

فرآیند تبیین پدیدارنگاری ابعاد مفهوم دل‌بستگی مکانی به روش استخراج معانی تصویری خودنگار

آرمان جهانگیری - دانشجوی دوره دکتری، گروه شهرسازی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

جهانشاه پاکزاد* - استاد دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه شهید بهشتی تهران، ایران.

علیرضا عندلیب - دانشیار دانشکده هنر و معماری، گروه شهرسازی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

امروزه مفهوم دل‌بستگی به مکان با توجه به نقشی که در تبیین و حتی پیش بینی رفتار انسان در محیط های شهری دارد، بسیار مورد توجه محققان علوم رفتاری، طراحان شهری و بویژه پژوهشگران حوزه گردشگری قرار گرفته است. این مفهوم در طراحی فضاهای شهری به آن جهت اهمیت دارد که در رابطه میان ویژگی های طراحانه محیط، رضایتمندی مکانی، حفاظت خود انگیخته از محیط و علاقه به بازدید مجدد محیط اثر گذار است. با توجه به تازه بودن ورود این مفهوم از مطالعات جغرافیایی و روانشناسی به مطالعات شهری و نیز تعدد و تکثر تعاریفی که در این حوزه ها از آن به میان آمده، کماکان در خصوص ابعاد ماهوی آن اجماعی وجود ندارد. لذا این مقاله در سعی دارد به روش کیفی و با رویکرد پدیدار نگاری و بهره گیری از تکنیک استخراج معنایی تصویری خودنگار به بررسی شکل گیری ابعاد مفهوم دل‌بستگی مکانی در فضاهای ساحلی شهری پرداخته و مجموعه عواملی که در شکل گیری این مفهوم در یک فضای همگانی مانند نوار ساحلی شهری موثرند را مشخص نماید. برای این منظور، در مرحله اول از دوازده نفر از ساکنین بومی شهر ساحلی بوشهر خواسته شد که با استفاده از دوربین عکاسی از مکان هایی که برایشان مهم است و به آن علاقه دارند، عکس گرفته و سپس در مرحله دوم در مصاحبه هایی نیمه ساختار یافته، دلایل انتخاب مکان ها در مصاحبه های عمیق مورد پرسش قرار گرفت. نتیجه حاصله پس جمع آوری، کد گذاری و مفهوم سازی پاسخ ها در نرم افزار MAXQDA، حاکی از وجود دوازده طبقه توصیفی در چهار طبقه مفهوم در تجربه پدیده دل‌بستگی مکانیست که با تعاریف ارائه شده، در گروه های هویت یابی از مکان (هویت مکانی)، سهولت انجام فعالیت دلخواه (وابستگی مکانی)، تجربه روابط اجتماعی مطلوب (پیوندهای اجتماعی) و پاسخدهی عاطفی مکان (پیوندهای عاطفی) با مکان قابل دسته بندی است. فلذا الگوی تحلیلی مفهوم دل‌بستگی به مکان در نوار ساحلی شهر بوشهر بر مدل چهار بعدی دل‌بستگی مکانی مطابقت دارد.

واژگان کلیدی: دل‌بستگی مکانی، روانشناسی محیط، پدیدار نگاری، استخراج معانی تصویری خودنگار، طراحی شهری.

Phenomenography explain the meanings of the concept of place attachment extraction of video self-portrait

Abstract

Today, the concept of attachment to the place due to its role in explaining and predicting human behavior in urban environments; Highly regarded behavioral scientists, city planners, particularly in the field of tourism in the world; This concept in urban design, it is important that the relationship between characteristics of environment, a place of satisfaction, self-protection of the environment and interest in re-visiting the transition effects. According to the recent introduction of the concept of geographical studies and psychology and urban studies multiplicity of definitions continue to respect the substantive aspects of it there is no consensus. And factors in the formation of this concept are included in a public space such as urban coastal strip specify. To this end, the first phases of the coastal city of Bushehr Twelve of the local residents were asked to use the camera in places that are important to them. And to those interested the captured image. And then in the second stage in semi-structured interviews, in-depth interviews reasons for the choice of location were questioned. The result is then collected, encoded and the concept of call in the application MAX-QDA, the presence of twelve categories described in four categories of experience attachment phenomena mechanistic with the definitions provided in the identification of the location (local identity), ease of doing favorites (dependent on location), experience optimal social relations (social connections) and emotional response location (emotional bonds) is categorized by location. Therefore, an analysis of the concept of attachment to place in the coastal city of Bushehr on the attachment location next four matches.

Keywords: attachment location, environmental psychology, journalism emerged, meaning the extraction of video self-portrait, urban design.

۱- مقدمه

انجام شده، کماکان موضوع ابعاد ماهوی آن بویژه در حوزه ویژگی های کالبدی و فعالیتی محیط، بدلیل توجه صرف به پژوهشگران (عمدتاً روانشناس) به فرایندهای روانشناختی انسان در مواجهه با مکان، مغفول و مجهول مانده است [۱]. از این رو این پژوهش سعی دارد با رویکردی پدیدارنگارانه، با روش استخراج معانی تصویری خودنگار و دریافت شده از مخاطب مکان (سپس تجربه آن به عنوان یک پدیدار)، فرآیند اثرگیری و اثرگذاری دلبستگی به مکان در فضاهای ساحلی شهری را تبیین و تفسیر نماید.

۲- دیدگاه های نظری و چارچوب مفهومی پژوهش

۱-۲- مفهوم دلبستگی مکانی و ابعاد آن

مفهوم دلبستگی مکانی با ریشه گرفتن از نظریه دلبستگی جان بولبی در خصوص شناخت سیستم های کنترل رفتاری کودک و مادر در روانشناسی و سپس ازدرون مفهوم حس مکان در مطالعات توان بیرون آمده است [۱۲]. توان حس مکان را به عنوان رابطه عاطفی، معنا دار و بسیار عمیق با فضا بین یک فرد و یک مکان خاص و مفهوم مکان را به عنوان بستری معنادار برای تجربیاتی که شخص در ارتباط با خود و یا آن محیط دارد، معرفی می کند [۱۳]. پروشانسکی و همکارانش حس مکان را به عنوان پیوست و یکپارچگی روانشناسانه و یا شناختی با فضاها و محیط های جغرافیایی معرفی کرده اند [۱۴]. موضوع دلبستگی به مکان ابتدا در پژوهش های پدیدار شناسانه ای که به موضوع ارتباط میان مردم و خانه و مکان های مقدس می پرداختند، به صورت جدی دنبال شد [۱۵] که در آنها واژه دلبستگی مکانی به منظور توصیف پدیده تعامل و پیوندهای متعدد عاطفی که مردم با مکان های خاص (مثلاً عبادتگاه ها) شکل می دهند، بکار رفت [۱۶]. با اینکه مفهوم واژه دلبستگی مکانی در طول چهل سال اخیر در علوم مختلفی (از روانشناسی محیطی تا جغرافیای انسانی) مطرح

یکی از مهمترین مباحثی که در حوزه طراحی فضاهای شهری مطرح می شود، رابطه انسان با محیط پیرامونی اش از دیدگاه روانشناسی است. اینکه فرد در قالب چه سیستمی خود را در پیوندی عاطفی با محیطش در یافته و به آن دلبسته می شود، پرسشی است که تاکنون پژوهشگران حوزه ای مختلف علمی، سعی در یافتن پاسخی در خور برای آن داشته اند. از آنجایی که اخیراً و در رویکردی پر شتاب پژوهش های متعددی (در بررسی جامعی که در سال ۲۰۱۱ از تعداد مطالعات چهار دهه اخیر در حوزه مکان صورت گرفت، نشان داده شد که بیش از ۶۰ درصد از حدود چهارصد پژوهش مورد بررسی، در یک دهه اخیر نگارش شده اند [۱])، به تبیین مفهوم و کاربرد مفهوم دلبستگی مکانی بر ساخت پیوند های اجتماعی و ایجاد هویت فردی و جمعی در افراد پرداخته اند [۲-۴]، اهمیت این مقوله در شکل گیری هرچه بیشتر تعاملات اجتماعی در فضاهای شهری هویدا می شود. همچنین مطالعات نشان می دهد که فضاهای شهری باز، سبز و همگانی به واسطه انواع ویژگی های مطلوب کالبدی شان (اعم از طبیعی و مصنوع) و یا فرصا انجام فعالیت های مختلف، بسترها موثر تری برای شکل گیری حس تعلق به مکان نسبت به انواع دیگر فضاها به شمار می آیند [۵-۸]، بنابراین شناسایی مولفه هایی که رابطه خاص احساسی میان افراد و این گونه فضاها را شکل می دهد، برای طراحان و برنامه ریزان شهری لازم و ضروریست. علاوه بر حوزه شهرسازی، اهمیت این پدیده در سایر دانش های مرتبط با رفتار جمعی افراد نسبت به محیط مانند برندسازی مکانی و مدیریت گردشگری، حوزه سلامت اجتماعی، رفتار سفر و نیز مدیریت رفتارهای خود انگیخته محیطی افراد، قابل رد یابیست [۹-۱۱]. با این حال، با وجود مطالعات متعددی که بویژه در دو دهه گذشته در خصوص ماهیت، مولفه های اثرگذار احسلسی در ارتباط با انسان و دلبستگی به مکان



مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۷۹

کاربرانش می شود [۳۰] و اینکه چگونه اشخاص به یک مکان برای فعالیت ها و مقاصدشان وابسته اند. دلبستگی به مکان از ورای مقایسه مکان نسبت به دیگر مکان های مشابه و در پی ارزیابی ذهنی پس از تجربه مکان حاصل می گردد و به صورت خلاصه نتیجه قضاوتی چون: "هیچ جای دیگر چنین امکاناتی برای من مثل این مکان نخواهد داشت" است [۳۱]. در حقیقت وابستگی مکانی رابطه ای عملکردی است که افراد بر اساس درک فردی شان از اینکه آن مکان تا چه اندازه امکان بروز فعالیت دلخواهشان را فراهم می سازد، با آن مکان ارتباط برقرار ساخته و زمانی که میزان این وابستگی مکانی افزایش پیدا کند، تمایل افراد به جایگزین کردن آن مکان با فضای دیگر برای انجام فعالیت شان کاهش می یابد [۳۲].

از سویی دیگر، هویت مکانی را پروشانسکی و همکارانش (۱۹۸۳) در قالب زیر مجموعه ای از هویت شخصی افراد و تحت عنوان ترکیبی از گرایش ها، ارزش ها، باورها، معانی و رفتار هایی که از ورای دلبستگی عاطفی و حس تعلق به مکانی خاص بدست می آید، تعریف کرده اند [۱۴]. لذا، هویت مکانی به معنای پدیده ای حسی، عاطفی و سمبولیک است که فرد از محیط کالبدی کسب و به عنوان بخشی از هویت فردی خود می شناسد. این پدیده به نوعی متفاوت از ویژگی های فعالیتی محیط است و ماهیت خود را از ویژگی های شناختی و معنایی محیط کسب کرده و نشان داده شده که با گذشت زمان و به واسطه تعامل بیشتر فرد با محیط و یا یاد آوری بیشتر آن خاطرات عمیق تر نیز می شود [۳۳-۳۵، ۱۴]. تجربه مثبت مکان و یادآوری آن سبب می شود که افراد تمایل به حفظ گذشته ای از محیط که در آن خاطرات، افکار، احساسات و گرایش های مطلوبشان در آن شکل می گرفته را در ذهن خود به صورت مانا خلق کنند و هویتی شخصی مناسبی از آن برای خود بسازند. چرا که پس از رضایت محیطی ناشی از دلبستگی مکانی،

و تکامل یافته است، ولی اساساً دلبستگی مکانی به پیوندی اطلاق می شود که میان اشخاص و محیط شان به صورت معنا داری اتفاق می افتد اطلاق می شود [۱۷] (در مقابل آن می توان بیگانگی مکانی را که ارزیابی منفی از مکان داشته و خود را از آن میرا دانسته و از نتیجه تعامل با آن مکان رضایت نداشته اند، قرار داد). با وجود تعاریف مختلف و عدم وجود توافق جامع در بین محققین در طول بیش از چهل سال پژوهش در این حوزه، در تعریفی ساده و متأخر، اسکنل و گیفورد با استناد به آثار لاو و آلمن در سال ۱۹۹۲ و گیلیانی در سال ۲۰۰۳، دلبستگی مکانی را رابطه ای عاطفی میان فرد و محیط خاص و به شکل پیوندی سه بخشی میان شخص و محیط (جغرافیایی و یا ذهنی- معنایی) و فرآیندهای روانشناسانه فی ما بین معرفی کردند [۱۲، ۱۶، ۱۷].

مطالعات متعددی سعی در مشخص ساختن ابعاد ماهوی مفهوم دلبستگی مکانی و معیارهایی که به برقراری این پیوند منجر می شوند، داشته اند [۱۰، ۱۸-۲۴]. نتیجه این مطالعات به دلیل ورود پژوهشگران از حوزه های علمی مختلف (از روانشناسی تا جغرافیا) نتایج متعددی را نیز به همراه داشته و سبب شده که تا کنون تعریف مشخصی از مفهوم حاصل نشده و به ابهام آفرینی در حوزه تعریف و فهم موضوع دامن بزند [۱]. با این حال، دو بعدی که بیشتر در پژوهش ها به آنها استناد شده است و به عقیده بسیاری از پژوهشگران ساختار اصلی مفهوم دلبستگی مکانی با این دو بعد شناخته می شود عبارتند از وابستگی مکانی و هویت مکانی [۲۳، ۲۵]. محققان متعددی نیز در پژوهش های ارزیابانه خود از مفهوم دلبستگی مکانی از این دو بعد بهره جسته و بر تعریف ساختاری دلبستگی مکانی با این دو بعد صحنه گذاشته اند [۴، ۲۶-۲۹]. وابستگی مکانی به فعالیت ها و کارکردهایی از مکان اشاره دارد که مشخص می سازد یک مکان خاص تا چه اندازه سبب تسهیل فعالیت های خاص

جدول ۱. برخی از مهمترین ابعاد معرفی شده در پژوهش های مرتبط با مفهوم دلبستگی مکانی

ابعاد	تعریف	حوزه کارکردی	محققین و پژوهش های مرتبط
وابستگی مکانی	ارتباط خاص عملکردی بویژه بواسطه مولفه های مشخصی از محیط کالبدی که انجام فعالیت دلخواه فرد را ممکن می سازند	فردی، کالبدی، فعالیتی	[۲۵، ۴۱] و [۴۲] و [۱۰] و [۲۳، ۴۵-۴۳] و [۲۶، ۲۹، ۳۶، ۴۲، ۴۶، ۴۷]
هویت مکانی	آن دسته از احساسات، ارزش ها و باورهای منتسب از محیط فیزیکی که به زعم افراد تعریف کننده بخشی از هویت فردیشان باشد	فردی، کالبدی، شناختی	[۱۴] و [۳۰، ۳۳، ۳۴، ۴۸] و [۲۱، ۲۳، ۳۹، ۵۲-۴۹] و [۲۶] و [۵۳]
پیوندهای اجتماعی	احساس تعلق و یا عضویت در بخشی از افراد جامعه و یا خانواده و پیوندهای عاطفی حاصله از این تعلق بواسطه وجود تجربیات، علایق و یا دغدغه های مشترک در مکان	اجتماعی، فعالیتی	[۵۵، ۵۴، ۴۰] و [۵۶] و [۲۴، ۵۷] و [۵۸، ۵۴]
پیوندهای طبیعت	ارتباطات آشکار و نهان شخص با طبیعت بر پایه تجربیات، احساسات و یا بازنمایی شناختی در فرد	فردی، کالبدی، احساسی	[۵۹] و [۵۴] و [۴۲] و [۲۱، ۶۰]
عواطف مکانی	احساسات مثبت برگرفته از ویژگی های خاص محیط طبیعی از سوی فرد که عموماً سبب حس سرزندگی، نشاط و سلامتی فردی یا گروهی شناخته می شوند	فردی، کالبدی، احساسی	[۲۹، ۴۰، ۶۱، ۶۲] و [۹، ۲۹، ۶۳-۶۶] و [۱۲] و [۶۷]

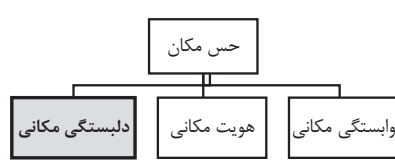


فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

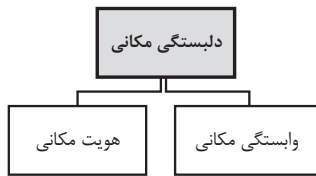
مطالعات انجام شده در محیط های مختلف، بتدریج ابعاد دیگری از مفهوم دلبستگی که مشخص شدند [۲۱، ۲۳، ۳۸] که برخی از آنها عبارتند از آشنایی با مکان، تعلق به مکان، پیوندهای اجتماعی [۳۹]. به طور خلاصه، آشنایی با مکان خاطرات، گرایش ها و معانی شناختی و تصاویر ذهنی محیطی است که به واسطه سابقه آشنایی و به یاد آوری محیط های تفریحی بوجود می آید و تعلق به مکان پیوندهایی است که فرد به واسطه آن پیوند ها خود را با مردم و محیط در ارتباطی مستقیم می داند [۳۹]. پیوندهای اجتماعی نیز بر تعلق به گروه ها و روابط اجتماعی بوجود آمده از ماحصل این پیوند در محیط تمرکز دارد [۱۶، ۲۴]. عده ای معتقدند که در برخی از زمینه ها، پیوندهای اجتماعی منبع اولیه معنا یابی افراد در مکان محسوب می شوند و

ذهن به سمت ساخت آسایش احساسی رفته و شروع به ارتباط روانی با محیط می کند. لذا بسیاری از پژوهشگران معتقدند که امکان فراهم سازی فعالیت های مطبوع در محیط (دلبستگی مکانی) به طور مستقیم موجب شکل گیری هویت مکانی مثبت و قوی تری خواهد شد [۲۱، ۲۷، ۳۶، ۳۷].

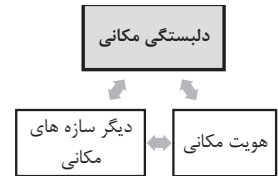
با این حال این سوال مطرح بوده است که اساساً دلبستگی به یک مکان خاص آیا فقط از ویژگی های فعالیت و هویتی یک مکان سرچشمه می گیرند و یا ابعاد دیگری نیز وجود دارد؟ و یا اساساً ماهیت مفهوم دلبستگی مکانی از چه ابعادی تشکیل شده است. لذا اخیراً در مطالعات مختلف محققین سعی داشته اند که با پژوهش های مختلف کیفی و کمی در بسترهای مختلف به شناخت ابعاد دیگر این مفهوم اقدام کنند. چرا که به مرور زمان و کثرت



شکل ۳. مدل سه بعدی دلبستگی مکانی: کایل، گراف و مانینگ (۲۰۰۵)



شکل ۲. دلبستگی مکانی به مثابه مفهومی فرادستی و دو بعدی: استوکولز و شوماخر (۱۹۸۱)، ویلیامز و واسک (۲۰۰۳)



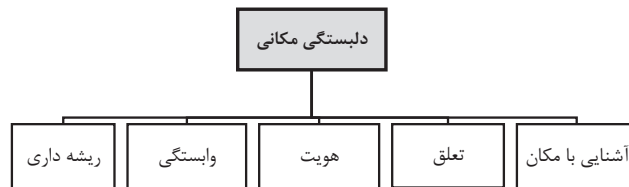
شکل ۱. دلبستگی مکانی به مثابه مفهومی تک بعدی: دواين-وايت (۲۰۱۱)، گیلیانی (۲۰۰۳) و هرناوندز و هیدالگو (۲۰۰۷)



شکل ۵. دلبستگی به مثابه مفهومی پایین دستی: یورگنسن و استدمن (۲۰۰۱ و ۲۰۰۶)



شکل ۴. مدل چهار بعدی بعدی دلبستگی مکانی: کایل (۲۰۰۴) و رامکیسون (۲۰۱۲)



شکل ۶. دلبستگی مکانی به مثابه مفهومی فرادستی و پنج بعدی: همیت و همکاران (۲۰۰۶)

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۸۱

معرفی و تعریف عوامل اثر گذار است [۱]. با بررسی در مطالعات انجام گرفته [۶۸]، می توان سه دسته مشخص از این مدل ها را معرفی ساخت. دسته اول تعریف مفهوم دلبستگی به مکان را به عنوان مفهومی تک بعدی و هم ردیف با مفاهیمی همچون هویت مکانی یا وابستگی مکانی است. برخی از پژوهشگران این دسته عبارتند از دواين-وايت (۲۰۱۱)، گیلیانی (۲۰۰۳) و هرناوندز و هیدالگو (۲۰۰۷) [۶۹، ۵۷، ۱۲] (شکل ۱). دسته دوم مطالعاتی آن دسته از پژوهش هایی اند که دلبستگی مکانی را ساختاری چند بعدی که از تلفیق چندین عامل مختلف ایجاد می شود، معرفی ساخته اند. تعداد این عوامل بسته به پژوهش های مختلف و تا اندازه ای مولفه زمان، از دو تا پنج عامل معرفی شده است. برای مثال، براساس

بر اهمیت نقش تعاملات اجتماعی افراد و ساختار محیط اجتماعی فعالیتی مکان به عنوان بعد اصلی مفهوم دلبستگی مکانی تاکید دارند [۲۱، ۲۳، ۴۰]. جدول شماره یک برخی از مهمترین این ابعاد را که در پژوهش های اخیر به آنها پرداخته شده را نشان می دهد. از سویی دیگر، طی چهل سال گذشته و از شروع مطالعات در حوزه دلبستگی مکانی، پژوهشگران با پیشینه پژوهشی مختلف، مفهوم دلبستگی مکانی و البته با عناوین گوناگونی مانند عشق به مکان، ریشه داری، وابستگی مکانی، هویت مکانی، هویت شهری، حس جامعه، یا دلبستگی جامعه را به شکل مدل هایی تک بعدی تا پنج بعدی معرفی کرده اند [۶۸]. آنچه در اینجا حائز اهمیت است، سردرگمی در

بستر فضاهای ساحلی شهری بزند [۱].

۲-۲- استخراج معانی تصویری خود نگار

یکی از روش های نوینی که در رویکرد پژوهشی کیفی علومی چون روانشناسی محیط، جامعه شناسی و مردم شناسی برای استخراج مفاهیم نهفته مکانی از آن استفاده می شود، روش استخراج معانی تصویری خودنگار (در برخی منابع تحت عنوان تصویربرداری بازدیدکننده) است. در این روش از تصاویری که توسط خود مصاحبه شونده گرفته شده اند اطلاعات در قالب مصاحبه هایی (عمدتاً به شکل باز یا نیمه ساختاری یافته استخراج می شود. محور اصلی این مصاحبه های در مورد توضیح دلایل آشکار و پنهانی است که سبب شده اند تصویر توسط مخاطب مکان ثبت شود انتخاب تصویر معمولاً به دلیل محبوبیت کارکرد مکان، جذابیت های بصری و یا هر نوع پیوندیست که میان نیازمندی ها و توقعات مخاطب و ویژگی های آن مکان در طول زمان برقرار گشته است. یکی از مهمترین عواملی که به برداشت دقیق تر معانی مکانی کمک می کند، این است که مخاطب در لحظه ثبت تصویر در مکان حضور داشته و احساسات و حواس وی به صورت مستقیم بر انتخاب وی اثر می گذارد. این موضوع سبب می شود که معانی مکانی برای وی کاملاً ملموس بوده و بتواند به بهترین دلایل انتخاب خود بر اساس اهمیت و ارزش آن تصویر در مصاحبه ها اشاره کند [۷۳].

به هر حال، هر چند بهره گیری از روش استخراج معانی تصویری به عنوان تکنیک در پژوهش های طراحی شهری بسیار نوپا بوده ولی در دیگر شاخه ها مانند مردم شناسی، جامعه شناسی استفاده شده است. تصاویری که در این روش بکار می روند کارکردی دوگانه دارند. اول اینکه پژوهشگران می توانند از آنها برای پیشبرد و تعمیق سوالات بهره برده و دیگر اینکه خود مخاطبین مکان نیز از آنها برای ایجاد راهی شفاف به منظور توصیف ابعاد مختلف زندگی شان استفاده می کنند [۷۴].

رویکرد استوکولز و شوماخر (۱۹۸۱)، ویلیامز و وسک (۲۰۰۳) دلبستگی مکانی مفهومی فرا دستی و عاملی سطح دوم است که از ماحصل وجود دو بعد وابستگی مکانی و هویت مکانی خلق می شود [۲۵، ۷۰] (شکل ۲). کایل، گریف و مانینگ (۲۰۰۵) در پژوهشی متأخر تر، عامل سوم را تحت عنوان پیوندهای اجتماعی به این مدل پیشین اضافه کردند (شکل ۳). در مطالعات دیگری دلبستگی به عنوان پدیده ای سه بعدی متشکل از هویت مکانی، وابستگی مکانی و پیوندهای عاطفی نیز معرفی شده است [۶۴، ۷۱]. همچنین پیوندهای عاطفی به مکان به عنوان احساسات قوی افراد به یک مکان خاص نیز به عنوان بعد چهارم در مطالعات اندکی اخیراً مورد توجه افرادی چون کایل (۲۰۰۴) و رامکیسون (۲۰۱۲) قرار گرفته است [۷۲] (شکل ۴) و در نهایت، همیت و همکارانش (۲۰۰۶) مدلی پنج بعدی از دلبستگی مکانی را معرفی کردند که متشکل از آشنایی با مکان، تعلق، هویت، وابستگی و ریشه داری بود [۲۱] (شکل ۵). در دسته سوم مدلی هایی قرار می گیرند که دلبستگی مکانی را مفهومی فرعی یا بعدی از یک مفهوم کلی تر به حساب می آورند. برای مثال، برای لالی (۱۹۹۲)، دلبستگی مکانی عاملی در خلق مفهوم گسترده تر و پایین دستی مفاهیمی چون هویت شهری معرفی می کند [۳۳]. یورگنسن و استدمن (۲۰۰۶، ۲۰۰۱) دلبستگی مکانی، وابستگی مکانی و هویت مکانی را به صورت هم عرض ابعادی از مفهوم حس مکان معرفی می کنند [۲۷، ۶۷] (شکل شماره ۶)

با توجه به اینکه مدل های مختلف ارائه شده تفاوت های ساختاری در سطوح و محتوایی در ابعاد دارند و نیز ابهامی که در تعاریف ارائه شده وجود داشته و سبب شده که کماکان در بسترهای پژوهشی مختلف (روانشناسی محیط، جغرافیا، شهرسازی) هنوز اجماعی در کاربست مدلی مشخص وجود نداشته باشد، این پژوهش بدانبال آن است که از ورای رویکردی پدیدارنگارانه به تبیین این مدل در

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۸۲

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۸۳

نفوذ در پاسخ مخاطب دانسته و معتقدند که در این گونه روش ها، معمولاً به جای آنکه اطلاعات توسط مصاحبه شونده خلق شده و سپس به صورت مشارکتی با مصاحبه گر تحلیل شوند، تنها در پرسش هایی مستقیم، جهت دار و از پیش تعیین شده جمع آوری می شوند [۷۸].

به طور کل روش هایی که از مصاحبه شونده ها برای خلق اطلاعات بهره می جویند، مانند استخراج معانی تصویری، وسیله ای بهتر برای کشف واقعیات جهان پیچیده تجربیات انسانی در اختیار قرار می دهند. استخراج معانی تصویری فرایند بهره گیری از تصاویر در مصاحبه های پژوهشی است که پاسخ هایی دقیق تر و معتبر تری در خصوص خاطرات، باور ها و ارزش های محیطی افراد نسبت به مصاحبه های کلامی در اختیار پژوهشگر قرار می دهد [۷۸].

این رویکرد می تواند به دو صورت انجام شود: تصاویر توسط محقق گرفته شده و سپس در اختیار مصاحبه شونده قرار گیرند و یا اینکه خود مصاحبه شونده تصاویر را ضبط و سپس درباره مفاهیم و ارزش های مکانی تصویر صحبت کند که این حالت به دلیل اینکه خود شخص مصاحبه شونده با توجه به ارتباط متقابل و تجربیات و خاطرات به سراغ مکانی خاص (ولو اینکه از نظر محقق حاوی ویژگی خاصی نباشد) می رود، قابلیت کشف بیشتر و عمیق تر ویژگی های پیدا و پنهان محیطی را داراست [۷۹]. روش استخراج معانی تصویری ابتدا در دهه هفتاد میلادی و در علم انسان شناسی توسط جان کولیر به مثابه روشی برای کمک به مصاحبه شونده ها برای تفکر و یارآوری در حین مصاحبه ها بکار گرفته شد و از اواسط دهه هشتاد و پس از انتشار کتاب "انسان شناسی بصری" و مقاله معنا و کار: مطالعه ای بر استخراج معانی تصویری از داگلاس هارپر عمومیت یافت [۸۰]. هارپر در این مقاله از تصاویر به شکل راهی برای کمک به مصاحبه شونده هایی که برایشان توصیف و تشریح جزئیات محیط کاریشان مشکل بود، بهره جست. هارپر عنوان

در مطالعات محدودی از روش استخراج معانی تصویری در حوزه مطالعات دلبستگی مکانی استفاده شده است. در یکی از اولین این مطالعه ها که در مقیاسی محله ای در سال ۲۰۰۷ توسط بکلی و همکارانش انجام شده است، از تصاویری که ساکنین محلی از آنچه در محله شان برایشان اهمیت داشته ثبت کرده اند، به منظور شناخت عناصر محیط طبیعی-مصنوع و اجتماعی-فرهنگی که سبب بوجود آمدن دلبستگی به مکان شده بودند، استفاده شد [۷۵]. در همین رابطه می توان به مطالعات مشابهی در حوزه رابطه ویژگی های مکانی و انسان بویژه در مباحث گردشگری اشاره داشت. برای مثال در مطالعه ای که در خصوص تصویر ذهنی مخاطبان از یک روستای تاریخی در ایالت ساسکچوان کانادا در سال ۲۰۰۴ انجام شد، مشخص گردید که زیرساخت ها (مسیرها و انبارهای ویژه کشاورزان)، عناصر متحرک محیط (حیوانات در مزارع و اسب ها در مرتع ها) و فعالیت های ساکنین بومی (کشاورزان، دامداران) مهمترین مقولات در ساخت تصویر ذهنی از محل هستند [۷۶]. در تحقیقی متاخر در سال ۲۰۱۳ با همین روش، در خصوص دلبستگی مکانی گردشگران به پارک دریایی نینگالو در استرالیا، مشخص شد که عواملی چون دوری جویی از محیط شهری، مشارکت در فعالیت های ساحلی، معاشرت با خانواده و افراد با علایق مشترک و نهایتاً شادی جمعی از جمله مهمترین عواملی است که سبب دلبستگی گردشگران به این حوزه و علاقه آنها به بازدید مجدد آن شده است [۷۷].

در هر صورت برخی از محققان روش های سنتی در تحقیقات کیفی مانند روش مصاحبه رودر رو و پدیدارشناسانه را به دلیل محدودیت های ذاتی حاکم بر محیط این نوع رویکردها که مانع از آن می شوند که مشارکت کننده به صورت آزاد بتواند تجربیاتش را با مصاحبه گر به میان بگذارد، مورد نقد قرار داده اند. ایشان روش های معمول مانند مصاحبه را بیشتر تحمیلی و همراه با اعمال

دارد [۸۳]. در نهایت، به واسطه وجود تصاویر در رابطه‌ی میان محقق و مصاحبه‌شونده، احتمال وجود سوء تفاهم‌ها کاهش یافته و همچنین بدلیل اینکه بار روانی مصاحبه‌از مصاحبه‌شونده به روی عکس‌ها و تصاویر به عنوان کانون بحث منتقل می‌شود، فضای روانی مصاحبه‌نیز از فشار کمتری برخوردار خواهد بود [۷۹]. یکی دیگر از مزایای این روش نسبت به روش‌های معمول مصاحبه عمیق این است که در فاصله زمانی برداشت تصاویر و زمان مصاحبه، افراد وقت کافی خواهند داشت که به مفاهیم و معانی نهفته در تصاویر فکر کرده و با آمادگی ذهنی بهتری در مقابل پژوهشگر و سوالات وی قرار گیرند [۷۴]. بنابراین روش استخراج معانی تصویری قابلیت کسب و برداشت روایات شخصی تر و عمیق تری نسبت به دیگر روش‌های مشابه برای پژوهشگر از طریق نمایش ویژگی‌های محیطی دارد. همچنین در روش تصویربرداری خودنگار، به این دلیل که تصاویر توسط مصاحبه‌شونده ثبت شده و لذا هم به مصاحبه‌شونده و هم به مصاحبه‌گر فرصتی برابر در مصاحبه (و نه شرایط صرفاً غالب برای مصاحبه‌گر) برای دستیابی به گفتگویی عمیق و شفاف در مورد ویژگی‌ها و معانی مکانی مهم دارند، از مقبولیت و اعتبار بیشتری برخوردار است [۸۴].

۲-۳- پدیدارنگاری

پدیدارنگاری نوعی سنت تحقیق کیفی و تفسیری است که با استفاده از ابزارهایی چون مصاحبه‌های عمیق، بحث‌های گروهی و مشاهده مشارکتی و تحلیل استقرایی داده‌ها، به دنبال شناخت ماهیت تجربه و معانی حاصله از پدیده است و نه خود پدیده (که در رویکرد پدیدارشناسی با آن مواجه هستیم) و این که افراد چه معنا یا معنایی را برای پدیده‌های تجربه‌شده‌شان در محیط قائل می‌شوند. همچنین در تناسب با هدف پژوهش حاضر، در این روش بهره‌گیری از تجربیات متفاوت افراد مختلف سبب فهم بهتر پدیده (اعم از

می‌دارد که روش بهره‌گیری از تصاویر همزمان هم تجربی و هم ساختاری هستند. تصاویر ماهیت تجربی دارند چرا که ابزارهایی بصری هستند که تجربیات مخاطب مکان را آشکار می‌سازند. از سوی دیگر، ماهیت ساختارگرایانه این روش ریشه در پارادایم تفسیرگرایانه آن دارد چرا که به طور مشابه تفسیرگرایان نیز در تلاش دارند که موقعیت‌ها را از زاویه دید افرادی که آن موقعیت را تجربه کرده‌اند، مطالعه کنند [۷۸]. در همین راستا، در کاربست آن در طراحی شهری، از آنجایی که تصاویر این فرصت را در اختیار پژوهشگر قرار می‌دهند که علاوه بر ابعاد فیزیکی، ابعاد فعالیتی و اجتماعی مکان به صورت همزمان مورد واکاوی قرار گیرند [۸۱]، استفاده از تصاویر در فرایند استخراج معنایی می‌تواند ابزاری را در اختیار مشارکت‌کنندگان قرار دهد که همزمان با کیفیات کالبدی مطلوب محیط، داستان‌ها، خاطرات و رویدادهایی که ماهیتاً شخصی بوده است را بازگو کنند و این می‌تواند کیفیت مصاحبه را از طریق آشکار سازی جنبه‌های مختلف هویتی، عملکردی و عاطفی مکان غنا بخشد [۸۲].

رز (۲۰۰۷) معتقد است که استفاده از روش استخراج معنایی تصویری مزایای متعددی نسبت به سایر روش‌های تفسیری دارد. چهار مزیت عمده آن عبارتند از اینکه به محققین این امکان را می‌دهند که بینش عمیق تری (و نه الزاماً اطلاعات بیشتر) نسبت به پدیده پیدا کنند. همچنین این امکان را برای مصاحبه‌شونده فراهم می‌کند که با بیان و زبان خود عقاید و افکارش را به اشتراک بگذارد. بعلاوه، فرایند ثبت و انتخاب تصاویر توسط خود فرد مصاحبه‌شونده سبب می‌شود که شخص از جزئیاتی صحبت کند که معمولاً در مصاحبه‌های کلامی رایج بویژه از سوی مصاحبه‌گر دیده نمی‌شوند. این روش در مقایسه با دیگر روش‌های معمول، توانایی بیشتری در استخراج پاسخ‌های چندلایه و مرتبط با ابعاد احساسی و عاطفی محیط

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۸۴

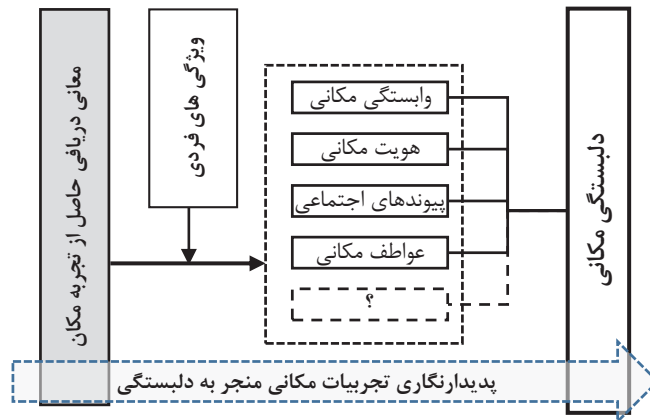


نگاری به صورت اخص به استخراج معانی یک پدیده از تفسیر تجربیات یک گروه از افرادی دارد که آن پدیده را تجربه کرده اند، می پردازد. تمرکز پدیدار نگاری به بر ارتباط دهی معانی متفاوت در چارچوبی مشخص به عنوان ساختار تجربه است و این ساختار به صورت معانی زنجیر وار و در ساختاری سلسله مراتبی ماهیت تجربه را مشخص می سازند در این ساختار با وجود بررسی مفاهیم از ماحصل تجربیات افراد مختلف، ارتباط دهی معانی فارق از افراد در در بستر کلی فضای نتیجه خود را نمایان می سازند [۸۷]. فضای نتیجه مشخص کننده کلی ماهیت یک پدیده و ساختارهای بهم مرتبط آن است. به عقیده مارتون و بوث (۱۹۹۷) فضای نتیجه نهایی سه ویژگی کاملاً مشخص دارد. اول اینکه رویکردی کاملاً مشخص و متمایز از نحوه فهم یک پدیده را برای ما مشخص و تبیین می کند. دوم اینکه در فضای نتیجه ارتباطی سلسله مراتبی و مشخص بین تمامی اجزا و طبقات قابل رد یابست و سوم اینکه نتایج بسیار تخلیصی و مجرد و مجموعه مظاهر هر تجربه تا حد امکان در قالب طبقات تجرید و تخلیص می شوند [۸۸].

۲-۴- چارچوب مفهومی

با توجه به مطالعات مروری و مدل های معرفی شده، به نظر می رسد که دل بستگی مکانی مفهومی سطح دومی و حداقل با کارکردها و ویژگی هایی برگرفته از روابط کالبدی-فعالیتی مکان (دل بستگی مکانی)، کالبدی-هویتی مکان (هویت مکانی)، روابط اجتماعی در مکان (پیوندهای اجتماعی) و پیوندهای احساسی به مکان (عواطف مکانی) است. به عبارت دیگر، هنگامی دل بستگی به مکانی حاصل می شود، که محیط ویژگی های مثبت رفتاری، شناختی، اجتماعی و عاطفی آن با شخص و ویژگی های فردی اش درگیر شده و سطح پاسخگویی این ویژگی ها هم عرض و با بالاتر از سطح توقعات حاصل از نیاز و تجربیات پیشین مخاطب (ارزیابی محیط) خواهد بود [۱]. این موضوع با مدل پاسخگویی

محیط فیزیکی و اجتماعی) عمق بیشتری به یافته های تحقیق می دهد [۸۵]. این روش نه تنها به توضیح تجربه می پردازد، بلکه تنوع و گوناگونی ها در تجربه یک پدیده خاص مطالعه می کند. در حقیقت پدیدار نگاری به این دلیل که به تفسیر و شناخت مفاهیم بر اساس تجربیات افراد مختلف از یک موضوع می پردازد و می تواند جنبه های متفاوت یک موضوع بهتر معرفی سازد [۸۵]، انتخاب شده است. روش پدیدار نگاری برای فهم تجربه یک پدیدار از دید کسانی که آن را تجربه کرده اند بکار می رود و هدف اصلی اش حتی ورای توصیف تجربه زیسته افراد، فهم و تبیین مولفه هایی است که این تجربه را سبب شده و بر آن اثر گذارند. فلذا در مطالعه تجربه افراد مختلف در زندگی شهری از پدیده های مرتبط در طول حیاتشان (برای مثال فهم معنا و تجربه "خانه" پس از اقامت طولانی در یک محله در شهر) بسیار مناسب است [۸۶]. در این روش ساختار تجربه به صورت مجموعه ای از عناصر بررسی و از دو عناصر ارجاعی (مفاهیم) و ساختاری (شامل مرز ادراکی به عنوان افق بیرونی و کانون توجه به عنوان افق بیرونی) برای فهم بهتر تجربه استفاده می شود. افق بیرونی نشان دهنده بخشی از جهان است که مشارکت کنندگان، که هر کدام به شیوه خود به محیط پیرامون خود می نگرند و ورای آن را نمی بینند. به عبارت دیگر مفهوم را از دید آن توصیف می کنند. افق درونی اما کانون خاص توجه مشارکت کننده را نمایان می سازد. هر طبقه شامل یک نمودار است که ساختار آگاهی را نشان می دهد (عنصر ساختاری) و عنوان و یا توضیح هر طبقه نیز نشان دهنده عنصر ارجاعی است. از آنجایی که موضوع این پژوهش، شناخت معانی حاصله از تجربیات گوناگون افراد از پدیده ای خاص (دل بستگی به مکان) است و سعی دارد که فهمی عمیق از ساختار پدیده دل بستگی به مکان را تبیین سازد، راهبرد پدیدار نگاری برای این پژوهش انتخاب شده است. چرا که به طور کلی، پدیدار



شکل ۷. چارچوب مفهومی پژوهش

برسد. ثانیاً بر اساس تحقیقات انجام شده، تصاویر قابلیت برانگیختن احساسات و ارائه اطلاعات کیفی قابل توجهی را با خود به همراه داشته و هنگامی که به فرایند مصاحبه وارد می شوند به شرکت کنندگان اجازه می دهند که خاطرات و ویژگی های پنهان رفتاری در محیط خود را راحت تر بازخوانی کنند [۷۷]. تصاویر همچنین این امکان را فراهم می سازند که مظاهر عمیق تری از تجربه مکان نه تنها بواسطه کلام، بلکه از طریق آزاد سازی هیجانات و احساسات برملا شوند. با توجه به مطالعات اندکی که در حوزه تدقیق معانی محیطی مرتبط با فضاهای ساحلی در ارتباط با دلبستگی مکانی انجام شده است [۷۵، ۹۰]، لذا استفاده از این ابزار برای هرچه غنی تر سازی مصاحبه ایده آل به نظر می رسد؛ زیرا که نشان داده شده که با استفاده از این روش اولاً امکان تجاوز به حریم شخصی افراد در حین مصاحبه کاهش یافته و ثانیاً از حیث محتوایی و مفاهیم استخراج شده، نسبت به دیگر روش ها زوایای پنهان بیشتری از معانی محیطی و همچنین ویژگی های کالبدی، فعالیتی و ذهنی آن آشکار می سازد [۷۴].

با توجه به اینکه حداقل تعداد مشارکت کنندگان در پژوهش های کیفی بویژه در مطالعات مرتبط با تجربه مکانی شش نفر توصیه شده است [۹۱، ۹۲]،

محیطی جک نسر در خصوص نقش ویژگی های محیط و مخاطب در ادراک، شناخت، واکنش و ارزیابی محیطی نیز هماهنگ است. به عبارت دیگر، مطالعات این حوزه نشان داده که دلبستگی به عنوان عامل ارزیابی مثبت و رضایت مندی مکانی خواهد بود [۱۰، ۶۶، ۸۹]. فلذا چارچوب مفهومی پیشنهادی با منطقی استقرایی در بستر پژوهشی کیفی در باب ابعاد دلبستگی به مکان و با رویکرد پدیدار نگاری خواهد بود (شکل شماره ۷).

۳- روش تحقیق

این پژوهش از آنجایی که در خصوص بررسی رفتار انسان و تجربه زیسته وی در محیط و به دنبال شناسایی معانی حاصل از تجربه محیط که به خلق مفهوم حسی دلبستگی به مکان ها می انجامد است، در پارادایمی تفسیری و رویکردی کیفی و با روش پدیدار نگارانه و با بکار گیری تکنیک استخراج معانی تصویری خودنگار (شامل انجام مصاحبه های نیمه ساختار یافته با استفاده از تصاویری که خود شرکت کنندگان از مکان مورد علاقه شان ثبت می کنند) انجام شده است. همان طور که پیشتر توضیح داده شد، اولاً رویکرد پدیدار نگاری به دلیل بررسی فرایند شکل گیری پدیده بر اساس تجربیات افراد مختلف از آن پدیده، بهتر قادر است که مفاهیم را منتقل ساخته و محقق به شناخت بهتری از پدیده

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۸۷

که می خواهد و برایش بیشتر مهم، ارزشمند و دوست داشتنی است، یک (یا دو عکس از زوایای مختلف به منظور افزایش سطح اطلاعاتی تصویر) و مجموعاً شش تا هشت عکس با تاکید بر ویژگی های کالبدی و فعالیتی دلخواه مکان مورد نظر خود بگیرد [۷۵، ۷۷]. به منظور اخذ نتایج بهتر قبل از شروع مراحل تصویر برداری، تصاویر نمونه ای که نمونه ای از رفتار ناشی از دل بستگی مکانی در آن مشخص بود به شرکت کنندگان نشان و به صورت اجمالی روش کار توضیح داده شد. جلسه مصاحبه با هماهنگی شرکت کننده بین سه روز تا یک هفته پس از تصویر برداری شرکت کننده برگزار شد زیرا که مطالعات نشان داده این فرصت به یارآوری بهتر خاطرات و بیان آنها به مشارکت کننده کمک می کند [۷۷]. مشارکت کننده آزاد بود که در روز مصاحبه شخصی از نزدیکان که فکر می کرد می تواند در بیان بهتر خاطرات و معانی به او کمک کند را همراه داشته باشد [۷۵]. در روز مصاحبه تصاویر مکان های مورد علاقه به انتخاب خود شرکت کننده مرتب شده و سپس مصاحبه شروع می شد. سوالات اصلی اولاً بر اساس تاکید بر تجربه زیسته افراد (با تاکید بیشتر بر چرایی و چگونگی رفتار و احساس تا چه چیزی) [۹۶] عبارت بودند از: براساس تجربیاتی که در این مکان داشتید، چرا و به چه علت به این مکان خاص را انتخاب کردید؟ چگونگی حس خود به این مکان را توضیح دهید؟ و این مکان چه معنایی برای شما دارد؟ [۳۳] و ثانیاً با تاکید بر نظریه رلف (۱۹۷۶) در خصوص ماهیت دل بستگی مکانی و آشکار شدن مفهوم، ویژگی ها و عوامل ساختاری آن در پی حس ترس از دست دادن و فقدان مکان، پرسش اگر اینجا را از دست بدهید چه احساسی دارید؟ مطرح شد. سوالات کاوشگر در ادامه عبارت بودند از اینکه: توضیح دهید در اینجا چه اتفاق های مهم و خوبی برای شما افتاده است؟ ماجرا را تعریف کنید و آیا منظورتان این است که...؟ و می توانید از ویژگی های خوب و مهمی که محیط

تعداد دوازده نفر (۶ مرد و ۶ زن) از ساکنین شهر بوشهر و با ویژگی های فردی متفاوت انتخاب شدند (جدول شماره ۲). در این پژوهش واحد اولیه تحلیل عبارت است از مشارکت کنندگان و تصاویر منعکس کننده تجربه زیسته آنها در محیط ساحلی شهر بوشهر [۸۱]. پس از توضیحات اولیه مصاحبه گر به مشارکت کنندگان در خصوص ماهیت پژوهش، از مصاحبه های نیمه ساختاریافته عمیق انفرادی به مدت زمان عموماً بین ۳۰ تا ۶۰ دقیقه استفاده شد. بهره گیری از مصاحبه های نیمه ساختار یافته در مقایسه با ویژگی عدم عمق گیری مصاحبه های بسته و وسعت و پراکندگی اطلاعات بعضاً غیر ضروری مصاحبه های باز، مناسب تشخیص داده شده است [۹۳]. این روش نمونه گیری بصورت هدفمند و بر اساس پیشینه تنوع به این دلیل که پژوهشگر می تواند از تجربیات مشارکت کنندگانی با زمینه و سوابق مختلف برای فهم بیشتر پدیده بهره ببرد، انتخاب شد [۹۴]. این تنوع بر اساس مطالعات پیشین شامل تنوع در جنسیت، سن، محل تولد و مدت زمان اقامت در بوشهر (از یک ماه تا پنجاه و هفت سال) و زمان مصاحبه ها شد [۱]. مصاحبه ها در آبان، آذر، دی و بهمن ماه ۹۴ (پاییز و زمستان به عنوان احساس دمای مطبوع محیط و بیشترین مطلوبیت) و خرداد، تیر ماه سال ۹۵ (تابستان به عنوان زمان احساس گرمای شدید محیط و کمترین مطلوبیت دمایی) انجام شدند. به منظور روایی و اعتبار درونی تحقیق طبق نظر پاتون (۲۰۰۵) و دنزین (۲۰۰۶) از تکنیک سه سویه سازی در داده (تنوع در زمان، مکان و گروه های مصاحبه و سه سویه سازی نظری (ارزیابی داده ها از دیدگاه های مختلف) استفاده شده است [۹۳]. ۹۵. پروتکل مصاحبه از دو بخش سوالات اصلی و کاوشگر به منظور تعمیق بیشتر در پاسخ های استخراجی قبل از انجام مصاحبه تشکیل و مصاحبه تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت [۷۶]. از هر شرکت کننده خواسته شد که از هر مکانی

جدول ۲. مشخصات جمعیتی حوزه های مطالعاتی

جنسیت	محدوده پارک مرجان	محدوده پارک صدف	محدوده پارک سیادت	مجموع درصد
مرد	۳	۱	۲	۵۰
زن	۳	۲	۱	۵۰
سن				
۲۳-۱۸	۳	۱	۱	۴۱,۶
۳۰-۲۴	۱	۱	۱	۲۵
۴۰-۳۱	۱	۰	۱	۱۶,۷
۵۰-۴۱	۰	۱	۰	۸,۳
۵۱ به بالا	۰	۰	۱	۸,۳
مدت اقامت در بوشهر				
۲-۰ سال	۱	۰	۱	۱۶,۷
۹-۳ سال	۱	۱	۱	۲۵
۳۰-۱۰ سال	۲	۱	۱	۳۳,۳
۳۱ سال به بالا	۱	۱	۱	۲۵
بومی	۴	۲	۲	۸۶,۷
غیر بومی	۱	۱	۲	۳۳,۳

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۸۸

مصاحبه مورد بحث قرار گرفته و متن مصاحبه در نرم افزار MAXQDA پیاده سازی و با استفاده رویکرد کد گذاری سه مرحله ای نظری استراوس و کوربین (۱۹۹۸، ۲۰۰۸) مورد تحلیل قرار گرفت. انتخاب روش کد گذاری استراوسی به این دلیل بود که نسبت به رویکرد کد گذاری گلیسر (که تمرکز آن در پی استخراج نظریه از داده است)، بیشتر به جنبه تفسیری محتوا و معنای برخاسته از تفسیر داده ها بر اساس مطالعات پیشین محقق پرداخته و محقق نقشی فعال را در فرایند مصاحبه بازی می کند. از این رو، محققان به صورت تعاملی ابتدا برای استخراج موضوعات از متون حاصل از مصاحبه ها، کد گذاری باز و سپس برای تحلیل و ارتباط دهی میان شاخه های ظهور یافته و

کالبدی و اجتماعی اینجا برای شما دارد مثالی بزنید؟ [۱۹].

۴- یافته ها

۴-۱- فرایند تحلیل یافته ها

از آنجایی که پدیدار نگاری به اینکه مردم چگونه یک پدیده یا موقعیت خاص را تجربه، درک و توصیف می کنند پرداخته و ارتباط معنا دار میان آنچه (به شکل رفتار) که مردم در موقعیت و مواجهه با پدیده تجربه کرده را مورد کاوش قرار می دهد [۸۸]، هدف بر این است که با استفاده از این روش، معنای، اهداف و رفتارهای مهمی که فرد در روایت خود از تجربه مکان در هنگام تشریح دلایل ثبت هر عکس بخصوص بیان می دارد، مورد استخراج و تحلیل قرار گیرد. لذا، تمامی تصاویر در فرایند

جدول ۳. برخی تصاویر ثبت شده توسط مصاحبه شوندگان از مکان های ساحلی

نمونه تصاویر ثبت شده از
محدوده پارک صدف



نمونه تصاویر ثبت شده از
محدوده پارک مرجان



نمونه تصاویر ثبت شده از
محدوده پارک سیادت



مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۸۹

و تفسیر نماید. در این مسیر وظیفه محقق برای شکل دهی به طبقات توصیفی، تمرکز بر مفاهیم و داده های ظهور یافته کلی است تا بر توصیفات شخصی افراد به تنهایی [۸۷]. روش کسب محتوای ظهور یافته به این صورت است که محقق با حفظ چارچوب های مشخص تحقیقی خود سعی در استخراج مفاهیم و کد ها به صورت کاملاً باز می کند. روش استخراج طبقات توصیفی و معانی، به صورت تکراری و مقایسه ای بوده و محقق هر مفهوم جدید ظهور یافته از هر مصاحبه را در فرایند مقایسه ای با معانی قبلی وارد می کند. کد جدید در صورت تجانس در طبقه توصیفی و تم های پیشین ترکیب و در صورت تفاوت حذف می شود. این مسیر تا رسیدن به تصویر کلی و جامع از ساختار تجربه و تا زمانی که هیچ جنبه و مفهوم جدیدی از تجربه ظهور نکرده و محقق با اشباع نظری نرسد، ادامه می یابد [۸۵]. به عبارت دیگر، هر بخش نوشتار حاصل از مصاحبه در دو مرحله مورد تحلیل قرار می گیرد. اول بررسی می شود که از نظر معنایی آیا حاوی ویژگی کیفی خاصی از مکان هست یا خیر. در صورت مثبت بودن جواب و در مرحله دوم، طی چند مرحله مقایسه تطبیقی تصمیم گیری می شود که در تطبیق با معانی ظهور یافته قبلی از جایگاه متمایزی برخوردار است و یا هم جنس و هم معنی معانی پیشین است. در صورت تمایز در مخزن معانی تشکیل دهنده فرایند خلق تجربه باقی می ماند و در صورت مشابهت محتوایی حذف می گردد [۸۸].

۴-۲- مفاهیم استخراج شده

پس از بررسی محتوایی طبقات مفهوم، فضای نتیجه متشکل از پنج طبقات مفهوم و یا ساختار آگاهی در ارتباط با دل بستگی به مکان در محیط ساحلی استخراج گردید (جدول شماره ۴). این ساختار تجربه بر اساس نوع معانی حاصل از تجربه مثبت و ارتباطات به هم پیچیده عاطفی، ذهنی و رفتاری بود که ماهیت اصلی دل بستگی به یک مکان خاص را شکل می دهند [۱۶، ۱۷، ۶۷، ۹۹]. بخش های

استخراج عناصر ارجاعی و ایجاد طبقات توصیفی (تم ها)، کد گذاری محوری و در نهایت برای استخراج هسته و طبقات اصلی مفهوم از کد گذاری گزینشی، استفاده کردند. در فرایند تحلیل اولیه در ابتدا به صورت جداگانه تفاوت ها و شباهت ها میان کد ها برای پرهیز از همپوشانی، مورد بررسی مکرر قرار گرفت و سپس کدهای نهایی مستخرج، به صورت مجزا توسط محققان مورد خوشه بندی و تخلیص محتوایی قرار گرفتند. پس از مرحله تولید طبقات وصفی که بیانگر یکی از مفاهیم مورد نظر افراد نسبت به پدیده مورد مطالعه است و بررسی و بازنگری مکرر آنها به منظور انطباق و گویایی حداکثری با کد ها توسط پژوهشگران، فضای نتیجه به عنوان تصویری کامل از آنچه از مفاهیم افراد تحت مطالعه ادراک شده است، مشخص شد [۸۵، ۹۷]. در هنگام تولید طبقات مفهوم به منظور همگرایی با مفاهیم بررسی شده در پیشینه تحقیق، مقایسه و قابلیت انتقال، از میان سه سازه های شعوری تحلیل گر، اصطلاحات فنی و زبان محاوره ای مصاحبه [۹۸]، مقوله سازی بر اساس اصطلاحات فنی از طریق بررسی و تطبیق کدها و طبقات توسط پژوهشگران استفاده شد.

پس از مشخص شدن طبقات توصیفی و طبقات مفهوم (هسته های معنایی) مختلف محیطی، ساختار تجربه قابل شکل بندی است. در پدیدار نگاری ساختار یک تجربه تشکیل شده از از عنصر ارجاعی (معنی و مفهوم تفسیری) و مجموعه عناصر ساختاری که شامل افق بیرونی (مرزی که مشارکت کننده از آن افق و چشم انداز به پدیده نگریسته) و افق درونی (به عنوان کانون اصلی توجه مشارکت کننده در هنگام توصیف تجربه) بدست می آید. در حقیقت پدیدار نگاری سعی در واکاوی تجربه به تمامی ارکان سازنده آن از مجرای تبیین مفاهیم ظهور یافته از داده های بدست آمده از مشارکت کنندگان مختلف دارد و می کوشد که ابعاد مختلف پنهان پدیده را در قالبی مفهومی و فراگیر تبیین

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۹۰

جدول ۴. کدها، طبقات توصیفی و طبقات مفهوم برگرفته از مصاحبه ها

کدها (موضوعات)	طبقات توصیفی (تم ها)	طبقه مفهوم
دوری گزیدن از دیگران، حس رهایی و آزادی عمل فرار از تنش های زندگی روزمره، آرامش روحی، تجربه سکوت، حس امنیت و در پناه بودن فرصت فکر کردن به مسایل زندگی شخصی، تمرکز روانی و ذهنی	خلوت گزینی آرامش خودشناسی	افق بیرونی: رابطه احساسی فرد و محیط افق درونی ثابت (کانون توجه): سلامت روانی افق درونی متغیر (بخش های کانون توجه): خلوت و آزادی، فرصت خود شناسی، احساس آرامش
فعالیت های هیجان انگیز (بازی های ساحلی و ورزش های آبی، قایق سواری)، تفریح و تفرج (چادر زدن، قدم زدن، غذا خوردن کنار دریا، ماهیگیری غذا دادن به پرندگان، شنا کردن، عکاسی) سلامت و ورزش (پیاده روی، دویدن، استنشاق هوای سالم، دوچرخه سواری)	تفریح تندرستی	افق بیرونی: رابطه فعالیت فرد و محیط افق درونی ثابت (کانون توجه): تامین اهداف فعالیتی افق درونی متغیر (بخش های کانون توجه): فرصت تفریح، هیجان، تامین سلامت
شنیدن صدای امواج، شنیدن صدای پرندگان، شنا کردن، قدم زدن در ساحل ماسه ای جستجوی طبیعت ساحلی و دریا، دیدن آبزیان و پرندگان خاص لذت تماشای زیبایی دریا و آسمان، دیدن ماهیگیران و قایق ها، دیدن غروب خورشید در افق، دید گسترده به مناظر طبیعی، مناظر شبانه ساحل	لذت تجربه لمس طبیعت اکتشاف محیط دیدن زیبایی مناظر طبیعی	افق بیرونی: رابطه احساسی فرد و طبیعت افق درونی ثابت (کانون توجه): قرابت با طبیعت افق درونی متغیر (بخش های کانون توجه): لذت بردن از ویژگی های طبیعی محیط، یادگیری، زیبایی ها
قدم زدن و گفتگو با دوستان، دورهم نشینی با خانواده، شنا کردن با دوستان، پیک نیک و غذا خوردن دور هم، بازی دسته جمعی با اعضای خانواده و دوستان تماشای حضور مردم در کنار هم، همراه شدن در فعالیت های مشترک، دیدن بازی و فعالیت های جمعی دیگران	تجربه شیرین معاشرت حضور در میان گروه های هم سنخ	افق بیرونی: رابطه فرد و اجتماع افق درونی ثابت (کانون توجه): ارتباطات اجتماعی افق درونی متغیر (بخش های کانون توجه): روابط خانوادگی و دوستانه، حس حضور و تعلق اجتماعی
در کنار دریا بودن، حضور در لحظه غروب خورشید، لذت بردن از زیبایی های طبیعی ساحل، پرندگان دریایی، طبیعت بکر، افق گسترده آسمان و دریایی بی کران مبلمان شهری ساحلی بازی های آبی، ورزش های ساحلی، ماهیگیری	ویژگی های محیطی خاص حضور در جمع خاص	افق بیرونی: رابطه شناختی فرد و محیط افق درونی ثابت: احساس خاص بودن و هویت یابی افق درونی متغیر (بخش های کانون توجه): محیط خاص، افراد و گروه های خاص

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۹۱

تشکیل نداده اند. دلیل این موضوع این است که ساختار تجربه تا حد ممکن خلاصه و ساده شده که امکان تفاسیر مجدد و متنوع را در خوانندگان دیگر به حداقل برساند. این فرایند تعدیل و تنظیم تا مرحله تثبیت مفاهیم پیش می رود [۹۷] و در نهایت محقق به این نتیجه می رسد که مفاهیم مستخرج همگی به صورت مستقل، بعدی از تجربه را نمایان می سازند. به همین منظور ساختار تجربه حاصله مجدداً مورد بررسی و تعدیل قرار گرفت با توجه ویژگی های مشترک مکانی میان طبقه سهولت انجام فعالیت دلخواه و پیوند با طبیعت، این دو در هم ادغام شدند. دلیل این موضوع این بود که با اینکه یک طبقه به فعالیت های مطلوب و یک طبقه بر مشخصه های محیط طبیعی ساحلی تمرکز

اصلی فضای نتیجه حاصل، مبنای بحث در خصوص ابعاد اثر گذار در ساخت مفهوم دل بستگی به مکان ساحلی و پرسش های مطرح شده در این رابطه شدند.

۵- بحث

از آنجایی که فرایند خلاصه سازی طبقات مفهومی تا حد امکان باید ادامه یافته و ساختار تجربه بر اساس حداقل راه های تجربه پدیده یا طبقات مفهومی باشد، محقق باید مرتباً نتایج را مورد بازبینی با متون اصلی مصاحبه قرار دهد [۸۷]. این رفت و برگشت میان متون حاصل از مصاحبه و طبقات مفهومی (و حتی میان خود طبقات مفهومی) تا آنجا پیش میرود که اطمینان حاصل شود که هیچ مفهوم مشترکی دو طبقه مجزا را

شکل ۸. فضای نتیجه حاصل از ساختارهای آگاهی در نوار ساحلی بوشهر

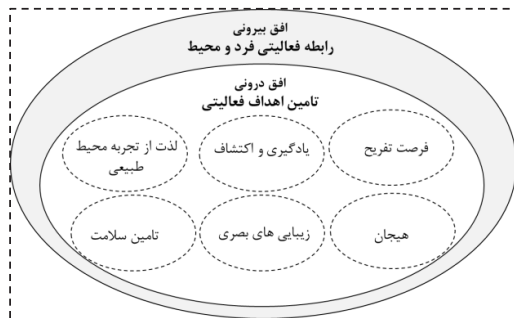


فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۹۲

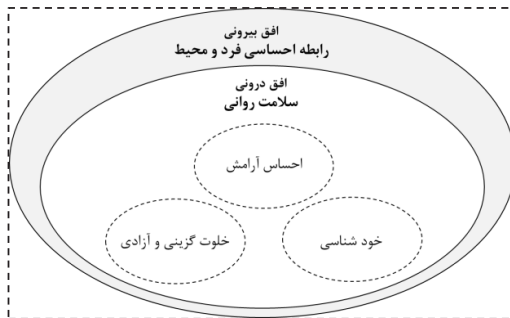
طبقه ۲. فرصت انجام فعالیت دلخواه در مکان

مفهوم: (مکان به مثابه) رضایت ناشی از انجام انواع فعالیت های مطلوب، جذاب و پر هیجان به صورت آزادانه در محیط.



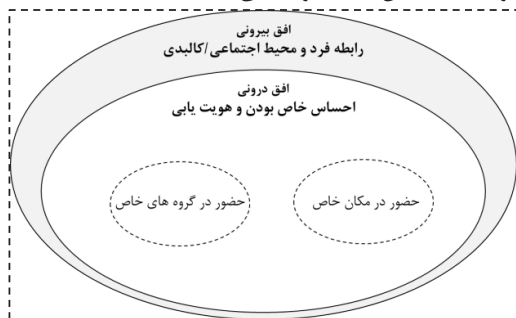
طبقه ۱. پاسخ دهی عاطفی مکان

مفهوم: (مکان به مثابه) زمینه ساز احساس آرامش، رهایی از فضای پر تنش زندگی روزمره، تنها بودن، آزادی و تفکر.



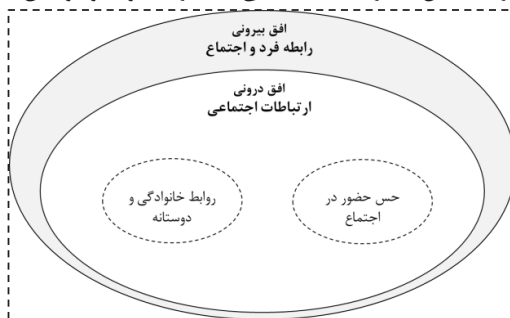
طبقه ۴. هویت یابی از مکان

مفهوم: (مکان به مثابه) پدیده ای هویت بخش به واسطه مولفه های خاص کالبدی و فعالیتی.



طبقه ۳. تجربه روابط اجتماعی مطلوب

مفهوم: (مکان به مثابه) فرصت حضور فرد در میان مردم و فرصت خلق خاطرات به یاد ماندنی به همراه خانواده و دوستان.



عاطفی) تشکیل شده است [۴۵، ۹۹، ۱۰۱، ۱۰۲].

۶- نتیجه گیری و جمع‌بندی

در مجموع با یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های انجام شده، مشخص شد که نهایتاً چهار طبقه مفهوم، ماهیت فرآیند دل‌بستگی مکانی در نوار ساحلی شهر بوشهر را تشکیل می‌دهند. این چهار طبقه همگی به بخشی از مفهوم مکانی ساحل اشاره دارند. به عبارت دیگر، مفهوم مکان ساحلی، مجموعه‌ای از چهار ویژگی مهم برای این افراد بوده و موثرترین عواملی که به صورت مرکب، ساختار تجربه مکان را در ذهن افراد شرکت‌کننده، شکل داده این ویژگی‌های هستند. لازم به ذکر است که این ویژگی‌ها برتری نسبت به هم نپهوانند داشت. چرا که در دل مفهوم هر طبقه، به نوعی رد پای دیگری را می‌توان جستجو کرد. برای مثال در مفهوم هویت یابی از مکان، این هویت به واسطه شرایط خاص کالبدی (به تعبیری دیگر وابستگی مکانی) و هم‌چنین گروه‌های هم‌سنخ (به تعبیری دیگر پیوند‌های اجتماعی) قابل تفسیر است. اما جوهره و تمرکز اصلی هر طبقه مخصوص به خود خواهد بود. این موضوع در هماهنگی با تعبیر توان از ماهیت معانی مکانی است. وی مشخصاً تاکید دارد که معانی مکانی حاصل از تجربه زیسته در مکان، همگی بخشی از یک پدیده ویژه به نام مکان هستند و نمی‌توان این ترکیب را جدا از هم دانست. همچنین مشخص شد که افق بیرونی افراد در روایت‌گری تجربه‌های زیسته، عموماً به ویژگی‌های کالبدی محیط و ابعاد اجتماعی آن اشاره دارند. به عبارت دیگر، افراد مرز تجربی خود در احساس دل‌بستگی به مکان را از هر دو مولفه کالبدی و اجتماعی محیط کسب می‌کنند. لذا محیط ساحلی برایشان علاوه بر تاکیدی که بر دل‌بستگی به دلیل القای حس تنهایی و رهایی از محیط بوجود می‌آورد، در عین حال به دنبال تشکیل روابط اجتماعی بویژه با گروه‌های آشنا هستند. این موضوع در پژوهش‌های دیگر نیز نشان داده شده است. تانگ (۲۰۱۳) مشاهده کرده

داشتند ولی در کل هر دو به رابطه رفتاری مستقیم انسان و محیط اشاره داشتند. به عبارت دیگر هر دو تمرکزشان بر ویژگی‌هایی بود که سبب تسهیل هر چه بهتر ارتباط میان انسان و محیط طبیعی ساحلی می‌شدند. همه این موضوعات با توجه به پژوهش‌های انجام گرفته می‌توانند تحت عنوان مکانی به مثابه ظرفی (مکانی) برای انجام رفتارهای مطلوب در مقایسه با دیگر مکان‌ها شناخته می‌شود [۶۷]. دیوید سیمون (۲۰۱۲) در رویکردی پدیدارشناسانه، این موقعیت را مردم در مکان در مجموعه جغرافیایی نامیده که به مجموعه تجربیات مردم مانند فعالیت‌ها و رفتارها، مراسم و دریافت‌ها چه به صورت خود آگاه و یا ناخودآگاه، فردی یا جمعی در مکان اطلاق می‌شود [۱۰۰].

بنابراین می‌توان ترکیب دو مفهوم پیوند افراد با طبیعت و فعالیت‌های مطلوب در طبیعت را تحت طبقه مفومی جدیدی ترکیب کرد. این طبقه با توجه به ماهیت معنایی هر دو طبقه یعنی وابستگی ارضای نیازها و توقعات مخاطب به ویژگی‌های طبیعی محیط و فعالیت‌هایی که آن بستر تسهیل می‌کند، می‌تواند در وابستگی مکانی نام بگیرد که در هماهنگی کامل با یکی از مهمترین ابعاد پیشتر معرفی شده است. در نهایت فضای نتیجه‌نهایی حاصل از بررسی پدیدارنگارانه تجربیات منجر به دل‌بستگی مکانی در فضای ساحلی شهر بوشهر متشکل از چهار مفهوم مختلف، قابل ترسیم است (شکل شماره ۸). این فضای نتیجه نشان می‌دهد که همانطور که پیشتر مشخص شد، یکی از مدل‌های متاخر تایید شده در مطالعات مربوط به مفهوم دل‌بستگی مکانی، مدلی چهار بعدی متشکل از ابعاد وابستگی مکانی، هویت مکانی، پیوندهای اجتماعی و پیوندهای عاطفی مکان است. محققانی که این مدل را در پژوهش‌های خود تایید کرده‌اند، معتقدند که مفهوم دل‌بستگی مکانی از ابعاد مختلف فعالیت‌ی (وابستگی مکانی)، شناختی (هویت مکانی)، اجتماعی (پیوندهای اجتماعی) و روانی (پیوندهای



احساسی مکانی و فرصت انجام فعالیت های دلخواه به عنوان مهمترین مفاهیم در شکل گیری پدیده دل بستگی به مکان های ساحلی هستند. این پژوهش همچنین تاییدیست بر پژوهش های مبتنی بر مدل های ارزیابانه دل بستگی مکانی چهار بعدی که در برخی از پژوهش های اخیر استفاده شده است و پیشنهاد می کند که برای پژوهش های این حوزه که در بستر محیط های طبیعی انجام می شوند، برای ارزیابی رابطه و شدت اثر متغیر های مختلف بر روی یکدیگر از مدل های چهار بعدی متشکل از هویت مکانی، وابستگی مکانی، پیوند های عاطفی و پیوند های اجتماعی استفاده شود.

۷- قدردانی

این مقاله با حمایت مادی و معنوی سازمان بنادر و دریانوردی جمهوری اسلامی ایران نگارش شده است.

۸- منابع و ماخذ

1. Lewicka, M., Place attachment: How far have we come in the last 40 years? *Journal of Environmental Psychology*, 2011. 31(3): p. 207-230.
2. Baran, P.K., et al., Park Use Among Youth and Adults: Examination of Individual, Social, and Urban Form Factors. *Environment and Behavior*, 2014. 46(6): p. 768-800.
3. Bailey, N., A. Kearns, and M. Livingston, Place Attachment in Deprived Neighbourhoods: The Impacts of Population Turnover and Social Mix. *Housing Studies*, 2011. 27(2): p. 208-231.
4. Kyle, G., et al., Effects of place attachment on users' perceptions of social and environmental conditions in a natural setting. *Journal of Environmental Psychology*, 2004. 24(2): p. 213-225.
5. Amundsen, H., Place attachment as a driver of adaptation in coastal communities in Northern Norway. *Local Environment*, 2013: p. 1-20.
6. Dredge, D., Place change and tourism develop-

که با اینکه یکی از دلایل دل بستگی به محیط های ساحلی امکان تنهایی و جدا بودن از محیط فیزیکی و اجتماعی شهر است، اما افراد در همین محیط های خلوت نیز تمایل به پیدا کردن گروه های هم جنس و برقراری روابط اجتماعی دارند. از سوی دیگر، مشاهده شد که یکی از عواملی که بیشترین بار معنایی را با خود به همراه دارد، رضایت مندی مکانی است. بنا به تعریف استدمن (۲۰۰۲) رضایت مندی مکانی عبارت است از باورهایی موجز و چند بعدی بر اساس قضاوت از کیفیات ادراک شده محیط از سطح پاسخ دهی ویژگی های کالبدی، فعالیتی و خدماتی آن به نیاز ها، توقعات و انتظارات فرد. این موضوع نشان می دهد که سطح خدمات ارائه شده در محیط با توجه به گروه های مختلف افراد و پاسخدهی مناسب به این انتظارات نقش کلیدی در شکل گیری دل بستگی به مکان دارد. این موضوع نیز در مخالفت با یافته های پژوهش های پیشین است که اشاره دارند میزان انطباق فرصت های فعالیتی در محیط رابطه مستقیم و مثبتی با سطح رضایتمندی و دل بستگی به مکان دارند. اما در مورد فضاهای ساحلی، تقریباً تمام طبقات توصیفی، در ارتباط مستقیم با مولفه های طبیعی محیط هستند و عناصر مصنوع نقش چندانی در روایت های افراد از تجارب مکانی شان نداشت. این موضوع موید دو نکته مهم است. اول اینکه طراحی فضا ها و فضاهای همگانی ساحلی در بوشهر، نتوانسته اند و یا نمی توانند در مقابل جذابیت ها و فرصت های تجربی ساحل و دریا در جلب نظر مخاطبین موفق باشند و ارتباط افراد با این محیط بر داشته های طبیعی آن مرتبط است. همچنین این که به طور کلی افراد ذاتاً تمایل دارند که مجاورت خود را با محیط ساحل و عناصر طبیعی آن حفظ کنند تا دیگر فرصت ها. این نکته پیش تر در مطالعات مختلفی بررسی و تایید شده است. به طور کلی این پژوهش نشان داد که چهار طبقه مفهوم هویت بانی از مکان، روابط اجتماعی، پیوند های عاطفی و

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۹۴

- ment conflict: Evaluating public interest. *Tourism Management*, 2010. 31(1): p. 104-112.
7. Devine-Wright, P. and Y. Howes, Disruption to place attachment and the protection of restorative environments: A wind energy case study. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(3): p. 271-280.
8. Burley, D., et al., Place Attachment and Environmental Change in Coastal Louisiana. *Organization & Environment*, 2007. 20(3): p. 347-366.
9. Ramkissoon, H. and F.T. Mavondo, The satisfaction-place attachment relationship: Potential mediators and moderators. *Journal of Business Research*, 2015. 68(12): p. 2593-2602.
10. Ramkissoon, H., L.D. Graham Smith, and B. Weiler, Testing the dimensionality of place attachment and its relationships with place satisfaction and pro-environmental behaviours: A structural equation modelling approach. *Tourism Management*, 2013. 36: p. 552-566.
11. Scannell, L. and R. Gifford, The relations between natural and civic place attachment and pro-environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(3): p. 289-297.
12. Giuliani, M.V., Theory of attachment and place attachment, in *Psychological theories for environmental issues*, M. Bonnes, T. Lee, and M. Bonaiuto, Editors. 2003, Ashgate: Aldershot. p. 137-170.
13. Tuan, Y.F., *Topophilia: a study of environmental perception, attitudes, and values*. 1974, Englewood Cliffs, NK: Prentice-Hall.
14. Proshansky, H.M., A.K. Fabian, and R. Kamnoff, Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 1983. 3(1): p. 57-83.
15. Relph, E., *Place and placelessness*. 1976, London: Pion.
16. Altman, I. and S.M. Low, *Place Attachment*. 1992, New York: Plenum.
17. Scannell, L. and R. Gifford, Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(1): p. 1-10.
18. Amundsen, H., Place attachment as a driver of adaptation in coastal communities in Northern Norway. *Local Environment*, 2015. 20(3): p. 257-276.
19. Lin, C.-C. and M. Lockwood, Forms and sources of place attachment: Evidence from two protected areas. *Geoforum*, 2014. 53(0): p. 74-81.
20. Chen, N., L. Dwyer, and T. Firth, Effect of dimensions of place attachment on residents' word-of-mouth behavior. *Tourism Geographies*, 2014. 16(5): p. 826-843.
21. Raymond, C.M., G. Brown, and D. Weber, The measurement of place attachment: Personal, community, and environmental connections. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(4): p. 422-434.
22. Gross, M.J. and G. Brown, An empirical structural model of tourists and places: Progressing involvement and place attachment into tourism. *Tourism Management*, 2008. 29(6): p. 1141-1151.
23. Kyle, G., A. Graefe, and R. Manning, Testing the Dimensionality of Place Attachment in Recreational Settings. *Environment and Behavior*, 2005. 37(2): p. 153-177.
24. Hidalgo, M.C. and B. Hernández, Place attachment: Conceptual and Empirical Questions. *Journal of Environmental Psychology*, 2001. 21(3): p. 273-281.
25. Williams, D.R. and J.J. Vaske, The measurement of place attachment: Validity and generalizability of a psychometric approach. *Forest science*, 2003. 49(6): p. 830-840.
26. Vaske, J.J. and K.C. Kobrin, *Place Attachment and*



- Environmentally Responsible Behavior. *The Journal of Environmental Education*, 2001. 32(4): p. 16-21.
27. Jorgensen, B.S. and R.C. Stedman, A comparative analysis of predictors of sense of place dimensions: Attachment to, dependence on, and identification with lakeshore properties. *Journal of Environmental Management*, 2006. 79(3): p. 316-327.
28. White, D.D., R.J. Virden, and C.J. van Riper, Effects of Place Identity, Place Dependence, and Experience-Use History on Perceptions of Recreation Impacts in a Natural Setting. *Environmental Management*, 2008. 42(4): p. 647-657.
29. Halpenny, E.A., Pro-environmental behaviours and park visitors: The effect of place attachment. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(4): p. 409-421.
30. Moore, R.L. and A.R. Graefe, Attachments to recreation settings: The case of rail-trail users. *Leisure Sciences*, 1994. 16(1): p. 17-31.
31. Trentelman, C.K., Place Attachment and Community Attachment: A Primer Grounded in the Lived Experience of a Community Sociologist. *Society & Natural Resources*, 2009. 22(3): p. 191-210.
32. Williams, D.R. and J.W. Roggenbuck, Measuring Place Attachment: Some Preliminary Results, in *The session on Outdoor Planning and Management*. 1989, NRPS Symposium on Leisure Research: San Antonio, Texas.
33. Lalli, M., Urban-related identity: Theory, measurement, and empirical findings. *Journal of Environmental Psychology*, 1992. 12(30): p. 285-303.
34. Cuba, L. and D.M. Hummon, A PLACE TO CALL HOME: Identification With Dwelling, Community, and Region. *Sociological Quarterly*, 1993. 34(1): p. 111-131.
35. Twigger-Ross, C.L. and D.L. Uzzell, Place and Identity Processes. *Journal of Environmental Psychology*, 1996. 16(3): p. 205-220.
36. Hernández, B., et al., The role of place identity and place attachment in breaking environmental protection laws. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(3): p. 281-288.
37. Lewicka, M., Place attachment, place identity, and place memory: Restoring the forgotten city past. *Journal of Environmental Psychology*, 2008. 28(3): p. 209-231.
38. Halpenny, E.A., Environmental behaviour, place attachment and park visitation: A case study of visitors to Point Pelee National Park, in *Recreation and Leisure Studies*. 2006, University of Waterloo: Waterloo, Ontario, Canada.
39. Hammitt, W.E., E.A. Backlund, and R.D. Bixler, Place Bonding for Recreation Places: Conceptual and Empirical Development. *Leisure Studies*, 2006. 25(1): p. 17-41.
40. Hay, R., Sense of Place in Developmental Context. *Journal of Environmental Psychology*, 1998. 18(1): p. 5-29.
41. Williams, D.R., et al., Beyond the commodity metaphor: Examining emotional and symbolic attachment to place. *Leisure Sciences*, 1992. 14(1): p. 29-46.
42. Gosling, E. and K.J.H. Williams, Connectedness to nature, place attachment and conservation behaviour: Testing connectedness theory among farmers. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(3): p. 298-304.
43. Kyle, G., et al., An Examination of Recreationists' Relationships with Activities and Settings. *Leisure Sciences*, 2004. 26(2): p. 123-142.
44. Kyle, G., et al., An Examination of the Relationship between Leisure Activity Involvement and Place



فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

■ ۲۹۶ ■

- Attachment among Hikers Along the Appalachian Trail. 2003, 2003. 35(3).
45. Wynveen, C.J., G.T. Kyle, and S.G. Sutton, Natural area visitors' place meaning and place attachment ascribed to a marine setting. *Journal of Environmental Psychology*, 2012. 32(4): p. 287-296.
46. Brown, G., Mapping Spatial Attributes in Survey Research for Natural Resource Management: Methods and Applications. *Society & Natural Resources*, 2004. 18(1): p. 17-39.
47. Stedman, R.C., Toward a Social Psychology of Place: Predicting Behavior from Place-Based Cognitions, Attitude, and Identity. *Environment and Behavior*, 2002. 34(5): p. 561-581.
48. Proshansky, H.M., The City and Self-Identity. *Environment and Behavior*, 1978. 10(2): p. 147-169.
49. Mazumdar, S. and S. Mazumdar, Religion and place attachment: A study of sacred places. *Journal of Environmental Psychology*, 2004. 24(3): p. 385-397.
50. Devine-Wright, P. and S. Clayton, Introduction to the special issue: Place, identity and environmental behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(3): p. 267-270.
51. Bernardo, F., et al., The Role of Place Identity in the Perception, Understanding, and Design of Built Environments. null. Vol. null. 2012. 45.
52. Bernardo, F. and J. Palma-Oliveira, Place identity, place attachment and the scale of place: The impact of place salience. *Psychology*, 2013. 4(2): p. 167-193.
53. Prayag, G. and C. Ryan, Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 2012. 51(3): p. 342-356.
54. Kaltenborn, B.P., Nature of place attachment: A study among recreation homeowners in Southern Norway. *Leisure Sciences*, 1997. 19(3): p. 175-189.
55. Manzo, L.C. and D.D. Perkins, Finding Common Ground: The Importance of Place Attachment to Community Participation and Planning. *Journal of Planning Literature*, 2006. 20(4): p. 335-350.
56. Kasarda, J., D. and M. Janowitz, Community Attachment in Mass Society. *American Sociological Review*, 1974. 39(3): p. 328-339.
57. Hernandez, B., et al., Place attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of Environmental Psychology*, 2007. 27(4): p. 310-319.
58. Comstock, N., et al., Neighborhood attachment and its correlates: Exploring neighborhood conditions, collective efficacy, and gardening. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(4): p. 435-442.
59. Clayton, S., et al., Introduction: Identity and the natural environment. null. Vol. null. 2003. 1.
60. Burholt, V., The dimensionality of 'place attachment' for older people in rural areas of South West England and Wales. *Environment and Planning A*, 2012. 44(12): p. 2901-2921.
61. Ramkissoon, H., B. Weiler, and L.D.G. Smith, Place attachment, place satisfaction and pro-environmental behaviour: a comparative assessment of multiple regression and structural equation modelling. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2013. 5(3): p. 215-232.
62. Ramkissoon, H. and F. Mavondo, Proenvironmental Behavior: The Link Between Place Attachment and Place Satisfaction. *Tourism Analysis*, 2014. 19(6): p. 673-688.
63. Tonge, J., et al., The Effect of Place Attachment on Pro-environment Behavioral Intentions of Visitors to Coastal Natural Area Tourist Destinations. *Journal of Travel Research*, 2014.



64. Kil, N., et al., Place attachment as a mediator of the relationship between nature-based recreation benefits and future visit intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 2012. 20(4): p. 603-626.
65. Halpenny, E. Fostering return visitation to naturebased destinations: The role of place attachment, length of affiliation, frequency of visitation and distance between residence and destination. 2012.
66. Yuksel, A., F. Yuksel, and Y. Bilim, Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management*, 2010. 31(2): p. 274-284.
67. Jorgensen, B.S. and R.C. Stedman, Sense of place as an attitude: Lakeshore owners attitudes toward their properties. *Journal of Environmental Psychology*, 2001. 21(3): p. 233-248.
68. Manzo, L. and P. Devine-Wright, *Place Attachment: Advances in Theory, Methods and Applications*. 2013, New York: Routledge.
69. Devine-Wright, P., Place attachment and public acceptance of renewable energy: A tidal energy case study. *Journal of Environmental Psychology*, 2011. 31(4): p. 336-343.
70. Stokols, D. and S.A. Shumaker, *People in places: A transactional view of settings. Cognition, social behavior, and the environment*. 1981, Hillsdale, NJ: Erlbaum.
71. Tsai, S.-p., Place Attachment and Tourism Marketing: Investigating International Tourists in Singapore. *International Journal of Tourism Research*, 2012. 14(2): p. 139-152.
72. Ram, Y., P. Björk, and A. Weidenfeld, Authenticity and place attachment of major visitor attractions. *Tourism Management*, 2016. 52: p. 110-122.
73. Fitzjohn, M., Viewing places: GIS applications for examining the perception of space in the mountains of Sicily. *World Archaeology*, 2007. 39(1): p. 36-50.
74. Clark-Ibáñez, M., Framing the Social World With Photo-Elicitation Interviews. *American Behavioral Scientist*, 2004. 47(12): p. 1507-1527.
75. Beckley, T.M., et al., Snapshots of What Matters Most: Using Resident-Employed Photography to Articulate Attachment to Place. *Society & Natural Resources*, 2007. 20(10): p. 913-929.
76. MacKay, K.J. and C.M. Couldwell, Using Visitor-Employed Photography to Investigate Destination Image. *Journal of Travel Research*, 2004. 42(4): p. 390-396.
77. Tonge, J., et al., A Photo-elicitation Approach to Exploring the Place Meanings Ascribed by Campers to the Ningaloo Coastline, North-western Australia. *Australian Geographer*, 2013. 44(2): p. 143-160.
78. Harper, D., Talking about pictures: A case for photo elicitation. *Visual studies*, 2002. 17(1): p. 13-26.
79. Guillemin, M. and S. Drew, Questions of process in participant-generated visual methodologies. *Visual Studies*, 2010. 25(2): p. 175-188.
80. Prosser, J.D., *Visual methodology. Collecting and interpreting qualitative materials*, 2012: p. 177.
81. Kyle, G. and G. Chick, The Social Construction of a Sense of Place. *Leisure Sciences*, 2007. 29(3): p. 209-225.
82. Degen, M.M. and G. Rose, The Sensory Experiencing of Urban Design: The Role of Walking and Perceptual Memory. *Urban Studies*, 2012. 49(15): p. 3271-3287.
83. Rose, G., *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. 2007: SAGE Publications.
84. Croghan, R., et al., Young People's Constructions of Self: Notes on the Use and Analysis of the Pho-





فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۹۹

- to Elicitation Methods. *International Journal of Social Research Methodology*, 2008. 11(4): p. 345-356.
85. Marton, F., Phenomenography: A Research Approach to Investigating Different Understandings of Reality. *Journal of Thought*, 1986. 21(3): p. 28-49.
86. Cohen, M.Z., D.L. Kahn, and R.H. Steeves, Hermeneutic phenomenological research: A practical guide for nurse researchers. 2000: Sage Publications.
87. Åkerlind, G.S., Variation and commonality in phenomenographic research methods. *Higher Education Research & Development*, 2005. 24(4): p. 321-334.
88. Marton, F. and S.A. Booth, Learning and awareness. 1997: Psychology Press.
89. Zenker, S. and N. Rütter, Is satisfaction the key? The role of citizen satisfaction, place attachment and place brand attitude on positive citizenship behavior. *Cities*, 2014. 38: p. 11-17.
90. Amsden, B.L., R.C. Stedman, and L.E. Kruger, The creation and maintenance of sense of place in a tourism-dependent community. *Leisure Sciences*, 2010. 33(1): p. 32-51.
91. Kuzel, A.J., Sampling in qualitative inquiry. 1992.
92. Morse, J.M., Designing funded qualitative research. 1994.
93. Patton, M.Q., Qualitative research. 2005: Wiley Online Library.
94. Creswell, J.W., Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. 2013: Sage publications.
95. Denzin, N.K., Sociological methods: A source-book. 5th ed. 2006: McGraw-Hill Companies.
96. Bowden, J.A. and P. Green, Doing developmental phenomenography. *Doing Developmental Phenomenography*, 2005: p. vi.
97. Marton, F., Phenomenography—describing conceptions of the world around us. *Instructional science*, 1981. 10(2): p. 177-200.
98. Strauss, A. and J. Corbin, Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory. 1998: Sage Publications, Inc.
99. Kyle, G.T., J. Jun, and J.D. Absher, Repositioning Identity in Conceptualizations of Human-Place Bonding. *Environment and Behavior*, 2014. 46(8): p. 1018-1043.
100. Seamon, D., Place attachment and phenomenology: The synergistic dynamism of place. *Place attachment: Advances in theory, methods and applications*, 2014: p. 11-22.
101. Xu, Z. and J. Zhang, Antecedents and consequences of place attachment: A comparison of Chinese and Western urban tourists in Hangzhou, China. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2015.
102. Ramkissoon, H., L.D.G. Smith, and B. Weiler, Relationships between place attachment, place satisfaction and pro-environmental behaviour in an Australian national park. *Journal of Sustainable tourism*, 2013. 21(3): p. 434-457.
103. Tuan, Y.F., Space and place: The perspective of experience. Vol. null. 1977, Minneapolis: University of Minnesota Press. 496.
104. Adevi, A.A. and P. Grahn, Attachment to Certain Natural Environments: A Basis for Choice of Recreational Settings, Activities and Restoration from Stress? *Environment and Natural Resources Research*, 2011.

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

■ ۳۰۰ ■