

سیمای بصری شهر و اثرات روان شناختی آن در ارتقاء و بهبود کیفیت زندگی شهروندان

محمد رضا رضایی^۱ - قاسم رفیعی^۲

چکیده

برای سکونت و زندگی، شهر خانه ای است بزرگ و همان گونه که خانه باید از صفات و مزایایی برخوردار باشد تا سکونت و زندگی را مطلوب و آسایش بخش سازد، شهر نیز باید دارای کیفیات و ویژگی هایی برای تأمین آسایش و راحتی باشد و نیز مانند خانه محیطی گرم، صمیمی و دلپذیر که زندگی را مرفه سازد. یکی از عوامل سازنده ی شهر که تأثیر بسیار مهم در زندگی شهروندان از دیدگاه روان شناسی شهری دارد، سیمای آن است. از این رو هدف اصلی مقاله ی حاضر روشن ساختن اثر مثبت سیمای مطلوب شهر در روح و روان انسان است، به طوری که این تأثیر، سبب بالندگی و عزت نفس فرد و ارتقاء کیفیت زندگی او می شود. این پژوهش با دیدگاهی تحلیلی - استنباطی، در پی پاسخ به این پرسش است که اثر کیفی سیمای شهر در انسان کدام است؟ و آیا سیمای شهر می تواند باعث تغییر در زندگی شهروندان و سرانجام سبب ارتقاء کیفیت زندگی آنان گردد یا خیر؟

نتایج تحقیق بیانگر آن است که سیمای شهر در کیفیت زندگی شهروندان اثر بسیار مهم و تعیین کننده ای دارد. و تأثیر آن به شکل: بوجود آمدن احساس هویت و شخصیت شهری، بالندگی و عزت نفس شهروندان، سلامت زیستی جامعه، تخلیه ی فشار روانی و سرانجام بهبود و ارتقاء فعالیت ها و زندگی شهری، وجود دارد.

واژگان کلیدی: سیمای بصری شهر، کیفیت زندگی، روان شناسی، جغرافیا

¹25- عضو هیأت علمی و مدیر گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت

¹26- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری



مقدمه

جغرافیای رفتاری که گاهی به نام جغرافیای ادراک حسی، خوانده می شود از روان شناسی اثبات گرا و نظریه های شناختی ادراک، بسیار تأثیر می پذیرد (Rodaway, 1994: 14). در جغرافیای رفتار فضایی، افراد به عنوان انسان های آگاه با دریافت آگاهی از محیط اطراف خود و برخورد با آن، در فضای جغرافیایی به ایفای نقش می پردازند. در واقع در جغرافیای رفتار فضایی، تفسیر نظریه ها، مفاهیم و الگوها از فضای روانشناختی به فضای عینی، تفسیر و تبدیل می شود. به سخن روشن، در مکتب جغرافیای رفتار فضایی، ابعاد فضاهای روان شناختی به همان میزان ابعاد فضاهای فیزیکی تعیین کننده است. به طور کلی در جغرافیای رفتار فضایی، افراد اطلاعات به دست آمده از محیط فیزیکی (طبیعی و انسان ساخت) و محیط اجتماعی را جذب و همسان می سازند و از این طریق تصویر ذهنی و بازنمایی های روان شناختی منحصر به فرد خودشان را، از واقعیت ها ترسیم می کنند. این تصویر و بازنمایی های روان شناختی منحصر به فرد، به عنوان نقشه های ذهنی یا نقشه های شناختی مطرح می شوند (شکوهی، 1384: 111-112).

در شکل گیری نقشه های ذهنی عوامل گوناگونی مانند: ترس، امیدها، سیمای شهر، شغل، شکل گیری شهر و خیابان ها، شرایط فیزیکی و اجتماعی محله، زیبایی ها و آلودگی های محیطی موثر هستند. از این رو هر یک از این عوامل در ارتباط با تصویر ذهنی در یک شهر موثر می افتد و در واقع به رفتار فرد در محیط می انجامد.

به عبارت دیگر محیط رفتاری از محیط ذهنی یا محیط روان شناختی تأثیر می پذیرد و در آن تصمیم گیری صورت می گیرد. این تصمیم گیری به صورت یک عمل آشکار در محیط پدیداری در می آید (Kirk, 1963: 357-371).

ملاحظه می شود که محیط جغرافیایی، شامل عینیت های طبیعی و انسانی و محیط رفتاری که دارای عینیت های طبیعی و انسانی ادراکی است رفتار واقعی را در داخل سازواره ی مشخص، نظام می بخشد.

جغرافیا و روان شناسی، هر دو روابط انسان و محیط را مطالعه می کنند. در جغرافیا، شناخت محیط در جهت بهره گیری بهینه ی انسان از محیط و تحلیل رفتار انسان در محیط، مورد تأکید است. برای جغرافی دانان، تصویر ذهنی، به منزله ی یک میانجی میان انسان و محیط عمل می کند. بدینسان که در جغرافیای شخصی، افراد و گروه ها در جستجوی

اطلاعاتی از این تصویر می‌باشند تا هم شکلی و هم خوانی آن را با جهان عینی واقعی بیابند. بنابراین، روان‌شناسی - تصویر ذهنی، برای جغرافی دانان همان میانجی یا صافی است و پدیده‌های جغرافیایی، چیزی است که از این صافی عبور داده می‌شود.

از دیدگاه روان‌شناختی یکی از عوامل جغرافیایی که نقش بسیار مهم در زندگی انسان‌ها دارد، سیمای بصری شهر است؛ که در بررسی‌هایی جغرافیایی بدان کمتر توجه شده است. در واقع با بیان این مقدمه، در پی روشن ساختن ارتباط پدیده‌های جغرافیایی با امر روان‌شناسی در جغرافیای شهری و اثراتی که این سیما می‌تواند در کیفیت زندگی شهروندان داشته باشد، هستیم.

دیدگاه نظری و روش تحقیق

دیدگاه نظری پژوهش از مفاهیم روان‌شناسی محیط به سبب اینکه ما محیط را به وسیله‌ی ادراک حسی و راهیابی به آن می‌شناسیم سرچشمه می‌گیرد. سیمای شهر عمدتاً با شناخت عقلی و تصویر ذهنی - فضایی سر و کار دارد. از این جهت دیدگاه اصلی نسبت به موضوع مورد پژوهش دیدگاهی تحلیلی - استنباطی است. مقاله‌ی حاضر بعد از پرداختن به مفهوم سیمای شهر و اثرات آن به لحاظ روان‌شناسی شهری، در صدد پاسخ به این پرسش است که اثر کیفی سیمای شهر در انسان کدام است؟ و آیا سیمای شهر می‌تواند باعث تغییر در زندگی شهروندان و سرانجام سبب ارتقاء کیفیت زندگی آنان گردد یا خیر؟

سیمای شهر و عوامل سازنده‌ی آن

به نظر می‌رسد برای هر شهری تصویر و سیمایی کلی موجود باشد که با تصویری که اشخاص دیگر از آن در ذهن دارند کاملاً مطابقت نکند یا شاید بتوان گفت چندین «تصویر کلی» از هر شهر موجود است که هر کدام آن‌ها در ذهن شماره‌ی زیادی از ساکنین بوجود آمده است. سیمای شهر را، بر مبنای عوامل جسمی شهر، می‌توان بر اساس پنج عامل استوار دانست: «راه»، «لبه»، «محله»، «گره» و «نشانه». به راستی چون این عوامل در انواع بسیاری از محیط‌های شهری موجودند، می‌توان بر آن‌ها عمومیت بسیار قایل شد (لینچ، 1381: 90-89).

به طور کلی آنچه که سبب شکل گیری شهر و به تبع سیمای آن می شود جزو عوامل سازنده ی سیما و منظر شهری است. علاوه بر این، عوامل دیگری همانند فضای سبز جزو لاینفک سیمای مطلوب شهر می باشد که با نظر بر هدف تحقیق از عواملی است که از دید روان شناسی شهری نقش به سزایی در تلطیف روح، پاک سازی هوا و گذران اوقات فراغت به جهت تخلیه ی فشار روحی ساکنان شهر دارد.

مفهوم و تفسیر سیمای شهر

سیمای شهر چیست؟ تمام عواملی که از شهر به دیده می آید و چشم قادر به تماشای آن است (لینچ، 1381: بیست). سیمای بصری شهرها به دلیل ارتباط روزمره با زندگی ما و اثر روانی، اقتصادی و اجتماعی آن از جایگاه خاصی برخوردار است و می تواند پوشش وسیعی از نظریات و برداشت مردم از محیط شهری و سیمای آن را عرضه کند. سیر تحول شهر و شهرنشینی در تنوع محیط و سیمای شهر سهم غالب را خواهد داشت. با زندگی در شهرها هر روز نظاره گر مناظر شهری هستیم در حالیکه ممکن است در طی فصول، مناظر طبیعی که غالباً زیبا هستند را کمتر مشاهده کنیم. در شهر وقتی از یک منظر خوب آگاه می شویم که آن را ببینیم؛ اما در این نگرش ما چه چیزی را مورد تحسین و ارزیابی قرار می دهیم: مقیاس، شکل ساختمان، تغییرات غیر منتظره، فقدان ساختمان های آشنا، سر و صدا، ضایعات، خطر ترافیکی، مکان هایی که زمانی فضای نسبتاً آرامی برای مردم بودن و یا مجموعه ای که محیط و منظر ما را شکل می دهد و واجد خصوصیات یاد شده اند. آیا غروری که در ارتباط با سیما و نظم خانه ی خود داریم، در شهرمان نیز با برخورد با این مسایل، همان اندازه حساس هستیم و هزاران سوال دیگر؟ سیمای شهری و عوامل سازنده ی آن را می توان در عباراتی با این مشخصات توجیه نمود: می تواند مجموعه ای از صحنه ها باشد و جایگاه هایی را عرضه کنند که شامل زیبایی، خوانایی، ناپختگی و بکر، نمایانی، یکنواختی، متحرک، دوست داشتنی و ... است. این ها همه زمینه های آشنایی برای زندگی روزمره ی انسان شهرنشین از محیط شهری و سیمای آن و عوامل سازنده ی آن خواهد بود.

تصور ذهنی و مفهوم آن در روانشناسی و جغرافیا

در مکتب روانشناسی رفتاری، تصویر ذهنی عبارت است از تصویر یا برداشتی که انسان از خود و دیگران دارد. این تصویر، مجموعه ی پیچیده ای از احساسات، نگرش ها و تفکراتی است که هدف آن ها، ارضاء احتیاجات و کاستن از

اضطراب فردی است. مثلاً تصویر ذهنی یک کودک از مادر خوب، آن مادری است که احتیاجات او را برآورده کند (شاملو، 1368: 77).

در جغرافیای رفتار فضایی، هر تصویر ذهنی، ترکیبی از تجربه‌ی شخصی، یادگیری، یادآوری و خاطرات می باشد. مکانی که در آن زندگی می کنیم، مکان هایی که بدان ها مسافرت کرده ایم و جهانی که درباره ی آن به مطالعه می پردازیم. از این رو، طبیعت، انسان، جامعه و فضا، همگی در تصویر ذهنی ما موثر می افتند و در نهایت رفتار افراد و گروه ها را تعیین می کنند (شکوهی، 1384: 127).

ملاحظه می شود که فرایندهای ذهنی و باز نمایی امر ادراکی در روانشناسی، به منزله ی یک مفهوم محوری در جغرافیای رفتار فضایی شناخته می شود. از این جهت با توجه هدف مورد بررسی، تأثیرات محیط طبیعی و انسانی که سیمای بصری شهر یکی از مقوله های آن است، بیشتر به صورت غیر مستقیم سبب پیشرفت فعالیت های انسانی و یا کاهش آن می شود.

ارتباط و اثرات سیمای شهر بر ذهن و کیفیت زندگی انسان

منظر، جلوه‌ای از واقعیت فضای زیست انسان است که توسط استفاده کننده درک می شود و باید اذعان داشت به رغم در انزوا ماندن آن، مهم ترین وجه محیط زیست است که با انسان در ارتباطی روحانی به سر می برد. آنچه یک «محیط» را خوب، دلپذیر، دلچسب، مطبوع، با صفا، زنده و با نشاط می سازد، همان است که در بحث های «منظر و چشم انداز» مورد توجه قرار گرفته است (www.3shahrsaz.parsiblogfa.com).

عوامل متحرک شهر، خاصه مردم و فعالیت های آنان، همانقدر در ایجاد تصویر هر شهر در ذهن موثرند که عوامل ثابت جسم شهر نیز تأثیر گذار است. آدم ها نه تنها ناظر مناظر شهراند بلکه خود جزئی از آن هستند. بیشتر اوقات تصور آدمیان از شهر پیوسته نیست؛ بلکه بریده، مقطع و آمیخته با علایق و سوابق ذهنی دیگر است. در مشاهده ی مناظر شهر، تقریباً تمام حواس در کار است و تصویری که در ذهن حاصل می آید، ترکیبی از مشاهده و احساس تمام آن ها است. در شهر بیشتر از هر چیز دیگر، سیمای شهر مورد مشاهده ی مردم با هر روحیه و از هر گروه اجتماعی و طبقه ی اقتصادی قرار می گیرد که احیاناً تماشای آن موجب تفریح خاطر می شود. از این جهت سیمای بصری شهر

به عنوان یک فرایند بیرونی و جغرافیایی، و نقش ادراکی ذهن به عنوان یک فرایند درونی و روان شناسی در اینجا با یکدیگر ادغام شده اند و تصویر ذهنی از سیمای شهر شکل می گیرد. این سیما از شهر می تواند نتایج مطلوب و یا نامطلوب برای فرد تلقی گردد و در تصمیم سازی و تصمیم گیری در زندگی او نتایجی را در پی داشته باشد.

همانطور که در قبل به آن اشاره شد، عوامل سازنده ی شهر موجب شکل دهی به شهر می شوند. این عوامل در بوجود آوردن سیمای شهر از شهری به شهر دیگر متفاوت است. به تبعیت از آن، سیمای شهرها نیز گوناگون است. از این رو مردم به این فرم های متفاوت و متنوع که اساس سیمای شهر هستند، یا به سبب سابقه ی تاریخی آن ها و یا به علت تجربه ی شخصی، علاقه و وابستگی فراوان یافته اند. هر صحنه ای از شهر را می توان با یک نظر شناخت و هر صحنه، انبوه خاطرات را به ذهن می آورد. هر قسمت به قسمت دیگر پیوند می یابد و محیط بصری جزو پیوند یافته ای از زندگی مردم می شود. شهر، حتی نه از نظر خوانایی و نمایانی کامل است و نه حسن بصری شهر تنها به سبب نمایانی آن است. اما به نظر می رسد که سیمای شهر احساسی از رضایت و شادی در شخص بوجود آورد و سبب شود که شخص وجود خود را حس کند. پس احساس وجود و شخصیت کما اینکه بیشتر جنبه ی شخصی داشته باشد، یکی از اثرات بسیار مهم سیمای شهر در انسان است. در مقام مقایسه در شهرهای بزرگ و با سابقه ای که هزینه ی زیادی صرف سیمای بهینه ی آن می شود و شخصیتی مطلوب از شهر را به معرض نمایش می گذارند، دیده شده که افراد و مردم که خود نیز جزیی از سیمای شهر می باشند غالباً انسان هایی هستند که از شخصیت و پرستیژ بالاتری (نسبت به شهرهای کوچکتر با سیمای نامطلوب) برخوردارند. بنابر این متوجه می شویم که زیبایی سیمای شهر به عنوان مفهوم فراموش شده، در ارتباط و اثر آن بر روح و روان انسان از دید روان شناختی شهری بسیار حساس و مهم است. به طور کلی می توانیم بگویم که ارتباط و مهمترین اثر سیمای مطلوب محیط شهر، تقویت روحیه فرد همراه با احساس شادی که منجر به تعقل درست و ارتقاء و بالا رفتن کیفیت زندگی فرد می شود، است. نمودار (1)

اینک به طور شمارشی به برخی از این اثرات در زیر اشاره می نمایم:

1- بالا رفتن امید به زندگی؛

2- ایجاد حس کمال طلبی و کرامت انسانی؛

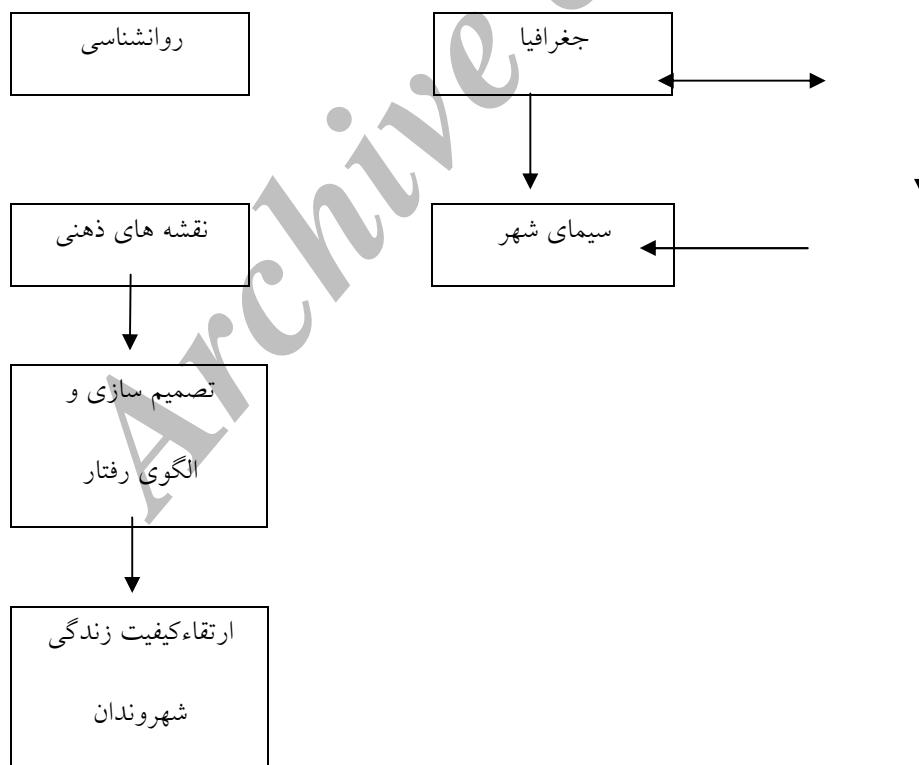
3- علاقه مند شدن فرد به محیط و شهر و بوجود آمدن زمینه های شوق زیستن در شهر و عدم تمایل به ترک شهر؛

4- بوجود آمدن زمینه های جلب گردشگر و اهداف اقتصادی؛

5- حفظ محیط زیست سالم شهری و ارتقاء سطح بهداشت عمومی سطح شهر؛

6- عزت نفس و در نتیجه کاهش زمینه های بزهکاری و انحرافات اجتماعی؛

7- ایجاد روحیه ی تعامل و همکاری اجتماعی و تقویت بنیان های زیستی.



نمودار (1): ارتباط جغرافیا- روان شناسی و اثرات متقابل آن بر کیفیت زندگی شهروندان

بحث، نتیجه گیری و آرایه ی راهکارها

به دنبال انقلاب صنعتی و ورود مهاجران به شهرها، روز به روز بر عرصه و دامنه ی شهرها افزوده شد و به طور تقریباً نامعقول به رشد خود ادامه داده و می دهند؛ اما لازماً آنچه که باید در سازمان دهی جامع شهر به آن نگریسته شود، تحقق نیافته است. انسان دارای دو بعد جسم و روح است، از نظر روحی بسیار حساس و شرایط و ویژگی های محیط زندگی او نقش بسیار تعیین کننده در روان فرد دارد. زیبایی یکی از نعمت هایی است که خداوند جهت تلطیف روح آن را آفریده تا انسان از این جهت احساس آرامش کند. از این رو نظر به این اهمیت، در حاشیه قرار گرفتن دید روان شناسانه به شهر که اهم آن مربوط به سیمای شهر می شود، به جهت اثر مهمی که منظر شهری در روح و روان انسان دارد، یکی از مسائلی است که بدان توجه لازم نشده است. و کمتر پژوهشی را می بینیم که این مسأله را مورد بررسی و تحقیق قرار داده باشد.

سیمای مطلوب شهرها دارای زیبایی هایی است که این زیبایی می تواند باعث بالندگی فرد، عزت نفس و کرامت او گردد. تأثیر سیمای شهر در روان و سرشت انسان آن است که به دیده آید به ذهن سپرده شود و سبب شادی خاطر او گردد. این اثر از سیمای شهر، بیشتر به طور ناخودآگاه بوده و به تبع می تواند نتایج مفیدتری در انجام کارها و ارتقاء کیفیت زندگی فرد داشته باشد.

روانشناسی رفتار شهروندان در یک شهر هوشمند، منظم و ایده آل، ارتباط مستقیم با سیمای آن شهر را انکار ناپذیر می نماید، عنصری که بیش از تأثیر هر عامل دیگر بر شهروندان یک شهر موثر واقع می شود، سیمای شهری است که می بینند، سپس آنچه که درباره ی شهر می شنوند و در پایان، حس بودن در شهر است. با این توصیف باید در حله نخست برای دستیابی به شهری پاک، آرام و با نشاط در اندیشه ی اصلاح ساختار و زیباسازی سیما و محیط شهری خود باشیم.

در حال حاضر فشارهایی که به انسان شهرنشین چه از نظر شخصی و چه به شکل عمومی (آلودگی، ترافیک، بی هویتی شهر، کالبدکسل کننده ی شهر و) وارد می شوند بسیار زیاد و گوناگون هستند و نمی توان به طور کامل آن ها را برطرف کرد؛ اما می توان از این مسایل کاست. یکی از این راه ها که می توان از حوزه ی روانشناختی شهری بدان

پرداخت، سیمای مطلوب شهرهاست. بدین صورت که نخست وجود سیمای مطلوب شهر می تواند باعث شادی و تفریح انسان گردد. در مرتبه ی بعد به طور ناخود آگاه و غیر آشکار می تواند در کاستن از بار منفی روانی مشکلات موجود در شغل، کار و زندگی موثر واقع شود. پس لازم که در بوجود آوردن فضاهای شهری جدید و یا ساماندهی فضای موجود شهر به جهت تاثیراتی که سیمای مطلوب شهر در روان و سرشت انسان دارد، دقت لازم و تمهیدات مطمئن اندیشیده شود. از سویی دیگر با ذکر این همه از اوصاف مطلوب سیمای شهر و تاثیرات مثبت آن در زندگی شهری نباید از تاثیرات منفی سیمای زشت و زنده ی شهرها غافل باشیم. چرا که به همان اندازه که سیمای مطلوب شهر نتایج مثبت به بار خواهد آورد، سیما و منظر شهری نا مطلوب می تواند نتایج منفی داشته باشد.

سخن آخر اینکه سیما و منظر شهری نقش قاطع و تعیین کننده در روحیه و سرشت انسان ها دارد و با وجود مشکلات حاکم بر زندگی شهروندان و مسایل مربوطه نمی توان اثر آن را انکار کرد. از این رو با توجه به اهمیت سیمای شهر در افزایش کیفیت زندگی شهروندان باید سیمای کنونی شهرها اصلاح و به ساماندهی آن پرداخت و شهرها را به قسمی بسازیم که رضایت و آرامش خاطر ساکنین شهر فراهم گردد.

منابع

- 1- شاملو، سعید(1368): مکتب ها و نظریه ها در روان شناسی شخصیت. انتشارات رشد.
- 2- شکویی، حسین(1384): اندیشه های نو در فلسفه ی جغرافیا (جلد دوم) فلسفه های محیطی و مکتب های جغرافیایی، چاپ دوم، انتشارات موسسه جغرافیایی و کاتوگرافی گیتاشناسی.
- 3- لینچ، کوین(1381): سیمای شهر، برگردان منوچهر مزینی، چاپ پنجم، انتشارات دانشگاه تهران.
- 4- Kirk, William(1963): Problems of Geography, Vol 48.
- 5- Rodaway, Paul(1994): Sensuous Geographies. Routledge.
- 6- www.3shahrsaz.parsiblogfa.com