

رویکرد منظر در مواجهه با پدیده فرهنگی راه و تأکید بر ادراک مسافران (صفحات ۱۰۵ تا ۱۲۲)

DOR:20.1001.1.17358663.1402.18.54.5.3

نوع مقاله: پژوهشی

سعید غلامپور^۱ * سید امیر منصوری^۲ * آزاده شاهچراغی^۳

پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۲۹

دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۰۷

چکیده

نیاز انسان امروز به سفر با سرعت بالاتر، علوم مهندسی را بر آن داشته تا با افزایش مداخله در طبیعت، راه را تبدیل به پارمختی میان مبدأ و مقصد کند. مرور سابقه فرهنگی راه به‌ویژه در ایران، گویای جایگاه ویژه راه در اذهان مردمان گذشته است. راه با فعالیت گذشتگان عجین بوده و مفهوم سفر را تمام‌عیار برای ایشان معنا کرده است. گاهی کارکرد مذهبی و گاهی کارکرد تجاری بر آن حاکم بوده است. از طرفی راه، به عنوان فضای زیست برای گذشتگان دارای امکانات متعددی بوده تا به مسافران فرصت تجربه بهتری دهد. راه‌های جدید هیچ تناسبی با راه‌های قدیم نداشته، آن‌ها را کنار زده و فرهنگ آن‌ها را نیز نادیده می‌گیرند. به نظر می‌رسد که این رویکرد علوم مهندسی مدرن در مواجهه با پدیده راه نامناسب است. راه می‌تواند تبدیل به مقصد آگاهانه مسافران شود. مقصدی که بتواند انگیزه‌ای به مسافران داده تا آن را بارها تجربه کنند. راه اگرچه مولد مفهوم ارتباط است اما این مفهوم در تعریف پدیده راه نمی‌تواند شرط کافی باشد. پژوهش حاضر کیفی و بر پایه تحلیل محتوای کیفی بوده و با بررسی اسناد کتابخانه‌ای، مرور نظریات پیشین اهل فن، همچنین مشاهده و تحلیل شرایط، ضمن تأکید بر کیفیت راه‌ها، به بررسی تأثیر و نقش بسزای رویکرد منظر در سطوح مختلف مطالعاتی پدیده راه می‌پردازد. زاویه نگاه متفاوت به پدیده راه و تأکید بر ضرورت مدیریت ادراکات انسان از محیط در سطح برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری راه، از جنبه‌های نوآوری این پژوهش است. به‌عنوان پیشینه این پژوهش نیز فعالیت‌هایی اخیراً در این زمینه انجام شده که از آن جمله می‌توان به ضوابط طرح منظر راه‌های کشور و انتشار مقالاتی در مورد منظر راه با تأکید بر جنبه‌های فرهنگی راه اشاره کرد.

کلیدواژه‌ها: ادراک، فرهنگ، منظر، منظر راه، منظر فرهنگی.

۱. دانشجوی دکتری معماری، گروه معماری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

amansoor@ut.ac.ir

۲. استادیار گروه معماری منظر، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

۳. دانشیار گروه معماری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۱- بیان مسئله

امروزه در نگاه متداول به پدیده راه، دغدغه اصلی مطرح در افزایش امکانات راه، توجه به جنبه‌های کالبدی و بصری راه حتی در برخورد با طبیعت پیرامون راه، است. نقش راه‌ها به عنوان فضای زیست مطرح نیست. نکته جالب توجه این که افزایش امکانات مسیر و درنهایت، ارتقاء کیفیت راه مستلزم نگاهی متفاوت به پدیده راه در سطح مختلف برنامه‌ریزی، طراحی و اجرای راه است. راه اگرچه مولد مفهوم ارتباط است اما این مفهوم در تعریف پدیده راه شرط کافی نیست. رویکرد منظر با جامع‌نگری در مطالعه پدیده راه می‌تواند کمک‌کننده باشد. مسئله اصلی پژوهش، تفاوت فلسفه وجودی راه‌ها قبل و بعد از احداث است. تفاوت این پدیده قبل و بعد از زمان تولد را بدین صورت می‌توان بیان نمود: قبل از احداث راه توجه به مسائل کارکردی و ارتباط از اهمیت بیشتری برخوردار است؛ اما بعد از آن، نقش راه دگرگون خواهد شد. زمانی که راه پدید می‌آید علاوه بر پاسخگویی به فعالیت‌های کارکردی می‌تواند به عنوان مقصد سفر انتخاب شود. مقصدی که گاهی ناخودآگاه و در زمان دیگر خودآگاه است. مقصد در زمان ناخودآگاه، انسان زمان زیادی را در جاده ظاهراً تنها تردد می‌کند. اگرچه او ادراکاتی از محیط پیدا می‌کند و در شرایط اختصاصی بخشی از زندگی را طی می‌نماید که معلول راه است. راه به مثابه مقصد خودآگاه در اثر توسعه به دست آمده است. جامعه امروز انسانی بعد از شناخت ظرفیت‌های راه، برای مدیریت ادراکات انسان از محیط بر روی آن برنامه‌ریزی خواهد کرد. در این تعبیر راه مقصد است. راه با مفهوم مقصد نیازمند تجربه است. تجربه‌ای که نتیجه تکرار بوده و نیازمند کیفیت مسیر سفر است. کیفیتی که رابطه تنگاتنگی با تجربه شناختی مسافر دارد. حد بالای ادراک مسافر که دانش، آگاهی، کارکرد و معنا را توأمان در خود نهفته دارد. کیفیت سفر و حدی از ادراک که فراتر از کیفیات بصری و تجربه زیباشناختی و حظ بصری بوده و شامل رویکردهای ذهنی قضاوت زیبایی می‌شود؛ خاطرات فردی و جمعی، ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی و بعضاً ترجیحات فردی که کمتر موضوع علوم مهندسی راه است. سفر کردن به تصاویر چشم و ذهن انسان معنا می‌بخشد. حواس با پدیدار شدن مداوم چیزهای جدید برانگیخته می‌شود. منظره پیش‌روی مسافر در قالب یک کل واحد با تغییر جایگاهش عوض می‌شود و هستی مستقل او و دید همیشه محدود او و همچنین تمایز چیزها را آن‌طور که دیده می‌شوند و

آن‌طور که هست، برایش آشکار می‌کند (مهران، به نقل از جورج سانتایانا، ۱۴۰۰). راه‌ها پس از احداث ضمن ارائه خدمات تبدیل به بخشی از محیط انسان خواهند شد. هدف این پژوهش این است که از طریق دریافت و افزودن ابعاد رشد دهنده ذهن انسان به راه‌های خدماتی، زمینه‌ای برای تأمل بیشتر انسان در سفر معرفی نموده تا راه‌ها بتوانند به مقصدی خودآگاه برای انسان تبدیل شوند.

اگرچه بسیاری از راه‌های جدید منطبق بر راه‌های قدیمی هستند، اما برخی راه‌های خدماتی با توجه بیشتر به جنبه‌های عملکردی راه، افزایش سرعت و ایمنی به نظر می‌رسد برنامه مشخصی برای بُعد ذهنی مطرح شده بالا ندارند؛ بنابراین، یکی از اصلی‌ترین منابع شناختی پدیده راه یعنی خود انسان به دست فراموشی سپرده شده است. هرچند در مواردی و منطبق با طرح پرسشنامه‌هایی از مسافران مشخص شده است که زمانی سفر تنها به بهانه کار، تحصیل و انجام سایر امور روزمره است که نیازمند سرعت و ایمنی بیشتر بوده و ممکن است به ظاهر سایر معیارهای ذهنی کمتر در این شرایط مطرح باشد؛ اما مسئله آن است که حتی در چنین شرایطی می‌توان با برنامه‌ریزی راه با هردو نیاز مسافران، بر کیفیت حتی مسیرهای کاری نیز افزود و همین امر نیز موجب افزایش ایمنی سفر می‌شود. پیروی از رویکرد علوم مدرن مهندسی و حاکمیت هندسه بر طبیعت پیرامون راه، علاوه بر ایجاد یکنواخت‌تر شدن و کاهش جذابیت، از ایمنی آن نیز خواهد کاست. تحقیقات ایمنی راه نشان می‌دهد که پدیده (هیپنوتیزم بزرگراه^۱) ناشی از افراط در پیروی از (قاعدۀ اقلیدسی) خط مستقیم به عنوان کوتاه‌ترین فاصله بین دو نقطه بوده است و کاهش محرک‌های حسی اطراف جاده به حدی رسیده که ایمنی کاذب روانی قدرت عکس‌العمل در مواقع اضطراری را کاهش داده است (رضوی و مفرد، ۱۳۹۶). همین امر به‌خصوص در مسیرهای طولانی، منجر به توجه کمتر راننده و مسافر و نهایتاً کاهش ایمنی مسیر خواهد شد. مقاله «اثرات بهبود محوطه‌سازی (منظر) بر روی ایمنی جاده‌ها در تگزاس» بر مبنای فرضیه روان‌شناسان محیط زیست که معتقدند: «مناظر جاده‌ای ممکن است، باعث کاهش اثرات استرس در حین رانندگی و افزایش توجه شود، به آزمایش این موضوع پرداخته است». برای این منظور ۶۱ بخش جاده‌ای در تگزاس که

1- Highway Hypnosis

محوطه‌سازی شده بودند، در مقایسه با قبل از منظرسازی مورد آزمایش قرار گرفت. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که یک کاهش مشخص در نرخ تصادفات بعد از بهبود محوطه‌سازی وجود دارد (Mok, Landphair & Naderi, 2006) و منظرسازی، مستقیم یا غیرمستقیم با درگیر نمودن مسائل ادراکی، هوشیاری رانندگان را افزایش و تعداد تصادفات را کاهش می‌دهد. مرور پیشینه‌های مورد اشاره بر ضرورت جایگزینی رویکرد دیگری، متفاوت از رویکرد علوم مهندسی تأکید دارد.

در ضرورت پژوهش نیز حلقه مفقوده، مطرح نمودن زاویه‌ای جدید در پرداختن به پدیده راه است. دغدغه علوم مهندسی امروز بیش از هر چیز، جنبه‌های کارکردی و تسهیل حرکت است. در صورتی که راه می‌تواند خود تبدیل به بخشی از مقصد سفر شود و این مسئله نیازمند شناخت هرچه بیشتر ادراک مسافر در حین تجربه مسیر خواهد بود. بدین ترتیب در ادامه سعی شده تا به این موضوعات پرداخته شود. پژوهش حاضر به دنبال این فرضیه است که؛ دانش منظر با توجه به بیش خاص خود بتواند رویکرد مناسبی در پرداختن به مسائل بالا باشد. غلبه رویکرد علوم مهندسی در سیاست‌گذاری راه، اولویت جنبه‌های کارکردی راه و به تبع آن، افزایش میزان مداخلات در طبیعت پیرامون مسیر، همه راه‌ها را یک‌شکل کرده و مسافر مجالی برای تجربه، لذت از سفر و زندگی نخواهد یافت. این در حالی است که در رویکرد منظر، توجه به تجربه زیست و جنبه‌های ادراک مسافران در اولویت بالاتری است. در رویکرد منظر، مسافر می‌تواند راه را با هدف تجربه مسیر انتخاب کند. در این رویکرد هدف تنها ارتباط میان مبدأ و مقصد نخواهد بود. برنامه‌ریزی با رویکرد منظر می‌تواند زمینه‌های توسعه در برخورد با پدیده راه را افزایش دهد. مسافر گاهی با هدف شناخت فرهنگ مقصد که متفاوت از فرهنگ خویش است، قصد سفر می‌کند. فرهنگ یک عکس‌العمل عمومی به زندگی و گردشگری در ارتباط مستقیم با مسائل انسانی است. در این میان اگرچه مسافر با هدف تجربه فرهنگ مقصد، قصد سفر کرده اما تنها در برداشت سطحی‌تر از سفر، مقصد نهایی می‌تواند غایت سفر باشد؛ چرا که راه، بی‌شک می‌تواند بخشی از مقصد سفر باشد. قطعاً ادراک مسافر و ابعاد معنایی راه نقش به‌سزایی در هویت راه خواهد داشت. مکاشفه لایه‌های معنایی در سطح فردی و اجتماع مسافران می‌تواند لذت تجربه سفر را افزایش داده و جای‌جای مسیر ارتباطی میان مبدأ و مقصد را به مقصد سفر تبدیل نماید؛ همچنان که این که توجه به

لایه‌های معنایی راه، زیبایی و لذت سفر فارغ از فاصله کمی راه، منجر به بهبود کیفیت مسیر، لذت بیشتر از سفر و در نهایت تمرکز حواس، افزایش ایمنی و کاهش فاصله ذهنی میان مبدأ و مقصد می‌شود (غلامپور و دیگران، ۱۴۰۰: ۲۳).

بدین ترتیب پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سوالات است؛ پدیده راه در رویکرد منظر چه تفاوتی با مفهوم رایج راه دارد؟ مؤلفه‌های مؤثر در معماری منظر راه کدامند و چگونه می‌توانند منجر به ارتقای کیفیت راه و تجلی حس رضایت مسافران گردند؟

۲- ادبیات پژوهش

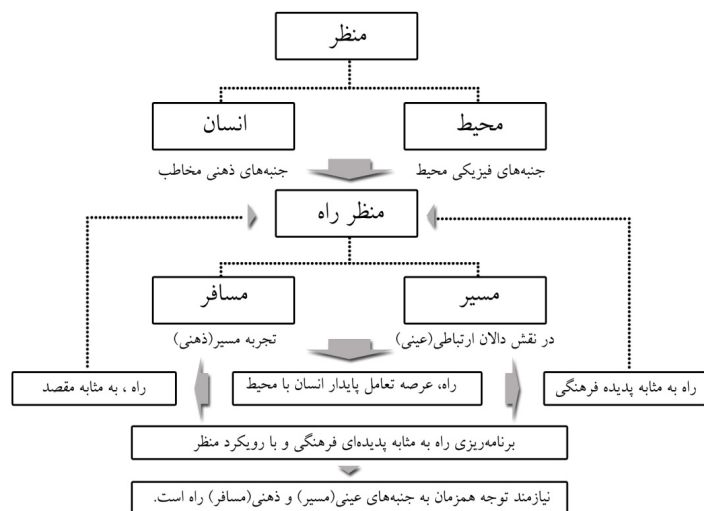
راه به مثابه پدیده فرهنگی و رویکرد منظر

منظر در تعاریف، وابسته به دو عنصر اصلی بوده که با حذف هر یک، فهم آن دچار مشکل می‌شود. اول محیطی است که انسان را در بر می‌گیرد و دوم انسانی است که در صدد درک و ارتباط با محیط بدان ورود می‌کند (منصوری و شفیعا، ۱۳۹۸: ۴۵). در تعریف امروز، منظر یک شی نیست؛ برای درک آن، دانستن این که چگونه اجزای محیط با یکدیگر ترکیب می‌شوند یا این که چگونه فیزیولوژی ادراک عمل می‌کند، کفایت نمی‌کند. باید تمایزهای فرهنگی، اجتماعی و تاریخی ادراک را نیز شناخت؛ به عبارت دیگر، آن چه که ذهنیت انسانی را می‌سازد، باید شناخته شود (منصوری، ۱۳۸۳: ۷۱). منظر تنها عنصری عینی که متشکل از اجزای طبیعی باشد، شناخته نمی‌شود بلکه عنصری ذهنی و فرهنگی خواهد بود که شکل‌گیری آن در اذهان مردم با دخالت تاریخ، اعتقادات دینی و اسطوره‌ای، اقلیم، سنت زیست و امثال آن‌ها بوده است (همان: ۷۲). با این رویکرد، در فهم راه به عنوان پدیده‌ای فرهنگی که محصول تعامل انسان با طبیعت و حضور او در محیط پیرامونی است، منظر راه ایرانی با نمونه هرچند مشابه خود در کشوری دیگر، تفاوت پیدا می‌کند. در مطالعه پدیده راه، از طرفی توجه به مسیر در نقش دلان ارتباطی میان مناظر و از سوی دیگر مناظر در نقش مبدأ یا مقصد مسیر و هم‌چنین مناظر پیرامونی مسیر حائز اهمیت هستند. این مناظر می‌توانند از مقاصد مهم گردشگری شوند که برای درک بهتر از آن‌ها باید به ارتباط بین انسان و محیط، دلایل محتوایی و جنبه‌های شکل‌گیری، توجه اساسی شود تا بتوان درک عمیق‌تری نسبت به این مقصدهای گردشگری، فراتر از جنبه‌های عینی آن‌ها ایجاد کرد (باصولی و درخش، ۱۴۰۰: ۷).

رویکرد منظر در مواجهه با پدیده فرهنگی راه و تأکید بر ادراک مسافران

مناظر را می‌توان محصول تعامل انسان با طبیعت دانست که گاه در پیرامون مسیر راه‌ها و گاه در نقاط ابتدا و انتهای مسیر، شاخص و قابل توجه است، اگرچه مسیر راه‌ها نیز با مرور زمان در کنار ایفای نقش ارتباطی در خاطر مسافران نشان نقش بسته‌اند. در فهم فلسفه وجودی جاده‌ها، به عنوان یک ساختار مستقل، در ارتباط با محیط پیرامون و در ارتباط با حرکت عبورکنندگان، می‌توانند دارای ویژگی‌هایی باشند: الف- ویژگی‌های بصری جاده‌ها، به عنوان یک ساختار مستقل (ارتباط و به هم پیوستگی، تجسم‌پذیری، سادگی، رویت‌پذیری، کیفیت بالا و نگهداری، طبیعی بودن)؛ ب- ویژگی‌های بصری جاده‌ها در ارتباط با محیط پیرامونش (عجین شدن، تضاد)؛ ج- ویژگی‌های بصری جاده‌ها در ارتباط با حرکت عبورکنندگان از جاده (تنوع، زیبایی‌شناسی، جریان، خوانایی، جهت‌یابی) (Blumentrath & Tveit, 2014: 41). این ویژگی‌ها می‌تواند در ادراک بهتر آن‌ها، مؤثر واقع شود.

منظر فرهنگی در واقع، نمایشی از تعامل پایدار انسان با محیط زیستش می‌باشد (قرایی و عینعلی، ۱۳۹۸: ۱۴۶). راه نیز یکی از محصولات این تعامل پایدار و مصداقی برای منظر فرهنگی محسوب می‌شود. منظر فرهنگی محصولی است که در فرآیند مداخلات ملموس و ناملموس انسان در طبیعت در گذر زمان شکل گرفته و تغییر کرده است. منظره‌های فرهنگی با درک واقعیت همزیستی تاریخ و طبیعت، به عنوان بخشی از این ثروت‌ها شناخته شده‌اند؛ ثروتی که نشان‌دهنده اجتماعات بشری و زیستگاه آن‌هاست و در طول زمان و تحت تأثیر محدودیت‌های فیزیکی و فرصت‌هایی شکل گرفته‌اند که محیط طبیعی، توالی اجتماعی و فشارهای اقتصادی و فرهنگی داخلی و خارجی آن‌ها به وجود آورده است (عشرتی، حناچی، ۱۳۹۴: ۴۳). نکته قابل تأمل در مطالعه ابعاد فرهنگی پدیده راه این است که در فهم تعامل پایدار انسان با راه، ذهن مسافران حین تجربه مسیر و هم‌چنین ساکنین و مسافران گذشته راه موضوعیت دارند. نمودار شماره ۱ چگونگی این تعامل پایدار انسان با راه را نشان می‌دهد.



نمودار شماره ۱: چگونگی تعامل پایدار انسان با راه (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۱)

راه، مقصد یا ابزار ارتباط

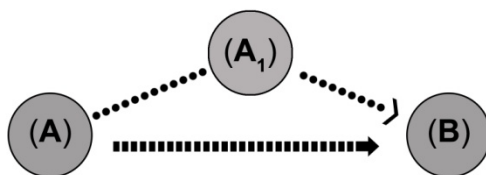
راه، به عنوان ابزار جابه‌جایی و سفر از نقطه‌ای به نقطه دیگر، مطرح است. زمانی جابه‌جایی و نقل مکان از نقطه‌ای به نقطه دیگر، با اهداف معیشتی و وابسته به آن انجام می‌شد، اما از جایی، بشر به دنبال پاسخ به حس کنجکاوی خویش سفر کرد. بسیاری از کارشناسان معتقدند که سفر با هدف گردشگری، ریشه در تاریخ زندگی جمعی انسان‌ها دارد و از دوره‌های بسیار کهن به صورت‌های مختلف رواج داشته است؛ البته انگیزه‌هایی همچون تجارت، ابعاد مسافرت را وسعت بخشید. تاریخچه سفر با هدف تفریح و گردشگری به دوره حکومت خانواده سلطنتی در مصر برمی‌گردد. اغلب صاحب‌نظران در این نکته اتفاق نظر دارند که گردشگری در چارچوب مفهوم فراغت کوپر تعریف شده است؛ به عبارتی، فراغت یک دوره زمانی و وضعیتی ذهنی است که طی آن اجبارها و الزام‌ها به حداقل می‌رسد (لطفی خاچکی، ۱۷۳). ایران همواره به دلیل ویژگی‌های ارتباط جمعی ایرانیان و خلق و خوی شخصیتی ایشان، موقعیت اجتماعی، همچنین تنوع آب و هوایی و جذابیت‌های طبیعی همواره مورد توجه بوده و پای گردشگران زیادی را به این خطه باز کرده است؛ هرچند سوابق موجود تاریخی و تجربه سفر در گذشته بیشتر تأکید بر انجام سفرهای جمعی با اهداف سیاسی، تجاری و مذهبی داشته است. گردشگر

دنیای مدرن امروز را فردی آگاه‌تر و باتجربه‌تر از گردشگر سنتی می‌دانند که به دنبال برقراری ارتباط با طبیعت و ارتقاء ابعاد غیرمادی زندگی خود می‌باشد؛ لذا از عینیات فراتر می‌رود و به دنبال کشف حقیقت زندگی و درک معنای حقیقی پدیده‌هاست و روحیه ماجراجویانه و اکتشافی او بستر را برای کسب تجربیات ذهنی فراهم می‌سازد (ایمانی خوشخو و شهرایی فراهانی، ۱۳۹۷: ۱۴۴). سفر یکی از اقداماتی است که افراد در جستجوی کسب معرفت و تجربه برای ارتباط با زمین، طبیعت، خالق هستی و یافتن مفهوم و معنای زندگی انجام می‌دهند. البته در این ارتباط نباید نقش تجربه ملموس، حضور و ارتباط حسی مسافر در حین سفر را نیز نادیده پنداشت. افراد با روش‌های گوناگونی با مکان‌های گردشگری آشنا می‌شوند که مهم‌ترین و معمول‌ترین آن‌ها تجربه مستقیم است. هرچند ممکن است، مسافر پیش از مواجهه با مقصد و مسیر سفر، تصاویری از آن‌ها در ذهن خود تصویر ساخته که در دریافت نهایی او مؤثر خواهد بود. محبوبیت مسافرت‌های تفریحی تا حدی به کنجکاوی ذاتی انسان درباره مکان‌های دیگر نسبت داده می‌شود. با این حال، تجربه مستقیم یک مکان به ندرت بدون پیش‌فرض اتفاق می‌افتد (باصولی و دیگران، ۱۴۰۰: ۲۰). تصویر شناختی در واقع تصویر حاصل از تجربه خدمات، جاذبه‌های منحصربه‌فرد، فعالیت‌ها و رویدادهای سفر به مقصد است که جو حاکم بر مقصد را نیز در بر می‌گیرد. این تصویر هم در ذهن افرادی شکل می‌گیرد که از مقصد دیدار کرده‌اند و هم از طریق دیگران، در ذهن افرادی که قصد سفر به مقصد مورد نظر را دارند. تصویر عاطفی که برخاسته از احساسات و ادراک است، فقط در ذهن بازدیدکنندگان از مقصد شکل می‌گیرد. افرادی که مستقیم و با تمامی حواس خود از مقصد دیدار کرده‌اند، طعم اقلیم و آرامش، ایمنی و کیفیت خدمات مقصد را با تمامی وجود چشیده‌اند (باصولی و دیگران، همان: ۲۶). مقصدها چشمگیرترین تصاویر را برای جذب گردشگر و حفظ موقعیت خود در جهان ارائه می‌کنند (Vinyals-Mirabent, 2019). تصویر مقصد محصول ادراک و تصورات (مجموعه‌ای از عقاید، ایده‌ها و برداشت‌های شخصی) بازدیدکنندگان از مقصد است (Martens & Reiser, 2017). تصاویر مقصد، به عنوان یک سیستم نمادین کلی، آمیخته‌ای است از آثار تاریخی، معماری، فرهنگی، ادیان و آداب و رسوم مقصد که تصویری کلی از مقصد را به گردشگر ارائه می‌دهد (Zhao & Fu, 2019). از نظر گیسون قابلیت‌های بالقوه یک

محیط با حضور انسان می‌تواند در راستای تأمین نیازهای (مادی و معنوی) بالفعل شود و به صورت رفتار انسان ظاهر شود. استفاده از این قابلیت‌ها بستگی به عواملی چون نیازهای انسان، توانایی‌های انسان (جسمی، عقلی و روحی)، تجربه آن از واقعیت‌ها و چگونگی ساخت و آرایش شکلی محیط مورد استفاده دارد. نمودار شماره ۲ نوع نگاه تک‌بعدی به راه را نشان می‌دهد که با اهداف کارکردی و تسهیل حرکت، موضوع علوم مهندسی است و نمودار شماره ۳ نشان می‌دهد که شناسایی نقاط عطف و تقویت ظرفیت‌های موجود در میانه مسیر می‌تواند موجب ارتقای کیفیت سفر شود که موضوع علم منظر است.



نمودار شماره ۲: نگاه تک‌بعدی به راه با اهداف کارکردی و تسهیل حرکت



نمودار شماره ۳: شناسایی نقاط عطف و تقویت ظرفیت‌های موجود در میانه مسیر و ارتقای کیفیت سفر (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۱)

فرایند ادراک محیط

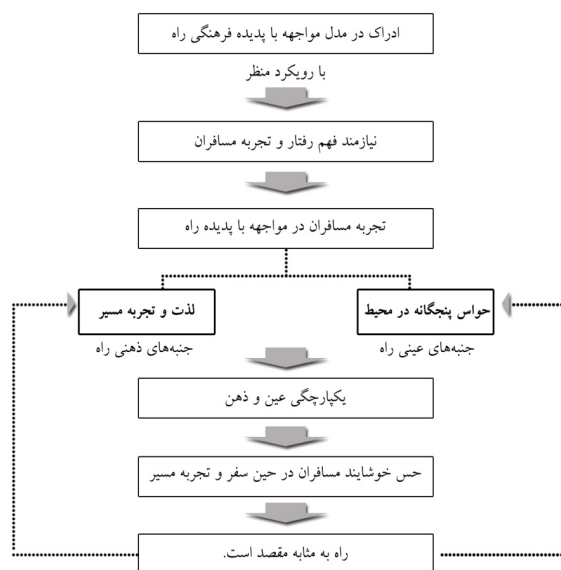
ادراک یکی از موضوعات روان‌شناسی شناختی است. از آنجایی که محور اصلی گردشگری را انسان تشکیل می‌دهد، لذا مطالعه رفتار گردشگر ضرورت می‌یابد. فرآیند ادراک، شامل فعالیت‌های شناختی، درک، حافظه، تفکر، تصور، یادگیری و مفاهیم روان‌شناسی است. هر فرد دنیا را با دیدگاه متفاوتی می‌بیند؛ لذا شخص از طریق ادراک، صرفاً نظاره‌گری انفعالی بر زندگی خود نیست، بلکه بازیگری است که فعالانه تصویری از دنیای پیرامون خود را از طریق فراگرد پیچیده و پویای ذهنی می‌سازد و بر اساس آن ایفای نقش می‌کند. ادراک گردشگر به صورت فرآیند انتقال اطلاعات گردشگر از محیط بیرونی به درون و از حوزه ذهن به تجربه صورت می‌پذیرد. ادراک در مواجهه جهان درونی و بیرونی اتفاق می‌افتد (ایمانی خوشخو و شهرابی فراهانی، ۱۳۹۷: ۱۵۹).

رویکرد منظر در مواجهه با پدیده فرهنگی راه و تأکید بر ادراک مسافران

ادراک، مرحله مابین احساس و شناخت محیط است. احساس مکانیسم بیرونی است. شناخت مکانیسم درونی است. ادراک به عنوان مرحله مابین این دو مکانیسمی بیرونی و درونی دارد. به همین دلیل بخشی از ادراک که مبتنی بر واقعیات بیرون از ذهن و در محیط است بین افراد فرآیندی مشابه دارد، اما بخش دیگری از ادراک که بر پایه فرآیندهای ذهنی فرد است کاملاً شخصی و منحصر به فرد اتفاق می‌افتد (شاهچراغی، بندرآباد، ۱۳۹۴: ۱۷۷). پدیده ادراک، فرآیندی ذهنی است که در طی آن تجارب حسی، معنی‌دار می‌شود. از این راه انسان روابط امور و معانی اشیاء را درمی‌یابد. ادراک به اندازه‌ای سریع در ذهن آدمی صورت می‌گیرد که هم‌زمان با احساس به نظر می‌رسد. ادراک به دنبال احساس‌های مجزا از هم صورت نمی‌گیرد، بلکه ذهن فرد، آن‌ها را به عنوان مجموعه‌ای معنی‌دار و در ارتباط با هم در می‌یابد. ادراک فرآیند سازمان‌دهی و تفسیر اطلاعات حاصله از حواس پنج‌گانه و هم‌چنین، معنی بخشی به آن‌هاست (پاکزاد و بزرگ، ۱۳۹۱: ۱۵۲). عناصر گردآوری شده به وسیله حواس، با نظم و شکل خاصی، به فعالیت ادراکی جهت می‌دهند، هر فعالیت ادراکی به عنوان چارچوب مرجعی در چگونگی درک علائم و محرک‌های محیطی مورد ادراک، سازمانی خاص پیدا می‌کند که در فعالیت‌های بعدی، مانند یک فرآیند تصمیم‌گیری و گزینش عمل می‌کند (ایروانی و خدائپناهی، ۱۳۷۱: ۱۲۷).

در علوم ادراک و شناخت محیط، نظریه اکولوژیک ادراک بر اهمیت نظام‌های جهت‌دهنده محیط و نظام ادراکی حواس پنج‌گانه در محیط تأکید می‌کند. این موضوع بحثی است که طراحان از دوران معماری مدرن تاکنون کمتر به آن پرداخته‌اند. از نظر روان‌شناسی، اکولوژیک زیبایی‌شناسی محیط بر مبنای لذت‌بخشی محیط شکل می‌گیرد که آن نیز ریشه در ارزش‌های حسی و ارضای حواس پنج‌گانه انسان دارد. معنای محیط امری آموختنی است که فرد در بطن فرهنگ جامعه می‌آموزد (شاهچراغی، ۱۳۹۰: ۱۶۲). در ابتدای دوران مدرن، اغلب نگاه‌ها به منظر واجد نوعی دوگانگی سوئزه-ابژه دکارتی بوده است. نتیجه این اندیشه، کار تزئینی جدایی عین از ذهن است که منظر را صرفاً موضوعی واجد ویژگی‌های قابل مشاهده می‌نماید؛ اما تلقی کنونی و به‌ویژه پدیدارشناسانه، منظر را موضوعی ذهنی نیز می‌داند و می‌کوشد بر یکپارچگی عین و ذهن صحنه گذارد. فرایند ادراک محیط در مواجهه با پدیده فرهنگی راه و رویکرد منظر که

می تواند ملاک برنامه ریزی و سیاست گذاری راه باشد. در برنامه ریزی راه با تأکید بر ادراک مسافران نیز، تنها توجه به جنبه های عینی و کالبد مسیر کافی نیست. منظر راه با هدف یکپارچگی عین و ذهن، برخلاف علوم مهندسی که بر نقش ارتباطی راه تأکید دارند؛ راه را به مثابه مقصد می داند (نمودار شماره ۴).



نمودار شماره ۴: فرایند ادراک محیط در مواجهه با پدیده فرهنگی راه
(منبع: نکارندگان، ۱۴۰۱).

۳- روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ روش کیفی و مبتنی بر توصیف و تحلیل است. برخی داده ها با روش کتابخانه ای گردآوری شده و هم چنین پژوهشگر با روش میدانی سعی کرده تا ضمن مشاهده و تجربه راه های مختلف و هم چنین صحبت با مسافران و دریافت نظرات متخصصین، زمینه هرچه کاربردی تر شدن این پژوهش را فراهم آورد. استراتژی پژوهش نیز از نوع پدیدارشناسی است. مطالعه پدیده راه مستلزم نگاهی کل نگر و فارغ از توجه به جزئیات است و می بایست توجهی دوباره به کیفیات حسی تعاملی عناصر تشکیل دهنده آن داشت. پدیدارشناسی مدعی نیازمندی به درک و دریافت معنا به یک بعد متافیزیکی است. این بُعد «حضور هستی و حضور امر نامرئی را

رویکرد منظر در مواجهه با پدیده فرهنگی راه و تأکید بر ادراک مسافران

در دوران جهان روزانه آشکار می‌سازد». هدف از پژوهش پدیدارشناسی، توصیف صریح و شناسایی پدیده‌ها است. آن‌گونه که در موقعیتی خاص از سوی مسافران ادراک می‌شوند. در واقع پدیدارشناسی به توصیف معانی پدیده راه از دیدگاه عده‌ای از مردم و برحسب تجارب زیسته آنان در آن مورد می‌پردازد.

۴. تحلیل تجربی

راه تنها پاره‌خط ارتباطی میان مبدأ و مقصد نبوده و با رویکرد منظر علاوه بر فهم به مثابه مقصد می‌تواند کارکردهای مختلفی اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، مذهبی و اقتصادی داشته باشد. حضور پررنگ راه در مراتب متعدد زندگی انسان به آن معنا بخشیده و موجب تکامل آن شده است. مهم‌ترین کارکرد راه که بر رونق آن نیز افزوده، کارکرد اقتصادی است. راه عرصه مبادلات کالا و خدمات بوده و راه‌هایی که با کارکردهای اقتصادی شکل گرفته‌اند، به سرعت توسعه یافته و گاهی نیز با همان سرعت جایگزین و رها شده‌اند. با مطالعه پیشینه راه‌های ایران می‌توان از راه ادویه و ابریشم به عنوان نمونه این راه‌ها با کارکرد اقتصادی یاد کرد.

راه، عرصه شکل‌گیری تعاملات اجتماعی است. افراد ساعت‌های متوالی در کنار یکدیگر مسیر راه را تجربه کرده و گاهی تجربیات خود را نیز با یکدیگر به اشتراک گذاشته و خاطرات خود را ثبت می‌کنند. گاهی در طول مسیر توقف کرده و زمانی را به استراحت، نوشیدن چای، صرف غذا و گپ و گفت با یکدیگر سپری می‌کنند.

از سویی دیگر، راه عرصه تبادلات فرهنگی است. مردمان همواره از نقطه‌ای به نقطه دیگر سفر کرده تا با آداب، اعتقادات و رسوم ساکنین خطه‌ی دیگر آشنا شوند. از سوی دیگر نیز، باورها و فرهنگ خود را نیز به مردمان آن دیار انتقال دادند. مسافری با حضور در کاروانسراها و دیگر ابنیه موجود به جهت استراحت و آرامش در طول مسیر به تبادل فرهنگ خویش نیز پرداخته و با تأمل بیشتر در فرهنگ خطه‌های پیرامون، آن را فهمیده و برای روایت به سایرین با خود به یادگار برده‌اند.

زمانی دیگر راه جنبه سیاسی پیدا می‌کند. در زمان جنگ جهانی دوم روس‌ها در مقابل حملات برق‌آسای ارتش آلمان، به اسلحه، مهمات و دارو احتیاج مبرمی داشتند و انگلیسی‌ها می‌خواستند مهمات و وسایل جنگی مورد نیاز شوروی را از خلیج فارس به

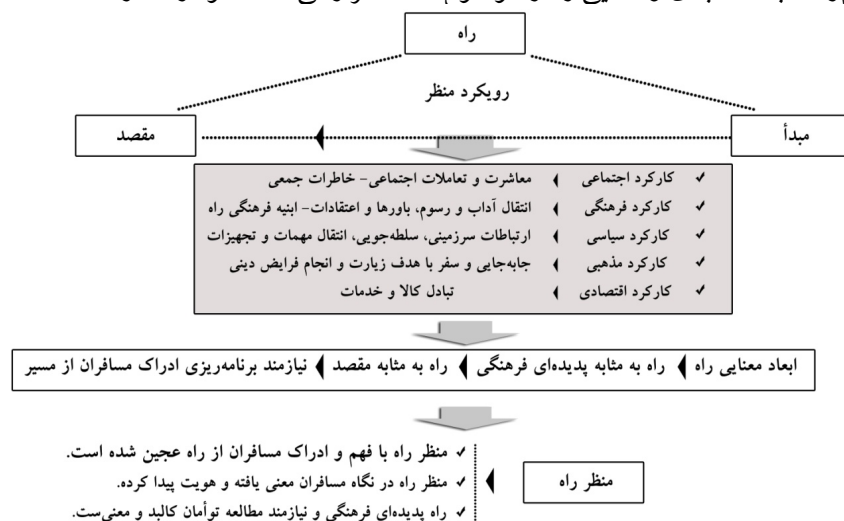
سرحداث شوروی برسانند. انگلیسی‌ها راه ایران را پیشنهاد کردند که مطمئن‌ترین و کوتاه‌ترین راه بود؛ اگرچه راه آهن مابین خلیج فارس و بحر خزر بهترین نوع ارتباط به شمار می‌رفت. دستیابی به راه‌های ارتباطی ایران و برقراری رابطه با بحر خزر برای رساندن کمک‌های نظامی از اهداف استراتژیک متفقین در ایران بود (تاج عینی، ۱۳۸۵). گاهی راه‌ها با انجام فرایض دینی و مذهبی عجین شده و معنای خود را از نوع فعالیت‌های مذهبی جاری در خود وام گرفته‌اند؛ به طور نمونه راهی نظیر راه حج، کارکردی مذهبی پیدا می‌کند.

اشارات مطرح در مورد کارکردهای متعدد راه در تأکید به نقش معنایی راه‌ها بوده که موجب ماندگاری بیشتر آن‌ها در ذهن مسافران شده است. البته نباید فراموش کرد که گاهی با تغییر برخی مناسبات زندگی اجتماعی نقش ایشان تضعیف و گاهی هویت خودشان را از دست داده‌اند. شاید ارزش و اهمیت راه در اندیشه سنتی نیز مبتنی بر عملکرد و کمی پس از آن حل موضوعات ترافیکی بوده است. تأکید بر اهداف عملکردی راه موجب می‌شود که راه و ارزش‌های محیطی آن در جابه‌جایی‌ها غالباً به دلیل تکرار و عادت به آن‌ها کمتر مورد توجه قرار گیرند؛ اما نباید از این مسئله غافل شد که این راه‌ها تبدیل به میراث فرهنگی شده و می‌توانند با برنامه‌ریزی دقیق‌تری تبدیل به مقاصد خودآگاه مسافران خویش شوند.

گاهی راه، مقصد بدون هدف مسافران واقع شده و ایشان تنها به بهانه سپران اوقات فراغت در طول مسیر راه سفر و آن را تجربه کرده‌اند. این نوع کارکرد راه بهترین نوع خوانش مسیر از سوی مسافران با رویکرد منظر است. در این حالت، تجربه راه خود هدف اصلی مسافران بوده و مورد توجه بیشتر مسافران قرار می‌گیرد. اگرچه فهم راه با این رویکرد نیازمند برنامه‌ریزی و از مظاهر توسعه است. هرچند به نظر می‌رسد برنامه‌ریزان راه کمتر به آن پرداخته و تنها راه‌هایی چنین جایگاهی در نظر مسافران پیدا کرده که خود دارای ظرفیت‌های ویژه‌ای از جمله طبیعت منحصر به فردی داشته‌اند. در صورتی که تمرکز برنامه‌ریزان و علوم مهندسی مدرن کمتر به این مقوله پرداخته و بیشتر به تسهیل جریان حرکت اصرار داشته‌اند. اوج این نوع نگاه بی‌تفاوت به هویت فرهنگی راه را می‌توان در الگوی تندراه‌ها و بزرگراه‌ها جستجو کرد. سفرهای جاده‌ای به‌ویژه راه‌های با ظرفیت بالا نظیر تندراه‌ها و بزرگراه‌ها، به تدریج از حس آگاهانه نسبت به سفر از محل یا منظر

رویکرد منظر در مواجهه با پدیده فرهنگی راه و تأکید بر ادراک مسافران

منحصر به فرد فاصله گرفته‌اند. بزرگراه‌ها زمان سفر مسافران را از یک شهر به شهر دیگری کاهش می‌دهند. بزرگراه‌ها منبع اصلی آلودگی زیست‌محیطی هستند. افزایش حجم ترافیک نیز باعث افزایش میزان آلودگی هوا در مناطق اطراف بزرگراه‌ها می‌شود. بزرگراه‌ها اگرچه برای اقتصاد کشور سودآور بوده و موجب شکوفایی تجارت و رونق کسب و کار می‌شود اما باعث از دست رفتن زیبایی خوش منظر طبیعی نیز می‌شود. راه در فرهنگ ایرانیان جایگاه خاصی دارد که اگر مورد دقت قرار گیرد، کل فرهنگ ایرانی را نمایان می‌سازد. راه فقط یک مبدأ و مقصد نبوده است. راه، کریدور زندگی به شمار می‌رفته است. راه، خودش یک مقصد به حساب می‌آید. تجربه تاریخی ایرانیان تا قبل از دوره جدید حکایت می‌کند که هنر «جایی پدید آوردن از طریق راه» را داشته‌اند. شاهد این موضوع، مثال‌های فراوان از راه‌هایی است که در کشور وجود دارند و بخشی از آن‌ها را تخریب کرده‌اند و برخی از آن‌ها را حتی علی‌رغم تلاش‌های فراوان نتوانسته‌اند تخریب کنند (بهشتی، ۱۳۹۵: ۱۸۶). منظر راه، دانش مطالعه راه به مثابه پدیده‌ای فرهنگی است و هم‌زمان ابعاد کالبدی و معنایی راه را موضوع مطالعه قرار می‌دهد (نمودار شماره ۵).



نمودار شماره ۵: دانش مطالعه راه به مثابه پدیده‌ای فرهنگی (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۱).

۵- نتیجه‌گیری

از مهم‌ترین آسیب‌های موجود در برنامه‌ریزی پدیده راه، وجود راهبردی واحد متناسب با

نیاز انسان مدرن است. انسان امروز تنها به سرعت و ایمنی حرکت اندیشیده و تعریض مسیر با چیرگی بر طبیعت را راهکاری مؤثر دانسته است. در صورتی که راه‌های گذشته هماهنگ با محیط طبیعی شکل گرفته و به عنوان میراث گذشتگان و منظر راه منطقه حاوی ارزش‌های طبیعی و فرهنگی بسیاری است و می‌تواند مقصد گردشگران باشد. نکته قابل تأمل این‌که هر دو گزینه راه سریع و راه طبیعی می‌توانند به موازات یکدیگر توسعه یافته و مورد توجه برنامه‌ریزان راه قرار گیرد. توسعه راه‌های هندسی و سریع متناسب با نیاز انسان مدرن زده امروز بوده و حفظ میراث منظر راه مناطق با هدف تبدیل به مقاصد گردشگری از ضروریات است؛ در حالی که امروز مشهود است که راه‌های قدیم‌تر جای خود را کم‌کم به آزادراه‌ها و راه‌های سریع‌تر داده و خود به فراموشی کامل سپرده می‌شوند. نکته قابل تأمل این‌که تنها تعریض مسیر و انتخاب هندسه مستقیم‌الخط راه‌های مدرن نمی‌تواند ضامن افزایش ایمنی سفر شوند؛ چرا که با حذف محرک‌های حسی در طول مسیر و کاهش تنوع مناظر پیرامون راه‌های بین‌شهری، تمرکز حواس مسافران و به‌ویژه رانندگان این راه‌ها کمتر شده و این امر موجب وقوع حوادث بیشتر در طول مسیر خواهد شد. از همه مهم‌تر این‌که این نوع از مسیر راه کمتر اسباب تجربه شدن توسط مسافران را فراهم نموده و بی‌شک مسافران تصویر شناختی ضعیف‌تری از راه دریافت کرده و درک ضعیفی از راه خواهند داشت. در چنین شرایطی مسافر کمتر تعلق خاطری به مسیر راه پیدا نموده و تمایل به تجربه مجدد آن خواهد داشت. راه در چنین شرایطی با بهترین ایفای نقش تنها تبدیل به پاره‌خطی میان مبدأ و مقصد می‌شود. در صورتی که می‌توان با فهم بهتر ظرفیت‌های مسیر راه، تصویر شناختی بهتری از راه در ذهن مسافر ایجاد نمود. تصویری که محصول تجربه وی بوده و راه نیز در نظرش می‌تواند تبدیل به مقصدی مستقل شود. رویکرد منظر در مطالعه پدیده راه نیز بر لزوم توجه به ظرفیت‌های ادراکی مسیر تأکید دارد. این نوع نگرش در فهم و برنامه‌ریزی پدیده راه ذهن مسافر را هدف گرفته و می‌تواند با تبدیل مسیر راه به مقصد، علاوه بر بهبود شرایط ایمنی سفر زمینه افزایش لذت مسافران را فراهم نموده و موجب ارتقای کیفیت هرچه بیشتر سفر شود. بدین ترتیب تأکید رویکرد منظر در نقطه مقابل علوم مهندسی متداول امروز که تنها توجه به کالبد مسیر راه دارند، بر جنبه‌های ذهنی و فرهنگی پدیده راه است. این نوع نگاه به پدیده راه سابقه کمتری در مطالعه پدیده راه داشته و موضوع علم معماری منظر راه خواهد بود.

رویکرد منظر در مواجهه با پدیده فرهنگی راه و تأکید بر ادراک مسافران

منابع

- ایروانی، محمود؛ خداپناهی، محمد کریم (۱۳۷۱). روان‌شناسی احساس و ادراک. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- ایمانی خوشخو، محمدحسین؛ شهبازی فراهانی، مهدیه (۱۳۹۷). بررسی ارتباط میان عناصر معناگرایی و ادراک گردشگر از سفر (مطالعه موردی گردشگران خارجی بازار تهران). فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال سیزدهم، شماره ۴۴: ۱۴۳-۱۷۰.
- ایمانی خوشخو، محمدحسین؛ صباغ‌پور، مهدیه؛ شفیعا، سعید (۱۳۹۴). «تبیین مفهوم معنویت در گردشگری با استفاده از تحلیل محتوا»، مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین‌المللی گردشگری و معنویت.
- باصولی، مهدی؛ درخش، سعیده (۱۴۰۰). حسینه، تجلی منظر گردشگری مذهبی شیعی، نشریه گردشگری فرهنگ، سال دوم، شماره ۷: ۲۵-۳۲.
- بهشتی، محمد (۱۳۹۵). راه، به عنوان کریدور زندگی، هفت شهر، شماره ۵۵-۵۶: ۱۸۶-۱۸۹.
- پاکزاد، جهانشاه؛ بزرگ، حمیده (۱۳۹۱). الفبای روان‌شناسی محیط برای طراحان، تهران: آرمان شهر.
- تاج عینی، مریم (۱۳۸۵). ایران و جنگ جهانی دوم، اندیشه و تاریخ سیاسی ایران معاصر. شماره ۵۲:
- دانایی‌نیا، احد؛ ایل بیگی‌پور، فرانک (۱۳۹۶). ویژگی‌های منظر فرهنگی عشایر بختیاری و تأثیر آن در ساختار معماری کوچ‌نشینی، مجله باغ نظر، سال چهاردهم، شماره ۷۴-۶۳.
- رضوی، نیلوفر؛ مفرد، فهیمه (۱۳۹۶). نقش و ضرورت گونه‌بندی منظر در برنامه‌ریزی منظر راه، اولین کنفرانس بین‌المللی منظر راه‌های شهری و برون‌شهری با رویکرد بومی‌سازی.
- شاهچراغی، آزاده (۱۳۹۰). پارادایم‌های پردیس، درآمدی بر بازشناسی و بازآفرینی باغ ایرانی، تهران: جهاد دانشگاهی واحد تهران.
- شاهچراغی، آزاده؛ بندرآباد، علیرضا (۱۳۹۴). محاط در محیط، کاربرد روان‌شناسی محیطی در معماری و شهرسازی، تهران: جهاد دانشگاهی تهران.
- عشرتی، پرستو؛ حناچی، پیروز (۱۳۹۴). تعریفی نوین از مفهوم منظر فرهنگی مبتنی بر فرآیند شکل‌گیری آن، فصلنامه علمی- پژوهشی نقش جهان، شماره ۳-۵: ۴۲-۵۰.

- غلامپور، سعید؛ منصوری، سید امیر؛ شاهچراغی، آزاده (۱۴۰۰). رویکرد منظر در تحقق گردشگری فرهنگ با عاملیت پدیده فرهنگی راه، نشریه گردشگری فرهنگ، سال دوم، شماره ۵: ۲۱-۲۸.

- قرایی، فریبا؛ عینعلی، عطیه (۱۳۹۸). نقش ادراک محیطی در فهم و طراحی منظر فرهنگی فضاهای ورودی شهرها، مورد مطالعاتی: ورودی غربی گرگان، نشریه معماری و شهرسازی آرمان شهر، شماره ۲۷: ۱۴۵-۱۵۴.

- منصوری، سید امیر؛ شفیعا، سعید (۱۳۹۸). آشنایی با منظر (گردشگری منظر). تهران: مهکامه.

- منصوری، سید امیر (۱۳۸۳). درآمدی بر شناخت معماری منظر، مجله باغ نظر، دوره ۱، شماره ۲: ۶۹-۷۸.

- Blumentrath, C. & Tveit, M. S. (2014). Visual Characteristics of Roads: A Literature Review of People's Perception and Norwegian Design Practice. *Transportation Research*, 59, 58-71.

- Martens, H. M. & Reiser, D. (2017). Analysing the image of Abu Dhabi and Dubai as tourism destination- The perception of first-time visitors from Germany. *Tourism and Hospitality Research*, 19(1), 54-64.

- Mok, J.H. Landphair, H.C. & Naderi, J.R. (2006). Landscape Improvement Impacts on Roadside Safety in Texas. *Landscape and Urban Planning*, 78, 263-274.

- Vinyals-Mirabent, S. (2019). European urban destinations' attractors at the frontier between competitiveness and a unique destination image. A benchmark study of communication practices. *Journal of Destination Marketing & management*, 12, 37-45. Doi: 1016/j.jdmm.2019.02.006

- Zhao, L. & Fu, Q. (2019). Interpretation of the Multimodel Cultural Pattern of Urban Tourism Images of Shannxi. Paper presented at the 2019 4th International Conference on Humanities Science and Society Development (ICHSSD 2019).

