[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال بیست و چهارم، شماره ۷۲، بهار ۱۴۰۳

بررسی مؤلفه‌های سازنده تصویر ذهنی شهروندان از مکان‌های شهری با تأکید بر رویکردهای پدیدارشناسی و روانشناسی محیطی مورد پژوهی: مقایسه تطبیقی مناطق ۱ و ۱۸ شهر تهران

دریافت مقاله: ۹۶/۳/۲۰ **پذیرش نهایی:** ۹۶/۹/۲۵

صفحات: ۳۵-۱۹

محمدتقی رضویان: گروه جغرافیای انسانی، دانشگاه شهید بهشتی، ایران.[1]
Email: Mtrazavian@gmail.com
ژیلا سجادی: عضو هیئت علمی گروه جغرافیای انسانی، دانشگاه شهید بهشتی، ایران.
مرتضی قورچی: عضو هیئت علمی گروه جغرافیای انسانی، دانشگاه شهید بهشتی، ایران.
Email: Mghourchi@gmail.com
زهره محمدگنجی: دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی، ایران.
Email: Ganjizohreh@gmail.com

چکیده

فضاهای شهری عرصه حضور شهروندان در قلمرو عمومی شهر هستند. این فضاها باید دارای شرایطی باشد که فرد بتواند در آن‌ها تجربه زیسته را با معنی و مفهوم زندگی پیوند داده و تصویرهای ذهنی از فضاهای شهری درگیر با معنی زندگی را تولید نماید؛ درصورتی‌که تجارب زیسته انسان در ارتباط با مکان‌ها توأم با بسترهای روانی از معنی و مفهوم زندگی نباشد، تصویر شکل‌گرفته در چارچوب نقشه‌های ذهنی سراسر اغتشاش و فاقد مفاهیم و معانی زندگی خواهد بود. تحقیق حاضر در برخورد با مسئله تضعیف پیوند انسان و مکان در شهرهای امروزی در تلاش است تا ضمن بررسی نظریات برگرفته از رویکردهای پدیدارشناسی و روانشناسی محیطی، به بررسی عوامل مؤثر بر تشکیل تصویر ذهنی شهروندان از مکان‌های شهری از منظر این دو دیدگاه پرداخته و ارتباط عوامل فردی را با مؤلفه‌های سازنده تصویر ذهنی از مکان را در دو محیط متفاوت موردبررسی قرار دهد. ازاین‌رو محله تجریش از منطقه ۱ و محله شهرک ولیعصر از منطقه ۱۸ تهران با توجه به تفاوت‌های موجود در زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی و کالبدی به‌عنوان نمونه موردمطالعه و از طریق نمونه‌گیری وضعی انتخاب شدند. تحلیل آماری حاصل از داده‌های به‌دست‌آمده از طریق پرسش‌نامه بیانگر این موضوع بود که باوجود تفاوت معنادار میان رضایت‌مندی از مؤلفه‌های سازنده‌ی تصویر ذهنی در این دو محله، میان ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان و رضایت‌مندی از مؤلفه‌های مذکور در هر دو محله همبستگی وجود دارد؛ بدین معنا که باوجود تفاوت معنادار در خصوصیات ادراکی و شناختی از محیط زندگی در دو محله، ولیکن ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان فارغ از شرایط مکانی محیط زندگی بر ساخت تصاویر ذهنی تأثیرگذار است.

---

۱. **نویسنده مسئول:** گروه جغرافیای انسانی دانشگاه شهید بهشتی، ایران

واژگان کلیدی: تصویر ذهنی، حس مکان، پدیدارشناسی مکان، روانشناسی محیط

مقدمه

رابطه بین انسان و محیط در درجه اول به شناخت محیط و بعد به درک آن توسط انسان مربوط می‌شود. اگر تجارب زیسته ما در ارتباط با مکان‌ها توأم با بسترهای روانی از معنی و مفهوم زندگی نباشد تصویر شکل‌گرفته در چارچوب نقشه‌های ذهنی سراسر اغتشاش و فاقد مفاهیم و معانی زندگی خواهد بود (Moudon,2003: 373) ایجاد تصویر ذهنی فرآیندی است که در آن انسان اطلاعات مربوط به موقعیت نسبی و وضعیت محیط کالبدی را کسب و رمزدار می‌کند، ذخیره می‌نماید، به یاد می‌آورد و رمزگشایی می‌کند (Tuan, 2006: 202). تصاویری که به‌این‌ترتیب شکل می‌گیرند شامل عناصر به‌دست‌آمده از تجربه مستقیم، شنیده‌های فرد از یک مکان و اطلاعات تصویر شده از محیط است (Linch,1990). این تصاویر ظاهر مکان، موقعیت نسبی و ارزش‌های آن را شامل می‌شوند. تصویر ذهنی را به داده‌های مختصری که افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و جوامع برای مشاهده، درک و بازنمایی پدیده درک شده در جهان واقع، در ذهن خود خلق کرده و از آن استفاده می‌کنند، تعبیر نموده‌اند (Zeile, 2015). تصاویر ذهنی دارای پیوندی با فرایندهای پدیدار شناختی و روان‌شناختی‌اند به این صورت که هر فرد اطلاعات محیط را کسب، کدگذاری، ذخیره، فراخوانی و بازیابی می‌کند (Neacsu & Negut, 2012). قابلیت ادراک‌پذیری و به خاطر سپاری واضح و دقیق محیط، جزئی اساسی از هر شهر پاسخده[2] و موفق بوده و رضایت عاطفی از زندگی در شهر را منتج می‌شود. وضوح ادراکی فضاهای شهری نه‌تنها از جنبه‌های شناختی حائز اهمیت است، بلکه موضوعات عاطفی، عملکردی و اجتماعی را نیز در برمی‌گیرد (Kaplan, 2016). مکان فضایی است که برای فرد یا گروهی از مردم واجد معنی باشد. این تعریف به‌صورت «مکان = فضا + معنی» بیان می‌شود (Harrison & Dourish, ۶ : 1996) رلف بیان می‌کند که (مکان، ترکیبی است از جا، منظر، آیین، مسیر، افراد دیگر، تجربه شخصی، اهمیت دادن و پاسداری از کاشانه و زمین‌های برای دیگر مکان‌ها). وی بر این عقیده است که فهم مکان می‌تواند منجر به احیا و نگهداری مکان‌های موجود و خلق مکان‌های جدید گردد(Relph, 1976) .مکان زمانی مکان می‌شود که انسان در ارتباط با لایه‌های دیگر قرار گیرد. این لایه‌ها می‌تواند توسط فعالیت‌های مشترک با دیگر همنوعان، در ارتباط با طبیعت قرار گرفتن و یا در کنج محیط مصنوع قرار گرفتن، نمایان و روشن شود و بدین صورت انسان با لایه‌های دیگر وجود خود که به‌نوعی دیگر در عالم خارج نیز وجود دارند، آشنا می‌شود و بدین ترتیب شناخت وی از محیط پیرامون و خویشتن افزون می‌گردد (Habibi, 2008: p 40) رلف بر این عقیده است که فهم مکان می‌تواند منجر به احیا و نگهداری مکان‌های موجود و خلق مکان‌های جدید گردد. بدون فهم جامعی از مکان که در برگیرنده مشخصات انسانی است، مشکل می‌توان علت ویژه بودن بعضی از مکان‌ها را توضیح داد (Seamon & Sowers, 2008) کریستیان نوربرگ شولتز، حس مکان را پدید ه ای کلی با ارزش‌های ساختاری، فضایی و جوی می‌داند که انسان از طریق ادراک جهت‌یابی و شناسایی به آن نائل می‌گردد. حس مکان در طول زمان، یک حقیقت زنده

[2]. Responsive

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

باقی‌مانده است. حس مکان، زمانی بیشتر آشکار می‌شود که به دلایلی ریتم معمول زندگی به هم بخورد، مثلاً هنگامی‌که مکان به دلیل وقوع جنگ یا سوانح طبیعی تغییر یابد. مفهوم حس مکان، ماهیت مکان را مشخص می‌کند و در مکان‌هایی یافت می‌شود که دارای کارا کتری مشخص و متمایز هستند (partovi,2008) حس مکان در رویکردهای مختلفی چون پدیدارشناسی و روانشناسی محیطی، تفاسیر مختلفی را برانگیخته است که در ذیل به بررسی آن‌ها می‌پردازیم. ازآنجاکه توجه بیش‌ازحد به عملکرد در دیدگاه مدرن بسیاری از وجوه ادراکی فضاهای شهری را در ارتباط با مخاطب کمرنگ کرده است، بحران مکان به مفهوم بحران اجتماعی از فضا و زمان، از بارزترین مشکلات شهرهای امروزی است. بحرانی که در ایجاد فضاهای شهری فاقد هویت، فاقد تاریخ و فاقد ارتباط، تبلور یافته است (پرتوی، ۱۳۹۴). دیدگاه پست‌مدرن نیز که در پی برطرف نمودن این نقیصه دیدگاه مدرن پدید آمد، با توجه مفرط به جنبه کالبدی معانی، نتوانست نگاهی جامع در جهت مکان‌مند کردن فضاهای شهری ارائه دهد (فلاحت، ۱۳۹۱). امروزه و به پیروی از سایر نمونه‌ها، شهرها هویت معنایی خود را ازدست‌داده‌اند به‌گونه‌ای که تکرار الگوهای بی‌هویت و غربی در فضاهای شهری موجب به حاشیه رانده شدن اصول حاکم بر ساخت مکان‌های شهری و تصاویر برداشت شده از آن شده‌اند (میرغلامی و آیشم، ۱۳۹۵: ۶۹). بروز انواع نابرابری‌ها، فقر گسترده، سو تغذیه و... نمونه‌هایی از آثار سو رشد شهرنشینی بود. به همین دلیل توجه بسیاری از دانشمندان و صاحب‌نظران به مفهوم کیفیت زندگی معطوف شد تا از این طریق تلاش‌هایی در راستای ارتقای شرایط زندگی و بهبود بخشیدن به بعد کیفی زندگی بشر صورت گیرد. بسیاری از مطالعات نشان می‌دهد، رضایت‌مندی از ابعاد و ویژگی‌های مختلف محله، بر کیفیت زندگی ساکنان تأثیرگذار است. با توجه به این‌که رضایت‌مندی از زندگی، یعنی رضایت‌مندی همه‌جانبه از تمامی بخش‌های زندگی، چنانچه این نوع از رضایت‌مندی در میان ساکنین شکل نگیرد، معضلات جدی‌تری نظیر مهاجرت‌های درون‌شهری، تضادهای شدید طبقاتی و مسئله بالاشهر و پایین‌شهری صورت می‌پذیرد (عظیمی مهرورز و همکاران،۱۳۹۸). در این ارتباط، فضای شهری امروزه‌ی شهر تهران به پیروی از طرح‌های سایر کشورها غالباً به‌صورت تجملی، نمادین و بدون بومی‌سازی شکل‌گرفته است و این روند در برخی از مناطق شهری به‌طور ویژه‌ای خود را نمایان کرده است. در این میان منطقه یک شهرداری تهران با دارا بودن پیشینه تاریخی و فرهنگی غنی و همچنین قرارگیری در شمال شهر تهران و برخورداری از زمین‌های دارای ارزش اقتصادی، ازجمله اصلی‌ترین مناطقی است که در چند دهه‌ی اخیر در دست بازسازی‌های سوداگرانه قرارگرفته است به‌گونه‌ای که شاهد تغییر شکل مکان‌های با هویت گذشته از شکل سنتی به شکل نوین و غالباً در شکل بلندمرتبه و مطابق با اصول مدرنیسم هستیم. در مقابل، منطقه ۱۸ شهرداری تهران به‌عنوان یکی از مناطق جنوبی تهران است که علیرغم وجود تشابهاتی از جهت هسته‌ی اولیه و روند گسترش در طول زمان، لیکن در شرایط متفاوت اجتماعی و اقتصادی از منطقه ۱ تهران قرار دارد که توسعه کالبدی و روند تغییرات آن در طول زمان منجر به ایجاد بافت اجتماعی و فرهنگی متفاوت در آن شده است. بررسی‌های اولیه به‌عمل‌آمده از هر دو منطقه نشانگر ایجاد تبعات و آثار منفی قابل‌توجه این تغییرات بر جنبه اجتماعی جریان زندگی شهری و تصویر ذهنی شهروندان از مکان‌های شهری است. بر همین اساس و با توجه به مسائل مطرح‌شده نقطه کانونی پژوهش حاضر را پاسخگویی به این سؤالات تشکیل می‌دهد که

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]

[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

مؤلفه‌های اصلی ایجاد تصویر ذهنی از مکان‌های شهری در دیدگاه‌های پدیدارشناسی و روانشناسی محیطی چه هستند و مطابق با آنچه تفاوتی میان عوامل مذکور از مکان‌های شهری در مناطق ۱ و ۱۸ شهر تهران وجود دارد؟ چه رابطه‌ای میان ویژگی‌های فردی شهروندان و رضایت‌مندی از شاخص‌های سازنده تصویر ذهنی وجود دارد؟

مبانی و پیشینه نظری

مکان و هویت مکان

مکان یا جا، کانون مطالعات جغرافیایی است (بهفروز، ۱۳۷۴: ۱۵) در جغرافیا هر واقعیت عینی با مکان پیوند می‌یابد (شکوئی، ۱۳۸۶ :۳۰۰) درعین‌حال؛ مکان، مفهومی در آمیخته با فرایندهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است (بیگدلی و شریفی، ۱۳۸۷ :۲۴۳) سکونت از مهم‌ترین شیوه‌های معنادهی یا قابل‌درک کردن طبیعت است. درک معانی تجربیات زیستاری با «نام نهادن» آغاز می‌شود و از این «جا» هویت شروع به شکل‌گیری می‌کند هویت حاصل شکل‌گیری، دگرگونی و تمایز تصورات ذهنی و کالبد عینی است که یکی در دیگری تجلی یافته است و در مکان واقع می‌شود. هویت را بدون در نظر گرفتن زمینه و منشأ مکانی و اجتماعی آن نمی‌توان متصور شد. از این منظر، هویت برآیند چگونگی تأمین نیازهای شخصی و جمعی در مکانی ویژه است.(کاویانی راد و همکاران،۱۳۹۰) انسان مهم‌ترین عامل معنا دهنده به مکان است و از عوامل تأثیرگذار در رفتار انسان در اماکن عمومی، ادراکی است که او از مکان دارد. انسان از مکان‌های متفاوت تصاویر متفاوتی در ذهن دارد. احساسات بر ادراک محیطی و شکل‌گیری تصویر ذهنی انسان از مکان تأثیر می‌گذارند. همین تصاویر ذهنی است که به مکان هویت می‌دهند. افزون بر ساختار کالبدی مکان، خاطرات افراد در هویت بخشیدن به مکان مؤثر است(سادات حبیبی، ۱۳۸۷ :۴ .)هویت‌های مکانی از سه عامل درهم‌تنیده تشکیل می‌شوند:۱ - عوامل مشخص طبیعی و نمودهای ظاهری آن ۲ - فعالیت‌های مشاهده‌پذیر و کارکردها و ۳ - مفاهیم یا نمادها(شکوئی، ۱۳۸۶).

مکان از دیدگاه پدیدارشناسی

اصطلاح پدیدارشناسی[3] با ادموند هوسرل[4] تبدیل به رویه‌ای توصیفی می‌گردد که بر این اساس، نظم‌واره‌ای است که درصدد توصیف چگونگی تکوین جهان و تجربه‌مندی آن از طریق آگاهی هست. پدیدار را نیز می‌توان چیزی دانست که به‌خودی‌خود ظاهر است یعنی آنچه خود را نشان می‌دهد: " نه ازآن‌جهت که از چیز دیگری حکایت می‌کند یا مدلول چیز دیگری است" (دارتیک، ۱۳۷۶: ۱۳۸). در این شیوه، شناخت هر پدیده بدون توجه به فرضیات قبلی و ادراکات ناآزموده آگاهانه و صریح بررسی و ادراک می‌شود. ازآنجاکه هدف شناسایی ماهیت پدیده‌ها است، در این روش تلاش می‌شود که با پدیده‌ها برخوردی خالص، دست‌اول و رها از نظریات قبلی صورت پذیرد و پدیده‌ها آن‌چنان‌که هستند شناخته و بیان شوند (پرتوی، ۱۳۹۴). نکته اصلی در رویکرد پدیدارشناسانه مبتنی بر این فرض

[3] Phenomenology
[4] Housrel

است که مردم و محیط آن‌ها به‌طور تنگاتنگ درهم‌تنیده‌اند؛ به‌گونه‌ای که هر یک آن دیگری را به وجود می‌آورد و منعکس می‌نماید. مردم در محیط همانند سوژه‌های مرتبط با یک شیء عمل نمی‌کنند آن‌گونه که رویکردهای شناختی یا ساختاری به رفتار محیطی تلقی می‌نمایند بلکه مردم و موجوداتی تجربه کننده هستند که اعمال، رفتارها و شناخت‌های آنان در محیطی تحقق می‌یابد که تحت تأثیر این اعمال قرار دارد. هدف اصلی پدیدارشناسان در مطالعات محیطی جست‌وجو و کاوش ماهیت اصلی پدیده‌هاست. مکان از دیدگاه پدیدار شناختی کانونی است که در آن انسان با حوادث و رویدادهای معنادار، هستی خود را تجربه می‌کند و درعین‌حال نقطه‌ای است که انسان از طریق آن در محیط جهت‌یابی و در آن دخل و تصرف می‌کند. (Schults,1975)، از دیدگاه پدیدارشناسانه، مکان چیزی بیشتر از یک محل انتزاعی است؛ مکان مراکز اصلی تجربه‌ی آنی ما از جهان است. مکان‌ها پدیده‌هایی از جهان هستی می‌باشند که به‌صورت مستقیم تجربه می‌شوند، پر از معنا و پر از اشیای واقعی و فعالیت‌ها هستند (شاه‌چراغی و بندر آباد، ۱۳۹۴: ۳۹۳). مجموعه‌ای از این عناصر، باهم کاراکتر محیطی مکان را تعریف می‌کنند و بشر زمانی پایگاه وجودی پیدا می‌کند که مکان او دارای کاراکتر خاص شود؛ بنابراین مکان‌ها منابع مهم هویت فردی و اجتماعی بوده و مردم با آن‌ها روابط شدید احساسی و روانی دارند (پرتوی، ۱۳۹۴: ۴۲)؛ بنابراین می‌توان گفت مکان ترکیبی از جایگاه زمینه، تجارب پیشین و حالت ذهنی- احساسی است و یک مفهوم پدیدارشناسانه هست که به روابط متقابل میان ویژگی‌ها بستگی دارد (ماتلاک، ۱۳۸۷: ۵۹۰). از دیدگاه پدیدارشناسی، حس مکان به معنای شخصیت مکان است که معنایی نزدیک به روح مکان دارد. در پدیدارشناسی، تجربه، اصلی‌ترین رکن در ادراک است. این تجربه به معنای تطهیر ذهنی و دستیابی به ذات چیزهاست (Falahat, 2006: p 58) در این رابطه می‌توان به این مهم نیز اشاره کرد که روح مکان در خود مکان قرار دارد اما حس مکان در ذهن کاربر شکل می‌گیرد. مکان اغلب به‌صورت ضمنی به‌عنوان یک خصوصیت سرشتی و ضروری از اساس پدیدارشناسی جغرافیا شناخته می‌شود. ازاین‌رو توآن[5](۱۹۶۱) اظهار می‌نماید که اولین افسانه جغرافیا از مواجهه واقعی با مکان نشئت می‌گیرد. درحالی‌که داردل[6] (۱۹۵۲)، به‌طور خاص اظهار می‌دارد که " ارضا نمودن کنجکاوی انسان در مورد تفاوت‌های جهان از مکانی به مکان دیگر است که جغرافیا را به‌عنوان موضوعی عام‌پسند موردتوجه قرار داده است". به‌طورکلی در پدیدارشناسی محیط و مکان، به‌مثابه یک موضوع اصلی مورد آزمون و بررسی قرار می‌گیرد:

- خصوصیات اساسی و ارتباطات درونی تجربه محیطی؛
- خصوصیات اصلی محیط، نظیر صدا، توپوگرافی، نور و کیفیات فضایی که موجب ارتقای کاراکتر خاص مکان و چشم‌انداز می‌شود؛
- زمینه‌های ارتباط انسان با محیط و ارتقای بصیرت‌ها و دیدگاه‌ها در زمینه نوعی از طراحی و برنامه‌ریزی که بیشتر با روح مکان در تماس است (seamon,2008: 81).

[5] Tuan
[6] Dardel

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]

[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

مکان از دیدگاه روانشناسی محیطی

روانشناسی محیطی را می‌توان روانشناسی " انسان" و " محیط" اطرافش دانست. آنچه روانشناسی محیطی را از سایر شاخه‌های روانشناسی مجزا می‌سازد، بررسی ارتباط رفتارهای متکی بر روان انسان و محیط کالبدی است. برای اولین بار کرت لوین[7] در سال ۱۹۳۶ ارتباط مکان- فرد را در قالب مبانی روان‌شناختی شخصیتی مطرح و به نقش مکان کالبدی در رفتار اشاره نمود. در دهه ۷۰ میلادی رشته‌های مختلفی چون جغرافیا، جامعه‌شناسی و معماری منظر، سعی در سنجش ارتباط مکان و فرد و نتایج آن در رفتار انسان‌ها نمودند و در این رابطه مفاهیمی چون دل‌بستگی به مکان (Manzo,2005,Low&Altman,1992)، دل‌بستگی اجتماعی، حس مکان (Tuan,1974)، همبستگی اجتماعی، وابستگی به مکان (William&Roggenbuck,2000)، هویت مکان (Proshansky,1978)، تعلق به مکان و ریشه‌داری را تبیین نمودند. پس از این گروه در ارتباط با ارتباط بین فضای ذهنی و مکان، برای اولین بار کوین لینچ واژه‌ی تصویر ذهنی[8] را در کتاب سیمای شهر در سال ۱۹۷۹ مطرح نمود. او هویت محیط را در سبب داشتن تصویر ذهنی روشن از آن بیان می‌کند. "صحنه‌ای که روشن، زنده و پیوسته باشد نه‌تنها می‌تواند تصویری دقیق به وجود آورد، بلکه خود نقشی اجتماعی نیز به عهده دارد. می‌تواند برای نمادها و خاطرات مشترک و مجتمع ارتباطات دسته‌جمعی آدمیان، ماده‌ی خام فراهم آورد (لینچ، ۱۳۹۵: ۱۵). ازنظر او یک فضای فیزیکی با هر مقیاسی به‌خودی‌خود، حسی از مکان ایجاد نمی‌کند، بلکه طی برهم کنش‌هایی بین افراد و مکان و بین خود افراد این حس تولید می‌شود (Pretty et al, 2003: 237). روانشناسان محیطی نزدیک به حدود چهل سال به مطالعه روابط انسانی با محیط و معنای مختلف ارتباطی آن پرداخته‌اند. این گروه به مطالعه و بررسی محیط زندگی انسانی و بررسی رفتارهای روزمره به تدوین مبانی نظری منطبق بر فضاها و محیط پرداخته‌اند (مطلبی،۱۳۸۰). ازنظر روانشناسان محیط، یک مکان شامل: فعالیت مستمر، قلمرو، زمان و عوامل کنترل‌کننده هست (Barker,1979). سه عامل مهم انسانی در قلمرو این دانش اهمیت پیدا می‌کند: ادراک، شناخت و احساس. ادراک از رویکرد این دانش بخشی از جوهره انسانی است که طی آن اطلاعات محیط از طریق حواس جمع‌آوری می‌شود. شناخت، روشی برای اکتساب، ذخیره‌سازی، ساماندهی و بازخوانی اطلاعات ادراک‌شده محیط و احساس، بخشی از عکس‌العمل فطری انسان نسبت به محیط هست (Gifford et al,2002). کراسول[9] ابعاد مختلف مکان و رابطه آن با فضای ذهنی را از دیدگاه روانشناسی محیطی توصیف می‌کند و دشواری‌های مربوط به ارائه تعریفی جهانی از مکان را با ذکر نمونه‌های متعدد با استفاده از زمینه‌های گوناگون، شرح می‌دهد ازنظر کراسول میان مفاهیم "بی‌مکانی"[10] و " بی‌محلی"[11] تفاوت اساسی وجود دارد. وی به جهت تعریف بی‌مکانی در حوزه‌ی شهر، به نظریه ادوارد رلف اشاره

[7] Kurt Lewin
[8] Mental Image
[9] Creswell
[10] Placeness
[11] Nonplace

می‌کند و نبود حس مکان ناشی از الگوبرداری‌های نامأنوس با محیط را به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین عوامل ظهور پدیده بی‌مکانی مطرح می‌کند (Creswell, 2017).

مکان و تصویر ذهنی

هنگامی‌که از رابطه بین انسان و محیط صحبت می‌شود منظور «ادراک محیطی»[12] است که در درجه اول به شناخت محیط بعد به درک آن توسط شهروندان مربوط می‌شود. انسان در هر زمان و هر فضا تنها بخشی از اطلاعات محیط خود را در ذهن ثبت می‌کند. لکن همین اطلاعات محدود تصویر کامل و جامعی، هرچند نادرست و غیرواقعی از محیط اطراف به دست می‌دهد. در هر تجربه انسان عمدتاً بر تجارب قبلی که اطلاعات آن در ذهن ذخیره‌شده تکیه می‌کند تا از این طریق تصویر ذهنی خود از محیط را کامل و پر کند. اطلاعات جدید اطلاعات ذخیره‌شده قبلی را فراخوانده و مشترکاً تصویر ذهنی موردنظر را به وجود می‌آورند؛ بنابراین مشاهده محیط به مفهوم ایجاد تصور ذهنی[13] بر اساس تجارب و مشاهدات گذشته است. این تصور توسط بولدینگ[14] به‌عنوان یک عکس ذهنی تعریف می‌شود که محصول تجارب، نگرش‌ها، خاطرات و احساسات آنی است و از آن برای تفسیر اطلاعات و هدایت رفتار استفاده می‌شود، چون یک توالی نسبتاً باثبات از روابط میان مفاهیم و اشیای بامعنی را عرضه می‌کند. تصویر ذهنی از مکان‌ها می‌تواند به‌صورت فردی و یا تصویر ذهنی گروه یا اجتماع از مکان‌ها باشد:

تصویر ذهنی فردی از مکان

در یک فرد، ادغام تجربه عاطفه، حافظه تخیل وضعیت فعلی و آتی ممکن است به‌قدری متنوع باشد که بتواند مکان خاصی را به چندین روش کاملاً متفاوت رؤیت کند. درواقع هر فرد نسبت دیگران، یک تصور کمابیش متمایز از یک مکان خاص دارد که این صرفاً بدین خاطر نیست که هر فرد یک مکان را از طریق مجموعه‌ای از لحظه‌های منحصربه‌فرد تجربه می‌کند، بلکه بیشتر بدین خاطر است که هرکس مخلوط خاص خودش را از شخصیت، خاطرات، عواطف و منویات دارد که به تصورش از مکان مزبور رنگ می‌دهد و بدان هویتی متمایز می‌بخشد.

تصویر ذهنی جمعی از مکان

سطح جمع بودن میان‌مقیاس‌های فرد و توده در مرحله‌ای است که برگر و لاکمن[15] بدان " اجتماعی شدن ثانوی" اطلاق می‌کنند؛ یعنی علایق، نگرش‌ها و تجارب گروهی؛ اما گروه‌ها و جوامع مشابه هم نیستند درحالی‌که گروه‌ها رسمی و سازمان‌یافته‌اند؛ بنابراین جوامع از طریق گروه‌های هدف، توسعه می‌یابند و تصوری که نشان‌دهنده هویتی باشد که آن گروه‌ها به مکان‌های مهم می‌دهند، انعکاس‌دهنده‌ی علایق و تعصبات آن گروه‌ها است. لذا یک شهر خاص برای افراد ساکن زاغه‌ها، نواحی فقیرنشین، حومه‌نشین‌ها، برنامه ریزان و گروه‌های شهروندی هویتی متفاوت

[12] Environmental Perception
[13] Image
[14] Boulding
[15] Luckman

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

دارد. (رلف، ۱۳۸۹: ۷۶). همان‌طور که هیلی بیان می‌کند در فرآیند ایجاد یا تغییر تصویر ذهنی شهر، بیشتر بر فعالیت‌های فیزیکی تأکید می‌شود، که به معنی اصلاح یا ایجاد ساختمان‌های آرم دار، طراحی مناطق شهری جدید و فراهم کردن یا بهینه‌سازی شبکه جاده‌ای است .فعالیت‌های اجتماعی یا ناملموس از توجه کمتری برخوردارند چنانکه گویی تغییرات در این محدوده تنها پیامد تغییرات فیزیکی هستند و یا اینکه آن‌ها فرآورده جانبی ساده‌ای به‌حساب می‌آیند (Healey,2002). لینچ بر اهمیت فضا و چشم‌انداز، ویژگی‌های طبیعی شهر، مناطق سرسبز یا وجود آب و فضاهای فیزیکی که بر گذشت زمان دلالت دارند، تأکید می‌کند و عناصری مثل راه‌ها شانه جاده، حومه‌ها، علائم راهنما را مشخص‌کننده تصویر ذهنی از شهر می‌داند (Luque- Matu'nez et al, 2005). وی بیان می‌کند که شکل‌گیری فضای ذهنی شهر نتیجه فرآیند دوجانبه‌ای است که توسط مشاهده‌کننده و محیط وی هدایت می‌شود؛ بنابراین تصویر عمومی، نمایش‌ها یا تصاویر ذهنی مشترکی هستند که تعداد زیادی از ساکنین شهری در آن سهیم هستند. آن‌ها وضعیت مشترکی را به دلیل ارتباط درونی واقعیت فیزیکی منحصربه‌فرد به وجود می‌آورند و همچنین در شکل‌گیری فرهنگ مشترک و طبیعت نقش دارند. به‌بیان‌دیگر فضای ذهنی شهر نه‌تنها باید قابل‌انتقال باشد، بلکه نیاز است که قابل پیش‌بینی و برنامه‌ریزی نیز باشد. فضای ذهنی باید عاطفه، احساسات یا شور و هیجان را القا کند. هنگامی‌که فرد فضای ذهنی را شکل می‌دهد، این تصویر بایستی آشکارا احساسات، عقاید یا نگرش‌های واضحی را پدیدآورند اما لزوماً دائمی و پایدار نیستند آن‌ها می‌توانند کم‌وبیش تغییر کنند. از سوی دیگر تصویر ذهنی شهر یا سیمای شهر، درواقع کلیت به‌هم‌پیوسته‌ای از نمادها و نشانه‌هاست که به مفاهیم، ارزش‌ها، معانی و چیزهای شبیه آن واقعیت می‌بخشد (پاکزاد،۱۳۸۵: ۷۲). به‌عبارت‌دیگر تصویر ذهنی یا سیما، کلیه برداشت‌ها، دانسته‌ها، باورها، حدس‌ها و انتظاراتی است که فرد از محیط پیرامون خود داشته و ارزش، کیفیات، عملکرد و اولویت‌های متفاوت را در ذهن وی ایجاد می‌نماید (جلفایی، ۱۳۸۹: ۱۲). پس سیمای مکان‌های شهری موضوع درک مشترک شهروندان است و بخش مهمی از خاطرات جمعی ساکنان شهر را به خود اختصاص می‌دهد. به‌بیان‌دیگر منظر شهر، عضوی از جامعه شهری است که همراه با اهالی آن در همه تجربه‌ها و حوادث خاطره ساز که تاریخ و ذهنیت افراد جامعه را نقش می‌دهد، حاضر بوده است (صبری،۱۳۸۲: ۲۳). از دیدگاه کاتلر و همکارانش تصویر یک شهر می‌تواند به‌صورت زیر باشد:

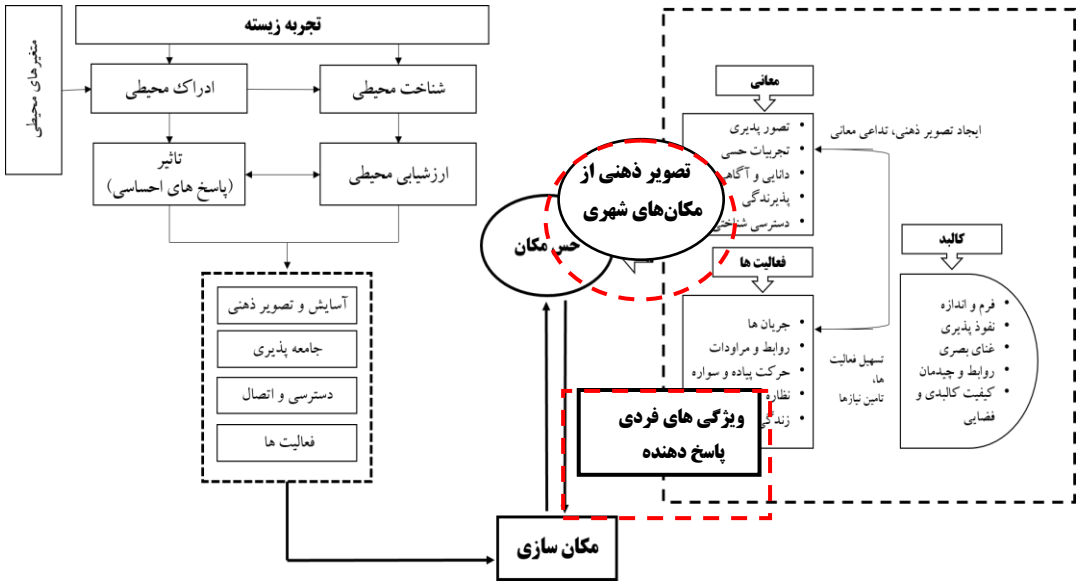
- مثبت و جذاب
- منفی و ضعیف
- ترکیبی (وقتی‌که تصویر ذهنی هر دو عنصر مثبت و منفی را در برمی‌گیرد)
- متضاد (وقتی‌که شهر یک تصویر مثبت در میان یک جمعیت خاص و یک تصویر منفی در میان جمعیت دیگر دارد) (Kotler et al 1999).

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

در مطالعه صورت گرفته توسط آورهام[۱۶] بر روی بهبود فضای ذهنی نامطلوب از شهر مشخص شد که شهرها برای کسب یک تصویر ذهنی مطلوب در میان سرمایه‌گذاران، مهاجران و توریست‌ها تلاش می‌کنند. مدیران بسیاری از شهرها عقیده دارند که تصاویر ذهنی نامناسب و رفتارهای کلیشه‌ای در ارتباط با نامشان مانعی هستند از یک آینده‌ی پرجنب‌وجوش زندگی شهری جلوگیری می‌کنند (Avraham, 2004). رلف[۱۷] بر این عقیده است که فهم مکان می‌تواند منجر به احیا و نگهداری مکان‌های موجود و خلق مکان‌های جدید گردد. بدون فهم جامعی از مکان که دربرگیرنده مشخصات انسانی است، مشکل می‌توان علت ویژه بودن برخی از مکان‌ها را توضیح داد (Seamon & Sowers,2008, 45). او بیان می‌کند که مکان ترکیبی از جا، منظر، آیین، مسیر، افراد دیگر، تجربه شخصی و اهمیت دادن و پایداری از کاشانه و زمینه‌ای برای دیگر مکان‌هاست. وی بر این عقیده است که فهم مکان می‌تواند منجر به احیا و نگهداری از مکان‌های موجود و خلق مکان‌های جدید گردد (Relph, 1976: 29). او با بیان ارتباط ادراک باتجربه از مکان، اعتقاد دارد که در حس مکان، انسان‌ها مفهومی فراتر از خصوصیات کالبدی و عناصر کالبدی در یک مکان را درک می‌کند و به‌نوعی پیوستگی و ارتباط ممتد با روح مکان را احساس می‌کنند (Cuthbert, 2006). نوربرگ شولتز معتقد است که مکان اساساً همان چیزی است که هست و این به دلیل کیفیات ذاتی موجود در مکان است. ازاین‌رو مداخله انسانی در مکان زمانی موفق خواهد بود که بتواند، شخصیت اصلی مکان را بشناسد و پیرو آن محیط‌هایی انسانی ایجاد نماید که با شخصیت مکان هماهنگ بوده و در آن ناسازگاری، تحمیل و تحکم وجود نداشته باشد (Seamon,1982). توان دو مفهوم فضا و مکان را در دو مفهوم مرتبط و درعین‌حال نیازمند یکدیگر جهت دستیابی به یک تعریف صحیح از هر یک می‌داند. او به دوتایی‌هایی جهت مقایسه این دو مفهوم اشاره می‌کند. به نظر وی اگر ما فضا را سیال، باز و آزاد در نظر بگیریم که به ما اجازه حرکت می‌دهد، مکان یک مکث است که در خود امنیت و ثبات دارد. مکث‌ها در فضا، این را برای ما ممکن می‌سازند که فضا به مکان تبدیل گردد (Tuan, 1977:6).

[16] Avraham
[17] Edward Relph

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]



شکل (۱). مدل مفهومی تحقیق از جمع‌بندی مبانی نظری. منبع: نگارندگان

روش تحقیق

روش تحقیق در پژوهش حاضر پیمایشی از نوع توصیفی- تطبیقی و مبتنی بر مطالعه اسنادی و پرسش‌نامه هست که بر اساس مرور مستندات مربوط به پژوهش‌های بارز و نوین در زمینه نحوه سنجش فضای ذهنی شهروندان از مکان‌های شهری صورت گرفته است. ازآنجاکه بررسی موضوعات مرتبط با فضای ذهنی و حس مکان، پدیدارشناسانه و در ارتباط کامل با ویژگی‌های فردی هست، بهترین پهنه بررسی موضوع مذکور "محلات شهری" بوده که با توجه به بیان مسئله و انتخاب دو منطقه ۱ و ۱۸ به‌عنوان نمونه موردمطالعه، از طریق مطالعات مقدماتی میدانی (در راستای شناخت بیشتر موقعیت محل و بررسی مسائل کالبدی و اجتماعی آن)، دو محله تجریش از منطقه ۱ و شهرک ولیعصر از منطقه ۱۸ به‌عنوان مورد پژوهی و بر اساس نمونه‌گیری وضعی برگزیده شدند. در این نوع نمونه‌گیری محقق بر اساس تجربه شخصی و یا تجارب تکراری و مشابه دیگران یک گروه اجتماعی یا پهنه جغرافیایی را معرف جامعه‌ای که به آن تعلق دارند می‌یابد (حافظ نیا، ۱۳۹۱: ۱۶۱). در ارتباط با تعیین تعداد حجم نمونه گاه حدنصاب‌هایی ارائه می‌شود تا حداقل حجم نمونه از آن کمتر نشود، در تحقیقات توصیفی زمینه یاب و پیمایشی حداقل حجم نمونه ۱۰۰ نفر است (همان: ۱۶۵) بنابراین با توجه به نوع تحقیق پیش رو (توصیفی زمینه یاب – پیمایشی) تعداد ۱۰۰ نفر از ساکنان محله تجریش و ۱۲۰ نفر از ساکنان محله شهرک ولیعصر به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. در بررسی حاضر متغیر وابسته " تصویر ذهنی ساکنان از مکان‌های شهری" (مجموع بیست شاخص مستخرج از نظریات مطرح‌شده در رویکردهای پدیدارشناسی و روانشناسی محیطی در جدول (۱) و

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

متغیرهای مستقل مشتمل بر ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهنده (سن، جنسیت، شغل، تحصیلات، وضعیت تأهل، سابقه سکونت در محله و مدت‌زمان حضور در فضای عمومی محله) می‌باشند. بر این اساس پرسش‌نامه مشتمل بر ۷۶ گویه در ارتباط با شاخص‌های موردنظر (در مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت) طراحی و در اختیار نمونه آماری قرار گرفت و پرسش‌نامه‌های مذکور به کمک فن‌های آماری با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد آزمون و تحلیل قرار گرفتند که با توجه به نا پارامتر بودن داده‌ها از آزمون‌های من ویتنی به جهت سنجش تفاوت در دو محله و از آزمون همبستگی اسپیرمن به جهت بررسی وجود یا عدم وجود ارتباط معنادار بین متغیرهای مستقل و وابسته بهره گرفته شد.

جدول (۱). معیارها و شاخص‌های مستخرج از مبانی نظری

مفهوم	رویکرد	نظریه‌پردازان	بعد مکان	معیار	شاخص‌های موردبررسی
مکان	پدیدارشناسی	هایدگر شولتز رلف ترانسیک توان کارمونا کراسول	اجتماعی ادراکی	خوانایی	وجود عناصر خوانایی (راه، گره، لبه، نشانه، محله)
				حس مکان	تقویت احساس تعلق و حس شهروندان
				هویت	وجود عناصر تاریخی و هویت‌ساز
	روانشناسی محیطی	کانتر مونتگومری پانتر توماس نیت پروشانسکی	شناختی کالبدی احساسی	فرم	دسترسی و نفوذپذیری، وجود نشانه‌ها، تناسب بین توده و فضا
				فعالیت	تنوع و سرزندگی، زندگی خیابانی، قابلیت نظاره کردن، امکان برگزاری رویدادها و سنت‌های محلی، وقت‌گذرانی، جذابیت، کیفیت روابط و مراودات، اقتصاد خرد، حرکت پیاده و سواره
				تصورات	تصور پذیری، تجربیات حسی، امنیت و ترس

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۹

روایی و پایایی ابزار سنجش

برای تائید پایایی و روایی تحقیق از آزمون آلفای کرون باخ استفاده‌شده است. درمجموع شاخص‌ها و گویه‌های مورد پرسش، این ضریب برابر با ۰.۹۵۹ به‌دست‌آمده است که با توجه به عدد به‌دست‌آمده می‌توان ادعا کرد که همبستگی درونی بالا بوده و ابزار پژوهش از پایایی و اعتبار قابل قبولی برخوردار است. به جهت سنجش روایی تحقیق نیز از روش سنجش روش روایی صوری و محتوایی استفاده شد که بر این اساس نظرات متخصصان این حوزه سنجیده و در طراحی پرسش‌نامه اعمال گردید.

معرفی محدوده موردمطالعه

محله تجریش محله‌ای بسیار قدیمی و یکی از اولین محلات منطقه یک شهر تهران است. هسته‌ی اولیه‌ی تجریش در جنوب امامزاده صالح (ع) و مرکز اصلی این محدوده را می‌توان بازار فعلی تجریش برشمرد. تجریش تا اوایل دهه

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]

[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

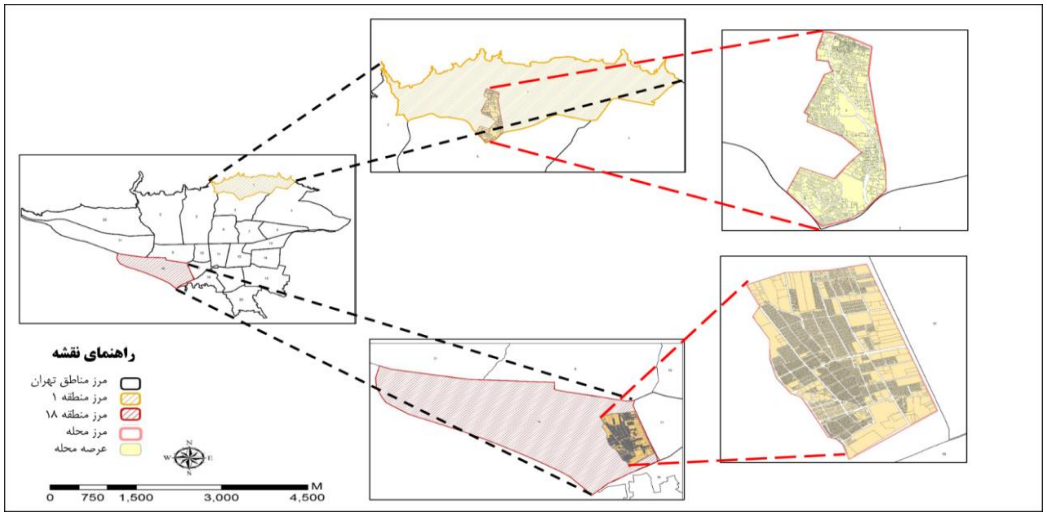
۱۳۴۰ به‌عنوان شهری مستقل و جدا از تهران بود. بعد از انقلاب اسلامی با توجه به ادامه روند مهاجرت به شهر تهران و ضرورت تأمین مسکن، محدوده شمال تهران مورد ساخت‌وسازهای بی‌وقفه و فراوان قرار گرفت. ایجاد راه‌ها و دسترسی‌های جدید، دسترسی شهروندانی که به اقصی نقاط منطقه به‌خصوص شمیرانات را میسر ساخته و درنتیجه توسعه و تحولات منطقه را به‌ویژه در نقاط باز و ارتفاعات میسر ساخته و تشدید کرد (مهندسان مشاور بافت شهر، ۱۳۸۶). با افزایش یافتن ارزش زمین و مسکن در این منطقه و افزایش میل سودجویان و بنگاه‌های بزرگ مالی در جهت ساخت‌وساز و کسب ثروت بیشتر، هم‌اکنون با منظره‌ای از تغییر چهره محله از طریق ساخت‌وسازهای کلان ساختمان‌ها و مجموعه‌های مسکونی بلندمرتبه و عظیم و متراکم مواجه می‌شویم که عمدتاً بدون توجه به طبیعت زمین و رعایت توپوگرافی و مقیاس فضایی آن با طرح‌هایی غیر برنامه‌ریزی‌شده به‌صورت غیر برنامه‌ریزی به‌صورت غیر هماهنگ رشد یافته‌اند. عمده‌ترین ویژگی‌های محدوده‌های موردمطالعه را می‌توان در جدول (۲) خلاصه نمود.

جدول (۲). عمده‌ترین ویژگی‌های محدوده موردمطالعه

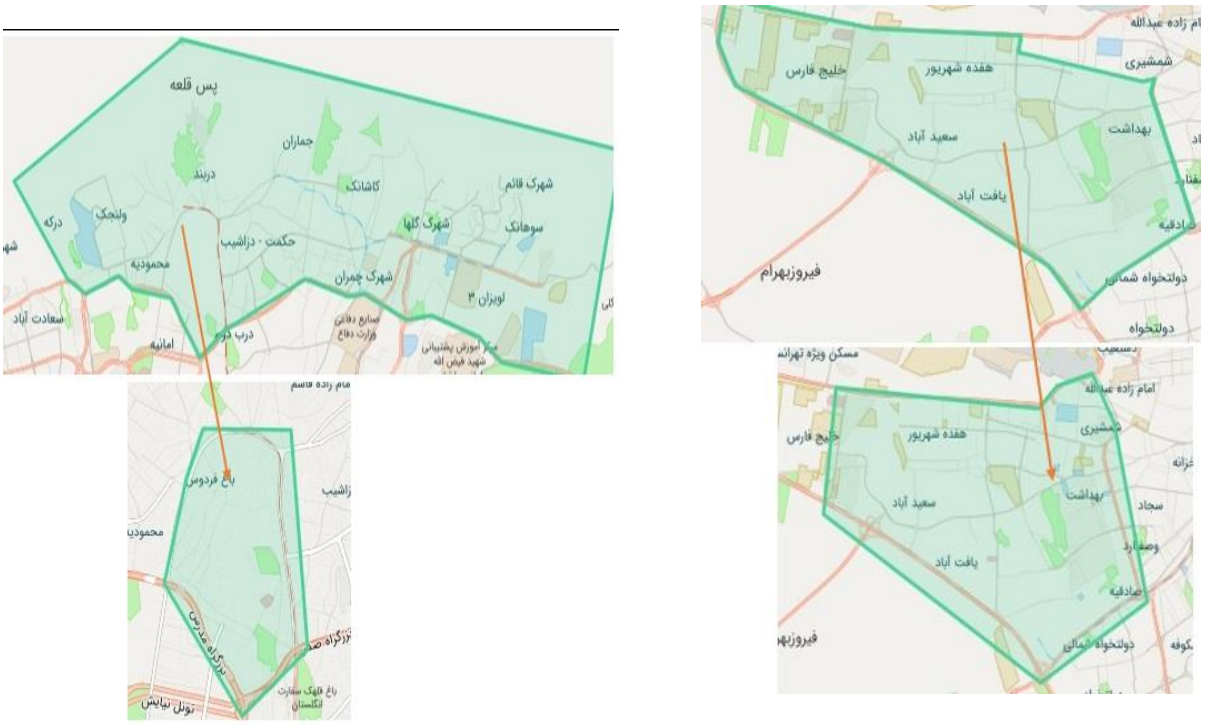
محله	ویژگی‌های اجتماعی	ویژگی‌های کالبدی	ویژگی‌های طبیعی	ویژگی‌های اقتصادی
تجریش	جمعیت ۳۹۰۹۴۶ نفر نرخ رشد طبیعی ۰/۹ نرخ رشد غیرطبیعی ۲/۳ بعد خانوار ۳/۳ نفر نسبت جنسی ۱۰۵ نرخ باسوادی ۹۶ درصد	مساحت ۵۱۴/۸۵۷ هکتار دارای بافت ارگانیک در جنوب و غرب، بافت مدرن در شمال و شرق دارای سلسله‌مراتب دسترسی عمده‌ترین کاربری موجود مسکونی وجود عناصر شاخص مانند امامزاده صالح، تکیه پایین و بالا، بازار تجریش	شیب ۱۰- ۱۵ درصد ارتفاع ۱۵۰۰ متر وجود رودخانه دربند میانگین دما ۲۳/۸ درجه میانگین بارش ۴۳/۲۵ میلی‌متر	نرخ اشتغال ۹۳/۶ درصد بار تکفل ۳/۳
شهرک ولیعصر	جمعیت ۳۹۱۳۶۸ نفر نرخ رشد طبیعی ۱/۵ نرخ رشد غیرطبیعی ۳/۴ بعد خانوار ۳/۲ نفر نسبت جنسی ۱۰۵ نرخ باسوادی ۸۹/۰۲ درصد	مساحت ۳۶۵ هکتار دارای بافت ارگانیک در جنوب، بافت مدرن در قسمت شمال دارای سلسله‌مراتب دسترسی عمده‌ترین کاربری موجود مسکونی وجود عناصر شاخص مانند بوستان قائم، مجتمع قضایی خانواده و مراکز خرید	شیب ۲ درصد ارتفاع ۹۰۰ تا ۱۱۰۰ متر حوضه آبریز کلان‌شهر تهران میانگین دما ۲۵/۳ درجه میانگین بارش ۳۷/۵ میلی‌متر	نرخ اشتغال ۸۶/۴۱ درصد بار تکفل ۴/۲

منبع: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵

بخش دیگری از محدوده موردمطالعه منطقه ۱۸ تهران و با تأکید بر محله شهرک ولیعصر می‌باشد. این منطقه در منتهی‌الیه جنوب غربی شهر تهران قرار دارد و در سال ۱۳۵۹ به‌عنوان منطقه جدید به شهر تهران الحاق گردیده است. اکثر اراضی این منطقه را در چند دهه پیش باغات و مزارع کشاورزی تشکیل می‌داده است که با توسعه تهران به‌طرف غرب بخشی از اراضی مذکور تحت پوشش توسعه شهری قرارگرفته است. محله شهرک ولیعصر یکی از قدیمی‌ترین نقاط سکونتگاهی این منطقه است اشکال (۲ و ۳).



شکل (۲). موقعیت جغرافیایی محلات موردمطالعه در شهر تهران و در منطقه ۱ و ۱۸ منبع: شهرداری تهران، ۱۳۹۵



شکل (۳). موقعیت جغرافیایی منطقه ۱ و محله تجریش-منطقه ۱۸ و محله شهرک ولیعصر. منبع: نگارندگان، ۱۳۹۹

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]

[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش با بهره‌گیری از آمار توصیفی، شاخص‌های زمینه‌ای همچون سن، جنسیت، شغل، سطح تحصیلات و ... پاسخ‌دهندگان آورده شده است. جهت بررسی و توصیف ویژگی‌های عمومی پاسخ‌دهندگان از آماره‌های معمول مانند فراوانی و درصد استفاده می‌گردد. داده‌های جمع‌آوری‌شده از طریق پرسش‌نامه که در کل ۲۲۰ (۱۲۰ نمونه در محله شهرک ولیعصر و ۱۰۰ نمونه در محله تجریش) به‌دست‌آمده‌اند جدول (۳). نتایج حاصل از ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان بر اساس بیشترین فراوانی در گزینه‌ها بدین شرح هستند.

جدول (۳). یافته‌های توصیفی تحقیق (بالاترین میزان فراوانی پاسخ‌ها)

	سن		جنسیت		وضعیت تأهل		تحصیلات		وضعیت فعالیت	
محله	گزینه	درصد	گزینه	درصد	گزینه	درصد	گزینه	درصد	گزینه	درصد
تجریش	۲۰-۴۰ سال	۳۷	مرد	۵۵	مجرد	۵۹	کاردانی و کارشناسی	۴۰	شاغل	۵۷
شهرک ولیعصر	۲۰-۴۰ سال	۳۰/۸	زن	۶۷/۵	متأهل	۳۷/۵	کاردانی و کارشناسی	۳۹/۲	شاغل	۶۰/۸

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

علاوه بر ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان، دو گویه ی "مدت‌زمان سکونت در محله" و " مدت‌زمان حضور روزانه در محله" به جهت سنجش اثرگذاری عوامل مذکور بر تصویر ذهنی ساکنان از مکان‌های شهری مورد پرسش قرار گرفت و نتایج آن مؤید این موضوع بود که ۷۲ درصد پاسخ‌دهندگان از محله تجریش بین ۱۰ تا ۲۰ سال در این محله سکونت داشته‌اند و در محله شهرک ولیعصر نیز گزینه "بیشتر از ۲۰ سال" بیشترین فراوانی را در بین گزینه‌ها داشته است. به لحاظ مدت‌زمان حضور در محله نیز بیشترین میزان پاسخگویی مربوط به گزینه ۱ تا ۲ ساعت با ۵۶ درصد فراوانی در تجریش و ۵۰ درصد فراوانی در شهرک ولیعصر هست.

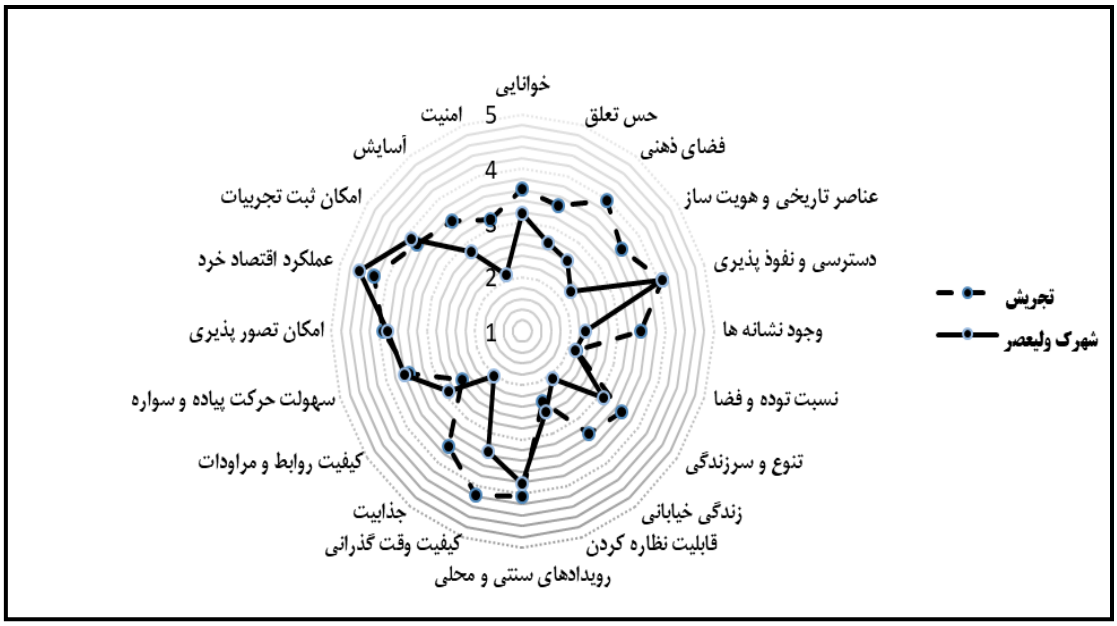
تجزیه‌وتحلیل

محاسبه میانگین[18] (توصیف گروه‌ها)

مطابق با پیش‌شرط‌های مطرح‌شده در خصوص اصول حاکم بر داده‌های مورداستفاده در آزمون مذکور و با توجه به ویژگی‌های داده‌های به‌دست‌آمده و همچنین هدف تحقیق، استفاده از این آزمون ضرورت می‌یابد. بر همین اساس ابتدا سؤالات تحقیق مرتبط با هر شاخص با بهره‌گیری از دستور COMPUTE یکسان‌سازی شد و ۲۰ شاخص تحقیق که مستخرج از نظریات پایه‌ی نظری و شامل: خوانایی، حس تعلق، وجود عناصر سازنده تصویر ذهنی، وجود عناصر تاریخی و هویت‌ساز، دسترسی و نفوذپذیری، وجود نشانه‌ها، نسبت توده و فضا، تنوع و سرزندگی، کیفیت

[18] Mean Test

زندگی خیابانی، قابلیت نظاره کردن، رویدادهای سنتی و محلی، کیفیت وقت‌گذرانی، جذابیت، کیفیت روابط و مراودات، سهولت حرکت پیاده و سواره، عملکرد اقتصاد خرد، امکان تصور پذیری، امکان ثبت تجربیات، آسایش، امنیت هست، به تفکیک دو منطقه و به عبارت بهتر محله، مورد آزمون قرار گرفتند. ازآنجاکه سؤالات تحقیق در طیفی از بسیار کم تا بسیار زیاد درجه‌بندی‌شده‌اند، به جهت امتیازدهی آن‌ها از امتیاز ۱ برای پاسخ خیلی کم، امتیاز ۲ برای پاسخ کم، امتیاز ۳ برای پاسخ متوسط، امتیاز ۴ برای پاسخ زیاد و امتیاز ۵ برای پاسخ بسیار زیاد در نظر گرفته‌شده است. ازاین‌رو محاسبه میانگین برای هر پاسخ مساوی با عددی بین ۱ تا ۵ خواهد بود. بررسی میانگین پاسخگویی به هر شاخص مشخص کرد که "عملکرد اقتصاد خرد" در هر دو منطقه با میانگین ۴.۲۵۵ در محله تجریش و ۴.۶ در محله شهرک ولیعصر بیشترین عدد را به خود اختصاص داده است. در مقابل شاخص نسبت توده و فضا با ۲.۱۴۵ و شاخص وجود عناصر تاریخی و هویت‌ساز با ۲.۲۴۱ کمترین میانگین را به ترتیب در محلات تجریش و شه ولیعصر داشته‌اند شکل (۴).



شکل (۴). میانگین شاخص‌های موردمطالعه

آزمون مقایسه گروه‌ها

یکی از روش‌های «آزمون فرض آماری[19] در بین دو جامعه یا گروه مستقل، آزمون یو من ویتنی[20] است. به کمک آزمون من ویتنی قادر خواهیم بود که یکسان بودن دو توزیع احتمالی را ازلحاظ شکل و مکان موردبررسی قرار

[19] Statistical Hypothesis Testing

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]

[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

دهیم. با توجه به ناپارامتری بودن داده‌های تحقیق و به جهت مقایسه اطلاعات به‌دست‌آمده از هر محله، از این آزمون استفاده خواهد شد. مطابق با سطح معناداری آزمون دو فرض اساسی در ارتباط باوجود یا عدم وجود تفاوت معنادار در دو جامعه آماری وجود دارد:

- H0: توزیع داده‌های مربوط به هر شاخص در دو محله دارای تفاوت معنادار نیست.
- H1: توزیع داده‌های مربوط به هر شاخص در دو محله دارای تفاوت معنادار است.

بر همین اساس با توجه به سطح معناداری تعریف‌شده چنانچه این مقدار کمتر از ۰.۰۰۵ باشد فرض صفر تحقیق مبنی بر عدم وجود تفاوت معنادار رد شده و فرضیه‌ی مبتنی بر معناداری تائید خواهد شد جدول (۴).

جدول (۴). نتایج آزمون آماری من ویتنی

ردیف	شاخص	مقدار آزمون	معناداری	ردیف	شاخص	مقدار آزمون	معناداری
۱	خوانایی	۳۸۴۰.۵	.۰۰۰	۱۱	رویدادهای سنتی و محلی	۵۶۰۷.۵	.۳۸۴
۲	حس تعلق	۳۱۵۲.۵	.۰۰۰	۱۲	کیفیت وقت‌گذرانی	۳۳۸۱.۵	.۰۰۰
۳	وجود عناصر سازنده تصویر ذهنی	۱۲۵۳.۵	.۰۰۰	۱۳	جذابیت	۲۵۱۸.۰	.۰۰۰
۴	وجود عناصر تاریخی و هویت‌ساز	۱۲۷۴.۵	.۰۰۰	۱۴	کیفیت روابط و مراودات	۳۱۸۲.۰	.۰۰۰
۵	دسترسی و نفوذپذیری	۵۹۶۸.۰	.۹۴۴	۱۵	سهولت حرکت پیاده و سواره	۵۷۴۲.۰	.۵۷۷
۶	وجود نشانه‌ها	۲۴۲۷.۰	.۰۰۰	۱۶	عملکرد اقتصاد خرد	۴۵۱۰.۰	.۰۰۰
۷	نسبت توده و فضا	۵۹۲۳.۰	.۸۶۷	۱۷	امکان تصور پذیری	۵۷۳۲.۰	.۵۶۲
۸	تنوع و سرزندگی	۴۰۲۷.۰	۰۰۰.	۱۸	امکان ثبت تجربیات	۵۱۰۸.۰	..۰۵۳
۹	زندگی خیابانی	۳۲۹۰.۰	.۰۰۰	۱۹	آسایش	۳۷۴۰.۰	.۰۰۰
۱۰	قابلیت نظاره کردن	۳۳۱۶.۵	.۰۰۰	۲۰	امنیت	۵۱۵۵.۰	.۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

نتایج به‌دست‌آمده از آزمون آماری یو من ویتنی بیانگر این موضوع است که تفاوت در دو گروه ساکنان محله تجریش و محله شهرک ولیعصر در شاخص‌های "امنیت"، "آسایش"،" عملکرد اقتصاد خرد"، "کیفیت روابط و مراودات"، " جذابیت"، "کیفیت وقت‌گذرانی"، "قابلیت نظاره کردن"، " زندگی خیابانی"، " تنوع و سرزندگی"، " وجود نشانه‌ها"، " وجود عناصر تاریخی و هویت‌ساز"، " وجود عناصر سازنده فضای ذهنی"، " حس تعلق" و خوانایی معنادار است و این معناداری نشان می‌دهد که ساکنان محله تجریش نسبت به ساکنان شهرک ولیعصر در شاخص‌های مذکور رضایت‌مندی بالاتری از شاخص‌های سازنده تصویر ذهنی از مکان‌های شهری در محله خود دارند. در مقابل شاخص‌های " امکان تصور پذیری"، " امکان ثبت تجربیات"، " سهولت حرکت پیاده و سواره"، " رویدادهای سنتی و محلی"، " نسبت توده و فضا" و " دسترسی و نفوذپذیری" دارای تفاوت معناداری در دو محله

[20] Mann-Whitney U

نبوده‌اند و به عبارتی میزان رضایت‌مندی و یا نارضایتی از متغیر مستقل در هر دو محله در وضعیت تقریباً مشابه قرار دارد.

آزمون همبستگی اسپیرمن

در آمار، ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن[21] که با حرف یونانی ρ نشان داده می‌شود آماره‌ای ناپارامتری برای سنجش ضریب همبستگی بین دو متغیر تصادفی است. مقدار این ضریب نشان‌دهنده قابلیت بیان یک متغیر به‌صورت تابعی یکنوا از متغیر دیگر است. همبستگی کامل (۱+ یا ۱-) زمانی اتفاق می‌افتد که متغیری تابعی یکنوا از متغیر دیگر باشد (ویکی‌پدیا). در این رابطه متغیر وابسته تحقیق رضایت‌مندی از مجموعه شاخص‌های سازنده فضای ذهنی شهروندان و متغیرهای مستقل شامل ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهنده می‌باشند جدول (۵).

جدول (۵). نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن

متغیر وابسته	متغیر مستقل	محله	ضریب همبستگی	معناداری	شدت و ضعف همبستگی
رضایت‌مندی از مجموعه شاخص‌های سازنده فضای ذهنی از مکان‌های شهری	سن	تجریش	۰.۳۹۲	۰.۰۰۰	متوسط
		شهرک ولیعصر	۰.۳۲۴	۰.۰۰۰	متوسط
	جنسیت	تجریش	-۰.۰۲۸	۰.۰۰۴	ضعیف
		شهرک ولیعصر	-۰.۳۰۸	۰.۰۰۱	متوسط
	وضعیت تأهل	تجریش	-۰.۳۲۶	۰.۰۰۱	متوسط
		شهرک ولیعصر	۰.۰۹۱	۰.۰۰۰	ضعیف
	میزان تحصیلات	تجریش	-۰.۳۶۲	۰.۰۱۴	عدم معناداری
		شهرک ولیعصر	-۰.۱۳۵	۰.۱۴۳	عدم معناداری
	شغل	تجریش	۰.۲۸	۰.۷۸۴	عدم معناداری
		شهرک ولیعصر	۰.۲۴۸	۰.۰۰۶	عدم معناداری
	سابقه سکونت	تجریش	۰.۳۶۰	۰.۰۰۰	متوسط
		شهرک ولیعصر	۰.۵۲۶	۰.۰۰۰	متوسط
	وقت‌گذرانی در فضای محله	تجریش	۰.۲۵۵	۰۰۰.۰	ضعیف
		شهرک ولیعصر	۰.۰۰۷	۰.۰۰۰	ضعیف

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

میزان همبستگی بین دو متغیر مستقل و وابسته عددی بین ۱ و ۱- هست. به جهت بررسی میزان شدت و ضعف همبستگی معمولاً چنین تقسیم‌بندی صورت می‌گیرد:

- ضریب بین ۰ تا ۰/۲۹ نشان‌دهنده همبستگی ضعیف
- ضریب بین ۰/۳۰ تا ۰/۶۹ نشان‌دهنده همبستگی متوسط
- ضریب بین ۰/۷۰ تا ۱ نشان‌دهنده همبستگی قوی

[21] Spearman's rank correlation coefficient

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

با توجه به این مسئله، بیشترین میزان همبستگی بین متغیرهای وابسته و متغیرهای مستقل، مربوط به متغیر سابقه سکونت در محله شهرک ولیعصر با ۰.۵۲۶ و همچنین متغیر "سن" در محله تجریش با میزان همبستگی به ترتیب ۰.۳۹۲ و ۰.۳۶۰ هست؛ و ازآنجاکه سطح معناداری هر سه کمتر از ۰.۰۵ قرار دارد بنابراین فرض صفر آماری مبنی بر عدم وجود همبستگی رد و وجود ارتباط بین متغیرهای مذکور تائید می‌شود. این مسئله بیانگر این است که با افزایش سابقه سکونت در محله شهرک ولیعصر و افزایش متغیر سن و سابقه سکونت در محله تجریش، میزان رضایت‌مندی آن‌ها از شاخص‌های سازنده فضای ذهنی از مکان‌های شهری افزایش‌یافته و با کاهش آن‌ها نیز این متغیر کاهش می‌یابد. دراین‌ارتباط پروشانسکی معتقد به هویت مکان به‌عنوان زیر ساختاری ادراکی از هویت شخصی و مبتنی بر ذهنیت فرد نسبت به محیط فیزیکی است. در چنین نظرگاهی، شکل‌گیری هویت مکان فرآیندی ادراکی و شناختی مبنی بر قیاس و انطباق دائم میان عینیت و ذهنیت با هدف تعریف چیستی و کیستی ازنقطه‌نظر پیوستگی‌ها و درواقع دل‌بستگی احساسی به محیط‌های خاصی است. هسته‌ای فرآیند، گذشته محیطی یا پشت‌صحنه ادراکی مبنی بر کم و کیف فضاهایی مشخص، مکان‌ها و ویژگی‌های آن‌هاست که به‌واسطه معیارهایی چون ارتباط با اجتماع، شناسایی و تشخیص، خوانایی و نیز رضایت‌مندی قابل تبیین هست. این در حالی است که چنین تعبیری در قالب ثبات ادراک‌شده نسبت به فضا و مکان و کشف مفاهیم آشنا و ناآشنا در بستر جریان چرخه زندگی شکل‌گرفته و پی‌ریزی می‌شود. افراد در محیط‌های فیزیکی زمان صرف می‌کنند تا تطابق و رضایت‌مندی خویش را به‌واسطه تعامل، نتیجه بگیرند (Proshansky,1987: 59-74). به‌بیان‌دیگر ازآنجاکه خصلت اساسی هویت مکان، خلق درونی مجزا از بیرون هست که بر تلقی از مکان به‌عنوان بخشی خاص از فضا و هویت مکان مبتنی بر تجارب عمیق و مستقیم تأکید دارد. درجه درون بودن مبنی بر شدت تجربه مکان، مبنای نیرومندی و درواقع وضعیت احراز و تشخیص هویت مکان است که ازنظر رلف نیز فرآیند تدریجی و ضمنی بوده که در کل زندگی و در بستر زمان تداوم دارد (Seamon and Jacob, 2008,45). اذعان به این موضوع در مطالعات مختلف نیز اشاره‌شده است، یوژانگ[۲۲] هویت مکان را هم پیوند با معانی و ادراکاتی می‌داند که توسط مردم در ارتباط با محیط خود فهمیده شده و به دست می‌آیند. وی معتقد است دل‌بستگی به مکان مبنی بر ایجاد پیوستگی یا ارتباط مؤثر میان افراد و مکان‌های منحصربه‌فرد درزمینه شکل‌گیری هویت مکان دارای نقش هست. این در حالی است که ثبات ارتباط میان محیط و استفاده‌کننده از محیط، زمان و میزان آشنایی ازجمله معیارهای مؤثر در این زمینه هستند (Ujang, 2012: 156-165). بر مبنای آنچه اشاره شد هویت مکان در توسعه شهری جدید به‌عنوان مفهومی منتج از تعامل مداوم ساکن و محل سکونت و درنتیجه شخص و مکان در بستر زمان شکل می‌گیرد. زمان عامل کلیدی در ارتباط با این فرآیند بوده به‌نحوی‌که مدت‌زمان سکونت در حکم شرط لازمی است که در سایه آن، تداوم و پیوستگی تعامل یاد شده می‌تواند تضمین‌شده، احراز و تشخیص هویت مکان از نقطه‌نظر ساکن توسعه و ارتقا یابد.

[22] Ujang

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

بررسی میزان همبستگی به‌دست‌آمده میان سایر متغیرها نشان می‌دهد که متغیر مستقل "جنسیت" نیز با رضایت‌مندی همبستگی منفی داشته ۰.۳۰۸- است و ازآنجاکه در داده‌های ورودی جنسیت زنان با عدد ۱ و مردان با عدد ۲ موردبررسی قرارگرفته است می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که به‌طورکلی مردان احساس رضایت‌مندی بیشتری از مکان‌های شهری نسبت به زنان در محله شهرک ولیعصر داشته‌اند و سطح معناداری به‌دست‌آمده نیز مؤید این مسئله است و این موضوع از تفاوت‌های فردی و تفاوت در نیازها و توقعات مردان و زنان از فضاهای شهری نشاءت می‌گیرد؛ چرا که حس مکان، راهبرد معنا دهی به درک حسی افراد بر مبنای خصوصیات فردی است. این راهبرد بسته به عناصر تشکیل‌دهنده فضا و ادراک شخصی فرد از مجموعه عناصر متفاوت می‌شود. به عبارتی همان‌گونه که بین ارزش‌های فردی و رفتارهای اجتماعی و چگونگی حس مکان تأثیر و تأثر وجود دارد، لذا تعلق مکانی رابطه نمادین ایجادشده توسط افراد به مکان است که معانی احساسی، عاطفی و فرهنگی مشترکی به یک فضای خاص می‌دهد و این مسئله نیز در اطلاعات به‌دست‌آمده از محله تجریش نیز مشهود است به‌گونه‌ای که متغیر جنسیت با میزان ۰.۰۲۸- نشان‌دهنده همبستگی منفی و به عبارتی پایین‌تر بودن رضایت‌مندی زنان از فضای شهری نسبت به مردان بوده است اما این میزان در مقایسه با محله شهرک ولیعصر همبستگی کمتری را به خود اختصاص داده است و به عبارتی بیانگر این موضوع است که باوجود تفاوت‌های جنسیتی در میزان رضایت‌مندی از شاخص‌های ایجادکننده تصویر ذهنی در میان زنان و مردان، بااین‌وجود به دلیل تفاوت‌های محیطی و کالبدی این دو محله میزان همبستگی متغیرها با یکدیگر دارای تفاوت است. نتیجه به‌دست‌آمده را می‌توان این‌گونه توضیح داد که به دلیل وجود تفاوت بین زن و مرد ازنظر جنسیتی، زنان و مردان نیازهای متفاوتی دارند. جنسیت بیانگر نوعی رابطه است که بر مبنای این واقعیت زنان و مردان تجارب متفاوتی در مسیر زندگی دارند. به‌رغم همزیستی مسالمت‌آمیز فضایی، مردان و زنان نه‌تنها به شیوه‌های متفاوتی از فضا استفاده می‌کنند، بلکه تجربه آن‌ها در رابطه با فضا نیز تا حدودی متفاوت است. زنان فضای شهری را به فضاهای "امن" و " ناامن" تقسیم می‌کنند که این امر باعث می‌شود زنان در برخی از فضاهای شهری به‌تنهایی حرکت کنند درحالی‌که ترجیح می‌دهند در برخی از فضاهای شهری تنها به همراه دیگران و یا توسط خودرو عبور کنند. درباره شاخص امنیت و لزوم آن در کم و زیاد شدن حس مکان در بین زنان می‌توان گفت که جنسیت مؤثرترین عامل شخصیتی در احساس ناامنی مطرح‌شده است. مردان در مورد امنیت محیطشان در قیاس با زنان احساس مثبت‌تری دارند. هم مردان در تاریکی احساس ناامنی می‌کنند و هم زنان اما میزان آن در زنان بالاتر است (بمانیان، ۱۳۸۹: ۵۲). بااین‌وجود تفاوت‌های موجود در مکان‌های شهری می‌تواند برشدت و ضعف این مسئله تأثیرگذار باشد.

همبستگی میان متغیر وضعیت تأهل و رضایت‌مندی از شاخص‌های سازنده فضای ذهنی از مکان‌های شهری در محله تجریش برابر با ۰.۳۲۶- و در محله شهرک ولیعصر ۰.۰۹۱ هست که با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده، میزان همبستگی در هر دو محله بین متغیرهای مذکور تائید می‌شود که نشان از تفاوت‌های فردی در ارتباط با فضای شهری در هر دو محله دارد به این معنا که در محله تجریش شهروندان مجرد حس رضایت‌مندی بیشتری از افراد متأهل داشته‌اند و این رابطه در محله شهرک ولیعصر با توجه به مثبت بودن همبستگی معکوس است

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

به‌گونه‌ای که افراد متأهل حس رضایت‌مندی بیشتری از فضای شهری محله داشته‌اند. نتیجه به‌دست‌آمده را می‌توان چنین تحلیل کرد که فضاهای عمومی متناسب برای حضور هرچه بیشتر افراد مجرد در محله و متناسب با نیازهای آن‌ها در محله تجریش در مقایسه با محله شهرک ولیعصر بیشتر در دسترس بوده است. همچنین متغیر میزان تحصیلات با همبستگی ۰.۳۶۲- در محله تجریش نشان می‌دهد به‌طورکلی میزان رضایت‌مندی در بین گروه‌های دارای تحصیلات پایین‌تر، بیشتر بوده و با افزایش سطح تحصیلات میزان رضایت‌مندی کاهش پیدا کرده است و این مسئله برگرفته از سطح توقعات متفاوت افراد از محیط مناسب برای زندگی و نحوه شکل‌گیری تصویر ذهنی متفاوت از مکان‌های شهری است. میزان وقت‌گذرانی در فضای محله نیز با میزان همبستگی ۰.۲۵۵ در محله تجریش و ۰.۰۰۷ در محله شهرک ولیعصر و سطح معناداری ۰.۰۰۰ بیانگر این مسئله است که هرچه شهروندان مدت‌زمان بیشتری را در فضای محله سپری می‌کنند تصویر ذهنی بیشتری از آن دارند. دراین‌ارتباط مطالعات صورت گرفته در تبیین ویژگی‌های فردی و نقش آن در نحوه تعامل با مکان به عوامل مختلفی چون سن، جنسیت، وضعیت تأهل، تحصیلات اشاره‌کرده‌اند (Qian,2011) که توانایی ذهنی و جسمی افراد (Wells,2009)، تمایزات فردی، نیازها، اشتغالات زندگی، تعریف فرد از زندگی (Kenzo,2005:143)، نحوه اندیشه، ادراک، تصورات و مقاصد فردی شخص در رابطه با مکان (Grillo et al,2010: 27) پیش‌زمینه‌ها، باورها و ارزش‌های فردی نیز در این زمینه نقش دارند. این عوامل علاوه بر توسعه وابستگی‌های اجتماعی، دربردارنده معانی عمیقی از مکان برای هر فرد نیز می‌باشند به‌عبارت‌دیگر تجارب زندگی هر فرد، کیفیت حسی ویژه‌ای دارد که در او نوعی احساس دل‌بستگی به مکان‌هایی که تجارب وی در آن به وقوع پیوسته‌اند ایجاد می‌نماید.

نتیجه‌گیری

انسان از مکان‌های متفاوت تصویرهای متفاوتی در ذهن دارد. احساسات او می‌تواند بر روی ادراکاتش از محیط و شکل‌گیری تصویر ذهنی از مکان تأثیرگذار باشد. همین نقشه‌های ذهنی انسان‌هاست که به مکان هویت می‌دهد. علاوه بر ساختار کالبدی مکان، خاطرات افراد در هویت بخشیدن به مکان مؤثر است. این‌چنین رابطه‌ی دوسویه‌ای میان انسان و مکان به‌عنوان اجزای تشکیل‌دهنده فضا، در بررسی و تبیین فضاهای شهری همواره مدنظر بوده و هست. کارکرد تصویرهای ذهنی، القا و وضوح بخشی به معانی محیطی است؛ زیرا که مردم در شهر، با ترسیم خطوط تمایز بین آثار حسی مختلف، معنا خلق کرده و پدیده‌های شهری را حس می‌نمایند. رابطه بین انسان و محیط در درجه اول به شناخت محیط و بعد به درک آن توسط انسان مربوط می‌شود که بخش اول در ارتباط با ویژگی‌های مکان و بخش دوم در ارتباط با ویژگی‌های فردی قرار دارد به‌گونه‌ای که مشاهده محیط به مفهوم ایجاد نقشه ذهنی بر اساس تجارب و مشاهدات گذشته در فرآیند زمانی مختلف صورت می‌پذیرد بر همین اساس اگر تجارب زیسته ما در ارتباط با مکان‌ها توأم با بسترهای روانی از معنی و مفهوم زندگی نباشد تصویر شکل‌گرفته در چارچوب نقشه‌های ذهنی فاقد مفاهیم و معانی زندگی خواهد بود و امکان شکل‌گیری حس مکان و هویت مکان را در ذهن فراهم نخواهد کرد. به‌بیان‌دیگر، نقشه ذهنی به انسان اجازه می‌دهد که رها از قالب تک‌بعدی و یک‌طرفه به

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]

[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

تراوش افکار بپردازد و باعث جریان یافتن آزاد و بدون مانع ایده‌ها می‌شود. هدف از این پژوهش، شناسایی مهم‌ترین مؤلفه‌های مؤثر بر شکل‌گیری تصویر ذهنی شهروندان از مکان‌های شهری مطابق با رویکردهای پدیدارشناسی و روانشناسی محیطی و سنجش آن‌ها در دو محله متفاوت بوده است تا با توجه به آن‌ها و ضمن اذعان به ارتباط ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهنده و عوامل مذکور، نقاط قوت و ضعف شاخص‌های بیست‌گانه شناسایی‌شده و راهبردهایی در جهت ارتقای ابعاد سازنده تصویر ذهنی در محلات موردمطالعه پیشنهاد گردد. نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که باوجود تفاوت معنادار میان رضایت‌مندی از مؤلفه‌های سازنده‌ی تصویر ذهنی در این دو محله، میان ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان و رضایت‌مندی از مؤلفه‌های مذکور در هر دو محله همبستگی وجود دارد؛ بدین معنا که باوجود تفاوت معنادار در خصوصیات ادراکی و شناختی از محیط زندگی در دو محله، ولیکن ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان فارغ از شرایط مکانی محیط زندگی بر ساخت تصاویر ذهنی تأثیرگذار است. به‌عبارت‌دیگر از بین ۲۰ شاخص مطرح‌شده، تنها شاخص‌های " امکان تصور پذیری"، " امکان ثبت تجربیات"، " سهولت حرکت پیاده و سواره"، " رویدادهای سنتی و محلی"، " نسبت توده و فضا" و " دسترسی و نفوذپذیری" دارای تفاوت معناداری در دو محله نبوده‌اند و به عبارتی میزان رضایت‌مندی و یا نارضایتی از متغیر مستقل در هر دو محله در وضعیت تقریباً مشابه قرار دارد اما در سایر شاخص‌ها، میانگین رضایت‌مندی محله تجریش بالاتر بوده است. بااین‌وجود نتیجه آزمون همبستگی نشان داد که متغیرهای مستقل فردی (سن، جنسیت، وضعیت تأهل، سابقه سکونت و مدت‌زمان حضور در محله) به‌طور مستقیم بر میزان رضایت‌مندی از شاخص‌های تحقیق اثرگذارند به‌گونه‌ای که با افزایش سن، سابقه سکونت و مدت‌زمان حضور در محله میزان رضایت‌مندی در هر دو محله افزایش پیداکرده است و میزان رضایت‌مندی در میان زنان کمتر از مردان بوده است.

امروزه غالب روش‌هایی که بر اساس آن‌ها، جوامع طراحی و ساخت می‌شوند به‌گونه‌ای است که برنامه ریزان و متولیان امور شهری به‌ندرت این شانس را دارند و یا اصولاً این تمایل را دارند که ایده‌ها، منابع الهام، باورها و ارزش‌های فرهنگی مردم را درباره ایجاد مکان‌های شهری بشنوند. آموزه‌ها، روش‌های تحقیق و تحلیل‌های منتج از نقشه‌های می‌تواند به برنامه ریزان، طراحان و مهندسان این نکته را نشان بدهد که چگونه با فراتر رفتن از شیوه‌های معمول نگرش آن‌ها به جوامع و نیز ورای اهداف و روش‌های آموخته‌شده در حرفه‌شان می‌توانند این فاصله بین خود و مردم را از بین ببرند؛ ازاین‌رو شناسایی عوامل مذکور به‌عنوان گامی مهم در جهت ارتقای حس مکان و ساخت تصویر منسجم ذهنی از مکان‌های شهری قلمداد می‌شود جدول (۶).

جدول (۶). نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

ابعاد مکان	نقاط ضعف و قوت در محلات موردبررسی		کمترین رضایت‌مندی	راهبردها و پیشنهادها
اجتماعی	تجریش	حفظ بخشی از بافت سنتی محله و به‌ویژه کاربری‌های عمومی به جهت برگزاری مراسم‌های همگانی و مذهبی / بافت ناهمگون اجتماعی به‌ویژه در قسمت شمالی به دلیل مهاجرت	کمبود روابط دوستانه در فضای همسایگی به‌ویژه در بخش شمالی و شمال شرقی	تقویت امنیت در بافت به کمک توانمندسازی فضاهای جمعی موجود و ایجاد فضاهای اجتماع‌پذیر جدید. احیای نهادهای اجتماعی در راستای افزایش کیفیت تعاملات اجتماعی کاهش محصوریت معابر و افزایش سطح دیده شدن به‌واسطه

	شهرک ولیعصر	بالا بودن نسبی کیفیت مراودات اجتماعی در واحد محله/ پایین بودن میزان امنیت اجتماعی به‌ویژه در زنان	عدم احساس امنیت و آسایش در میان زنان	عقب‌نشینی قطعات فرسوده ایجاد و تقویت و گسترش فعالیت فرهنگسراها و سرای محلات در راستای شکل کیری گردهمایی‌ها و جلسات
ادراکی	تجریش	باز زنده سازی بخشی از محله در راستای احیای خاطرات تهران قدیم/ محدودیت دید نشانه‌های شاخص به دلیل ساخت‌وسازهای جدید	وجود نشانه‌های قابل احساس و تأثیرگذار/ در معرض دید نبودن کیفیت‌های شاخص محیطی	ایجاد هارمونی و در نظرگیری پالت رنگی در نمادها طراحی تأکیدی نشانه‌ها از طریق رنگ بخشی به شهر ارتقا خوانایی در فضای عمومی شهری از طریق طراحی و ایجاد عوامل سازنده خوانایی (راه، گره، لبه و..)
	شهرک ولیعصر	طراحی نشانه‌های شهری در پی افزایش حس تعلق شهروندان در فضای عمومی محله/ کاهش خوانایی به علت عدم هماهنگی سازه‌های جدید و قدیم	عدم وجود مکان‌های خاص و تأثیرگذار	
شناختی	تجریش	موردعلاقه بودن محله برای انجام دادن فعالیت‌های مخالفی چون دیدار دوستان، خرید و پیاده‌روی/ ازدحام هرروزه‌ی مسیرهای پیاده‌روی در برخی از محورهای اصلی	عدم امکان شکل‌گیری شناخت ذهنی در فضاهای جدید شهری به‌ویژه در عرصه‌های عمومی	ترکیب فضاهای مکث و حرکت در عرصه‌های عمومی توسعه فضاهای عمومی مؤثر در افزایش حس آسایش و آرامش ارائه تمهیداتی در جهت استفاده همگانی از امکانات و خدمات موجود ایجاد مکان‌هایی که فرصت شکل‌گیری خلوت و فضاهای آرامش‌بخش را دارا باشد
	شهرک ولیعصر	عدم توجه به کیفیت‌های شاخص محیطی در جهت ارتقای فضای شناختی ذهن شهروندان	کمبود فضاهای آرامش‌بخش/ عدم امکان استفاده از امکانات موجود در محله برای همگی افراد	
کالبدی	تجریش	وجود کاربری‌های شاخص شهری مانند بازار تجریش، تکیه پایین و بالا و ...، وجود سلسله‌مراتب دسترسی / تراکم ارتفاعی به جهت ساخت‌وسازهای جدید در محله	عدم هماهنگی بین نسبت توده و فضا/ ارتفاع و تراکم ساختمانی	استفاده مفهومی از الگوهای تاریخی در طراحی ساختارهای جدید. ایجاد هماهنگی میان ساختارهای جدید و ساختار تاریخی به لحاظ نوع مصالح، سطح اشغال، خط آسمان و تراکم ساختمانی. رعایت میزان ساخت‌وساز و مداخلات شهری و متناظر با منظر و چشم‌انداز شهری رعایت حدود مداخله در بافت و جلوگیری از ساخت عملکردهای بزرگ‌مقیاس مانند مراکز خرید بزرگ
	شهرک ولیعصر	وجود مراکز خرید و اختلاط کاربری‌ها به جهت رفع نیازهای ساکنین/ وجود بافت فرسوده و شبه روستایی در قسمت جنوبی محله	عدم هماهنگی و سازگاری کاربری‌ها	
احساسی	تجریش	توان ثبت خاطره مثبت در ذهن ساکنان و القای حس یگانه بودن فضا/ کم بودن ارتباطات چهره به چهره و رسوخ بخش جدید شهر به بافت همگون و سنتی محله	عدم وجود حس آرامش به دلیل حضور روزانه شهروندان غیربومی به محله	حفظ و احیای مجدد خاطرات جمعی در فضای شهری برقراری مقیاس‌ها، تناسبات و ویژگی‌های بصری به جهت افزایش بصری ایجاد و ارتقا فضاهایی به جهت حضور هرچه بیشتر زنان و کودکان در محله تفکیک بافت سنتی محله از بخش‌های عمومی در جهت افزایش حس آسایش
	شهرک ولیعصر	وجود ساکنان بومی قدیمی و عدم‌مداخله شدید در بخش‌هایی از محله/ عدم وجود کیفیت به جهت شکل‌گیری تصویر ذهنی منسجم	به خوش‌نامی شناخته نشدن محله بین شهر و شهروندان	

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]

[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

منابع

ارباب جلفایی، آرش، ۱۳۷۹، **مبانی فلسفی و روان‌شناختی ادراک فضا**، مجموعه مقالات گردآوری و ترجمه‌شده، نشر خاک، تهران.

بهفروز، فاطمه، ۱۳۷۰، **بررسی‌های ادراک محیطی و رفتار در قلمرو مطالعات جغرافیای رفتاری**، جغرافیای انسانی معاصر، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، (۲۰).

بیگدلی، زاهد و شریفی سمیه، ۱۳۸۷، **درآمدی بر مفهوم مکان**، فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۱(۴۴).

پاکزاد، جهانشاه، ۱۳۸۵، **مقالاتی در باب مفاهیم معماری و طراحی شهری**، کتاب اول، انتشارات شهیدی، تهران.

پرتوی، پروین، ۱۳۹۴، **پدیدارشناسی مکان**، چاپ سوم، موسسه تألیف، ترجمه و نشر آثار هنری متن، تهران.

حافظ نیا، محمدرضا، ۱۳۹۱، **مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی**، چاپ هشتم، انتشارات سمت، تهران.

دارتیک، آندره، ۱۳۷۶، **پدیدارشناسی چیست**، ترجمه محمود نوالی، انتشارات سمت، تهران.

سادات حبیبی، رعنا، ۱۳۸۷، **تصویرهای ذهنی و مکان**، نشریه هنرهای زیبا، (۳۵).

شاه‌چراغی، آزاده و بندرآباد، علیرضا، ۱۳۹۴، **محاط در محیط: کاربرد روانشناسی محیطی در معماری و شهرسازی**، سازمان جهاد دانشگاهی، تهران.

شکوئی، حسین،۱۳۸۶، **اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا**، جلد اول، چاپ نهم، انتشارات مؤسسه جغرافیایی و کارتوگرافی گیتاشناسی.

کاویانی راد، مراد، عزیزی کاوه علی،۱۳۹۰، **نقش هویت مکانی در بروز کُنش سیاسی مطالعه موردی: میدان و خیابان انقلاب شهر تهران**، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۷(۲۰).

عظیمی مهرورز، المیرا، مبری، حسین. فرزادمنش، مریم،۱۳۹۸، **بررسی تأثیر تعلق مکانی و کیفیت محیطی بر ارتقاء رضایت‌مندی شهروندان از محلات مطالعه موردی: محله کشاورز منطقه ۶ تهران**، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی.

فلاحت، محمدصادق،۱۳۹۱، حس مکان و عوامل تشکیل‌دهنده‌ی مفهوم آن، نشریه هنرهای زیبا، (۶۲).

لینچ، کوین، ۱۳۹۵، سیمای شهر، ترجمه منوچهر مزینی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.

پایگاه اینترنتی مرکز آمار ایران قابل دسترسی در www.amar.org.ir.

ویکی‌پدیا www.wikipedia.com.

Arbab Jolfayi, Arash, 2000,**Psychology of Space**, Published by Khak institute

Avraham, El,2004, **Media strategies for improving an unfavourable city image.** Cities 21(6), 471–479.

Barker, Roger G, 1979, **Ecological Psychology**, Stanford, CA: Stanford University Press.

Cresswell, T,2017. **Place a short introduction**. Oxford: Blackwell.

Cuthbert, A. 2006. **The Form of Cities**. Blackwell publishing, Australasia.

Dartic, Andreh, 1996, **What is Phenomenology**, Translated by Mahmood Navali, Published by Samt Institute

Habibi, R (2008), mental images and the conceptof place, Honarhaye ziba journal, No 35, pp 39-50.[in Persian].

Falahat, MS (2006), The concept of sense of placeand the factors shaping it, Honarhaye ziba journal, No 26, summer, pp 57-66. [in Persian]

Falahat, Mohammad Sadegh, 2012, Sense of Place and The Factors That made It, Honarhay-e Ziba Journal, University of Tehran.

Partovi, P (2008), phenomenological of place,Arts Academy of the Islamic Republic of Iran. [inPersian].

Gifford, R. 2002. **Enviromental Psychology: Principles and Practice**. Canada. Optimal Books.

Grillo, M., Teixeira, M., & Wilson, D. ,2010,**Residential Satisfaction and Civic Engagement**: Understanding the Causes of Community Participation. Social Indicators Research, 97(3), 451-466.

Hafezniya, Mohammadreza,2012, **An introduction to the Research Method in Humanities**, Published by Samt Institute,Tehran.

Harrison, S. and Dourish, P, (1996), Re-Place-ingspace:The roles of place and space in collaborative systems. proc. CSCW 96. ACMM Press.

Healey, P (2002) On creating the **'city' as a collective resource**. Urban Studies 39(10), 1777–1792.

Kaplan, S. & Kaplan, R. 2016. **Cognition and Environment: Functioning in an Uncertain World**, New York: Praeger.

Knez, I,2005, **Attachment and identity as related to a place**, Journal of Environmental Psychology, Vol. 25, 207–218.

Kotler, P., Asplund, C., Rein, I. and Heider, D. (1999) '**Marketing Places Europe: Attracting Investments, Industries, Residents and Visitors to European Cities**, Communities, Regions and Nations, Pearson Education, London, UK.

Low, S.M., and Altman, I. 1992. **Place Attachment: a conceptual inquiry**. New York, Plenum Press. pp. 1-12.

Lynch, Kevin, 1979, **The Image of City**, Cambridge, Mass: MIT Pr.

Lynch, Kevin,1990, **City Design and Appearance**, In William Goddman The Principles and Practices of Ur Seamon, David & Sowers, Jacob(2008), Place &Placelessness, Edward Relph, Human Geography,London: Sage.ban Planning, New York International City Management Association.

Manzo, L. C., 2005**. For better or worse: Exploring multiple dimensions of place meaning**. Journal of Environmental Psychology, 25(1), pp.67-86.

Pakzad, Jahanshah,2009, **Architecture And Urban Design Turms**, University of Tehran.

Parkerson, Brenda& Saunders, John (2005) **City branding: Can goods and services branding models be used to brand cities?** in Place Branding, Vol 1, N 3, pp. 242 264(23).

Partovi, Parvin, 2015, **Phenomenology of Place**, Published by Matn Institute, Tehran.

Pretty, G. H., Chipuer, H., & Bramston, P., 2003. **Sense of place amongst adolescents and adults in two rural Australian towns**: the discriminating features of place attachment, sense

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

of community and place dependence in relation to place identity. Journal of Environmental Psychology, 23, pp.273–287.

Proshansky H.M, 1978, **The City and the Self Identity, Environment and Behavior**, 10 (2), 147-169.

Proshansky, Harold M,1978,**Environmental Psychology, People and Their Physical Setting**, 2nd ed, Holt,Rinehard & Winston, New York.

Qian, Junxi, Hong Zhu, and Yi Liu. 2011, **Investigating urban migrants' sense of place through a multi-scalar perspective**. Journal of Environmental Psychology 31: 170-183.

Relph, E. 2007. **Prospects for places**. In: The urban design reader. Michael Larice and Elizabeth Macdonald. Routledge.

Relph, Edward, 1976, **Place and Placeness**, Pion, London.

Schulz, C Norberg., 1985. **The Concept of Dwelling: On the Way to Figurative Architecture**. New York: Rizolli.

Seamon, D. 2008, **The Phenomenological Contribution to Environmental Psychology**. In the Journal of Environmental Psychology, 2: 119-140.

Seamon, D. and Sowers A, 2008, **A Singular Impact**. Enviromental & Architectural Phenomenology Newsletter. Vol. 7, No.3.

Seamon, David, 1982, **The Phenomenological Contribution To Environmental Psychology**, Journal of Environmental Psychology, No 2, PP. 119- 140.

Seamon, David, and Jacob Spwers. 2008. **Place and Placelessness** (1976): Edward Relph." In Key Texts in Human Geography, Edited by Phil Hubbard, Rob Kitchin, and Gill Valentine, 43-51. London: Sage.

Shahcheraghi, Azadeh & Bandarabad, Alireza, 2015, **Environed in Environment**, Published by Jahad-e Daneshgahi Institute, Tehran.

Tuan, Yi-Fu, 2001, **Space and Place: The Perspective Of Experience**,Minneopolis, University of Minnesota Press.

Ujang, Norsidah, 2012, **Place Attachment and Continuity of Urban Place Identity**, Procedia – Social and Behavioral Sciences 49: 156-167.

Wells, Jeremy C. 2009. **Attachment to the Physical Age of Urban Residential Neighborhoods: A Comparative Case Study of Historic Charleston and I'On**. Ph.D. Thesis of Environmental Design and Planning, Clemson University.

Williams, D. R., 2000. **Notes on Measuring Recreational Place Attachment**(unpublished). Available at: www.fs.fed.us/rm/value/docs/pattach_notes.pdf (accessed 14.06.09).

Zeisel, J, 2015, **Inquiry by Design: Tolls for Environment Behavior Research**, Monterey, CA: Brooks/ Cole Publition.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]
[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]

[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]

Examining the comprising constituencies of citizen's Mental Image of Urban Places with emphasis on phenomenology and environmental psychology approaches Case study: 1th and 18th districts of Tehran

Mohammad Taghi Razavian: Professor of Human Geography Department of Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.
Email: Mtrazavian@gmail.com
Zhila Sajadi: Associated of Human Geography Department of Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.
Morteza Ghourchi: Professor of Human Geography Department of Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.
Email: Mghourchi@gmail.com
Zohreh Mohammadganji: Ph.D candidate in Geography and Urban planning at Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.
Email: Ganjizohreh@gmail.com

Abstract

The present study in dealing with the problem of weakening the connection between human and place in today's cities, is trying to examine the theories derived from the approaches of phenomenology and environmental psychology. The research method in the present study is a descriptive-comparative survey based on a documentary study and a questionnaire ". According to the statement of the problem and the choice of two zones 1 and 18 as a case study, Tajrish in District 1 and Shahrak-e-Valiasr in District 18 of Tehran were selected as a case study based on situational sampling. According to the type of research (descriptive -survey), 100 residents of Tajrish and 120 residents of Shahrak-e-Valiasr were selected by simple random method. Dependent variable is "Residents' mental image of urban places" (twenty indicators derived from theories proposed in phenomenological and environmental psychology approaches) and independent variables are including respondent individual characteristics (age, gender, occupation, education, marital status,…). The respondent and the mentioned factors, the strengths and weaknesses of the twenty indicators should be identified and strategies should be proposed to improve the constructive dimensions of the mental image in the case studies. Statistical analysis of the data obtained through the questionnaire indicated that Despite the significant difference between the satisfaction of the components of the mental image in these two neighborhoods, There is a correlation between the individual characteristics of the respondents and the satisfaction of the mentioned components in both.

Keywords: Mental Image, Sense of Place, Phenomenology of Place, Environmental Psychology

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.178.1]

[DOI: 10.52547/jgs.24.72.209]