

مدیریت شهری

فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت شهری و روستایی

شماره ۶۱. زمستان ۱۳۹۹

Urban management

No.61 Winter 2020

141 - 162

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۲۸ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۹/۱۲/۲

بازشناسی جایگاه فرهنگ در طراحی ورودی‌های شهری (نمونه موردی: ورودی شهرهای تبریز، قم، شیراز و مشهد)

مریم محمدزاده^{*}- کارشناسی ارشد، گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران.

اصغر مولائی^{*}- استادیار، گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران.

Redefinition the role of culture in the design of urban entrances (Case study: entrance of Tabriz, Qom, Shiraz and Mashhad cities)

چکیده

Abstract

Nowadays, the identity of any city is known based on the quality of its urban spaces. The entrance of each space is the first place where the general characteristics of the space are discovered. By preparing an entrance for a space, that space finds identity for its inhabitants. Paying attention to the special place of culture in the design and planning of the entrance space of cities is inevitable. Because in addition to improving the spatial qualities of the entrance area, it will showcase the unique identity and culture of the city and will also create a desirable and special mental image of the city in the minds of travelers. The method of the present research is based on an applied purpose and in terms of its nature is descriptive-analytical. The data required for the research have been collected through library study and field survey and in the case study section, the opinions of experts in this field have been analyzed using a questionnaire. The purpose of this study is to recognize the place of culture in the design of urban entrances. Finally, this study examines the dimensions of culture in the entrance design of cities and extracts and introduces the criteria and qualities that can be used in design. It then names the cultural guidelines that can be used to design urban entrances.

امروزه هویت هر شهر براساس کیفیت فضاهای شهری آن شناخته می‌شود. ورودی هر فضا اولین مکانی است که با حضور در آن خصوصیات کلی فضا کشف می‌شود. با تمهید ورودی برای یک فضا، آن فضا برای ساکنانش هویت می‌یابد. توجه به جایگاه ویژه‌ی فرهنگ در طراحی و برنامه‌ریزی فضای ورودی شهرها، امری اجتناب‌ناپذیر است. چرا که علاوه بر ارتقاء کیفیت‌های فضایی عرصه‌ی ورودی، ویترینی از هویت و فرهنگ منحصربفرد شهر را به نمایش می‌گذارد و نیز تصویر ذهنی مطلوب و ویژه‌ای از شهر را در ذهن مسافران ایجاد خواهد کرد. بنابراین، فرهنگ به عنوان کلیتی پیچیده نیازمند مطالعه و شناختی دقیق می‌باشد. روش پژوهش حاضر براساس هدف کاربردی می‌باشد و به لحاظ ماهیت آن توصیفی-تحلیلی است. داده‌های موردنیاز پژوهش به روش مطالعه‌ی کتابخانه‌ای و برداشت میدانی جمع‌آوری شده است و در بخش مطالعه‌ی موردی، با استفاده از پرسشنامه، نظرات متخصصین این حوزه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. هدف از این پژوهش بازشناسی جایگاه فرهنگ در طراحی ورودی‌های شهری می‌باشد. درنهایت این پژوهش ابعاد فرهنگ در طراحی ورودی شهرها را بررسی نموده و معیارها و کیفیت‌های قابل استفاده در طراحی را استخراج و معرفی می‌نماید. سپس رهنمون‌های فرهنگی را که قابل استفاده در طراحی ورودی‌های شهری هستند نام می‌برد.

Keywords: city entrance, culture, urban design, sense of arrival, memorable.t

واژگان کلیدی: ورودی شهر، فرهنگ، طراحی شهری، حس ورود، خاطره‌انگیزی

۱- مقدمه

وروودی هر فضا اولین مکانی است که با حضور در آن خصوصیات کلی فضا، آداب و رود، حد خصوصی و عمومی بودن و سایر ویژگی‌های فضا کشف می‌شود. درواقع با تمهید ورودی برای یک فضا (خواه یک شهر خواه یک محله یا یک بنا)، آن فضا برای ساکنانش هویت می‌یابد، تقویت می‌شود، نشانه‌گذاری شده و زنده‌تر نمایان می‌گردد (پاکزاد، ۱۳۹۳: ۲). دروازه و ورودی یک شهر، امکان اتصال دو گستره‌ی طبیعی و مصنوع را میسر می‌سازد. این مبادی ورودی، عرصه‌های فضایی هستند که به صورت مفصل، امکان برقراری ارتباط و ایجاد تعامل مناسب میان فضای بیرون شهر و درون شهر را برقرار می‌نمایند. اگرچه ماهیت این عرصه‌ی فضایی تا حد قابل توجهی تحت تأثیر مؤلفه‌های ماهوی فضای بیرون شهر و درون شهر می‌باشد، لیکن از هویت ویژه و خاصی برخوردار است (سلیم‌آبادی، ۱۳۸۸: ۹۰). ورودی شهر دربرگیرنده‌ی یک مسیر حرکتی است که جریان ورود به شهر (از بیرون به درون) از طریق آن میسر می‌شود. این عرصه که حدفاصل بستر طبیعی بیرون شهر و محیط مصنوع درون شهر می‌باشد، ضمن آن که از مختصات نسبی هر دو محیط (بیرون و درون) بهره برده است، از شخصیت و هویت مستقلی نیز برخوردار می‌باشد. (ابلقی و پورجوهری، ۱۳۸۵: ۶۸).

با نگاهی به تعاریف صاحب‌نظران از ورودی شهر، ویژگی‌های اصلی آن را در می‌یابیم. از جمله مهم‌ترین این ویژگی‌ها، عرصه بودن آن است که این عرصه می‌باشد به عنوان فضای شهری در نظر گرفته شود، که بیرون و درون شهر را به خوبی به یکدیگر پیوند می‌دهد. دومین ویژگی بیان شده، هویت و شخصیت آن است که در عین این که متأثر از هویت شهر موردنظر می‌باشد، هویت و شخصیت خاص خود را نیز دارد.

امروزه هویت هر شهر براساس کیفیت فضاهای شهری آن شناخته می‌شود. محیط مصنوع و انسان‌ساخت شهرها نیز چیزی جز نتیجه فعالیت فکر و دست انسان‌ها نیست. در بررسی فضاهای شهری امروز نابسامانی‌های گوناگونی مشاهده می‌شود. از آن‌جا که فضاهای شهری مغلوب

از نظر عملکردهای موردنظر نامناسب بوده و سیمای شهری آنان نشان از نوعی بی‌هویتی دارد، لازم است با استفاده از مکانیزم‌های گوناگون، در جهت رفع معضلات موجود اقدام گردد. (داودپور، ۱۳۸۸: ۷۶) یکی از توقعات از ورودی شهر، تشخص است. افراد انتظار دارند که ورودی هر شهر معرف خصوصیات و عناصر شاخص هویتی همان شهر باشد. از این رو شخص هر ورودی که آن را از ورودی سایر نقاط تمایز کند اهمیت زیادی دارد. نکته‌ی کیفی مهمی که مشکل اصلی ورودی شهرهای ما است عدم تشخص آن‌ها می‌باشد. الگوی بی‌مأخذی که در تمام شهرهای ما چه ساختی، چه کویری و چه کوهستانی تقليد می‌گردد جوابگوی نیازهای این شهرها نیست. ورودی شهر نشانگر هویت و شخصیت یک شهر است و نمی‌توان با ایجاد فلکه و بلوار، چند تابلو یا مجسمه آن را تعریف کرد. نمی‌توان از این که شهر، توریستی یا مذهبی یا صنعتی باشد صرف‌نظر کرد. برای تحقق تشخص خاص هر ورودی لازم است که ورودی نماد چهره و شخصیت شهر باشد (پاکزاد، ۱۳۹۳: ۱۴-۱۲). نخستین تصویر شهری فرد از شهر در نوع ادراک مکان ورودی آن شکل می‌گیرد لذا بایستی معرف هویت و ارزش‌های نهفته‌ی آن شهر باشد. از آن‌جا که ادراک عینی حاصل از نشانه‌های کالبدی موجود در ورودی، امکان ادراکات بی‌واسطه را فراهم می‌کند توجه به چگونگی تبلور هویت شهری در عینیت ورودی شهر، امری ضروری است. درواقع ورودی مکانی مستقل از شهر اما با هویتی یکسان و هماهنگ با شهر است با ابعاد فعالیتی متفاوت نسبت به شهر، به عبارتی هویت معنایی و فیزیکی ورودی شهر متناسب با شهر است اما فعالیت این مکان متفاوت است. (باقری، منصوری، ۱۳۹۶: ۸) زشتی و زیبایی شهر از دید هر تازه‌واردی می‌تواند تا حد زیادی تحت تأثیر ویژگی‌های کالبدی و کارکردی و زیبایی‌شناسی Dixon&wolf, (2007: 78)

از این رو، توجه به جایگاه ویژه‌ی فرهنگ در طراحی و برنامه‌ریزی فضای ورودی شهرها، امری اجتناب‌ناپذیر است. چرا که علاوه بر ارتقاء کیفیت‌های فضایی عرصه‌ی ورودی، ویترینی از هویت و فرهنگ منحصر‌بفرد شهر را به نمایش می‌گذارد

با زمینه فرهنگی و با مشورت و پرسش از خبرگان انجام شده است. چنان که برخورداری از زمینه فرهنگی، مذهبی و تاریخی شهری برجسته، مقیاس کلان شهری و نیز برخوردار از پروژه های عمرانی در ورودی شهر معیارها انتخاب بوده اند. بر این اساس در کلان شهرهای تبریز (ورودی میدان سبیح و میدان آذربایجان)، شیراز (دوازه قرآن)، قم (ورودی میدان هفتاد و دو تن) و مشهد (ورودی از نیشابور) انتخاب گردیده اند.

در این پژوهش ابتدا به مطالعه فرهنگ و شناختن ابعاد گوناگون آن پرداختیم، سپس با تجزیه و تحلیل ابعاد گوناگون فرهنگ و کاووش نمودن در مفاهیم، انگاره ها و اصول فرهنگی تأثیرگذار بر بعد کالبدی و فضایی طراحی بافت محله را تبیین کردیم و با مطالعه مصادیق ابعاد گوناگون فرهنگ در نمونه هی مورد مطالعه، انگاره ها و اصول مؤثر بر ابعاد کالبدی و فضایی را به عنوان نمونه در دو زمینه فرهنگی تبیین نمودیم. همچنین دو بعد از ابعاد فرهنگ را در نمونه هی موردی پژوهش مورد کاووش قرار دادیم. شکل زیر، فرآیند انجام پژوهش را نشان می دهد:

و نیز تصویر ذهنی مطلوب و ویژه ای از شهر را در ذهن مسافران ایجاد خواهد کرد. از طرفی با بررسی شهرهای مشهد، تبریز، شیراز و قم به عنوان نمونه های مورد مطالعه ای پژوهش دریافتیم، در اکثر موارد، به ابعاد هویتی و فرهنگی در طراحی ورودی بی توجهی شده و نشانی از فرهنگ غنی شهر در آن به چشم نمی خورد. از سویی دیگر با نگاهی صرفاً ترافیکی مورد طراحی قرار گرفته اند و منظری واحد و کلیشه ای را شکل داده اند که برتری اتمبیل برانسان را در استفاده از فضا در همان ابتدای شهر القا می نماید.

۲- هدف، پرسش، روش و فرآیند انجام پژوهش

هدف از این پژوهش بازناسی جایگاه عوامل فرهنگی در طراحی ورودی های شهری می باشد. در این راستا پرسش های اصلی پژوهش عبارتند از: ۱- فرهنگ در طراحی ورودی شهر چه جایگاهی دارد؟ ۲- ابعاد فرهنگی قبل استفاده در طراحی ورودی های شهرها کدامند؟ روش پژوهش حاضر براساس هدف کاربردی می باشد و به لحاظ ماهیت آن توصیفی، تحلیلی و پیمایش میدانی است. داده های موردنیاز پژوهش به روش مطالعه اسنادی و کتابخانه ای جمع آوری شده و در بخش نمونه هی موردی، علاوه بر روش کتابخانه ای، از روش برداشت میدانی و پرسش از تعداد ۳۰ نفر از خبرگان نیز استفاده شده است. انتخاب شهرهای مورد مطالعه، از بین شهرهای بزرگ

۳- پیشینه پژوهش

دانشپور و ماستیانی (۱۳۹۳) در پژوهش خود در زمینه طراحی مبادی ورودی شهرها با رویکرد کیفیات ادراکی-بصری، کیفیات سازمان ادراکی- بصری نمونه هی مورد مطالعه ای خود را در سه پهنه



شکل ۱: دیاگرام فرآیند پژوهش (نگارندگان)

سوم به عنوان فضای رابط می‌باشد. باقی و منصوری (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان «ورودی شهر، به مثابه عنصری جهت ایجاد هویت مستقل برای منظر شهری» به این نتیجه دست یافته‌اند که شاخص بودن ورودی شهر، فارغ از تشخّص کالبدی آن بیشتر در تشخّص معنایی آن نهفته است چرا که ورودی شهر هویتی مستقل از شهر ندارد بلکه ورودی به عنوان عنصری جهت ایجاد هویت مستقل برای منظر شهری است. ورودی، منظر امروزی متراکم از شهر است، که بیانی امروزی از شهر دارد. با این تعریف ورودی، مفصل نیست زیرا مفصل یک هویت مستقل است فارغ از بیرون و درون اما ورودی هویت مستقل نیست بلکه تفیق هویت‌هاست.

۴- چارچوب نظری پژوهش

ورودی نه فقط یک فضا که مکانی پذیرای فعل ورود با تمام آداب و ویژگی‌هایش است. این مفصل به تنها‌یی واجد شخصیت و ویژگی‌هایی است که آن را تبدیل به مکانی متمایز از دو عرصه‌ی درون و بیرون می‌نماید. این مکان همواره دارای حال و هوایی خاص و بار معنایی ویژه‌ای است که با استناد به عوامل فیزیکی و ذهنی، آداب ورود به یک مکان را یادآور می‌شود از اینجاست که لزوم پرداختن به ورودی شهر به عنوان یک فضای شهری مطرح می‌شود و اهمیت آن در این است که ورودی، نخستین فضای شهری است که هرکس به هنگام ورود به شهر با آن مواجه می‌گردد (پاکزاد، ۱۳۹۳: ۲-۹). با این حال، ورودی کنونی شهرها وضعیتی کاملاً متفاوت دارد. در اغلب شهرها نه تنها فضایی با ویژگی‌های ورودی تعریف نشده، بلکه این عرصه، در بعد مختلف کالبدی، بصری، زیست‌محیطی در وضعیتی بحرانی به سر می‌برد. اهمیت ویژگی ورودی شهرها را می‌توان در دوره‌های گذشته و معاصر بررسی نمود:

۴-۱- اهمیت جایگاه ورودی شهر در دوره‌های گذشته

در گذشته، اولین نشانه‌ی بصری شهر در ذهن ناظر، ورودی شهرها (دوازه، حصار، بارو، سواد، خندق و ...) بود. حس ورود از طریق دیدن حصار و بارو و

بررسی می‌کنند؛ ۱- پنهانه‌ی خارجی (ورود ادراکی)، ۲- پنهانه‌ی میانی (ورود بصری)، ۳- پنهانه‌ی داخلی (ورود فیزیکی). ایشان در نهایت به تدوین اهداف، راهبرد و سیاست مرتبط با کیفیات ادراکی-بصری برای هریک از مؤلفه‌های عملکردی، زیاشناختی و زیست‌محیطی می‌پردازند و اذعان دارند با به کارگیری این راهبردها می‌توان ضمن تحقق انتظارات از ورودی شهر، به فضایی در شأن نام ورودی شهری دست پیدا کرد که واجد هویت بوده و تصویر ذهنی مطلوبی در ذهن کاربران ایجاد کند. نجفی تروجنی و براتی (۱۳۹۵) در پژوهش ارزیابی نماد ورودی شهرها بر مبنای مؤلفه‌های کالبدی طراحی، سه معيار اصلی برای طراحی نماد ورودی شهر معرفی می‌کنند: زیبایی، خوانایی اثر و معرفی شهر. و اظهار می‌کنند، توجه به این سه معيار در طراحی نماد ورودی شهر، ضمن خواسته بودن جلوه‌ی بصری آن، مفاهیم لازم مرتبط با هویت شهر را نیز به ذهن مخاطب مبتادر می‌سازد.

ثوتوی و سیما (۱۳۹۰) در پژوهشی، اثرات نامطلوب ورودی‌های شهری در ایران و ضرورت اصلاح آن‌ها را مورد مطالعه قرار داده‌اند. ایشان در این پژوهش، نابسامانی محیطی مبادی ورودی شهرها را، در سه ظرف زمانی گذشته، حال و آینده بررسی کرده‌اند. همچنین ایشان فضای ورودی شهرها را نیازمند ایجاد سلسله مراتب در مسیر حرکتی جریان ورود به شهر می‌دانند و توجه به حوزه‌های واسطه فضای خارج شهر به فضای داخل شهر را بهترین ابزار برای دست‌یابی به این امر معرفی می‌کنند؛ این حوزه‌ها شامل حوزه‌های مستقل و نیمه‌مستقل هستند که به عنوان مفصل، تغییر ریتم و آهنگ ورود به شهر را ممکن می‌سازند.

بحرینی و علی طالب بابلی (۱۳۸۱) در پژوهش خود با عنوان «تدوین اصول و خواباط طراحی محیطی ورودی شهر»، به بررسی شرایط نامطلوب محیطی فضای ورودی شهرها و اثرات منفی آن بر ساکنین و تازه‌واردین و نقشی که حرفة طراحی محیط می‌تواند در ارتقاء کیفی، بصری و عملکردی این گونه فضاهای داشته باشد، پرداخته‌اند. ایشان در نهایت الگوهایی جهت پیوند فضای شهر با محیط خارج آن با استناد به واقعیات و الگوهای موجود ارائه داده‌اند. الگوی ارتباط فضایی ایشان، الگوی فضای



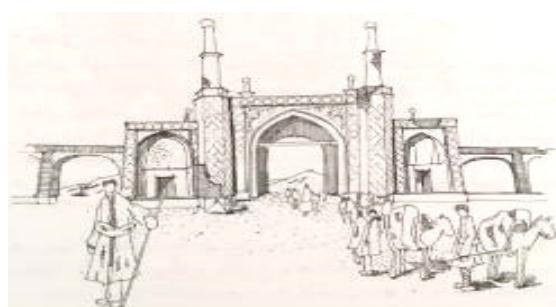
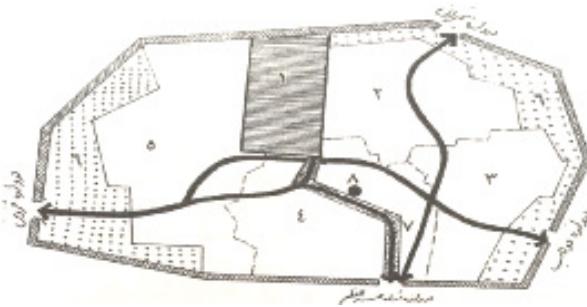
شکل ۲: ویژگی‌های ادراکی و عملکردی فضای ورودی شهرهای قدیم ایران، نگارندگان برگرفته از (بحرینی، علی طالب بابلی، ۱۳۸۱)

می‌شدند: "...این دروازه‌ها در لبه‌ی خارجی محدوده‌ی شهر یعنی در حصار آن جا داشتند. در قدیم سواد (ربض یا حومه) محدودی از شهرهای بزرگ دارای حصار و دروازه‌های جداگانه بود که جزو دروازه‌های بیرونی شهر به شمار می‌آمدند. همه‌ی دروازه‌های بیرونی همواره در امتداد مسیر جاده‌ها و راههای منتهی به شهر قرار داشتند" (سلطانزاده، ۱۳۹۰).

نخستین دروازه‌های شهر تهران متعلق به دوره‌ی صفوی است. حصار شاهطهماسبی چهار دروازه داشت: دروازه قزوین در مدخل بازارچه‌ی قوام‌الدوله در مسیر ارتباطی قزوین، دروازه دولاب در مدخل بازارچه‌ی نایب‌السلطنه خیابان ری فعلی و در راستای جاده‌ی ارتباطی با خراسان، دروازه شمیران در مسیر پامنار با نواحی شمالی شهر ارتباط داشته و دروازه شاه‌عبدالعظیم در ابتدای بازار، دروازه در مسیر ارتباطی مهم شهر با مدفن حضرت عبدالعظیم، قم و اصفهان قرار داشت (بهزادفر، ۱۳۹۰: ۱۰۳).

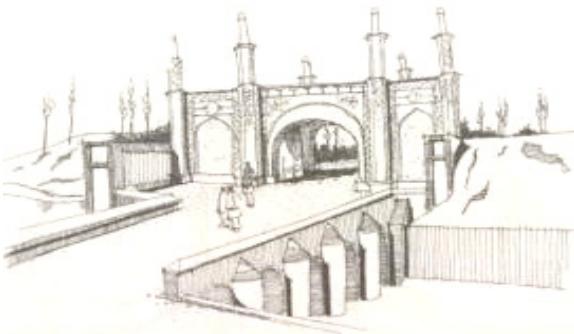
کشتزارها و باغ‌ها به مسافر انتقال می‌یافت، در این میان، این بارو بود که نخستین تصویر عینی را از شهر در مسافران ایجاد می‌کرد (ابلقی و پور‌جوهری، ۱۳۸۵: ۴۶). شهرهای ایرانی پیش از اسلام، به‌ویژه در دوران هخامنشی و ساسانی، بر بنای باورهای دینی و متأثر از مقوله‌ی جهان‌بینی ساخته می‌شد. این شهرها عمولاً به حصاری ختم می‌گشت که چهار دروازه به چهارسوی عالم داشته و یادآور جهات اربعه بود. در این دوران علاوه بر دو عملکرد برقراری ارتباط و نمایش جهات اربعه، مفهومی فلسفی در رابطه با شهر و دروازه‌های آن وجود داشته است. به‌طور کلی فضای ورودی شهرهای قدیم ایران همانند بناها فضایی با ماهیت انعطاف‌پذیر بود که می‌توانست همانند یک مفصل خود را با ویژگی‌های هر دو فضایی که به هم پیوند می‌یابند منطبق سازد (بحرینی، علی طالب بابلی، ۱۳۸۱: ۱۵ و ۱۷).

دروازه‌ها از جمله عناصر اساسی در یک شهر محسوب



تصویر ۲: دروازه شمیران (مأخذ: بهزادفر، ۱۳۹۰)

تصویر ۱: موقعیت دروازه‌های شهر در دوره‌ی صفویه و زنده (مأخذ: بهزادفر، ۱۳۹۰)



تصویر ۴: دروازه شاه عبدالعظیم (ماخذ: بهزادفر، ۱۳۹۰)



تصویر ۳: دروازه قزوین (ماخذ: بهزادفر، ۱۳۹۰)

شهر، به عنوان یک محله، علاوه بر پاسخ‌گویی به نیازهای محلی شهر وندان، مسائل جدیدی برای شهر ایجاد نکند و نیز خاطره‌ی آن باقی بماند.

۴-۳- فرهنگ و معیارهای فرهنگی در ورودی شهر

باتوجه به مشکلات ایجاد شده در نتیجه‌ی رویکردهای استاندارد به برنامه‌ریزی شهری راهبردی، در نزد بسیاری، فرهنگ از جهات مختلف به عنوان یک گزینش هوشمندانه برای بروز رفت از مشکلات، مطرح شده است (عباس‌زاده به نقل از Evans Gimeno ۱۳۹۱: ۴۲). ایجاد هویت شهری Martinez 2007، عباس‌زاده (۱۳۹۱)، افزایش مداخله اجتماعی محلی (Goldbard 2006) و جذب منابع و استعدادها (Florida 2002)، عباس‌زاده (۱۳۹۱) چالش‌هایی هستند که ابزارهای سنتی، در فراهم کردن راه حل‌های مناسب برای آن‌ها نارسا به نظر می‌رسیدند و از این رو فرهنگ به مانند یک رویکرد نویبخش جلوه کرد که احتمالاً عناصری الهام‌بخش، هم در سطح مفهومی و هم سیاستی پیش‌رو قرار می‌دهد (Landry 2006: ۴۲).

راپاپورت (۱۹۷۷) مجموعه‌ی ارزش‌ها و هنجارها را «فرهنگ» خوانده که در قالب اعتقادات، هنر، اخلاق، قانون، آداب و رسوم و سمبول‌های مشترک ظاهر می‌گردد (p.15).

آشوری (۱۳۵۷) در بیان مفهوم فرهنگ به تعاریف ارائه شده از صاحب‌نظران مختلف در این زمینه در دوره‌های زمانی متفاوت اشاره می‌کند:

۴-۲- اهمیت جایگاه ورودی شهر در دوره معاصر

ورودی شهر به عنوان نخستین فضایی از شهر است که مسافران با آن مواجه می‌شوند، در نتیجه اولین تصویر ذهنی فرد از شهر را شکل می‌دهند. پاکزاد (۱۳۹۳) در گونه‌بندی ورودی شهرهای امروزی، دو صحنه را معمول می‌داند:

۱- صحنه‌ای خودجوش که توسط ساکنین آن حوزه به صورت غیرقانونی ایجاد شده و از هیچ الگویی از پیش فکر شده‌ای تبعیت نمی‌کند، اما به دلیل تکرار زیاد، خود به صورت الگو درآمده است. که معمولاً مربوط به شهرهای کوچک و آبادی‌هایی است که بر سر راه‌های موصلاتی مهم کشور قرار گرفته‌اند، و یا ورودی‌های فرعی شهرهای بزرگ و متوسط. فارغ از این که شهرهای موردنظر، کویری، ساحلی یا کوهستانی باشند، مناظر مشابهی در ورودی آن‌ها به چشم می‌خورد. تنها عاملی که به راننده و مسافر اعلام می‌کند که به شهر نزدیک شده، تابلویی است که شروع شهر را اعلام و خوشامد می‌گوید.

۲- صحنه‌ی ورودی‌هایی که براساس الگویی نامعلوم با دخالت مدیران شهری شکل گرفته است. به دنبال توسعه‌ی کالبدی سریع شهرها، شاهد آن هستیم که شهر پس از مدتی، ورودی خود را در بر گرفته و فضای ورودی ناچاراً به یکی از محله‌های درون شهر تبدیل می‌گردد. لذا ضروری است هنگام طراحی و برنامه‌ریزی ورودی یک شهر، انعطاف‌پذیری آن به عنوان اصلی مهم در نظر گرفته شود تا در آینده و با اضافه شدن آن به بافت

جدول ۱: تعریف‌های تشریحی فرهنگ (نگارنده‌گان برگرفته از آشوری ۱۳۵۷)

صاحب نظر	مفاهیم	نکات و مفاهیم کلیدی
تایلور (۱۸۷۱)	کلیت درهم‌تاخته‌ای شامل دانش، دین، هنر، قانون، اخلاقیات، آداب و رسوم، و هرگونه توانایی و عادتی که آدمی همچون عضوی از جامعه به دست می‌آورد.	کلیتی یگانه از ابعاد اجتماعی
ویلسون ۱۹۲۰	تمامی کردوکارهای اجتماعی به گستردگترين معنای آن، مانند زبان، زناشویی، نظام مالکیت، ادب و آداب، صناعات، هنر و جز آن.	شامل تمامی کردوکارهای اجتماعی
دیکسون ۱۹۲۸	الف) مجموعه‌ی تمامی کردوکارها، رسوم و باورها. ب) مجموعه‌ی فرأوردها و کردوکارها، نظام دینی و اجتماعی، رسوم و باورهای یک قوم ... که بنابه عادت، آن‌ها را «تمدن» می‌نامیم.	مجموعه‌ی فرأوردها و کردوکارها تحت عنوان تمدن
بندیکت ۱۹۲۹	کلیت همتافته‌ای از تمامی عادتی که آدمی همچون عضوی از جامعه فراگرفته است.	کلیتی همتافته از عادات
بوس ۱۹۳۰	دربرگیرنده‌ی تمامی نمودهای عادات اجتماعی در یک واحد اجتماعی و نیز واکنش‌های فرد، تحت تأثیر گروهی که در آن می‌زید، فرأوردهای کردوکار انسانی است که آن عادات تعیین‌کننده‌ی چگونگی آنند.	شامل نمودهای عادات، واکنش‌ها، فرأوردهای کردوکار
هیلر ۱۹۳۳	باورها، نظام‌های فکری، فنون علمی، راه و رسمنهای زندگی، رسوم، سنت‌ها، و تمامی شیوه‌های کردار که جامعه بدان سازمان می‌بخشد؛ فرهنگ شامل تمامی کردوکارهایی است که در اجتماع [از روابط] میان افراد شکل می‌گیرد و یا از یک گروه اجتماعی آموخته می‌شود، ولی صورت‌های خاصی از رفتار را که سرشی ارشی از پیش تعیین کرده است شامل نمی‌شود.	نظام‌های فکری و شیوه‌های کردار تحت سازمان جامعه، منهای رفتارهای حاصل از سرشی ارشی
لینتون ۱۹۳۶	...کل تصورات، پاسخ‌های عاطفی شرطی، والگوهای عادی رفتار که اعضای جامعه از راه آموزش کسب کرده‌اند و کمایش در آن مشترک.	تصورات، پاسخ‌های عاطفی والگوهای رفتاری آموخته شده از جامعه و مشترک
لووی ۱۹۳۷	مجموعه‌ی چیزهایی که فرد از جامعه خود کسب می‌کند یعنی، باورها، رسوم، سنت‌جهات هنری، عادات خوردخوارک و پیشه‌هایی که نه از راه کردوکار خود بنیاد او، بلکه به صورت میراثی از گذشتۀ، از راه آموزش و پرورش رسمی و غیررسمی، به او رسیده است.	اکتسابی از جامعه، کردوکار میراثی
پانوونسیو ۱۹۳۹	کلیت همتافته‌ای از نظام مفاهیم و کاربردها، سازمان‌ها، مهارت‌ها و وسائلی که بشر بدان‌ها با طبیعت جسمانی، زیستانی و بشری برای برآوردن نیازهای خود رو برو می‌شود.	کلیتی برای رفع نیازها
مالینوسکی ۱۹۴۴	کلیت یکپارچه‌ای مرکب از وسائل و کالاهای مصرفی، خصوصیات اساسی گروه‌های اجتماعی گوناگون، تصورات و پیشه‌ها و باورها و رسوم پنزي.	گنجینه‌ی انباسته‌ای از آفرینندگی بشر: کتاب‌ها، نقاشی‌ها، بنایان و مانند آن، و نیز دانش هماهنگ کردن خود با محیط، چه انسانی چه طبیعی، زبان، رسوم و نظام آداب، فضایل اخلاقی، دین و احکام شایست و ناشایست که با گذشت روزگاران پدید آمده است.
کلاکن و کلی ۱۹۴۶	اشارت دارد به صورت‌های آموخته‌ی فنون، رفتار، احساس و اندیشه‌ی افراد در جامعه و نهادهای اجتماعی که برای رسیدن به هدف‌های مشترک همکاری می‌کنند.	صورت‌های آموخته شده توسط افراد با هدف مشترک
بیدنی ۱۹۴۷	انبوه واکنش‌های آموخته شده عضلانی، [ونیز] عادات، فنون، اندیشه‌ها، و ارزش‌ها- و رفتار ناشی از آن‌ها- تشکیل‌دهنده فرهنگ است. فرهنگ فرأوردهی اختصاصی و انحصاری انسان‌هاست و کیفیت ممتاز کننده آن‌ها [از دیگر موجودات]	شامل واکنش‌های آموخته شده. منحصر به انسان.
کرووبر ۱۹۴۸	اشارة دارد به آن بخش از دستگاه کلی زندگانی بشری شامل اشیاء مادی ساخته‌ی دست بشر، فنون، جهت‌گیری‌های اجتماعی، دیدگاه‌ها و هدف‌های تعیین شده‌ای است که عوامل بی‌واسطه‌ی تعیین کننده رفتار هستند. بنایی است مبین تمامی باورها، رفتارها، ارزش‌ها، مقاصدی که شیوه‌ی زندگی هر ملت را مشخص می‌کند... و سرانجام عبارتست از هر آنچه یک ملت دارد، از آنچه که می‌کند و هر آنچه می‌اندیشد.	عوامل بی‌واسطه‌ی تعیین کننده رفتار. شامل دارایی، عمل و اندیشه‌ی یک ملت.
هرسکوویتس ۱۹۴۸		

در تجمیع دیدگاه نظریه‌پردازان در باب فرهنگ می‌توان آن را یک کلیت پیچیده دانست که تمام ابعاد زندگی انسان از جمله سنت‌ها، رسوم، راه و رسم‌های زندگی، فنون علمی، نظام‌های فکری، باورها و همه‌ی شیوه‌های کردار، دانش، دین، هنر، قانون، اخلاقیات، آداب و رسوم، هرگونه توانایی، عادات خوردخوارک و پیشه‌هایی که نه از راه کردودکار خود بنیاد او، بلکه به صورت میراثی از گذشته، از راه آموزش و پرورش رسمی و غیررسمی، به او رسیده است، ... را در بر می‌گیرد. با بررسی و کاووش در تعاریف ارائه شده از فرهنگ، می‌توان ابعاد مختلف آن را به چنین نام برد:



شکل ۳: ابعاد فرهنگ در حیات شهری و مصادیق آن (نگارندگان)

جدول ۲ - ابعاد فرهنگ در طراحی و رویدی شهرها

بعاد فرهنگ	معیارها و کیفیت‌ها	ویژگی‌ها، خصوصیات و اهمیت	روش‌های تجلی ابعاد فرهنگی	مثال‌ها و مصادیق
دین و مذهب		مذهب شیعه و بايدونبايدهای مذهبی	استفاده از هنرهای نگارگری، خوشنویسی، معماری، نقاشی، مجسمه‌سازی و ...	بدرقه کردن مسافر با قرآن، ادعیه بدرقه‌ی مسافر
		تاریخ و پیشینه شکل‌گیری شهر، آثار، وقایع تاریخی شهر، روایت‌گونه‌ی رویدادهای تاریخی طی مسیر ورودی، تصویرسازی و نقاشی شهر	المان آثار و وقایع تاریخی شهر، بیان المان آثار و وقایع تاریخی شهر، روایت‌گونه‌ی رویدادهای تاریخی طی مسیر ورودی، تصویرسازی و نقاشی شهر	قیام سربداران، جنگ تحملی، انقلاب مشروطه
		سبک و شیوه‌های ساخت و ساخت ویژه‌ی منطقه	تریتیات بومی ساختمان، نمودهای اقلیم بومی، مصالح بومی و ...	بادگیرهای یزد، سقف شیروانی شهرهای شمالی
		هنر	سربیس، تندیس، المان، نمایش هنر بومی و صنایع دستی	هنر قالی‌بافی تبریز، هنر چاروق دوزی بختور، هنر قلمزنی اصفهان
		معماری	آداب و رسوم خاص منطقه، آینین برگزاری مراسم مختلف ایرانی و اسلامی	آیین قالی‌شویان مشهد، اردهال کاشان
		دانش	طب سنتی ایران، دانش ساخت و استخراج منابع، دانش تولید محصولات بومی، ابزار آلات ابداعی	قاته‌های یزد، چرخ ریسه‌گری و ابزارهای بافتگی شمال خراسان، طب سنتی بوعلی سینا همدان
		نشانه‌ها و نمادها	وجه تسمیه، بنای‌های نمادین، نشانه‌های طبیعی و مصنوع	نخل به عنوان نماد طبیعی شهر آبادان، بادگیر به عنوان نماد مصنوع شهر یزد
		سبک زندگی	غذاها و لباس‌های بومی شهر، زبان و گویش	پوشش خاص محلی شیزار، خوارکی یورولما یومورتا تبریز

۵- مسائل و مشکلات ورودی‌های شهرهای معاصر ایران

که ورودی هر شهر معرف خصوصیات و عناصر شاخص هویتی همان شهر باشد. با مشاهده مسئله پی بردن که اغلب ورودی‌ها فاقد شخصیت ویژه و منحصربفرد هستند و نه تنها شخص آن‌ها دچار تنزل شده بلکه «هویت فرهنگی» و «منظر فرهنگی» آن‌ها، به عنوان دو معیار مهم دیگر در طراحی ورودی شهر، نیز مورد بی‌توجهی و غفلت قرار گرفته است. چرا که از جمله ویژگی‌های یک شهر، که قدرت زیادی در به وجود آوردن تمایز و تنوع در عناصر، شخصیت و هویت شهر یا مکان دارد، عامل فرهنگ است. بی‌توجهی به عامل فرهنگ، گامی مسلم در جهت کلیشه شدن، تقلید و بی‌هویتی می‌باشد.

«پذیرندگی»، «خوانایی» و «تشخص» سه ویژگی کیفی است که از ورودی هر شهر انتظار می‌رود (پاکزاد، ۱۳۸۵: ۱۲). مقصود از «پذیرندگی» انتظار شخص از پذیرفته شدن و احساس خوشایند داشتن در هنگام ورود است. «خوانایی» بر لزوم وضوح ورودی شهر، به خصوص به دلیل حاکمیت سواره تأکید دارد و «تشخص»، کیفیتی است که به منظور تحقق آن، ورودی هر شهر، باید معرف خصوصیات و عناصر شاخص هویتی همان شهر باشد (روستا، خطیبی و ابوعلی، ۱۳۸۷: ۹۶).

با توجه به آن‌چه که در مورد شرایط تحقق پذیرندگی گفته شد، می‌توان معیارهای «صمیمیت»، «همان‌نوازی»، «سلام و خوشامدگویی» و همچنین «بدرقه و خداحافظی با میهمان» را نام برد. چرا که اولًاً در ساختن تصویر ذهنی مسافران و رانندگان از شهر بسیار تأثیرگذار است، دوماً ماهیت ورودی بودن فضا، وجود چنین ویژگی‌هایی را در خود می‌طلبد. با نگاهی به ورودی و خروجی شهرهای کشور، می‌توان غفلت از این ویژگی‌ها را مشاهده نمود که چطور

ورودی شهر از طرفی در ارتباط با سیستم پیچیده‌ی شهر می‌باشد، و از طرفی دیگر، فضایی شهری با هویت مستقل است که کیفیت آن متأثر از ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، کالبدی، اقتصادی، منظر، تاریخی و ... می‌باشد. در شناخت و تحلیل مسائل و مشکلات ورودی‌های کنونی شهرهای ایران، دریافتیم که در طراحی و برنامه‌ریزی آن‌ها، ابعاد تأثیرگذار بر کیفیت فضای شهری مورد توجه لازم واقع نشده‌اند. درواقع در اکثر شهرهای ایران، به ورودی شهر به عنوان یک فضای شهری با هویت مستقل توجه نشده است.

ورودی‌های امروزی شهرهای، در سازمان فضایی شهر نادیده انگاشته شده‌اند و در توسعه‌های آتی و گسترش شهر، به آن توجه نشده است. در طراحی آن صرفاً اتومبیل در نظر گرفته شده و این امر به بی‌هویتی و یک شکل شدن ورودی‌های شهرهای مختلف در فرهنگ‌ها و اقلیم‌های متفاوت منجر شده است. عمدتاً دیدگاه مدنیستی و عملکردگرایانه، موجب نگاه صرفاً فنی و ترافیکی به ورودی شهرها شده و حاصل آن، فلکه‌های خارج از مقیاس، تقاطع‌های غیرهمسطح، عرصه‌ی بی‌هویت و کلیشه‌ای، فضاهای غیرانسانی و فاقد حس ورودی شده است.

همواره در طراحی فضاهای مختلف شهری، معیارهایی وجود دارند که علاوه بر معیارهای عام فضا، متناسب با ماهیت و کارکرد فضا تعریف می‌گردند. در این پژوهش نیز معیارهای خاص فضای ورودی شهر، در تناسب با ماهیت ورودی تعریف می‌شوند و لزوم توجه به آن‌ها در طراحی این فضاهای از اهمیت بالایی برخوردار است. از جمله معیارهای مهم طراحی ورودی شهر «تشخص» می‌باشد. تشخص به این مفهوم

می شود که به لحاظ کارکردهای متعدد از اهمیت خاصی در برنامه ریزی شهری برخوردار است (قدمی و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۸۳). «زیبا و هنری» بودن یک فضای بخصوص در ابتدای شهر، عاملی است که بر ایجاد حس تعلق و در ذهن ماندن آن شهر بسیار تأثیرگذار است و یکی از معیارهای مهم در طراحی فضای ورودی شهر به شمار می‌آید. چرا که کیفیت فضایی را افزایش داده و به خوبی معرف شهر می‌باشد. بی‌توجهی به این عامل موجب ایجاد تصویر ذهنی بی‌کیفیت و نامطلوب از شهر می‌گردد. ورودی نخستین فضای شهری است که هر کس به هنگام ورود به شهر با آن مواجه می‌شود. ورودی مکانی است خلق شده برای یک اتفاق که معنی این اتفاق، ورود و خروج آگاهانه از دنیای به دنیای دیگر است (پاکزاد، ۱۳۸۵: ۹۲). ماهیت فضا و مکان بودن آن، لزوم داشتن ویژگی‌های فضای شهری و مکان را ایجاب می‌کند. اما متأسفانه امروزه یکی از مسائل ورودی‌های امروز شهرها، فاقد فضای جمعی بودن آن‌ها می‌باشد که فرصت وقوع رویدادها را به این فضاهای نمی‌دهد. رویداد پذیری عامل مهمی در ایجاد احساس تعلق و در ذهن ماندن و مکان شدن یک فضا دارد. بنابراین «رویداد پذیری» معیار مهمی در افزایش کیفیت فضای ورودی محسوب می‌گردد. در جدول زیر به طور خلاصه به معرفی معیارهای طراحی ورودی و مسائل و آسیب‌های بی‌توجهی به آن‌ها، با اشاره به مصاديق آن در شهرهای ایران پرداخته شده است:

منجر به افت کیفیت‌های فضایی گردیده. امروزه ویژگی‌هایی مانند سلام و خوشامدگویی و بدرقه‌ی میهمان، در حد تابلویی کوچک در حریم شهر تقلیل یافته است. از دیگر معیارهای مهم که به ایجاد پذیرندگی و افزایش کیفیت فضایی می‌انجامد می‌توان وجود «غذا و نوشیدنی‌های منحصر‌بفرد» را نام برد که به واسطه‌ی فراهم نمودن بستر مناسب، می‌تواند ویترینی از فرهنگ و ذاته‌ی غذایی مردم آن شهر باشد. همچنین بخشی از نیازهای مسافرین را در فضای ورودی شهر پاسخ داده و کیفیت‌های فضایی را نیز افزایش می‌دهد.

در زمینه‌ی کیفیت خوانایی همان‌طور که در تعریف آن اشاره شد، توجه به «خوانایی و تصویر ذهنی از فرهنگ شهر» و «نشانه و نماد فرهنگی» می‌تواند علاوه بر تحقق کیفیت خوانایی در ورودی شهر، منحصر‌بفرد بودن و مطلوبیت فضایی ورودی را نیز افزایش دهد. اما چیزی که امروزه مشاهده می‌شود، ورودی‌های شهرهای مختلف اغلب بدون توجه به زمینه و فرهنگ خاص شهر، با تکیه بر بعد ترافیکی و حمل و نقل، رونوشتی از ورودی‌های سایر شهرها می‌باشند. به طور مثال می‌توان به ورودی شهر مشهد اشاره کرد، که فاقد هرگونه نشانه و نماد فرهنگی می‌باشد و با تصویر ذهنی مسافرین و زائرین تطابقی ندارد.

مبادی ورودی شهر نقش مهمی در ایجاد تصویری کلی از شهر در ذهن عابر ایفا می‌کند و معمولاً یکی از متغیرهای مؤثر در قضاوت تازه‌واردین در مورد کلیت شهر محسوب می‌شود. زشتی و زیبایی شهر از دید تازه‌واردین می‌تواند تا حد زیادی تحت تأثیر ویژگی‌های کالبدی و کارکردی و زیبایی‌شناسی مبادی ورودی شهر قرار گیرد. از طرف دیگر مبادی ورودی شهر یکی از اصلی‌ترین اجزای ساختار کالبدی و فضایی شهر محسوب

جدول ۳ – معیارها، مسائل و مصادیق پیش روی فضاهای ورودی شهرها

معیار	آسیب‌ها و مسائل پیش رو	مثال‌ها و مصادیق
تشخص	ورودی اغلب شهرها نماد چهره و شخصیت آن شهر نمی‌باشد.	 ورودی شهید کسائی تبریز
هویت فرهنگی	بی‌توجهی به هویت فرهنگی شهرها در اغلب ورودی‌ها خودنمایی می‌کند که منجر به کلیشه‌ای شدن و تقليد در طراحی ورودی شهر گشته است.	 ورودی شهر مشهد، بلوار آزادی
خوانایی و تصویر ذهنی از فرهنگ شهر	ورودی‌های شهرهای مختلف اغلب بدون توجه به زمینه و فرهنگ خاص شهر، با تکیه بر بعد ترافیکی و حمل و نقل، رونوشتی از ورودی‌های سایر شهرها می‌باشند.	 ورودی شهر تبریز، بزرگراه بسیج
نشانه و نماد فرهنگی	اغلب نمادهای فرهنگی در ورودی شهرها به چشم نمی‌خورند و یا صرفاً به المانی خارج از مقیاس در میانه فلکه‌ی ترافیکی بسته شده شده است.	 ورودی شهر مشهد
مهمازنوازی	اغلب نشانی از مهمنوازی در ورودی‌ها به چشم نمی‌خورد.	 ورودی شهر مشهد، بلوار آزادی
سلام و خوشامدگویی	اغلب ورودی‌های شهری قضایی عبوری صرفاً ترافیکی هستند. و صرفاً به تابلویی با مضمون خوش‌آمدید اکتفا نموده‌اند.	 ورودی شهر قم

 <p>ورودی شهر قم، بزرگراه امام رضا</p>	<p>اغلب ورودی‌های شهری ارتباطی با مسافرین و رانندگان برقرار نمی‌کنند و نشانه‌ای از صمیمیت و گرمی در آن‌ها دیده نمی‌شود.</p>	صمیمیت و گرمی
 <p>میدان آذربایجان تبریز</p>	<p>آینین بدرقه‌ی مهمان عموماً در خروجی و ورودی شهرها به چشم نمی‌خورد مگر در موارد انگشت‌شمار و غالباً ابعاد ترافیکی مورد توجه قرار گرفته است.</p>	بدرقه و خدا حافظی با میهمان
 <p>ورودی شهر مشهد، بزرگراه سلسله الذهب</p>	<p>علی‌رغم وجود فرهنگ غنی بسیاری از شهرهای ایران، در ورودی شهرها به فرهنگ و منظر فرهنگی شهر پرداخته نشده است.</p>	منظر فرهنگی
 <p>ورودی شهر تبریز</p>	<p>ورودی‌های شهرها غالباً فاقد فضای طراحی شده هستند و بستر و قوع رویداد در آن‌ها دیده نمی‌شود.</p>	رویداد پذیری
 <p>ورودی شهر قم، میدان ولی‌عصر (عج)</p>	<p>اغلب محصولات غذایی منحصر بفرد شهرها چه در طراحی و چه در جانمایی کاربری‌ها در ورودی شهر، نادیده انگاشته می‌شوند.</p>	غذاها و نوشیدنی‌های منحصر بفرد
 <p>ورودی شهر قزوین</p>	<p>عدم استفاده از روش‌های هنری در معرفی شهر و فرهنگ آن.</p>	زیبا و هنری

۶- نمونه موردی؛ ورودی شهرهای تبریز، قم، شیراز و مشهد

۶-۱- ورودی‌های شرقی و غربی کلان‌شهر تبریز

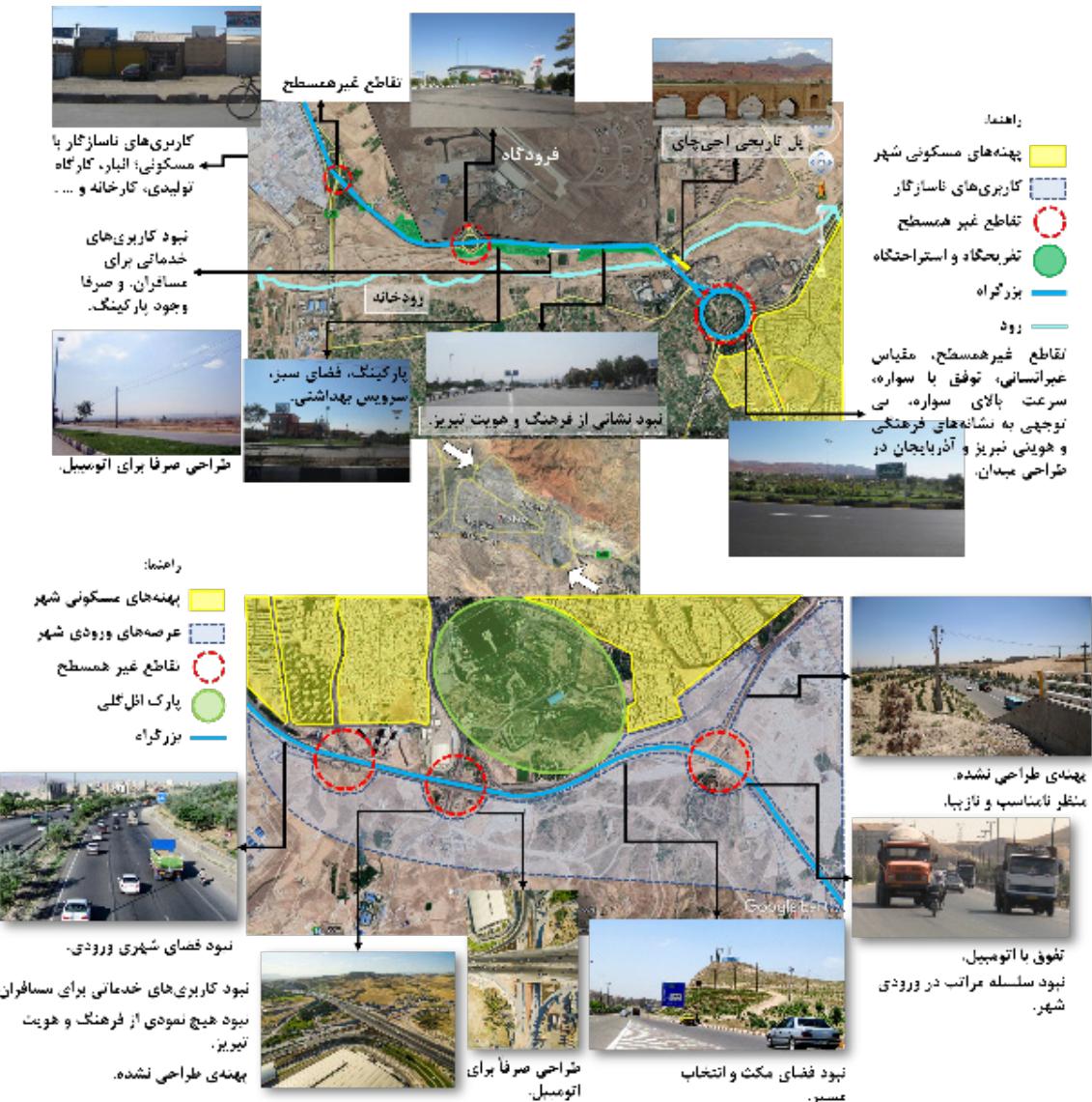
موقعیت جغرافیایی تبریز، باعث چهارراهی بودن وضعیت این شهر شده و این عامل موجب شده تا این شهر همیشه نقش کنترل کننده بر حرکات این چهارراه مهم داشته باشد. یک محور از این دو محور که مشهورترین نامی را که برای آن می‌شناسیم همان جاده ابریشم است از شرق به غرب ایران امتداد داشته است (فرزان‌فر، ۱۳۹۲: ۸۷-۸۸). ورودی‌های اصلی شهر تبریز از سمت شرق و جنوب شرقی، شمالی غربی و جنوب غربی می‌باشند. ورودی‌های مذکور ویژگی‌های کالبدی، عملکردی، فضایی، زیبایی‌شناسی و زیست‌محیطی مشابهی دارند و نتایج حاصل از بررسی هریک از آن‌ها در موارد، به طور کلی قابل تعمیم می‌باشد. ورودی جنوب شرقی از سمت تهران، اتوبان شهید کسائی بوده و به دلیل حجم تردد از اهمیت بالایی برخوردار است لذا در این بخش به مطالعه و تحلیل آن می‌پردازیم.



تصویر ۵: ورودی‌های شهر تبریز (مأخذ: گوگل ارت)

ورودی جنوب شرق شهر تبریز، محوری ورودی از سمت تهران به سمت تبریز می‌باشد که با نام اتوبان شهید کسائی شناخته می‌شود. و به نوعی ورودی استان‌های غربی کشور نیز محسوب می‌گردد. ورودی مذکور در امتداد جاده‌ی مواصلاتی تهران می‌باشد و شامل چند تقاطع غیرهمسطح بوده که دسترسی مستقیم به شهر را فراهم می‌آورد. در طراحی آن کوچک‌ترین توجهی به خصوصیات پیاده نشده، همچنین فضایی برای توقف و نیز انتخاب مسیر در آن در نظر گرفته نشده است. سرعت ترافیک در آن کنترل نشده و فرصت ادراک برای مسافرین و تازهواردین وجود ندارد.

منظورسازی بسیار ضعیف صورت گرفته و هیچ‌گونه نشانه‌ای از هویت و فرهنگ غنی تبریز و آذربایجان در آن به چشم نمی‌خورد. فضا و کاربری‌های خدماتی ضروری در دسترس مسافر قرار ندارد و دسترسی به آن‌ها نیازمند طی مسیر بیشتر می‌باشد که عموماً مطلوب مسافران نیست.



مدیریت شهری

فصلنامه علمی پژوهشی
مدیریت شهری و روستایی
شماره ۶۱. زمستان ۱۳۹۹

Urban management
No.61 Winter 2020

۱۵۴

تصویر ۶: تحلیل وضعیت ورودی‌های مهم تبریز (مأخذ: نگارندگان)



تصویر ۷: ورودی‌های شهر شیراز (مأخذ: گوگل ارث)

۶-۲- ورودی شیراز:

ورودی‌های شهر شیراز از شمال غربی، شمال شرقی، جنوب شرقی و غرب هستند که مهم‌ترین آن‌ها ورودی شمال غرب می‌باشد و به دروازه قرآن معروف است. این ورودی به لحاظ اهمیت آن و ویژگی‌های خاص کالبدی، فضایی، فرهنگی که دارد در این بخش مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرد.

در کنار پاسخ‌گویی به برخی نیازهای مسافران و رانندگان، امکان توقف و تصمیم‌گیری قبل از ورود به شهر، و همچنین آستانهای بهمنظور ادراک و خوشامدگویی به شهر را مهیا می‌نماید. این عرصه طراحی و زیباسازی شده و ایمنی و امنیت پیاده در آن اندیشه‌یده شده است. در این بخش برخی عناصر و نمادهای از فرهنگی و هنر شیراز به چشم می‌خورد؛ دروازه قرآن که نشانی از احترام و عزت مهمان است و نمادی از عبور مسافران از زیر قرآن و بدرقه و همچنین خوشامدگویی و مهمان‌نوازی مردم شیراز، در این بخش سرعت سواره کنترل شده و راننده نسبت به محیط آگاهانه‌تر حرکت می‌کند. همچنین طاق‌های طراحی شده در ضلع شرقی فضا، یادآور تخت جمشید و عناصر تاریخی و هویتی شیراز می‌باشد.

ورودی شمال غرب شیراز محوری ورودی از سمت اصفهان به سمت شیراز است که به نام دروازه قرآن شناخته می‌شود. دروازه قرآن در دوره‌ی دیلمیان ساخته شده و پس از خدمات زیادی که در دوره‌ی زندیه به آن وارد شد، در سال ۱۳۲۸ با همت بازرگانی به نام حسین ایگار مرمت گردید و در سال‌های اخیر به فضاسازی اطراف آن پرداخته شد. دروازه قرآن و محدوده‌ی پیرامون آن از نواحی دوست‌داشتی شیراز محسوب می‌شوند که احساس می‌شود به موجب ساختار جالب توجه آن و بواسطه فرصتی که برای حضور و تجربه در مکان در اختیار شهروندان قرار می‌دهد موردنمود توجه واقع شده باشد. دروازه قرآن به مثابه ورودی و هویت کالبدی شهر شیراز به همراه محدوده دربرگیرنده آن به دلیل ایجاد منظره و چشم‌اندازی کلی به شهر و همچنین مهیا نمودن محیطی برای گذراندن اوقات فراغت شهروندان جزء محدوده دوست‌داشتی واقع شده است. در واقع این منطقه مؤلفه دلباز بودن را نیز در خود دارد. شایان ذکر است که مشارکت رانندگان کمربند سبز، پارک کوهپایه، عناصر طبیعی و برخی از بناهای معاصری که در اطراف خیابان‌های منتهی به دروازه قرآن واقع شده‌اند (مانند هتل بزرگ شیراز و رستوران هفت‌خان) را نیز جزو محدوده‌های دوست‌داشتی خود اعلام داشته‌اند (اسدپور و همکاران، ۱۳۹۶: ۶۲-۶۳).

بخش سوم ورودی عرصه‌ای است که بخشی از خدمات و کاربری‌های موردنیاز مسافران و رانندگان را فراهم می‌کند و فرست تصمیم‌گیری و انتخاب مسیر به رانندگان می‌دهد. این عرصه نیز طراحی شده و المان‌های خاطره‌انگیز و هویتی از جمله طاووس در آن قرار گرفته که و با گیاهان تزئین شده است. این بخش منظری زیبا از شهر به مخاطب نشان می‌دهد تصویر ذهنی مخاطب را به خوبی شکل می‌بخشد.

در انتهای ورودی به شهر سلسه مراتبی از دسترسی‌ها به چشم می‌خورد همچنین سلسه مراتبی از کاربری‌ها و خدمات. عرصه‌ی ورودی به خوبی فضای بیرون شهر را به فضای درون شهر پیوند داده و هویت و فرهنگ شیراز را به خوبی نشان می‌دهد. یکی از ایرادات بزرگ بخش جدیدتر این ورودی که مسیر سواره‌ی فعلی آن می‌باشد، در بهار سال ۹۸ چهارهای خود را نشان داد. این جاده بدون توجه به مطالعات زیست‌محیطی محدوده، در بستر رودخانه‌ای ساخته شده است که در تصاویر قدیمی دروازه شیراز به وضوح قابل مشاهده است.

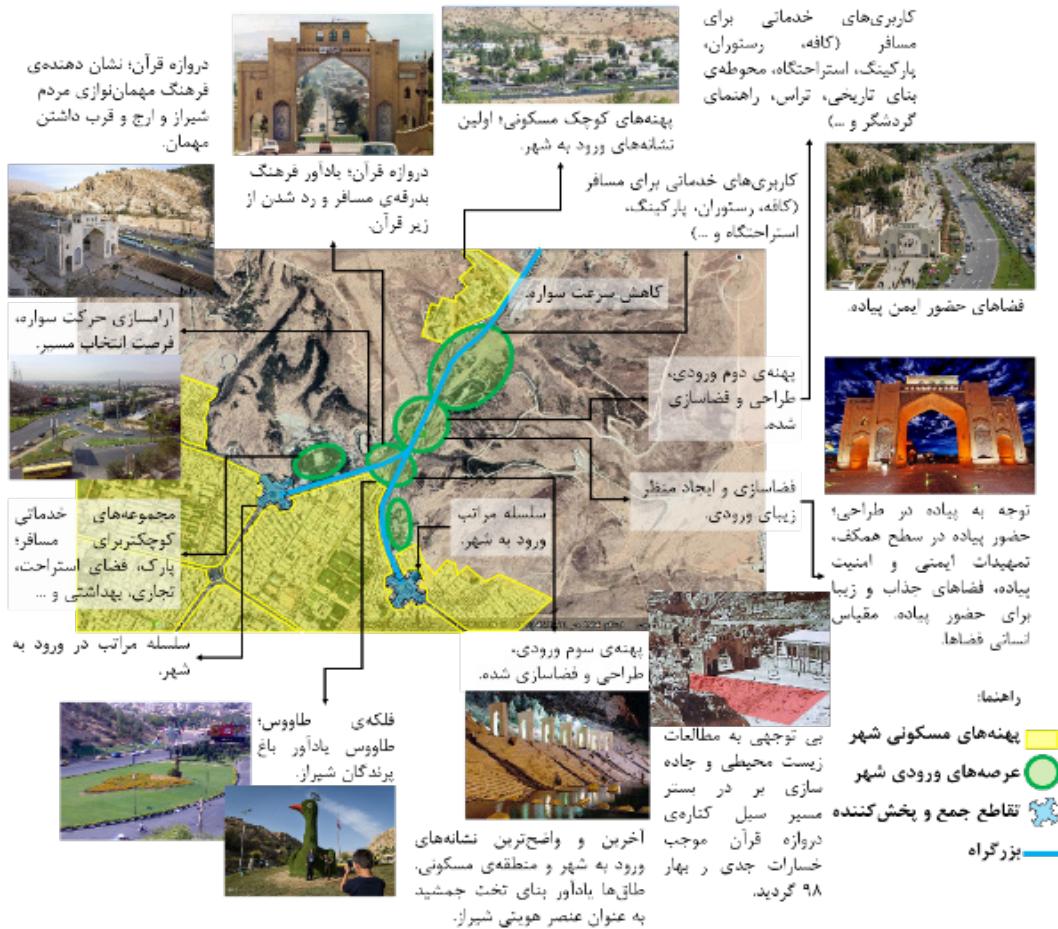
عرصه‌ی ورودی شهر شیراز را می‌توان مطابق تصویر به سه بخش تقسیم‌بندی نمود. این تقسیم‌بندی براساس ویژگی‌های کالبدی، کاربری و منظر صورت می‌گیرد که در هر یک ازین سه بخش به شکلی بروز یافته‌اند. بخش اول شامل پهنه‌های کوچک مسکونی می‌باشد که اولین نشانه از نزدیک شدن و ورود به شهر شیراز را به مسافران و رانندگان نشان می‌دهد. در این عرصه برخی کاربری‌های خدماتی به چشم می‌خورد و با انتقال اطلاعات بصری رو به افزایش همراه است که از سرعت رانندگان اندکی می‌کاهد و آنان را برای ورود به شهر آگاه می‌نماید. بخش دوم ورودی به صورت عرصه‌ای است که برخی خدمات از جمله پارکینگ، فضای استراحت، اقامت، رستوران و غذاخوری، فضای مناسب حضور پیاده و منظر زیبا و سبز را فراهم آورده است. این بخش

مدیریت شهری

فصلنامه علمی پژوهشی
مدیریت شهری و روستایی
شماره ۶۱. زمستان ۱۳۹۹

Urban management
No.61 Winter 2020

۱۵۶



تصویر ۸: تحلیل وضعیت ورودی شهر شیراز (مأخذ: نگارندگان)

۶-۳- ورودی شهر قم

شهر قم در مرکزیت جغرافیایی کشور مانند چهارراهی است که مسیرهای مهمی به آن وارد می‌شوند و از آن عبور می‌کنند. در گذشته با ورود از مسیر تهران به قم، در ابتدای فلکه ۷۲ تن با نماد "الله" مواجه می‌شدیم، معمولاً در هر شهری که اسم قم می‌آمد، حرم، جمکران و این‌گونه نمادها در ذهن افراد تجسم پیدا می‌کرد که با احداث زیرگذر و روگذر در محل میدان، ورودی ۷۲ تن به تقاطع غیر هم‌سطح تبدیل شد و دیگر نمادی در آنجا نمایان نیست. با ورود از مسیر اراک به قم، چهره منور امامزاده سید جمال



تصویر ۹: ورودی‌های شهر قم (مأخذ: گوگل ارت)

ذهن مخاطب را به مسائل معنوی و چشم او را به یک مظاهر معنوی خیره می‌کند ولی از طرفی دیگر بازهم جلوه خاصی از نماد ورودی شهر باوجود زیرگذر و روگذر را شاهد نیستیم و همچنین با ورود از سمت کاشان هم میدان قائم در حال حاضر دستخوش عملیات عمرانی است (tabnakqom). در واقع در حال حاضر بیشترین کاربری‌هایی که در ورودی‌های شهر قم به چشم می‌خورند سوهان فروشی و تعمیرگاه اتومبیل هستند. و هیچ نشانه و نمادی از جایگاه مذهبی و فرهنگی ویژه‌ی شهر در آن‌ها وجود ندارد و هویت و فرهنگ شهر قم در ذهن مخاطب تداعی نمی‌گردد.



تصویر ۱۰: تحلیل وضعیت ورودی میدان ۷۲ تن شهر قم (مأخذ: نگارندگان)

۶-۴- ورودی شهر مشهد:

دو ورودی اصلی شهر مشهد به لحاظ حجم بالای تردد و استفاده‌ی بالای مسافران، محور نیشابور و محور قوچان می‌باشد.

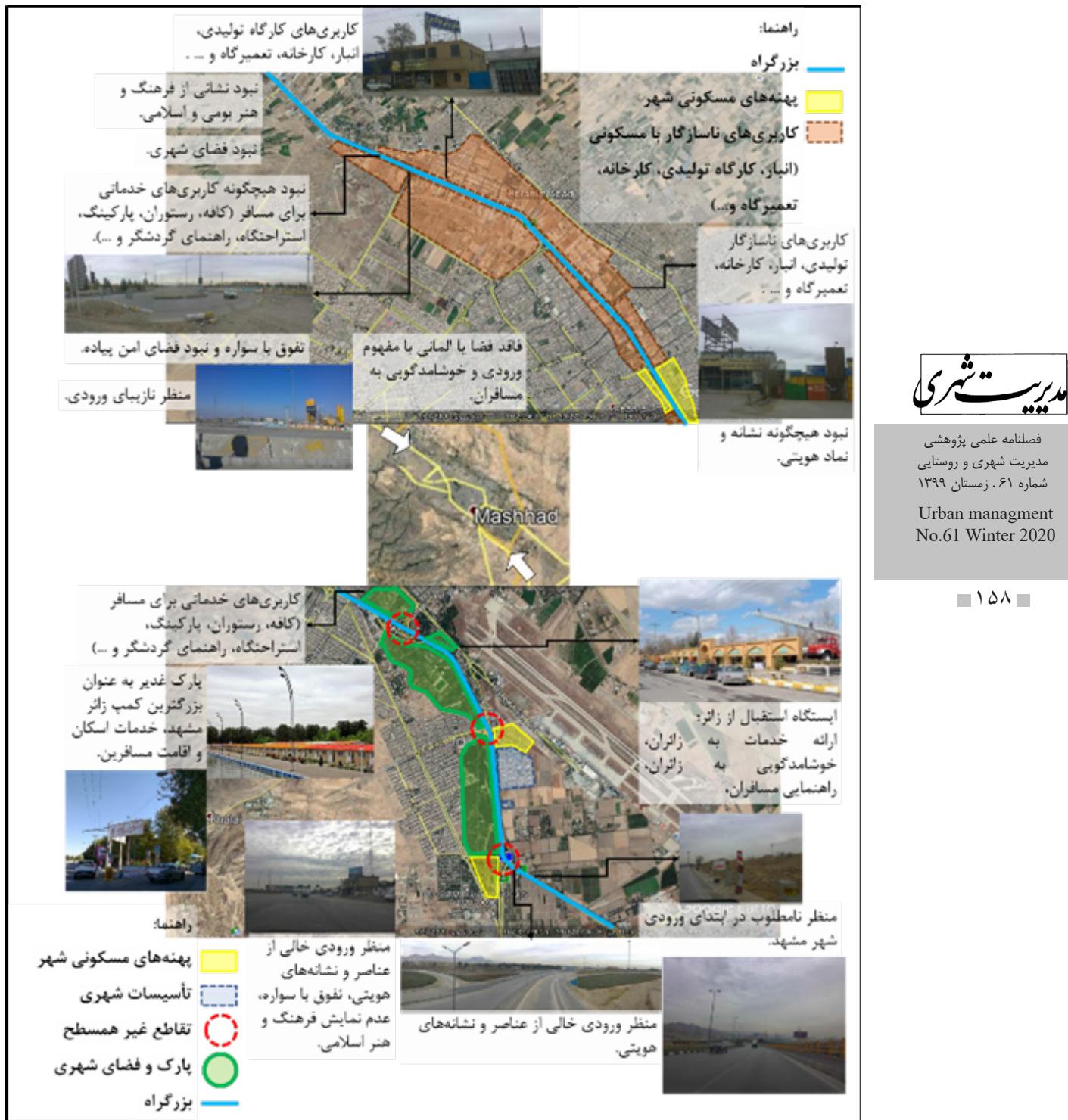
ورودی محور نیشابور به عنوان جزئی از منطقه هفت شهر مشهد از پلیس راه نیشابور آغاز شده و پس از عبور از اراضی و پارک جنگلی طرق به پل حافظ ختم می‌گردد. وجود کمپ زائر غدیر، پارک جنگلی طرق و ایستگاه زائر از مزایای این محور ورودی می‌باشد. از معایب آن نیز می‌توان به وجود کنده‌کاری‌ها و زمین‌های رها شده در حاشیه مسیر اشاره کرد (بهنودشیری، ۱۳۹۲؛ ۱۰۹). همچنین نبود نشانه‌های هویتی و فرهنگی و بی‌توجهی به جایگاه ویژه‌ی مذهبی شهر کاملاً در طراحی این ورودی مشهود است.



تصویر ۱۱: ورودی‌های شهر مشهد (مأخذ: گوگل ارث)

ورودی محور قوچان نیز به عنوان جزئی از منطقه ده شهر مشهد از پلیس را چنان‌را (سه راه فردوسی) آغاز شده و پس از عبور از کارخانه‌ها و کارگاه‌های صنعتی به بولوار می‌شاق ختم می‌گردد. مهم‌ترین مشکلی که در گذر از این محور ورودی برای بیننده احساس می‌شود عدم وجود پهنه‌های سبز در این محور است. فضای سبز ناچیز و درختکاری‌های بدون برنامه و طراحی شده باعث عدم کشش و جذبیت بصری در این مسیر شده و حتی موجب استثمار دیوارهای انبار و کارخانجات هم نمی‌شود. مشکل دیگری که این مسیر را تهدید می‌کند و بسیار با اهمیت است تعداد بسیار زیاد کارخانه‌ها، کارگاه‌ها، تعمیرگاه‌ها و فروش لوازم و قطعات خودرو می‌باشد که منظره

ناخوشایند و نامطلوبی را برای مسافر در ابتدای ورود به مشهد ایجاد می‌کند (بهنودشريف، ۱۳۹۲: ۱۰۹). در این ورودی نیز نشانه‌های هویتی و فرهنگی به چشم نمی‌خورد و به جایگاه مذهبی مشهد بی توجهی شده است. فضایی برای مسافرین طراحی نشده و فرهنگ خوشنامدگویی و استقبال در طراحی این ورودی به چشم نمی‌خورد.



تصویر ۱۲: تحلیل وضعیت ورودی‌های شهر مشهد (مأخذ: نگارندهان)

جدول ۴ – بررسی وضعیت فضاهای ورودی شهرهای تبریز، قم، شیراز و مشهد در ابعاد پژوهش

ابعاد شهرسازی	ورودی شهر تبریز	ورودی شهر قم	ورودی شهر شیراز	ورودی شهر مشهد
فضایی_کالبدی	نیو فرم و فضای شاخص	نیو فرم و فضای شاخص	فضای طراحی شده و استفاده از کالبد در برخی نقاط آن.	نیو فرم و فضای شاخص
کاربری و فعالیت	نیو کاربری و فعالیت در ورودی شهر.	وجود برخی کاربری‌های خدماتی مسافرین در برخی نقاط در ورودی از مسیر نیشابور. و نیو کاربری و فعالیت در ورودی از مسیر قوچان.	تعزیف کاربری‌های خدماتی مسافران و رانندگان و فعالیت‌های متناسب با ورودی.	
Traffیکی	فضاهای عبوری و در اختیار سواره.	فضاهای عبوری و در اختیار سواره.	کنترل سرعت در جهت اینمنی پیاده، ایجاد سلسله مراتب در دسترسی، ایجاد فرصت انتخاب مسیر سواره.	فضاهای عبوری و در اختیار سواره.
زیستمحیطی	تهدید زیستمحیطی و آلودگی و آلوگری هوا به دلیل سرعت و حجم بالای سواره به خصوص در ورودی از مسیر قوچان به دلیل کمبود فضای سبز و درختان.	استفاده از نظم طبیعی و توپوگرافی در فضاسازی. بی‌توجهی به مطالعات زیستمحیطی در ساخت جاده و اشغال نمودن بستر رودخانه.	تهدید زیستمحیطی و آلودگی هوا به دلیل سرعت و حجم بالای سواره.	تهدید زیستمحیطی و آلودگی هوا به دلیل سرعت و حجم بالای سواره.
منظار شهری	منظار نامطلوب و نازیبا از ورودی و شهر از مسیر قوچان. و منظر نسبتاً سبز و مطلوب از ورودی از مسیر سبزوار.	منظار زیبایی ورودی و منظر زیبا از شهر.	منظار نامطلوب و نازیبا از ورودی و شهر.	منظار نامطلوب و نازیبا از ورودی و شهر.
اجتماعی فرهنگی	بی‌توجهی به ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی شهر مشهد.	بی‌توجهی به ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی شیراز در طراحی ورودی.	بی‌توجهی به ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی شهر قم.	بی‌توجهی به ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی شهر تبریز.

جدول ۵ - بررسی وضعیت ورودی شهرهای مورد مطالعه از لحاظ معیارهای پژوهش

معیارهای طراحی ورودی	ورودی شهر مشهد	ورودی شهر شیراز	ورودی شهر قم	ورودی شهر تبریز
تشخص	فاقد تشخّص و کاراکتر منحصر بفرد.	المان دروازه شیراز و فضاسازی آن تشخّص خاصی به ورودی بخشیده است.	ورودی فاقد تشخّص و کاراکتر منحصر بفرد.	ورودی فاقد تشخّص و کاراکتر منحصر بفرد.
هویت فرهنگی	بی توجهی به هویت فرهنگی شهر و منطقه در طراحی ورودی.	ورودی، هویت فرهنگی شهر شیراز را به خوبی به نمایش می‌گذارد.	بی توجهی به هویت فرهنگی شهر و منطقه در طراحی ورودی.	بی توجهی به هویت فرهنگی شهر و منطقه در طراحی ورودی.
خوانایی و تصویر ذهنی از فرهنگ شهر	بی توجهی به فرهنگ شهر و منطقه در طراحی و منظرسازی ورودی.	عناصر طراحی شده در ورودی تصویر ذهنی خوانا و مناسبی از فرهنگ شهر شیراز ایجاد کرده است.	بی توجهی به فرهنگ شهر و منطقه در طراحی و منظرسازی ورودی.	بی توجهی به فرهنگ شهر و منطقه در طراحی و منظرسازی ورودی.
نشانه و نماد فرهنگی	بی توجهی به فرهنگ شهر و منطقه در طراحی ورودی.	نمادهای فرهنگی دروازه قرآن، المان طاوس، نشانه های طاق های زیبا، نشانه های فرهنگی شیراز هستند.	بی توجهی به فرهنگ شهر و منطقه در طراحی ورودی.	بی توجهی به فرهنگ شهر و منطقه در طراحی ورودی.
مهما نوازی	نبود نشانی از فرهنگ مهمان نوازی مشهد در ورودی از مسیر قوچان.	منظرسازی، دروازه قرآن، المان طاوس و استفاده از سبزینگی نمودی از مهمان نوازی.	نبود نشانی از فرهنگ مهمان نوازی قم در ورودی.	نبود نشانی از فرهنگ مهمان نوازی تبریز در ورودی.
سلام و خوشامدگویی	ورودی از مسیر قوچان، کاملاً فضایی عبوری و صراف ترافیکی است.	منظرسازی، دروازه قرآن، المان طاوس و استفاده از سبزینگی نمودی از سلام و خوشامدگویی.	اغلب ورودی های شهری فضایی عبوری صراف ترافیکی هستند.	اغلب ورودی های شهری فضایی عبوری صراف ترافیکی هستند.
صمیمیت و گرمی	نبود فضای پیاده و سلطه ای اتومبیل و نبود نشانی از صمیمیت و گرمی در ورودی از مسیر قوچان.	ایجاد صمیمیت و گرمی با فضاسازی مناسب پیاده.	نبود فضای پیاده و سلطه ای اتومبیل و نبود نشانی از صمیمیت و گرمی.	نبود فضای پیاده و سلطه ای اتومبیل و نبود نشانی از صمیمیت و گرمی.
بدرقه و خداحافظی با میهمان	نبود نشانی از بدرقه و خداحافظی میهمان در منظر و فضای ورودی / خروجی شهر.	دروازه قرآن نمادی از بدرقه و خداحافظی با میهمان.	نبود نشانی از بدرقه و خداحافظی میهمان در منظر و فضای ورودی / خروجی شهر.	نبود نشانی از بدرقه و خداحافظی میهمان در منظر و فضای ورودی / خروجی شهر.
منظر فرهنگی	بی توجهی به فرهنگ و نبود منظر فرهنگی.	منظرسازی با توجه ویژه به فرنگ بومی.	بی توجهی به فرهنگ و نبود منظر فرهنگی.	بی توجهی به فرهنگ و نبود منظر فرهنگی.
رویدادپذیری	نبود فضای پیاده و رویدادپذیری ورودی از مسیر قوچان.	رویدادپذیر بودن فضای ورودی در دوطرف و در سکانس های ورودی	کم بود فضای پیاده و رویدادپذیری ورودی.	نبود فضای پیاده و رویدادپذیری ورودی.
غذاها و نوشیدنی های منحصر بفرد	کاربری های خوارکی و خدماتی ارائه دهنده غذا و نوشیدنی بومی منطقه و شهر به صورت بسیار محدود.	سرمه خوارک و نوشیدنی ویژهی شیراز در کاربری های رستوران و خدماتی مسافر در ورودی.	در نظر نگرفتن کاربری های خوارکی و خدماتی ارائه دهنده غذا و نوشیدنی بومی منطقه و شهر به صورت بسیار محدود.	در نظر نگرفتن کاربری های خوارکی و خدماتی ارائه دهنده غذا و نوشیدنی بومی منطقه و شهر.
زیبا و هنری	عدم استفاده از روش های هنری در معرفی شهر و فرهنگ آن.	توجه به هنر در زیباسازی منظر و فضاهای.	عدم استفاده از روش های هنری در معرفی شهر و فرهنگ آن.	عدم استفاده از روش های هنری در معرفی شهر و فرهنگ آن.

مدیریت شهری

فصلنامه علمی پژوهشی
مدیریت شهری و روستایی
شماره ۶۱. زمستان ۱۳۹۹

Urban management
No.61 Winter 2020

شهرها علاوه بر ارتقاء کیفیت‌های فضایی عرصه‌ی ورودی، ویترینی از هویت و فرهنگ منحصربفرد شهر را به نمایش می‌گذارد و نیز تصویر ذهنی مطلوب و ویژه‌ای از شهر را در ذهن مسافران ایجاد خواهد کرد. پژوهش حاضر جایگاه فرهنگ در طراحی ورودی‌های شهری را بازنگاری و با مطالعه ابعاد فرهنگ در طراحی ورودی شهرها، معیارها و کیفیت‌های قابل استفاده در طراحی را استخراج و معرفی نموده که شامل: تشخّص، هویت فرهنگی، خوانایی و تصویر ذهنی از فرهنگ شهر، نشانه و نماد فرهنگی، مهمان‌نوازی، سلام و خوشامدگویی، صمیمیت و گرمی، بدرقه و خداحافظی با میهمان، منظر فرهنگی، رویداد پذیری، غذاها و نوشیدنی‌های منحصربفرد، زیبا و هنری بودن می‌باشد.

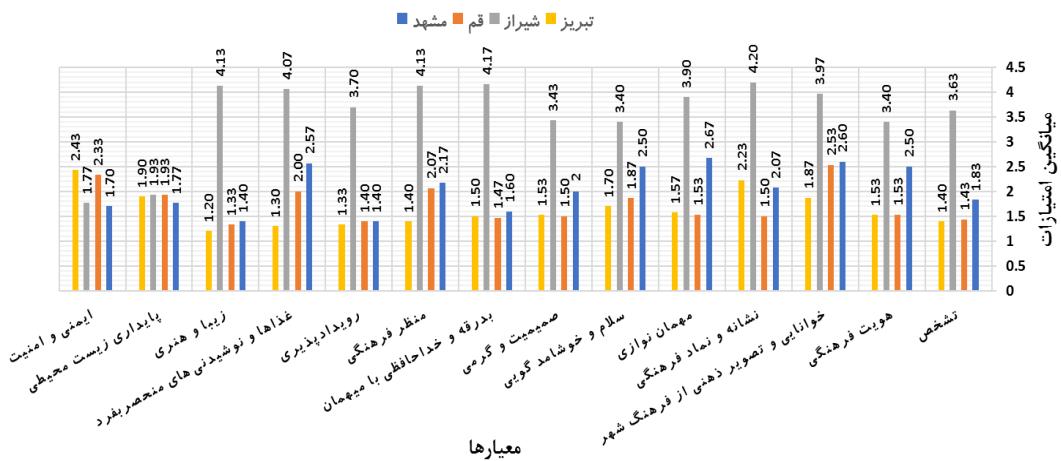
به منظور ارزیابی نظرات متخصصان حوزه‌ی شهرسازی در رابطه با ورودی‌های معرفی شده‌ی شهرهای تبریز، قم، شیراز و مشهد پرسشنامه‌ای تدوین و میان تعداد ۳۰ نفر از متخصصین حوزه‌ی شهرسازی و مدیریت شهری توزیع گردید، که امتیازات مربوط به هر نمونه در زمینه‌ی هریک از کیفیت‌های معیارهای به دست آمده، از ۱ تا ۵ متغیر است. بر این اساس میانگین امتیازات داده شده به هریک از معیارهای نشان‌دهنده امتیاز آن می‌باشد. براساس نتایج به دست آمده ورودی دروازه قرآن شهر شیراز از نظر متخصصین بیشترین امتیاز در اکثر کیفیت‌های موردنظر ما در پژوهش را دارا است. پس از آن، نمونه‌های تبریز، قم و مشهد با اختلاف اندکی از یکدیگر، شرایط مشابهی در امتیازات کسب شده در زمینه‌ی کیفیات مورد پژوهش دارند که با توجه به نظر متخصصان مربوطه، کیفیت‌های معیارهای بررسی شده در آن‌ها وضعیت مطلوبی ندارند.

میریز شهری

فصلنامه علمی پژوهشی
مدیریت شهری و راستایی
شماره ۶۱. زمستان ۱۳۹۹

Urban management
No.61 Winter 2020

۱۶۱



شکل ۴: میانگین امتیازات کیفیات و معیارها در نمونه‌های مورد مطالعه (نویسندها)

۷- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

- و در ادامه رهنمون‌هایی که قابل استفاده در طراحی ورودی‌های شهری هستند بدین شرح می‌باشند:
- استفاده از فرم‌های معماری بومی منطقه در طراحی ورودی شهر مانند طاق، ستون، انواع سقف‌ها، نماکاری‌ها و ...
 - استفاده از موتیف‌ها و الگوهای آشنا بومی منطقه از جمله نقش و موتیف‌های فرهنگ در طراحی و برنامه‌ریزی فضایی ورودی

کیفیات فضاهای شهری بیانگر هویت هر شهر و سازنده‌ی تصویر ذهنی افراد از آن شهر می‌باشند. ورودی هر فضا اولین مکانی است که با حضور در آن خصوصیات کلی فضا کشف می‌شود. لذا توجه به ورودی هر فضا در طراحی، تأثیر بسزایی در هویت‌مندی آن فضا دارد. توجه به جایگاه ویژه‌ی فرهنگ در طراحی و برنامه‌ریزی فضایی ورودی

منابع و مأخذ

- دست بافت‌ها و تزئینات آن در کالبد و فضای عمومی مانند کف و جداره.
- معرفی و ارائه‌ی غذاها و نوشیدنی‌های بومی و خاص منطقه در ورودی شهر.
- طراحی منظر فرهنگی ورودی شهر متاثر از خطوط آسمان بناهای تاریخی و فرهنگی در سیلوئت شهر.
- سازماندهی و تعریف فعالیت‌های ورودی منطبق با فرهنگ و شیوه‌ی مهمان‌نوازی و خوشامدگویی بومی منطقه.
- استفاده از هنر و سلیقه‌ی بومی در نقاشی‌های دیواری، کفسازی‌ها، المان‌ها، مبلمان و ... در فضای ورودی شهر.
- ایجاد فضاها و خرد فضاها با سلسله مراتب مناسب در ورودی به‌منظور بستر وقوع رویدادهای فرهنگی بومی منطقه.

- ثبوتی، هومن، سیما، یلدا. ۱۳۹۰. اثرات نامطلوب ورودی‌های شهر در ایران و ضرورت اصلاح آن‌ها. ویژه‌ی حمل و نقل شهری (مهندسی عمران شریف). شماره ۳. صص ۵۶-۵۵.
- دانشپور، عبدالهادی، ماستیانی، مهدی. ۱۳۹۳. تدوین راهبردهای طراحی مبادی ورودی شهرها با رویکرد کیفیات ادراکی-صری (نمونه مورد مطالعه: ورودی جنوب شرقی کلان شهر تهران). نشریه علمی-پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران. شماره ۷. صص ۲۲-۵.
- دادودپور، زهره، مغازه، وحید. ۱۳۸۸. خوابست ارزیابی نقش و کارکرد دروازه و فضای ورودی شهرهای مطالعه موردي دروازه قرآن شیراز، نشریه آبادی. شماره ۶۱ و ۶۲ صص ۸۳-۷۶.
- سلطان‌زاده، حسین. ۱۳۹۰. فضاهای ورودی در معماری سنتی ایران. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- سلیم‌آبادی، سید مرتضی. ۱۳۸۸. کارکردهای شهری ورودی و دروازه. نشریه آبادی. تدوین وحید مغاره. شماره ۶۱ و ۶۲. ص ۹۵-۹۰.
- عباس‌زاده، مهدی. ۱۳۸۸. روندهای جدید در فرایندهای بازآفرینی شهری: سرمایه فرهنگی به عنوان منبع انبیا سرمایه انسانی و اجتماعی، شواهدی از نمونه موردي توهو در مونترآل. دوماهنامه شهرنگار. شماره ۵۸. ص ۵۹-۴۰.
- Dixon, K. Karen and Wolf, L.Kathleen (2007), Benefits and Risks of Urban Roadside Landscape: Finding a livable, Balanced Response, Third Urban Street Symposium, Seattle, Washington.
- Evans, G. 2009. Creative cities, creative spaces and urban policy. *Urban Studies*, 46: 1003-1040.
- Florida, R. 2002. The rise of the creative class. New York: Basic Books.
- Gimeno Martinez, J. 2007. Selling Avant-garde: How Antwerp became a fashion capital (1990_2002). *Urban Studies*. No. 44.PP. 2449-2464
- Goldbard, A. 2006. New creative community. Oakland, CA: New Village Press.
- Landry, C. 2006. The art of city making. London: Earthscan.
- Rapoport, A. 1977. Human aspects of urban form: Towards man-environment approach to urban form and design. Oxford: Pergamon Press.

- آشوری، داریوش. ۱۳۵۷. تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ. تهران: چاچانه رامین.
- ابلقی، علیرضا، پورجوهری، امیرحسین. ۱۳۸۵. مبادی ورودی شهرها. مجله آبادی، امیدیان نیا، علیرضا. ۷۵-۶۶.
- اسدپور، علی، نیکوnamنظامی، هادی، امیدیان نیا، علیرضا. ۱۳۹۶. تحلیل مؤلفه‌های تصویر ذهنی ارزیابانه شهرنگان از دروازه قرآن شیراز و بافت پیرامون آن. نشریه علمی-پژوهشی معماری و شهرسازی ایران. شماره ۱۶۹. صص ۶۸-۵۳.
- باقری، یوسف، منصوری، سید امیر. ۱۳۹۶. ورودی شهر، به‌متابه عنصری جهت ایجاد هویت مستقل برای منظر شهری. نشریه باغ نظر. شماره ۱۵(۴۰). صص ۱۴-۵.
- براتی، ناصر، نجفی تروجنی، سیده نسیم. ۱۳۹۵. ارزیابی نماد ورودی شهرها بر مبنای مؤلفه‌های کالبدی طراحی، مطالعه موردي: نماد ورودی شرقی شهر قزوین. فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات شهری. شماره ۱۹. صص ۸۱-۹۱.
- بحرینی، سیدحسین، علی طالب بابلی، ناهید. ۱۳۸۱. محیط‌شناسی. ویژه‌نامه‌ی طراحی محیط. شماره ۲۹. صص ۳۶-۱۳.
- بهزادفر، مصطفی. ۱۳۹۰. هویت شهر نگاهی به هویت شهر تهران. تهران: مؤسسه نشر شهر.
- بهنودشیری، عاطفه. ۱۳۹۲. بررسی جنبه‌های ادراکی-عملکردی ورودهای اصلی شهر مشهد با تأکید بر نقش آن در شکل گیری تصویر ذهنی زائران و گردشگران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری. دانشگاه حکیم سبزواری.
- پاکزاد، جهانشاه. ۱۳۹۳. راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران. تهران: انتشارات شهیدی.