

**Explanation and Evaluation of Factors influencing the Desirability of Urban Squares  
(Case Study: Saa'at Square, city of Tabriz)**

**Leila Rahimi**

1-Department of Architecture, Faculty of Civil Engineering, University of Tabriz, Tabriz,  
Iran

**Abstract**

Squares play an important role in improving the quality of urban environments, but most of current urban environments, including squares, especially central and historical squares, do lack of proper quality and desirability. This study aims at identifying the affective factors, on the squares' desirability, and offering solutions for increasing the desirability of current status of Tabriz's central and historical square, called Saa'at Square. The present study is a combination of qualitative and quantitative methods in data collection from a semi-structured interview with 50 residents of Tabriz city using purposeful sampling and data saturation method. To analyze the data obtained from the interview, the content analysis method has been used, and for the quantitative method, the TOPSIS method has been used. Results show that two factors of location attachment, and sociality, have the most and the least effect on the desirability of Tabriz Square. Among the threefold components affecting the attachment to the field, the component of the field's symbolism is the most significant indicator in this field. Therefore, results of the research to improve the desirability of this square, call for paying more attention to socializing factors -in particular the component of the sense of security in it, as well as the diversity of activities and uses, as well as the factors of visual attraction and creating collective memories in it, especially the component of the sense of survival in its space, and responsiveness to the needs of users by the urban authorities and planners. In this regard, solutions such as creating more green spaces and more pedestrians, creating recreational and cultural spaces, increasing the size of the square, preserving its historical texture, creating uses such as traditional market in order to preserve the city's culture and ..., are offered to promote the desirability of the Tabriz Saa'at Square. Innovational aspect of the present research, is in paying attention to the desirability of this historical square, using a quantitative-quantitative combinational research method.

**Key Words:** desirability, availability, urban square, Tabriz Saa'at Square.

فصلنامه علمی - پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)

سال هشتم، شماره چهارم، (پیاپی ۳۱)، زمستان ۱۳۹۷

تاریخ وصول: ۹۷/۰۲/۲۷ تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۹/۲۸

صص: ۶۷- ۸۸

## تبیین و ارزیابی عوامل تاثیرگذار در مطلوبیت میدان شهری

مطالعه موردی: میدان ساعت تبریز

لیلا رحیمی

۱- استادیار گروه معماری، دانشکده عمران، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

### چکیده

**طرح مسئله:** میدان‌ها در ارتقای کیفی فضاهای شهری نقش مهمی را ایفا می‌کنند؛ اما متأسفانه بیشتر فضاهای شهری امروزی از جمله میدان‌ها به‌ویژه میدان‌های مرکزی و تاریخی مطلوبیت و کیفیت مناسب را ندارند.

**هدف:** هدف پژوهش حاضر، شناسایی عوامل مؤثر بر مطلوبیت میدان‌ها و ارائه راهکارهایی برای مطلوب‌شدن وضعیت کنونی میدان مرکزی - تاریخی تبریز یعنی میدان ساعت تبریز است.

**روش:** این پژوهش ترکیبی از روش‌های کیفی و کمی است. برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته با ۵۰ نفر از ساکنان شهر تبریز به شیوه نمونه‌گیری هدفمند و به روش اشباع داده‌ها استفاده شده است. برای تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه، روش تحلیل مضمون و در روش کمی، روش تاپسیس به کار رفته است.

**نتایج:** نتایج یافته‌ها نشان می‌دهد عامل دل‌بستگی به مکان و اجتماع‌پذیری به ترتیب بیشترین و کمترین تأثیرگذاری را بر مطلوبیت میدان ساعت تبریز دارد. از میان مؤلفه‌های سه‌گانه تأثیرگذار بر دل‌بستگی به میدان، مؤلفه سمبلیک‌بودن میدان چشمگیرترین شاخص مؤثر در این زمینه است. بر مبنای نتایج پژوهش ارتقاء مطلوبیت این میدان، توجه بیشتر مسئولان و برنامه‌ریزان شهری را به عوامل اجتماع‌پذیری به‌ویژه مؤلفه حس امنیت در آن، تنوع فعالیت‌ها و کاربری‌ها، عوامل جذابیت بصری و خاطره جمعی در میدان به‌ویژه مؤلفه حس ماندگاری در فضا و پاسخ به نیازهای کاربران طلب می‌کند. در این راستا راهکارهایی مانند ایجاد فضاهای سبز و پیاده‌یشتی، ایجاد فضاهای تفریحی و فرهنگی، بزرگ‌ترکردن ابعاد میدان، حفظ بافت تاریخی، ایجاد کاربری‌هایی مانند بازار سنتی در راستای حفظ فرهنگ شهر و ... برای ارتقاء مطلوبیت میدان ساعت تبریز پیشنهاد می‌شود.

**نوآوری:** نوآوری پژوهش حاضر در موضوع مطلوبیت میدان تاریخی با استفاده از روش پژوهش ترکیبی کیفی و کمی است.

**واژه‌های کلیدی:** مطلوبیت، حضورپذیری، میدان شهری، میدان ساعت تبریز.

## مقدمه

امروزه مسئله یکنواختی و بی‌هویتی فضاهای شهری از جمله مسائلی است که به‌تازگی توجه کارشناسان و طراحان و متخصصان فضاهای شهری را به خود جلب کرده است. متأسفانه بیشتر فضاهای شهری امروزی از جمله میدان‌ها مطلوبیت و کیفیت لازم را ندارند و از نظر بصری جذابیتی در بیننده ایجاد نمی‌کنند. فضای شهری در صورت داشتن مطلوبیت و جذابیت بصری میل و رغبت بیشتری را در افراد و بازدیدکنندگان برای ماندن در آن فضا ایجاد می‌کند؛ در غیر این صورت حضور در میدان نوعی حس بیگانگی برای حاضران به همراه خواهد داشت و تمایل به ماندن در فضا را از بین خواهد برد؛ در نتیجه فضا به عنصری بی‌هویت تبدیل خواهد شد که مردم هنگام حضور در آن عاری از حس تعلق خواهند بود.

این مقاله به دنبال یافتن پاسخی برای این پرسش است که عوامل تأثیرگذار بر مطلوبیت میدان‌های شهری کدام‌اند و تأثیر این عوامل بر مطلوبیت این فضاها چگونه است. در این راستا میدان ساعت، یکی از میدان‌های مرکزی - تاریخی شهر تبریز، انتخاب شده است تا ضمن بررسی شاخص‌های مطلوبیت مکان و تحلیل و بررسی آنها، الگوی مناسبی برای طراحی، ساماندهی و بهسازی آنها پیشنهاد داده شود؛ از این رو بررسی عوامل تأثیرگذار بر میزان مطلوبیت میدان شهری که میزان حضور ساکنان و بازدیدکنندگان را افزایش دهد و نوعی حس تعلق به میدان را به مثابه فضایی جمعی در بافت تاریخی ایجاد کند، از اهداف این مقاله است. توجه به گونه‌گره و زیرمجموعه آن (میدان) در میان فضاهای شهری، حاصل دغدغه صاحب‌نظران مباحث شهری در زمینه افزایش کیفی و کمی حضور مردم در عرصه شهر است. در نگاه پژوهشگران دست‌کم پنج موضع زیر تشخیص داده می‌شود:

- رویکرد هنری و زیبایی‌شناسی: توجه به میداين به‌منزله گونه‌ای لازم برای نیل به کیفیت مطلوب جسمی و روانی در شهر.

- رویکرد تاریخی: تحلیل و بررسی فضاهای شهری و میداين در بافت‌های تاریخی و برشمردن کیفیت‌های ناشی از آنها.

- رویکرد گونه‌شناسی: بر مبنای معیارهای کالبدی، شکلی، عملکردی یا دیگر معیارها از میدان‌ها.

- رویکرد تحلیلی: شناخت میدان به‌وسیله اجزایی که منجر به ارائه معیارهایی برای طراحی و ارزیابی آن می‌شود.

- رویکرد قیاسی: شناخت وضع موجود و قیاس نمونه‌ای ایرانی با نمونه‌ای غیرایرانی یا قیاس با نمونه‌ها در دوره‌های زمانی و مطالعه روند تحول فضا (نژادستاری، ۱۳۹۰: ۵۸).

رویکردی که در این مقاله به کار گرفته شده است، تاریخی - تحلیلی است. مصداق تقسیمات یادشده دیدگاه کامیلوزیته، شهرساز اتریشی، است که با رویکردی زیباشناسانه، میدان و در کنار آن خیابان را دو گونه‌ای می‌داند که هر شهری باید دست‌کم واجد چند نمونه مطلوب آنها باشد تا برای ساکنان لذت و افتخار بیافریند، روح بشر را زنده کند و احساسات پاک و بزرگ را در جوانان پرورش دهد. او مباحثی چون محصوربودن، ارتباط میان بناها، شکل و اندازه میدان، ترکیب میدان‌ها و تشکیل میدان‌های گروهی و موضوع حضور عناصر طبیعی در میدان را بررسی می‌کند (آسیایی، ۱۳۸۹: ۴۶).

## مبانی نظری پژوهش

## میدان

واژه «میدان» در فارسی به معنای «پیاله می» است؛ همچنین عیش فراخ خوش، صفحه، زمین بی عمارت (دهخدا، ۱۳۷۸: ۳۹۲). معنای این واژه مفهوم ظرفیت، جا و مکانی را برای بودن چیزی و محتوایی دربردارد. صاحب نظران در تعریف ماهیت میدان اذعان دارند مکان خوانا و آزاد که برای «عبور» و «قرار» استفاده می شود؛ مکانی که به «شخص پیاده» وجود می دهد؛ همان آگاهی از شهروندبودن نزد «هابرماس» و «آرنت». «ریچارد سنت» نیز آن را فضای آموزشی و پرورشی می داند که انسان به واسطه آن مکالمه می آموزد و هویت شهری و شهروندی به دنبال برگزاری فعالیت های جمعی در آن شکل می گیرد (بس، ۱۳۸۹: ۲۴)؛ چنانکه میدان در طول شکل گیری شهرها تا دوران پیش از مدرنیته، عنصری حیاتی در تقویت هویت شهر به شمار می رود؛ آگورا، فوروم، بازار - میدان، پیاتزا و پلازا، اسامی مختلفی است که در جوامع مختلف به این عملکرد مشابه شهری داده شده و با وجود تغییراتی در الگوی طراحی و سنجش های متفاوت فرهنگی هر جامعه همگی براساس همان نیاز و مفهوم واحد اولیه طراحی شده اند.

در ایران نیز بررسی تعاریف صاحب نظران گوناگون از میدان و نیز پیشینه آن نشان می دهد این فضای شهری، مکان گردهمایی شهروندان و انجام فعالیت ها و رویدادها بوده است. تاریخ میدان در ایران به روشنی مطالعه نشده است. درباره وجه تسمیه آن گفته شده به معنای «محل می» و مربوط به آیین کیش مهر بوده که در فضای شهری قرار می گرفته است. برخی گفته اند سنگاب های نصب شده در جلوخان ورودی مساجد تاریخی ایران، تداوم این سنت و دگردیسی آن به صورت آبخوری برای نمایش آیینی و معنوی بودن فضا بوده است. در کتاب های تاریخی ایران از دوران قدیم تاکنون بارها از واژه «میدان» استفاده شده و معمولاً برای بیان فضاهایی به کار رفته که «بازبودن»، «عمومی بودن»، «مرکزیت داشتن»، «تعاملی بودن»، «پیام رسان بودن» و «حاوی عناصر نمادین طبیعت بودن» از صفات اصلی آنها بوده است (عادلونند و موسوی لر، ۱۳۹۴: ۱۵).

میدان در تمامی اعصار، محل برخورد انسان ها و تعاملات اجتماعی و به منزله فضایی عمومی جایگاه بروز ارزش های گروه های مختلف انسانی بوده است (طهموری و حسین رضوی، ۱۳۸۹: ۹۵) که مسیر دسترسی و نظام گردش داخل آنها برای عابران پیاده طراحی شده بود (قبادیان، ۱۳۸۳: ۸۳)؛ همچنین میدان اثرگذارترین فضای شهری در ذهنیت شهروندان است که در ذهن شهروندان حکم گره های پرنگی را دارد (پاکزاد، ۱۳۸۴: ۱۲۵).

کریر «میدان» را نخستین تمهید انسان برای بهره مندی از فضای شهری برمی شمارد (Krier, 1979: 173). از نظر زوکر میدان و عناصر مربوط به آن از دید کالبدی، جزئی از ساخت فضای شهری و از دیدگاه اجتماعی، جایی برای تجمع مردم و امکان برقراری تعاملات اجتماعی است. او میدان را ساختار طراحی شده ای می داند که چهارچوبی برای رشته ای از فعالیت های انسانی است (Zucker, 1959: 287)؛ بنابراین مهم ترین مشخصه میدان علاوه بر عمومی بودن آن، اهمیت نقش پیاده و تجمعات اجتماعی در آن است (عادلونند و موسوی لر، ۱۳۹۴: ۱۵).

## تبدیل مفهوم میدان به فلکه

از دوران مدرن و پس از آن به دنبال تأکید بیش از حد بر فردیت انسان و انزوای شهری، نقش میدان به‌منزله بستر شکل‌گیری ارتباطات و مراودات اجتماعی کم‌رنگ شد و حتی از بین رفت. میدان در عهد مدرنیسم با انقطاع از زمینه تاریخی و جغرافیایی تغییر ماهیت داد؛ به طوری که جایگزینی عنصر سواره با پیاده باعث شد این فضاها همچون دیگر فضاهای این دوران عارضه بی‌هویتی را تجربه کنند. ویژگی تجمع‌پذیری میدان به این معنا که مردم و فعالیت‌های مردمی را در خود جمع می‌آورد، از دست رفت و در یک دگردیسی ناخوشایند به عنصری به نام «فلکه» تبدیل شد که دیگر جنبه اجتماعی نداشت و اجازه عبور، قرار و نفوذ پیاده را نیز به فضا نمی‌داد و برخلاف میدان به فضایی بدل شد که توصیه به پراکندگی و بی‌قراری می‌کرد (عادلون و موسوی لری، ۱۳۹۴: ۱۶).

از پیدایش مفهوم «فلکه» کمتر از یک قرن می‌گذرد. در سال ۱۹۰۶ مفهوم فلکه را شهرسازی به نام «اوژن هنارد» برای آسانی تردد خودروها در تقاطع‌ها ارائه داد. فلکه عبارت است از گشودگی در تقاطع محورها و جزیره‌ای در وسط این گشودگی. جزیره میانی پوشش گیاهی، آب‌نما، فواره و گاه مجسمه دارد که معمولاً تقاطعی مدور و عملکرد اصلی آن، توزیع حرکت خودروهاست. آنچه در طرح فلکه مطرح نیست، حضور انسان است (پاکزاد، ۱۳۸۳: ۵۱). به‌واسطه ورود وسایل نقلیه موتوری به درون میدان، حضور مردم ناامن و ناممکن شد و به‌مرور زمان عملکرد میدان به فضاهای شهری دیگر واگذار شد؛ به بیان دیگر، میدانی که به‌منزله یکی از کلیدی‌ترین مکان‌های جمعی در طول تاریخ به‌خوبی ایفای نقش کرده بود، براساس نیازهای نوع بشر ماهیتش تغییر کرد و از مرکز تعاملات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی دیروز به شکل امروزی خود در زندگی ماشینی درآمد (طهموری و حسین‌رضوی، ۱۳۸۹: ۹۶). طی سال‌های اخیر فرم و عملکرد میدان‌های شهری ما در برابر تغییرات و تحولات سریع و مخرب ناشی از ورود خودروی شخصی به‌شدت تغییر کرده است. میداین امروزی تلفیقی از فرم فلکه به معنای میدان و عملکردی مختلط از این دو هستند (پاکزاد، ۱۳۸۳: ۵۴).

بین میدان و فلکه تفاوت‌های اساسی و عملکردی وجود دارد که این تفاوت‌ها در جدول (۱) نشان داده شده است.

جدول - ۱: تفاوت ویژگی‌های میدان و فلکه شهری؛ ماخذ: (رضویان و خدابخشی، ۱۳۹۴)

ویژگی میدان	ویژگی فلکه
میدان از عناصر قدیمی شهری است.	فلکه پس از توسعه وسایل نقلیه موتوری به‌ویژه خودرو مطرح شد.
میدان به شکل‌های مختلف از جمله مدور، چهارگوش، مثلث یا بی‌شکل طراحی می‌شود.	فلکه فقط شکل مدور یا بیضی دارد.
در میدان بر سکون و آرامش تأکید می‌شود.	در فلکه بر روانی حرکت وسایل نقلیه تأکید می‌شود.
میدان، محل تجمع افراد و به همین دلیل حق تقدم با افراد پیاده است.	فلکه، محل توزیع و حرکت وسایل نقلیه و به همین دلیل حق تقدم با وسایل نقلیه است.
در میدان فرصت درک جزئیات فضا برای افراد وجود دارد.	در فلکه فرصت درک جزئیات فضا وجود ندارد یا اندک است.
میدان‌ها عموماً جداره دارند.	فلکه‌ها به‌ویژه در مبادی ورودی شهرها جداره ندارند.
میدان‌ها کارکردهای گوناگونی دارند.	کارکرد غالب در فلکه‌ها، کارکرد ارتباطی است.
در میدان مردم به توقف تشویق می‌شوند.	در فلکه تشویق به حرکت در اولویت است.
در میدان بر ایمن‌بودن پیاده تأکید می‌شود.	فلکه پس از توسعه وسایل نقلیه موتوری به‌ویژه خودرو مطرح شد.

## مطلوبیت میادین شهری

در فرهنگ فارسی معین از «مطلوبیت» به معنای خواسته شده، طلب شده، دلپسند و خوشایند یاد می‌شود. مفهوم مطلوبیت در معماری و شهرسازی، میزان پذیرفته شدن فضای عمومی از جانب مردم و میزان تأثیرگذاری آن مکان بر کاربران است. میادین شهری به علت ماهیت خاص خود و عملکردشان در ساختار فضایی و کالبدی شهر و همچنین نقش بازتولید معنایی و ذهنی فضای عمومی شهری از اثرگذارترین فضاهای شهر در ذهنیت شهروندان است. میادین به طور کلی فضایی باز و وسیع دارند و کاربرد آنها عموماً از جنس مراودات اجتماعی، تجمع شهروندان و ارتباطات متقابل بین آنهاست.

میدان شهری، جزء اساسی طراحی شهر در نظر گرفته و این گونه تعریف می‌شود: «منطقه‌ای که از ساختمان‌ها تشکیل شده و منطقه‌ای طراحی شده است تا ساختمان‌ها را به بهترین وجه به نمایش بگذارد» (Moughtin, 2003: 87).

هویت شهر و پس‌زمینه‌های فرهنگی جوامع با میدان‌های شهری بازتاب می‌یابد. میدان‌های شهری تصویر و شهرت شهر را نشان می‌دهد؛ زیرا میدان، یکی از اجزای اصلی ساختار شهر است. با توجه به نظر لوی<sup>۱</sup> تفاوت اصلی بین پارک عمومی و میدان عمومی این است که «در میدان، شهروندان به تظاهرات و مانیفست طبیعت متصل نیستند؛ بلکه به قلب فرهنگ، تاریخ و حافظه شهری متصل‌اند» (Murat Z. 2013: 513)؛ بنابراین ایجاد فضاهایی مناسب و مطلوب برای تمامی گروه‌های اجتماعی، بخشی از وظایف مدیریت شهری در حوزه طراحی و برنامه‌ریزی برای توسعه شهر محسوب می‌شود. کاهش مطلوبیت شاخصه‌های کیفی در فضاهای عمومی شهری، یکی از مشکلاتی است که شهرهای امروز ما با آن دست به گریبان‌اند و از آنجا که فضاهای عمومی شهر، تجلی مکانی حیات شهری و حضور شهروندان در شهر هستند، اثر متقابل کاهش کیفیت فضاهای شهری بر تنزل کیفیت زندگی شهری، عمق و ابعاد این مشکل را روشن‌تر می‌سازد (رفیعی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱). در زیر به بعضی از عوامل مؤثر بر مطلوبیت میدان اشاره می‌شود:

### – اجتماع‌پذیری در میدان‌های شهری

میدان‌های شهری از جنبه حضور و مشارکت اجتماعی مردم حائز اهمیت‌اند؛ اما آنچه این فضاها را به لحاظ اجتماعی فعال می‌سازد، در درجه اول عوامل کالبدی است که بتواند زمینه‌ساز ورود و سپس توقف افراد درون فضا باشد؛ از جمله دسترسی‌ها، جاذبه‌های بصری، عوامل طبیعی و بسیاری عوامل دیگر؛ اما آنچه بیش از ابعاد کالبدی در حضور و تعامل اجتماعی افراد مؤثر است، پیش‌بینی و خلق رویدادهای اجتماعی است که در عین ایجاد فرصت‌های مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، زمینه‌ساز ارتقاء حس تعلق به مکان است (دانش‌پور و چرخ‌چیان، ۱۳۸۶: ۲۰).

<sup>1</sup> Levy

فضاهای عمومی، فضاهایی هستند که افراد و گروه‌های مختلف اجتماعی در آن سهیم‌اند. این فضاها محل تبادل افکار و اطلاعات و مکانی برای شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی‌اند. چنین فضاهایی بیش از آنکه فضا باشند، تجربه‌اند که نتیجهٔ چنین تعامل و تجاربی در میان افراد و گروه‌های مختلف، دریافت حس هویت جمعی، احترام به خود، ارتقاء مهارت‌های جمعی و مشارکت اجتماعی خواهد بود (Hajer, 2001: 57). حمایت و حفاظت از فضا و خوشایندی بصری آن سبب می‌شود مردم به آن فضا جذب شوند و به آسایش ذهنی در آن دست یابند که این امر به توقف، قدم‌زدن و تجربهٔ حیات جمعی مردم در آن فضا منجر خواهد شد.

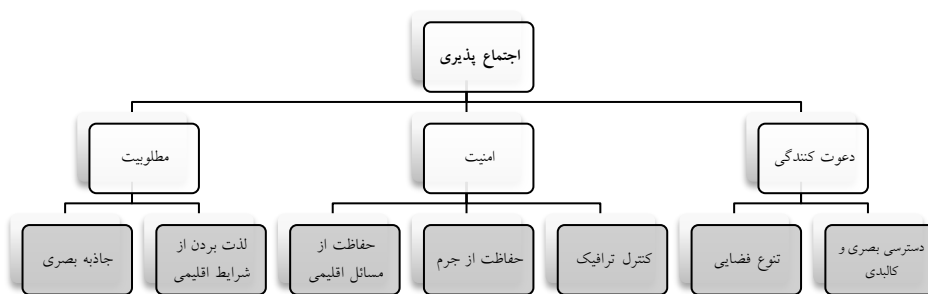
میدان، فضای شهری تأمین‌کنندهٔ بعضی از غرایز انسان از جمله نیاز به در کنار جمع بودن و برقراری ارتباط با سایر افراد است. عوامل و ساختارهای اجتماعی شامل روابط همسایگی، آشنایی افراد، خاطرات تلخ و شیرین محله، وجود طبقات اجتماعی هم‌سطح در کنار یکدیگر، برگزاری آیین‌های جمعی و وجود سازمان‌ها و نهادهای مردمی در محله و همچنین ساختارهای فضایی و کالبدی شامل وجود مرکز محله با سازمان فضایی خاص و عملکردهای متنوع و لازم، عناصر و نشانه‌های کالبدی نظیر بناهای تاریخی، فضاهای سبز و نام‌گذاری کوچه‌ها و فضاها با اسامی هویت‌دار، بیشترین نقش را در ایجاد پیوند روحی‌روانی افراد بازی می‌کردند که در این میان نقش روابط همسایگی و آشنایی افراد و در کل عوامل و ساختارهای اجتماعی در ایجاد پیوندهای روحی‌روانی بیش از نقش ساختارهای فضایی و کالبدی در محله است (پیربابایی و سجاذاده، ۱۳۹۰: ۲۰). فرایند اجتماع‌پذیری و ارتقاء حیات جمعی درون فضاهای عمومی مبتنی بر مراحل زیر است:

۱. پذیرا بودن فضا برای افراد و گروه‌های اجتماعی مختلف

۲. تأمین آسایش روانی و فیزیکی

۳. لذت‌بردن افراد و گروه‌های اجتماعی از حضور در فضا

در این صورت مابه‌ازاهای فضایی چون ۱- دعوت‌کنندگی، ۲- امنیت و ۳- مطلوبیت نام‌بردنی است که ابعاد مختلف آنها در نمودار (۱) ارائه شده است.



نمودار- ۱: عوامل تأثیرگذار بر اجتماع‌پذیری میدان‌های شهری؛ منبع: با اقتباس از دانش‌پور و چرخ‌چیان، ۱۳۸۶: ۲۷

### - دلبستگی به مکان در میدان‌های شهری

مکان از سه مؤلفهٔ مرتبط به هم تشکیل شده است که به آن معنا و مفهوم خاص می‌بخشد: محیط فیزیکی، روان‌شناختی درون افراد و فرایندهای اجتماعی (Canter, 1977: 159). حس مکان به معنای ادراک ذهنی مردم و احساسات کم‌وبیش آگاهانهٔ آنها از محیط خود است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می‌دهد؛ به‌طوری‌که

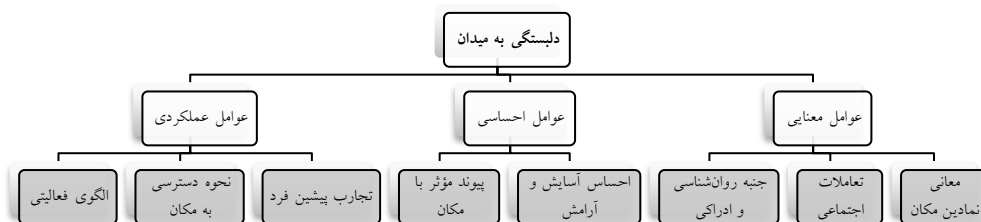
فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند می‌خورد و یکپارچه می‌شود. این حس عاملی است که موجب تبدیل فضا به مکانی با ویژگی‌های حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می‌شود (فلاح، ۱۳۸۵: ۶۴). حس مکان به معنای مرتبط شدن با مکان به واسطه درک نمادها و فعالیت‌های روزمره است. این حس ممکن است در مکان زندگی فرد به وجود آید و با گذر زمان عمق و گسترش یابد (Relph, 1976: 79). ارزش‌های فردی و جسمی بر چگونگی حس مکان، و حس مکان نیز بر ارزش‌ها، نگرش‌ها و به‌ویژه رفتار فردی و اجتماعی افراد در مکان تأثیر می‌گذارد و افراد معمولاً در فعالیت‌های اجتماعی با توجه به چگونگی حسشان به مکان شرکت می‌کنند (Canter, 1977: 173).

دلبستگی به میدان ضمن ناشی بودن از تجربه‌ها، رفتارها و سازمان اجتماعی و احساسی افراد، محرک انگیزه‌های رفتاری افراد است و هدفمندی رفتاری را برقرار می‌سازد؛ بنابراین فرد با رفتار و کنش‌های خود در میدان، سعی در توجه بیشتر به آن و مراقبت بیشتر از آن خواهد داشت. دلبستگی به مکان مبنای نحوه ارتباط و تعامل عاطفی مثبت انسان با میدان است و به واسطه ویژگی‌های فردی، جمعی، فرهنگی و اجتماعی ایجاد می‌شود (Altman & Low, 1992: 145).

دلبستگی به میدان، نقطه تلاقی عناصر کالبدی، فعالیت‌ها و مفاهیم ذهنی درباره مکان است. توجه به عوامل مؤثر بر دلبستگی افراد به میدان‌های شهری نقش مؤثری در هویت و مطلوبیت میدان‌ها دارد. معنا و دلبستگی از خواص مکان است و نبود آن، حس مکان و هویت آن را تضعیف می‌کند. دلبستگی به مکان به منزله یک مفهوم رابطه و نقطه اتصال بین مردم و مکان‌ها و زنجیره‌ای بین مردم و محیط‌های معنادار است (سجادزاده، ۱۳۹۲: ۶۹).

مفهوم دلبستگی به مکان در قلمرو تداعی معانی محیط تعریف می‌شود. معنا مربوط به جنبه‌های روان‌شناسی و ادراکی تجربه محیطی است و در این محدوده، دلبستگی به میدان به مثابه نقطه اتصال فرد و محیط تعریف می‌شود (Hernandez, 2001: 121).

مطالعات «استدمن» نشان می‌دهد معانی نمادین میدان، نقش مهمی در دلبستگی به مکان ایفا می‌کند (Stedman, 2003: 682). عوامل عملکردی که مبتنی بر کیفیت مکان در پاسخگویی به نیازهای کاربران در مقایسه با سایر مکان‌های مشابه موجود است، وابسته به تجارب قبلی فرد، نحوه دسترسی به میدان و الگوهای فعالیتی موجود در آن است (Williams & Vaske, 2003: 18). یکی دیگر از ویژگی‌های دلبستگی به میدان، روابط احساسی نزدیک با میدان است؛ به این ترتیب دلبستگی به مکان، پیوندی مؤثر و ماندگار را با مکان‌هایی ایجاد کرده است که مردم از آنها استفاده می‌کنند و در آنجاست که آنها احساس آسایش و آرامش بیشتری دارند (Hernandez, 2001: 121). در نمودار (۲) عوامل مؤثر بر دلبستگی به میدان ارائه می‌شود.



نمودار - ۲: عوامل مؤثر بر دلبستگی به میدان؛ منبع: نگارندگان



## – جذابیت بصری در مطلوبیت میدان‌های شهری

کیفیت بصری فضا به علت تعامل دیداری مستقیم با چشم انسان، یکی از نخستین گام‌های درک شهروندان از خوشایندی فضا است. در مبانی طراحی شهری، این موضوع با زیبایی‌شناسی بصری فضاها، عمومی شهری همراه می‌شود و مفاهیم پایه‌ای همچون تباین و تضاد، شگفتی و پیچیدگی در این زمینه مطرح می‌شوند (ارباب‌زادگان و رنجبر، ۱۳۸۸: ۴۹).

نیاز به زیبایی جزو ناشناخته‌ترین نیازهاست. «مازلو»<sup>۱</sup> معتقد است این نیاز در بعضی افراد وجود دارد. این‌گونه افراد با دیدن زشتی بیمار می‌شوند و با قرارگرفتن در محیطی زیبا بهبود می‌یابند. این حالت تقریباً به‌طور عام در کودکان سالم دیده می‌شود. در تعریف این نیاز سه موضوع ارزش، لذت و تعجب مهم است (متولی، ۱۳۸۹: ۱۲۵). «لئو» برای چهارچوب نظری پژوهش خود در کینهاگ، نظریه ابعاد انسانی را از عوامل فیزیکی و روانی ترکیب می‌کند و نشان می‌دهد مقیاس مطلق یک میدان به اندازه واقعی آن است؛ درحالی‌که مقیاس نسبی نشان‌دهنده قدرت جذب میدان است که در تصور ذهنی مردم از مقیاس میدان تأثیر دارد (Liu, 2013: 2).

در این میان تباین و تضاد از ابهام بیشتری نسبت به بقیه برخوردار بوده است. با توجه به یکنواختی حاکم بر سیمای میداین شهری در شهرهای امروزی ایران به نظر می‌رسد امکان بهره‌گیری بیشتر از پتانسیل‌های تضاد در ایجاد تنوع بصری وجود دارد. تضاد یک نشانه شهری با بستر آن نقش مؤثرتری در ویژگی نشانه‌بودن آن دارد. نگاه به بیشتر میداین شهری شاخص، بیان‌کننده این مطلب است که در عمده این فضاها درجه‌ای از تضاد وجود دارد. تباین و تفاوت‌ها در فرم، تنوع در فعالیت‌ها و... در میداین شهری در درجات مختلف تضاد بررسی می‌شود (ارباب‌زادگان و رنجبر، ۱۳۸۸: ۴۹). واژه تضاد زمانی معنا می‌یابد که رابطه یک عنصر خاص با دیگر عناصر بررسی شود. «تضاد» به این معناست که آنچه ساخته می‌شود، به‌عمد خود را از محیط اطراف جدا کند و به شکل «چیز دیگر» نشان دهد. در نظریه اطلاعات، «چیز دیگر» بودن به معنی غیرمنتظره بودن یا بداعت است. هر چیز بدیعی باید دست‌کم ارتباطی با چیزهای پیشین داشته باشد تا پیام آن درک شود. به این معنی که برخلاف کوشش طراح در چیز دیگر بودن نقش، بایستی عواملی از زمینه در نقش حفظ شده باشد (پاکزاد، ۱۳۸۵: ۱۲۹).

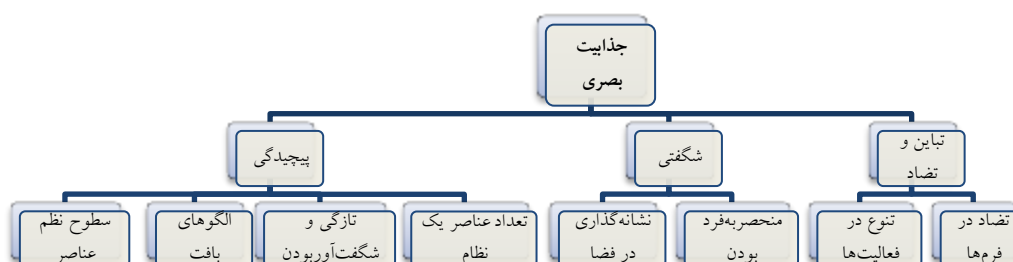
پیچیدگی، یکی از مظاهر زیبایی‌شناسی است که همواره در مقابل یکنواختی و سادگی در معماری و شهرسازی درباره آن بحث شده است. بیشتر مطالعات در حوزه پیچیدگی، تضاد و یکنواختی در قالب زیبایی‌شناسی فرم انجام شده است. بارزترین این مطالعات، کتاب پیچیدگی و تضاد رابرت و نوری<sup>۲</sup> است. پیچیدگی از چند راه اندازه‌گیری می‌شود که تعداد عناصر یک نظام، تازگی و شگفت‌آوردن، الگوهای بافت و سطوح نظم عناصر از آن جمله‌اند. البته بیان این نکته ضروری است که یادگیری و تجربه در چگونگی ادراک سطوح و میزان پیچیدگی تأثیرگذار است (لنگ، ۱۳۸۳: ۲۲۳).

<sup>1</sup> Maslow

<sup>2</sup> Robert Charles Venturi

راپاپورت<sup>۱</sup> در زمینه رابطه بین پیچیدگی و سادگی و ارزش‌های لذت‌بخش بیان می‌کند دست‌یافتن به آن دو راه‌حل دارد: یکی با ابهام (به مفهوم چندمعنایی، نه مشخص نبودن معانی) و دیگری با استفاده از محیط‌های متنوع و غنی از یک منظر که به‌طور کامل دیده نشوند؛ به گونه‌ای که در عین آشکار کردن خود، ویژگی‌های رمزی داشته باشند (ایروانی، ۱۳۷۱: ۱۳۷).

شگفتی، یکی از عوامل تأثیرگذار در جذابیت بصری میدان، به تحریک حس اکتشاف در فضا با ایجاد جذابیت فضا برای ناظر اشاره می‌کند. این امر به نوعی فاش کردن یک راز است؛ حسی که هرچه بیشتر به آن دقت شود، مفاهیم بیشتری از آن آشکار می‌شود. در نمودار (۳) عوامل مؤثر بر جذابیت بصری میدان ارائه می‌شود.



نمودار - ۳: عوامل مؤثر بر جذابیت بصری میدان شهری؛ منبع: نگارندگان

#### - خاطره جمعی در میدان‌های شهری

بیشتر نظریه‌پردازان بر این موضوع اتفاق نظر دارند که ایجاد پیوندهای عاطفی با مکان از پیش‌نیازهای تعادل روانی است که لازمه غلبه بر بحران‌های هویتی است و زمینه‌درگیری مردم را در فعالیت‌های محلی فراهم می‌کند. خاطره جمعی، خاطره مشترک افراد از وقایع و رویدادهاست که با برقراری پیوند میان فرد به‌مثابه عضوی از گروه و مکان، امکان درگیری او را در فعالیت‌های محلی فراهم می‌کند و با ایجاد معنی در فضا به ایجاد هویت مکانی می‌انجامد (Lewicka, 2008: 211).

عناصر کالبدی به‌تنهایی منجر به حفظ خاطرات جمعی نمی‌شوند؛ در کنار آن فعالیت‌ها و عملکردهای متنوع با مقیاس‌های گوناگون در فضا در مقایسه با فرم در اولویت قرار می‌گیرند. حفظ ساختار کالبدی - فضایی به‌منزله ظرف شکل‌گیری خاطره، نقش مهمی در حفظ و تداوم خاطره جمعی دارد. مکان صرفاً یک جا نیست، بلکه جایی خاص است. آنچه مکان را خاص می‌سازد، رویدادهایی است که در آن به وقوع می‌پیوندد و امتزاج آن با ارزش‌های بصری است (پرتوی، ۱۳۸۷: ۷۱). از آنجایی که میدان شهری، کریستالیسم تمدن مادی و معنوی است، با زندگی روزمره مردم ارتباط دارد و آداب و رسوم محلی را به‌منزله پنجره فرهنگی نشان می‌دهد (Huang et al, 2017: 137).

<sup>1</sup> Rapaport

الکساندر در کتاب *راه بی‌زمان ساختن ارتباط بین مکان و رویداد* را این‌گونه معنا می‌کند: «هیچ الگوی رویدادی را بدون جایی تصور نمی‌کنم که در آن رخ می‌دهد» (الکساندر، ۱۳۸۱: ۵۶). لینچ نیز مکان‌ها را تکیه‌گاه مناسبی برای احساسات، ارزش‌ها و خاطرات شخصی می‌داند (لینچ، ۱۳۷۶: ۱۷۰).

میدان فضایی برای وقوع حوادث و رویدادها فراهم می‌کند و زمینه‌ساز حفظ خاطرات است. میدان، مکان گردهمایی شهروندان و قرارگرفتن فعالیت‌ها و رویدادهاست؛ بنابراین باید در درجه اول ویژگی‌های ایجادکننده و تداوم‌بخش خاطرات را در ساختار مکان جست‌وجو کرد. برای بررسی یک میدان شهری از جنبه شکل‌دهی و تداوم‌بخشیدن به خاطرات جمعی باید به مؤلفه‌هایی توجه کرد که به برقراری روابط اجتماعی، شکل‌گیری گروه‌ها، وقوع رویدادها و شکل‌گیری تصویر ذهنی منجر می‌شود (براساس نمودار ۴). این مؤلفه‌ها شامل سکون، تجمع‌پذیری، یکپارچگی، تعین فضایی، انعطاف‌پذیری، دیالکتیک درون و بیرون، شناسایی و جهت‌یابی است که هر یک به نحوی سبب شکل‌گیری روابط اجتماعی و رویدادها و در نتیجه شکل‌گیری خاطره می‌شوند (آزاد و پرتوی، ۱۳۹۲: ۱).



نمودار - ۴: نحوه شکل‌گیری خاطره جمعی؛ منبع: آزاد و پرتوی، ۱۳۹۲: ۴

### روش پژوهش

پژوهش حاضر ترکیبی از روش‌های کیفی و کمی است که عوامل مؤثر بر مطلوبیت میدان و ارائه راهکارهایی برای مطلوبیت وضعیت کنونی میدان مرکزی - تاریخی تبریز یعنی میدان ساعت تبریز را شناسایی کرده است. به این منظور با مرور عوامل مهم و شاخص در ارتباط با مفاهیم اجتماع‌پذیری، خاطره جمعی، جذابیت بصری و دل‌بستگی به مکان برای استخراج چهارچوب نظری مطلوبیت فضایی میدان تلاش شده است.

این پژوهش از لحاظ هدف جزو پژوهش‌های کاربردی است و برای گردآوری داده‌ها از میان انواع مصاحبه، از مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته استفاده شده است. این نوع مصاحبه به دلیل انعطاف‌پذیری و عمیق‌بودن، مناسب پژوهش‌های کیفی است. درباره اندازه و حجم نمونه‌ها در پژوهش کیفی لازم است یادآوری شود قواعد دقیقی برای حجم نمونه وجود ندارد. زمانی به کار انتخاب نمونه‌ها پایان داده می‌شود که انتخاب نمونه‌ها اشباع شده باشد؛ یعنی دیگر امکان یافتن چیزهای جدید نباشد. در پژوهش حاضر برای انتخاب افراد مصاحبه‌شونده، از روش نمونه‌گیری هدفمند و به شیوه تدریجی استفاده شده است؛ بنابراین با استفاده از روش اشباع داده در پژوهش حاضر به‌مثابه استاندارد طلایی پایان نمونه‌گیری، حدود ۵۰ نفر از ساکنان شهر تبریز انتخاب شدند. برای تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه، روش تحلیل مضمون به کار رفته است. تحلیل مضمون، روشی برای شناخت تحلیل و گزارش الگوهای

موجود در داده‌های کیفی است. این روش فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌های غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (Braun & Clark, 2006: 77)؛ همچنین پژوهش به روش کمی با استفاده از روش تاپسیس انجام شده است.

نمونه مطالعه شده در این پژوهش، میدان ساعت واقع در بافت تاریخی و مرکزی شهر تبریز است. در واقع این میدان، معروف‌ترین میدان شهر تبریز و از حیث تاریخی حائز اهمیت است. به این منظور با مطالعات میدانی با کمک پرسش‌نامه و مصاحبه با ساکنان و بازدیدکنندگان این میدان بررسی و مطالعه شد. پرسش‌ها شامل عوامل فرهنگی - اجتماعی و عوامل تأثیرگذار بر مطلوبیت میدان (اجتماع‌پذیری، دلبستگی به مکان، خاطره جمعی و جذابیت بصری) است. در این راستا با روش نمونه‌گیری تصادفی با ۵۰ نفر از ساکنان شهر تبریز در رده‌های سنی ۲۰ تا ۸۰ سال مصاحبه شده و توزیع جنسیت در آنها تقریباً یکسان و متوسط دوره سکونت آنها ۲۰ تا ۹۰ سال بوده است. در نهایت به روش کیفی و کمی یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها تحلیل و استنتاج شد. در جدول (۲) مدل عملیاتی پژوهش ارائه شده است. در این جدول پرسش‌های پرسیده شده از مصاحبه‌شوندگان براساس عوامل چهارگانه (اجتماع‌پذیری، خاطره جمعی، حس دلبستگی و جذابیت بصری) تقسیم‌بندی شده است.

جدول - ۲: مدل عملیاتی پژوهش؛ منبع: نگارندگان براساس نظریات

اجتماع‌پذیری	خاطره جمعی	حس دلبستگی	جذابیت بصری
میزان تمایل به حضور در میدان (دعوت‌کنندگی)	حس ماندگاری در فضا (ویژگی فضایی)	میزان سمبلیک بودن میدان (معنایی)	وجود تنوع و تضاد کالبدی در میدان (تضاد و تباین)
حس امنیت در میدان (امنیت)	وقوع رویدادهای تاریخی یا ملی در میدان (کاراثر زمان)	حس تعلق و وابستگی به مکان (احساسی)	میزان منحصربه‌فرد بودن میدان (شگفتی)
تنوع کاربردها و فعالیت‌ها (مطلوبیت)	مطابقت داشتن با فرهنگ و تاریخچه شهر (کاراثر زمان)	میزان پاسخگویی به نیازهای کاربران (عملکردی)	تنوع کاربردها و فعالیت‌ها (پیچیدگی)

### معرفی محدوده پژوهش

شهر تبریز از گذشته به دلیل قرارگیری در مسیر جاده ابریشم و آب‌وهوای مساعد همیشه مرکز توجه و از دیرباز مهد تمدن بوده است. این شهر به دلیل اهمیت ویژه‌اش چندین بار در ادوار مختلف تاریخی پایتخت شده است و به همین دلیل آثار تاریخی و بناهایی شاخص دارد که هرچند در گذشته به دلیل زلزله بیشتر آنها زیر آوار مدفون شدند، ولی هم‌اکنون نیز آثار ارزشمندی دارد که این شهر را شاخص کرده است.



شکل - ۱: موقعیت قرارگیری میدان ساعت در شهر تبریز (شکل چپ)؛ تصویر میدان ساعت و ساختمان شهرداری تبریز (شکل راست)؛ منبع: نگارندگان

میدان ساعت (شهرداری) در مقابل کاخ شهرداری تبریز معروف به «ساختمان ساعت» واقع شده است. مردم به این میدان «ساحات قاباگی» (جلوی ساعت) می‌گویند. این میدان در تقاطع خیابان‌های ارتش جنوبی و امام خمینی قرار دارد. وجه تسمیه این میدان به سبب شهرت ساعت تعبیه‌شده روی عمارت شهرداری است. این میدان تا سال ۱۳۲۴ چهارراه بود. در زمان حکومت ملی آذربایجان، میدان آن ساخته شد و تندیس نیم‌تنه باقرخان، سالار ملی، در آنجا نصب شد. به این ترتیب میدان ساعت به منزله یک میدان مرکزی - تاریخی و مهم بررسی شده که نماد شهر تبریز است.

### یافته‌های پژوهش (روش کیفی)

به منظور ارزیابی عوامل اثرگذار بر مطلوبیت میدان‌های شهری، پرسش‌نامه‌ها در چهار قالب تضاد بصری، اجتماع‌پذیری، خاطره جمعی و دل‌بستگی به مکان و نیز پرسش‌های فردی - اجتماعی طراحی و براساس آنها مصاحبه‌هایی با ۵۰ نفر شهروند انجام و سپس با تحلیل‌های کیفی و آماری بررسی شد. در ارتباط با شاخص اجتماع‌پذیری و خاطره جمعی، مؤلفه‌هایی چون داشتن خاطره از میدان، اتفاقات مهم تاریخی در میدان، مطابقت داشتن با فرهنگ و تاریخچه شهر سنجدیده شد. در ارتباط با شاخص دل‌بستگی به مکان و جذابیت بصری مؤلفه‌هایی چون تضاد و تنوع کالبدی، حس هویت و تعلق، حس ماندن در فضا، تنوع کاربری و فعالیت‌ها و تغییرات میدان تاکنون ارزیابی شد. در زیر یافته‌های هر بخش کوتاه توضیح داده می‌شود:

### - میزان تأثیر اجتماع‌پذیری بر مطلوبیت میدان ساعت

یافته‌های میدانی پژوهش نشان می‌دهد رابطه نزدیکی میان عامل اجتماع‌پذیری و مطلوبیت در میدان وجود دارد. تمایل به حضور در میدان، تنوع فعالیت‌ها و کاربری‌ها و نیز حس امنیت از عواملی هستند که در این زمینه تأثیرگذارند. یافته‌ها نشان داد میدان ساعت به مثابه فضایی جمعی در حد مطلوبی اجتماع‌پذیر نیست؛ زیرا همان‌طور که در جدول (۳) مشهود است، میزان رضایت مردم از همه مؤلفه‌های مؤثر در اجتماع‌پذیری میدان در حد پذیرفته‌ای نیست. رضایت شهروندان از مؤلفه حس امنیت در میدان کمترین و از مؤلفه تنوع فعالیت‌ها و کاربری‌ها، بیشترین میزان است.

جدول-۳: تحلیل عوامل تأثیرگذار بر اجتماع‌پذیری میدان از منظر شهروندان

اجتماع‌پذیری	درصد رضایت	دلایل رضایت	درصد نارضایتی	دلایل نارضایتی
میزان تمایل به حضور در میدان	٪۲۰	وجود ساختمان شهرداری به‌مثابه فضایی دیدنی	٪۸۰	نبود فضای مکث و استراحت، فضای تفریحی و فضای سبز، ازدحام سواره‌ها در اطراف میدان
تنوع فعالیت‌ها و کاربری‌ها	٪۴۰	تنوع کاربری‌های تجاری و اداری	٪۶۰	کم‌بودن کاربری‌های تفریحی، فرهنگی و ...
حس امنیت در میدان	٪۱۵	حس امنیت به دلیل امن بودن شهر نه صرفاً میدان	٪۸۵	ازدحام سواره‌ها و اولویت داشتن سواره بر پیاده، نبود احساس آرامش و امنیت

مصاحبه‌شوندگان پیشنهادهایی در راستای افزایش اجتماع‌پذیری میدان بیان کردند که به آنها اشاره می‌شود:

- ۱- ایجاد فضای سبز و استراحت؛ ۲- ایجاد فضاهای تفریحی، تجاری و فرهنگی؛ ۳- ایجاد فضای توقف و مکث؛
- ۴- حذف سواره‌ها از میدان برای ایجاد حس آرامش، امنیت و ماندگاری بیشتر در میدان؛ ۵- ایجاد کاربری‌هایی که نشان‌دهنده بافت قدیمی شهر باشند؛ مانند موزه و بازار سنتی مثل بازار فرش، سوغات و صنایع دستی، مسجد و ...

#### - میزان تأثیرگذاری خاطره جمعی بر مطلوبیت میدان ساعت

میدان ساعت به مثابه فضایی تاریخی و همچنین نماد و سنبل شهر تبریز، جایگاه خاصی در خاطرات و اذهان عمومی ساکنان دارد. رویدادهای تاریخی و ملی زیادی در این میدان در ادوار گوناگون اتفاق افتاده است که بیشتر مصاحبه‌شوندگان به آنها اشاره کرده‌اند؛ رویدادهایی از قبیل پیشه‌وری، انقلاب، جشن‌های ملی و مذهبی و به‌طورکلی تمامی تظاهرات و راهپیمایی‌ها در طول تاریخ. آمار ثبت‌شده در جدول (۴) بیان‌کننده این حقیقت است که میزان رضایت مردم و شهروندان به‌جز یک عامل (حس ماندگاری در فضا) از دو عامل مؤثر در خاطره جمعی (رویدادهای تاریخی و مطابقت داشتن با فرهنگ) زیاد بوده و بیشترین رضایت از عامل وقوع رویدادهای تاریخی یا ملی در میدان است. در نتیجه خاطره جمعی در میدان ساعت تا حدودی از امتیازات آن محسوب می‌شود.

جدول - ۴: تحلیل عوامل تأثیرگذار بر خاطره جمعی میدان از منظر شهروندان

خاطره جمعی	درصد رضایت	دلایل رضایت	درصد نارضایتی	دلایل نارضایتی
حس ماندگاری در فضا	۲۰٪	وجود ساختمان شهرداری به‌مثابه فضایی دیدنی	۸۰٪	نبود فضای مکث و استراحت، فضای تفریحی و فضای سبز، ازدحام سواره‌ها در اطراف میدان، نبود حس آرامش و امنیت
وقوع رویدادهای تاریخی یا ملی در میدان	۷۰٪	رویدادهای پیشه‌وری، انقلاب و جشن‌های ملی و مذهبی، تظاهرات و راهپیمایی‌ها	۳۰٪	نبود خاطره در میدان به دلیل جوان بودن
مطابقت داشتن با فرهنگ و تاریخچه شهر	۶۰٪	قدمت تاریخی و وجود ساختمان شهرداری سنبل و نماد شهر بودن که باید وضعیت کنونی آن حفظ شود تا در آینده نیز نماد شهر باقی بماند.	۴۰٪	به دلیل از بین رفتن بافت قدیمی هم‌اکنون بیان‌کننده فرهنگ شهر نیست. به دلیل کاربری ساختمان شهرداری به‌منزله شورای شهر بیان‌کننده فرهنگ شهر نیست (موزه بهتر است)؛ نبود مطابقت بین ساختمان‌های جدید با تاریخچه شهر

#### - میزان تأثیرگذاری جذابیت بصری بر مطلوبیت میدان ساعت

عامل جذابیت بصری از سه دیدگاه بررسی شده است و جدول (۵) نشان می‌دهد میزان رضایت مصاحبه‌شوندگان از دو عامل (تنوع و تضاد کالبدی، تنوع فعالیت‌ها و کاربری‌ها) زیر ۵۰٪ است. بر این مبنا جذابیت بصری میدان از نظر مردم در وضعیت نامناسبی است. بیشتر مصاحبه‌شوندگان بر این عقیده بودند به‌جز بنای شهرداری که در یک سمت میدان قرار و غنای معماری زیادی دارد و منحصر به فرد است، بقیه کاربری‌ها و ساختمان‌ها و نیز خود میدان جذابیت بصری ندارند و برعکس تأثیر منفی بر چهره میدان می‌گذارند. ساختمان‌های

مخروبه در اطراف میدان از عوامل دیگری هستند که تأثیر منفی بر جذابیت بصری میدان گذاشته‌اند. تغییراتی که در طول سال‌های گذشته در میدان اتفاق افتاده، آثار مطلوب و نامطلوب در میدان داشته است که در این میان بنا به عقیده مصاحبه‌شوندگان میزان آثار نامطلوب آنها تا حدودی بیشتر بوده است. پیشنهادهای مصاحبه‌شوندگان برای بهبود جذابیت بصری میدان: ۱- بازسازی ساختمان‌های اطراف میدان و رسیدگی به نمای ساختمان‌ها؛ ۲- ایجاد فضای سبز و پارک در میدان برای بهبود دید و منظر؛ ۳- احداث ساختمان دیگری مانند ساختمان شهرداری در سمت دیگر میدان برای ایجاد تقارن و هارمونی در میدان؛ ۴- تغییر کاربری‌ها از بانک و مغازه و ... به کاربری‌های تفریحی و فرهنگی؛ ۵- ایجاد یک المان شاخص در میدان.

جدول- ۵: تحلیل عوامل تأثیرگذار بر جذابیت بصری میدان از منظر شهروندان

دلایل نارضایتی	درصد نارضایتی	دلایل رضایت	درصد رضایت	جذابیت بصری
نبود تضاد و هیچ‌گونه المان بصری در مرکز و بدنه میدان	۵۶٫۵٪	وجود تضاد بصری بین ساختمان شهرداری و ساختمان‌های اطراف از لحاظ جدید و قدیمی بودن	۴۳٫۵٪	وجود تنوع و تضاد کالبدی در میدان
نبود المان شاخص در خود میدان، نبود زیبایی خود میدان	۳۵٪	وجود ساختمان شهرداری، قرارگیری در بافت تاریخی، سمبلیک بودن میدان از نظر شهروندان	۶۵٪	میزان منحصربه‌فرد بودن میدان
کم بودن کاربری‌های تفریحی، فرهنگی و ...	۶۰٪	تنوع کاربری‌های تجاری و اداری	۴۰٪	تنوع کاربری‌ها و فعالیت‌ها

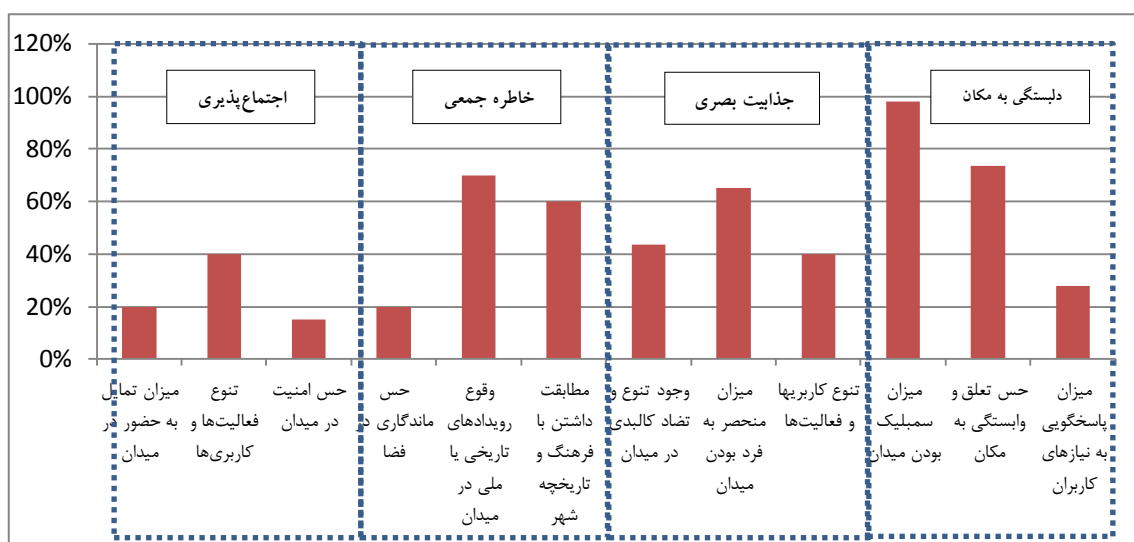
#### - تأثیرگذاری حس دلبستگی به مکان بر مطلوبیت میدان ساعت

میدان ساعت از فضاهای قدیمی شهر تبریز است؛ به همین دلیل بیشتر بومیان این شهر احساس تعلق و وابستگی خاصی به این میدان دارند. این حس تعلق در افراد مسن قوی‌تر است که شاهد وقایع و رویدادهای بیشتری در این میدان بوده‌اند و شناخت بیشتری از میدان داشته‌اند. براساس جدول (۶)، درواقع از میان مؤلفه‌های سه‌گانه تأثیرگذار بر دلبستگی به میدان، مؤلفه‌های تعلق و وابستگی به میدان و میزان سمبلیک بودن، نقش مثبتی در ایجاد دلبستگی به میدان داشته‌اند که از میان این دو نیز مؤلفه سمبلیک بودن میدان، تأثیر چشمگیری در رضایت شهروندان داشته است و نزدیک به ۱۰۰٪ مصاحبه‌شوندگان در این زمینه اعلام رضایت کرده‌اند؛ اما میزان رضایت شهروندان از مؤلفه میزان پاسخگویی به نیازهای کاربران در حد پذیرفته‌ای نیست. پیشنهادهایی از طرف مصاحبه‌شوندگان به منظور تقویت عامل پاسخگویی به نیازهای کاربران ارائه شده است که از این میان به پیشنهادهای زیر اشاره می‌شود:

۱- ایجاد فضای سبز، تفریح، استراحت و ...؛ ۲- ایجاد کاربری‌های فرهنگی؛ ۳- ایجاد پارکینگ متناسب با نیازهای کاربران؛ ۴- بزرگ‌تر شدن ابعاد میدان متناسب با نیازهای شهر؛ ۵- ایجاد تمهیداتی برای رفع ترافیک شهری در میدان.

جدول- ۶: تحلیل عوامل تأثیرگذار بر دل‌بستگی به میدان از منظر شهروندان

دلایل نارضایتی	درصد نارضایتی	دلایل رضایت	درصد رضایت	دل‌بستگی به مکان
_____	۲٪	وجود ساختمان شهرداری به‌منزله فضایی تاریخی نماد فرهنگ شهر تبریز	۹۸٪	میزان سمبلیک بودن میدان
به دلیل غیربومی بودن و نداشتن خاطره از میدان، حفظ‌نشدن بافت تاریخی میدان و پیرو آن کم‌شدن روح تاریخی میدان و در نتیجه کم‌شدن احساس تعلق	۱۶٫۵٪	به دلیل تاریخی بودن میدان و نماد بودن شهر تبریز، حس تعلق به دلیل داشتن خاطرات درجه اول و خاطراتی که از دیگران منتقل شده است	۷۳٫۵٪	حس تعلق و وابستگی به مکان
نامناسب بودن ابعاد میدان برای وضع کنونی شهر، وجود ترافیک سنگین، نبود پارکینگ، رفع‌نشدن نیازهای فرهنگی و تفریحی	۷۲٪	وجود فضاهای اداری و تجاری	۲۸٪	میزان پاسخگویی به نیازهای کاربران



نمودار- ۵: میزان اثرگذاری عوامل اصلی مطلوبیت میدان و شاخص‌های آن از منظر شهروندان

### یافته‌های حاصل از روش کمی تاپسیس

در این بخش داده‌های حاصل از مصاحبه به روش تاپسیس در شش گام برای دستیابی به مطلوبیت ایده‌آل ارائه می‌شود.

جدول- ۷: معیارها و زیرمعیارها و اوزان هریک از مؤلفه‌ها

وزن	نماد	زیرمعیار	معیار
۰٫۱۴۹	X <sub>1</sub>	میزان تمایل به حضور در میدان	اجتماع‌پذیری
۰٫۱۶۸	X <sub>2</sub>	تنوع فعالیت‌ها و کاربری‌ها	
۰٫۰۸۲	X <sub>3</sub>	حس امنیت در میدان	
۰٫۰۳۳	Y <sub>1</sub>	حس ماندگاری در فضا	خاطره جمعی
۰٫۱۰۹	Y <sub>2</sub>	وقوع رویدادهای تاریخی یا ملی در میدان	
۰٫۰۶۰	Y <sub>3</sub>	مطابقت داشتن با فرهنگ و تاریخچه شهر	



وزن	نماد	زیرمعیار	معیار
۰,۰۴۶	$Z_1$	وجود تنوع و تضاد کالبدی در میدان	جذابیت بصری
۰,۰۵۸	$Z_2$	میزان منحصربه‌فرد بودن میدان	
۰,۱۳۹	$Z_3$	تنوع فعالیت‌ها و کاربری‌ها	
۰,۰۸۲	$I_1$	میزان سمبلیک بودن میدان	دل‌بستگی به مکان
۰,۰۵۲	$I_2$	حس تعلق و وابستگی به مکان	
۰,۰۲۲	$I_3$	میزان پاسخگویی به نیازهای کاربران	

### گام اول: ایجاد ماتریس تصمیم‌گیری

در این ماتریس شاخصی که مطلوبیت مثبت دارد، شاخص سود و شاخصی که مطلوبیت منفی دارد، شاخص هزینه است.

جدول - ۸: ماتریس تصمیم‌گیری

$I_3$	$I_2$	$I_1$	$Z_3$	$Z_2$	$Z_1$	$Y_3$	$Y_2$	$Y_1$	$X_3$	$X_2$	$X_1$	ماتریس
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۵	۴۰	۲۰	اجتماع‌پذیری
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۶۰	۷۰	۲۰	۰	۰	۰	خاطره جمعی
۰	۰	۰	۴۰	۶۵	۴۳,۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	جذابیت بصری
۲۸	۷۳,۵	۹۸	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	دل‌بستگی به مکان
مثبت	مثبت	مثبت	مثبت	مثبت	مثبت	مثبت	مثبت	مثبت	مثبت	مثبت	مثبت	نوع معیار
۰,۰۲۲	۰,۰۵۲	۰,۰۸۲	۰,۱۳۹	۰,۰۵۸	۰,۰۴۶	۰,۰۶	۰,۱۰۹	۰,۰۳۳	۰,۰۸۲	۰,۱۶۸	۰,۱۴۹	وزن معیار

### گام دوم: نرمال‌سازی یا بی‌مقیاس کردن ماتریس

جدول - ۹: نرمال‌سازی

$I_3$	$I_2$	$I_1$	$Z_3$	$Z_2$	$Z_1$	$Y_3$	$Y_2$	$Y_1$	$X_3$	$X_2$	$X_1$	ماتریس
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	اجتماع‌پذیری
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	خاطره جمعی
۰	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	جذابیت بصری
۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	دل‌بستگی به مکان

در این گام مقیاس‌های موجود در ماتریس تصمیم بدون مقیاس شده است؛ به بیان دیگر هرکدام از مقادیر بر اندازه بردار مربوط به همان شاخص تقسیم شده است.

گام سوم: وزن‌دهی به ماتریس نرمال‌شده

جدول - ۱۰: وزن‌دهی به ماتریس نرمال شده

I <sub>3</sub>	I <sub>2</sub>	I <sub>1</sub>	Z <sub>3</sub>	Z <sub>2</sub>	Z <sub>1</sub>	Y <sub>3</sub>	Y <sub>2</sub>	Y <sub>1</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>1</sub>	ماتریس
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰,۰۸۲	۰,۱۶۸	۰,۱۴۹	اجتماع پذیری
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰,۰۶	۰,۱۰۹	۰,۰۳۳	۰	۰	۰	خاطره جمعی
۰	۰	۰	۰,۱۳۹	۰,۰۵۸	۰,۰۴۶	۰	۰	۰	۰	۰	۰	جذابیت بصری
۰,۰۲۲	۰,۰۵۲	۰,۰۸۲	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	دلبستگی به مکان

در این گام ماتریس پارامتری تصمیم کمی شده است؛ به بیان دیگر، برای هر شاخص وزنی معین و مجموع وزن‌ها در ماتریس نرمالیزه شده ضرب شده است.

گام چهارم: تعیین راه‌حل ایده‌آل مثبت و ایده‌آل منفی

جدول - ۱۱: تعیین راه‌حل ایده‌آل مثبت و ایده‌آل منفی

I <sub>3</sub>	I <sub>2</sub>	I <sub>1</sub>	Z <sub>3</sub>	Z <sub>2</sub>	Z <sub>1</sub>	Y <sub>3</sub>	Y <sub>2</sub>	Y <sub>1</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>1</sub>	راه‌حل بهینه
۰,۰۲۲	۰,۰۵۲	۰,۰۸۲	۰,۱۳۹	۰,۰۵۸	۰,۰۴۶	۰,۰۶	۰,۱۰۹	۰,۰۳۳	۰,۰۸۲	۰,۱۶۸	۰,۱۴۹	مثبت
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	منفی

در جدول بالا دو گزینه مجازی ایجاد شده در واقع بهترین و بدترین راه‌حل‌اند.

گام پنجم: تعیین اندازه فاصله از راه‌حل ایده‌آل مثبت و منفی

جدول - ۱۲: تعیین اندازه فاصله از راه‌حل‌های ایده‌آل مثبت و منفی

منفی	مثبت	اندازه فاصله
۰,۲۳۹۱	۰,۲۲۶۵	اجتماع‌پذیری
۰,۱۲۸۷	۰,۳۰۳۱	خاطره جمعی
۰,۱۵۷۵	۰,۲۸۹۲	جذابیت بصری
۰,۰۹۹۶	۰,۳۱۳۹	دلبستگی به مکان

در جدول بالا فاصله بین هر گزینه با استفاده از روش اقلیدسی سنجیده شده است؛ به بیان دیگر فاصله گزینه‌ها، از گزینه‌های ایده‌آل مثبت و منفی محاسبه شده است.

گام ششم: محاسبه نزدیکی به راه‌حل ایده‌آل مثبت و منفی و نیز رتبه‌بندی گزینه‌ها

جدول - ۱۳: محاسبه نزدیکی به راه‌حل ایده‌آل و نیز رتبه‌بندی گزینه‌ها

ضریب نزدیکی	نتیجه
۰,۵۱۳۵	اجتماع‌پذیری
۰,۳۵۲۶	جذابیت بصری
۰,۲۹۸۱	خاطره جمعی
۰,۲۴۰۸	دلبستگی به مکان

## نتیجه‌گیری

با تحلیل و بررسی مطالعات پژوهش، عوامل چهارگانه اجتماع‌پذیری، خاطره جمعی، دلبستگی به مکان و جذابیت بصری به منزله عوامل مطلوبیت میدان ارائه شد. نتایج تحلیل یافته‌ها نشان داد عامل دلبستگی به مکان، بیشترین تأثیرگذاری را بر مطلوبیت میدان دارد و دو عامل خاطره جمعی و جذابیت بصری تأثیر به نسبت کمتری در این زمینه داشته‌اند و عامل چهارم یعنی اجتماع‌پذیری، عاملی است که تأثیر ناچیزی در مطلوبیت میدان داشته است؛ همچنین بررسی مؤلفه‌های هر یک از عوامل نشان می‌دهد مؤلفه سمبلیک بودن میدان که از زیرشاخه‌های عامل دلبستگی به میدان است، چشمگیرترین شاخص مؤثر در این زمینه است. بر مبنای نتایج پژوهش ارتقاء مطلوبیت میدان مدنظر، توجه بیشتر مسئولان و برنامه‌ریزان شهری را به عوامل اجتماع‌پذیری به‌ویژه مؤلفه حس امنیت در آن و نیز عوامل جذابیت بصری و خاطره جمعی در میدان می‌طلبد.

راهکارها و پیشنهادهایی برای مطلوبیت وضعیت کنونی میدان ساعت:

- مرمت ساختمان‌های قدیمی اطراف میدان و توجه به سیمای ساختمان‌ها؛
- ایجاد فضای سبز و پارک در میدان برای بهبود دید و منظر و همچنین به‌منزله فضایی برای تفریح و استراحت؛
- حذف ماشین‌ها و اتوبوس‌ها از میدان که جلوه زیبایی به میدان نمی‌دهند و موجب سلب آرامش و امنیت در فضای میدان می‌شوند؛
- ایجاد حس آرامش و امنیت در میدان؛
- حفظ آثار باستانی و بافت تاریخی میدان به‌منظور حفظ هویت تاریخی میدان که بیان‌کننده تاریخچه و فرهنگ شهر است؛
- بزرگ‌تر شدن ابعاد میدان با در نظر گرفتن ساختمان‌های تاریخی و ارزشمند اطراف میدان متناسب با نیازهای شهر؛
- ایجاد تمهیداتی برای رفع ترافیک شهری در میدان از قبیل احداث پارکینگ و کمتر کردن حضور وسایل نقلیه تا حد امکان؛
- ایجاد فضاهای تفریحی، تجاری و فرهنگی؛
- ایجاد فضای توقف و مکث به‌منظور افزایش ماندگاری در میدان؛
- ایجاد کاربری‌هایی که نشان‌دهنده بافت تاریخی شهر باشند؛ مانند موزه، بازار سنتی مثل بازار فرش، سوغات و صنایع دستی و حذف فضاهایی مانند بانک، مغازه و ...

## منابع

- ۱- آزاد، زهرا و پرتوی، پروین، (۱۳۹۲)، بررسی تطبیقی جایگاه میادین میدان در حفظ و ارتقاء خاطره جمعی شهروندان، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات شهری، دوره ۱، شماره ۴، دانشگاه کردستان، ۱-۱۲.

- ۲- آسیابی، محمد، (۱۳۸۹)، *میادین شهری، معنا و مفهوم تا واقعیت آن در شهرهای ایرانی*، طحان، چاپ اول، تهران، ۲۶۸ ص.
- ۳- ارباب‌زادگان هاشمی، علیرضا و رنجبر، احسان، (۱۳۸۸)، *بازخوانی مفهوم تضاد در ارتقاء تنوع بصری فضاهای شهری*، آرمان‌شهر، دوره ۲، شماره ۳، تهران، ۴۹-۵۶.
- ۴- الکساندر، کریستوفر، (۱۳۸۱)، *معماری و راز جاودانگی راه بی‌زمان ساختن*، ترجمه مهرداد قیومی بیدهندی، دانشگاه شهید بهشتی، چاپ اول، تهران، ۵۰۶ ص.
- ۵- ایروانی، محمد و خدایپناهی، محمدکریم، (۱۳۷۱)، *روانشناسی احساس و ادراک تهران*، انتشارات مطالعه و تدوین کتب انسانی دانشگاهی، چاپ اول، تهران، ۲۸۱ ص.
- ۶- بس، ژان-مارک، (۱۳۸۹)، *رابطه میان منظر محسوس و فضای عمومی*، ترجمه: مریم السادات منصوری، مجله منظر، جلد ۴، دوره ۴، شماره ۲۱، تهران، ۲۰-۲۵.
- ۷- پاکزاد، جهانشاه، (۱۳۸۳)، *بررسی معناشناختی سه واژه میدان، گره و فلکه*، نشریه شهرداری‌ها، دوره ۶، شماره ۶۷، تهران، ۸-۱۶.
- ۸- پاکزاد، جهانشاه، (۱۳۸۴)، *راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران*، وزارت مسکن و شهرسازی، چاپ اول، شرکت طرح و نشر پیام سیما، ۴۷۰ ص.
- ۹- پاکزاد، جهانشاه، (۱۳۸۵)، *مبانی نظری و فرایند طراحی شهری*، انتشارات شهیدی، چاپ اول، تهران، ۲۳۴ ص.
- ۱۰- پرتوی، پروین، (۱۳۸۷)، *پدیدارشناسی مکان*، انتشارات فرهنگستان هنر، چاپ اول، تهران، ۲۷۶ ص.
- ۱۱- پیریابی، محمدتقی و سجاذزاده، حسن، (۱۳۹۰)، *تعلق اجتماعی به مکان*، تحقق سکونت اجتماعی در محله سنتی، مجله باغ نظر، دوره ۸، شماره ۱۶، باغ نظر تهران، ۱۷-۲۸.
- ۱۲- رضویان، محمدتقی و خدابخشی، زهرا، (۱۳۹۴)، *تحولات ساختار کالبدی میدان‌های شهر تهران؛ مطالعه موردی میدان‌های امام خمینی، بهارستان، انقلاب و آزادی*، مجله پژوهش‌های دانش زمین، دوره ۶، شماره ۲۱، دانشگاه شهید بهشتی تهران، ۸۰-۹۹.
- ۱۳- رفیعی، امیررضا، رضوانی، ایمان و کریمی، مهرداد، (۱۳۹۲)، *بررسی عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت فضایی میادین با رویکرد طراحی شهری*، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران، چاپ اول، تهران، گزارش ۱۷۳، ۳۶ ص.
- ۱۴- دانش‌پور، عبدالهادی و چرخچیان، مریم، (۱۳۸۶)، *فضاهای عمومی و عوامل مؤثر بر حیاط جمعی*، مجله باغ نظر، دوره ۴، شماره ۷، تهران، ۱۹-۲۸.
- ۱۵- دهخدا، علی‌اکبر، (۱۳۷۸)، *لغت‌نامه دهخدا*، دانشگاه تهران، تهران، <https://dictionary.abadis.ir>
- ۱۶- سجاذزاده، حسن، (۱۳۹۲)، *نقش دل‌بستگی به مکان در هویت‌بخشی به میدان‌های شهری*، فصلنامه علمی پژوهشی مرکز پژوهش هنر، معماری و شهرسازی نظر، دوره ۱۰، شماره ۲۵، تهران، ۶۹-۷۸.

- ۱۷- طهموری، علی و حسین‌رضوی، سروناز، (۱۳۸۹)، **میدان، قلب تپنده شهر**، کتاب علوم اجتماعی، دوره جدید، شماره ۳۲، تهران، ۹۶-۹۴.
- ۱۸- عادلوند، پدیده و موسوی لر، اشرف السادات، (۱۳۹۴)، **مجسمه در میدان یا غار افلاطونی؟**، مجله منظر، دوره ۷، شماره ۳۲، تهران، ۱۹-۱۴.
- ۱۹- فلاحت، محمدصادق، (۱۳۸۵)، **مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن**، نشریه هنرهای زیبا، دوره ۱، شماره ۲۶، تهران، ۵۷-۶۶.
- ۲۰- قبادیان، وحید، (۱۳۸۳)، **معماری در دارالخلافة ناصری**، نشر پشتون، چاپ اول، تهران، ۲۶۸ ص.
- ۲۱- لنگ، جان، (۱۳۸۳)، **آفرینش نظریه معماری**، ترجمه علیرضا عینی‌فر، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ ۲، تهران، ۳۰۱ ص.
- ۲۲- لینچ، کوین، (۱۳۷۶)، **تئوری شکل خوب شهر**، ترجمه سید حسین بحرینی، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول، تهران، ۶۶ ص.
- ۲۳- نژادستاری، سعید، (۱۳۹۰)، **نقش میدان‌های شهری و بررسی عواقب ناشی از تنزل جایگاه آن در شهرهای امروز با تأکید بر شهرهای ایرانی**، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات شهر ایرانی و اسلامی، دوره ۱، شماره ۳، تهران، ۵۷-۷۰.
- ۲۴- متولی، مسعود، (۱۳۸۹)، **بررسی و سنجش کیفیت زیبایی در منظر شهری براساس دیدهای متوالی**، آرمان‌شهر، دوره ۳، شماره ۵، تهران، ۱۲۳-۱۳۹.
- 25- Altman, I., & Low, S., (1992), **Place attachment**, Plenum Press, First edition, New York, 256 p.
- 26- Braun, V., & Clark, V., (2006), **Using Thematic Analysis in Psychology**, Qualitative Research in Psychology, America, vol 3, No 2, pp 77-101.
- 27- Canter, D., (1977), **The psychology of place**, The architectural press, First edition, London, 198 p.
- 28- Hajer, M., and Arnold Reijndorp, (2001), **In search of new public domain: analysis and strategy**, NAI Publishers, First edition, Rotterdam, 128 p.
- 29- Hernandez, B., (2001), **Place attachment: conceptual and empirical questions**, Journal of Environmental Psychology, Volume 21, Issue 3, Oxford: Elsevier Ltd, Pp 273-281.
- 30- Huang, N., Huang, Y., & Bai, X., (2017), **The Creation of Urban Square Landscape under Cultural Context**, UIA Seoul World Architects Congress, Seoul, Pp 137-143.
- 31- Krier, R., (1979), **Urban Space**, Academy Edition, First Edition, London, 173 p.
- 32- Levy, B., (2012), **Urban Square as the Place of History, Memory, Identity, In: Dusica Drazic**, Slavica Radisic, Marijana Simu (eds), Memory of the City, Kulturklammer, Belgrade, pp 156-173.
- 33- Lewicka, Maria., (2008), **Place Attachment, place identifying and place memory: Restoring the forgotten city past**, Journal of environmental psychology, 28, Oxford: Elsevier Ltd, Pp: 209- 231.

- 34- Liu, C. (2013), **Research on scale of urban squares in Copenhagen**, Master of Science Programme in Spatial Planning with an emphasis on Urban Design in China and Europe, Sweden, 89 p.
- 35- Moughtin, J.C., (2003), **Urban design: street and square**, 3rd edition, Oxford: Elsevier Ltd, 87 p.
- 36- Murat, Z., Memluk, (2013), **Designing Urban Squares**, Advances in Landscape Architecture, Department of Landscape Architecture, Ankara University, Ankara, Turkey, 5s13 p.
- 37- Relph, E., (1976), **Place and Placelessness**, London: Pion, 156 p.
- 38- Stedman, R.C., (2003), **Is it really just a social construction? The construction of the physical environment to sense of place**, International Journal of Society and Natural Resources, Volume 16, Issue 8, Cyprus and USA, Pp 671-685.
- 39- Williams, D.R., & Vaske, J.J., (2003), **The measurement of Place Attachment: validity and generalizability of a psychometric approach**, Forest Science, Volume 49, Issue 6, Czech Republic, Pp 830-840.
- 40- Zucker, P., (1959), **Square in Space and Time: Town and Square from the Agora to the Village Green**, Columbia University Press, First Edition, New York & London, 287 p.

