمیت دارد؟
۲. آیا یا استفاده از عوامل تأثیرگذار در ایجاد خاطره جمعی در شیراز می‌توان فضای اجتماعی را به نشانه شهری تبدیل کرد؟
۳. چگونه هویت شهری در اثر تبدیل فضای اجتماعی به المان شهری موجب ارتقا خاطرات جمعی می‌شود؟

فرضیه‌های تحقیق عبارتند از:

۱. تبدیل فضای اجتماعی به المان شهری در ایجاد هویت و خاطره‌پذیری شهر شیراز حائز اهمیت

می‌باشد. ۲. از عوامل تاثیرگذار در ایجاد خاطره جمعی در شهر شیراز تقویت فضای اجتماعی و تبدیل آن به نشانه شهری است. ۳. هویت شهری در اثر تبدیل فضای اجتماعی به المان شهری موجب ارتقا خاطرات جمعی می‌شود.

۱. مفهوم فضای اجتماعی

برای «سُجا» رویکرد «سَک» به فضا، که آن را نئوکانتی می‌داند، متقاعدکننده نیست و به علت جدایی از واقعیت‌های جسمیت یافته اجتماعی، از آن انتقاد می‌کند. «سُجا» دو مفهوم از فضا را شناسایی می‌کند: نخست فضای فیزیکی با ماهیتی مادی است که در قالب آن مباحث کلاسیک را در زمینه نظریه‌های مطلق در برابر نسبی دسته بندی می‌کند. مفهوم دوم (که به واقع مفهومی رابطه ای است) فضای ذهنی ادراک و بازنمایی است، که تلاش برای کاوش معنای فردی و محتوای نمادین نقشه‌های ذهنی و تصویرسازی از چشم اندازه‌ها، در آن جای می‌گیرند. او سپس به تبعیت از لوفبور، مفهوم سومی به نام فضای اجتماعی را طرح می‌کند و معتقد است یکی از سخت ترین چالش‌ها برای نظریه اجتماعی معاصر، تعریف ارتباطات متقابل این سه فضا است (رضایی عالیزمینی، ۱۳۹۳، ص ۲).

۲. هویت

هویت از نظر لغوی معادل identity است که از identias مشتق می‌شود و دو معنای تداوم و تمایز را می‌رساند. دارای دو جنبه تمایز و تداوم است که مکمل و متضاد هم هستند. هویت داشتن یعنی احساس تمایز و تداوم، استقلال داشتن است. داشتن این احساس که «خودش است و همان است که بوده و دیگران نیستند» (گل محمدی، ۱۳۸۳، ص ۶۱). از نظر ریچارد جنکینز هویت دو معنای اصلی دارد، معنای اولی آن بیانگر مفهوم تشابه مطلق و معنای دوم آن مفهوم تمایز را می‌رساند (جنکینز، ۱۳۸۱، ص ۸).

امر بیرونی جنکینز معادل «من مفعولی» مید و امر دورنی معادل «من فاعلی» مید است. منظور از هویت احساس تعلق به مجموعه‌های مادی و معنوی است که عناصر آن قبلاً شکل گرفته است. هویت فرایند پاسخگویی آگاهانه فرد، قوم و ملت

به پرسش‌های از حال حاضر و از گذشته خود می‌باشد...مجموعه ای معانی را برای فرد تولید می‌کند که مرجع کیستی و چیستی او را تشکیل می‌دهد (رهبری، ۱۳۸۰، صص ۵۶-۵۷). مفهوم عام هویت در فرهنگ دهخدا آمده است: «هویت عبارت است از تشخیص و همین معنی میان حکیمان و متکلمان شهر است» (دهخدا، ۱۳۷۳). یکی از ابعاد نگران‌کننده روند تحولات حاکم بر مراکز شهری به ویژه در کشورهای در حال توسعه، از بین رفتن هویت‌های کالبدی و تبعات نامطلوب آن است. بی‌هویتی، ناهماهنگی و یکنواختی که امروزه بر فضای شهرها حاکم و به طور روز افزونی در حال گسترش است، نه تنها سیمای نامطلوب و محیطی نامأنوس را برای سالنین ایجاد نموده، بلکه تمامی ابعاد زندگی اجتماعی و زیست محیطی را در جوامع شهری تحت الشعاع خود قرار داده است: زیرا فرم فیزیکی شهرها در حقیقت هسته جهان اجتماعی است که در تمامی ابعاد جامعه از اقتصاد گرفته تا زیباشناختی مؤثر است (Bentely, 1999).

لینچ در کتاب سیمای شهر به هویت و هویت شهری پرداخته است. هویت یکی از مهم ترین مسائل و چالش‌های پیش روی جوامع در حال توسعه، در طی فرآیند جهانی‌شدن و جهان‌سازی عصر حاضر است که تعاریف متعددی از این واژه به عمل آمده است؛ در فرهنگ لغات واژه هویت به صورت زیر معنی شده است: حقیقت شی یا شخص که مشتمل بر صفات جوهری او باشد، شخصیت، ذات، هستی و وجود، منسوب به هو، شناسنامه، چیستی، خود، کیستی، همانی و همانستی؛ اما طبق تعریف متداول، هویت، احساس تعلق خاطر به مجموعه ای مادی و معنوی است که عناصر آن از قبل شکل گرفته اند (لینچ، ۱۳۷۶، صص ۱۵۵-۱۹۲).

از دیدگاه دانشپور در سال ۱۳۷۹ ه.ق، هویت مقوله‌ای هنجاری و ارزشی است که بحث در مورد آن مستلزم ارزش‌گذاری و موضع‌گیری هنجاری است. در بسیاری از متون تخصصی و پژوهش‌ها، مطالعه هویت در محیط مصنوع با توجه به نظریه‌های ادراک محیط و علوم رفتاری انجام شده است. در این پژوهش‌ها هویت به



معنای احساس تعلق و اینهمانی با محیط در نظر گرفته شده و معیارهایی چون احساس امنیت، خاطره انگیزی، حس تعلق و وابستگی به منظور ارزیابی هویت تدوین شده و به کار رفته است (دانشپور، ۱۳۷۹). از نظر روانشناسانی مانند هاره و گافمن: همه فرآیندها و کنش‌های متقابل در محیط‌های اجتماعی و فیزیکی رخ می‌دهد و فرد به طور فعال و پویا همزمان با این که به نمایش‌های دیگران معنی می‌بخشد و به تناسب آن عمل می‌کند، این شرایط را می‌سازد و دگرگون می‌کند (دیکنز، ۱۳۷۷، ص ۲۷).

۳. فضا و هویت

محیط در درک معماری نقش مهمی دارد. معماری در شهر هم نه تنها در واقعیت متصل به محیط است، بلکه حتی در دنیای اهمیت و نقش المان‌ها در فضای شهری خاطرات ما نیز چنین است. به این ترتیب روشن می‌شود که نقش محیط در ادراک معماری و فضاهای مرتبط با آن اجتناب ناپذیر است. «در معماری، دخالت دادن فضا یکی از بنیادی‌ترین عناصر تحلیل و تحول جامعه است. انسان غالباً با فضا به صورت فعالانه برخورد کرده و همواره با آن در داد و ستد اطلاعات است. در این راستا فضا زمانی برای ما دارای هویت خواهد بود که از طرفی بتوانیم آن را موجودی مستقل و عینی تلقی کنیم و از طرف دیگر خود نیز به عنوان موجودی عینی در آن فعالیت و رفتار نموده و بالاخره بتوانیم ذهنیات ناشی از ادراک آن را با ذهنیات خود تطبیق دهیم. در چنین حالاتی انسان حتی نسبت به یک شیء یا فضا احساس «این همانی» می‌کند و آن را قسمتی از «من» یا خود «ما» جمع می‌پندارد» (پاکزاد، ۱۳۷۵، صص ۱۰۲-۱۰۴). پس، انسان‌ها با زندگی در فضا رابطه ای پیوسته و متقابل با آن برقرار می‌کنند: از آن تغذیه می‌شوند و آن را تغذیه می‌کنند. از آن تغییر پذیرفته و آن را تغییر می‌دهند. در آن فضا حرکت می‌کنند و با این حرکت خود، در آن فضا معنا می‌آفرینند. اجزای فضا را به نشانه‌های معناداری برای خود تبدیل می‌کنند و نشانه‌هایی از بیرون بر فضا می‌افزایند (فکوهی، ۱۳۸۳، ص ۲۳۶). در نتیجه هویت مکانی بخشی از زیر ساخت هویت

فردی انسان و حاصل شناخت‌های عمومی او درباره جهان فیزیکی است که انسان در آن زندگی می‌کند. پروشانسکی نیز به اهمیت رابطه متعادل بین هویت مکانی فرد و ویژگی‌های محیط بیرونی تاکید می‌کند (بهزادفر، ۱۳۸۶، ص ۶۵).

۴. فضای شهری

در روانشناسی اجتماعی از انبوهه در مقابل جامعه سخن به میان می‌آید. در واقع از نظر روانشناسان اجتماعی، انبوهه عبارت است از توده ای از جمعیت که هیچ گونه احساس وابستگی ندارند. امروزه بسیاری از شهرهای توریستی جهان به واسطه فضاهای شهری تاریخی شان شناخته می‌شوند و در واقع این فضاها به یکی از مولفه‌های اصلی هویتی شهرهای مذکور تبدیل شده اند. امروزه با آشکارشدن تدریجی بی هویتی و انزواگرایی انسانهای عصر مدرنیسم به خوبی روشن می‌گردد که برای بخشیدن چهره انسانی تر به شهرها باید به فضاهای شهری روی آورد. فضاهای همگانی که زنده ترین حرکت‌های شهری در آنها رخ می‌دهد آثار با ارزش معماری و شهرسازی گذشته باید از نو مطالعه شوند تا قادر به ایجاد فضایی آثار برای امروز باشیم و جوهر این مطالعه و بررسی، خصوصیت فضایی آثار شهرسازی و معماری گذشته است که ادموند بیکن عقیده دارد تازمانی که ادراک نشود سرگردانی در فضاهای شهری ادامه دارد (شیبانی و موسوی، ۱۳۹۲، ص ۳).

فضاهای شهری یکی از عناصر ساخت فضایی و هویت بخش شهر است که همراه با تاریخ یک ملت در ادوار مختلف به وجود می‌آید، شکل می‌گیرد و دگرگون می‌شود. این عنصر که فعالیتهای مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و یا سیاسی همواره در آن جریان داشته است، همیشه با قلب تاریخ شهر می‌تپیده و سرگذشت شهر را رقم می‌زده است (رضایی، ۱۳۹۱). برای دستیابی به هویت شهری در فضاهای شهری، فضاها و ساختمان‌های عمومی شهر نیاز است دو خصوصیت زیر را داشته باشند:

۱. فضاهای عمومی شهر باید با گذشته و حال شهر پیوند برقرار کرده و خصوصیات آنرا در خود مجسم سازد: راب کریر در این زمینه

به هر شکل و اندازه‌ای که باشد، قابلیت آن را دارد که مفهوم خاصی را منعکس سازد. تراکم مفاهیم و معانی در فضاهایی بیشتر است که سازندگان متعددتر و با فرهنگ غنی‌تر در شکل دادن آن‌ها دخیل باشند. این بدان جهت است که باورها و اعتقادات در کیفی کردن فضاها در مراحل طراحی، ساخت، تزئین و حتی استفاده، ایفای نقش می‌کنند. به هر حال، به رغم آن که معماران برجسته ایرانی همواره تلاش‌هایی در جهت پیوند مصنوعاً نشان به گذشته و فرهنگ این سرزمین معمول داشته اند، اما این تلاش‌ها بیش‌تر سطحی و ظاهری بوده است و توجه عمیق به روح کلی و همچنین اصول و مبانی معماری سنتی مبذول نگردیده و به رغم دیدگاه‌های مشترک بسیاری که در میان معماران و شهرسازان است، هنوز این جریان شکل مشخصی نیافته و مبانی نظری خود را تنظیم نکرده است (امین زاده، ۱۳۸۹، ص ۲۴).

۶. اهمیت و نقش المان‌ها در فضای شهری

اهمیت نشانه و نمادها در ارتباطات به اندازه‌ای است که گاه ماهیت ارتباط، خود تحت تاثیر نمادها قرار می‌گیرد. و بدون آن، انسان‌ها هویت ملی نخواهند داشت. نشان یا نمادهای یک سرزمین مظهر هویت ساکنان آن و بوجود آورنده پیوند نسل‌ها در قرون متمادی است. نمادها و نشان‌ها در جوامع مختلف ارزش و اهمیت متفاوتی دارند و هنگامی ارزش ملی می‌یابند، که مورد قبول اکثریت اعضای جامع باشند. نشان‌های معماری، همانند هر نماد دیگر، دارای دو عملکرد (بیان معنا) و (ایجاد حس هویت) هستند. هر نشانه‌ای به بیان معنایی فراتر از خود می‌پردازد و حس تعلق به جامعه‌ای خاص را اظهار می‌دارد. این نشانه‌ها به دلیل آنکه در زندگی روزمره تکرار می‌شوند حس خاصی از معنا و هویت را نیز تقویت می‌کنند (لینچ، ۱۳۷۶). نمادها و الگوهای شهری همیشه به عنوان علائم و نشانه‌های القاکننده تفکر و بینش حاکم در شهرها مورد توجه بوده اند. این علائم چنانچه با دقت و اندیشه متعالی انتخاب شوند، می‌توانند به عنوان رسانه عمومی بسیار مهمی ایفای نقش کنند و به آگاهی بخشی ساکنان شهر و حتی بازدیدکنندگان آن بپردازند. نقش نمادها و نشان‌ها در بناها و فضاهای

معتقد است که فضاهای قدیمی را باید از نو کشف نمود. زمانی این هدف دست یافتنی می‌شود که ابتدا کارکردهای آنرا ارزش نهیم و بعد در مکان درست با برخورداری مناسب آن را در طرح کلی شهر برنامه ریزی شود. شهرسازان همواره وظیفه اخلاقی دارند که خصوصیات زمان را در کارهای خود متجلی نمایند.

۲. فضاهای عمومی به عنوان عناصری نمادین برای ایجاد نقاط تاکید در شهر: از نظر کوین لینچ محیط باید هویت قابل ادراک داشته باشد. این نوع هویت یا حس مکان می‌تواند احساس تعلق به همراه داشته باشد و میان مردم و مکان‌ها ارتباط برقرار کند و وحدت بوجود آورد. ایجاد محیط‌های متنوع امکان انتخاب افراد را از محیط‌های خلوت تا شلوغ، محصور تا آزاد و ساده تا پیچیده افزایش می‌دهد (لینچ، ۱۳۸۵).

به گفته سلطان زاده در ۱۳۸۵ در گذشته فضاهای شهری نقش بسیار مهمی در زندگی فردی، خانوادگی، محلی و شهری مردم داشت و بسیاری از فعالیت‌های عمومی، جمعی و گروهی در آنها جریان می‌یافت. به این ترتیب بخشی از فعالیت‌های اجتماعی، گذران فراغت و تبادل اطلاعات و تجربیات از طریق تماس‌های چهره به چهره صورت می‌پذیرفت و این فضاهای شهری «اعم از کوچه‌ها، خیابان‌ها، دروازه‌ها و...» بستر شکل‌گیری خاطره‌ها بوده است (شیبانی و موسوی، ۱۳۹۲، ص ۱۴).

۵. المان شهری

فضاهای معماری و شهری جلوه گاه فرهنگ، تمدن و پیشرفت علمی و فرهنگی هر جامعه به شمار می‌آیند. سیمای شهر و نمادهای موجود در آن نمودار شخصیت، منش، کارکرد و فرهنگ ساکنان آن اند و از همین روست که جلوه‌های معنوی شهر و به ویژه نشان‌ها و سمبل‌های اعتقادی و مرتبط با جنبه‌های ماوراء مادیات اعتبار شایان توجه دارند (کریمان، ۱۳۸۹، ص ۱۲۱). روشن کردن معنای نشانه‌های مبهم برقراری، حفظ یا توقف ارتباط رابطه بین پیام و خودش در شهرها هر واحد معماری،

شهر چنان مهم و تعیین کننده است که از جنبه‌های گوناگون بر ساکنان تأثیر می‌گذارد و رفتار آن‌ها را شکل می‌دهد. در واقع، نمادها حوزه‌های خاصی را سازمان می‌دهند و همانند حائل‌هایی مانع ظهور و نمود برخی از اعمال شهروندان می‌شوند و یا به ارائه اعمال مثبت یاری می‌رسانند. نشان‌ها و علائم و سبب‌ها مؤثر و نسبتاً ارزان برای غنی‌سازی هویت، خوانایی و تطابق با محیط اند (رضایی عالی‌زمینی، ۱۳۹۳، ص ۴).

۷. خاطره جمعی

واژه خاطره در لغت نامه دهخدا به صورت زیر تعریف شده است: «اموری که بر شخص گذشته باشد و آثاری از آن در ذهن شخص مانده باشد گذشته‌های آدمی و وقایع گذشته که شخص آن را دیده یا شنیده است.» لغت‌نامه اکسفورد خاطره را به شکل زیر تعریف کرده است: «قدرت انباشت اطلاعات در ذهن خودآگاه و توانایی به یاد آوردن آنها به صورت ارادی خیره تجارب گذشته برای کاربرد در آینده.» هر اندازه تعداد افراد درگیر در واقعه بیشتر باشد اهمیت آن افزایش می‌یابد. اشیاء و فضاهای به جامانده نیز دارای ارزش خواهند بود. گاه از یک خاطره فقط اسامی و نام‌ها باقی می‌مانند. بسیاری از فضاهای شهری امروز نام‌هایی دارند که یادآور خاطرات گذشته تاریخی آنهاست. بدین فرآیند شکل‌گیری خاطرات به صورت زیر است:

واقعه ← خاطره ← اشیاء، مکان‌ها، نام‌ها (یادآوری / تداعی خاطره) (شیبانی و موسوی، ۱۳۹۲، ص ۷).

واژه «خاطره جمعی» اولین بار توسط «هالبوکس» تحت عنوان «حافظه اجتماعی» مطرح شد. جامعه‌شناسان دیگری از آن تحت عنوان «حافظه جمعی» نام بردند. به موازات آن در سال ۱۹۶۰م پایه ریزی روانشناسی محیطی توجه به کیفیات انسانی در طراحی عرصه‌های عمومی و تأثیر در استفاده بیشتر کاربران از محیط امری مهم تلقی شد؛ به‌طوری که افرادی مانند کوین لینچ، ای‌ین بتلی و غیره معیارهایی برای ارتقاء این محیط‌ها ارائه دادند. بنا به تعریفی دیگر خاطره جمعی فرایند و ارتباطی است که در ذهن گروهی،

در مورد خودشان و جهان اطرافشان در زمان و مکان خاص شکل می‌گیرد. «آلمن و مور»، در خصوص کشف فضا می‌گویند: «نیاز به تحریک احساسات و لذت تجربه فضاهای جدید و مطبوع مربوط به کیفیت کشف فضا است. یافتن و کشف کردن انگیزه قوی است که سبب می‌گردد تا انسان‌ها به یک فضای جدید وارد شوند و در جهت یافتن دیگر فضاهای حرکت کنند» (میرمقداپی، ۱۳۸۸، ص ۱۴).

خاطره جمعی و حافظه جمعی از بدو بوجود آمدن علوم انسانی بصورت ملموس یا غیر ملموس وجود داشته است، ولی به عنوان پدیده‌ای که در مفاهیمی خاص و به صورت ویژه‌ای مطرح شده باشد، در نشانه‌های شهری اوایل قرن بیستم یک جامعه‌شناس معروف فرانسوی به نام «هالبوکس» آن را مطرح کرد (خسرو خاور، ۱۳۸۴، ص ۱۳۲). در حافظه جمعی ماده وجود ندارد، بلکه تنها صور خیالی وجود دارد، صور خیالی که بتواند در ذهن تجسم شود. بنابراین وقتی از شهر صحبت می‌شود، جای جای شهر مملو از فضاهایی است که صور خیالی شهروندان در آن نقش می‌بندد. در واقع خاطره به حال آوردن گذشته است و خیال عامل به وجود آورنده خاطره جدید است و خیال زمانی شکل می‌گیرد که فضای آن جاری باشد. به زبان دیگر وقتی از حافظه جمعی شهر صحبت می‌شود، از مکان‌ها یا فضاهایی که در آنها خاطره شهری نقش داشته و وقایع شهری اتفاق افتاده است، یاد می‌شود. این وقایع شهری به شهر ضخامت تاریخی داده است و در واقع جزئی از حافظه تاریخی و حافظه ما می‌شوند. یکی از عناصری که انسان با آن تعریف می‌شود، حافظه است. شهر نیز دارای حافظه است. اگر شهری فاقد حافظه تاریخی باشد نمی‌توان گفت دارای هویت است. حافظه تاریخی شهر یعنی اینکه شهر، دارای خاطره است و تعریف می‌کند که در این مکان چه اتفاقی افتاده است. علاوه بر حافظه، شهر باید خاطره داشته باشد. پس همانطور که انسان با خاطره تعریف می‌شود شهر نیز با خاطره تعریف می‌گردد (حبیبی، ۱۳۸۴). خاطره جمعی حالتی از حافظه جمعی است که معمولاً با فضاهای گره خورده است.

بودن آنها و اینکه عاملی منحصر به فرد باشند و خاطره ای در ذهن بر جای نهند، می داند (لینچ، ۱۳۸۵، ص ۱۴۴). گالچ معتقد است که نشانه های شهری می توانند برای سازمان دهی به فضا و یا به عنوان نوعی هدایتگری به کار برده شوند. از بنیادی ترین مفاهیم در علم نشانه شناسی نمادها هستند. به اعتقاد «پیرس» وجه معنایی نشانه های معماری در قالب انواع، شمایل، نمایه ها و نماد قابل مطالعه هستند.

همانند بکارگیری المان های شناخته شده فرمی در معماری بنابراین می توان بر اساس تعاریف ذکر شده گفت المان های شهری قابلیت تبدیل شدن به نشانه های شهری را دارند. اما لازم به ذکر است که همه المان های شهری که به عنوان نشانه های شهری به کار می روند نمی توانند تبدیل به فضایی جهت ثبت و شکل گیری خاطرات جمعی شهر شوند. به عنوان مثال اگر چه برج میلاد به عنوان یک نشانه شهری مد نظر می باشد و نشانه شهری بودن آن را تبدیل به المان شهر تهران کرده است در حالی که شاید از ابتدا به هدف المان شهری بودن ساخته نشده باشد. اما این برج تنها به لحاظ بصری نشانه شهری می باشد در حالی که جنبه های بصری لزوماً تنها عامل تمایز نشانه های شهر برای شهروندان نیستند و تا به امروز نتوانسته آنچنان که باید، به مکانی جهت ثبت خاطرات جمعی شهر تبدیل شود (فلاحی، نوحی ۱۳۹۱، ص ۲۰).

۹. نمونه های موردی

ارگ کریم خانی در محور زندیه شیراز

ارگ کریم خانی در مرکز شهر شیراز قرار دارد. این ارگ در دوره سلطنت سلسله زندیه ساخته شده است و پس از اینکه کریم خان زند شیراز را به عنوان پایتخت خود و این مکان را به عنوان مکان زندگی خود انتخاب کرد، به ارگ کریم خانی معروف شد. در سال ۱۳۵۰ این ارگ به اداره فرهنگ و هنر وقت واگذار شد. این بنای بزرگ اکنون زیر نظر سازمان میراث فرهنگی جمهوری اسلامی ایران اداره می شود و از چند سال پیش کار مرمت این بنا آغاز شده است تا به عنوان موزه بزرگ فارس مورد استفاده قرار گیرد. بنای ارگ ترکیبی از دو معماری مسکونی و نظامی

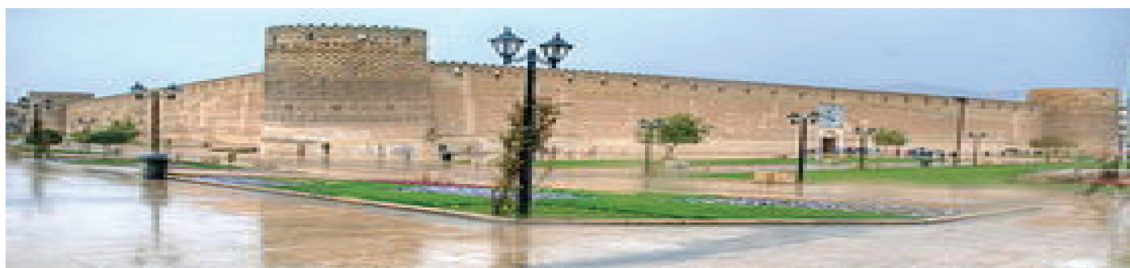
فضای جمعی جایی است که حیات اجتماعی در آن جریان دارد و به دلیل یک واقعه تاریخی و اجتماعی یا برنامه از پیش تعریف شده در خاطره جمعی مردم جای دارد. «این فضاها مکان هایی اند که بیشترین برخوردها و کنش میان افراد در آن ها به وقوع می پیوندد و شامل تمام بخش هایی از شهرند که مردم به آن ها دسترسی فیزیکی و بصری دارند. بنابراین مرزهای این فضاها، خیابان ها، پارک ها یا میدان ها با بناهایی که آنها را محدود می سازند، تعیین می شوند» (تیبالدز، ۱۳۸۵). حافظه تاریخی، همچنین بر بستر فضا حرکت میکند؛ به عبارت دیگر محور زمان در رابطه ای پیوسته با محیط فضایی قرار میگیرد و به نوبه خود آنرا تغییر داده و بر آن معناگذاری، نمادگذاری و نشانه گذاری می کند (شعله، ۱۳۸۵). «خاطرات جمعی و تمایلات و ارزش های انسانی در کالبد شهر مستتر است و مطالعه کالبد شهر به طور ضمنی مطالعه ارزش های انسانی شکل دهنده آن نیز به شمار می رود» (هاشم نژاد، ۱۳۸۵). فعالیت های جاری در فضاهای عمومی تصویری از ارزش های فرهنگی و سنتی یک اجتماع است. تعبیر فضای شهری، با زندگی جمعی که جلوه ای از فرهنگ جامعه است و در عین حال با فراهم بودن دسترسی عمومی به فضا مترادف است (نقی زاده، ۱۳۸۵، ص ۱۶). فضاهای شهری کارکرد ایجاد جو اعتماد و نزدیکی بین افراد و صمیمیت یک محله به وجود می آورند بدون آنکه برای این افراد تعهدی ایجاد کند (فکوهی، ۱۳۸۳، ص ۲۴۴). درک محیط شهری، فرآیندی ذهنی است که از طریق ارتباط انسان و فضای پیرامون او انجام می گیرد. انسان پیام های حسی محیط را دریافت کرده و تصویری از محیط در ذهن خود به وجود می آورد. یکی از عوامل مؤثر در شکل گیری این تصویر خاطرات فردی یا جمعی از محیط است (میرمقنایی، ۱۳۸۸، ص ۷).

۸. نشانه های شهری

به نظر کوین لینچ نشانه های شهری در واقع عواملی هستند که بیرون آنها به دیده ناظر می آید و مقیاس آنها ممکن است بسیار متفاوت باشد. وی یکی از خصوصیت های بارز نشانه ها را بی نظیر

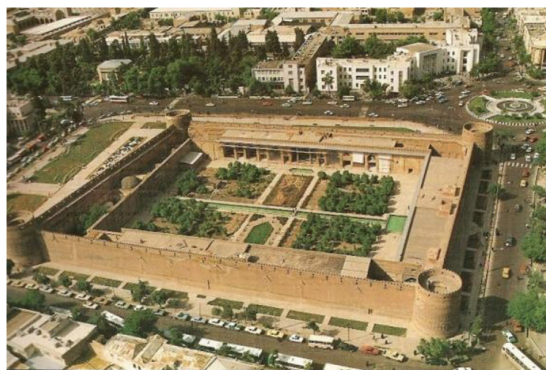
از آجر ساخته شده‌اند. یکی از برج‌های چهارگانه این ارگ مانند برج پیزا کج شده بوده و به این خاطریکی از جاذبه‌های گردشگری شیراز به حساب می‌آید. روند توقف کج‌شدگی این برج به لحاظ فنی و مهندسی مورد اهمیت قرار دارد. در حال حاضر این مجموعه به عنوان یک بنای تاریخی و دیدنی محسوب می‌شود که هر ساله افراد زیادی از سراسر دنیا برای دیدن این بنای تاریخی می‌آیند و از نزدیک شاهد زیبایی‌های این بنا می‌شوند (صانع، ۱۳۸۰).

است. بخش درونی ارگ با ایوان‌ها و اتاق‌های نقاشی شده، آبنماها و باغچه‌ها از ظرافت خاصی برخوردار است. سه ضلع شمال، جنوب و غرب هر یک دارای یک ایوان و شش اتاق مسکونی در دو طرف آن است. ضلع شرقی شامل حمام خصوصی و برخی امکانات خدماتی است. برج و باروی چهارگانه به انضمام خندقی که سابقاً دور آن حفر شده بود نیز نقش دفاعی بنا را بر عهده داشته‌اند. ضخامت دیوارها در پایه ۳ متر و در بالا ۱۲ متر است. ارتفاع برجها نیز ۱۴ متر می‌باشد و



تصویر ۱. نمای شرقی ارگ کریم خان زند در شیراز؛ منبع: www.wikipedia.com

دروازه قرآن در ورودی شمال شرقی شیراز
دروازه قرآن یکی از دروازه‌های به جای مانده از دوره‌های قدیم در شیراز است که امروزه به عنوان یکی از آثار تاریخی این شهر به حساب می‌آید. در قدیم شیراز دارای ۶ دروازه بوده است. هم اکنون در شیراز دروازه‌ای به جز دروازه قرآن وجود ندارد اما مردم شیراز هنوز به محل دروازه‌های قدیمی اشاره می‌کنند. در مدخل تنگ الله اکبر دروازه‌ای به دروازه قرآن معروف شده است. این دروازه به دستور عضدالدوله دیلمی ساخته شده است. وجه تسمیه آن بخاطر قرآنی است، که به دستور امیر در آن گذاشته شده بود تا مسافری به سلامت از زیر آن عبور کنند. این طاق به مرور زمان به خرابی رفت، تا این که در زمان کریم خان زند از نو ساخته شد و قرآن معروف به «هفده من» که منسوب به خط سلطان ابراهیم نوه شاهرخ تیموری در اطاقک بالای آن گذاشته شد. در بالای دروازه دو نسخه قرآن دستنویس به خط ثلث عالی منسوب به ابراهیم سلطان نوه شاهرخ تیموری قرار داشت. در سال ۱۳۱۶



تصویر ۲. ارگ کریم خان زند در شیراز؛
منبع: www.wikipedia.com

۱۰. روش تحقیق به صورت پرسشنامه و قرارگیری داده‌های استخراج شده در نرم افزار spss

تحقیق در لغت به معنای پیدا کردن، یافتن یا جستجوی حقیقت آورده شده است. تعاریف بعمل آمده از تحقیق و پژوهش فراوانند. تحقیق به روش علمی را مجموعه مقررات و قواعدی دانسته اند که چگونگی جستجو برای یافتن حقایق مربوط به یک موضوع را نشان می دهد. تحقیق وضع موجود را بررسی می کند و به توصیف منظم و نظام دار وضعیت فعلی آن می پردازد و ویژگی ها و صفات آن را مطالعه و در صورت لزوم ارتباط بین متغیرها را بررسی می نماید. در اینجا به بررسی جامعه آماری، روش نمونه گیری، حجم نمونه، روایی و پایایی و در آخر به تحلیل نتایج پرداخته می شود. روش تحقیق مجموعه ای از قواعد، ابزار و راه های معتبر (قابل اطمینان) و نظام یافته برای بررسی واقعیت ها، کشف مجهولات و دستیابی به راه حل مشکلات است (خاکی، ۱۳۷۸، ص ۲۰۱). اولین مرحله از تقسیم بندی تحقیق را می توان منوط به هدف از انجام تحقیق دانست هر محقق می تواند روشی خاص را برای تحقیقات خود انتخاب کند و در هر تحقیقی خاص نیز تغییراتی جزئی بر روش خود اعمال کند پس انتخاب روش برای محقق یک هنر است که از بین روش ها و مراحل گوناگون روش و مراحل را برمیگزینند. هدف این تحقیق بررسی عوامل تاثیرگذار در تبدیل فضای اجتماعی به المان و نشانه شهری از منظر هویت و خاطره جمعی در شهر شیراز (نمونه موردی: ارگ کریم خان و دروازه قرآن) است. اطلاعات از طریق پرسشنامه که در بین جامعه آماری قرار می گیرد به دست می آید. حجم نمونه آماری طبق فرمول کوکران محاسبه می شود. پس از پخش و جمع آوری پرسشنامه، داده های به دست آمده در نرم افزار spss وارد می شوند.

۱.۱۰. جامعه آماری

مطالعه ای که بر روی تعداد مشخصی از جمعیت صورت می گیرد که در این صورت دقت داده های بدست آمده به مراتب بیشتر از زمانی است که کل جامعه مطالعه شود. جامعه آماری به مجموعه افراد، اشیاء و یا به طور کلی پدیده هایی اطلاق

هجری شمسی دو قرآن خطی موجود در آن به موزه پارس شیراز انتقال یافت که همچنان در این موزه نگهداری می شوند. این دروازه با نابخردی شهرداری شیراز در سال ۱۳۱۵ شمسی با دینامیت ویران شد. بار دیگر این دروازه با بلندنظری یکی از بازرگانان معروف شیراز بنام حسین ایگار در سال ۱۳۲۸ شمسی تجدید بنا گردید. در اتاقک های کناری این بنا، ایگار و همسرشان دفن گردیده اند. این بنا در تاریخ ۱۳۷۵/۹/۱۹ با شماره ۱۸۰۰ در فهرست آثار ملی به ثبت رسیده است. دروازه قرآن در شمال شرقی شهر شیراز در تنگ الله اکبر میان کوه چهل مقام و کوه باباکوهی قرار دارد و در واقع در خروجی شیراز بسمت شهر مرودشت واقع شده است. این بنای تاریخی در کنار فلکه طاووسیه شیراز قرار دارد. دروازه قرآن در فاصله کمتر از ده متری مقبره خواجه کرمانی و همچنین فاصله کمتر از پانصد متری باغ جهان نما و همچنین فاصله کمتر از هزار متری مقبره شاعر نامدار پارسی زبان حافظ شیرازی و باغ جهان نما قرار دارد (شهبازی، ۱۳۸۷).



تصویر ۳. دروازه قرآن در شیراز؛
منبع: www.persiane.com

می شود که محقق می تواند نتیجه مطالعه خود را به کلیه آنها تعمیم دهد. در این تحقیق جامعه آماری جمعی از همکاران سازمان سیما و فضای سبز شهرداری هستند.

۲.۱۰. نمونه گیری و حجم نمونه

نمونه، معمولاً گروهی از افراد جامعه است که معرف آن جامعه بوده و کم و بیش ویژگی های افراد جامعه را داراست. درعین حال نمونه آماری باید قابل دسترسی بوده و امکان مطالعه آن توسط محقق فراهم باشد. حجم نمونه باید به اندازه ای باشد که نتایج حاصل عیناً با نتایج همان مطالعه در جامعه ای که نمونه از آن انتخاب شده است برابر باشد. فرمول کوکران یکی از پرکاربردترین روش ها برای محاسبه حجم نمونه آماری است.

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

n = حجم نمونه
N = حجم جمعیت آماری (۲۵۰)
z = در صد خطای معیار ضریب اطمینان قابل قبول (۱/۹۶)
p = نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین (۰/۵)
q = (p-۱) نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین (۰/۵)

d = درجه اطمینان یا دقت احتمالی مطلوب (۰/۰۵)
P یا q مساوی با ۰/۵ یعنی نیمی از جمعیت حایز صفتی معین باشند و نیمی دیگر فاقد آن هستند. دقت احتمالی در تحقیقات علوم اجتماعی برابر با ۰/۰۵ می باشد. بنابراین حجم نمونه ۱۵۲ نفر محاسبه شد. در نهایت ۱۵۲ پرسشنامه توزیع و برگشت داده شد و تحلیل از بین آنها صورت گرفت.

۳.۱۰. ابزار گردآوری داده ها

یکی از اصلی ترین بخش های هر کار پژوهشی را جمع آوری اطلاعات تشکیل می دهد کیفیت و اعتبار هر پژوهش تا حد زیادی به اطلاعات و داده های جمع آوری شده و کیفیت اطلاعات و داده ها نیز به شیوه جمع آوری آنها مربوط میشود. پرسشنامه به عنوان یکی از متداول ترین ابزار

جمع آوری اطلاعات در تحقیقات پیمایشی مورد استفاده قرار می گیرد و عبارت است از مجموعه ای از پرسش های هدف دار که با بهره گیری از مقیاس های گوناگون نظر، دیدگاه و بینش یک فرد پاسخگو را مورد سنجش قرار می دهد. نحوه تهیه و تنظیم پرسشنامه به عنوان ابزاری برای گردآوری اطلاعات و داده های مورد نیاز در تحقیق یا پایان نامه و غیره نیاز به دانستن مراحل مختلف تحقیق با توجه به نوع روش بکار رفته است.

۴.۱۰. روایی و پایایی ابزار پژوهش

۴.۱. روایی

اعتبار (روایی) به ارتباط منطقی، بین پرسش های آزمون و مطلب مورد سنجش اشاره دارد. وقتی گفته می شود آزمون، روایی دارد به این معنا است که پرسش های آزمون به طور دقیق آنچه را که مورد نظر می باشد، می سنجد. ابزار اندازه گیری ممکن است برای اندازه گیری یک خصیصه ویژه دارای اعتبار باشد، در حالی که برای سنجش همان خصیصه بر روی جامعه دیگر از هیچ گونه اعتباری برخوردار نباشد. برای رسیدن به این هدف از نظرات کارشناسان، خبرگان و استاد راهنما در طرح پرسشنامه بهره گرفته شده تا میزان روایی در سطح مطلوبی قرار داشته باشد.

۴.۲. پایایی

ابزار اندازه گیری ممکن است برای اندازه گیری یک خصیصه ویژه دارای اعتبار باشد، در حالی که برای سنجش همان خصیصه بر روی جامعه دیگر از هیچ گونه اعتباری برخوردار نباشد. پایایی ابزار اندازه گیری حتماً باید قبل از به کار بردن آن در مطالعات مختلف معین شود. تخلف از این قاعده تنها هنگامی جایز است که در مطالعات قبلی قابلیت اعتماد رضایت بخشی برای ابزار مورد نظر به دست آمده باشد. یکی از روش های محاسبه قابلیت اعتماد استفاده از فرمول کرونباخ است. در واقع می خواهیم ببینیم تا چه حد برداشت پاسخگویان از سؤالات یکسان بوده است. برای محاسبه ضریب آلفای کرونباخ ابتدا باید واریانس نمره های هر زیر مجموعه سوال های پرسشنامه (یا زیر آزمون) و واریانس کل را محاسبه کرد.

سپس با استفاده از فرمول زیر مقدار ضریب آلفا را محاسبه کرد.

$$r_a = \frac{j}{j-1} \left(1 - \frac{\sum s_j^2}{s^2} \right)$$

J = تعداد سوالات

S_j^2 = واریانس هر سوال

S^2 = واریانس کل سوالات می باشد.

یک نمونه اولیه شامل ۳۰ پرسشنامه تهیه می گردد و با استفاده از داده های به دست آمده و نرم افزار آماری spss میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شده است. اگر ضریب آلفا بیشتر از ۰/۷ باشد، آزمون از پایایی قابل قبولی برخوردار است. ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۲۰ به دست آمده است که نشان از پایایی مطلوب پرسشنامه است.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	15

۱۰.۵. روش تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرض ها

۱۰.۵.۱. آزمون تی تک نمونه ای

آزمون t تک نمونه ای که ساده ترین نوع آزمون های t است جهت تعیین این که آیا میانگین مشاهده شده در نمونه که به صورت تصادفی از جامعه انتخاب شده است، مقداری برابر با میانگین مفروض جامعه دارد یا خیر، به کار می رود. در این آزمون به این موضوع پرداخته می شود که میانگین یک جامعه، به چه میزان از یک مقدار ثابت بیش تر و یا کم تر است. در این آزمون، چنانچه سطح معنی داری کم تر از مقدار خطا باشد، چنین استنباط می شود که میانگین جامعه ی مورد نظر، مقدار آزمون شده نیست. با توجه به طیف لیکرت ۴ تایی در نتیجه میانگین ملاک برابر ۲ یا ۳ می توان در نظر گرفت. برای انجام این آزمون از نرم افزار spss استفاده شده است.

۱۰.۵.۲. آزمون فریدمن

آزمون فریدمن این است که در مواردی که در آن آزمودنی ها همتا هستند یا گروه واحدی از آزمودنی ها

بیش از یک بار مشاهده می شوند، می توان شکلی از تحلیل واریانس رتبه ای را که نخستین بار توسط فریدمن طراحی شده به کار بست. این آزمون برای مقایسه چند گروه از نظر میانگین رتبه های آنهاست و معلوم می کند که آیا این گروه ها می توانند از یک جامعه باشند یا نه؟ برای انجام این آزمون از نرم افزار spss استفاده می شود.

۱۰.۶. نتایج اولیه پرسشنامه ها

در این پژوهش جامعه آماری تعدادی از همکاران سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری در شیراز در نظر گرفته شده است و حجم اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه از طریق نرم افزار spss تحلیل شدند. نمونه با توجه به فرمول کوکران ۱۵۲ نفر به دست آمد. ضریب آلفای کرونباخ پس از اصلاح ۰/۸۲۰ به دست آمد که نشان از پایایی بالای پرسشنامه است. اطلاعات به دست آمده به وسیله نرم افزار spss تحلیل شدند هم چنین برای بررسی فرضیه ها از دو آزمون تی تک و فریدمن استفاده شده است و در ادامه به بررسی نتایج ثانویه آن پرداخته می شود.

۱۱. تجزیه و تحلیل داده ها

در این قسمت به تحلیل یافته های پژوهش پرداخته می شود. در قسمت اول به بررسی ویژگی های توصیفی نمونه مورد بررسی و جداول و نمودارهای مربوط به هر سوال ارایه می شوند. برای بررسی فرضیه ها که در مورد خصوصیتی از جامعه هستند از آزمون تی تک نمونه ای استفاده می شود هم چنین از آزمون فریدمن برای مقایسه شاخص های مورد بررسی و رتبه بندی آنها استفاده شده است

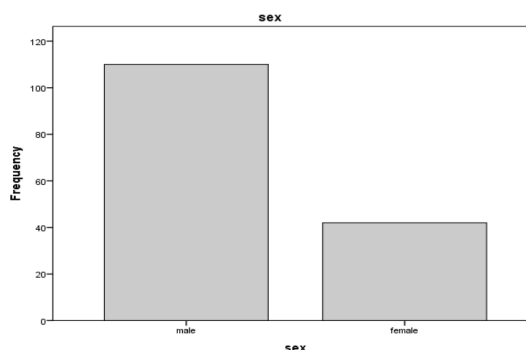
۱۱.۱. آنالیز داده ها (آمار توصیفی)

۱۱.۱.۱. توزیع جنسیت

چگونگی توزیع جنسیت در نمونه مورد بررسی در جدول و نمودار ۱ ارایه شده است. از کل نمونه آماری که ۱۵۲ نفر می باشند، حدود ۷۲،۴ درصد از پاسخ دهندگان، مرد و حدود ۲۷،۶ درصد از آنها زن می باشند. نمودار میله ای ۱ تعداد این افراد را نشان می دهد.

جدول ۱. توزیع جنسیت؛ منبع: نگارندگان.

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۱۱۰	۷۲,۴
زن	۴۲	۲۷,۶
کل	۱۵۲	۱۰۰

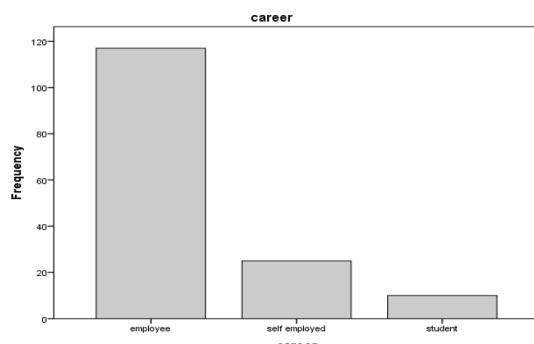


نمودار ۱. توزیع جنسیت؛ منبع: نگارندگان.

۱۱. ۲.۱. توزیع تحصیلات

چگونگی توزیع تحصیلات در نمونه مورد بررسی در جدول و نمودار ۲ ارایه شده است. در نمونه مورد بررسی، نتایج به دست آمده از تحصیلات به صورت ۱۸,۹ درصد فوق دیپلم، ۷۴ درصد لیسانس، ۷,۱ درصد فوق لیسانس بوده اند. نمودار میله ای ۲ تعداد این افراد را نشان می دهند. جدول ۲. توزیع تحصیلات، منبع: نگارندگان.

تحصیلات	فراوانی	درصد
دیپلم	۱۵	۹,۹
فوق دیپلم	۰	۰
لیسانس	۶۲	۴۰,۸
فوق لیسانس	۷۲	۴۹,۳
دکتری	۰	۰
پیشود	۰	۰
کل	۱۵۲	۱۰۰



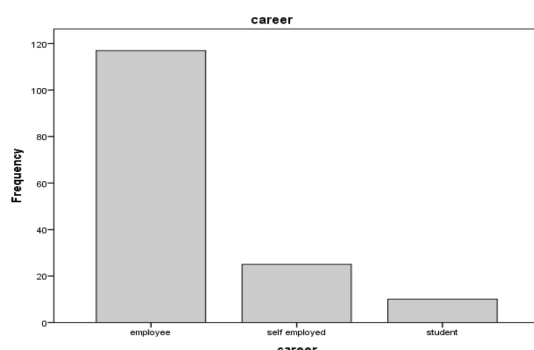
نمودار ۲. توزیع تحصیلات؛ منبع: نگارندگان.

۱۱. ۳.۱. توزیع شغل

چگونگی توزیع شغل در نمونه مورد بررسی در جدول و نمودار ۳ ارایه شده است. در نمونه مورد بررسی، نتایج به دست آمده از شغل به صورت ۷۷ درصد کارمند، ۱۶,۴ درصد آزاد، ۶,۶ درصد دانشجو و ۰ درصد بیکار را نشان می دهند.

جدول ۳. توزیع شغل؛ منبع: نگارندگان.

شغل	فراوانی	درصد
کارمند	۱۱۷	۷۷
آزاد	۲۵	۱۶,۴
دانشجو	۱۰	۶,۶
بیکار	۰	۰
کل	۱۵۲	۱۰۰



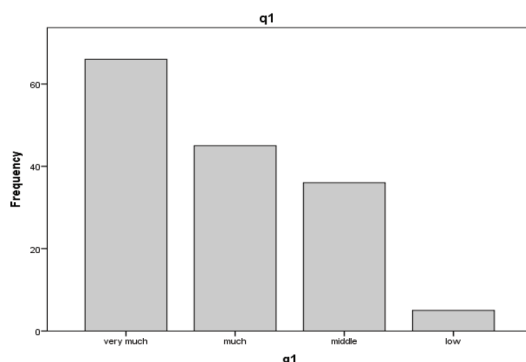
نمودار ۳. توزیع شغل، منبع: نگارندگان.

۱۱. ۱. ۴. توزیع تاهل

چگونگی توزیع سن در نمونه مورد بررسی در جدول و نمودار ۴ ارائه شده است. در نمونه مورد بررسی، نتایج به دست آمده از تاهل به صورت ۷۶,۳ درصد مجرد، ۲۳,۷ درصد متاهل بوده اند. نمودار میله ای ۴ تعداد این افراد را نشان می دهند.

جدول ۴. توزیع تاهل؛ منبع: نگارندگان.

سن	فراوانی	درصد
مجرد	۴۶	۳۰,۳
متاهل	۱۰۶	۶۹,۷
کل	۱۵۲	۱۰۰

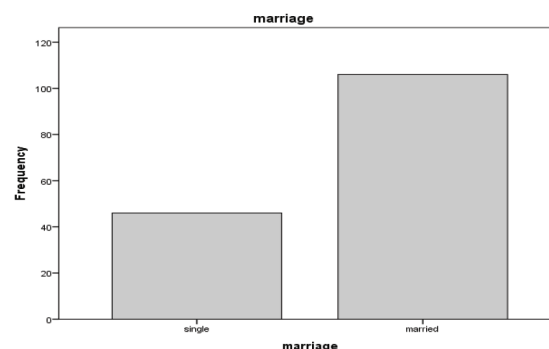


نمودار ۵. توزیع فراوانی در مورد سوال اول؛ منبع: نگارندگان.

۲) آیا نشانه های یک فضا به تنهایی موجب حس تعلق افراد به آن محیط اجتماعی می شود؟

جدول ۶. توزیع فراوانی در مورد سوال دوم؛ منبع: نگارندگان.

درصد	فراوانی	
۱۳,۲	۲۰	خیلی زیاد
۳۴,۲	۵۲	زیاد
۳۹,۵	۶۰	متوسط
۹,۹	۱۵	کم
۳,۳	۵	خیلی کم



نمودار ۴. توزیع تاهل؛ منبع: نگارندگان.

۱۱. ۲. سوالات پرسشنامه و تحلیل آنها

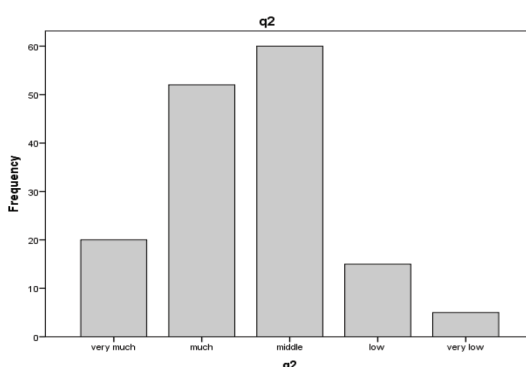
فضای اجتماعی و هویت فضا

۱) تا چه میزان هویت یک فضای اجتماعی پر تحرک در ذهن افراد ماندگار می ماند؟

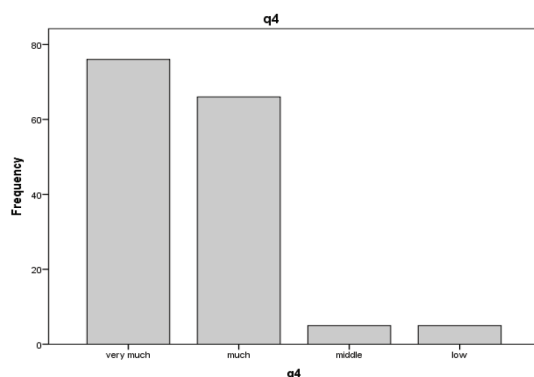
جدول ۵. توزیع فراوانی در مورد سوال اول؛

منبع: نگارندگان.

درصد	فراوانی	
۴۳,۴	۶۶	خیلی زیاد
۲۶,۹	۴۵	زیاد
۲۳,۷	۳۶	متوسط
۳,۳	۵	کم
۰	۰	خیلی کم



نمودار ۶. توزیع فراوانی در مورد سوال دوم؛ منبع: نگارندگان.

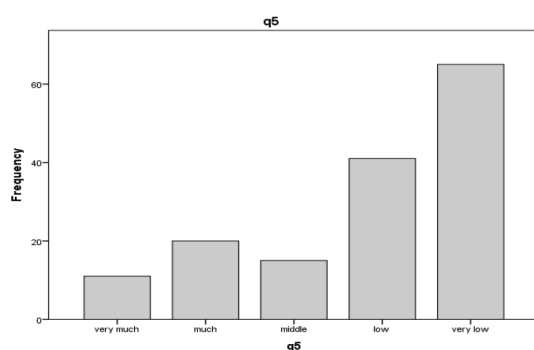


نمودار ۸. توزیع فراوانی در مورد سوال چهارم؛ منبع: نگارندگان.

۵) آیا ناهماهنگی و یکنواختی یک فضای اجتماعی سبب افزایش هویت آن فضا می‌شود؟

جدول ۹. توزیع فراوانی در مورد سوال پنجم؛ منبع: نگارندگان.

درصد	فراوانی	
۷,۲	۱۱	خیلی زیاد
۱۳,۲	۲۰	زیاد
۹,۹	۱۵	متوسط
۲۷	۴۱	کم
۴۲,۸	۶۵	خیلی کم

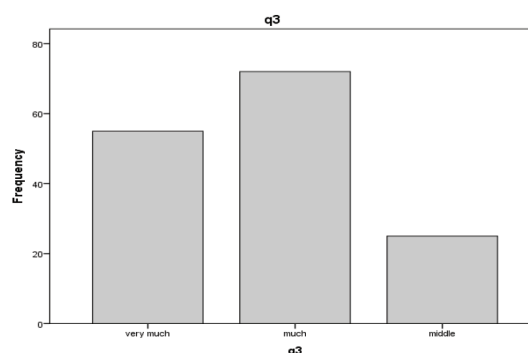


نمودار ۹. توزیع فراوانی در مورد سوال پنجم؛ منبع: نگارندگان.

۳) چقدر عناصر یک فضای اجتماعی در ارتقا هویت آن فضا موثر می‌باشد؟

جدول ۷. توزیع فراوانی در مورد سوال سوم؛ منبع: نگارندگان.

درصد	فراوانی	
۳۶,۲	۵۵	خیلی زیاد
۴۷,۴	۷۲	زیاد
۱۶,۴	۲۵	متوسط
۰	۰	کم
۰	۰	خیلی کم



نمودار ۷. توزیع فراوانی در مورد سوال سوم؛ منبع: نگارندگان.

۴) تا چه حد دلبستگی افراد به یک فضای اجتماعی باعث بالابردن هویت آن فضا می‌گردد؟

جدول ۸. توزیع فراوانی در مورد سوال چهارم؛ منبع: نگارندگان.

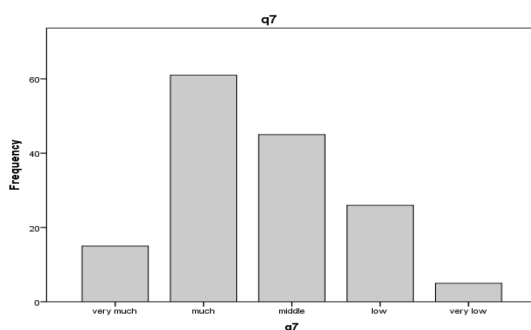
درصد	فراوانی	
۵۰	۷۶	خیلی زیاد
۴۳,۴	۶۶	زیاد
۳,۳	۵	متوسط
۳,۳	۵	کم
۰	۰	خیلی کم

نشانه و المان شهری

۶) تا چه میزان استفاده از المان‌های شهری در فرهنگ جامعه نقش دارد؟

جدول ۱۰. توزیع فراوانی در مورد سوال ششم؛ منبع: نگارندگان.

درصد	فراوانی	
۱۹,۷	۳۰	خیلی زیاد
۵۳,۳	۸۱	زیاد
۲۰,۴	۳۱	متوسط
۶,۶	۱۰	کم
۰	۰	خیلی کم

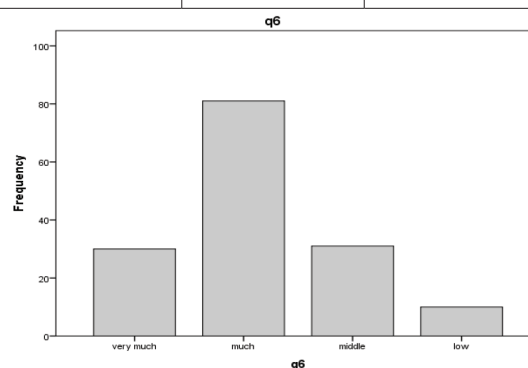


نمودار ۱۱. توزیع فراوانی در مورد سوال هفتم؛ منبع: نگارندگان.

۸) آیا ایجاد المان‌های شهری هویت آن شهر را تقویت می‌کند؟

جدول ۱۲. توزیع فراوانی در مورد سوال هشتم؛ منبع: نگارندگان.

درصد	فراوانی	
۳۶,۲	۵۵	خیلی زیاد
۵۰,۷	۷۷	زیاد
۱۳,۲	۲۰	متوسط
۰	۰	کم
۰	۰	خیلی کم

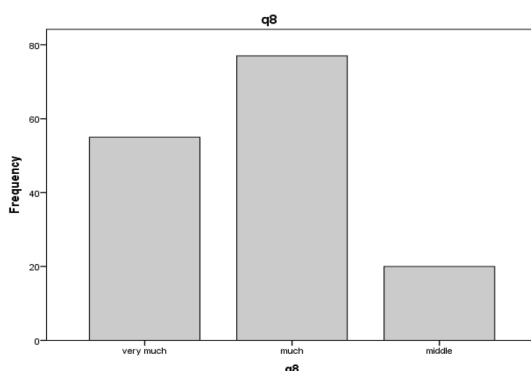


نمودار ۱۰. توزیع فراوانی در مورد سوال ششم؛ منبع: نگارندگان.

۷) آیا تنوع در نشانه‌ها و نمادهای شهری تاثیری در اعتقادات و شخصیت افراد آن جامعه دارد؟

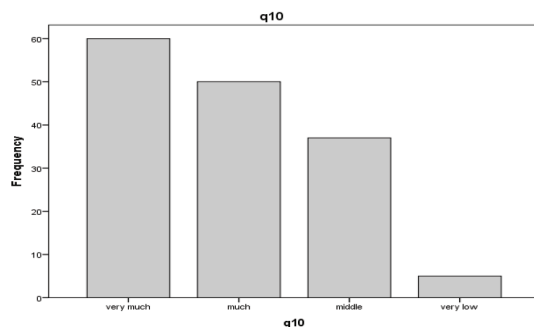
جدول ۱۱. توزیع فراوانی در مورد سوال هفتم؛ منبع: نگارندگان.

درصد	فراوانی	
۹,۹	۱۵	خیلی زیاد
۴۰,۱	۶۱	زیاد
۲۹,۶	۴۵	متوسط
۱۷,۱	۲۶	کم
۳,۳	۵	خیلی کم



نمودار ۱۲. توزیع فراوانی در مورد سوال هشتم؛ منبع: نگارندگان.

۹) تا چه حد یک المان شهری از لحاظ جنبه‌های بصری می‌تواند مکانی جهت ثبت خاطرات جمعی آن شهر شود؟



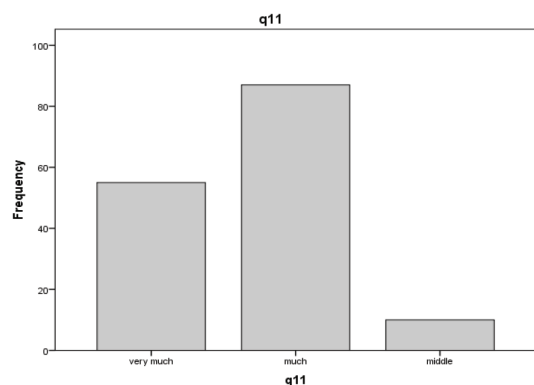
نمودار ۱۴. توزیع فراوانی در مورد سوال دهم؛ منبع: نگارندگان.

خاطره جمعی و تاریخی

۱۵) تا چه حد خاطره جمعی در ذهن افراد موجب دل بستگی آنها به آن فضا می گردد؟

جدول ۱۵. توزیع فراوانی در مورد سوال یازدهم؛ منبع: نگارندگان.

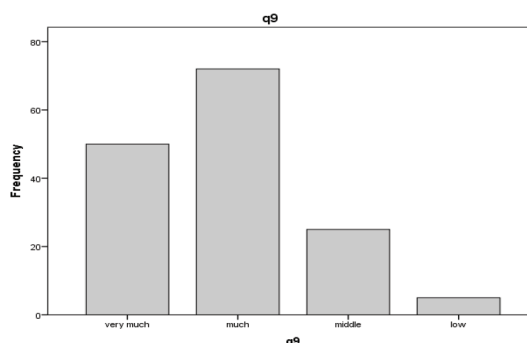
درصد	فراوانی	
۳۶,۲	۵۵	خیلی زیاد
۵۷,۲	۸۷	زیاد
۶,۶	۱۰	متوسط
۰	۰	کم
۰	۰	خیلی کم



نمودار ۱۵. توزیع فراوانی در مورد سوال یازدهم؛ منبع: نگارندگان.

جدول ۱۳. توزیع فراوانی در مورد سوال نهم؛ منبع: نگارندگان.

درصد	فراوانی	
۳۲,۹	۵۰	خیلی زیاد
۴۷,۴	۷۲	زیاد
۱۶,۴	۲۵	متوسط
۳,۳	۵	کم
۰	۰	خیلی کم



نمودار ۱۳. توزیع فراوانی در مورد سوال نهم؛ منبع: نگارندگان.

۱۰) آیا بکارگیری نشانه های شهری تاثیری در منحصر به فرد شدن آن المان دارد؟

جدول ۱۴. توزیع فراوانی در مورد سوال دهم؛ منبع: نگارندگان.

درصد	فراوانی	
۳۹,۵	۶۰	خیلی زیاد
۳۲,۹	۵۰	زیاد
۲۴,۳	۳۷	متوسط
۳,۳	۵	کم
۰	۰	خیلی کم

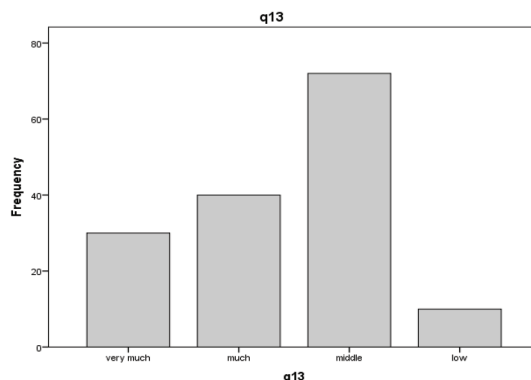
مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۳۹ زمستان ۱۳۹۶
No.49 Winter 2018

۱۲) چقدر حس تعلق به یک مکان تاریخی،
خاطره انگیزی را به دنبال دارد؟

جدول ۱۶. توزیع فراوانی در مورد سوال دوازدهم؛ منبع:
نگارندگان.

درصد	فراوانی	
۴۰,۱	۶۱	خیلی زیاد
۵۰	۷۶	زیاد
۹,۹	۱۵	متوسط
۰	۰	کم
۰	۰	خیلی کم

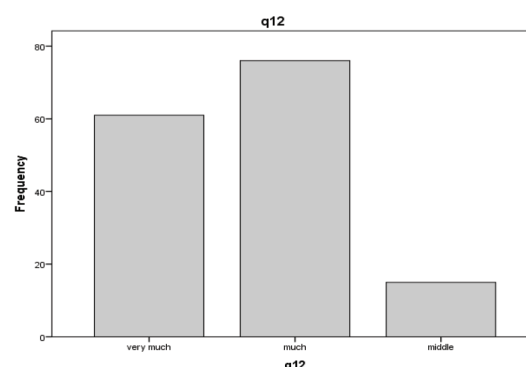


نمودار ۱۷. توزیع فراوانی در مورد سوال سیزدهم؛ منبع:
نگارندگان.

۱۸) تا چه میزان فضاهای عمومی تاریخی شهر،
افزایش خاطره پذیری برای افراد جامعه را به
دنبال دارند؟

جدول ۱۸. توزیع فراوانی در مورد سوال چهاردهم؛ منبع:
نگارندگان.

درصد	فراوانی	
۲۹,۶	۴۵	خیلی زیاد
۵۰,۷	۷۷	زیاد
۱۳,۲	۲۰	متوسط
۶,۶	۱۰	کم
۰	۰	خیلی کم

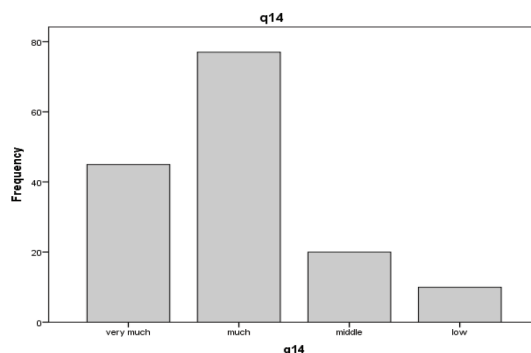


نمودار ۱۶. توزیع فراوانی در مورد سوال دوازدهم؛ منبع:
نگارندگان.

۱۷) آیا همه فضاهای شهری تاریخی سبب ایجاد
خاطره جمعی افراد در آن فضا می شود؟

جدول ۱۷. توزیع فراوانی در مورد سوال سیزدهم؛ منبع:
نگارندگان.

درصد	فراوانی	
۱۹,۷	۳۰	خیلی زیاد
۲۶,۳	۴۰	زیاد
۴۷,۴	۷۲	متوسط
۶,۶	۱۰	کم
۰	۰	خیلی کم

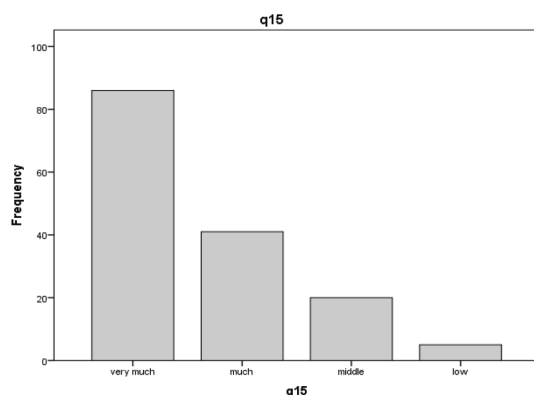


نمودار ۱۸. توزیع فراوانی در مورد سوال چهاردهم؛ منبع:
نگارندگان.

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۹ زمستان ۱۳۹۶
No.49 Winter 2018

■ ۹۳ ■



نمودار ۱۹. توزیع فراوانی در مورد سوال پانزدهم؛ منبع: نگارندگان.

۱۹) آیا با ایجاد گرافیک و شکل دیداری جذاب در پارک کودک، محیطی آرام و دلپذیر برای کودکان فراهم می‌گردد؟

جدول ۱۹. توزیع فراوانی در مورد سوال پانزدهم؛ منبع: نگارندگان.

درصد	فراوانی	
۵۶,۶	۸۶	خیلی زیاد
۲۷	۴۱	زیاد
۱۳,۲	۲۰	متوسط
۳,۳	۵	کم
۰	۰	خیلی کم

۳.۱۱. یافته‌های استنباطی

۳.۱۱.۱. فرضیه اول

تبدیل فضای اجتماعی به المان شهری در ایجاد هویت و خاطره پذیری شهر شیراز حائز اهمیت می‌باشد.

جدول ۲۰. نتایج آزمون تی تک نمونه ای برای بررسی فرضیه اول- میانگین ملاک=۳؛ منبع: نگارندگان.

آماره t	درجه آزادی (df)	سطح معنی داری	تفاوت میانگین ها	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
				بالایی	پایینی
-۲۰,۰۴	۱۵۱	۰/۰۰۰	-۱,۳۰	-۱,۱۹	-۱/۴۰

از میانگین مورد نظر یعنی عدد ۳ می‌باشد که به این معناست که بیشتر افراد گزینه‌های کوچکتر از ۳ یعنی موارد خیلی زیاد و زیاد را در نظر گرفته اند. منفی بودن تفاوت میانگین نیز به معنای کمتر بودن میانگین پاسخ سوالات از میانگین ملاک است که همان نتیجه قبل را ثابت می‌کند و نشان دهنده این است که نظرات افراد نمونه مطابق با این فرضیه است.

با توجه به نتایج به دست آمده از بررسی سوالات مربوط به این فرضیه مقدار آمار t برابر -۲۰,۰۴ و مقدار سطح معنی داری برابر ۰/۰۰۰ است که با توجه به کوچکتر بودن این مقدار از ۰/۰۵ در نتیجه اختلاف صحیحی بین میانگین جواب‌های مربوط به این فرضیه با میانگین ملاک وجود دارد و با توجه به فاصله اطمینان و منفی بودن هر دو حد بالا و حد پایین به این نتیجه می‌رسیم که میانگین پاسخ افراد کوچکتر

۱۱.۳.۲. فرضیه دوم

از عوامل تاثیرگذار در ایجاد خاطره جمعی در شهر شیراز تقویت فضای اجتماعی و تبدیل آن به نشانه شهری است.

جدول ۲۱. نتایج آزمون تی تک نمونه ای برای بررسی فرضیه دوم (میانگین ملاک=۳)؛ منبع: نگارندگان.

آماره t	درجه آزادی (df)	سطح معنی داری	تفاوت میانگین ها	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
				بالایی	پایینی
-۲۲,۷۸	۱۵۱	۰/۰۰۰	-۱/۲۳	-۱/۱۲	-۱/۳۳

از میانگین مورد نظر یعنی عدد ۳ می باشد که به این معناست که بیشتر افراد گزینه های کوچکتر از ۳ یعنی موارد خیلی زیاد و زیاد را در نظر گرفته اند. منفی بودن تفاوت میانگین نیز به معنای کمتر بودن میانگین پاسخ سوالات از میانگین ملاک است که همان نتیجه قبل را ثابت می کند و نشان دهنده این است که نظرات افراد نمونه مطابق با این فرضیه است.

با توجه به نتایج به دست آمده از بررسی سوالات مربوط به این فرضیه مقدار آمار t برابر ۳۶,۶۸- و مقدار سطح معنی داری برابر ۰/۰۰۰ است که با توجه به کوچکتر بودن این مقدار از ۰/۰۵ در نتیجه اختلاف صحیحی بین میانگین جواب های مربوط به این فرضیه با میانگین ملاک وجود دارد و با توجه به فاصله اطمینان و منفی بودن هر دو حد بالا و حد پایین به این نتیجه می رسیم که میانگین پاسخ افراد کوچکتر

۱۱.۳.۳. فرضیه سوم

هویت شهری در اثر تبدیل فضای اجتماعی به المان شهری موجب ارتقا خاطرات جمعی می شود.

جدول ۲۲. نتایج آزمون تی تک نمونه ای برای بررسی فرضیه سوم (میانگین ملاک=۳)؛ منبع: نگارندگان.

آماره t	درجه آزادی (df)	سطح معنی داری	تفاوت میانگین ها	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
				بالایی	پایینی
-۲۱,۰۷	۱۵۱	۰/۰۰۰	-۱/۱۹	-۱/۰۸	-۱/۳۰

بیشتر افراد گزینه های کوچکتر از ۳ یعنی موارد خیلی زیاد و زیاد را در نظر گرفته اند. منفی بودن تفاوت میانگین نیز به معنای کمتر بودن میانگین پاسخ سوالات از میانگین ملاک است که همان نتیجه قبل را ثابت می کند و نشان دهنده این است که نظرات افراد نمونه مطابق با این فرضیه است. طبق نتایج به دست آمده، نظر افراد با هر سه فرضیه منطبق بوده و با توجه به اعداد به دست آمده از آزمون تی تست افراد با ایجاد و ارتقا خاطرات جمعی و خاطره پذیری شهر شیراز است.

با توجه به نتایج به دست آمده از بررسی سوالات مربوط به این فرضیه مقدار آمار t برابر ۴۱,۴۸- و مقدار سطح معنی داری برابر ۰/۰۰۰ است که با توجه به کوچکتر بودن این مقدار از ۰/۰۵ در نتیجه اختلاف صحیحی بین میانگین جواب های مربوط به این فرضیه با میانگین ملاک وجود دارد و با توجه به فاصله اطمینان و منفی بودن هر دو حد بالا و حد پایین به این نتیجه می رسیم که میانگین پاسخ افراد کوچکتر از میانگین مورد نظر یعنی عدد ۳ می باشد که به این معناست که



نتیجه گیری و جمع بندی

برای مقایسه شاخص های مورد بررسی و رتبه بندی آن ها از آزمون فریدمن استفاده شده که نتایج آن در ادامه در جدول ۲۳ آورده شده است.

جدول ۲۳. نتایج آزمون فریدمن برای رتبه بندی شاخص های مورد بررسی؛ منبع: نگارندگان.

رتبه	میانگین رتبه ها	
۳	۲,۴۹	فضای اجتماعی و هویت فضا
۲	۱,۹۱	نشانه و المان شهری
۱	۱,۶۰	خاطره جمعی و تاریخی
درجه آزادی=۲		کای دو= ۶۷,۵۲
		سطح معنی داری= ۰,۰۰۰

با بررسی عوامل تاثیرگذار در تبدیل فضای اجتماعی به المان و نشانه شهری از منظر هویت و خاطره جمعی در شهر شیراز (نمونه موردی: ارگ کریم خانی و دروازه قرآن)، نتایج به دست آمده مقدار آماره کای دو برابر ۶۷,۵۲ و مقدار سطح معناداری برابر ۰,۰۰۰ است که نشان دهنده وجود تفاوت معنی دار بین میانگین رتبه هاست که بر این اساس رتبه های شاخص های مورد بررسی به ترتیب عبارتند از: خاطره جمعی و تاریخی، نشانه و المان شهری و فضای اجتماعی و هویت فضا. زیرا هرچه قدر میانگین رتبه ها کوچکتر باشد اهمیت آن متغیر بیشتر است.

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۳۹ زمستان ۱۳۹۶
No.49 Winter 2018

۹۶

منابع و مآخذ

۱. اردشیری، مهیار و غلامحسین، معماریان (۱۳۸۹) هویت شهری شیراز، انتشارات نوید شیراز، شیراز..
۲. امین زاده، بهناز (۱۳۸۹) ارزیابی هویت مکان، هویت شهر، شماره ۷، ص ۳-۱۴.
۳. آتشین بار، محمد (۱۳۸۸) تداوم هویت در منظر شهری، فصلنامه باغ نظر، شماره ۱۲، ص ۳۵-۵۶.
۴. بهزادفر، مصطفی (۱۳۸۶) هویت شهر، موسسه نشر شهر، تهران.
۵. پاکزاد، جهان شاه (۱۳۷۵) هویت و این همانی با فضا، مجله صدف، شماره ۲۱ و ۲۲، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
۶. تیبالدز، فرانسیس (۱۳۸۵) شهرسازی شهروندگرا، ترجمه محمد احمدی نژاد، نشر خاک، اصفهان.
۷. جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱) هویت اجتماعی، ترجمه تورج احمدی، انتشارات شیرازه، تهران.
۸. حبیبی، محسن (۱۳۸۴) مرمت شهری، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۹. خاک، غلامرضا (۱۳۷۸) روش تحقیق رویکردی به پایان نامه نویسی، انتشارات مرکز تحقیقات علمی کشور، تهران.
۱۰. خسرو خاور، فرهاد (۱۳۸۴) شهرها و خاطره جمعی، اندیشه ایرانشهر، شماره ۳، ص ۱۳۱-۱۳۴.
۱۱. دانشپور، سیدعبدالهادی (۱۳۷۹) بازشناسی مفهوم هویت در فضای عمومی شهری (خیابان) نمونه موردی: تهران خیابان انقلاب، پایان نامه دکتری شهرسازی، دانشکده هنرهای زیبا، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۱۲. دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۳) لغت نامه دهخدا، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.

- شماره ۷، ص ۱۱۹-۱۳۲.
۲۶. گل محمدی، احمد (۱۳۸۰) تجدد، جهانی شدن و هویت خاص گرایان های فرهنگی در جهان معاصر، پایان نامه دکتری، رشته حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران.
۲۷. لنگ، جان (۱۳۸۳) آفرینش نظریه معماری، نقش عدم رفتاری در طراحی محیط، ترجمه علیرضا عینی فر، چاپ دوم، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۲۸. لینچ، کوین (۱۳۷۶) سیمای شهر، ترجمه سیدحسین بحرینی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۲۹. لینچ، کوین (۱۳۸۵) هویت در ایران. انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.
۳۰. میرمقتدایی، مهتا (۱۳۸۸) معیارهای سنجش امکان شکل گیری، ثبت و انتقال خاطرات جمعی در شهر، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۳۷، ص ۵-۱۶.
۳۱. نقی زاده، محمد (۱۳۸۵) تاملی در روند دگرگونی میدان در شهرهای ایرانی، مجله هنرهای زیبا، شماره ۲۵، ص ۱۵-۲۴.
۳۲. هاشم نژاد، هاشم (۱۳۸۵) فضای شهری سند تاریخی شهر و شهروندان، مجله معماری و فرهنگ، شماره ۲۴، ص ۶۶-۶۸.
۳۳. Urban transformations, ۱۹۹۹, Bentely, Ian power, people and urban design. Routledge. USA & Canada.
۳۴. www.persiane.com ۱۳۹۶/۲/۱۲ دروازه قران در شیراز
۳۵. www.wikipedia.com ۱۳۹۶/۲/۱۲ ارگ کریم خان زند در شیراز
۱۳. دیکنز، پیت (۱۳۷۷) جامعه شناسی شهری: جامعه، اجتماع محلی و طبیعت انسانی، ترجمه حسن یهروان، انتشارات آستان قدس رضوی، مشهد.
۱۴. رضایی عالیزمینی، محمد (۱۳۹۳) بررسی عوامل تاثیرگذار در تبدیل فضای اجتماعی، کنفرانس ملی شهرسازی، مدیریت شهری و توسعه پایدار.
۱۵. رضایی، نعمت الله (۱۳۹۱) ساماندهی بافت فرسوده شهری، مجله علمی تخصصی برنامه ریزی فضایی سال دوم، شماره دوم.
۱۶. رهبری، مهدی (۱۳۸۰) بحران هویت در ایران معاصر، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، نامه پژوهش فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دوره ششم، شماره ۲۲ و ۲۳، ص ۵۳-۸۴.
۱۷. شعله، مهسا (۱۳۸۵) دروازه های قدیم در خاطره جمعی شهر معاصر، مجله هنرهای زیبا، شماره ۲۷، ص ۱۷-۲۶.
۱۸. شهبازی، عادالله (۱۳۸۷) دروازه قرآن و نمادهای ابلیسک در شیراز.
۱۹. شیبانی، حمیدرضا و موسوی، سیدپیمان (۱۳۹۲) گذر از گذر تاریخی سنگ سیاه (مجله سنگ سیاه شیراز). شیراز.
۲۰. صانع، منصور (۱۳۸۰) به یاد شیراز، انتشارات وزارت فرهنگ اسلامی.
۲۱. فکوهی، ناصر (۱۳۸۳) انسان شناسی شهری، انتشارات نی، تهران.
۲۲. فکوهی، ناصر (۱۳۸۱) شکل گیری هویتی و الگوهای محلی، ملی و جهانی (مطالعه موردی در لرستان)، مجله جامعه شناسی، دوره چهارم، شماره ۴، انجمن جامعه شناسی ایران، ص ۱۲۷-۱۶۱.
۲۳. فلاحت، محمدصادق و نوحی، سمیرا (۱۳۹۱) ماهیت نشانه ها و نقش آن در ارتقای حس مکان فضای معماری، نشریه هنرهای زیبا، دوره ۱۷، شماره ۱، ص ۱۷-۲۵.
۲۴. کریر، راب (۱۳۸۳) فضای شهری، ترجمه خسرو هاشمی نژاد، نشر خاک، اصفهان.
۲۵. کریمیان، حسن (۱۳۸۹) نمادهای فرهنگی در مناظر شهری، پژوهش های غیر انسانی،