

## تبیین جایگاه نشانه‌های شهری در حفظ و ارتقای دل‌بستگی به مکان با تأکید بر تصویر ذهنی

### شهروندان (مطالعه موردی: شهر سنندج)

سوران مصطفوی صاحب\* - کارشناس ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشکده شهرسازی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران  
فرزانه ساسان‌پور - دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی تهران  
محمدرضا پورآقدم - کارشناس ارشد برنامه‌ریزی منطقه‌ای باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان واحد اصفهان  
علیرضا صادقی‌زاده - کارشناس ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشکده شهرسازی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۰۴/۲۲ تأیید مقاله: ۱۳۹۷/۰۳/۲۳

#### چکیده

نشانه‌شناسی شهری و توجه به معنا و تأثیرات آن بر کاربران فضا از رویکردهای نوینی است که به‌تازگی در مطالعات شهری کاربرد یافته است. بررسی عوامل نشانگی که هم‌زمان وجوه مختلف معنایی، عملکردی و احساسی را در شکل‌دهی فضای ادراکی در نظر می‌گیرد، می‌تواند گامی برای معنابخشی به فضا و ایجاد حس مکان-حس دل‌بستگی در مخاطب باشد. پژوهش حاضر، توصیفی-تحلیلی-هم‌بستگی، و از نوع پژوهش‌های شناختی است که با پیمایش میدانی، تحلیل محتوا، مصاحبه توأم با پرسشنامه و تحلیل نقشه‌نگاری ذهنی صورت گرفت. یافته‌های این مطالعه بیانگر روابط درونی میان نشانه‌ها و ادراک معنادار شهروندان است؛ تا آنجا که خود را با آن بازمی‌شناسند. نشانه‌هایی که با ویژگی‌هایی مانند «قرارگیری در بافت تاریخی»، «داشتن تمایز فرمی از پیرامون»، «داشتن کاربری مذهبی-تجاری» و عملکردهایی از قبیل «المان شهری» همراه هستند، در نقشه‌های ذهنی مردم سنندج اهمیت بیشتری دارند. در میان عوامل مهم دل‌بستگی به مکان، در نشانه مسجد جامع (دارالاحسان) و پارک آبی‌در، مؤلفه دل‌بستگی معنایی، و در نشانه میدان آزادی و بازار آصف مؤلفه دل‌بستگی بیشترین میانگین را دارند. در مجموع با توجه به مقدار میانگین تفاوت‌ها در ۱۰ نشانه برتر، نقش عامل معنایی از دو عامل عملکردی و احساسی در ارتقای دل‌بستگی به مکان در سطح شهر سنندج قوی‌تر است؛ بنابراین، طراحان و برنامه‌ریزان شهری می‌توانند تغییرات و طراحی محیط را با توجه به عناصر حاوی بارهای معنایی در زندگی شخصی و جمعی افراد انجام دهند و امکان دل‌بستگی به مکان را فراهم کنند.

کلیدواژه‌ها: تصویر ذهنی، حس مکان، دل‌بستگی مکانی، شهر سنندج، نشانه‌های شهری.

## مقدمه

هویت و دل‌بستگی به مکان یکی از راه‌های ارتباط میان انسان و مکان است که با فرهنگ، سابقه تاریخی، خاطرات جمعی، نوع و ماهیت فناوری ساخت، عملکردها، نشانه‌ها، فرم‌ها و نمادهای شهری، همچنین ویژگی‌های بصری و کالبدی درک می‌شود (امین‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۴). عوامل مختلف کالبدی، معنایی و کارکردی در نقش شهر، بستری مؤثر برای پاسخگویی به نیازها و ظرفی تأثیرگذار برای فعالیت‌ها و رفتارهای ساکنان هستند که از میان آن‌ها شاخص‌های بصری نقش مهمی در کیفیت فضاهای شهری دارند. عناصر بصری بستری را فراهم می‌کنند که بر رفتار شهروندان تأثیر می‌گذارد و زمینه بروز رفتارهای اجتماعی خاصی را پدید می‌آورد (Appleyard, 1979: 146) و در نهایت سبب تعامل با محیط و دیگران می‌شود. این تعاملات نتایج قابل‌تأملی از جمله شکل‌گیری خاطره، خلق معنی و دل‌بستگی به مکان را در پی دارد. نشانه‌های شهری از دیگر عواملی هستند که نقش مهمی در ایجاد معانی برای شهروندان دارند و می‌توانند نماد توسعه شهری، پیشرفت، هویت (در مقیاس محلی و ملی) یا نشانه‌ای برای معرفی تمامیت شهر تلقی شوند. این نمادها رابط میان شکل و محتوا، دال و مدلول، معناکننده و معناشونده هستند و تغییر در آن‌ها ممکن و جایز نیست (حبیبی و مقصودی، ۱۳۸۶: ۱۰).

ویژگی‌های عینی و ذهنی آثار معماری، به‌واسطه تجلی فرم بیرونی و ارتباطی که با خاطرات و تصاویر ذهنی برقرار می‌کنند، بر ادراک و احساس شهروندان مؤثرند. امروزه تضعیف حس مکان و دل‌بستگی به آن، موجب تغییر در احساس و تصور مردم از مکان، از بین رفتن ارزش‌ها و معناها شده است. از آنجا که معنا و دل‌بستگی از خواص مکان است، نبود آن هویت را تضعیف می‌کند. به عبارت دیگر، بحران هویت ناشی از فقدان مکان به معنای واقعی آن است؛ فقدان آن که انسان را با لایه‌های دیگر وجود خویش که به شناخت او از خود و محیط پیرامون کمک می‌کنند ارتباط می‌دهد. این امر سبب خلق معانی و تصاویر گوناگون از مکان‌های متفاوت در ذهن انسان می‌شود که مکان را با ویژگی‌هایی مانند ارزش، دل‌بستگی، حس و هویت همراه می‌کند. ایجاد پیوندهای عاطفی با مکان پیش از نیازهای تعادل روانی قرار دارد و لازمه غلبه بر بحران‌های هویتی است (Lewicka, 2008: 211). از عناصر ایجادکننده این پیوند نشانه‌ها و عناصر ادراکی شهری هستند. مفهوم نشانه‌های شهری به‌عنوان حوزه ارتباطی قوی، شامل معانی و پیام‌هایی است که افراد براساس نقش‌ها، ترجیحات، انگیزه‌ها و سایر عوامل، آن را رمزگشایی و درک می‌کنند. این مفهوم که منتج از ابعاد ادراکی<sup>۱</sup> و تداعی‌کننده<sup>۲</sup> محیط است، امری مهم در هماهنگی و دل‌بستگی فرد با آن به‌شمار می‌آید. نشانه‌های حضورپذیری بهینه افراد در عرصه‌های عمومی، با زمینه‌سازی برای ایجاد خاطره فردی و جمعی لذت‌بخش، سبب شکل‌گیری تصویر ذهنی واضح، خوانا و مطلوب از حضور در عرصه عمومی در ذهن ناظران فضا می‌شود (پورجعفر و صادقی، ۱۳۸۷: ۹۶).

نشانه‌ها و عناصر ادراکی شهری با برقراری پیوند میان فرد (به‌عنوان عضوی از گروه) و مکان چنین کیفیتی را برای او ایجاد می‌کنند و با خلق معنی در فضا به ایجاد هویت مکانی-دل‌بستگی مکانی می‌انجامند. براین اساس، اگر عناصر

1. Perceptual  
2. Associational

زمینه‌ساز دل‌بستگی مکانی در شهر تداوم یابد، هویت فرد و گروه حفظ خواهد شد (پرتوی و آزاد، ۱۳۹۲: ۱). با توجه به این مفهوم، پژوهش پیش‌رو در چارچوب نظری محیط و رفتار<sup>۱</sup> بنا شده است و به دنبال اهداف زیر است:

- شناسایی و ارزیابی انواع نشانه‌های شهری که ساکنان شهر سنج از آن‌ها به عنوان مکان شهری یاد می‌کنند؛
- تبیین و فهم روابط میان ویژگی‌های شناختی و رفتار فضایی شهروندان در مکان با تأکید بر نشانه‌های شهری؛
- بررسی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر شکل‌گیری و تداوم دل‌بستگی مکانی شهروندان در ارتباط با نشانه‌های سنج که بتوان با آن تبلور عینی حضور ساکنان را فراهم کرد.

### پیشینه نظری و عملی پژوهش

ریشه پژوهش‌های حوزه رابطه انسان و مکان، عمدتاً در روان‌شناسی محیط و در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ است؛ یعنی زمانی که بر اهمیت مکان و نقش آن در سلامت فردی تأکید می‌شد. می‌توان دستاورد این مطالعات را در حوزه دل‌بستگی مکانی در قالب سه گروه طبقه‌بندی کرد:

۱. مطالعاتی که به ویژگی‌های مکان اشاره دارند؛
۲. مطالعاتی که به عامل زمان پرداخته‌اند؛
۳. مطالعاتی که به ویژگی‌های انسان متکی هستند.

از جمله مطالعات مرتبط با نشانه‌شناسی فضا که با کاربست تحلیلی ادراکی از منظر شهر با کمک پرسشنامه و مصاحبه با ساکنان صورت گرفته است، می‌توان به مطالعات لینچ (۱۹۶۱)، لدروت (۱۹۷۳)، فاوک (۱۹۷۳) و کرمپن (۱۹۷۹) اشاره کرد (pipkin et al., 1983: 32).

لینچ با اتکا به حس جهت‌یابی و عوامل مؤثر فرم در شکل‌گیری تصویر ذهنی، به پاره‌ای از خصوصیات گشتالت (ادراک شکل) در ادراک و فهم نشانه‌های شهری در ذهن ساکنان شهر پرداخت. در این پژوهش که پیرامون سیمای شهر صورت گرفت، بر کالبد محیط زندگی انسان به عنوان متغیری مستقل تأکید شد. لینچ به دنبال صفاتی کالبدی بود که با خلق تصویری از علائم مشخص و بافت شهر در ذهن ارتباط داشت.

لدروت با استفاده از مصاحبه و پرسشنامه، واکنش افراد را در برابر تصاویری از شهر بررسی کرد تا نقش طبقه اجتماعی آن‌ها را در شکل‌گیری نقشه ذهنی‌شان از شهر تحلیل کند. وی نتیجه گرفت به تصویر کشیدن سیمای تخیلی از شهر، تولیدی اجتماعی-ایدئولوژیکی محسوب می‌شود. روش لدروت بیشتر براساس گفت‌وگو با ساکنان و انعکاس تصویر شهر در این اطلاعات بود تا نقشه‌های ذهنی شهر.

کرامپن براساس روان‌شناسی ادراک به نشانه‌شناسی فضا پرداخت و روش روان‌شناسانه را پیشنهاد کرد. همچنین تکنیکی را برای تفکیک عناصر ادراکی «مصادقی»<sup>۲</sup> از «مفهوم»<sup>۳</sup> ارائه داد.

1. Environment and Behavior  
2. Denotative  
3. Connotative

جدول ۱. شناخت‌شناسی شهری آن مودون (دریافت و برداشت ذهنی و تجربی از شهر)

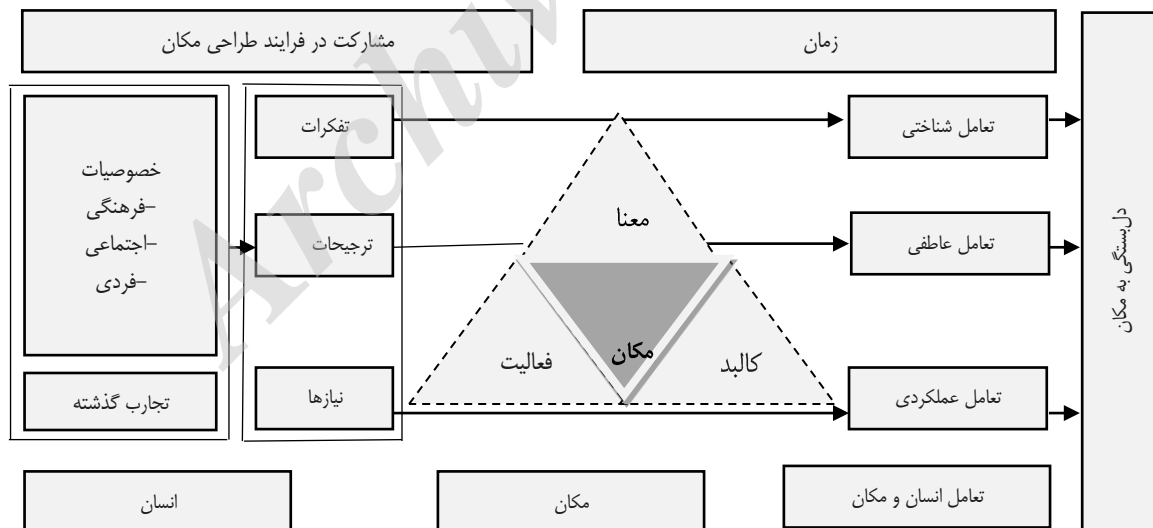
موضوع پژوهش	دوره	کانون پژوهش	نوع پژوهش	صاحب‌نظران	ایده اصلی
مطالعات تاریخ شهر	دهه ۱۹۲۰	ذهنی و عینی	پژوهشی	مامفورد، ۱۹۶۱ دیوس، ۱۹۶۸ موریس، ۱۹۷۲ کوستاف، ۱۹۹۱	ارزیابی نقادانه طرح‌های گذشته
مطالعات تصویری	دهه ۱۹۵۰	عینی	پژوهشی	سیت، ۱۸۸۹ آنوین، ۱۹۰۹ کالن، ۱۹۶۱ هالپرین، ۱۹۶۶	نشانه‌های تصویری شهرها
مطالعات تصویری (ارزیابی سیمای شهر)	از دهه ۱۹۶۰ تا دهه ۱۹۷۰	ذهنی	میدانی	لینچ، ۱۹۶۱ اپیلارد، ۱۹۶۴ آسپه‌ارا، ۱۹۸۳ هیگوجی، ۱۹۸۳	مردم چگونه شهرها را مشاهده و درک می‌کنند؟ طرح‌واره ذهنی مردم چگونه است؟
مطالعات رفتاری محیطی	دهه ۱۹۵۰	ذهنی و عینی	میدانی	راپاپورت، ۱۹۷۷ مور، ۱۹۸۵ آلمن، ۱۹۸۶ گهل، ۱۹۸۷	مردم چگونه محیط ساخته‌شده را مشاهده و درک می‌کنند؟ این دو عامل چگونه بر هم تأثیر می‌گذارند؟
مطالعات مکان	دهه ۱۹۷۰	ذهنی و عینی	میدانی و پژوهشی	رلف، ۱۹۷۶ نوربرگ شولتز، ۱۹۸۳ وایت، ۱۹۸۸ هیس، ۱۹۹۰	مردم چگونه محیط اطراف خود را مشاهده و احساس می‌کنند و آن را به کار می‌گیرند و این دو چگونه بر هم تأثیر می‌گذارند؟
مطالعات فرهنگ مادی	دهه ۱۹۲۰	عینی	پژوهشی	ولف، ۱۹۶۵ ونتوری، ۱۹۷۷ جکسون، ۱۹۸۰ برانسکیل، ۱۹۸۱	کیفیت عینیت‌های فضاهای ساخته‌شده
مطالعات گونه شناسی-ریخت شناسی	دهه ۱۹۵۰	عینی	پژوهشی	کنزن، ۱۹۶۰ ولف، ۱۹۶۵ وایت هند، ۱۹۸۱ آلدورسی، ۱۹۸۲ مودون، ۱۹۸۶	شهر لایه‌ای، تجزیه‌ای و ریخت شناسی
مطالعات ریخت شناسی-فضا	دهه ۱۹۵۰	عینی	پژوهشی	اندرسون، ۱۹۷۷ هیلر و هانسون، ۱۹۸۴ گاتیدنر، ۱۹۸۶	شکل فضایی شهر و هندسه
مطالعات اکولوژی-طبیعت	دهه ۱۹۸۰	عینی و ذهنی	پژوهشی	مک‌هارگ، ۱۹۷۱ هوگ، ۱۹۸۴ آسپرین، ۱۹۸۴ وندراين، ۱۹۸۶	فرایند طبیعی و محیط ساخته‌شده

منبع: Cuthbert, 2006: 253

## مبانی نظری پژوهش

### دل‌بستگی به مکان و مفاهیم مرتبط با آن

این واژه بیانگر احساسات فرد از موقعیتی جغرافیایی است که به‌طور حسی فرد را به آن مکان گره می‌زند و تجربه‌ای مثبت از مکان به‌شمار می‌آید (Rubenstein and Parmelee, 1992: 138). همچنین نتیجه اعتقادات و احساسات مثبتی است که در فرایند تعامل با مکان و معنا بخشیدن به آن خلق می‌شود (Milligan, 1998: 1). دل‌بستگی به مکان مفهومی است که رابط میان مردم و مکان و نقطه اتصال آن‌هاست. تأثیر حسی، عاطفی و درونی مکان بر انسان، مرکز تفکر دل‌بستگی به مکان است؛ زیرا انسان‌ها می‌توانند به شیء، خانه، ساختمان، محله یا یک قرارگاه طبیعی جذب شوند (دانشپور و همکاران، ۱۳۸۸: ۳۹). در واقع، دل‌بستگی به مکان، ارتباط نمادین با آن است که با دادن معانی عاطفی و حسی مشترک فرهنگی توسط افراد به مکانی خاص یا یک سرزمین تبدیل می‌شود. همچنین مبنای نحوه ادراک گروه یا فرد از مکان و چگونگی ارتباط وی با آن است (Low and Altman, 1992: 5). در فرایند دل‌بستگی به مکان، فضا برای فرد به مکان تبدیل می‌شود. چرا یک گروه یا فرد در برقراری ارتباط با مکان به آن معنا می‌بخشند (Rubenstein and Parmelee, 1992: 139). در این فرایند، افراد ارتباط خود، دیگران و مکان را توسعه می‌دهند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد دل‌بستگی به مکان نقشی مهم در انگیزه حضور و مراقبت از فضاهای عمومی مانند میدان‌ها، پارک‌های شهری و نشانه‌های شهری ایفا می‌کند (Kyle et al., 2003: 42).



شکل ۱. فرایند دل‌بستگی به مکان

منبع: دانشپور و همکاران، ۱۳۸۸: ۴۵

## ابعاد دل‌بستگی به مکان

دل‌بستگی به مکان<sup>۱</sup> ابعاد گوناگونی دارد که مدنظر پژوهشگران قرار گرفته است. تیلور آن دل‌بستگی را با ابعاد زیر تعریف می‌کند:

۱. وابستگی کالبدی: ریشه‌داشتن که به قدمت و مکان و زمان آشنایی با آن اشاره دارد؛

۲. وابستگی اجتماعی: قیدوبندهای بومی و محلی یا همان وابستگی‌های اجتماعی افراد و گروه‌ها در فضا (Taylor et al., 1985: 527).

لاو و آلتمن دل‌بستگی به مکان را با توجه به ابعاد زیر توصیف می‌کنند:

۱. نوع خاص مکان<sup>۲</sup>: اهمیت معنایی به مکان از نظر اجتماعی که ایجادکننده دل‌بستگی عاطفی به آن است (Tuan, 1977: 23).

۲. هویت مکان<sup>۳</sup>؛

۳. درونی‌بودن مکان<sup>۴</sup>؛

۴. گونه مکان<sup>۵</sup>؛

۵. ریشه‌داشتن در مکان<sup>۶</sup>؛

۶. تجسم محیطی<sup>۷</sup>؛

۷. احساس جمعی<sup>۸</sup>؛

۸. این‌همانی با نام<sup>۹</sup> (Low and Altman, 1992: 1-12).

به‌طور کلی در تبیین ابعاد دل‌بستگی به مکان دو دیدگاه غالب وجود دارد:

۱. هنگامی فرد به موضوعی دل‌بستگی پیدا می‌کند که از یک‌سو بتواند به نیازها و انتظارات خود پاسخ دهد و از سوی دیگر آن را با الگوهای ذهنی ساخته‌شده از «خود»<sup>۱۰</sup> به‌صورتی هماهنگ ارزیابی کند. برپایه این دیدگاه، دل‌بستگی به مکان شامل دو بعد عملکردی و عاطفی است:

بعد عملکردی: این بعد به برآوردن نیازها و اهداف فردی مبنی بر کیفیت مکان در پاسخگویی به نیازهای کاربران در مقایسه با سایر مکان‌های مشابه موجود می‌پردازد که وابسته به تجارب قبلی فرد، نحوه دسترسی به مکان و الگوهای فعالیتی موجود در آن است (Willams, 2003: 18).

بعد عاطفی: این بعد با تعامل حسی انسان و مکان و نقش آن در هویت فردی ارتباط دارد. همچنین به ابعادی از

1. Place attachment
2. Type of place
3. Place identity
4. Insiderness
5. Genres of place
6. Rootedness
7. Environmental visualization
8. Community sentiment
9. Identity to name a few
10. Self

«خود» می‌پردازد که بیانگر هویت فرد در ارتباط با مکان کالبدی است. این نوع جذبه، مکان انگیزه حضور و گذراندن وقت در آن است. همچنین به پیوندهای حسی فرد با مکانی خاص تکیه دارد و در طول زمان با مراجعات مکرر به آن شکل می‌گیرد (Proshansky, 1978: 155). این بعد ضمن ایجاد حس تعلق اجتماعی و معنابخشیدن به زندگی فرد، سبب بروز رفتارهای پاسخگو و متعهد در قبال مکان می‌شود و می‌تواند رفتارهای محیطی را ارتقا ببخشد (Vaske and Korbin, 2001: 16).

۲. در این دیدگاه، تعریف دل‌بستگی به مکان با دو بعد وابستگی به مکان و هویت مکان صورت می‌گیرد. وابستگی به مکان با سه بعد زیر تعریف می‌شود:

الف) توانایی پاسخگویی مکان به نیازهای فرد: فرصت‌هایی که مکان برای رفع نیازها و اهداف فرد فراهم می‌کند و به وجود یا امکان مشارکت در فعالیت‌های خاص در مکان اشاره دارد.

ب) تأثیرات حسی مرتبط با مکان: احساس مثبت یا منفی به یک مکان.

ج) میزان تجربه‌های قبلی فرد از مکان، مبنی بر تعداد تجربه‌های قبلی او از مکان‌های مشابه، تعداد دفعات حضور در مکان‌های خاص و میزان توقف در مکان (دانشپور و همکاران، ۱۳۸۸: ۳۹).

هویت مکان: از دیدگاه رلف، هویت مکان تشخیص یا تمایز مکانی ایجاد می‌کند که پایه شناخت آن به‌عنوان یک کل متمایز است (Relph, 1978: 45). در واقع، هویت مکان به آنچه افراد درباره مکانی خاص در ذهن خود می‌سازند یا تصویر آن مکان برای آن‌ها اطلاق می‌شود. این هویت به تصویر ذهنی، تولید تجربه‌ها، تفکرات، خاطرات دو احساس بی‌واسطه و تفسیر هدفمند از آنچه وجود دارد و آنچه باید باشد گفته می‌شود (همان: ۵۶). این امر با ساختار کالبدی مکان گره خورده و آن را از سایر مکان‌ها متمایز کرده است. در عین حال، هویت مکان نوعی دل‌بستگی عاطفی با مکان بر پایه اهمیت نمادین آن به‌عنوان ظرف عواطف و ارتباطات است که به فرد، هدف و معنا می‌بخشد (Willams and Vaske, 2003: 830).

ابعادی از «خود» که هویت فردی شخص را در ارتباط با مکان کالبدی تبیین می‌کند، بازتاب خاطرات ذخیره‌شده و نمادهای تجربیدی از خود و مکان فرد است؛ بنابراین، هویت مکان براساس عناصر نمادین، عامل زمان، نوع تجارب کسب شده در مکان، دستاوردهای حسی و روان‌شناختی فرد در رابطه با مکان خاطرات گذشته افراد، ابعاد بومی و محلی و کیفیت مکان شکل می‌گیرد؛ بنابراین، افراد بر این پایه خود را با نوع خاصی از سکونتگاه بازمی‌شناسند و با آن احساس این‌همانی دارند (Feldman, 1990: 183).

### مفهوم نشانه، نشانه شهری، معنی، شناسایی

از دیدگاه پیرس<sup>۱</sup> نشانه عنصری است که مابه‌ازای چیز دیگری قرار می‌گیرد و از این طریق، قابل فهم می‌شود یا معنایی را تداعی می‌کند (بانی مسعود، ۱۳۸۴: ۱۵۹). گیرو<sup>۲</sup> نیز نشانه را محرک یا جوهر محسوسی می‌داند که تصویر آن در ذهن

1. Charles Sanders Peirce.

2. Giro

ما با تصویر ذهنی محرکی دیگر تداعی می‌شود. کارکرد محرک نخستین، برانگیختن محرک دوم با هدف برقراری ارتباط است (گیرو، ۱۳۸۰: ۳۹). از نظر لینچ «نشانه‌های شهری» عواملی هستند که ناظر از بیرون به آن‌ها نگاه می‌کند و ممکن است مقیاس بسیار متفاوتی داشته باشد. برخی از این نشانه‌ها جنبه نمادین و ملی دارند و هنگامی این جنبه را به خود می‌گیرند که براساس تجربیات و اندوخته‌های فرهنگی و ریشه‌دار جامعه شکل گرفته باشند (پورجعفر، ۱۳۸۹: ۸۳). معنی از نظر لینچ یعنی اینکه شهر تا چه اندازه می‌تواند به‌وضوح درک شود، از نظر ذهنی قابل‌شناسایی باشد و ساکنان، آن را در زمان و مکان تجسم کنند. همچنین آن ساختار ذهنی تا چه اندازه با ارزش‌ها و مفاهیم جامعه در ارتباط است؛ یعنی انطباق محیط با توانایی‌های احساسی و ذهنی و ساختارهای فرهنگی (لینچ، ۱۳۸۷: ۵۲). «شناسایی» عبارت است از آشنایی با محیطی خاص که سبب امنیت احساسی، عاطفی و لذت‌بردن از محیط می‌شود. شناسایی درواقع، پایه‌ای برای حس تعلق داشتن انسان به محیط است (شولتز، ۱۳۸۸: ۳۵).

### ادراک و فرایند ادراک محیط

واژه ادراک در فرهنگ لغات دهخدا به معنای دریافتن اشیای غیر محسوس، فهم، تعقل، فهمیدن، بررسی‌دن، درک کردن، در رسیدن به، در رسیدن کسی را و بالغ شدن آمده است. در تعاریف گوناگون ادراک، خلق معنی و معنادار شدن یافته‌های حسی، و ذهنی‌بودن فرایند ادراکی نقشی محوری دارد. از این منظر، ادراک به معنای فرایند ذهنی یا روانی است که گزینش و سازماندهی اطلاعات و درنهایت معنابخشی به آن‌ها را به‌گونه‌ای فعال برعهده دارد. به بیان دیگر پدیده ادراک، فرایندی ذهنی است که طی آن تجربه‌های حسی معنادار می‌شود و از این طریق انسان روابط امور و معانی اشیاء را درمی‌یابد (ایروانی و خداپناهی، ۱۳۷۱: ۲۵).

از دیدگاه ادراک بصری، دنیایی که افراد می‌بینند، واقعیت محض محیط نیست، بلکه برپایه محدودیت‌های شناختی آنان ساخته می‌شود (Johnson, 2009: 95)؛ بنابراین، سنجش اعتبار تصاویر، تعبیر و تفسیر آن، به تجربه‌های پیشین و تطبیق یافته‌ها با داشته‌های قبلی نیازمند است. در نتیجه هر ادراکی با دریافت حسی آغاز می‌شود و با خلق معنی (که پس از ارزیابی و تطبیق یافته‌های محسوس پدیدار می‌شود) در ذهن پایان می‌یابد، اما کار اساسی در این فرایند، تأویل یافته هاست. ظهور هر معنی ناگزیر از چنین کنشی است؛ به‌طوری‌که افراد هیچ‌گاه دریافت‌کننده‌های ایستای محیط پیرامونشان نیستند، بلکه محرک‌های محیطی را گزینش، و فعالانه تفسیر و تأویل می‌کنند؛ بنابراین، توصیف محیط هیچ‌گاه نمی‌تواند خنثی و بی‌طرف باشد (Johnson, 2009: 96). بدین ترتیب محیط‌های یکسان و واحد، ادراکات متفاوتی در ذهن افراد شکل می‌دهند. می‌توان نتیجه گرفت در فرایند ادراک، مشاهده موضوعات و آثار محیط (ادراک حسی) و طبقه بندی آن‌ها برپایه ذهنیات و پیش‌داشته‌ها، مقدمه و زمینه‌ساز تداعی معانی (مراتب بالاتر ادراک) در مُدرک است که برحسب تفاوت ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی، و تجارب فردی و جمعی پیشین متفاوت خواهد بود؛ از این‌رو در هر فرایند ادراکی، خلق معانی ارزشی صورت می‌گیرد.



## تصویر ذهنی و نقش حضور نشانه‌های شهری در شکل‌گیری دل‌بستگی به مکان

شهر مفهومی انتزاعی و ذهنی نیست، بلکه نوع خاصی از سازمان‌یافتگی زندگی اجتماعی منطبق با فضا محسوب می‌شود. به همین دلیل، سرشار از معنا، واقعیت‌های کالبدی و تجربه‌های انسانی است و رابطه عاطفی عمیقی با انسان برقرار می‌کند. انسان‌ها با توجه به ویژگی‌های فیزیولوژیکی و اجتماعی خود، مانند سن، جنس، طبقه اجتماعی، قومیت، ملیت و تخصص، اطلاعات دریافتی از محیط را نظم می‌دهند و تصویری از شهر که پایه و اساس هرگونه کنش و واکنش فرد با محیط می‌شود، در ذهن خود ایجاد می‌کنند (پاکزاد، ۱۳۷۵: ۱۰۶). براساس مطالعات لینچ درباره تصویر ذهنی افراد از شهر، شهروندان «نقشه ذهنی» شهر یا محله خود را در پنج عنصر «مسیر»، «گره»، «نشانه»، «محله» و «لبه»<sup>۱</sup> و روابط میان آن‌ها خلاصه می‌کنند.

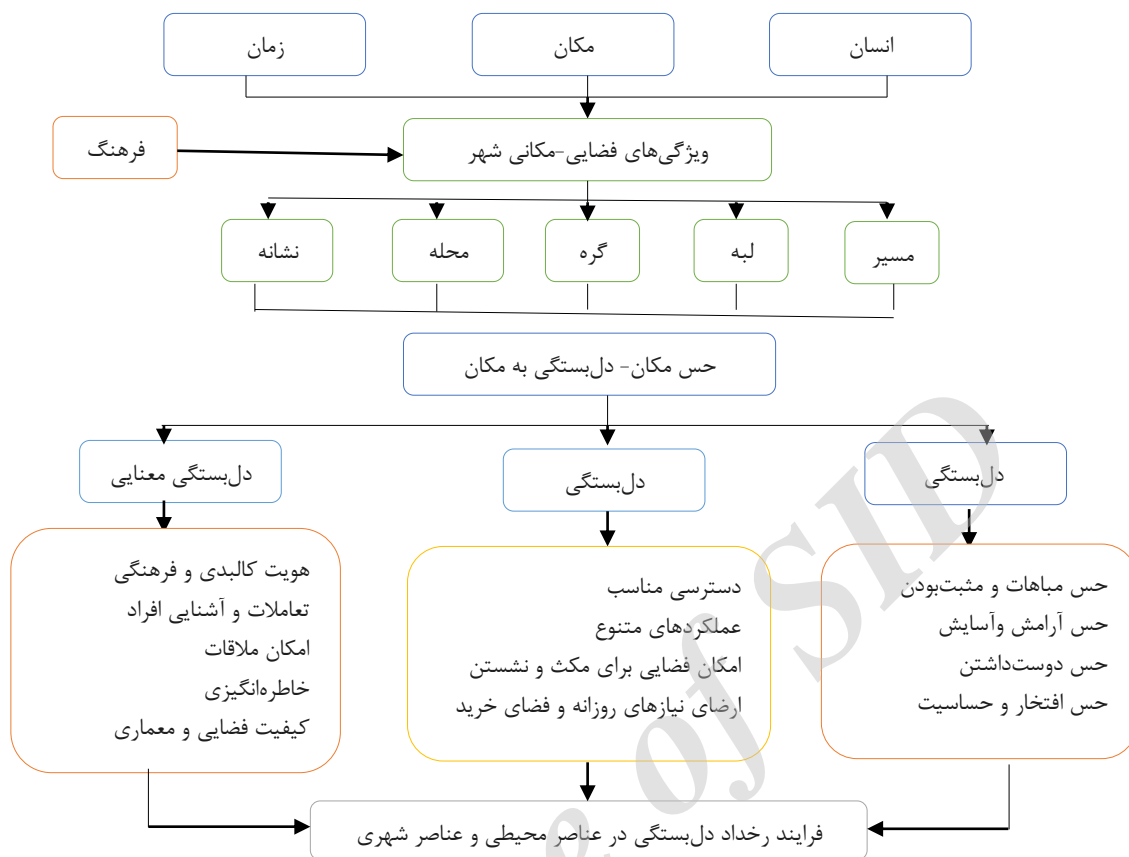


شکل ۲. فرایند نشانه‌شدن بنای برج آزادی برای شهر تهران در ذهن شهروندان

منبع: ترکاشوند و مجیدی، ۱۳۹۲: ۷

حاصل تعاریف فوق، ناظر بر ویژگی‌های کالبدی فضای شهری است، اما آنچه در کنار این کالبد به تصویر ذهنی شهر در ذهن مخاطب معنا می‌دهد، کیفیت حضور انسان و بروز رفتار اجتماعی متناسب و مرتبط با عناصر مذکور است. به بیان دیگر می‌توان مؤثرترین عامل را در فرایند شکل‌گیری و معناپذیری به مکان، کیفیت حضور انسان و کانون‌های اجتماعی در فضای شهری برشمرد. در واقع، تصویر ذهنی تجمعی از درک ساختار محیط و ویژگی‌های مفاهیم ذهنی محیط است که نقشی مهم در ثبت نشانه‌ها دارد. مؤثرترین نقش تصویر فوق این است که مخاطب به کمک آن می‌تواند برای تعقیب مقاصد خود در شهر حرکت کند. ستاده‌های حاصل از تصاویر ذهنی مشترک از شهر در تلفیقی چندوجهی، سبب شکل‌گیری قراردادهای اجتماعی، الگوهای مشترک و سامانه‌ای از رمزگان‌ها می‌شود که بن‌مایه‌های اصلی در توصیف نظام‌های نشانه‌ای در شهر و فرایند رمزگشایی از آن‌ها به‌شمار می‌آیند. نقشه‌شناختی، پیوندی میان فرایند فکر انسان و محیط کالبدی برقرار می‌کند (بحرینی، ۱۳۸۶: ۱۰۳) و به قدری اهمیت دارد که برخی آن را شرط لازم برای بقای انسان و رفتارهای روزمره او می‌دانند (لنگ، ۱۳۸۱: ۱۶۸).

1. Path, Node, Landmark, District, Edge



شکل ۳. مدل تحلیلی و متغیرهای پژوهش

### محدوده مورد مطالعه پژوهش

شهر سنندج در موقعیت جغرافیایی ۳۵ درجه و ۲۰ دقیقه عرض شمالی، و ۴۷ درجه و ۱۸ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ، و ۱۵ درجه طول غربی از نصف‌النهار تهران قرار دارد. این شهر مرکز استان کردستان و همواره به‌عنوان شهر برتر این استان مطرح است. سنندج با جمعیت ۳۷۵ هزار و ۲۸۰ نفر در سال ۱۳۹۰، ۴ هزار و ۶۵ هکتار از بستر طبیعی شهر را اشغال کرده است. در پژوهش حاضر، ۲۲ ناحیه این شهر در قالب ۵ منطقه شهری براساس تقسیمات کالبدی-سیاسی وزارت مسکن و شهرسازی (۱۳۹۰) مدنظر قرار گرفت. با توجه به ویژگی‌های بارز نشانه‌های شهری و عملکردی آن‌ها، سلسله‌مراتب نشانه‌های شهری منتخب‌شده در دسته‌بندی «نشانه در مقیاس کل شهر»<sup>۱</sup> سنندج قرار دارد. این شهر به‌دلیل قدمت تاریخی و قرارگیری در موقعیت جغرافیایی و اقلیمی، با ویژگی‌های ممتاز شهرنشینی همراه است. همچنین سابقه طولانی سکونت در آن، سبب شکل‌گیری بناهای گران‌بهای تاریخی شده است که در هویت‌بخشی و حس تعلق مکانی به این شهر نقشی مهم ایفا می‌کند.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر، شناختی و توصیفی-تحلیلی-هم‌بستگی است و در آن عناصر شاخص شهر که در حافظه جمعی مردم

حضور فعال دارد، مدنظر قرار گرفته است. از آنجا که هدف این پژوهش کشف تأثیر تفاوت‌های ناشی از فضا و کاراکتر نشانه‌های مورد بررسی بر دل‌بستگی مکانی است، از بررسی تطبیقی «کشف مغایرت» استفاده شد. همچنین به‌منظور شناسایی معیارها و عوامل تأثیرگذار بر شکل‌گیری و تداوم دل‌بستگی مکانی، رهیافت موردمحوری به‌کار رفت. از سوی دیگر، نشانه‌ها و عناصر ادراکی شهری با مدل «ارزیابی ترجیحات مردم» ارزیابی شد که در آن ارزش‌گذاری براساس احساس افراد به منظر و نشانه و ادراک آن‌ها از این دو مقوله صورت گرفت (Seamon, 1982; Tuan: 1974). یکی از شیوه‌های این مدل «طبقه‌بندی کیفیت» است (Fairweather et al., 2002) و مراحل آن شامل تعیین جامعه آماری، تهیه عکس، تهیه فرم مصاحبه، قدم‌زنی عرضی، مصاحبه ژرفکاوانه توأم با پرسشنامه، تهیه کروکی برای شناخت ادراک ساکنان و تحلیل‌های کمی مبنی بر اطلاعات جمع‌آوری شده است.

### جامعه آماری و حجم نمونه‌ها

جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل تمام ساکنان شهر سنجند براساس داده‌های سرشماری سال ۱۳۹۰ است. از آنجا که این پژوهش کیفی-میدانی است، مستلزم تعامل گسترده با مخاطبان و جامعه آماری پژوهش است که با مصاحبه و پرسش‌های عمیق در زمینه ادراک آن‌ها از محیط محقق می‌شود. براین اساس، حجم نمونه‌گیری‌های این‌گونه پژوهش‌ها به‌طور معمول گسترده نیست و کیفیت مخاطبان بیش از کمیت آن‌ها مدنظر قرار می‌گیرد؛ از این‌رو از شیوه نمونه‌گیری هدفمند یا نظری استفاده شد. نمونه‌ها تا مرحله اشباع<sup>۲</sup> نظری داده‌ها ادامه داشت (حسن‌زاده، ۱۳۹۱: ۱۲۱). پس از بازبینی و ویرایش نسخه اولیه پرسشنامه، ویرایش نهایی آن با ۲۰۰ نسخه<sup>۳</sup> در میان جامعه آماری پژوهش توزیع و تکمیل شد. در این میان، مصاحبه با افرادی صورت گرفت که درباره موضوع یا جنبه‌هایی از آن، اطلاعات و شناخت به‌نسبت کافی داشتند. ساکنان از بدو تولد در شهر ساکن بودند و رده سنی آن‌ها ۳۰ به بالا بود. دلیل انتخاب این افراد، توانایی آن‌ها در ارائه تصویر ذهنی گذشته تا امروز با جزئیات جامع‌تر بود. در مرحله بعد، اطلاعات به‌دست‌آمده از مرحله شناخت، طبقه‌بندی و گونه‌بندی شد.

### جمع‌آوری داده‌های شناختی-ذهنی

پس از تبیین هدف پژوهش و ارائه توضیحات و راهنمایی‌های لازم به پاسخگران، از آن‌ها خواسته شد در کروکی‌هایی از محیط هر منطقه که در مقیاس یکسان در قطع A<sub>4</sub> تهیه، و برخی ویژگی‌های شاخص محیط در آن مشخص شده بود، اجزای شناختی مهم آن منطقه شامل لبه‌ها، گره‌ها و نشانه‌ها را شناسایی و تعیین کنند؛ از این‌رو ساکنان با توجه به سابقه ذهنی قوی و در صورت نیاز به پیمایش، کروکی خود را تکمیل کردند. سپس از آن‌ها خواسته شد تا به پرسش‌های طراحی شده پاسخ دهند. محور این پرسش‌ها به شرح زیر است.

۱. شاخص‌ترین و مهم‌ترین مکان‌ها و بناهای شهر بر روی نقشه چیست؟
۲. اهمیت این بخش‌ها برای آن‌ها به چه دلیل است؟
۳. دلایل به‌خاطر سپاری اجزای محیط‌ها و نشانه‌ها چیست؟

۴. چه مشخصه‌های فیزیکی این عناصر سبب به‌خاطر سپاری و دل‌بستگی شده است؟  
در نهایت از پرسش‌شوندگان خواسته شد میزان دل‌بستگی خود را به جزء مدنظر بیان کنند. اجزای یادشده نقاطی مشخص و ثبت‌شده در تصویر ذهنی مردم هستند که با شاخصه‌های قرارگاه رفتاری همراه‌اند (شکل ۴).



شکل ۴. عناصر و نشانه‌های شهری مستخرج از تصاویر ذهنی شهروندان

## بحث و یافته‌ها

## گونه‌شناسی کالبدی عناصر ادراکی شهروندان

نشانه‌های شهری عناصری هستند که نقشی مهم در احراز هویت، حس مکان و دل‌بستگی مکانی به فضاها دارند؛ مکانی که نشانه‌های آشنای شکلی و تصویری ندارد، با هویت کم‌رنگی همراه است و خوگیری با آن ممکن نیست (شولتز، ۱۳۸۵: ۴۹). آن دسته از معیارها و مشخصات نشانه‌های شهری که به‌نظر می‌رسد سبب برجستگی و ایجاد حس دل‌بستگی شده، در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. ویژگی‌های بررسی‌شده نشانه‌های شهری مستخرج از تصاویر ذهنی شهروندان

نشانه‌های شهری	تکرار در نقشه‌ها (از ۲۰۰)	علت شاخص بودن	کاربری	ارزش میراثی	نحوه استقرار	استقرار در بافت	استقرار از نظر نوع محور	تمایز فرمی
مسجد جامع (دارالاحسان)	۱۶۸	عملکردی-بیانی	مذهبی	بله	پیوسته	تاریخی	جمع و پخش کننده	دارد
میدان آزادی (اقبال)	۱۴۲	عملکردی-بیانی	المان شهری فضای سبز	بله	منفرد	تاریخی	شیرانی درجه ۱	دارد
پارک آبیدر	۱۴۰	ترکیبی	فضای سبز	خیر	منفرد	غیرتاریخی	شیرانی درجه ۱	ندارد
بازار قدیم	۱۳۶	بصری-عملکردی	تجاری	بله	پیوسته	تاریخی	شیرانی درجه ۲	دارد
خانه کورد (عمارت آصف)	۱۳۰	ترکیبی	فرهنگی	بله	پیوسته	تاریخی	جمع و پخش کننده	دارد
پارک دیدگاه	۱۲۸	عملکردی-بیانی	فضای سبز	خیر	پیوسته	تاریخی	شیرانی درجه ۱	ندارد
پارک امیریه	۱۲۴	عملکردی-بیانی	فضای سبز	خیر	منفرد	غیرتاریخی	شیرانی درجه ۲	ندارد
میدان انقلاب	۱۲۳	بصری-بیانی	المان شهری	خیر	منفرد	تاریخی	شیرانی درجه ۱	ندارد
دانشگاه کردستان	۱۲۰	بصری-بیانی	آموزشی	خیر	منفرد	غیرتاریخی	شیرانی درجه ۲	دارد
عمارت خسروآباد	۱۱۷	بصری-بیانی	فرهنگی	بله	پیوسته	تاریخی	دسترسی محلی	دارد
مسجد هاجر خاتون	۱۱۴	بصری	مذهبی	بله	پیوسته	تاریخی	دسترسی محلی	دارد
میدان محمد اوراز	۱۰۹	بصری-بیانی	المان شهری	خیر	منفرد	غیرتاریخی	شیرانی درجه ۱	ندارد
المان مستوره	۹۳	بصری-بیانی	المان شهری	خیر	منفرد	غیرتاریخی	شیرانی درجه ۲	دارد

## ادامه جدول ۲. ویژگی‌های بررسی شده نشانه‌های شهری مستخرج از تصاویر ذهنی شهروندان

نشانه‌های شهری	تکرار در نقشه‌ها (از ۲۰۰)	علت شاخص بودن	کاربری	ارزش میراثی	نحوه استقرار	استقرار در بافت	استقرار از نظر نوع محور	تمایز فرمی
میدان سنه‌دژ	۸۷	بصری- عملکردی	حمل و نقل	خیر	منفرد	غیر تاریخی	شربانی درجه ۱	ندارد
پارک ملت	۷۱	عملکردی	فضای سبز	خیر	پیوسته	غیر تاریخی	شربانی درجه ۱	ندارد
مجتمع فجر	۵۶	ترکیبی	فرهنگی	خیر	پیوسته	غیر تاریخی	شربانی درجه ۱	دارد
استادیوم سنندج	۴۸	بصری- عملکردی	ورزشی	خیر	منفرد	غیر تاریخی	شربانی درجه ۱	دارد
عمارت وکیل	۴۳	بصری-بیانی	فرهنگی	بله	پیوسته	تاریخی	شربانی درجه ۲	دارد
عمارت احمدزاده	۴۰	بیانی	فرهنگی	بله	منفرد	تاریخی	شربانی درجه ۲	دارد
خانه سالمندان	۳۹	عملکردی-بیانی	درمانی	خیر	منفرد	غیر تاریخی	شربانی درجه ۱	دارد
ساختمان شهرداری	۳۵	عملکردی-بصری	اداری	بله	پیوسته	تاریخی	شربانی درجه ۲	دارد
ساختمان صداوسیما	۳۴	عملکردی-بصری	فرهنگی	خیر	پیوسته	غیر تاریخی	شربانی درجه ۱	دارد
حمام خان	۲۱	بصری	فرهنگی	بله	منفرد	تاریخی	جمع و پخش کننده	دارد
عمارت سالار سعید	۲۰	بصری	فرهنگی	بله	منفرد	تاریخی	دسترسی محلی	دارد
عمارت مشیردیوان	۱۶	بصری	فرهنگی	بله	پیوسته	تاریخی	شربانی درجه ۲	دارد
میدان سه‌رودی	۱۴	بصری- عملکردی	حمل و نقل	خیر	منفرد	غیر تاریخی	شربانی درجه ۱	ندارد
مسجد خورشیدلقا	۱۴	بصری- عملکردی	مذهبی	بله	پیوسته	تاریخی	دسترسی محلی	ندارد
حمام شیشه	۱۲	بصری	فرهنگی	بله	منفرد	تاریخی	جمع و پخش کننده	ندارد
بیمارستان بعثت	۱۱	بصری- عملکردی	درمانی	خیر	پیوسته	غیر تاریخی	شربانی درجه ۱	دارد
عمارت امجدالاشرف	۱۰	بصری	فرهنگی	بله	منفرد	تاریخی	دسترسی محلی	دارد
عمارت ملک التجار	۱۰	بصری	فرهنگی	بله	منفرد	تاریخی	دسترسی محلی	دارد
مجتمع مخابراتی	۸	بصری- عملکردی	اداری	خیر	منفرد	غیر تاریخی	شربانی درجه ۱	دارد

### بررسی میزان دل‌بستگی شهروندان به نشانه‌های ادراک‌شده

برای سنجش میزان دل‌بستگی از ۳ مؤلفه و ۱۲ معیار در طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت استفاده شد. همچنین به‌منظور کمی‌سازی ۴ گویه پژوهش، مقیاس‌سازی به‌کار رفت. در تدوین این معیارها از شیوه «بازپیرایی معکوس» استفاده شد. بدین صورت که ابتدا استخراج و تدوین معیارهای موردنظر براساس مبانی نظری صورت گرفت. سپس در طبقه‌بندی موضوعی به شاخص‌های عمومی‌تر تعمیم داده شد. درنهایت شاخص‌های به‌دست‌آمده براساس موضوع، در یکی از ابعاد سه‌گانه عام شهرسازی دسته‌بندی شدند. نتایج تحلیل داده‌های مربوط به وضعیت معیارهای دل‌بستگی به مکان در نشانه‌های منتخب، با مقایسه میانگین در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳. میانگین معیارهای تأثیرگذار بر دل‌بستگی به مکان با تأکید بر نشانه‌ها و عناصر شاخص شهری

مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده دل‌بستگی به مکان															
میانگین مؤلفه‌ها			دل‌بستگی معنایی ( $X^3$ )				دل‌بستگی عملکردی ( $X^2$ )				دل‌بستگی احساسی ( $X^1$ )		نشانه‌های شهری		
$X^3$	$X^2$	$X^1$	ایجاد خاطرها	امکان ملاقات	تعاملات و آشنایی افراد	هویت کالبدی و فرهنگی	فضای خرید	امکان مکث و نشستن	عملکردهای متنوع	دسترسی مناسب	حس افتخار و حساسیت	حس دوست‌داشتن		حس آرامش و لذت	حس مباهات و مثبت‌بودن
۳/۱۰	۲/۳۰	۲/۹۷	۳/۵۴	۲/۹۸	۲/۱۸	۳/۷۰	۱/۴۴	۳/۴۳	۱/۱۱	۳/۲۱	۳/۷۸	۳/۳۲	۲/۳۳	۲/۴۳	عمارت مشیر دیوان
۳/۱۱	۲/۳۴	۳/۲۵	۳/۳۳	۲/۸۹	۲/۲۶	۳/۹۷	۱/۱۰	۳/۵۶	۱/۴۵	۳/۲۴	۴/۳۰	۳/۲۱	۳/۴۰	۲/۱۰	عمارت سالارسعید
۴/۵۳	۴/۲۶	۴/۴۶	۴/۰۰	۴/۵۵	۴/۶۶	۴/۸۹	۲/۶۶	۴/۶۰	۴/۸۸	۴/۹۰	۴/۷۳	۳/۹۹	۴/۷۷	۴/۳۳	مسجد جامع (دارالاحسان)
۴/۱۰	۲/۲۷	۳/۹۱	۴/۳۴	۳/۶۶	۳/۶۵	۴/۷۶	۱/۰۰	۱۲/۳	۱/۱۳	۳/۸۱	۴/۱۲	۳/۸۷	۴/۱۰	۳/۵۴	عمارت وکیل‌الملک
۴/۰۷	۲/۲۵	۳/۸۳	۴/۳۲	۳/۸۷	۳/۴۱	۴/۶۸	۱/۰۰	۳/۴۴	۱/۰۰	۳/۵۵	۴/۴۶	۳/۹۶	۳/۷۷	۳/۱۲	عمارت احمدزاده خانۀ کورد
۴/۴۴	۳/۰۷	۴/۸۲	۴/۷۹	۳/۹۶	۴/۱۱	۴/۸۹	۱/۶۵	۴/۱۱	۲/۱۶	۴/۳۴	۴/۹۱	۴/۸۱	۴/۶۹	۴/۸۸	عمارت (آصف)
۲/۴۶	۱/۴۸	۲/۴۲	۳/۳۱	۲/۳۲	۱/۱۱	۳/۱۱	۰/۰۰	۲/۱۲	۱/۱۰	۲/۶۹	۳/۳۲	۲/۶۸	۲/۲۲	۱/۴۴	عمارت امجدالاشرف
۴/۰۳	۳/۱۸	۴/۱۳	۴/۸۷	۳/۵۶	۲/۷۴	۴/۹۴	۲/۳۳	۳/۳۶	۲/۳۴	۴/۶۷	۴/۸۹	۳/۷۲	۴/۲۳	۳/۶۷	عمارت خسروآباد
۲/۰۷	۱/۵۹	۲/۰۶	۱/۹۸	۱/۹۴	۱/۷۶	۲/۶۰	۰/۰۰	۲/۷۲	۰/۰۰	۳/۶۵	۲/۹۴	۲/۶۰	۱/۶۰	۱/۱۰	عمارت ملک التجار

## ادامه جدول ۳. میانگین معیارهای تأثیرگذار بر دل‌بستگی به مکان با تأکید بر نشانه‌ها و عناصر شاخص شهری

میانگین مؤلفه‌ها	مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده دل‌بستگی به مکان												نشانه‌های شهری		
	دل‌بستگی معنایی ( $X^3$ )				دل‌بستگی عملکردی ( $X^2$ )				دل‌بستگی احساسی ( $X^1$ )						
$X^3$	$X^2$	$X^1$	ایجاد خاطره‌ها	امکان ملاقات	تعاملات و آشنایی افراد	هویت کالبدی و فرهنگی	فضای خرید	امکان مکث و نشست	عملکردهای متنوع	دسترسی مناسب	حس افتخار و حساسیت	حس دوست‌داشتن	حس آرامش و لذت	حس مبهات و مثبت‌بودن	
۴/۱۴	۳/۴۰	۳/۷۱	۳/۳۳	۴/۲۱	۴/۳۵	۴/۶۷	۲/۶۷	۴/۷۸	۲/۹۸	۳/۱۶	۳/۴۴	۳/۶۱	۴/۱۱	۳/۶۷	مسجد هاجرخاتون
۲/۸۱	۱/۵۱	۲/۸۰	۲/۸۱	۳/۲۳	۱/۲۸	۳/۹۱	۱/۳۲	۳/۶۰	۱/۱۰	۲/۳۹	۲/۷۶	۲/۱۰	۲/۵۴	۳/۷۸	مسجد خورشیدلقا
۲/۵۶	۱/۹۶	۲/۵۵	۲/۸۸	۱/۶۷	۱/۴۳	۴/۲۴	۱/۲۰	۱/۵۴	۱/۲۱	۳/۸۹	۳/۲۲	۳/۱۲	۲/۵۴	۱/۳۲	حمام شیشه
۳/۱۵	۲/۴۰	۳/۳۰	۳/۳۳	۲/۷۲	۲/۶۷	۳/۸۹	۱/۹۹	۲/۶۵	۱/۲۶	۳/۷۱	۳/۴۹	۳/۸۹	۳/۶۹	۲/۱۳	حمام خان
۲/۳۸	۲/۲۹	۱/۷۲	۲/۷۶	۱/۶۷	۲/۶۵	۲/۴۳	۱/۱۸	۱/۴۳	۲/۲۳	۴/۳۲	۲/۵۴	۱/۴۵	۱/۵۴	۱/۳۳	بیمارستان بعثت
۴/۲۱	۴/۶۹	۳/۶۹	۳/۸۷	۳/۹۸	۴/۴۷	۴/۵۳	۴/۹۱	۴/۱۲	۴/۸۲	۴/۸۹	۴/۲۳	۳/۷۴	۳/۴۳	۳/۳۴	بازار قدیم (آصف)
۳/۴۳	۳/۱۹	۳/۶۹	۳/۸۷	۳/۳۴	۳/۷۶	۲/۷۶	۳/۱۲	۳/۹۹	۲/۰۰	۳/۶۵	۴/۱۲	۳/۶۶	۳/۵۴	۳/۳۴	استادیوم سندج
۴/۰۴	۳/۲۱	۴/۶۲	۴/۶۷	۴/۳۳	۳/۲۹	۳/۸۷	۲/۴۹	۳/۷۶	۳/۱۲	۳/۴۵	۴/۲۳	۴/۸۹	۴/۵۸	۴/۷۶	دانشگاه کردستان
۳/۷۲	۳/۱۳	۳/۵۰	۳/۷۶	۳/۸۷	۳/۵۶	۳/۶۷	۱/۱۱	۳/۶۵	۳/۴۵	۴/۳۲	۳/۸۸	۲/۷۸	۳/۶۸	۳/۶۷	مجتمع فرهنگی فجر
۳/۰۵	۲/۶۷	۳/۵۷	۳/۸۷	۳/۵۶	۳/۶۵	۴/۷۶	۱/۰۰	۳/۳۳	۲/۲۳	۴/۱۱	۳/۹۱	۳/۶۷	۳/۴۴	۳/۲۴	ساختمان شهرداری
۲/۹۴	۳/۰۲	۲/۹۴	۴/۲۳	۳/۶۷	۳/۸۶	۳/۵۸	۱/۰۰	۳/۵۴	۲/۸۷	۴/۶۵	۳/۵۶	۲/۵۴	۳/۱۲	۲/۵۴	ساختمان صداوسیما
۳/۷۲	۲/۵۲	۳/۷۹	۳/۹۷	۳/۹۸	۳/۴۸	۳/۴۳	۱/۲۲	۳/۷۶	۱/۴۲	۳/۶۶	۳/۹۸	۳/۵۴	۳/۹۸	۳/۶۶	خانه سالمنان
۱/۴۶	۱/۶۵	۰/۲۵	۱/۱۰	۱/۷۹	۱/۶۴	۱/۳۱	۱/۲۲	۱/۴۱	۱/۹۸	۱/۹۹	۰/۰۰	۱/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	مجتمع مخابراتی
۴/۰۴	۴/۳۰	۳/۶۹	۳/۵۴	۳/۶۹	۴/۶۵	۴/۲۹	۳/۶۷	۴/۳۱	۴/۳۳	۴/۸۷	۳/۳۴	۳/۹۹	۳/۸۷	۳/۵۴	میدان انقلاب
۳/۴۴	۳/۷۳	۳/۶۵	۳/۲۳	۳/۶۷	۳/۲۱	۳/۶۵	۳/۷۸	۳/۵۶	۲/۴۵	۴/۱۲	۳/۹۸	۳/۶۸	۳/۴۴	۳/۴۸	میدان سنه دژ
۳/۵۷	۳/۵۵	۳/۹۹	۳/۳۴	۳/۳۹	۳/۱۱	۴/۴۳	۳/۱۰	۳/۹۹	۳/۲۲	۳/۸۷	۴/۷۶	۴/۱۰	۳/۳۲	۳/۷۶	میدان محمد اوراز



## ادامه جدول ۳. میانگین معیارهای تأثیرگذار بر دل‌بستگی به مکان با تأکید بر نشانه‌ها و عناصر شاخص شهری

میانگین مؤلفه‌ها		مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده دل‌بستگی به مکان											نشانه‌های شهری		
$X^3$	$X^2$	$X^1$	دل‌بستگی معنایی ( $X^3$ )			دل‌بستگی عملکردی ( $X^2$ )			دل‌بستگی احساسی ( $X^1$ )						
			ایجاد خاطره‌ها	امکان ملاقات	تعاملات و آشنایی افراد	هویت کالبدی و فرهنگی	فضای خرید	امکان مکث و نشست	عملکردهای متنوع	دسترسی مناسب	حس افتخار و حساسیت	حس دوست‌داشتن	حس آرامش و لذت	حس مباهات و مثبت‌بودن	
			۴/۱۱	۴/۴۹	۴/۵۳	۴/۵۴	۴/۱۰	۴/۳۳	۴/۶۰	۴/۸۰	۴/۱۳	۴/۴۰	۳/۶۰	۳/۹۰	میدان آزادی (اقبال) المان
			۳/۸۸	۳/۷۶	۳/۶۷	۴/۱۲	۲/۵۶	۴/۱۲	۲/۹۸	۴/۵۴	۴/۹۷	۳/۶۸	۲/۵۶	۳/۴۵	مستوره اردلان
			۳/۱۱	۲/۴۵	۲/۹۷	۲/۳۲	۲/۴۱	۳/۵۴	۳/۱۹	۳/۱۰	۲/۸۷	۲/۷۸	۳/۲۱	۱/۲۲	میدان سهروردی
			۴/۲۷	۴/۴۵	۴/۷۹	۳/۴۵	۲/۹۹	۴/۷۶	۳/۳۱	۴/۶۵	۴/۱۱	۴/۲۱	۴/۴۳	۳/۶۸	پارک دیدگاه
			۳/۸۰	۳/۸۸	۴/۲۱	۲/۸۷	۳/۱۶	۴/۱۹	۳/۰۰	۳/۸۹	۳/۶۷	۳/۱۱	۳/۷۸	۳/۲۲	پارک ملت
			۴/۶۱	۴/۷۹	۴/۸۷	۳/۵۱	۴/۰۰	۴/۹۲	۳/۹۶	۳/۴۹	۴/۲۲	۴/۷۶	۴/۷۳	۳/۴۹	پارک آیدر
			۴/۴	۴/۳۵	۴/۱۲	۴/۶۵	۳/۹۸	۴/۶۲	۲/۵۴	۳/۸۹	۳/۵۴	۳/۹۵	۴/۶۱	۳/۸۷	پارک امیریه <sup>۵</sup>

براساس جدول ۳ سطح دل‌بستگی به مکان، مطابق بعضی شاخص‌ها و عوامل در میان نشانه‌های مورد مطالعه متفاوت است. در نشانه «مسجد جامع» میزان دل‌بستگی در مؤلفه‌های «معنایی» با میانگین ۴/۵۳ در اولویت اول، «احساسی» با میانگین ۴/۴۶ در اولویت دوم، و «عملکردی» با میانگین ۴/۲۶ در اولویت سوم قرار دارد. در نشانه «میدان آزادی» میزان دل‌بستگی در مؤلفه‌های «عملکردی» با میانگین ۴/۴۶ در اولویت اول، «معنایی» با میانگین ۴/۴۲ در اولویت دوم، و «احساسی» با میانگین ۴/۰۳ در اولویت سوم قرار دارد. همچنین در نشانه «پارک آیدر» میزان دل‌بستگی در مؤلفه‌های «معنایی» با میانگین ۴/۴۵ در اولویت اول، «احساسی» با میانگین ۴/۳۰ در اولویت دوم و «عملکردی» با میانگین ۴/۰۹ در اولویت سوم قرار دارد. در مجموع میانگین میزان دل‌بستگی پاسخگویان در سه نشانه مذکور با احتساب گویه‌های منفی، بالاتر از ۳ و از میانه نظری پژوهش بیشتر است.

### اولویت‌بندی نشانه‌های برتر

در این پژوهش، از تکنیک TOPSIS<sup>۱</sup> با توجه به ماهیت کیفیت‌ها و زیرسنجه‌های تعریف‌شده به دلیل منطق ریاضی و شفافیت آن، همچنین امکان به‌کارگیری هم‌زمان معیارهای کمی و کیفی برای رتبه‌بندی نشانه‌های مورد مطالعه استفاده شد. برای انتخاب بهترین گزینه، ضروری است مراحل زیر به‌ترتیب طی شود (اصغری‌پور، ۱۳۸۵: ۸۷):

۱. تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری؛
۲. وزن‌دهی به شاخص‌ها؛
۳. کمی‌سازی ماتریس تصمیم‌گیری؛
۴. تشکیل ماتریس بی‌مقیاس‌شده؛
۵. یافتن ماتریس بی‌مقیاس‌شده موزون؛
۶. یافتن ایده‌آل‌های مثبت و منفی؛
۷. یافتن فاصله هر شاخص از جواب‌های ایده‌آل هر گزینه؛
۸. تعیین نزدیکی نسبی هر گزینه به پاسخ ایده‌آل؛
۹. رتبه‌بندی.

با توجه به جدول ۴ و مقایسه کیفیت نشانه‌ها از نظر میزان دل‌بستگی به مکان، اختلاف چشمگیری میان نشانه‌ها مشاهده شد. D+ نشان‌دهنده فاصله از ایده‌آل مثبت، و D- بیانگر فاصله از ایده‌آل منفی است. براین اساس، «مسجد جامع سنندج» با ۰/۰۱۳ کم‌ترین فاصله را با ایده‌آل مثبت دارد. «مجتمع مخابراتی» نیز با بیشترین فاصله از ایده‌آل منفی همراه است. «مسجد جامع (دارالاحسان)» با امتیاز ۰/۸۰۷، «میدان آزادی» با ۰/۷۵۲، «پارک آبی‌در» با امتیاز ۰/۶۶۰، «بازار قدیم سنندج (آصف)» با امتیاز ۰/۶۵۰ و «خانه کورد (عمارت آصف)» با امتیاز ۰/۶۳۰، نقش اصلی را در حفظ و ارتقای دل‌بستگی مکانی در شهر سنندج ایفا می‌کنند. این عناصر در بررسی‌ها رتبه ۱ تا ۵ را به خود اختصاص داده‌اند. پایین‌ترین حد دل‌بستگی به مکان در نشانه‌های مورد مطالعه به «عمارت امجدالاشرف»، «عمارت ملک‌التجار» و «مجتمع مخابراتی» به‌ترتیب با «۰/۱۱۵»، «۰/۰۵۸»، «۰/۰۵۰» امتیاز مربوط است.

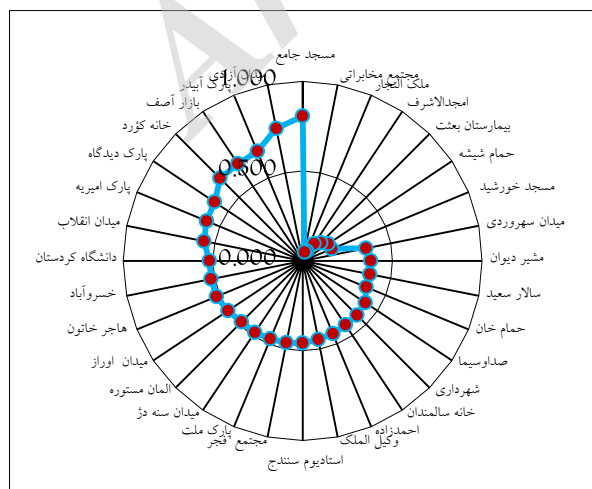
### تحلیل و نقش عوامل مؤثر در میزان دل‌بستگی

متغیرهایی که معناداری روابط آن‌ها با دل‌بستگی به مکان سنجیده شده است، عبارت‌اند از: سن، جنسیت، میزان تحصیلات، وضعیت تأهل، وضعیت اقتصادی و بومی بودن افراد.

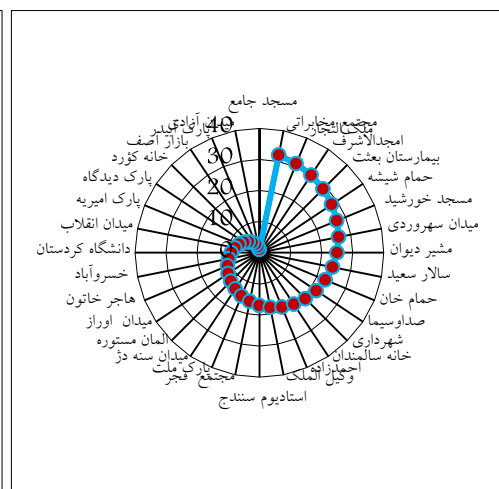
1. Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution

جدول ۴. فاصله اقلیدسی نشانه‌های منتخب از ایده‌آل مثبت و منفی، و رتبه آن‌ها با استفاده از TOPSIS

جایگاه	فاصله			نشانه‌ها	جایگاه	فاصله			نشانه‌ها
	CI	D-	D+			CI	D-	D+	
۱۷	۰/۴۵۸	۰/۰۴۱	۰/۰۵۸	استادیوم سنندج	۱	۰/۸۰۷	۰/۰۲۵	۰/۰۱۳	مسجد جامع (دارالحسان)
۱۸	۰/۴۴۶	۰/۰۲۴	۰/۰۳۳	عمارت وکیل‌الملک	۲	۰/۷۵۲	۰/۰۲۴	۰/۰۱۵	میدان آزادی (اقبال)
۱۹	۰/۴۴۰	۰/۰۲۶	۰/۰۳۰	عمارت احمدزاده	۳	۰/۶۶۰	۰/۰۲۸	۰/۰۱۸	پارک آبیدر
۲۰	۰/۴۲۹	۰/۰۲۳	۰/۰۳۵	خانه سالمندان	۴	۰/۶۵۰	۰/۰۴۶	۰/۰۲۳	بازار آصف
۲۱	۰/۴۲۸	۰/۰۲۴	۰/۰۳۵	ساختمان شهرداری	۵	۰/۶۳۰	۰/۰۴۱	۰/۰۲۲	خانه کورد (عمارت آصف)
۲۲	۰/۴۱۹	۰/۰۱۹	۰/۰۳۷	ساختمان صداوسیما	۶	۰/۵۹۰	۰/۰۴۲	۰/۰۲۶	پارک دیدگاه
۲۳	۰/۳۸۳	۰/۰۲۶	۰/۰۶۹	حمام خان	۷	۰/۵۸۰	۰/۰۳۲	۰/۰۲۱	پارک امیریه
۲۴	۰/۳۸۱	۰/۰۲۷	۰/۰۷۲	عمارت سالارسعید	۸	۰/۵۶۰	۰/۰۳۷	۰/۰۳۱	میدان انقلاب
۲۵	۰/۳۶۴	۰/۰۲۱	۰/۰۳۸	عمارت مشیردیوان	۹	۰/۵۲۰	۰/۰۳۳	۰/۰۲۵	دانشگاه کردستان
۲۶	۰/۳۵۸	۰/۰۱۸	۰/۰۳۹	میدان سهروردی	۱۰	۰/۵۱۵	۰/۰۳۱	۰/۰۲۷	عمارت خسروآباد
۲۷	۰/۱۷۵	۰/۰۴۱	۰/۰۳۳	مسجد خورشیدلقا	۱۱	۰/۵۱۲	۰/۰۳۶	۰/۰۲۱	مسجد هاجر خاتون
۲۸	۰/۱۷۲	۰/۰۴۹	۰/۰۲۸	حمام شیشه	۱۲	۰/۵۰۱	۰/۰۳۰	۰/۰۲۹	میدان محمد اوراز
۲۹	۰/۱۴۲	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	بیمارستان بعثت عمارت	۱۳	۰/۴۸۱	۰/۰۳۳	۰/۰۲۷	المان مستوره اردلان
۳۰	۰/۱۱۵	۰/۰۱۷	۰/۰۲۴	امجدالاشرف	۱۴	۰/۴۸۰	۰/۰۳۱	۰/۰۲۸	میدان سنه دژ
۳۱	۰/۰۵۸	۰/۰۱۰	۰/۰۲۲	عمارت ملک‌التجار	۱۵	۰/۴۷۰	۰/۰۲۵	۰/۰۳۱	پارک ملت
۳۲	۰/۰۵۰	۰/۰۰۹	۰/۰۲۰	مجتمع مخابراتی	۱۶	۰/۴۶۵	۰/۰۳۵	۰/۰۳۸	مجتمع فرهنگی فجر



نمودار ۲. میزان اهمیت نشانه‌های منتخب براساس معیارهای دل‌بستگی به مکان



نمودار ۱. وضعیت دل‌بستگی مکانی در نشانه‌های منتخب براساس شاخص CI

### رابطه سن با میزان دل‌بستگی به مکان

مطابق جدول ۵، میزان هم‌بستگی میان سن و دل‌بستگی به مکان در سطح معناداری ۱/۰۰ برابر ۰/۴۵۷- است؛ یعنی میان سن و دل‌بستگی به مکان رابطه‌ای معنادار وجود دارد که شدت و میزان آن قوی و معکوس است؛ از این‌رو، با افزایش سن افراد میزان دل‌بستگی کاهش می‌یابد.

جدول ۵. هم‌بستگی میان سن و میزان دل‌بستگی به مکان از نظر شهروندان

متغیر	آماره	سن	دل‌بستگی به مکان
ضریب هم‌بستگی	ضریب هم‌بستگی	۱	-۰/۴۵۶
ضریب هم‌بستگی پیرسون	سطح معناداری دو دامنه	۰	۰/۰
	تعداد	۲۰۰	۲۰۰

### رابطه تحصیلات با میزان دل‌بستگی به مکان

این رابطه معنادار و غیرمستقیم است. در سطح معناداری ۰/۸۰۱ میزان هم‌بستگی ۰/۰۱۰ به‌دست آمد.

جدول ۶. هم‌بستگی میان تحصیلات و میزان دل‌بستگی به مکان

متغیر	آماره	تحصیلات	دل‌بستگی به مکان
ضریب هم‌بستگی	ضریب هم‌بستگی	۱	۰/۰۱۰
ضریب هم‌بستگی اسپیرمن	سطح معناداری دو دامنه	۰	۰/۸۰۱
	تعداد	۲۰۰	۲۰۰

### رابطه وضعیت تأهل با میزان دل‌بستگی به مکان

براساس نتایج جدول ۷ و با توجه به مقدار ضریب کای اسکوئر پیرسون با ارزش ۴/۱۵۲ و سطح معناداری ۰/۱۲۳ که بیشتر از ۰/۰۵ است، فرض صفر رد نمی‌شود؛ بنابراین، میان وضعیت تأهل با دل‌بستگی رابطه‌ای معنادار مشاهده نمی‌شود.

### رابطه وضعیت اقتصادی با میزان دل‌بستگی به مکان

ضریب هم‌بستگی میان دو متغیر وضعیت اقتصادی با میزان دل‌بستگی در سطح معناداری ۰/۰۱ معنادار و معکوس است. میزان و شدت رابطه نیز قوی محسوب می‌شود.

### رابطه جنسیت با میزان دل‌بستگی به مکان

با توجه به جدول ۹، میانگین دل‌بستگی مردها و زن‌ها تفاوت چندانی ندارد. محاسبات آماری نیز نشان می‌دهد آزمون T دو گروه مستقل با فرض تساوی و عدم تساوی واریانس‌ها معنادار نیست.

جدول ۷. رابطه میان وضعیت تأهل و میزان دل‌بستگی به مکان

نوع آزمون	ارزش	درجه آزادی	سطح معناداری
ضریب کای اسکوئر پیرسون	۴/۱۵۲	۲	۰/۱۲۳

جدول ۸. رابطه میان وضعیت اقتصادی و میزان دل‌بستگی به مکان

متغیر	آماره	اقتصادی	دل‌بستگی به مکان
ضریب هم‌بستگی	ضریب هم‌بستگی	۰/۰۱	-۰/۲۲۱
اسپیرمن	سطح معناداری دو دامنه	۰	۰/۰۰۵
	تعداد	۲۰۰	۲۰۰

جدول ۹. آزمون T میان جنسیت و میزان دل‌بستگی به مکان از نظر شهروندان

دل‌بستگی به مکان	آماره لوین برابری واریانس‌ها	آزمون T با فرض برابری میانگین‌ها	تفاوت میانگین‌ها	
*	F	T	معداری دو دامنه	درجه آزادی
فرض برابری واریانس‌ها	۰/۹۵۲	۰/۵۵۷	۰/۵۷۱	۰/۱۵۳
عدم برابری واریانس‌ها	*	۰/۵۶۴	۰/۵۶۲	۱۳۴/۳۳

### رابطه بومی بودن افراد با میزان دل‌بستگی به مکان

میزان خی‌دو،  $۱/۳۰۹$  با درجه آزادی ۳۹۱ است. سطح معناداری نیز کمتر از  $۰/۰۵$  محسوب می‌شود؛ بنابراین، میان عامل بومی بودن و دل‌بستگی به مکان رابطه‌ای معنادار وجود دارد و با توجه به مثبت بودن خی‌دو، این رابطه مستقیم است.

جدول ۱۰. آزمون خی‌دو میان بومی بودن شهروندان و میزان دل‌بستگی به مکان

سطح معناداری (دوطرفه)	درجه آزادی	مقدار ارزشی	مجموع مواد ارزشی (۲۰۰)
۰/۰۰۰	۳۹۱	۱/۳۰۹	میزان خی‌دو
۰/۰۰۰	۳۹۱	۵۷۲/۲۸۳	نرخ احتمال
۰/۰۰۲	۱	۹/۷۸۳	وابستگی خطی

با استفاده از آزمون T و با توجه به مقدار میانگین تفاوت‌ها در ۱۰ نشانه برتر، نقش عامل «معنایی» در ارتقای دل‌بستگی به مکان از ۲ عامل دیگر قوی‌تر است. با کمک تحلیل واریانس Anova یک‌طرفه، ۱۲ معیار از سه عامل دل‌بستگی به مکان بررسی شد. در ۱۰ نشانه برتر، میانگین معیار «حس دوست‌داشتن»، «امکان مکث و نشستن» و «تعاملات و آشنایی افراد» بیشترین برتری را دارد.

### تحلیل کیفی ۴ عنصر برتر براساس نتایج نهایی

حس مکان-دل‌بستگی مکان از ارتباط میان ذهنیت انسان با عینیت فضای شهری (با سه بعد شکلی، معنایی و اجتماعی) ادراک می‌شود که متأثر از ویژگی‌های فردی و نیازهای انسانی است. با توجه به مجموعه عناصر و فضاهای سازنده سیما و

منظر ذهنی و تشکیل‌دهنده حس و دل‌بستگی مکانی، از میان ۳۲ نشانه، مسجد جامع (دارالاحسان)، میدان آزادی (اقبال)، پارک آبیدر و بازار قدیم سنندج (بازار آصف) بیشترین امتیاز را کسب کردند و برای تحلیل‌های کیفی انتخاب شدند.

ارزیابی کیفی ۴ نشانه برتر	نشانه‌های شهری
<p>مسجد جامع (دارالاحسان) از نشانه‌های تاریخی شهر محسوب می‌شود که در تحولات اجتماعی-سیاسی مؤثر است. همچنین در خاطره جمعی مردم، حتی در بدعی فراتر از شهر سنندج قرار دارد و به‌نوعی مهم‌ترین مرجع ذهنی به‌شمار می‌آید که بر شناخت و تداعی شهر تأثیرگذار است. فضای فکری حاکم در این نشانه، برگرفته از ارزش‌های انسانی و بینش اعتقادی و اخلاقی اهل سنندج است که موجب تعلق و دل‌بستگی خاص و مسئولیت‌پذیری به فضا و مکان شده است. می‌توان گفت پیشینه تاریخی، نظم، تنوع و ترکیب رنگ علاوه‌بر تفاوت، تمایز و معماری بی‌نظیر به‌کار گرفته‌شده در بنا، موجب تطبیق هرچه بیشتر عینیت فضا با اندوخته‌های ذهنی مردمان این شهر می‌شود که ریشه آن در فرهنگ و سنت نهفته است. در نتیجه موجب می‌شود فرد با فضا احساس این‌همانی کند. در این میان، اطمینان و تسلط ذهنی ناشی از این فرایند سبب آسودگی خاطر و احساس تعلق می‌شود.</p>	
<p>قرارگیری این میدان (همراه با مجسمه معروف آزادی) در مکان مناسب علاوه‌بر حس زیبایی‌شناسی توانسته است در خلق معانی خاص برای شهروندان موفق باشد. به‌گونه‌ای که بیشتر ساکنان شهر یکی از عوامل اصلی خوانابودن سنندج را نماد میدان آزادی می‌دانند. نماد و خود میدان با القای حس آزادی و پاکی در ذهن بیننده می‌تواند دلیلی بر ماندگار شدن اثر باشد. به‌دلیل داشتن طراحی و میلمان خاص، همچنین قابلیت حضورپذیری و تأثیر در ارتقای تعاملات اجتماعی شهروندان، از دیگر میدان‌های شهر که تنها نقش فلکه را ایفا می‌کنند متفاوت است. مرکزیت و وجود کاربری‌های متفاوت برای تأمین مایحتاج اولیه و ثانویه ساکنان و غیرساکنان، افزایش مرادوات انسانی در خیابان فردوسی، و هم‌جواری میدان با خیابان پاسداران به‌عنوان بدنه تجاری، سبب شده است تا این نشانه، نقشی هویتی در ذهن مراجعان به این محل ایفا کند. فضای عمومی میدان آزادی، محل بروز رفتارها و فعالیت‌های اجتماعی از قبیل گفت‌وگو، گردهمایی، تظاهرات، برگزاری جشن‌های ملی و مذهبی و مراسم عزاداری در طول زمان است که به‌دنبال حضور مردم در یک مکان و در یک‌زمان صورت می‌پذیرند.</p>	
<p>ویژگی‌های عینی و ذهنی فضاهای باز شهری، به‌ویژه پارک‌های شهری، ارتباط مستقیمی با افزایش فعالیت‌های انتخابی دارد که این موضوع سبب افزایش فعالیت‌ها و تعاملات اجتماعی می‌شود. برخورداری از مقیاس انسانی در تناسبات پارک آبیدر، به‌گونه‌ای که عابر پیاده با حرکت در پارک، کلیت این فضا را درک می‌کند (دریافت اطلاعات کافی از محیط توسط انسان) به‌خوبی نمایان است. فضای شهری موفق فضایی است که بار معنایی غنی داشته باشد. آبیدر از این قاعده مستثنا نیست. فضاهای باز عرصه‌هایی برای مشارکت و تبادل‌نظر مردم فراهم می‌کنند. مردم نیز با حضور در این فضاهای جمعی احساس تعلق می‌کنند و خود را بخشی از جمع می‌دانند. ویژگی‌های پارک آبیدر از قبیل حضور تمامی گروه‌های اجتماعی در آن، تأمین آسایش اقلیمی، وجود فضاهایی برای نشستن و امکان بروز تعاملات اجتماعی، فعال‌بودن در ساعات زیادی از شب و روز، این مکان را به رابطی میان افراد با جامعه بزرگ‌تر تبدیل کرده است.</p>	

حیات مستمر اقتصادی بازار آصف در سالیان متمادی، این مکان را به‌صورت فضایی محسوس و ملموس وارد زندگی روزمره شهروندان سنندجی کرده است؛ به‌طوری‌که شهروندان آن را جزئی از زندگی خود می‌دانند؛ زیرا این فضا پیشینه تاریخی ارزشمندی دارد که با مشاهده آن می‌توان بسیاری از خاطرات جمعی را دوباره زنده کرد. این خاطرات تأثیر عمیقی بر شهروندان دارد، احساس تعلق و این‌همانی بیشتری ایجاد می‌کند و به قائل شدن معنی می‌انجامد. درگیر شدن حواس شنیداری در بازار آصف، همچنین حس بویایی در گذر از راسته عطاری‌ها، تأثیر بیشتری بر انسان می‌گذارد. این غنای حسی موجب می‌شود ادراک عمیق‌تری از محیط صورت بگیرد. از آنجا که فضای بازار با الگوهای رفتاری فردی و گروهی ساکنان هماهنگ است و انتظارات آن‌ها را پاسخ می‌دهد، تعلق‌خاطر و دل‌بستگی بیشتری در شهروندان به‌وجود می‌آورد. از سوی دیگر، ترکیب رنگ این نشانه علاوه بر تفاوت و تمایز در فضا، بر میزان احساس رضایت و آرامش شهروندان و ادراک و تصور ذهنی آنان مؤثر است.



### نتیجه‌گیری

با توسعه جوامع انسانی و بروز خلأ معانی در فضاهای ساخته‌شده، کیفیت فضاها و نقش مؤلفه‌های ادراکی در شکل‌دهی فضاهای مختل، مدنظر طراحان و برنامه‌ریزان محیطی قرار گرفته است. توجه به چگونگی تأثیر متقابل محیط و فضای ساخته‌شده بر ذهنیات و رفتارهای انسانی یکی از پیامدهای این امر است؛ فضاهایی که القاکننده احساس تعلق، دل‌بستگی، هویت و به‌دنبال آن آرامش و لذت در ذهن مخاطب است و احساس حضور و بودن در مکان را در وی زنده می‌کند. از مهم‌ترین عوامل مؤثر در کیفیت معنایی فضای شهری می‌توان به حس مکان و به‌دنبال آن دل‌بستگی به مکان اشاره کرد. حس مکان-دل‌بستگی به مکان از معانی و بسیاری از قراردادهای روانی-رفتاری اجتماع متأثر است و می‌تواند تعیین‌کننده نوع ارتباط مخاطب با آن فضا و تداوم فعالیت‌های وی در فضای شهری-محلی باشد. نشانه‌های شهری می‌توانند برای ارتقای دل‌بستگی به مکان و ایجاد کیفیتی بهتر در ارتباط با فضای شهری نقش بسزایی ایفا کنند. در بررسی نشانه‌های مؤثر در دل‌بستگی به مکان مشخص شد جنبه‌های مختلف نشانگی در معیارها و مؤلفه‌هایی خاص در فضا تجلی بیشتری دارند. در مطالعه چگونگی تأثیرگذاری نشانه‌ها بر دل‌بستگی مکانی، بررسی سه وجه عملکردی، معنایی و احساسی نشانه‌ها اهمیت دارد. براین اساس، وجه عملکردی نشانگی با نوع کاربری و فعالیت‌ها شکل می‌گیرد (میدان آزادی و بازار آصف). وجه معنایی براساس نوع ریشه که در مبانی زیبایی‌شناسی، هویتی، آموخته‌های اجتماع‌پذیر و... ریشه دارد، تجلی می‌کند (مسجد جامع سنندج، به‌عنوان حوزه اجتماعی و ظرفی از معنا). وجه احساسی براساس نوع روابط و حضور در فضاها شکل می‌گیرد (پارک آبیدر).

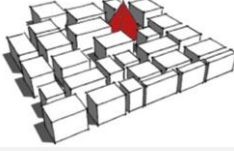
بررسی نقشه‌های ذهنی ساکنان سنندج در کنار توجه به عناصر و نشانه‌های معنادار بیانگر این است که موارد فوق در کنار تأثیر بر تصویر ذهنی می‌توانند به زبان برقراری ارتباط و تداوم آن میان ساکنان و محیط تبدیل شوند تا مردم بتوانند با کمک آن‌ها به محیط زندگی خود معنا بدهند و هویت کسب کنند. دل‌بستگی به مکان را که با احساس و ادراک مردم سروکار دارد، می‌توان به‌وسیله تجربه مکان دریافت کرد که این تجربه به عوامل گوناگون فردی-شخصیتی و محیطی-اجتماعی بستگی دارد. براساس یافته‌های پژوهش، میان سن، بومی بودن افراد، وضعیت اقتصادی، تحصیلات و دل‌بستگی به مکان رابطه‌ای معناداری وجود دارد، اما وضعیت تأهل و جنسیت پاسخگویان به هم مرتبط نیست. درواقع، تأکید

پژوهش حاضر توجه بیشتر به ابعاد اجتماعی در طراحی شهری و یافتن روابطی هرچند ساده‌شده میان نشانه‌های شهری و مفاهیم اجتماعی از جمله دل‌بستگی مکانی است. درک چگونگی تأثیرات عناصر محیطی در سطح شاخص دل‌بستگی مکانی، سبب تدقیق طرح‌های شهری از دیدگاه عناصر محیطی در ارتقا یا تضعیف ابعاد اجتماعی طراحی شهری خواهد شد. علاوه بر این، با تحلیل کالبدی و روان‌شناختی این نشانه‌ها می‌توان به راهبردهایی برای طراحی نشانه‌های جدید در شهرها دست یافت. بخشی از این راهبردها در جدول ۱۱ آمده است.

جدول ۱۱. راهبردهایی برای طراحی نشانه‌های جدید در فضاهای شهری

منابع	راهبردهای طراحی	متغیرهای کالبدی مؤثر بر ادراک کالبدی نشانه‌ها
نگارندگان	برای گروه‌های مختلف سنی و جنسی جامعه جاذب باشد.	تعداد تکرار در نقشه‌های شناختی
پورجعفر و منتظرالحجّه، ۱۳۸۹	از واحدهای مجاور خود و حتی مستقر در کل شهر خاص و متمایز باشد. با کاربری‌های اطراف سازگار باشد.	کاربری
نگارندگان	عمومی باشد. برای اولین بار وارد سازمان فضایی شهر شود.	
ترکاشوند و مجیدی، ۱۳۹۲	 در بافت میانی یا بیرونی مکان یابی شود تا بتوان هویت آن بخش‌ها را تا حد مطلوبی افزایش داد.	محل استقرار در بافت
بنتلی و همکاران، ۱۳۸۵	 به نحوی در بافت استقرار یابد که بیشترین میزان نفوذپذیری را داشته باشد.	
	 در قسمت‌هایی از بافت مکان یابی شود که کریدور بصری مطلوبی به آن وجود داشته باشد.	
	 طوری استقرار یابد که دسترسی به آن راحت و بی مشکل باشد.	



نگارندگان		منفرد قرار گرفتن در بافت	نحوه استقرار در بافت
ترکاشوند و مجیدی، ۱۳۹۲		فرمی متمایز از اطرافش داشته باشد	تمایز فرمی-اندازه‌ای-ارتفاعی
		اندازه‌ای متفاوت از دانه‌های اطراف داشته باشد.	
		ارتفاع نسبی شاخصی داشته باشد.	
پورجعفر و منتظرالحجه، ۱۳۸۹		در شریان‌های درجه ۲ فرعی یا اصلی واقع شود؛ به نحوی که دسترسی سواره و پیاده به آن به سهولت امکان‌پذیر باشد. در محل تقاطع این محورها با هم یا در طول آن‌ها قرار داشته باشد. در بخشی از محورها قرار بگیرد که بیشترین میزان رفت‌وآمد و متعاقباً بیشترین میزان بار بصری وجود داشته باشد.	نوع محور مجاور
حق‌گوی، ۱۳۹۰		ایجاد کنتراست در نورپردازی و رنگ میان نشانه و زمینه‌اش که قابلیت دید آن را افزایش می‌دهد.	مشاهده‌پذیری در روز و شب
		تأکید بر جزئیات معماری یک لبه که آن را به نشانه تبدیل می‌کند. تأکید کردن به وسیله نورپردازی روی سه بعد یک ساختمان به عنوان نشانه	
-		برجسته کردن بخش‌هایی از بنا که تمایز فضایی یا بصری ویژه‌ای را ایجاد می‌کند.	

## پی‌نوشت

۱. از دیدگاه محمدرضا پورجعفر، سلسله‌مراتب نشانه‌های شهری عبارت‌اند از: نشانه در مقیاس کل شهر، نشانه در مقیاس حوزه شهری، نشانه در مقیاس منطقه شهری، نشانه در مقیاس ناحیه شهری، نشانه در مقیاس محله، نشانه در مقیاس کوچه و نشانه در مقیاس مجتمع‌ها (پورجعفر، ۱۳۹۰: ۱۳۴).
۲. با توجه به شیوه کیفی پژوهش، مبنای تعداد (حجم) نمونه‌ها و کفایت نمونه‌گیری، رسیدن به حالت اشباع است (رنجبر و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۴۵).
۳. اگرچه تعداد نمونه‌ها در صورت استفاده از دیگر روش‌های آماری با در نظر گرفتن تعداد جامعه آماری بیشتر به دست می‌آید، با توجه به ویژگی پرسشنامه (که دریافت ادراکی مخاطبان را هدف قرار داده و به مصاحبه‌های طولانی و عمیق نیازمند است) تکمیل آن‌ها با فراوانی زیاد امکان‌پذیر نیست و اساساً این نوع پرسشنامه‌ها به تعداد محدود، اما با دقت و کیفیت بالا تکمیل می‌شوند.
۴. با دادن کدهای ۱ تا ۵، نمره هر شاخص برای هر پرسش‌شونده به دست آمد. سپس میانگین نمرات شهروندان به عنوان نمونه آن شاخص مدنظر قرار گرفت.
۵. گره‌ها و لبه‌ها (از ۲۳ تا ۳۲) به عنوان عناصر شاخص و در حد نشانه‌های شهری از نظر شهروندان مطرح شد.

## منابع

- اصغری‌پور، محمدجواد، ۱۳۸۵، *تصمیم‌گیری‌های چندمعیاره*، چاپ چهارم، انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، تهران.
- امین‌زاده، بهناز، ۱۳۸۹، *ارزیابی زیبایی و هویت مکان*، نشریه هویت شهر، سال چهارم، شماره ۷، صص ۱۴-۳.
- ایروانی، محمود و محمدکریم خداپناهی، ۱۳۷۱، *روان‌شناسی احساس و ادراک*، انتشارات سمت، تهران.
- بانی مسعود، امیر، ۱۳۸۴، *جایگاه نشانه‌شناسی در شکل‌گیری معماری پست‌مدرن عوام‌گرا*، فصلنامه معماری فرهنگ، سال هفتم، شماره ۲۳، صص ۱۶۵-۱۵۵.
- بحرینی، حسین، ۱۳۸۶، *تحلیل فضاهای شهری در رابطه با الگوهای رفتاری استفاده‌کنندگان و ضوابطی برای طراحی*، چاپ پنجم، انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، تهران.
- بنتلی، ایان، آلن الکک، پال مورین، سومک گلین و گراهام اسمیت. ۱۳۸۷. *محیط‌های پاسخده*، ترجمه مصطفی بهزادفر، چاپ اول، دانشگاه علم و صنعت، تهران.
- پاکزاد، جهان‌شاه، ۱۳۷۵، *هویت و این‌همانی با فضا*، نشریه صفا، سال ششم، شماره ۲۲، صص ۱۰۷-۱۰۰.
- پرتوی، پروین و زهرا آزاد، ۱۳۹۲، *بررسی تطبیقی جایگاه میدانی تهران در حفظ و ارتقای خاطره جمعی شهروندان (نمونه موردی: میدان تجریش و میدان بهارستان)*، نشریه مطالعات شهری، سال اول، شماره ۴، صص ۱-۱۲.
- پورجعفر، محمدرضا و علیرضا صادقی، ۱۳۸۷، *اصول حاکم بر طراحی هدفمند محورهای دید شاخص شهری*، نشریه هویت شهر، سال دوم، شماره ۳، صص ۹۵-۱۰۷.
- پورجعفر، محمدرضا و مهدی منتظرالحجه، ۱۳۸۹، *نشانه‌های شهری*، چاپ اول، انتشارات طحان، تهران.
- پورجعفر، محمدرضا، بمانیان، محمدرضا، تقوایی، علی‌اکبر، منتظرالحجه، مهدی، ۱۳۹۰، *درآمدی بر گونه‌شناسی کالبدی نشانه‌های شهری در نقشه‌های ادراکی شهروندان (مطالعه موردی: شهر یزد)*، نشریه نامه معماری و شهرسازی، سال چهارم، شماره ۷، صص ۱۴۵-۱۲۹.
- ترکاشوند، عباس و سحر مجیدی، ۱۳۹۲، *بازشناسی برخی نشانه‌ها در فضاهای شهری*، نشریه انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، سال چهارم، شماره ۶، صص ۱۵-۵.
- حبیبی، سید محسن و ملیحه مقصودی، ۱۳۸۶، *مرمت شهری: تعاریف، نظریه‌ها، تجارب، منشورها و قطع‌نامه‌های جهانی*، روش‌ها و اقدامات شهری، چاپ سوم، انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، تهران.
- حسن‌زاده، رمضان، ۱۳۹۱، *روش‌های پژوهش در علوم رفتاری*، چاپ سیزدهم، انتشارات ساوالان، تهران.
- حقیقی، منیره، ۱۳۹۰، *ارزیابی تصویر ذهنی شهروندان از محورهای فعال شهری در شب و روز (مطالعه موردی: خیابان انقلاب)*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد معماری دانشکده هنر و معماری دانشگاه تربیت مدرس.
- دانشپور، سید عبدالهادی، سپهری مقدم منصور و مریم چرخچیان، ۱۳۸۸، *تبیین مدل دل‌بستگی به مکان و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن*، نشریه هنرهای زیبا، سال اول، شماره ۳۸، صص ۴۸-۳۷.
- رنجبر، هادی، حقدوست، علی‌اکبر، مهوش صلصالی، علیرضا خوشدل، محمد علی سلیمانی، نسیم بهرامی، ۱۳۹۱، *نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی: راهنمایی برای شروع*، مجله علمی-پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران، سال دهم، شماره ۳، صص ۲۳۸-۲۵۰.

- شولتز، کرسیان نوربری، ۱۳۸۵، معماری: حضور، زبان و مکان، ترجمه علی‌رضا سید احمدیان، انتشارات نیلوفر، تهران.
- گیرو، پیر، ۱۳۸۳، نشانه‌شناسی، ترجمه محمد نبوی، نشر آگاه، تهران.
- لنگ، جان، ۱۳۸۱، آفرینش نظریه معماری: نقش علوم رفتاری در طراحی محیط، ترجمه علیرضا عینی‌فر، انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، تهران.
- لینچ، کوین، ۱۳۸۷، سیمای شهر، ترجمه منوچهر مزینی، چاپ هشتم، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- Appleyard, D., 1979, *The Environment as a Social Symbol: Within a Theory of Environmental Action and Perception*, Journal of the American Planning Association, Vol. 45, No. 2, PP. 143-153.
- Cuthbert, A., 2006, *the form of Cities: Political Economy and Urban Design*, Wiley-Blackwell Publishing.
- Fairweather, J. R., and Swaffield, S. R., 2002, *Visitors' and Locals' Experiences of Rotorua, New Zealand: An Interpretative Study Using Photographs of Landscapes and Q Method*, International Journal of Tourism Research, Vol. 4, No. 4, PP. 283-297.
- Feldman, R. M., 1990, *Settlement-Identity: Psychological Bonds with Home Places in a Mobile Society*, Journal of Environment and Behavior, Vol. 22, No. 2, PP. 183-219.
- Johnson, A., 2009, *Visualization Techniques, Human Perception and the Built Environment*, Built Environment Research Papers, Vol. 2, No. 2, PP. 93-103.
- Kyle, G. T., Absher, J. D. and Graefe, A. R., 2003, *The Moderating Role of Place Attachment on the Relationship Between Attitudes Toward Fees and Spending Preferences*, Journal Leisure Sciences, Vol. 25, No. 1, PP. 33-50.
- Lewicka, M., 2008, *Place Attachment, Place Identity, and Place Memory: Restoring the Forgotten City Past*, Journal of Environmental Psychology, Vol. 28, No. 3, PP. 209-231.
- Low, S. M., and Altman, I., 1992, *Place Attachment: A Conceptual Inquiry*, New York, Plenum Press.
- Milligan, M. J., 1998, *Interactional Past and Potential: The Social Construction of Place Attachment*, Symbolic Interaction, Vol. 21, No. 1, PP. 1-33.
- Proshansky, H. M., 1978, *The City and Self-Identity*, Journal of Environment and Behavior, Vol. 10, No. 2, PP. 147-169.
- Relph, E., 1976, *Place and Placelessness* (London, Pion) Sussex Academic Press, Eastbourne, England, PP. 151-152.
- Rubinstein, R. L., and Parmelee, P. A., 1992, *Attachment to Place and Representation of the Life Course by the Elderly*, in I. Altman and S. M. Low (Eds.), *Place Attachment*; New York, Plenum Press.
- Seamon, D., 1982, *The Phenomenological Contribution to Environmental Psychology*, Journal of Environmental Psychology, Vol. 2, No. 2, PP. 119-140.
- S. Pipkin, J., 1983, *Remaking the City: Social Science Perspectives on Urban Design*, Journal of Planning Education and Research, Vol. 4, No. 2, PP. 131-142.
- Taylor, R. B., Gottfredson, S. D., and Brower, B., 1985, *Attachment to Place: Discriminant Validity, and Impacts of Disorder and Diversity*, American Journal of Community Psychology, Vol. 13, No. 5, PP. 525-542.

- Tuan, Y. F., 1977, *Space and Place: The Perspective of Experience*, Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Mcglynn, S. Smith, G. Alcock, A. Murrain, P. Bentley, I. 1985. *Responsive Environments*, London, The Architectural Press.
- Vaske, J. J., and Kobrin, K. C., 2001, *Place Attachment and Environmentally Responsible Behavior*, The Journal of Environmental Education, Vol. 32, No. 4, PP. 16-21.
- Williams, D. R., and Vaske, J. J., 2003, *The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach*, Forest Science, Vol. 49, No. 6, PP. 830-840.
- Aminzadeh, B., 2011, *Evaluation of Aesthetics and Place Identity*, Journal of Town's Identity, Vol. 7, No. 7, PP. 3-14. (In Persian)
- Asgharpour, M. J., 2006, *Multi Criteria Decision Making*, Fourth Edition, Tehran University Press, Tehran. (In Persian)
- Bahreyni, H., 2007, *Analysis of Urban Spaces in Relation to the Behavior Patterns of Users and to Design Regulations*, Fifth Edition, Tehran, Tehran University Press. (In Persian)
- Daneshpour, S. A., Sepehri Moqaddam, M., and Charkhchian, M., 2009, *Explanation to Place Attachment and Investigation of Its Effective Factors*, Fine Arts Magazine, Vol. 1, No. 38, PP. 37-48. (In Persian)
- Giro, P., 2004, *Semiotics*, Translator: Mohammad Nabavi, Agah Publication, Tehran. (In Persian)
- Habibi, M., and Maqsoudi, M., 2007, *Urban Restoration: Definitions, Theories, Experiences, International Conventions, Resolutions and Practices Urban*, Third Edition, Tehran University Press, Tehran. (In Persian)
- Haqgoyi, M., 2010, *Assessment of Citizens Mental Image Active Axis Urban in of The Night and Day (Case Study: Anqlab Street)*, Tesis Master of Architecture, Faculty of Arts and Architecture, University of Madras. (In Persian)
- Hassanzadeh, R., 2011, *Research Methods in the Behavioral Sciences*, Thirteenth Edition, Published by Savalan, Tehran. (In Persian)
- Iravani, M., and Khodapanahi, K., 1992, *Psychology Sensation and Perception*, Samt Press, Tehran. (In Persian)
- Lang, J., 2002, *Creating Architectural Theory: The Role of the Behavioral Sciences in Environmental Design*, Translator: Ali Reza AiniFar, Fiest Edition, Tehran University Press, Tehran. (In Persian)
- Lynch, K., 2008, *The Image of the City*, Translation by Manochehr, Mozyzny, Eighth Edition, Tehran University Press, Tehran. (In Persian)
- Pakzad, J., 1996, *Identity and Identification with Space*, Journal Sffh, Vol. 6, No. 22, PP. 100-107. (In Persian)
- Partavy, P., and Azad, Z., 2012. *Comparative Analysis on Role of Tehran's Squares in Promoting the Collective Memory of Citizens, Case Studies: Baharestan Square and Tajrish Square*, Journal of Urban Studies, Vol. 1, No. 4, PP. 1-12. (In Persian)
- Pourjafar, M. R., and Montazerolhjh, M., 2010, *City Signs*, First Edition, Tahan Press, Tehran. (In Persian)

- Pourjafar, M. R., and Sadeghi, A., 2008, *Principles of Design Themes Are Targeted Urban Index*, Journal of Town's Identity, No. 3, Pp. 107-95. (In Persian)
- Pourjafar, M. R. et al, 2011, *Introduction to Typology Physical Urban Signs of Cognitive Maps of Citizens (Case Study: Yazd)*, Journal of Architecture and Urbanism, Vol. 4, No. 7, PP. 129-145. (In Persian)
- Ranjbar, H. et al, 2012, *Sampling in Qualitative Research: A Guide for Beginning*, Journal Annals of Military and Health Sciences Research, Vol. 10, No. 3, PP. 238-250. (In Persian)
- Sholtz, C. N., 2006, *Architecture: Presence, Language, Place, and Translator*: Ali Reza Seyyed Ahmadian, Nilofar Publications, Tehran. (In Persian)
- Torkashvand, A., and Majidi, S, 2012, *Recognition of Signs in Urban Spaces*, Journal of Association Architecture and Urban Planning of Iran, Vol.4, No. 6, PP. 15-5. (In Persian)

Archive of SID