



بررسی راهبردی المان های فرهنگی شهر در ارتقاء حس تعلق به مکان و منظر

زهرا زرابی^۱، سیروس ابراهیمی فر^۲*

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساوه (zahrazarabi@gmail.com)

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساوه (syrrwsabrahymy@gmail.com)

چکیده

المان های شهری به عنوان عنصر تاثیرگذار شهری همیشه در معرض نمایش بوده اند. و گاه در قالب یادمان ها و بناهایی نمادین و گاه فرهنگی در ادوار گذشته بوجود آمده اند. در جامعه کنونی متأسفانه نقش کارکردی برخی المان های شهری آنطور که شایسته ارائه الگوهای مناسب فرهنگی و منطقه ای باشد نبوده و بیشتر جنبه های نمادین و سمبلیک و گاهی بسیار بیگانه خود را نمایش می دهند. که در این موارد یک احساس غریب و ناآشنایی از حیث تعلق خاطر ایجاد می کنند. المان های شهری به عنوان شاخصه های پویای شهری در نقش دعوت کنندگی ، جذب و یادآوری خاطرات و احوال گذشته و قهرمانی ها نقش مهمی دارند و این نقش از اکثر اوقات فرهنگ و پیشینه غنی هر قوم و ملتی شکل می گیرد و می تواند بازگوکننده وقایع و کیفیت های مهم هویتی در بطن یک جامعه شهری باشد. این کیفیت ها در نوع خود به شهروندان احساس شور و هیجان خاصی در قالب الگوهای هویتی می دهند که همانا بروز الگوهای هویتی در قالب فرهنگ به احساس آنان تعلق خاطر می بخشد. لذا هدف از این پژوهش بررسی راهبردی و کارکردی المان های فرهنگی شهر و نقش آنها در ارتقاء حس تعلق به مکان و منظر شهری می باشد. نتایج این پژوهش می تواند به منظور بهره مندی و تداوم حضور انسان در مکان بینجامد و همچنین می تواند ارائه دهنده فاکتورهای مهم و تاثیرگذار مکان شهری در ارتقاء حس تعلق به مکان و محیط شهری باشد.

واژه های کلیدی: المان ، مکان، منظر، شهر، فرهنگ، حس تعلق