

دوازدهمین کنگره ملی سراسری فناوریهای نوین در حوزه توسعه پایدار ایران

12th National Congress of
the New Technologies in Sustainable Development of Iran

senacnf.ir

بررسی نقش المان های شهری در تقویت هویت کالبدی شهری با استفاده از GIS (مطالعه موردی: منطقه سه شهر شیراز)

لیلا دولت خواه^{۱*}، زینب جوکار^۲

۱. کارشناس فنی عمرانی سازمان بازآفرینی فضایی شهری، شهرداری شیراز
۲. کارشناس فنی عمرانی سازمان بازآفرینی فضایی شهری، شهرداری شیراز
b.mihamadib@gmail.com

چکیده

المان شهری در تعریف شخصیت عملکردی فضاهاى شهری نقش مهمی ایفا می کند و در چگونگی روحیه شهر و مردم موثر است. این پژوهش با اهداف شناسایی المان های زیباشناختی، کمیت و کیفیت عوامل هویتی و مظاهر تشخیص آنها در زیبا سازی و هویت بخشی به منطقه شهری با بکارگیری قابلیت GIS (سامانه اطلاعات جغرافیایی) صورت پذیرفت. در این مطالعه منطقه سه شهرداری شیراز بعنوان جامعه هدف مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت. شیوه گردآوری اطلاعات، میدانی و با استفاده از ابزار های مثل دستگاه GPS، اسناد و سوابق المان های زیباشناختی بوده است. در این ارزیابی ۳۵ المان شهری در محدوده منطقه سه شناسایی شد که به همراه مشخصات توصیفی و کیفی آنها بانک اطلاعات مکان محور المان های حجمی شهر تهیه گردید. در مرحله پایانی این پژوهش چگونگی هویت المان ها در سطح منطقه در زیبایی و هویت بخشی به منطقه سه، مورد ارزیابی و بررسی قرار گرفت. در مرحله اول نتایج به بررسی پراکنش مکانی المان های شهری در منطقه مورد مطالعه توجه شد که نتایج نشان از عدم توزیع همگن و متناسب پراکنش المان ها در سطح منطقه دارد و این همان موضوعی است که نیاز به استفاده از GIS در مدیریت شهری را بیش از پیش نشان می دهد. همچنین نتایج این مطالعه نشان می دهد، ۶۶ درصد المان های کمتر از ۵ مولفه هویتی را دارند و این موضوع نشان می دهد برای هویت بخشیدن به المان های منطقه به ایجاد عوامل هویت بخش شهری و حذف عوامل ایجاد بی هویتی، ایجاد اجزا و عناصر نمادین و نشانه های آشنای معماری شهری در ساخت المان های با هویت در شهر شیراز نیاز است. ۱۷ درصد المان ها، دارای بیش از ۵ مولفه ای هویتی هستند و این موضوع امیدوار کننده در این موضوع است ولی نکته نگران کننده این است که این المان ها مانند (مانند المان دروازه قرآن، فلکه گاز) بیشتر در دهه های گذشته ساخته شده است. به عبارتی این المان ها در بررسی از نظر مؤلفه های ذکر شده، دارای اکثر مصادیق برشمرده خصوصاً تاریخی بودن، متمایز بودن و طراحی، فرم و معماری خاص هستند. همچنین دارای برخی مؤلفه های عینی و ذهنی از جمله نظم، مقیاس و همنشینی مناسب آن در مکان، حس وحدت، آرامش، معنویت، خاطره انگیزی، سرزندگی، اصالت و ... هستند.

کلمات کلیدی: المان های حجمی، سیستم اطلاعات جغرافیایی، منطقه سه شهرداری شیراز، پایگاه داده های مکانی

دوازدهمین کنگره ملی سراسری فناوریهای نوین در حوزه توسعه پایدار ایران

12th National Congress of
the New Technologies in Sustainable Development of Iran

senaconf.ir

مقدمه

عناصر زیبای موجود در شهرها تا حد بسیار زیادی در هویت بخشی به شهرها نقش به سزایی داشته اند. المان هنری و زیبا، عنصری است که به جز تأثیر زیباشناسانه بر فضا، قابلیت تأثیرگذاری بر جامعه را نیز داشته باشد. از این رو توجه به این دو جنبه در خلق عناصر زیبای شهری در سطح شهر امری اجتنابناپذیر است. المان زیبایی که نه تنها به کیفیت فضایی شهر می افزاید، بلکه موجب ارتقای فرهنگ جامعه نیز می شود. در راستای دست یابی به چنین شهری، لازم است تا المان های شهری از منظر زیبایی شناسی و هویت بخشی بررسی شوند و در صورتی که المان ها چنین ویژگی هایی را دارا نیستند در جهت بهبود آن ها اقداماتی صورت گیرد [۱۲]. " منظور از منظر شهری کلیه عناصر طبیعی و مصنوعی (ساختمان ها و الحاقات آنها، مبلمان شهری، پوشش گیاهی و...) قابل مشاهده از عرصه های عمومی شهر شامل خیابان ها، میدانی، گره ها و پهنه های عمومی است. منظر شهری در واقع بیانگر هویت و برخورد شهر است و اولین چیزی است که شهروند در شهر با آن ارتباط برقرار می سازد و بصورت بی وقفه وی را تحت تأثیر قرار می دهد. بهم ریختگی منظر شهر بیانگر بی نظمی در ساختار برنامه ریزی و رفتاری شهر است و منظر زیبا نشان دهنده رابطه ای مناسب میان شهر و شهروند می باشد. چیزی که هر روزه درون آن هستیم و رابطه ای دو سویه با آن برقرار می سازیم نمی تواند در ساختار هویتی بی تأثیر باشد. بخش عمده ای از هویت ساکنین شهرها ناشی از تاثیراتی است که بتدریج و به مرور زمان از شهر می گیرند [۱۷]. ارزیابی نقش المان های شهری بر ارتقای حس مکان در فضاهای شهری (نمونه موردی: شهر همدان)"، معتقدند که المانهای شهری در کنار سایر عوامل تاریخی و فرهنگی، عامل تداعی خاطره و سرزندگی مکان از عوامل مهم و برجس ته در ایجاد و ارتقای حس تعلق و دلبستگی به مکان در شهر است. با توجه به بررسی های صورت گرفته باید ذکر نمود که گرچه در زمینه هر یک از اجزای موضوع پژوهش در رشته های مختلف، مبانی نظری و علمی فراوانی وجود دارد، اما به طور خاص که به بررسی عناصر زیبای شهری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) پرداخته شده باشد، کمتر صورت گرفته است، اما در پژوهش های مختلف مزایا و اثرات استفاده از GIS در مدیریت شهری بررسی شد که نتایج نشان از بهبود عملکرد مدیریت تبلیغات شهری در بکارگیری از سیستم اطلاعات جغرافیایی دارد. در مطالعه ای تحلیل توزیع فضایی و ارایه مدل سازی و مکان گزینی نصب بیلبوردهای تبلیغاتی با استفاده از منطق فازی و Fuzzy Logic و GIS مطالعه موردی منطقه یک تهران برای تعیین مکان بهینه برای ایجاد بیلبوردهای تبلیغاتی، بعد از گردآوری داده های مکانی و نقشه های موجود و تشکیل پایگاه اطلاعاتی در محیط Arc GIS برای سیستم فازی، با وزندهی مناسب و روی همگذاری این لایه های طبقه بندی شده مکانهای موجود مورد بررسی قرار گرفته و در نهایت نقاطی که از جهت تناسب آنها خیلی خوب بوده اند برای ایجاد بیلبرد تبلیغاتی انتخاب شدند [۱۱]. در مطالعه ای دیگر به تحلیل و ارزیابی مکان بیلبوردهای تبلیغاتی شهر شیراز با سیستم اطلاعات جغرافیایی و طراحی پایگاه داده مکانی (مطالعه موردی: شهر شیراز) و نتایج نشان از بهبود عملکرد مدیریت تبلیغات شهری در بکارگیری از سیستم اطلاعات جغرافیایی دارد [۹]. مدیریت و ساماندهی المان های حجمی شهری منطقه سه شهر شیراز در محیط GIS نیز پژوهشی دیگر است که در حوزه شهری به پراکنش المان ها پرداخته شد [۱۴]. تحلیل توزیع فضایی و نقشه پهنه بندی تابلو تبلیغاتی پل های هوایی با استفاده از ایجاد پایگاه داده مکانی در محیط (GIS) سیستم اطلاعات جغرافیایی انجام پذیرفت که نتایج نشان از بهبود شرایط در صورت استفاده از بانک اطلاعات مکانی برای سازه های تبلیغاتی شهر دارد [۱۵]. در بررسی دیگر به کاربرد فرآیند تحیل سلسله مراتبی در جهت افزایش بهره وری استند های تبلیغات شهری شهر شیراز در محیط GIS پرداخته شد [۱۶]. ضرورت پرداختن به چیدمان فضاهای شهری یکی از نیازهای امروز کلان شهرها می باشد. از آنجا که هدف اصلی برنامه ریزی شهری، سلامت، آسایش و زیبایی می باشد بررسی پراکندگی المان های حجمی در سطح شهر به عنوان یکی از عناصر مبلمان شهری در محیط شهری تأثیر مثبتی در

دوازدهمین کنگره ملی سراسری فناوریهای نوین در حوزه توسعه پایدار ایران

12th National Congress of
the New Technologies in Sustainable Development of Iran

senacnf.ir

افزایش کیفیت بصری، بالا بردن کارایی زیباسازی و افزایش رضایت عمومی را به دنبال دارد. در این پژوهش سعی بر آن است تا ضمن پرداختن به پراکنش المان های حجمی در منطقه سه شهرداری شیراز، ارزیابی انواع المان های زیباشناختی در هویت بخشی به منطقه مورد بررسی قرار گردد.

مفاهیم، دیدگاه ها و مبانی نظری پژوهش

زیبایی شناسی: زیبایی شناسی همانند روانشناسی، با حالات و عوالم درونی انسان، یعنی ادراک و عاطفه، غم و شادی، زیبایی، اراده و غریزه سر و کار دارد و از طرف دیگر مفهوم و احکام آن شدیداً نسبی است. به این معنا که هر کس یا هر گروه مفاهیم زیباشناسی را به خواست خود تعبیر و ارزش گذاری می کنند [۲۳].

زیبایی شناسی در بستر فضای شهری: شهرها (متشکل از عناصر، اجزا، فضاها، عملکردها و قوانین حاکم، به انضمام روابط جاری در شهر و هویت آن) به عنوان بزرگترین مجموعه ها و آثار انسانی بر کره زمین که ظرف فعالیت های انسانی هستند، میتوانند و باید جلوه های متنوع زیبایی را به انسان القا کنند و اصولاً هر چقدر و هر گونه که شهر و محیط زندگی بتواند مراتب زیبایی را به ساکنین خویش القا کند، به همان نسبت میتواند به آرامش و سعادت و تعادل اهل خویش مدد رساند و مشکلات جاری زندگی را برای آنها قابل تحمل تر نماید [۲۲].

المان شهری: المان یا یادمان شهری ترکیبی است پیکره وار که در ساخت آن از ویژگی های درونی احجام و اشکال هندسی به صورت یک کلیت یکپارچه و تلفیقی از موارد فوق استفاده می شود. قبل از هر چیز این ترکیب دارای یک نظام هندسی و تعادلی پایدار و زیباست به گونه ای که پس از خودنمایی در سطح شهر افراد را به گونه ای جذب خود می نماید و ذهنشان را درگیر خود میکند که تا مدت ها در آن منطقه از شهر به صورت سمبلیک مشخصه ای برای شناخت شهر در منطقه مورد نظر می گردد و در واقع جزء شاخصه های شهری می گردد، به گونه ای که ذهن با برده شدن نام منطقه مذکور ناخودآگاه به دنبال شاخصه ها و ویژگیهای خاص آن منطقه المان مورد نظر را در خود تصویرسازی خواهد کرد. المان های شهری از اجزای مهم مبلمان شهری هستند که می توانند در ارتقاء حس مکان و هویت شهروندان تأثیر بسزایی داشته باشند. [۲۴]. از جمله اهداف طراحی المان های شهری می توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- **هویت بخشی:** بین المان ها و هویت شهری رابطه ای دو سویه برقرار است؛ به گونه ای که هویت یک شهر یا منطقه بر شکل گیری المان های خاص آن تأثیر گذار است و از سوی دیگر طراحی المان در ایجاد هویت برای منطقه می تواند نقش به سزایی داشته باشد [۲۰].

۲- **زیباسازی فضای شهری:** طراحی مناسب المان ها و حذف آلودگی های بصری می تواند تأثیر بسزایی در زیباسازی فضای شهری و تقویت روحیه شهروندان داشته باشد؛ ضمن اینکه قرارگیری المان های جذاب در فضاهای شهری باعث ایجاد تنوع و غنی شدن آنها می شود [۲۰].

هویت کالبدی: در رابطه با هویت کالبدی، دانشمندان مختلف دیدگاه های متفاوتی را مطرح نموده اند. برای مثال گوردن کالن در کتاب "خلاصه منظر شهری" تکنیک های منظر عینی را ارائه می کند و یا برای کوین لینچ در کتاب «سیمای شهر» تحلیل منظر ذهنی مهم است و کارل کرووف در مقاله «بافت شهری و ویژگی های شهر» ، ریخت شناسی شهر را مطرح می کند. از نقطه نظر او ریخت شناسی، عامل تشخیص یک شهر از شهر دیگر است و همین عامل تشخیص و هویت شهر را نشان می دهد (...). مارکوالی جنبه خاصتری از هویت کالبدی را تعریف کرده و آن را برای انسان شهرنشین ، هویت شهری نامیده است. به عقیده او هویت شهری حاصل پیوند عمیق

دوازدهمین کنگره ملی سراسری فناوریهای نوین در حوزه توسعه پایدار ایران

12th National Congress of
the New Technologies in Sustainable Development of Iran

senaconf.ir

میان فرد و محیط شهری اوست. به عقیده لالی هویت کالبدی تأثیری مثبت بر توانایی و اعتماد به نفس شهروندان دارد و شهروندان هر شهر را از غیر شهروندان آن متمایز می سازد. اریکلارسن، اندیشمند دانمارکی میگوید: شهر پیش از آنکه از پدیدهها تشکیل شده باشد، از تفاوت ها تشکیل شده است، تفاوتهای مادی که جهت ها ی لازم را برای آنکه بدانیم به کجا و چگونه باید حرکت کنیم به ما می دهند در واقع می توان گفت تنوع مکانی دلالت بر تنوع معنایی دارد [۲۰].

معرفی مؤلفه ها و شاخص ها هویت کالبدی یادمان ها (المان ها)

در مطالعه "بررسی نقش المان های شهری در تقویت هویت کالبدی"، معیارهای ارزیابی هویت کالبدی یادمان ها به صورت زیر جمع بندی گردید [۲۰]. در این پژوهش هر المان با توجه هفت مؤلفه ذکر شده بررسی و با توجه به دارای بودن یک یا چند ویژگی مشخص می گردید. از آنجا که بیان هر موضوعی کیفی با عدد (کمی) همیشه جالب و قابل مقایسه می باشد، از این رو هر مؤلفه را بصورت یکسان درصد از ۱۰۰ در نظر گرفتیم و باتوجه به داشتن ۷ مؤلفه، سهم هر مؤلفه بصورت کمی ۱۴ درصد محاسبه شد (نگارنده).

جدول ۱ - مؤلفه های ارزیابی هویت کالبدی المان های شهری

مؤلفه	توضیحات	درصد هویتی هر طبقه بصورت کمی
تاریخی بودن	پیوند با تاریخ گذشته و ساکنان آن	۱۴
بومی بودن (زمینه گرایبی)	ارتباط با جغرافیا و فرهنگ خاص شیراز	۱۴
متمایز بودن	داشتن خوانایی و امکان تشخیص از بافت شهری پیرامون	۱۴
پذیرا بودن تنوع	تنوع فعالیتهای، تسهیلات جانبی و امکان دسترسی و بهره برداری از فضای شهری پیرامون	۱۴
طراحی، فرم و معماری خاص بودن	از نظر سبک معماری و داشتن فرم خاص	۱۴
محصوریت فضایی	اندازه و مقیاس انسانی، ارتفاع، تناسب اندازه ها	۱۴
نما	برخورداری از مصالح، رنگ و بدنه بافت مناسب	۱۴
مجموع		۱۰۰

مواد و روش ها

در این پژوهش با توجه به شرایط و زمینه های مختلف در جهت رسیدن به اهداف تحقیق از روش های گوناگونی استفاده شد. پژوهش حاضر از نوع کاربردی است که جهت انجام آن از ترکیبی از روش های اسنادی - تحلیلی، پیمایشی و نرم افزارها استفاده شد؛ به این صورت که ابتدا به تشریح و توصیف مبانی نظری، نظریات و تجربیات مختلف در ارتباط هویت کالبدی شهری پرداخته خواهد شد؛ سپس با تکیه بر اصول، قوانین و مفاهیم مطرح در چهارچوب نظری وضعیت هویتی المان زیباشناختی را در نرم افزارهای Arc GIS مورد مطالعه، ارزیابی و تحلیل صورت پذیرفت.

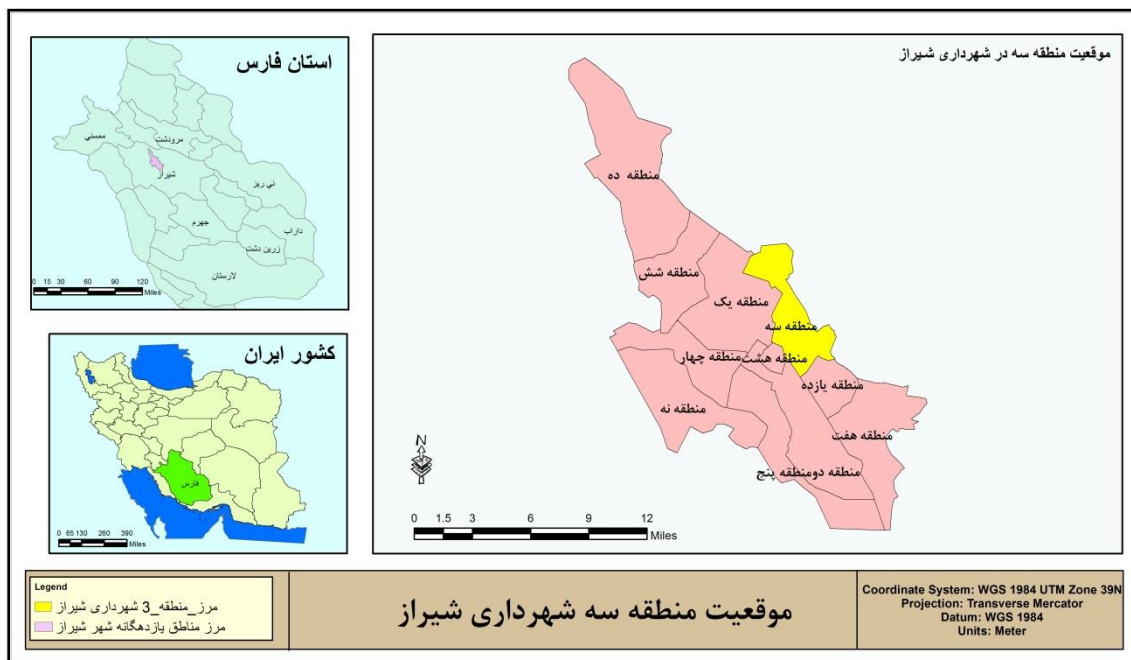
دوازدهمین کنگره ملی سراسری فناوریهای نوین در حوزه توسعه پایدار ایران

12th National Congress of
the New Technologies in Sustainable Development of Iran

senacnf.ir

منطقه مورد مطالعه

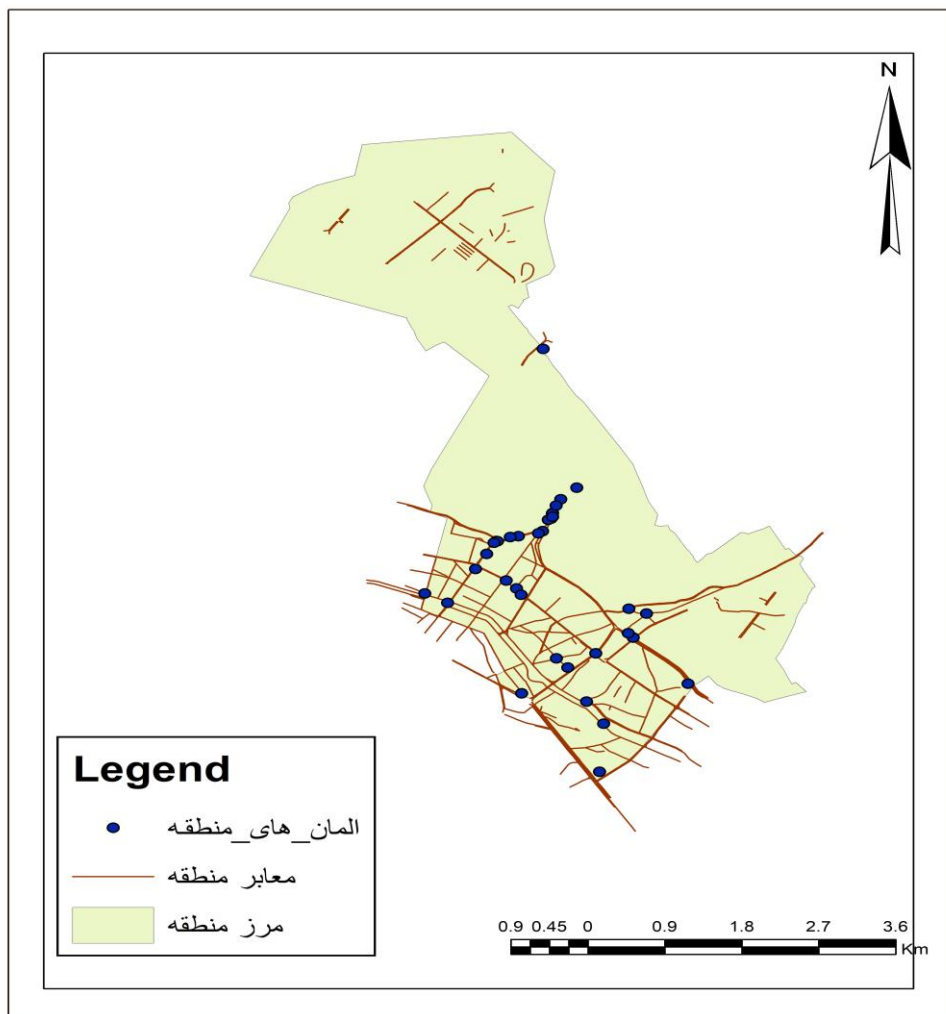
شهرداری شیراز به یازده منطقه مستقل شهری تقسیم شده که شهرداری منطقه سه در قسمت شرقی شهر شیراز واقع شده است. منطقه مورد مطالعه در شکل (۱) نمایش داده شده است.



شکل شماره (۱) - موقعیت منطقه مورد مطالعه

شناسایی مکان المان های شهری

نخستین مرحله برای انجام این مطالعه شناسایی و برداشت اطلاعات مکانی و توصیفی المان های حجمی منطقه مورد نظر بود، بنابراین تعداد ۳۵ المان در منطقه مطالعاتی شناسایی و UTM مکانی آنها برداشت شد. مرحله دوم شناسایی، جمع آوری مشخصات کیفی و توصیفی این المان ها بود که با استفاده از کار میدانی و بررسی سوابق اجرایی المان ها بدست آمد. پس از اینکه مشخصات توصیفی و کیفی المان های حجمی با استفاده از کار میدانی جمع آوری شد، با تلفیق این ویژگی های توصیفی به مشخصه مکانی (UTM) المان ها بانک اطلاعات مکان محور المان های حجمی شهر ایجاد گردید. بنابراین در پایان مرحله جمع آوری اطلاعات به یکی از اهداف این مطالعه که همان شناسایی المان های زیباشناختی منطقه سه شهرداری شیراز بود رسیدیم. موقعیت مکان المان های حجمی منطقه سه را در شکل (۲) نشان مشاهده می شود. همانگونه که در این شکل مشاهده می شود المان های زیباشناختی پراکنش همگن در منطقه ندارند.



شکل (۲): نقشه پراکندگی مکان المان های حجمی

نتایج

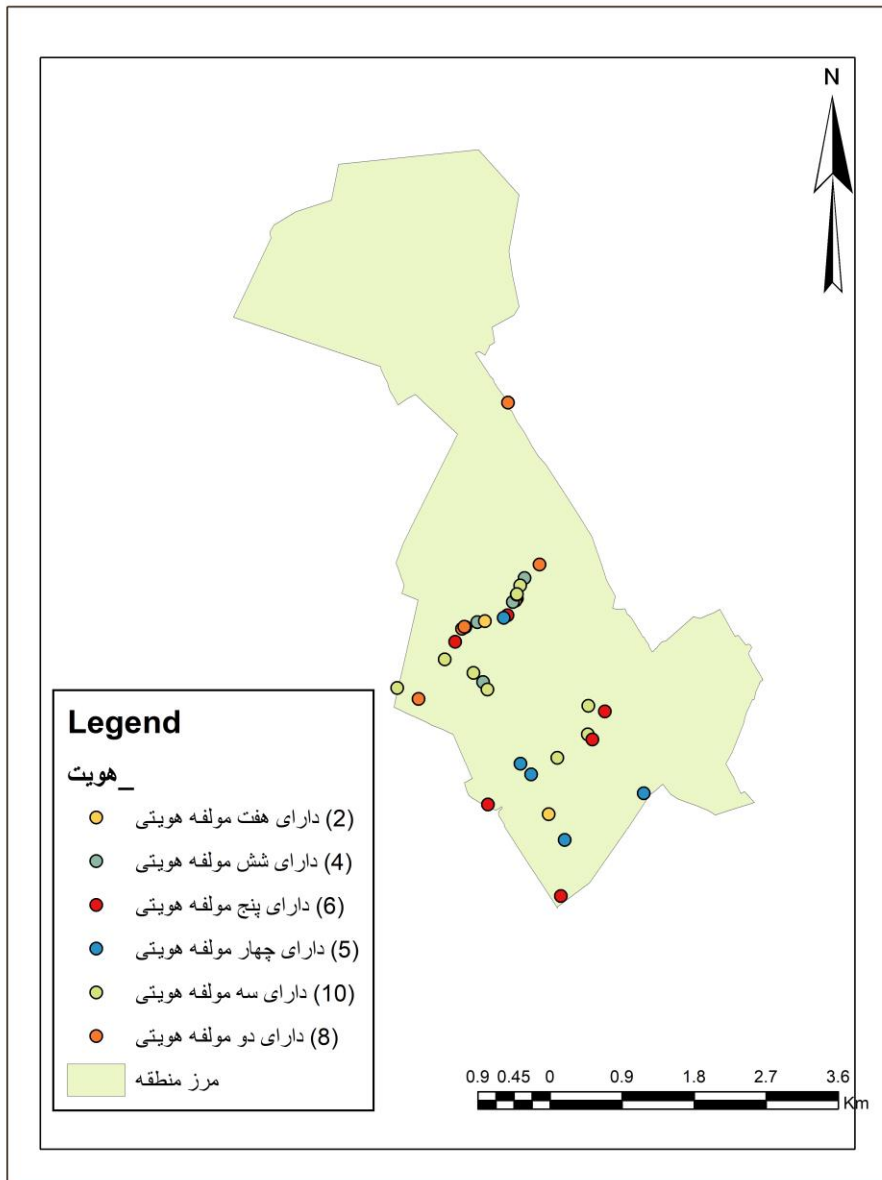
تحلیل هویت کالبدی المان یا یادمان ها زیباشناختی منطقه مورد مطالعه

هویت کالبدی المان های منطقه با استفاده از مولفه های جدول شماره (۱) بررسی و برای هر المان درصد هویت کالبدی مشخص گردید. با توجه به ویژگی های المان ها، از مجموع ۳۵ المان یا یادمان زیباشناختی در منطقه، ۸ المان دارای دو ویژگی هویتی هستند، ۱۰ المان دارای سه ویژگی هویتی هستند، ۵ المان دارای چهار ویژگی هویتی هستند، ۶ المان دارای پنج ویژگی هویتی هستند، ۴ المان دارای شش ویژگی هویتی هستند، ۲ المان دارای هفت ویژگی هویتی هستند. شکل شماره (۳) پراکنش، نوع و فراوانی هویتی المان ها منطقه مورد نظر را نشان می دهد.

دوازدهمین کنگره ملی سراسری فناوریهای نوین در حوزه توسعه پایدار ایران

12th National Congress of
the New Technologies in Sustainable Development of Iran

senacnf.ir



شکل شماره (۳) نوع و فراوانی هویت کالبدی المان ها منطقه سه

با توجه به وجود و اهمیت مکان های شاخص (بلوار و گذر های اصلی، بوستان های بزرگ و... در هر محله) و همچنین هویت غنی (تاریخی، بومی، فرهنگی، اجتماعی، ورزشی و ...) منطقه و شهر شیراز به نظر می رسد برای هویت بخشیدن به فضای ها، معابر، تقاطع ها و ... منطقه به برنامه ریزی مناسب تری نیاز است. ۶۶ درصد المان های کمتر از ۵ مولفه هویتی را دارند و این موضوع نشان می دهد که می بایست به موضوع طراحی و ایجاد المان های با هویت در منطقه دقت کرد. این المان فقط جنبه زیبایی دارند و دارای مفهوم و هویت خاصی نمی باشند. ۱۷ درصد المان ها، دارای بیش از ۵ مولفه ای هویتی هستند و این موضوع امیدوار کننده در این موضوع است ولی نکته نگران کننده این است که این المان ها مانند (مانند المان دروازه قرآن، فلکه گاز) بیشتر در دهه های گذشته ساخته شده است. به عبارتی این المان ها در بررسی از نظر مؤلفه های ذکر شده، دارای اکثر مصادیق برشمرده خصوصاً تاریخی بودن، متمایز بودن و طراحی،

دوازدهمین کنگره ملی سراسری فناوریهای نوین در حوزه توسعه پایدار ایران

12th National Congress of
the New Technologies in Sustainable Development of Iran

senacnf.ir

فرم و معماری خاص هستند. همچنین دارای برخی مؤلفه های عینی و ذهنی از جمله نظم، مقیاس و همنشینی مناسب آن در مکان، حس وحدت، آرامش، معنویت، خاطره انگیزی، سرزندگی، اصالت و ... است. در جدول شماره (۲) نتایج فراوانی، درصد فراوانی و عدد کمی هویت کالبدی المان های زیباشناختی آورده شده است.

جدول شماره(۲)- فراوانی و درصد فراوانی هویت کالبدی المان های زیبا شناختی در منطقه مورد مطالعه

ردیف	طبقات هویتی	فراوانی المان	درصد فراوانی	هویت بصورت کمی (درصد)
۱	دارای ۱ مولفه هویتی	۰	۰	۰
۲	دارای ۲ مولفه هویتی	۸	۲۳	۲۹
۳	دارای ۳ مولفه هویتی	۱۰	۲۹	۴۳
۴	دارای ۴ مولفه هویتی	۵	۱۴	۵۷
۵	دارای ۵ مولفه هویتی	۶	۱۷	۷۱
۶	دارای ۶ مولفه هویتی	۴	۱۱	۸۶
۷	دارای ۷ مولفه هویتی	۲	۶	۱۰۰
مجموع	...	۳۵	۱۰۰	...

نتیجه گیری:

هویت و شخصیت شهر زمانی معنا پیدا می کند که شاخص های خاص شهر نمود یابند. شاخص هایی که ریشه در مکان و زمان دارند و با سنت، عقاید و به طور کلی با دانش و فرهنگ آن جامعه پیوسته اند (۲۱). در ایران به المان شهری در بحث زیباسازی شهری به درستی توجه نشده است. عدم توجه به دلایل مختلف نظیر کمبود دانش مدیریت، برنامه ریزی و طراحی عناصر زیباسازی شهری مشکلات زیادی را در این خصوص ایجاد نموده است. در کشور ما که یکی و شاید غنی ترین سرزمین ها از نظر بهره مندی از میراث و دست آوردهای فرهنگی است و از نمودهای آن شهرسازی و معماری ویژه و شناخته شده اش در سطح جهانی است، با توجه به این که زندگی امروزه خود را چگونه می خواهیم و فردا چگونه می اندیشیم و از گذشته خود چگونه بهره برمی داریم، ساختن شهرها و تولید عناصر معماری از حساسیت خاصی برخوردار است و لذا نیازمندیم که هویت گذشته و امروزین این دو را بازناسیم و آن را تقویت نماییم. با توجه به نتایج این مطالعه ۶۶ درصد المان های کمتر از ۵ مولفه هویتی را دارند و این موضوع نشان می دهد که می بایست به موضوع طراحی و ایجاد المان های با هویت در منطقه دقت کرد. این المان فقط جنبه زیبایی دارند و دارای مفهوم و هویت خاصی نمی باشند. ۱۷ درصد المان ها، دارای بیش از ۵ مولفه ای هویتی هستند و این موضوع امیدوار کننده در این موضوع است ولی نکته نگران کننده این است که این المان ها مانند (مانند المان دروازه قرآن، فلکه گاز) بیشتر در دهه های گذشته ساخته شده است. به عبارتی این المان ها در بررسی از نظر مؤلفه های ذکر شده، دارای اکثر مصادیق برشمرده خصوصاً تاریخی بودن، متمایز بودن و طراحی، فرم و معماری خاص

دوازدهمین کنگره ملی سراسری فناوریهای نوین در حوزه توسعه پایدار ایران

12th National Congress of
the New Technologies in Sustainable Development of Iran

senaconf.ir

هستند. همچنین دارای برخی مؤلفه های عینی و ذهنی از جمله نظم، مقیاس و همنشینی مناسب آن در مکان، حس وحدت، آرامش، معنویت، خاطره انگیزی، سرزندگی، اصالت و ... است. استفاده از فناوری های نوین مانند GIS که در سالهای اخیر مورد توجه ویژه ای قرار گرفته یک از ابزارهای کاربردی است که در صورت تحقق، بهره وری و کارکرد بهینه، می تواند بهبود مطلوب تر خدمات زیباسازی را به همراه داشته باشد. سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) با مدیریت اطلاعات شهری، پشتیبان بسیار مطمئنی برای تصمیم گیری، غنی سازی و به روز کردن مشخصات کمی و کیفی المان های حجمی شهری است.

سپاسگزاری

از سازمان سیما، منظر فضای سبز شهری شهرداری شیراز به دلیل حمایت و همکاری در انجام این تحقیق تشکر مینمایم.

منابع

۱. علی زنگی آبادی، نازنین تبریزی، طراحی و برنامه ریزی میلمان شهری، ۱۳۸۳، نشر شریعه توس .
۲. علی حاج یوسفی، برنامه ریزی منطقه ای در ایران، از آغاز تا دهه ۱۳۵۰
۳. آشنایی با تبلیغات شهری، سازمان شهرداری ها و دهیاری ها، ۱۳۹۰
۴. سعید میر شاهی) ۰۷۱۲ (تبلیغات شهری یا شهر تبلیغاتی سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان تهران
۵. شهرداری تهران، ۱۳۸۹، مجموعه قوانین و مقررات مورد عمل شهرداری - زیباسازی، نشر شهر
۶. کتاب اصول و فنون تبلیغات / انتشارات سال ۱۳۸۶ / کتابخانه سازمان زیباسازی شهر تهران
۷. سلمانی مقدم، محمد، حمید، جوادیان. بررسی و ارزیابی جایگاه تبلیغات در فضاهای شهری، ششمین کنفرانس ملی برنامه ریزی و مدیریت شهری
۸. مدیریت تبلیغات محیطی و تحلیل ضوابط اجزایی آن در ایران
۹. محمدی، سیدبهباز؛ عبدالخالق میری؛ ایرج مشایخ و وحید حسینی، ۱۳۹۸، تحلیل و ارزیابی مکان بیلبوردهای تبلیغاتی شهر شیراز با سیستم اطلاعات جغرافیایی و طراحی پایگاه داده مکانی (مطالعه موردی: شهر شیراز)، نخستین کنفرانس ملی جغرافیا و برنامه ریزی شهری و روستایی، تهران، مرکز بین المللی همایشها و سمینارهای توسعه پایدار علوم جهان اسلام-موسسه آموزش عالی حکمت،
۱۰. جمالی، علی اکبر و راضیه هداوند، ۱۳۹۸، تحلیل توزیع فضایی و مکان گزینی نصب بیلبوردهای تبلیغاتی با استفاده از منطق فازی و GIS در منطقه یک تهران، فصلنامه پژوهشهای مکانی فضایی ۳ (۲)،
۱۱. هداوند، راضیه؛ علی اکبر جمالی و علی سرکارگردکانی، ۱۳۹۵، تحلیل توزیع فضایی و آرایه مدل سازی و مکان گزینی نصب بیلبوردهای تبلیغاتی با استفاده از منطق فازی Fuzzy Logic و GIS مطالعه موردی منطقه یک تهران، دومین همایش ملی کاربرد مدل های پیشرفته تحلیل فضایی (سنجش از دور و GIS) در آمایش سرزمین، یزد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد،
۱۲. امین زاده، بهناز، (۱۳۸۹)، ارزیابی زیبایی و هویت مکان، مجله هویت شهر، شماره چهار، صفحات ۳-۱۴
۱۳. معینی فر و همکاران، (۱۳۹۲)، نقش مجسمه ها و المانهای شهری بر زیباسازی و ارتقاء کیفیت بصری فضای عمومی شهرها (نمونه موردی: شهر شیراز)، مجموعه مقالات همایش ملی عناصر زیباسازی شهری، معاونت برنامه ریزی شهرداری شیراز، شیراز.

دوازدهمین کنگره ملی سراسری فناوریهای نوین در حوزه توسعه پایدار ایران

12th National Congress of
the New Technologies in Sustainable Development of Iran

senaconf.ir

۱۴. محمدی، بهزاد و کلایی، افشین و نعمت الهی، احمد و خاقانی نژاد، بهاره، ۱۳۹۹، مدیریت و ساماندهی المان های
حجمی شهری در محیط GIS (مطالعه موردی: منطقه سه شهر شیراز)، پنجمین همایش بین المللی افقهای نوین در
مهندسی عمران، معماری و شهرسازی، تهران،، <https://civilica.com/doc/1131747>
۱۵. محمدی، بهزاد و کلایی، افشین و محمدی، محمد جواد و کشاورزی، احسان، ۱۳۹۹، تحلیل توزیع فضایی و نقشه پهنه
بندی تابلو تبلیغاتی پل های هوایی با استفاده از ایجاد پایگاه داده مکانی در محیط (GIS) سیستم اطلاعات جغرافیایی
(مطالعه موردی: شهر شیراز)، پنجمین همایش بین المللی افق های نوین در مهندسی عمران، معماری و
شهرسازی، تهران،، <https://civilica.com/doc/1131745>
۱۶. محمدی، سید بهزاد و کلایی، افشین و نعمت الهی، احمد و التیام، حمید، ۱۳۹۹، کاربرد فرآیند تحلیل سلسله مراتبی در
جهت افزایش بهره وری استند های تبلیغات شهری در محیط GIS (مطالعه موردی: شهر شیراز)، پنجمین همایش
بین المللی افق های نوین در مهندسی عمران، معماری و
شهرسازی، تهران،، <https://civilica.com/doc/1131746>
۱۷. حبیب، فرح (۱۳۸۵) "طراحی منظر شهر در گذر تاریخ"، فصلنامه شهرسازی و معماری آبادی
۱۸. معینی فر و همکاران، (۱۳۹۲)، (نقش مجسمه ها و المان های شهری بر زیباسازی و ارتقاء کیفیت بصری فضای
عمومی شهرها (نمونه موردی: شهر شیراز)، مجموعه مقالات همایش ملی عناصر زیباسازی شهری،
معاونت برنامه ریزی شهرداری شیراز، شیراز.
۱۹. یوسفی، اسماعیل، رحمانی، امیر و قربانخانی، محسن، (۱۳۹۳)، ارزیابی نقش المانهای شهری بر ارتقای حس
مکان در فضاهای شهری (نمونه موردی: شهر همدان)، مطالعات محیطی هفت حصار، شماره دهم، سال سوم،
زمستان، صفحات ۸۱ - ۷۱
۲۰. محمدرضا، بذرگر، (۱۳۹۶)، بررسی نقش المانهای شهری در تقویت هویت کالبدی؛ مطالعه موردی شهر شیراز.
۲۱. احمد، و شمعی، علی، (۱۳۹۰)، بهسازی و نوسازی شهری از دیدگاه علم جغرافیا، انتشارات دانشگاه تهران،
چاپ چهارم، تهران، ۴۰۲
۲۲. سلسله، علی، و سلسله، محسن، (۱۳۸۸)، بررسی تأثیر عامل هویت (ایرانی - اسلامی) بر زیبایی شهر"، نشریه
آرمانشهر، دوره ۲، شماره ۲، صفحات ۸۵-۴۷
۲۳. آیوازیان، سیمون، (۱۳۸۱)، زیبایی شناسی و خاستگاه آن، در نقد معماری، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۱۲ صفحات
۶۴-۶۹

24. Mateus, Ana Sofia. (2006). Outlet City Metzging An Urban cultural identitybased on consumption. A cultural indentity based on consumption 42nd ISoCaRP Congress

25. www.fhwa.dot.gov

26. Burnet, J. (1953). Plato's theory of art. London.Copleston, F. (,1962). A History of philosophy (Vol. 1). New York.