

تحلیل مؤلفه‌های «تصویر ذهنی ارزیابانه» شهروندان از دروازه قرآن شیراز و بافت پیرامون آن

Analyzing the «Evaluative Mental Image» Components of Citizens from Quran Gate in Shiraz and its Surrounding Area

علی اسدپور^۱ (نویسنده مسئول)، هادی نیکونام نظامی^۲، علیرضا امیدیان‌نیا^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۱/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۱/۰۷

چکیده

تصویر ذهنی ارزیابانه حاصل توسعه مفهوم تصویر ذهنی لینچ است که مؤلفه «معنا» را به نحوی به دو مؤلفه «هویت» و «ساختار» اضافه نموده و بدین ترتیب جنبه‌های احساسی را نیز در نظر می‌گیرد. پژوهش حاضر به بررسی مؤلفه‌های تصویر ذهنی ارزیابانه شهروندان از محدوده دروازه قرآن شیراز شامل منطقه‌ای وسیع از ویژگی‌های تاریخی، طبیعی، خاطره‌ای و اجتماعی را می‌پردازد. راهبرد این پژوهش ترکیبی شامل کیفی و مورد پژوهی است. ارزیابی شهروندان بر روی عکس‌هوایی رنگی منطقه به دست آنان در قالب نواحی «دوست‌داشتنی» و «غیر دوست‌داشتنی» ترسیم شده است. همچنین مصاحبه نیمه‌سازمان یافته و عمیقی نیز با هر یک انجام شده است. در مجموع ۵۳ نفر از شهروندان به عنوان «مشارکت‌کنندگان بالقوه» و با در نظر داشتن میزان آشنایی با محدوده انتخاب شدند. نتایج به شیوه تحلیل محتوا و در رویکردی استنتاجی و انتقادی ارزیابی و تحلیل شدند. نقشه‌های ترکیبی حاصل از پاسخ‌های ترسیمی و تحلیل محتوای مصاحبه‌ها نشان دادند که «آرامگاه حافظیه» و «باغ جهان نما» و «دروازه قرآن» و محدوده پیرامون آن «به ترتیب دوست‌داشتنی‌ترین مکان‌ها بوده‌اند. مؤلفه‌های ابراز شده در مصاحبه‌ها نیز به ترتیب به «واکنش‌های احساسی و عاطفی»، «عناصر طبیعی»، «عناصر تاریخی»، «خاطره‌انگیزی»، «مدیریت شهری مناسب» و «عوامل اجتماعی» قابل طبقه‌بندی هستند. نواحی غیردوست‌داشتنی در نقشه نهایی به «لبه‌های کالبدی خیابان‌های شهری پیرامون» و «بافت مسکونی هفت‌تنان» محدود شده است. تحلیل محتوای مصاحبه‌ها نشان می‌دهند که «ضعف مدیریت شهری»، «معضلات اجتماعی»، «ذهنیت و خاطرات نامناسب» و «واکنش‌های احساسی منفی» از دلایل اشاره به محدوده‌های غیردوست‌داشتنی هستند. عناصر تاریخی و عناصر طبیعی تأثیری در ترجیح و انتخاب محدوده‌های غیردوست‌داشتنی نداشتند. بر این اساس در انتها پیشنهادات و راهکارهایی در دو بُعد (۱) طراحی و (۲) کالبدی و عملکردی ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی:

نقشه‌های ارزیابانه، دروازه قرآن، خاطره‌انگیزی، عناصر تاریخی، عناصر طبیعی.

۱. استادیار دانشگاه هنر شیراز، شیراز، ایران. asadpour@shirazartu.ac.ir

۲. کارشناس ارشد معماری، مؤسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران. Hadinickoo@yahoo.com

۳. کارشناس ارشد معماری، مؤسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران. Ali.omidiyain@gmail.com

۱- مقدمه

نقشه‌های ارزیابانه^۱ به دلیل سنجش محدوده‌های قابل قبول، معرفی عناصر پراهمیت و کم اهمیت، معانی و احساسات مرتبط با محیط یکی از بهترین روش‌ها در ثبت برداشت ذهنی شهروندان و همچنین بررسی تجارب محیطی آن‌ها می‌باشند. ارزیابی ترجیحات و توقعات مردم نسبت به محیط می‌تواند منجر به هدایت برنامه‌ریزان، طراحان و حتی مدیران شهری در شکل‌گیری محیطی همراه با رضایتمندی بهره‌برداران گردد. این موضوع نتیجه توسعه‌ای است که از کار نوآورانه لینچ در دهه ۱۹۶۰ رخ داد؛ یعنی تغییر پارادایمی که لینچ در دهه شصت میلادی از نگرش‌های «زیباشناسانه» و متأثر از جنبش شهر زیبا و پیکچرسک به سمت نگرش‌های «روان‌شناسانه» و ادراکی - شناختی از شهر انجام داد. در واقع این امر انقلاب بزرگی در طراحی شهری بود که با افزوده شدن جنبه‌های ارزیابانه به دست نسر^۲ در دهه نود میلادی کامل گردید. اصطلاح «نقشه‌های ارزیابانه» نخستین بار توسط وی به عنوان مفهومی ناشی از توسعه نقشه‌های شناختی لینچ، معرفی گردید. وی کوشید موضوع ارزیابی فرد از محیط را که مورد بی‌توجهی لینچ بود، به نقشه‌های شناختی اضافه نماید (Nasar, 1990).

پژوهش حاضر در پی آن است تا با بررسی رویکردها و مبانی نظری تصویر ذهنی ارزیابانه چارچوبی را ایجاد نماید که بوسیله آن عوامل و معیارهای مؤثر در ارتقای تصویر ذهنی ارزیابانه شهروندان از فضای شهری شناسایی گردد؛ در این راستا نقشه‌های ترکیبی^۳ و محدوده‌های دوست‌داشتنی و غیردوست‌داشتنی که بوسیله شهروندان در این نقشه‌ها معرفی شده‌اند مبنایی را جهت معیارهای مؤثر در تصویر ذهنی ارزیابانه فراهم می‌آورد. پرسش‌های کلیدی پژوهش کنونی عبارتند از: الف) اولویت شهروندان در ترجیح محدوده‌های دوست‌داشتنی و غیردوست‌داشتنی شامل کدامیک از فضاهای موجود در منطقه مورد مطالعه است؟ ب) از مجموع مؤلفه‌های گوناگون مؤثر در ترجیحات مشارکت‌کنندگان کدامیک از مؤلفه‌های تاریخی، طبیعی و خاطره‌ای در اولویت هستند؟ و ج) معیارهای ارتقای تصویر ذهنی ارزیابانه شهروندان در این منطقه شامل چه راهبردهایی می‌تواند باشد؟

۲- مبانی و رویکردهای نظری پژوهش

۲-۱- تصویر ذهنی شهر و پیشینه آن

تصویر ذهنی شهر به باور لینچ، تصور شهروند از محیط دربرگیرنده آن می‌باشد و به همین خاطر تطابق کامل با

واقعیت ندارد. مطالعات نشان داده‌اند که شهروند نیز بر پایه همین تصویر ذهنی از محیط رفتار می‌نماید نه بر پایه واقعیتی که با آن مواجه‌اند (پاکزاد، ۱۳۹۳ الف). تصویر ذهنی که هر فرد از شهر دارد به گفته لینچ منحصر به فرد است ولی دارای اشتراکاتی است که از روی هم قرار گرفتن این اشتراکات تصویر ذهنی شهر شکل می‌گیرد. وی به این نکته اشاره می‌نماید که هر محیطی از شهر تنها یک تصویر جامع ندارد که سیمای محیط در آن منعکس گردد بلکه دسته‌ای از تصاویر که با یکدیگر مرتبط‌اند به تعریف تصویر ذهنی محیط می‌پردازند (لینچ، ۱۳۹۲ الف). مجموعه این تصویرهای ذهنی در کل «نقشه‌های ذهنی»^۴ را تولید می‌کنند. اصطلاح «نقشه ذهنی» و «نقشه شناختی» بیشتر به جای یکدیگر به کار رفته‌اند (اسدپور و همکاران، ۱۳۹۴). نقشه‌های ذهنی «مجموعه‌ای از نشانه‌های تندنوشته و در دسترس هستند که آن‌ها را به خدمت گرفته، بازشناسی نموده و نسبت به آن‌ها توافق می‌نماییم؛ این نشانه‌ها می‌توانند از گروهی به گروه دیگر و از فردی به فرد دیگر متفاوت باشند و نتیجه گرایشات، پیشداوری‌ها و تجارب شخصی ما می‌باشند» (Downs & Stea, 1973: 9). لینچ ایجاد تصویر ذهنی را حاصل جریان دوسویه میان مشاهده کننده و محیط می‌داند و تصاویر مشترک ذهنی میان گروه کثیری از شهروندان را «تصویر ذهنی عمومی» نام می‌نهد (Lynch, 1960: 7). در محیط شهری، تصویر ذهنی شهر بر مبنای تأثیرات حسی، تجربیات شخصی، قضاوت‌های زیبایی‌شناسی، تجربیات قومی، جمعی و گروهی، چارچوب فرهنگی و ارزش‌ها، ایده‌آل‌ها و آرمان‌ها شکل می‌گیرد (حبیب، ۱۳۸۵).

لینچ سه مؤلفه را برای تحلیل تصویر ذهنی از محیط بازشناخت؛ هویت^۵ ساختار^۶ و معنا^۷. شاید از انتقادات اصلی بر مطالعات صورت گرفته توسط لینچ (همچون کرین^۸، ۱۹۶۱) این بوده باشد که وی تلاش خود را حول محور دو مؤلفه نخست، به استثنای معنا معطوف کرده بود (Harison, 1972: 390). اما اشتاینیتز^۹ بر خلاف برخی از منتقدان بر طبق یافته‌های خود بر این باور است که تعریفی که لینچ از تصویرپذیری^{۱۰} ارائه می‌دهد بسیار وابسته به بعد معنا است (Steinitz, 1968). لینچ اهمیت معنا و حتی ارزیابی را تشخیص داده بود اما احساس می‌کرد که مسائل سنجش تفاوت‌های فردی آن را جهت مطالعه غیرعملی می‌نماید (Nasar, 1990) و یا در بیانی صریح‌تر آن را پیچیده‌تر می‌سازد. هریسون^{۱۱} و سار^{۱۲} برای عناصر تصویر ذهنی دو ویژگی قائل‌اند؛ ویژگی‌های عینی (فیزیکی) مانند

شهروندان از محیط می‌باشند (اسدپور و همکاران، ۱۳۹۴). مردم می‌توانند در [تصویر ذهنی] خود از مکان‌ها احساس خودمانی بودن و یا غریبگی، امنیت و ناامنی و غیره نمایند و آن را در نقشه [شناختی] نشان دهند و یا حتی عناصر و مکان‌ها را آزادانه توصیف کنند و در توصیف‌های خود به وجه تفریق خود از مکان‌ها بپردازند و یا اینکه موقعیت زشت و یا زیباترین موقعیت را در محدوده مورد مطالعه نام ببرند و مکان‌ها را بر پایه ترجیحات خود رتبه‌بندی و انتظارات خود را درباره دگرگونی‌های فضا بیان نمایند (لینچ، ۱۳۹۲ ب).

نَسَر تصویر ذهنی ارزیابانه را در ادامه مفاهیم لینچ بسط می‌دهد با این تفاوت که به مؤلفه‌های مفهومی چون احساسات و معانی که تصویر ذهنی ارزیابانه از شهر را تعریف می‌نماید وجه عملیاتی می‌بخشد. تصویر ذهنی ارزیابانه از مکان‌ها و یا شهر به علت تفاوت‌های فردی و تجارب فرد گوناگون است ولی دارای اشتراکاتی همچون اشتراک روان‌شناختی و فرهنگی می‌باشد (نسر، ۱۳۹۳). توجه به همین اشتراکات «بعد معنا» را در تصویر ذهنی ارزیابانه پررنگ می‌نماید. اهمیت معنا به این خاطر است که فکر انسان اساساً سعی در ایجاد معنی با استفاده از تشخیص (تمایز) دسته‌بندی شکل و انگاره‌ها^{۲۳} می‌نماید... در این فرآیند فهم و پذیرش فرهنگ و زمینه‌ها واجد اهمیت است. عناصر کالبدی محیط واجد معنی هستند بدین معنی که می‌توان آن‌ها را هنگامی که با انگاره‌های ذهنی تطابق داشته باشند کدگذاری نمود (راپاپورت، ۱۳۹۲). از دیدگاه لینچ نیز تعریف معنا در بسط آن به «شکل فضایی» و «کیفیت محیط» وابسته است که در عین حال به فرهنگ، منش، موقعیت، تجربه و مقصد کنونی فرد نیز وابسته است. لینچ مکان‌های واجد معنا را جایگاهی برای رخداد خاطرات شخصی، احساسات و ارزش‌ها می‌دانست (لینچ، ۱۳۹۰). معانی می‌توانند دربرگیرنده دانش نهفته در فعالیت‌ها و فرم‌های محیطی باشند (Steinitz, 1968).

۳-۲- مؤلفه‌های تصویر ذهنی ارزیابانه

«نقشه‌های ترکیبی» سه ویژگی مهم تصویر ذهنی ارزیابانه را آشکار می‌نماید: «هویت»، «جا» و «دوست داشتن». به عبارت دیگر نشان می‌دهند که عناصر برجسته کدامند (هویت)، جایی که آن‌ها هستند (جا) و کیفیتی برای پاسخگویی به معنی یعنی قدرت ارزیابی در میان مردم (دوست داشتنی)^{۲۴}. «نقشه‌های ارزیابانه» به تجربه و تأثیر ساختار شهری اشاره دارند و شامل پنج ویژگی مطلوب شامل طبیعی بودن^{۲۵}، نحوه نگهداری^{۲۶}، دلباز بودن^{۲۷}، نظم^{۲۸}،

مکان‌های شهری، مرکز خرید، جاده، پل، خانه ... و ویژگی‌های ذهنی (نامشهود) مانند فضای یک فروشگاه، شلوغی شهر... که این دو دسته از ویژگی‌ها بر اساس ساختار شخصی مورد ارزیابی قرار می‌گیرند؛ این ساختار ارزیابانه به عنوان مثال بیان افکار در مورد عناصر است و شامل مقیاس‌هایی مانند کثیف/ تمیز و خوب/ بد می‌باشند (Harrison & Sarre, 1975). در همین راستا والزملی^{۱۳} و یانگ^{۱۴} اظهار داشتند که اساساً تصویر ذهنی با تأکید بر فرآیند شناختی و ادراکی بر طبق اطلاعات محیطی و یا ارزیابی مکان شکل می‌گیرد (Smith, 2005). جدول ۱ مجموعه‌ای از پیشینه پژوهش را مبتنی بر سیری تاریخی، روش‌های مورد استفاده و دستاوردها نشان می‌دهد.

۲-۲- تصویر ذهنی ارزیابانه از شهر^{۱۵}

در فرهنگ لغت آکسفورد واژه ارزیابی^{۱۶} فعلی است که نظر^{۱۷} در مورد چیزی به لحاظ مقدار، ارزش یا کیفیت آن چیز پس از فکر کردن با دقت شکل می‌دهد. ارزیابی به لحاظ مفهومی ارزش‌گذاری بر پایه ترجیحات^{۱۸} و توقعات است؛ در واقع «بعد ارزش‌گذاری» مسأله اصلی مطرح شده در ارزیابی فضای شهری توسط شهروندان می‌باشد. تریب^{۱۹} در همین راستا مفهوم ارزیابی محیط^{۲۰} را به معنای ارزش‌گذاری تصورات فضایی ما از فضای ادراک شده، به اضافه تجربه‌های شخصی و توقعات ما از فضا می‌داند (پاکزاد، ۱۳۹۳ ب، ۱۴۰). برای بهبود نمود^{۲۱} [انتظارات] جامعه، برنامه‌ریزان باید بدانند که چگونه مردم، منظر شهر^{۲۲} را ارزیابی می‌کنند؛ یعنی همان تصویر ذهنی ارزیابانه‌شان از شهر (Nasar, 1990: 41). تصویر ذهنی ارزیابانه، از فرد، محیط و روابط جاری بین این دو نشأت می‌گیرد... محیط متغیرهای بسیاری دارد و تماشاکنندگان، بسته به عوامل درونی و محیطی، از بعضی محیط‌ها می‌گذرند، به بعضی دیگر توجه و آنچه را که می‌بینند ارزیابی می‌کنند (نسر، ۱۳۹۳: ۴).

نقشه‌های ذهنی حاوی اطلاعات ناقص، مخدوش و ساده‌شده‌ای می‌باشند. اما در مقابل نقشه‌های ارزیابانه با توجه به ساختار و تجربه فضایی مردم از شهر، واکنش‌های مثبت و منفی شهروندان را در برخورد با محیط مورد بررسی و توجه قرار می‌دهند (نسر، ۱۳۹۳). اگر یک روی سکه رفتار واقعی مردم در یک مکان باشد، روی دیگر آن تصویر ذهنی درون ذهن مردم است؛ اینکه مردم چگونه فضا را برای خود به تصویر درمی‌آورند، چه احساسی درباره آن دارند و چه معنایی برای آن قائل هستند (لینچ، ۱۳۹۲ ب، ۱۰۱). در واقع نقشه‌های ذهنی، «مدل‌های درونی بازنمایی ادراک»

- نحوه نگهداری: اشاره به حفظ و نگهداری محیط دارد (نسر، ۱۳۹۳: ۷۸). ایوانز و همکاران (۱۹۸۲) نیز کیفیت ساختمان‌ها را منتج از میزان نگهداری فیزیکی که در نگهداری ساختاری [محیط] منعکس گردیده می‌دانند (Evans & others, 1982: 234)
- دل‌باز بودن: به دور نماها اشاره می‌کند. اغلب مردم بیان می‌کنند مکان‌هایی که دارای فضای باز و منظر طبیعی هستند را دوست دارند (نسر، ۱۳۹۳: ۷۹). همچنین دل‌باز بودن (یا متغیرهایی مانند تراکم و یا وسعت مکان) به عنوان [عنصری] برجسته در ادراک طیف گسترده‌ای از محیط فیزیکی و چشم‌انداز شهری پدیدار می‌گردد (Nasar, 1989: 39)
- نظم: تاحدی که پاسخ‌دهندگان احساس کنند یک محدوده به اندازه کافی سازماندهی شده باشد. پاسخ‌دهندگان بیان داشتند که محدوده‌های دارای نظم، پیوستگی و سازگاری^{۳۶} را دوست دارند... اهمیت تاریخی: اشاره به مکانی با معنای تاریخی دارد. به بیانی دیگر واکنش‌های مساعد را از جانب مردم بر می‌انگیزد (نسر، ۱۳۹۳: ۷۹).

- اهمیت تاریخی^{۲۹} با اشاره به هویت، جا و ویژگی‌های بصری دوست‌داشتنی می‌باشند. نقشه‌های ارزیابانه مبنایی برای یک طرح بصری [مناسب] را ارائه می‌دهند (Nasar, 1990: 41).
- نسر ابعاد ارزیابانه و ویژگی‌های مزبور را پاسخی به چشم‌انداز^{۳۰} شهری می‌داند (Nasar, 1989). مردم مکان‌هایی را بخاطر می‌آورند که احساسات قوی نسبت به آن داشته باشند... به عبارت دیگر، واکنش‌های ارزیابانه، تصویرپذیری را افزایش می‌دهند، و [همچنین] تصویرپذیری نیز ارزیابی‌ها را تشدید می‌کند. هریسون^{۳۱} و هاوارد^{۳۲} (۱۹۷۲) دریافتند که معانی، انتخاب ما را به عناصر تصویرپذیر هدایت می‌کنند. و ایوان^{۳۳}، اسمیت^{۳۴} و پزداک^{۳۵} ویژگی‌های ارزیابانه (نگهداری، طبیعی بودن و اهمیت تاریخی) را مؤثر در تصویرپذیری ساختمان‌ها دانستند. به نظر می‌رسد که ارزیابی عمومی از عناصر تصویرپذیر، ادراک کیفیت بصری در شهر را تعریف خواهند نمود (Nasar, 1990: 42).
- همانطور که اشاره گردید ویژگی‌های مطلوبی که باعث دوست داشتن محیط می‌شود را می‌توان به شرح ذیل تعریف نمود:
- طبیعی بودن: اشاره به سرسبزی محیط و وجود آب یا کوهستان دارد؛

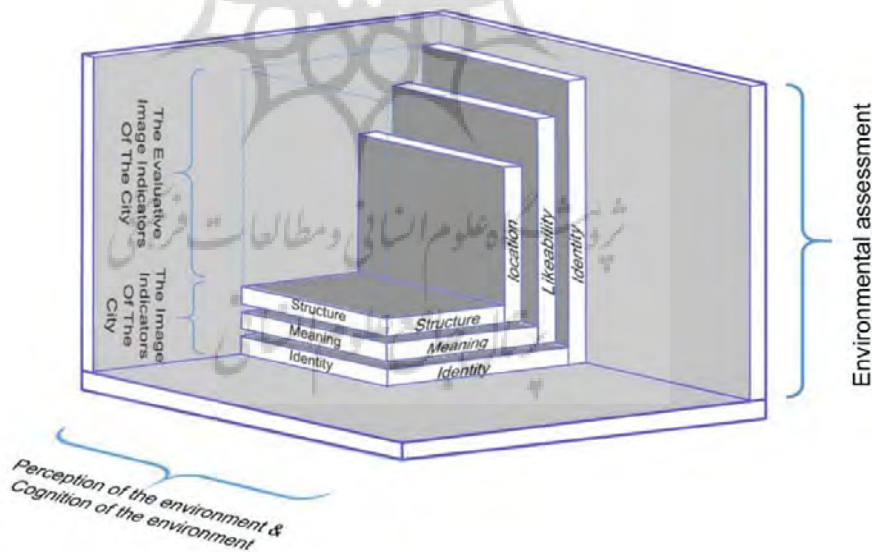


Chart 1. The Conceptual Model of an Evaluative Image (Based on Research Literature)

شهروندان یزد و همچنین پژوهش صورت گرفته به دست ایمانی و همکاران (ایمانی و همکاران، ۱۳۹۱) که به تأثیر نقشه‌های شناختی در بازآفرینی الگوهای ذهنی از محیط در محله تاریخی سنگ سیاه شیراز می‌پردازد اشاره نمود. با این

۳- پیشینه پژوهش

پژوهش‌هایی در زمینه تصویر ذهنی از شهر توسط پژوهشگران داخلی صورت پذیرفته است که از آن جمله می‌توان به پژوهش پورجعفر و همکاران (پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۰) در گونه‌شناسی نشانه‌های شهری در نقشه ادراکی^{۳۷}

پاریس پرداخته است. وی در پی آن است که بداند پارسی‌ها چگونه تصورات قالب خود در شهر را بیان می‌نمایند. هدف او از این بررسی‌ها دستیابی به چیزی شخصی‌تر و نزدیک‌تر است که به تجربه فضایی افراد [مستقیماً] گره خورده است. آن‌ها نقشه‌های خود را با بناهای یادبود، میادین، محله‌ها، خیابان‌ها و یا هر عنصر دیگری که خود به خود [به ذهنشان] خطور می‌گردد معرفی نمودند (Gould & White, 1986: 89). ارزش عجیب و غریب این دسته از نقشه‌های ذهنی این است که دیدگاه افراد از شهر را در مقایسه با واقعیت فراهم می‌سازد؛ [نقشه‌های ذهنی] نشان می‌دهند که چگونه فضای شهری [در ذهن شهروندان] کدگذاری^{۴۸}، تحریف و به طور انتخابی نشان داده می‌شوند. این چنین نقشه‌هایی چند بُعدی هستند، آن‌ها شامل اجزای شناختی^{۴۹}، عاطفی^{۵۰} و حسی^{۵۱} می‌باشند (Milgram, 1992: 112). پایه و اساس نقشه‌های روانشناختی که توسط میلگرام بیان می‌گردد طبق چارچوبی است که لینچ آن را بنیان نهاده است (Hospers, 2010: 2076). وی علاوه بر این ترجیحات مردم پاریس را نیز مورد ارزیابی قرار داد، برای نمونه می‌توان به لیست رتبه‌بندی شده‌ای از پنجاه عنصر منظر شهری پاریس که توسط اغلب افراد مورد توافق بوده اشاره نمود، یا همچنین کیفیتی که به مناطق مختلف پاریستوسط مردم منسوب گردیده است؛ یعنی کیفیاتی چون مناطق دوست‌داشتنی، مناطقی که مردم پاریس برای آن حداقل خوبی را قائل هستند و یا محل زندگی ثروتمندان و فقیران، مکان‌های خطرناک شهر یا مکان‌هایی که در آن [مردم] بیشتر احساس دوستانه می‌کنند و دارای فضای آرام‌تری هستند (Milgram, 1992).

نَسَر کار خود را در ادامه ایده گلد درباره نقشه‌های ترجیحات منطقه‌ای، ایده میلگرام در ارتباط با نقشه‌های روانشناختی و رویکرد لینچ پیرامون ارتباط اطلاعات روانشناختی با فرم شهر می‌داند (نَسَر، ۱۳۹۳: ۱۵). نَسَر در دو شهر ایالات متحده آمریکا (ناکسویل^{۵۲} و چاتانوگا^{۵۳} در [ایالت] تنسی^{۵۴}) با ۲۲۰ نفر از ساکنان به صورت تلفنی و ۱۸۰ نفر از توریست‌ها به صورت چهره به چهره مصاحبه کرد و از آن‌ها خواست تا محدوده‌ای را که دوست دارند و محدوده‌ای را که به لحاظ بصری دوست ندارند مشخص نمایند و ویژگی‌های فیزیکی را بر اساس ارزیابی‌شان توصیف کنند (Nasar, 1990: 41). برخی از یافته‌ها بدیهی به نظر می‌رسند (مانند اینکه مردم پوشش گیاهی را دوست دارند و تابلوهای تبلیغاتی را دوست نمی‌دارند). اما توسط

حال موضوع تصویر ذهنی ارزیابانه مورد بررسی قرار نگرفته، از این روی پژوهش حاضر در داخل کشور نوین است.

پژوهشگران خارجی توجه خوبی به نقشه‌های ارزیابانه داشته‌اند با این حال کثرت مقالات این حوزه به مراتب از موضوع سنجش نقشه‌های شناختی کمتر است. شاید یکی از مهمترین دلایل این امر دشواری شیوه کسب ارزیابی شهروندان و ثبت و تحلیل آن‌ها باشد. اپلیارد^{۴۸} (۱۹۷۰) با انجام مطالعه‌ای بر روی نقشه [ذهنی] ساکنان سیوداد گویانا^{۴۹} در پی یافتن این موضوع بود که چگونه مردم بخش‌های مختلف شهر را به یکدیگر متصل می‌نمایند و یا به عبارتی دیگر چگونه به صورت ذهنی شهر را ساختار می‌بخشند (Appleyard, 1970). تحقیقات اپلیارد در این شهر بر روی جنبه‌های فیزیکی و فرهنگی اجتماعی متمرکز بوده است (Evans & others, 1982, 232): نتایج پژوهش وی نشان دادند که نقشه‌ها عمدتاً از عناصر متوالی^{۴۰} (جاده) و یا عناصر فضایی^{۴۱} (ساختمان‌های منحصر به فرد، نقاط دیدنی و یا محله‌ها) تشکیل شده‌اند (Appleyard, 1970). در سیوداد گویانا تصویر ذهنی ارزیابانه بدست آمده از شهروندان وابسته به کیفیت درک شده عناصر تصویرپذیر می‌باشند (Nasar, 1998).

با اینکه مقیاس کار اپلیارد شهری بود، نگاه گلد و وایت (۱۹۸۶) منطقه‌ای است. وی به بررسی ترجیحات محیطی و نقشه‌های ذهنی منطقه‌ای^{۴۲} در آمریکا، کانادا و بریتانیا پرداختند. آن‌ها بر پایه اطلاعات محیطی که از صدها پاسخ بدست آمده است، برنامه‌ریزان را قادر به ایجاد تصویر ذهنی می‌دانند که برای تأکید بر مزیت نسبی چیزهایی در مقیاس انسانی می‌باشند که سعی در ایجاد منظر آینده شهر را دارند. گلد^{۴۳} و وایت^{۴۴} (۱۹۸۶) نقشه ترجیحات منطقه‌ای را که به نوعی ارزیابی مردم در مقیاس وسیع‌تر است ارائه نمودند، آن‌ها معتقدند که تصاویر ذهنی مردم محدود به مناطق محلی شهر نمی‌گردد بلکه نظراتی در مورد بخش‌های مختلفی از کشوری که در آن زندگی می‌کنند نیز وجود دارند که نقشه ترجیحات منطقه‌ای را شکل می‌دهند. علاوه بر این آن‌ها استراتژی اساسی خود را سنجش ترجیحات مردم برای اولویت‌بندی مکان‌ها می‌دانند. گلد و وایت معتقدند که ترجیحات مردم برای مکان‌ها به خود جا^{۴۵} بستگی دارد؛ به اینکه دوست داشتن و یا دوست نداشتن آن مکان بوسیله رفتار واقعی مردم نسبت به مکان‌های دیگر بیان گردد (Gould & White, 1986).

میلگرام^{۴۶} (۱۹۹۲) نیز به نوعی با بررسی نقشه‌های روانشناختی^{۴۷} به بررسی واکنش‌های ارزیابانه شهروندان

ابوسیله نقشه‌های ارزیابانه [به دوست‌داشتنی‌ترین،
معنی‌دارترین و قابل‌زندگی‌ترین [محیط] هدایت نمایند
(Ibid: 50).

حمایت‌های گسترده و مداوم جهت اهداف خاص، نقشه‌های
ارزیابانه می‌توانند ترجیحات بدیهی را به واقعیت‌های فیزیکی
تبدیل نمایند. طراحان شهری می‌توانند تصویر ذهنی شهر را

Table 1: Background research on the assessment of mental image in urban landscape

Row	Researcher name	Year	Article title / "Book" / Thesis	Research achievements	Strategies and research techniques
1	Lynch	1960	"The Image of The City"	Citizens organize the environments of the city that are legible with path, landmark, node, edge and region in mind.	Draw a mental map (15-30 people), semi-structured interview
2	de Jonge	1962	Images of Urban Areas Their Structure and Psychological Foundation	The survey of mental maps in three Dutch cities confirms Lynch's results.	Draw a mental map, semi-structured interview (20 specialists and 100 non-specialists in the second step)
3	Gulick	1963	Images of an Arab City	The survey of mental image of the citizens of Tripoli in Lebanon based on the Lynch method.	Draw a mental map (35 people), semi-structured interview
4	Nasar	1990	The Evaluative Image of the City	The evaluative mapping of the Tennessee, Knoxville, and Chattanooga cities in the United States reflects the parameters of Naturalness, Upkeep, openness, order, and Historical significance.	A telephone interview with 220 people and interviews with 180 people and turning them into evaluative maps
5	Dalton & Bafna	2003	The syntactical image of the city: A reciprocal definition of spatial elements and spatial syntaxes	Proof of the legibility and imageability link in the city based on the Lynch views on legibility with legibility concepts in Space Syntax.	A case study of Boston in the 1950s in software
6	Nowak	2003	Searching for legible city form: Kevin Lynch's theory in contemporary perspective	The survey of the Lynch method in the city of Tychy in the new city of Poland showed that the legibility of a city is not a function of the physical structure of the city but is identified in childhood as spatial communication.	Interviews with 60 people (30 families and 30 children), drawing cognitive maps
7	Avraham	2004	The residents' 'images of the past' in the architecture of Salt City, Jordan	The survey of the mental image of citizens from urban old buildings in Morocco based on the non-verbal communication model reflects the continuation of the past mental image in the minds of residents and suggests old photographs as a research variable.	Image sorting methods, open questionnaire (100 people)
8	Portugali	2004	The Mediterranean as a Cognitive Map	A distinction between the cognitive map of the Mediterranean and its cartographic map based on cognitive knowledge	content analysis
9	Al-Gilani	2005	Understanding the image of the Islamic urban landscape	The purpose of the doctoral thesis is to examine how the members of the Islamic nation define the mental image and quality of the Islamic city.	Interviews and questionnaires (email, telephone and face-to-face meetings with 117 people), the use of contextual theory in analyzing the content of the results
10	Polic et al.	2005	A cognitive map of Slovenia: Perceptions of the regions	The study of the mental image of the Slovene people showed that, contrary to expectations, a small percentage of them believe that the country should be divided into geographic regions.	Closed questionnaire on Likert scale (1291 people), mapping of country
11	Smith	2005	Conceptualizing City Image Change: The 'Re-Imaging' of Barcelona	An Analytical Study of Changes in the City's mental Image After Industrialization (Barcelona, Spain) and Creating a Theoretical Framework Based on the Variables of the Modern City, Sport City, and monumental city.	Content analysis and Logical reasoning

12	Mannarini, Tartaglia, Fedi, & Greganti	2006	Image of neighborhood, self-image and sense of community	The analysis of the content of people's responses showed that there is a meaningful relationship between the mental image of the neighborhood and social sense.	An open questionnaire in 3 largest cities in Italy (1031 people)
13	Martinez, Garcia, Zapata, & Molina	2007	Modeling a city's image: The case of Granada	A review of nine variables in the city of Granada (Spain) showed that the mental image of architectural elements, individual perceptions of citizens, social problems, and pollution are the most important factors.	Semi-structured interview (12 people), questionnaire (623 people)
14	Long, Xiang	2007	The relation between objective and subjective evaluation of the urban environment	The purpose of this doctoral thesis is to examine the relationship between the human cognitive representation of Space Syntax in urban environments as well as the effects that Space Syntax has on legibility.	Sketch maps, recognition tests and interviews
15	Boland	2008	The construction of images of people and place: Labelling Liverpool and stereotyping Scousers	The results showed that the influence of media such as radio, television and written media is more important in creating contemporary urban imagery (Liverpool).	Content analysis and Logical reasoning
16	Yu-ling Benni	2009	Imageability of urban landscape moving across alleys in city fabrics	The purpose of this master's thesis is to examine the status quo and provide design solutions to enhance the imageability of the streets in Hong Kong, based on a landscape approach.	observation and survey sample cases
17	Hospers	2010	Lynch's The Image of the City after 50 Years: City Marketing Lessons from an Urban Planning Classic	The results show that citizens' mental image in urban marketing can also be used.	Logical reasoning
18	Zhu, Qian, & Gao	2011	Globalization and the production of city image in Guangzhou's metro station advertisements	The research focuses on how the mental image of metropolises is shaped by the impact of globalization in the Chinese case study, which is solely based on the analysis of advertising on the subway as an objective subject and has not been seen in the perception and reception of citizens.	Content analysis and qualitative assessment
19	Daneshmand	2013	Improving route evaluation methods and performance upgrade path routing, Case Study: Shiraz Vakil Bazaar	The results of this thesis "In addition to simultaneously assessing the route from the physical, cognitive and emotional aspects of providing physical solutions, the improvement of routing function from the cognitive and emotional point of view and their implementation priorities".	Questionnaire and amounts of Depthmap software

۴- روش و فرآیند تحقیق

در معرض مجموعه‌ای از اطلاعات اولیه که توسط محقق مبتنی بر اهداف تحقیق فراهم آمده است، قرار گرفته و از وی خواسته می‌شود به ارزیابی و یا بازشناسی آن‌ها اقدام نماید (اسدپور و همکاران، ۱۳۹۴).

روش‌شناسی خاص این پژوهش شامل مصاحبه‌های عمیق نیمه سازمان یافته به همراه پرسشنامه‌ای تصویری در قطع ۵۰ در ۷۰ سانتیمتر (با مقیاس ۱/۲۵۰۰) است که در آن عکس رنگی هوایی و مقیاس‌داری از محور دروازه قرآن شیراز در سال ۱۳۹۵ در کنار پرسش‌های چند گزینه‌ای در خصوص اطلاعات عمومی و ترجیحات آنان از محیط تنظیم شده است (تصویر ۱). این پرسش‌نامه در اختیار ۵۳ نفر از شهروندان قرار داده شده و آنان با مازیک‌های قرمز و آبی به

راهبرد پژوهش کنونی، ترکیبی شامل راهبرد کیفی و مورد پژوهی است. جهت استخراج مبانی و چارچوب نظری متناسب با پژوهش از مفاهیم پایه کاویده و تعریف شده‌اند. گردآوری داده‌ها در نمونه مورد مطالعه به شیوه پیمایشی است که در رویکردی استنتاجی و انتقادی به تحلیل و ارزیابی داده‌ها پرداخته می‌شود. جهت استخراج تصویر ذهنی ارزیابانه از روش تازه‌ای استفاده شده که پیشتر برای این کار مورد استفاده نبوده است. این روش در طبقه‌بندی شیوه‌های استخراج تصاویر ذهنی پیشنهاد شده توسط اسدپور و همکاران (۱۳۹۴) از نوع مدل‌های بازشناسی - ارزیابی (غیر زایشی) قرار می‌گیرد که در آن پرسش‌شونده

سنجش سطحی پدیده‌ها، اطلاعات عمیقی حاصل از تجارب افراد نسبت محیط عرضه نموده‌اند (پرتویی، ۱۳۸۷). در این پژوهش ۳۵ درصد از مشارکت کنندگان زن و ۶۵ درصد دیگر مرد می‌باشند. همچنین بیشترین فراوانی نسبی سن مشارکت کنندگان بین بازه ۲۰ الی ۳۰ سال با ۴۷ درصد و کمترین آنها زیر بیست سال با ۴ درصد می‌باشد (۱۰ درصد از آنان بین ۴۰ تا ۵۰ سال، ۲۶ درصد بین ۳۰ تا ۴۰ سال و تنها ۱۰ درصد بین ۴۰ تا ۵۰ ساله بودند). لازم به ذکر است که ۷۲ درصد از مشارکت کنندگان بیش از ۲۰ سال در شیراز سکونت داشته‌اند و تنها ۶ درصد بین ۱ تا ۵ سال ساکن شیراز بوده‌اند. ۱۵ درصد ساکنین نیز بین ۱۰ تا ۲۰ سال و مابقی نیز بین ۵ تا ۱۰ سال ساکن شهر بوده‌اند. از این روی مشارکت کنندگان آشنایی خوبی با محدوده داشته‌اند. از نظر سطح سواد، ۸۱ درصد از آنان دارای تحصیلات دانشگاهی (کاردانی تا دکتری) و تنها ۱۹ درصد دیپلم و زیر دیپلم بودند که در این میان بیشترین فراوانی (۳۴ درصد) با سطح تحصیلات کارشناسی می‌باشد.

ترتیب نواحی غیردوست‌داشتنی و دوست‌داشتنی را مشخص می‌نمودند. از هر پرسشنامه اسکن تهیه شده و محدوده‌های ترسیم شده به دست شهروندان در نرم‌افزار اتوکد دقیقاً بازترسیم شدند و در نهایت همه آن‌ها بر روی یکدیگر مبتنی بر نگرش لایه‌ای قرار گرفتند تا نقشه ارزیابانه عام تولید گردد. علاوه براین مصاحبه نیمه سازمان یافته و عمیقی نیز با آنان در کنار تکمیل پرسشنامه انجام شده که به طور متوسط با هر کدام از «مشارکت کنندگان بالقوه» ۲۰ تا ۲۵ دقیقه مصاحبه شده است. این داده‌ها به شیوه تحلیل محتوا^{۵۵} و در پیوند با نقشه‌های تولید شده، ارزیابی شده است. در انتخاب مشارکت‌کنندگان به شیوه تصادفی سعی گردیده آنانی انتخاب شوند که نه تنها در محدوده مورد نظر حضور دارند بلکه به آن محدوده مراجعه دائمی داشته و یا اینکه مدت مدیدی در آنجا ساکن بوده باشند. به این ترتیب تعداد «مشارکت کنندگان بالقوه» تا آنجا مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند که پژوهشگران به اشباع نظری^{۵۶} دست یافته‌اند. به این ترتیب مصاحبه‌های عمیق به جای



Fig. 1 maps from questionnaires, completed by the participants

محدود به بنای آرامگاه حافظیه می‌گردد. محدوده مورد نظر از شرق به عنصر طبیعی کوه چهل مقام و ویژگی‌های تاریخی و طبیعی آن و از طرف غرب به دامنه باباکوهی منتهی می‌گردد. لازم به ذکر است که در این محدوده عناصر شاخصی به لحاظ تاریخی و فرهنگی چون بنای آرامگاه حافظیه، آرامگاه شاه

۵- محدوده مورد مطالعه (اهمیت و ضرورت)

محدوده مورد مطالعه (تصویر ۲) یکی از کلیدی‌ترین و شاخص‌ترین محورهای ورودی و محوطه‌های تاریخی- فرهنگی شیراز در دوره‌های گوناگون شیراز است. حد شمالی آن شامل محدوده ورودی شهر و دروازه قرآن و حد جنوبی آن

کنار یکدیگر نقش خاصی را جهت حضور شهروندان ایفا می‌نمایند. از سوی دیگر، این محدوده بخشی از منظر کلان تاریخی شیراز است که در تصاویر جهانگردان خارجی در بازه‌های کمابیش ۲۰۰ ساله همچنان مورد توجه بوده است (فیضی و اسدپور، ۱۳۹۲). توسعه‌های کالبدی در یک دهه اخیر در این محدوده و نیز بستر غنی تاریخی و فرهنگی آن پرداختن به این منطقه را ضروری و مهم می‌نماید.

شجاع، آرامگاه هفت تنان و چهل تنان و هم چنین باغ‌های تاریخی چون باغ جهان‌نما و باغ نو قرار گرفته‌اند. این محدوده همواره به دلیل وجود مکان‌های فرهنگی و تاریخی و همچنین مکان‌های تفریحی اطراف دروازه قرآن فضای نسبتاً مناسبی را برای حضور و فعالیت و تفریح شهروندان مهیا نموده است. این محدوده را از معدود مکان‌هایی در شهر شیراز است که وجود عناصر طبیعی، فرهنگی و تاریخی در



Fig. 2 Aerial photos of the case study area and the important elements surrounding it

۶- بحث و تحلیل یافته‌ها

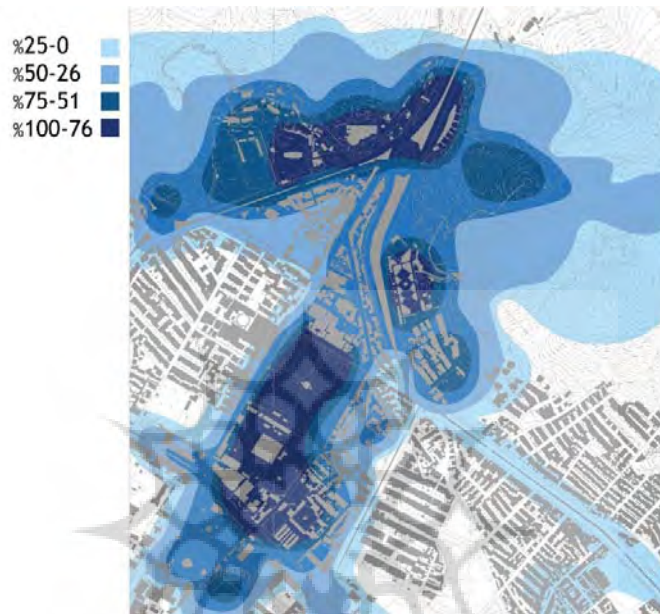
بررسی و استخراج نقشه محدوده‌های «دوست‌داشتنی» و «غیردوست‌داشتنی» که مشارکت کنندگان به آن اشاره نمودند منجر به ایجاد ۵۳ نقشه گردید، این نقشه‌ها در دو لایه یاد شده به روی یکدیگر قرار داده شدند و نقشه ترکیبی از آن حاصل گردید. در نقشه ترکیبی ایجاد شده می‌توان توافق عمومی مشارکت کنندگان را در مورد محیط‌های دوست‌داشتنی و غیردوست‌داشتنی دریافت. مشارکت کنندگان در مورد ویژگی‌ها و دلیل انتخاب محدوده‌های منتخب نیز اطلاعاتی در مصاحبه‌ها داده‌اند. محتوای این موضوعات به کلیدواژگانی تبدیل شده و در هر محدوده ترسیم شده آورده شد تا بتوان بین ارزیابی آن‌ها و درک آنان از دو مفهوم دوست‌داشتن و دوست‌نداشتن ارتباطی یافت. نتایج حاصل از نقشه‌های ترکیبی نهایی به شرح زیر هستند:

۶-۱- ارزیابی محدوده‌های دوست‌داشتنی

همپوشانی نقشه‌های ارزیابانه از محدوده‌های دوست‌داشتنی (نقشه ۱) نشان می‌دهد که اغلب مشارکت کنندگان محدوده «آرامگاه حافظیه» و «باغ جهان‌نما» را به عنوان دوست‌داشتنی‌ترین محدوده‌ها ترسیم نمودند، که شاید علت انتخاب آن وجه تاریخی این دو بنا در کنار ماهیت سبز آنها باشد. البته قابل ذکر است که باغ نو نیز به عنوان یک عنصر تاریخی در این محدوده قرار دارد که به دلیل عدم مرمت آن و فقدان حضور مردم در آن مکان، دیگر از مرکز توجه، ارزیابی و در نهایت تصور ذهنی شهروندان به عنوان محدوده دوست‌داشتنی و یا غیردوست‌داشتنی به دور مانده و روبه فراموشی است. از دیگر نواحی که غالباً به عنوان محدوده دوست‌داشتنی بر روی نقشه ترسیم شده است، «دروازه قرآن و محدوده پیرامون

دوست‌داشتنی واقع شده است. در واقع این منطقه مؤلفه «دلباز بودن» را نیز در خود دارد. شایان ذکر است که مشارکت کنندگان کمربند سبز، پارک کوهپایه، عناصر طبیعی و برخی از بناهای معاصر که در اطراف خیابان‌های منتهی به دروازه قرآن واقع شده‌اند (مانند هتل بزرگ شیراز و رستوران هفت خان) را نیز جزو محدوده‌های دوست‌داشتنی خود اعلام داشته‌اند.

آن می‌باشد که احساس می‌شود به موجب ساختار جالب توجه آن و بواسطه فرصتی که برای حضور و «تجربه در مکان»^{۵۷} در اختیار شهروندان قرار می‌دهد مورد توجه واقع شده باشد. دروازه قرآن به مثابه ورودی و هویت کالبدی شهر شیراز به همراه محدوده دربرگیرنده آن به دلیل ایجاد منظره و چشم‌اندازی^{۵۸} کلی به شهر و همچنین مهیا نمودن محیطی برای گذراندن اوقات فراغت شهروندان جزء محدوده



Map 1. Evaluative combination map of likable areas from the viewpoint of participants

همچون مقبره حافظیه، باغ جهان نما، دروازه قرآن در دیدگاه پرسش شوندگان یک محتوای تاریخی را بوجود آورده که در انتخاب محدوده‌های دوست‌داشتنی برای آنها دارای درجه‌ای از معنا را دربرداشته است. این دسته ۱۷.۹۹ درصد از ویژگی‌های عنوان گردیده را شامل می‌شوند. «خاطره‌انگیزی» محدوده‌ها نیز در ایجاد تصویر ذهنی ارزیابان با ۱۵.۸۳ درصد فراوانی در مرتبه چهارم اهمیت قرار دارد. بیشتر مشارکت کنندگان خاطرات شخصی خود در مکان را مورد توجه قرار داده‌اند. ویژگی‌های «مدیریت شهری مناسب» با ۱۰.۷۹ درصد مانند «تخاذ تدابیری جهت بهبود کیفیت محیط» در مقام پنجم و «عوامل اجتماعی» با ۶.۴۷ درصد شامل «امنیت روانی»، «ایمنی فیزیکی» و یا «متناسب بودن محدوده جهت سکونت»، کمترین تر ترجیحات مشارکت کنندگان در انتخاب محدوده‌های دوست‌داشتنی را شامل گردیده است.

تحلیل واکنش‌های مثبت مشارکت کنندگان به محیط اطراف خود بر اساس مصاحبه‌های صورت پذیرفته به شیوه تحلیل محتوا در شش دسته قابل طبقه‌بندی است (نمودار ۲)؛ دسته نخست «واکنش‌های احساسی و عاطفی» است که ۲۵.۹ درصد از مشارکت کنندگان در ابراز دلیل انتخاب محدوده‌های دوست‌داشتنی خود از واژگانی چون «حس آرامش موجود در محیط»، «دلنشین بودن فضا» و «جذابیت مکان» استفاده نموده‌اند. همچنین در دومین مرتبه ۲۳.۰۲ درصد از ویژگی‌های بیان شده ذیل عنوان «عوامل طبیعی» همچون «سرسبزی محیط به مثابه حض بصری» و «حضور برخی از مناظر طبیعی» همانند محدوده طبیعی کوه‌های گهواره دید، کوهپایه و محدوده خواجه‌ای کرمانی بوده است که می‌تواند بواسطه فرصتی که برای حضور شهروندان مهیا می‌سازد، مورد اشاره واقع شده باشد. وجود «عناصر تاریخی»

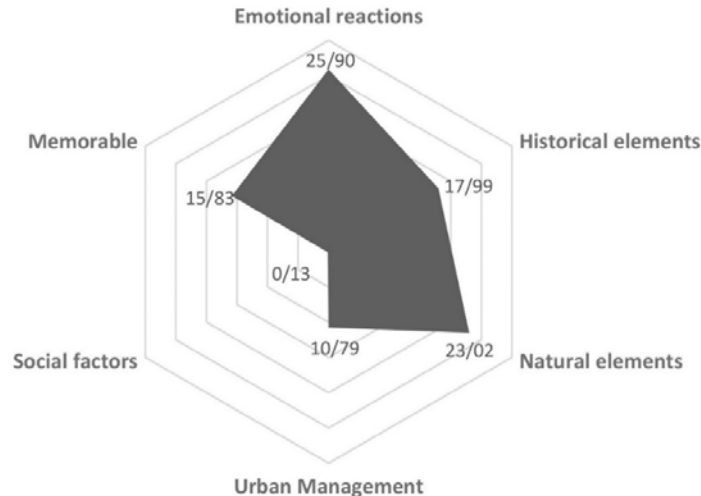


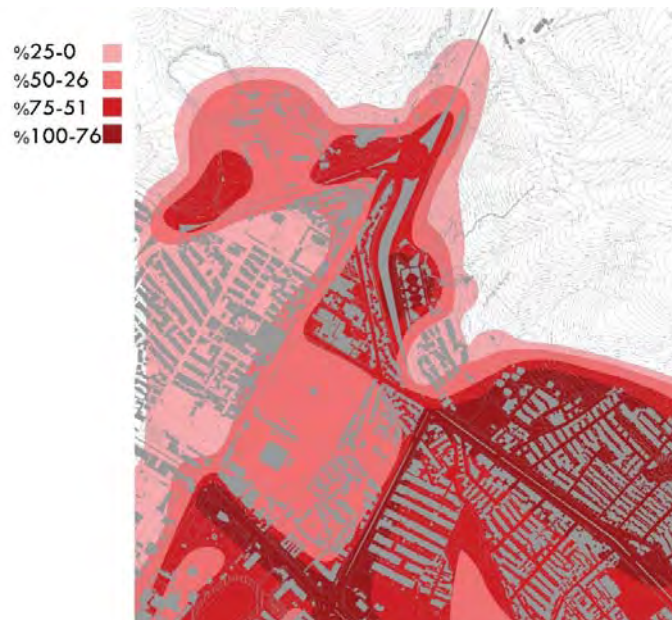
Chart 2. Content analysis of likable areas features

۶-۲- ارزیابی محدوده‌های غیردوست‌داشتنی

اکثر پاسخ‌دهندگان در ارزیابی خود، نسبت به محدوده‌های غیردوست‌داشتنی (نقشه ۲)، اشاره به «محدوده مسکونی هفت تنان» داشتند. «ذهنیت نامناسب آن‌ها نسبت به این محدوده»، «عدم توسعه یافتگی» و «بافت اجتماعی نامتجانس» از جمله دلایلی است که مشارکت‌کنندگان در ارزیابی منفی خود نسبت به این محیط اعلام کرده‌اند. قابل پیش‌بینی است که در ارزیابی شهروندان عدم تناسب ساختمان‌ها چه به لحاظ ساختاری و چه از دیدگاه بصری در ارتباط با محیط اطراف خود می‌تواند منجر به کم‌اهمیت شدن این محدوده در ارزیابی مراجعه‌کنندگان شود. محدوده‌هایی که به عنوان نقاط غیردوست‌داشتنی در نقشه ترکیبی ترسیم گردیده است، حاصل اتخاذ برخی از تدابیر و تنظیم محیط بدون توجه به شرایط و واقعیت‌هاست، برای نمونه مسائلی همچون ازدحام ترافیکی وسایل نقلیه، عدم امنیت فیزیکی و روانی، تعدادی از خیابان‌های این محدوده را به نقاط غیردوست‌داشتنی تبدیل نموده است. عدم سنخیت و مکان‌گزینی نامناسب برخی فعالیت‌ها در همجواری یکدیگر همچون وجود ورزشگاه، سازمان‌ها و ادارات دولتی در کنار عناصر شاخص تاریخی و فرهنگی رویکردی منفی را در ارزیابی شهروندان ایجاد نموده است. در همین راستا عدم پیوستگی و سازگاری برخی از فعالیت‌ها همچون وجود کارخانه صنعتی (روغن نباتی) در کنار محدوده مسکونی، موجب عدم رضایت و شکل‌گیری

ذهنیت نامناسب ساکنین شده، که نمایانگر عدم برنامه‌ریزی و پیش‌بینی توسعه آینده در مسائل شهری می‌باشد. در نتیجه نواحی غیردوست‌داشتنی به «لبه‌های کالبدی خیابان‌های شهری پیرامون» و «بافت مسکونی هفت‌تنان» محدود شده‌است.

تحلیل محتوای مصاحبه‌ها دلایل اشاره به محدوده‌های غیردوست‌داشتنی را نشان می‌دهد که بیشترین آن (۴۹.۹ درصد) ضعف مسائل مرتبط با «ضعف مدیریت شهری» در مداخله محیطی عنوان شده است. می‌توان به مشکلات حاصل از این مداخلات همچون ازدحام ترافیک وسایل نقلیه، تداخل برخی از فعالیت‌های غیر هم‌سنخ در همجواری مکان‌های تاریخی، فرهنگی در این محدوده اشاره نمود. مشارکت‌کنندگان در ارزیابی محدوده‌های غیردوست‌داشتنی در ۳۱.۳۴ درصد از موارد این ناخشنودی را مرتبط با «معضلات اجتماعی» می‌دانند که در این خصوص می‌توان به مواردی همچون ناامنی برخی از فضاهای شهری در اوقات گوناگون روز اشاره نمود. علاوه بر موارد اشاره شده، ۱۰.۴۵ درصد از موارد متوجه «ذهنیت و خاطرات نامناسب» افراد پرسش‌شونده نسبت به برخی از فضاهای شهری و ۷.۴۶ درصد از موارد نیز «واکنش‌های احساسی منفی» مانند عدم تمایل به حضور در مکان و یا محیطی به خصوص را در بر می‌گیرد. قابل ذکر است که عناصر تاریخی و عناصر طبیعی تأثیری در ترجیح و انتخاب محدوده‌های غیردوست‌داشتنی نداشتند.



Map 2. Evaluative combines map of unlikable areas from the viewpoint of participants

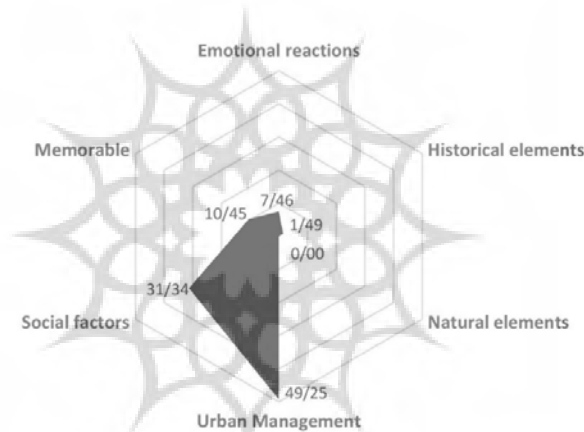


Chart 3. Content analysis of unlikable areas features

۷- نتیجه‌گیری

ترجیح محدوده‌های (دوست داشتنی / غیردوست‌داشتنی) در نمودار ۴ اشاره گردیده است. در تحلیل محدوده مورد پژوهش بوسیله بررسی نقشه‌های ترکیبی ارزیابانه، «آرامگاه حافظیه» و «باغ جهان نما» و «دروازه قرآن و محدوده پیرامون آن» به ترتیب دوست‌داشتنی‌ترین مکان‌ها بودند که با ویژگی‌هایی همچون «واکنش‌های احساسی و عاطفی»، «عناصر طبیعی»، «عناصر تاریخی»، «خاطره‌انگیزی»، «مدیریت شهری مناسب» و «عوامل اجتماعی» ابراز شدند. نواحی غیردوست‌داشتنی در نقشه نهایی به «لبه‌های کالبدی خیابان‌های شهری پیرامون» و «بافت مسکونی هفت‌تنان» محدود شده است. تحلیل محتوای مصاحبه‌ها نشان می‌دهند که «ضعف مدیریت شهری»، «معضلات اجتماعی»، «ذهنیت و خاطرات نامناسب» و «واکنش‌های احساسی منفی» از دلایل اشاره به محدوده‌های غیردوست‌داشتنی هستند.

مطالعه صورت پذیرفته همسو با مطالعات میلگرام و نسر در تحلیل مولفه‌های تصویر ذهنی ارزیابانه به کیفیت منسوب گردیده مکان‌های مختلف پرداخته است. کیفیت متفاوت عناصر طبیعی و انسان ساخت در فضای شهری به شکل نامحسوسی در ادراک و شناخت شهروندان مؤثر هستند. نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است که معمولاً مردم بیشتر مکان‌هایی را خوشایند و دوست‌داشتنی می‌پندارند که ساختار فضایی آن، امکان حضورپذیری و اجتماع‌پذیری آن‌ها را فراهم نماید. رفتار مردم در محیط و انتخاب هر یک از محدوده‌ها (دوست‌داشتنی / غیردوست‌داشتنی) مقیاسی است برای اینکه درک شهروندان نسبت به ساختار محیطی و ویژگی‌هایی کیفی که از برآیند تعامل شخص با محیط حاصل می‌گردد، مورد سنجش واقع شود. نتایج حاصل از اولویت‌بندی شهروندان در

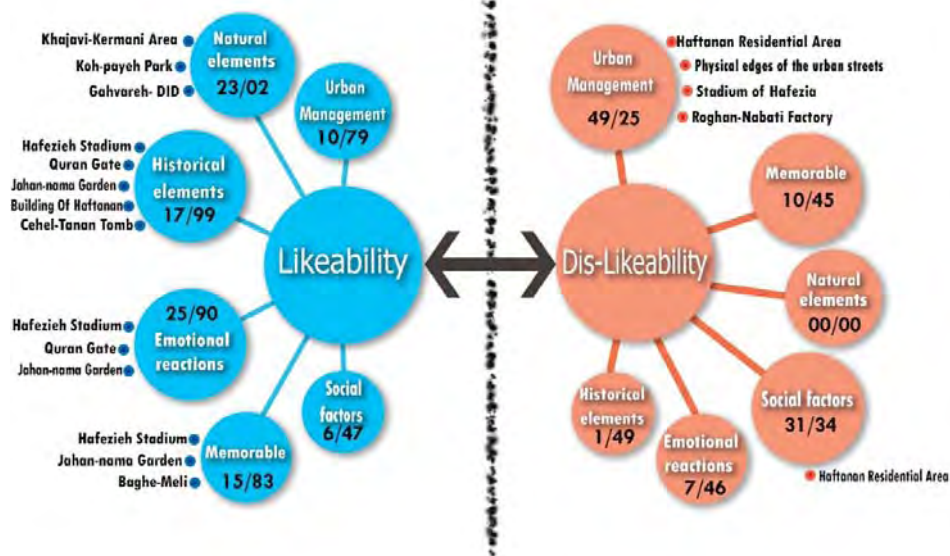


Chart 4. Citizens' Priorities in Preferring likable and unlikable Areas

ساختمان‌ها با محیط اطراف و بی‌نظمی شکل ظاهری) در محدوده غیردوست‌داشتنی قرار داده‌اند. از اینرو بایستی عناصر کالبدی و ترجیحات بصری مردم مورد توجه طراحان قرار گیرد تا به تعبیر نسر افراد علاقه‌مند را در مکان گرد هم آورده و موجب شود تا مکان‌ها در خاطر آن‌ها ثبت گردند.

ج) مولفه‌ها و عوامل طبیعی: مکان‌هایی که دارای فضای باز و مولفه‌های طبیعی هستند به عنوان عنصری کیفیت بخش در کنار سایر ساختارهای شهر عمل می‌نمایند از اینرو توجه طراحان به مولفه‌ها و عوامل طبیعی می‌تواند علاوه بر تأثیرگذاری در منظر شهری^{۶۱}، در جذب مردم به حضور در مکان و ترجیح آن‌ها مؤثر عمل نماید.

۲- بُعد کالبدی و عملکردی؛

الف) همجواری فعالیت‌ها: اتخاذ برخی از تدابیر، همچون مکان‌یابی صحیح فعالیت‌ها و رفع برخی از معضلات کالبدی که حاصل از سیاست‌ها و راهبردهای طراحی در مدیریت، برنامه‌ریزی، و طراحی شهری است می‌تواند موجب شکل‌گیری ترجیح و ارزیابی مثبت شهروندان گردد؛ همان‌گونه که در تحلیل یافته‌های پژوهش به آن اشاره شد، حضور «ورزشگاه حافظیه» و یا «کارخانه روغن نباتی» در کنار دیگر فعالیت‌ها که حاصل مکان‌گزینی نادرست بوده موجب ارزیابی منفی شهروندان گردیده است، درواقع همخوانی فعالیت در کنار یکدیگر شکل‌گیری رویدادها^{۶۲} در مکان و از همه مهم‌تر خوشایندی شهروندان را به دنبال خواهد داشت. اشاره به این نکته نیز حائز اهمیت است که تنها توجه به ویژگی‌های کالبدی و کیفیت بخشی به محیط

جهت ارتقای معیارهای تصویر ذهنی ارزیابانه در این محدوده می‌توان پیشنهادها و راهکارهای لازم را در دو بُعد مطرح نمود:

۱- بُعد طراحی؛

الف) باز زنده‌سازی مکان‌های تاریخی: بیشترین مکان‌هایی که ترجیحات مشارکت‌کنندگان را در محدوده‌های دوست‌داشتنی به خود معطوف می‌نماید، «مکان‌های تاریخی» همچون «آرامگاه حافظیه» و یا «دروازه قرآن» می‌باشند. در واقع بواسطه همین نشانه‌های تاریخی و عناصر یادمانی بود که دیگر محدوده‌ها برای مشارکت‌کنندگان بر روی نقشه خوانا و یا قابل شناسایی^{۶۳} می‌شدند و فضای همجوار آن‌ها تسری می‌یافتند. در بُعد طراحی می‌بایست «باززنده‌سازی»^{۶۴} مکان‌های تاریخی و یادمانی مورد توجه طراحان و برنامه‌ریزان شهری واقع گردند زیرا این محدوده‌ها موجب تصویرپذیری و خوانایی بیشتر محیط می‌گردند و مهم‌تر از آن این مطلب که مکان‌های مذکور از دیدگاه شهروندان واجد بُعد معنایی هستند.

ب) ارتباط عناصر کالبدی و ویژگی‌های بصری:

بررسی‌های صورت پذیرفته در مطالعات پیشین و همچنین در محدوده پژوهش، گویای این مطلب است که ویژگی‌های بصری (نظم و بی‌نظمی شکل ظاهری) و ارتباط عناصر کالبدی با محیط اطراف و ساختار شهری در ارزیابی شهروندان به شدت تأثیرگذار هستند؛ همان‌گونه که در بحث و تحلیل یافته‌ها عنوان شد، اکثر مردم محدوده بافت مسکونی هفت‌تان را به دلیل فرم بصری (ارتباط نامناسب

ترافیک ناشی از آن تأثیر منفی و شدیدی بر شکل‌گیری محدوده غیردوست‌داشتنی داشته است. هرچند حذف اتومبیل از شهرهای ایران ممکن نیست با این حال تلاش‌های جدی می‌بایست برای کاهش اثرات احساسی و عاطفی ناشی از آن باید در برنامه‌های توسعه‌ای شهرها لحاظ شود.

تنها عامل مؤثر در تصویر ذهنی ارزیابانه نیست، بلکه عوامل اجتماعی (معضلات و احساس عدم امنیت) نیز در شکل‌گیری معانی و ذهنیت منفی مردم نسبت به محیط دربرگیرنده آن‌ها دخیل می‌باشد.

(ب) شبکه حمل و نقل شهری: شبکه حمل و نقل شهری و

پی‌نوشت:

1. Valuative Maps
2. Nasar
3. Composite Maps
4. Mental Maps
5. Identity
6. Structure
7. Meaning
8. Crane
9. Steinitz
10. Imageability
11. Harrison
12. Sarre
13. Walmsley
14. Young
15. City Evaluative Image
16. Evaluate
17. Opinion
18. Preference
19. Trieb
20. Environment Evaluation
21. Appearance
22. City Scape
23. Schemata
24. Likability
25. Naturalness
26. Upkeep
27. Openness
28. Order
29. Historical Significance
30. Scenes
31. Harrison
32. Howard
33. Evans
34. Smith
35. Pezdek
36. Compatibility
37. Cognitive Map
38. Appleyard
39. Ciudad Guayana
40. Sequential Elements
41. Spatial eElements
42. Regional
43. Gould
44. White
45. Location
46. Milgram
47. Psychological Map
48. Encoded
49. Cognitive
50. Emotional
51. Intuitive
52. Knoxville
53. Chattanooga
54. Tennessee



- 55. Content Analysis
- 56. Theoretical Saturation
- 57. Experience-in-place
- 58. Vista
- 59. Identification
- 60. Regeneration
- 61. Urban Landscape
- 62. Event

فهرست منابع:

- اسدپور، علی؛ فیضی، محسن؛ مظفر، فرهنگ و بهزادفر، مصطفی (۱۳۹۴). گونه‌شناسی مدل‌ها و بررسی تطبیقی روش‌های ثبت تصاویر ذهنی و نقشه‌های شناختی از محیط، باغ نظر، (۳۳)، صص. ۱۳-۲۲.
- ایمانی، فاطمه؛ تاکی، دیهیم و طبائیان، مرضیه (۱۳۹۱). تأثیر نقشه‌های شناختی در بازآفرینی الگوهای ذهنی از محیط. دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی، (۴)، صص. ۱۰۳-۱۱۳.
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۹۳ الف). سیر اندیشه‌ها در شهرسازی: از کمیت تا کیفیت، جلد دوم، چاپ سوم، تهران: انتشارات آرمانشهر.
- _____ (۱۳۹۳ ب). سیر اندیشه‌ها در شهرسازی: از فضا تا مکان، جلد سوم، چاپ سوم، تهران: انتشارات آرمانشهر.
- پرتویی، پروین (۱۳۸۷). پدیدارشناسی مکان، چاپ اول، تهران: انتشارات فرهنگستان هنر.
- پورجعفر، محمدرضا؛ بمانیان، محمدرضا؛ تقوایی، علی اکبر و منتظر الحجه، مهدی (۱۳۹۰). درآمدی بر گونه‌شناسی کالبدی نشانه‌های شهری در نقشه‌های ادراکی شهروندان مطالعه موردی: شهر یزد. نامه معماری و شهرسازی، (۷)، صص. ۱۲۹-۱۴۵.
- حبیب، فرح (۱۳۸۵). کندوکاوی در معنای شکل شهر، فصلنامه هنرهای زیبا، (۲۵)، صص. ۱۴-۵.
- دانشمند، سارا (۱۳۹۲). ارتقاء روش ارزیابی مسیر و بهبود عملکرد مسیریابی، مطالعه موردی: بازار وکیل شیراز، رساله دکتری معماری، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه علم و صنعت ایران.
- راپاپورت، اموس (۱۳۹۲). معنی محیط ساخته شده: رویکردی در ارتباط غیرکلامی، ترجمه: فرح حبیب، چاپ سوم، تهران: انتشارات سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران (نشر اصلی اثر ۱۹۸۲).
- فیضی، محسن و اسدپور، علی (۱۳۹۲). تحلیل منظر کلان تاریخی شیراز براساس ترسیم‌های جهانگردان خارجی، فصلنامه باغ نظر، (۲۴)، صص. ۱۲-۳.
- لینچ، کوین (۱۳۹۲ الف). سیمای شهر، ترجمه: منوچهر مزینی، چاپ یازدهم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران (نشر اصلی اثر ۱۹۶۰).
- _____ (۱۳۹۲ ب). مدیریت حس منطقه، ترجمه: مرجان بابائی، چاپ اول، تهران: انتشارات آرمانشهر (نشر اصلی اثر ۱۹۷۶).
- _____ (۱۳۹۰). تئوری شکل شهر، ترجمه: سید حسین بحرینی، چاپ پنجم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران (نشر اصلی اثر ۱۹۸۱).
- مدنی پور، علی (۱۳۸۷). طراحی فضای شهری: نگرشی بر فرآیندی اجتماعی و مکانی، ترجمه: فرهاد مرتضایی، چاپ سوم، تهران: انتشارات پردازش و برنامه ریزی شهری شهرداری تهران (نشر اصلی اثر ۱۹۹۶).
- نسر، جک ال (۱۳۹۳). تصویر ذهنی ارزیابانه از شهر، ترجمه: مسعود اسدی محل چالی، تهران: انتشارات آرمانشهر (نشر اصلی اثر ۱۹۹۷).
- دانشمند، سارا (۱۳۹۲). ارتقاء روش ارزیابی مسیر و بهبود عملکرد مسیریابی، مطالعه موردی: بازار وکیل شیراز، رساله دکتری معماری، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه علم و صنعت ایران.
- Al-Gilani AA (2005). Understanding The Image Of The Islamic Urban Landscape, (Doctor of Philosophy), University of Colorado at Denver.
- Appleyard D (1970). Styles and methods of structuring a city, Journal of the Environment and Behavior, Vol. 2, No. 1, pp. 100-117.
- Avraham E (2004). Media strategies for improving an unfavorable city image. Cities, Vol. 21, No. 6, pp. 471-479.
- Boland P (2008). The construction of images of people and place: Labelling Liverpool and stereotyping Scousers, Cities, Vol. 25, pp. 355-369.
- Dalton RC, Bafna S (2003). The syntactical image of the city: A reciprocal definition of spatial elements and spatial syntaxes, Paper presented at the 4th International Space Syntax Symposium London.
- de Jonge D (1962). Images of urban areas their structure and psychological foundations, Journal of the American Institute of Planners, Vol. 28, No. 4, pp. 266-276. doi: 10.1080/01944366208979452
- Downs RM, Stea D (1973). Cognitive maps and spatial behaviours: processes and products Image and Environment: Cognitive Mapping and Spatial Behaviour (pp. 8-26). Chicago, Aldine.
- Evans GW; Smith C, Pezdek K (1982). Cognitive maps and urban form, Journal of the American Planning Association, Vol. 48, No. 2, pp. 232-244.
- Gould P, White R (1986). Mental maps, Second edition, Routledge press.
- Gulick J (1963). Images of an Arab city, Journal of the American Institute of Planners, Vol. 29, No. 3, pp. 179-198. doi: 10.1080/01944366308978063
- Harrison JA, Sarre . (1975). Personal construct theory in the measurement of environmental images, Journal of the environment and behavior, Vol. 7, No. 1, pp. 3-58.

- Harrison JD, Howard WA (1972). The role of meaning in the urban image, *Environment and Behavior*, Vol. 4, No. 4, pp. 389-410.
- Hospers GJ (2010). Lynch's The image of the city after 50 years: city marketing lessons from an urban planning classic, *European Planning Studies*, Vol. 18, No. 12, pp. 2073-2081.
- Long X (2007). The relation between objective and subjective evaluation of the urban environment, Phd Dissertation, Graduate university of North Carolina State university.
- Lynch K (1960). *The Image of The City*: Publication of The Joint Center for Urban Studies.
- Mannarini T, Tartaglia S, Fedi A, Greganti K (2006). Image of neighborhood, self-image and sense of community, *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 26, pp. 202-214.
- Martinez TL, Garcia SDB, Zapata JAI, Molina MAR (2007). Modeling a city's image: The case of Granada, *Cities*, Vol. 24, No. 5, pp. 335-352.
- Milgram S (1992). *The individual in a social world: Essays & experiments*, McGraw-Hil press.
- Nasar JL (1989). Perception, cognition and evaluation of urban places. In: Altman I, Zube E (eds.) *Human behavior and environment: Public spaces*, Plenum Press, pp. 31-56.
- Nasar JL (1990). The evaluative image of the city, *Journal of the American Planning Association*, Vol. 56, No. 1, pp. 41-53.
- Nowak MZ (2003). Searching for legible city form: Kevin Lynch's theory in contemporary perspective, *Journal of Urban Technology*, Vol. 10, No. 3, pp. 19-39.
- Polic M, Repovs G, Natek K, Klemencic M, Kos D, Ule M, Kucan A (2005). A cognitive map of Slovenia: Perceptions of the regions, *International Journal of Psychology*, Vol. 40, No. 1, pp. 27-35. doi: 10.1080/00207590444000113.
- Portugali J (2004). The mediterranean as a cognitive map, *Mediterranean Historical Review*, Vol. 19, No. 2, pp. 16-24. doi: 10.1080/0951896052000336418.
- Smith A (2005). Conceptualizing city image change: the 're-imaging' of Barcelona, *Tourism Geographies*, Vol. 7, No. 4, pp. 398-423.
- Steinitz C (1968). Meaning and the congruence of urban form and activity, *Journal of the American institute of planners*, Vol. 34, No. 4, pp. 233-248.
- Yu-ling Benni P (2009). Imageability of urban landscape moving across alleys in city fabrics, (Final Year Thesis), The University of Hong Kong.
- Zhu H, Qian J, Gao Y (2011). Globalization and the production of city image in Guangzhou's metro station advertisements, *Cities*, Vol. 28, pp. 221-229.