

# ارزیابی و سنجش میزان اثرگذاری استفاده از فضای مجازی بر شاخص‌های معنای مکان در فضاهای شهری

نرگس نونزاد<sup>۱</sup>

الهام ناظمی<sup>۲</sup>

حمید صابری<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۹۹/۰۳/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۹/۰۹/۰۳

\*\*\*\*\*

## چکیده

مفهوم مکان همواره در حوزه‌های روانشناسی، جامعه‌شناسی، شهرسازی و جغرافیای انسانی مورد توجه قرار گرفته است. در واقع مکان بعنوان بخشی از فضای جغرافیایی است که از سوی فردی یا چیزی اشغال شده و در آن ارزش‌های حس شده تجلی می‌یابند. بطور قطع جوامع انسانی، بدون برنامه‌ریزی و در اختیار نهادن امکانات غنی و تعریف شده‌ی متناسب با نیازها، ارزش‌ها و مقتضیات زمان، نمی‌توانند در تعیین هویت انسان‌ها کارکردی مناسب ایفا نمایند. لذا با توجه به تحولات عظیم و همه‌جانبه‌ی عصر اطلاعات و ضرورت هماهنگی با این حرکت جهانی، تحقیقات در زمینه بررسی و شناخت اثرات فضای مجازی بر نحوه ادراک، دلبستگی و تعلق مردم به مکان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. پژوهش حاضر بر این اعتقاد است که کاربران فضای مجازی براساس میزان استفاده، با اثرات مختلفی در ارتباط با درک فضا، مکان و ابعاد مختلف آن مواجه می‌شوند. در نتیجه با حضور در فضای شهری، معنای آن‌را به صورت متفاوت درک می‌کنند. هدف پژوهش، ارزیابی تأثیر میزان استفاده از فضای مجازی بر مؤلفه‌های تدوین‌شده معنای مکان شامل مؤلفه کالبدی، فردی، اجتماعی و عملکردی و شاخص‌های تعریف‌کننده آن‌ها در فضاهای شهری می‌باشد. بدین منظور دو فضای شهری سنتی (میدان امام) و مدرن (سیتی سنتر) شهر اصفهان با جامعه آماری مراجعین به آن‌ها مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. برای برآورد نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۷۹ پرسشنامه با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده تکمیل گردید. روش پژوهش همبستگی بوده و از آزمون‌های آماری کولموگراف اسمیرنوف، رگرسیون و همبستگی پیرسون برای تعیین رابطه، شدت و جهت رابطه میان متغیرهای مستقل و وابسته استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد، در اثر میزان استفاده افراد از فضای مجازی، درک آن‌ها از معنای مکان با حضور در فضای شهری افزایش می‌یابد که در این رابطه ضمن بررسی اثر افزایشی بر مؤلفه‌های چهارگانه، میزان همبستگی و تأثیرپذیری شاخص‌های مؤلفه‌های معنای مکان از میزان استفاده فضای مجازی در دو فضای شهری استخراج و مورد تحلیل قرار گرفته‌اند.

واژه‌های کلیدی: معنای مکان، فضای مجازی، فضای شهری سنتی و مدرن، شهر اصفهان.

\*\*\*\*\*

۱- استادیار گروه شهرسازی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) dr.n.nonezhad@iau-tnb.ac.ir

۲- استادیار گروه شهرسازی، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران Nazemielham1@gmail.com

۳- استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران Hamidsaberi2000@gmail.com

## ۱- مقدمه

شده و دستاوردهای ناشی از آن در عرصه‌های گوناگون زندگی بشر متضمن تأثیرات متفاوتی است، به طوری که در حال جایگزینی فضای واقعی می‌باشد. بدون شک این تحولات با تغییر در ابعاد مختلف زندگی انسان بر چگونگی ادراک فضا تأثیرگذار است. پژوهش حاضر بر این اعتقاد است که کاربران فضای مجازی براساس میزان استفاده، با اثرات مختلفی در ارتباط با درک فضا، مکان و ابعاد مختلف آن مواجه می‌شوند در نتیجه با حضور در فضای شهری، معنای آن را به صورت متفاوت درک می‌کنند. لذا در جهت پاسخ به سؤال اصلی پژوهش «میزان استفاده افراد از فضای مجازی چه تأثیری بر عوامل مؤثر بر ادراک معنای مکان در فضاهای شهری سنتی و مدرن دارد؟»، به بررسی اثرات میزان استفاده افراد از فضای مجازی بر مؤلفه‌های تعریف‌کننده ادراک شامل مؤلفه کالبدی، فردی، اجتماعی و عملکردی می‌پردازد. در نهایت به بررسی و تحلیل تأثیر پذیری شاخص‌های مؤلفه‌های ادراک معنای مکان از میزان استفاده کاربران از فضای مجازی در دو فضای شهری سنتی و مدرن می‌پردازد.

## ۲- مفاهیم و مبانی نظری

## ۲-۱- نسبت مفهوم فضا و مکان

فضا تعاریف متعدد و گسترده‌ای دارد و گستردگی معانی آن سبب شده است که نتوان تعریف جامعی از این واژه ارائه کرد که از اجماع کافی برخوردار باشد. ارسطو اولین متفکر اروپای باستان، فضا را قابل قیاس با ظرف می‌داند که جایی خالی است و برای وجود داشتن باید پیرامون آن محصور باشد. مکان‌ها نموده‌های عینی داشته، دارای چشم‌انداز و مشخصاتی هستند که در طول زمان تغییر می‌کنند. مکان می‌تواند به صورت‌های مختلف تعریف شود. برای نمونه بعنوان یک واحد از فضا مانند یک شهر یا یک روستا و یا بعنوان بخش خاصی از فضا که به وسیله انسان اشغال شده باشد مانند مکان سکونت و یا مکان گذران اوقات فراغت. هر مکان تجربیات و آموزه‌های خود را داشته و

بررسی‌های مربوط به مکان با تمایز قایل شدن میان مکان و فضا، آغاز می‌گردد. صاحب نظران حوزه‌های جامعه‌شناسی و جغرافیای انسانی بر این باورند که فضا از جهان مادی و ساخته بشر و نیز جهان طبیعی تشکیل یافته است و زمانی که از طریق افراد، گروه‌ها یا فرآیندهای فرهنگی به آن معنا بخشیده شود، به مکان تبدیل می‌گردد. معنای مکان از جمله مفاهیمی است که در جریان تعامل فرد با مکان به وجود می‌آید. در واقع معنای مکان، بعدی درونی از احساساتی است که فرد نسبت به یک مکان در ذهن دارد و از برهم‌کنش عوامل مختلف شکل می‌گیرد. مطالعات بسیاری پیرامون معنای مکان تاکنون صورت گرفته است که در آن‌ها، پاره‌ای معنا را امری ذاتی در مکان می‌دانند و پاره‌ای دیگر بر این باورند که معنا توسط فرد و در شرایط مختلف به مکان القا می‌شود. در واقع معنای مکان به واسطه حضور در فضا و ادراک آن شکل می‌گیرد. تداوم تجربه‌های فضا بر پایه زنجیره‌ای از نظام حرکتی، تحقق شناخت و ادراک فضا باعث ایجاد حس رضایت افراد در تماس با مکان می‌شود. بنابراین ارتقاء کیفیت فضاهای شهری در جهت معنادار نمودن آن با بهره‌گیری از قواعد، تدابیر و انتظام فضایی مناسب با بررسی و شکل بخشیدن به عوامل تأثیر گذار بر ادراک و تصورات افراد، می‌تواند تحقق یابد. لذا برای بررسی این عوامل ناگزیر به شناخت تغییرات و تأثیرات در ارزش‌ها، نگرش‌ها و نیازهای جامعه هستیم. در حال حاضر ما شاهد وقوع تحولات سریعی در شهرها می‌باشیم که به نظر می‌رسد ایده‌ها و فرضیات قدیمی درباره توسعه، برنامه‌ریزی و مدیریت شهری کارایی کمتری پیدا نموده و به دنبال آن، مفاهیم پذیرفته شده درباره ماهیت فضا، مکان، زمان، فاصله و فرآیندهای زندگی شهری نیز زیر سؤال می‌روند. می‌توان گفت ظهور دستاوردهای عصر اطلاعات تجربه جدیدی از فضاها، بازخوانی و بازاندیشی جدیدی از فضا و مکان را فراهم می‌آورد. فضای مجازی به عنوان عمده‌ترین محور تحول و توسعه در جهان مطرح

که در آن روی می‌دهد مشخص شده و نه تنها درون مواضع فیزیکی تجسم می‌یابد، بلکه سرشار از معانی نمادین و دل‌بستگی‌های عاطفی و احساساتی است که افراد در مورد یک موضوع خاص در ذهن دارند (Stedman, 2002: 56). از این رو مکان مظرور راکدی برای ویژگی‌های زیستی - فیزیکی نیست بلکه پدیده‌ای حاصل از مجموعه مکانیزم‌های فرهنگی و اجتماعی است که ارزش‌ها و معانی ویژه‌ای را به آن نسبت می‌دهند (Cheng & Daniels, 2003: 847). از دیدگاه جغرافیدانان انسان‌گرا، مکان بعنوان بخشی از فضای جغرافیایی که از سوی فردی یا چیزی اشغال شده و در آن ارزش‌های حس شده تجلی می‌یابد تعریف می‌شود (جانستون، ۱۳۷۹: ۹). در واقع افراد مختلف بسته به نوع انگیزه‌ها و نیازهای مختلفی که دارند، قابلیت‌های مختلف محیط را ادراک کرده و با رفتاری که در راستای آن قابلیت در محیط از خود نشان می‌دهند، به آن محیط معنا می‌دهند (Meesters, 2009: 20). کرمونا مؤلفه‌های کیفیت مکان‌های عمومی را قابل طبقه‌بندی در چهار مؤلفه معنایی، اجتماعی، عملکردی و کالبدی مطرح می‌کند (Carmona, 2011). چنانچه گیفورد<sup>۱</sup> مکان را وابسته به ویژگی‌های فضایی محیط، عناصر اجتماعی و کالبدی آن می‌داند که ناشی از خصوصیات طبیعی یا انسان ساخت و نیز نمادهای اجتماعی می‌باشند (Gifford, 2010). این ارتباط درهم پیچیده مهم‌ترین عامل تجربه زیستن در مکان است، تجربه تعلق داشتن به مکان و معنا دادن به آن.

### ۲-۳- جایگاه فضای مجازی در ادراک معنای مکان

ماهیت فضا و مکان یکی از ریشه‌ای‌ترین مباحث نظری در فرآیند تحول جهانی است. ظهور دستاوردهای عصر اطلاعات تجربه، بازخوانی و بازانندیشی جدیدی از فضا و مکان را فراهم می‌آورد. گراهام و ماروین<sup>۲</sup>: «شهر فردا آمیزه‌ای است که در آن جنبه‌های ثابت و ملموس زندگی عادی شهری به طور مداوم با جنبه‌های الکترونیک و غیرملموس آن ارتباط برقرار می‌کند» (Graham & Marvin, 1996: 198). با استفاده از نظر

متمایز از مکان‌های دیگر است. لذا افتراق مکان‌ها به دلیل تمرکز ارزش‌ها، دیدگاه‌ها و تجربه‌های مختلف امری قطعی تلقی می‌شود (شکویی، ۱۳۷۵: ۲۷۶). در واقع مکان، فضای دارای معناست. معنایی که در بستری از عناصر کالبدی، ارتباطات و نیز زمان شکل گرفته و بیانگر احساس و دل‌مشغولی انسان، اعم از فرد یا گروه، نسبت به محیط زندگی خود خواهد بود. به عبارتی افراد براساس تجارب، ارتباطات اجتماعی، احساسات و افکار خود در بستر کالبدی فضا به آن مفهوم مکان می‌بخشند (Stedman, 2003: 565).

در همین راستا، اندیشمند پدیدارشناس دیوید سن سیمون مکان را محیطی می‌داند که تجارب، اعمال و معانی انسانی هم از حیث فضایی و هم زمانی در آن شکل می‌گیرد (Seamon, 2014).

### ۲-۲- معنای مکان

مفهوم مکان در علوم مختلفی همچون معماری، طراحی شهری، جغرافیا، روان‌شناسی محیط مورد چالش و بررسی قرار گرفته است. تعاریف مختلفی در ارتباط با این مفهوم ارائه شده است که گاه بسیار مبهم و پیچیده هستند. در فرهنگ انگلیسی لانگمن، مکان «هر ناحیه، نقطه یا موقعیتی در فضا» و «یک نقطه‌ی بخصوص در یک ناحیه‌ی گسترده‌تر» است (Longman, 2001: 1072). به طور کلی تعاریف مربوط به مکان را می‌توان به دو دسته کلی تقسیم کرد:

۱- مکان به عنوان یک موقعیت جغرافیایی؛

۲- مکان به عنوان ظرفی برای انتقال معنا

(Amdu & Epstein-Pliouchtch, 2009: 152)

دسته اول بیشتر به ابعاد کالبدی و فیزیکی مکان توجه دارد، این در حالی است که دسته دوم، بیشتر معانی و مفاهیمی که درون مکان است را مورد توجه قرار داده و براین اعتقاد هستند که به واسطه وجود این معانی، مکان از یک موقعیت جغرافیایی صرف متمایز می‌شود. در این رویکرد مکان به فضایی اطلاق می‌شود که در آن انسان با محیط پیرامونش دارای تعامل است. مکان نه تنها از طریق بستر فیزیکی‌اش، بلکه به وسیله طیفی از فرآیندهای اجتماعی - روان‌شناختی

1 - Gifford

2 - Graham & Marvin

ملاحظه‌ای به مشاهده‌گر داشته و بر این اساس، معنای مکان و در نتیجه آن ادراکی که برای فرد از مکان به وجود می‌آید، متفاوت خواهد بود (Gifford, 2002: 26).

با توجه به نظریات کستلز، تأکید بر تداوم فضای مکان‌ها یا به عبارتی فضاهای واقعی در عین حضور همه جانبه فضای جریان‌ها اجتناب‌ناپذیر است. در واقع فضای مجازی به عنوان دستاورد عصر اطلاعات، یک الگوی گسستگی را در بنیان مادی اقتصاد، جامعه و فرهنگ القاء کرده است. به عقیده کانتر<sup>۳</sup> از آنجایی که ارزش‌های فردی و جمعی بر چگونگی ادراک مردم تأثیرگذار است و ادراک مردم نیز بر ارزش‌ها، نگرش‌ها و به ویژه رفتار فردی و اجتماعی افراد در مکان تأثیر می‌گذارد، در نتیجه درک معنای مکان نیز دستخوش تغییرات می‌شود. بنابراین قرارگیری فرد در دو فضای واقعی و مجازی با ویژگی‌های فیزیکی، اجتماعی و کالبدی متفاوت، می‌تواند تأثیرات قابل ملاحظه‌ای بر شیوه ادراک آن‌ها از مکان داشته باشد.

با توجه به چارچوب نظری کستلز، می‌توان مؤلفه‌های تعریف‌کننده فضای مجازی را شامل فضای جریان‌ها، زیرساخت‌ها و اتصال و پیوستگی و تعاملات اجتماعی مجازی دانست. در مقابل مؤلفه‌های تعریف‌کننده فضای واقعی را شامل مکان‌ها، محیط طبیعی و مصنوع و تعاملات اجتماعی رودررو دانست. گیفورد معتقد است که براساس معانی موجود در ذهن انسان و همچنین معانی موجود در مکان، بر مبنای سه عامل فردی، کالبدی و فرهنگی می‌تواند به ادراک ابعاد گوناگون معنای مکان نائل آید (Scannell & Gifford, 2010: 10).

وندركلیس و کارستون<sup>۴</sup> در تحقیق خود با توجه به فرآیند و مفاهیم ادراک معنای مکان سه پارامتر فیزیکی، عملکردی و اجتماعی را تعریف کرده‌اند (Van der Klis & Karston, 2009). براساس نظریات مذکور مؤلفه‌های ادراک مکان استخراج گردیده که مدل تحلیلی پژوهش در نگاره شماره ۱ ارائه شده است.

کستلز<sup>۱</sup> شهر آینده را می‌توان حاصل انقلاب اطلاعاتی و فوری ارتباطات راه دور تلقی کرد، همان‌طور که شهر صنعتی حاصل انقلاب صنعتی و فناوری تولید صنعتی بود. در واقع فناوری اطلاعات و ارتباطات اثرات زیادی بر مؤلفه‌های مکان دارد و کستلز خلق فضای جریان را از اثرات این عصر بیان می‌کند که به عنوان پدیده‌ای است که بر شکل‌گیری فضای مکان‌ها تسلط پیدا کرده است (Castells, 1989). همراه با چنین تحولاتی، شهرها پر می‌شوند از آنچه هیلمن<sup>۲</sup> «تارهای عنکبوتی غول پیکر نامریی» می‌نامد که شامل فیبرنوری، کابل‌های مسی، بی‌سیم، شبکه‌های ارتباطی ماهواره‌ای ریزموج است. ارتباطات از راه دور قابلیت‌های زیادی را برای بهره‌برداری جدید و خلاقانه از فضا به وجود می‌آورند. هر چند این ارتباطات به آسانی جانشین فضا نمی‌شوند ولی نحوه ادراک، استفاده و کنترل فضا را باز تعریف می‌کنند. شهر معاصر در هر دو فضای کالبدی و الکتریکی باز تعریف و باز ترسیم شده است. آنچه مسلم است متفاوت بودن مفهوم مکان در فضای فیزیکی و مجازی است.

فضای مجازی با داشتن ویژگی‌هایی از قبیل سریع شدن فضا، فراگیری، قابلیت دسترسی دائم، فرامکانی و فرا زمانی، جهانی بودن و چند رسانه‌ای بودن بر روی محتوای فضا و مکان تأثیر غیرقابل انکاری گذاشته است. آنچه در دهه ۸۰ و دهه ۹۰ میلادی اتفاق افتاد باز ادغام فضای مکان‌ها با فضای جریان‌ها در ترکیبی فضایی جدید و متفاوت از گذشته است که تغییرات مهمی را در ساختار درونی شهر و طبیعت ارتباطات آن سبب شده است. همانگونه که گفته شد ظهور دستاوردهای عصر اطلاعات تجربه جدیدی از فضاها، بازخوانی و بازنندیشی جدیدی از فضا و مکان را فراهم می‌آورد. فضای مجازی به عنوان عمده‌ترین محور تحول و توسعه در جهان در عرصه‌های گوناگون زندگی بشر تأثیرات متفاوتی دارد که بدون شک این تحولات با تغییر در ابعاد مختلف زندگی انسان بر چگونگی ادراک فضا تأثیرگذار است. چنانچه بیان شد معنای مکان وابستگی قابل

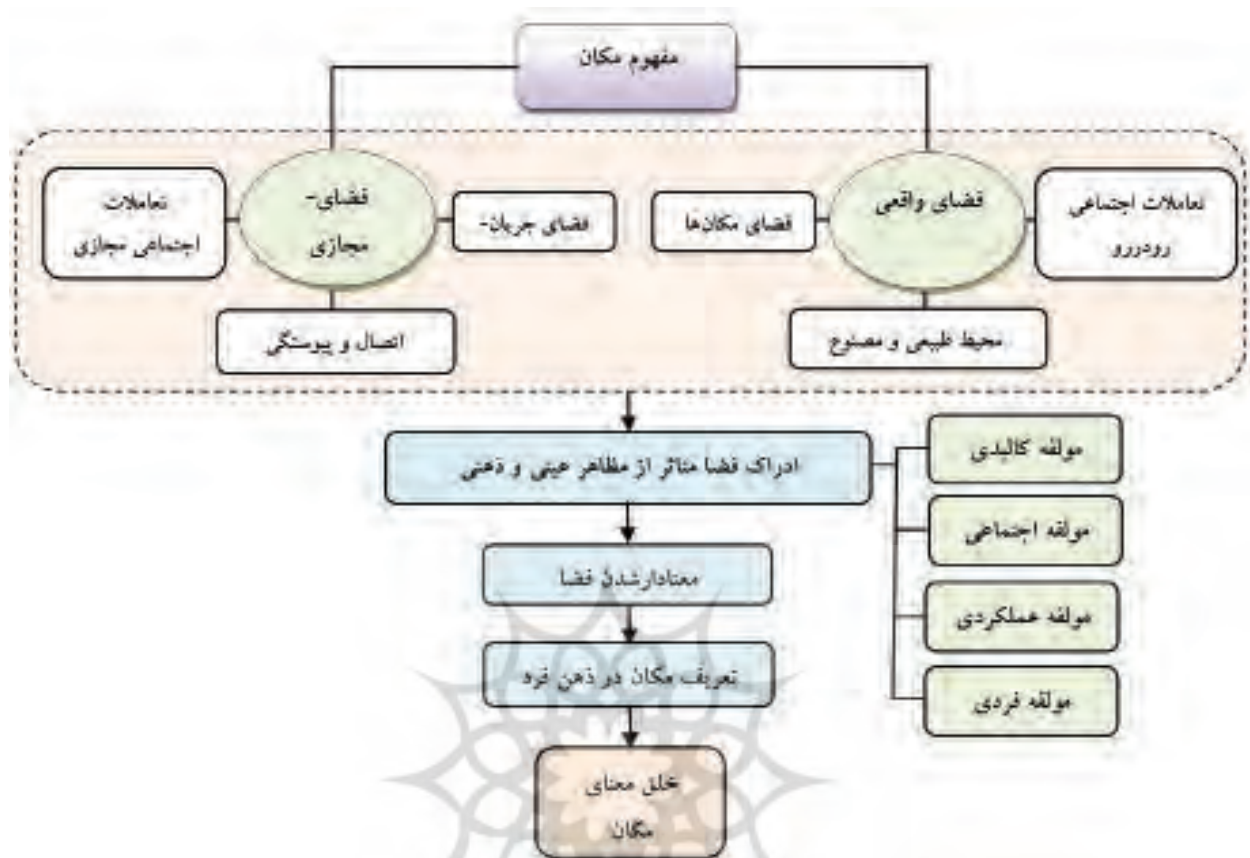
3 - Canter

4 - Van der Klis &amp; Karston

1 - Castells

2 - Hillman





نگاره ۱: مدل تحلیلی پژوهش

### ۳- بحث

#### ۳-۱- روش تحقیق

بخش کمی تحقیق از روش توصیفی - تحلیلی برای اجرای پژوهش استفاده شد. گردآوری اطلاعات با استفاده از ابزار پرسشنامه، از طریق دو پرسشنامه محقق ساخته و براساس چارچوب نظری پژوهش، مدل مفهومی و شاخص‌های پژوهش تدوین گردید. در این پژوهش، جهت تعیین میزان اعتبار ابزار اندازه‌گیری از روایی صوری استفاده شد که دو پرسشنامه با نظر متخصصان مورد تأیید قرار گرفت. برای ارزیابی میزان پایایی پرسشنامه‌ها و در واقع تعیین همسازي و همسانی درونی گویه‌ها به منظور سنجش مفهوم و متغیرها، از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. آلفای کرونباخ برای بررسی ضریب پایایی میزان استفاده از فضای مجازی ۰/۹۲۱ و برای ادراک معنای مکان، ۰/۹۴ محاسبه گردید. میزان آلفای کرونباخ بالای ۰/۹۰ به دست آمده، نشان‌دهنده همگنی بسیار بالای گویه‌های طراحی شده برای

پژوهش حاضر، براساس هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت توصیفی - تحلیلی می‌باشد که با ترکیبی از روش‌های تحقیق کیفی و کمی انجام گرفته است. در بخش کیفی با استناد به روش تحلیل محتوا با استفاده از مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای، در ابتدا مؤلفه‌ها و شاخص‌های بررسی ادراک معنای مکان با تأکید بر سنجش‌پذیری و قابلیت اندازه‌گیری آن‌ها از مروری بر متون معتبر خارجی و داخلی مربوط به ادبیات مفاهیم معنای مکان استخراج شده و سپس براساس مؤلفه‌های به دست آمده چارچوب نظری، شرایط فضاها و شهری هدف مطالعه در راستای استفاده از شاخص‌های مناسب برای رسیدن به حداکثر نتیجه با روش همپوشانی، شاخص‌های نهایی به دست آمده است. ( جدول ۱) در

جدول ۱: مستندسازی مؤلفه‌ها و شاخص‌های سنجش ادراک معنای مکان

ردیف	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها	سنجه	مطالعات پشتیبان شاخص‌ها
۱	کالبدی	نفوذپذیری	میزان کیفیت مسیر میزان سهولت در دسترسی	Sheller,2000; Hall,2001;
۲		مقیاس	میزان هماهنگی فضا با ابعاد انسانی میزان تناسب فضاها	MacCormac,1983; Banerjee,2001; Westin,1967; Mazumdar,2000;
۳		نماد و نشانه‌ها	میزان وجود نماد و نشانه‌های به یادماندنی و جذاب میزان وجود نشانه‌هایی خاص برای جهت یابی	Lynch,1960; Seamon,2014
۴		ابهام و غیرمنتظره	میزان وجود فضاهای غیرقابل انتظار	Kaplan,1982;Cullen 1961
۵		مبلمان	میزان وجود نیمکت و فضاهای نشستن میزان تنوع و جذابیت مبلمان شهری	Lynch,1960; Konx&Pinch,2000
۶		نورپردازی	میزان نورپردازی مناسب در شب میزان جذابیت در نورپردازی	licht,2008; Grütter, 2010 Jacobs,1961; Cullen,2003;
۷		کیفیت دید و منظر	میزان وجود فضاها و چشم اندازهای متنوع و مطلوب	Carmona et al., 2003;
۸	فردی	ساختار ذهنی مشاهده‌گر	میزان همخوانی فضا با انتظارات اولیه میزان قابل شناسایی بودن فضا	Relph,1976; Williams,2003 Lynch,1960;Hadson, 1978;
۹		احساسات فردی	میزان برانگیختن احساسات زیبایی شناسی میزان برانگیختن احساسات انسان دوستانه میزان برانگیختن احساسات معنوی	Konx&Pinch,2000 ;Montgomery,1998; Manzo, 2005
۱۰		امنیت	میزان احساس امنیت فردی در شب میزان احساس امنیت خانواده‌ها در شب میزان احساس امنیت زنان و کودکان در شب	Bentley,1999;Tiesdell,1997; Jacobs,1961;Ellin,1997; Newman,1973;Sherman et al,2001
۱۱		حس درون‌جویی	میزان فراموشی مشکلات با حضور در این فضا میزان یادآوری خاطرات و تجربیات گذشته خود میزان زنده کردن و به یاد آوردن خاطرات و تجربیات نزدیکان	Murphy,2001; ;Manzo, Mazumdar,2000 2005
۱۲		مهرانگیزی فضا	میزان افزایش میل انسان دوستی میزان انتقال احساس خوشایندی توسط افراد	Tuan,Y.F.1991; Manzo, 2005

فصلنامه علمی - پژوهشی اطلاعات جغرافیایی (مهر)  
 ارزیابی و سنجش میزان اثرگذاری استفاده از فضای ... / ۳۳

Lawson,2001; Duany et al,2000; Sennett,1990; Konx&Pinch,2000; Gehl, 1987	میزان جذاب و لذت بخش بودن تعاملات اجتماعی رودررو میزان لذت بردن بصورت جمعی با دوستان و آشنایان	تعاملات اجتماعی	اجتماعی	۱۳
Montgomery,1998; Carr et al,1992;Manzo,2003	میزان لذت بردن از تماس و رویارویی اجتماعی با افرادغریبه میزان لذت بردن از تماشا و نظاره کردن روابط اجتماعی مردم	زمینه درگیرشدن فعال و منفعل محیط		۱۴
Lawson,2001; Williams,1961; Whyte,1980; Mazumdar,2000; Carmona,2003	میزان وجود تنوع فرهنگی میزان ایجاد احساس بهتر در اثر وجود تنوع فرهنگی میزان زمینه ساز بودن تنوع فرهنگی برای برقراری ارتباط شما با دیگران	فرهنگ		۱۵
Porteous,1997; Bell et al ,1990; Carr et al,1992; Carmona,2003	میزان امکان انجام فعالیت‌های جمعی مانند شرکت و تجربه آموزی در مسابقات و کارگاه‌های صنایع دستی میزان امکان انجام کارهای متنوع در این مکان مانند نشستن، راه رفتن، برقراری تعاملات، فکر کردن و ...	رابطه بین مردم و فضا		۱۶
Carr et al,1992; Talen,2000; Zukin,1995	میزان امکان انجام فعالیت‌های خلاقانه میزان امکان انجام فعالیت‌های مورد علاقه	امکان کشف محیط		۱۷
Montgomery,1998; Carmona,2003 Jacobs,1961; MacCormac,1983;	میزان وجود فعالیت‌های مختلف و متنوع از جمله فروشنده های اجناس متفاوت ، اغذیه فروشی، سرگرمی های متنوع	تنوع فعالیت‌ها	عملکردی	۱۸
Montgomery,1998;	میزان وجود فعالیت‌های جذاب مانند هنرهای تجسمی	فعالیت‌های جاذب		۱۹
Montgomery,1998;	میزان فعال بودن در ساعات مختلف شبانه روز	الگوی ساعات کار		۲۰
Porteous,1997; Bell et al ,1990; Carr et al,1992;Gans,1968.	میزان وجود تمهیدات آسایش اقلیمی میزان احساس نزدیکی به طبیعت میزان احساس راحتی و آسایش در فضاهای بسته	راحتی و آسایش		۲۱
Ujang,2012	میزان راحتی و سهولت تشخیص جهت و پیدا کردن مسیر	جهت‌یابی		۲۲

سنجش متغیرها می‌باشد. برای بررسی بیشتر ارزیابی میزان پایایی پرسشنامه، ضریب پایایی برای مؤلفه‌ها محاسبه و در جدول ۲ ارائه شده است (جدول ۲).  
 این پرسشنامه‌ها بر مبنای طیف ۵ قسمتی لیکرت از ۱ تا ۵ یعنی از بسیار کم تا بسیار زیاد در جامعه آماری مراجعان به میدان نقش جهان و فضای شهری سیتی سنتر اصفهان تکمیل شد که بر اساس نظر کارشناسان، مراجعات سالیانه شهروندان بالای ۱۵ سال حدود ۱۰۰۰۰۰۰ نفر برآورد گردید. برای برآورد نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران ( $q=0.5, p=0.5$ ) تعداد ۳۷۹ پرسشنامه تکمیل گردید. در این پژوهش دو فضای شهری، فضای شهری سیتی میدان نقش جهان و فضای شهری مدرن سیتی سنتر واقع در شمال و جنوب شهر اصفهان به عنوان نمونه موردی انتخاب شد. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده می‌باشد که طبق آن همه

مدرن سیتی سنتر واقع در شمال و جنوب شهر اصفهان به دلیل دارا بودن پتانسیل‌های فراوان در جذب مردم، داشتن دو سبک متفاوت شهرسازی در نتیجه حضور طیف‌های مختلف مردم و همچنین داشتن فراغت و زمان کافی مردم برای پاسخ دادن به پرسشنامه، به عنوان نمونه موردی انتخاب شد.

میدان نقش جهان، که در فهرست میراث جهانی یونسکو قرار دارد پس از میدان تیان آنمن در پکن به عنوان دومین میدان بزرگ جهان نیز شناخته می‌شود که به عنوان بخشی از یک مجموعه تاریخی در مرکز شهر اصفهان به‌شمار می‌رود. در چهار طرف این میدان مستطیلی با ابعاد ۵۶۰ متر در ۱۶۰ متر، چهار عنصر معماری شامل مسجد تاریخی امام در جنوب میدان، مسجد شیخ لطف الله در شرق، کاخ عالی

افراد شانس مساوی برای انتخاب شدن دارند. بدین منظور دو پرسشنامه «میزان استفاده از فضای مجازی» و «ادراک معنای مکان» روی ۳۷۹ نفر از افرادی که از میدان نقش جهان و سیتی سنتر بازدید کردند، اجرا شد که از این تعداد ۲۱۲ نفر پاسخگویان از میدان نقش جهان و ۱۶۷ نفر پاسخگویان از سیتی سنتر بودند. با توجه به چارچوب مفهومی تبیین شده، سنجش ادراک بر اساس چگونگی تأثیرپذیری مؤلفه‌های چهارگانه و شاخص‌های ارائه شده در جدول ۱ صورت می‌گیرد.

### ۳-۲- محدوده پژوهش

با توجه به اهداف و سؤالات پژوهش دو فضای شهری عمومی اصفهان، فضای شهری سنتی میدان نقش جهان و

جدول ۲: ضریب پایایی متغیرهای پژوهش

متغیر پژوهش	نوع متغیر	تعداد گویه‌ها	ضریب پایایی (آلفای کرونباخ)
میزان استفاده از فضای مجازی	مستقل	۲۸	۰/۹۲۱
معنای مکان	وابسته	۴۲	۰/۹۴
مؤلفه کالبدی	وابسته	۱۵	۰/۷۹۷
مؤلفه فردی	وابسته	۱۲	۰/۸۹
مؤلفه اجتماعی	وابسته	۱۰	۰/۸۴۷
مؤلفه عملکردی	وابسته	۵	۰/۷۴۷

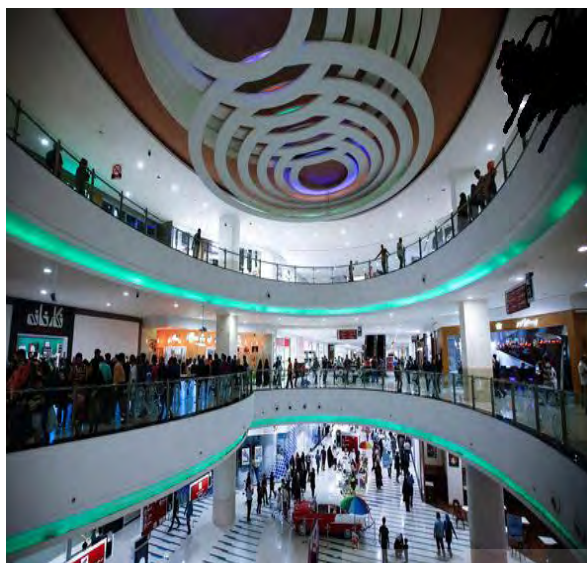


نگاره ۳: مجموعه سیتی سنتر اصفهان (منبع: میراث فرهنگی)



نگاره ۲: میدان نقش جهان (منبع: میراث فرهنگی)





نگاره ۵: سیتی سنتر اصفهان

یکی از بارزترین ویژگی‌های مجموعه سیتی سنتر طراحی منحصر بفرد آن برگرفته از معماری سنتی بازار اصفهان میدان نقش جهان است که بوسیله یک پل زیبای شیشه‌ای که خود برگرفته از طراحی تاریخی بازارهای ایران است به برج‌های مشترک دیگر، برج‌های اداری و هتل آپارتمان متصل خواهد شد.

### ۳-۳- بررسی جمعیت شناختی پژوهش

بر اساس داده‌های به دست آمده، ۶۱/۷ درصد پاسخ‌دهندگان زن و ۳۸/۳ مرد بوده‌اند. از لحاظ سنی ۵۲/۵ درصد در گروه سنی ۱۵-۲۹ سال که البته تعداد این جوانان در سیتی سنتر بیشتر از میدان نقش جهان می‌باشد. از لحاظ میزان تحصیلات ۵۹/۹ درصد لیسانس و بالاتر بوده‌اند. میانگین تعداد دفعات بازدید از مکان‌ها ۸ بار که ۵۵/۹ درصد از میدان نقش جهان و ۴۴/۱ درصد از سیتی سنتر بوده‌اند. از لحاظ محل سکونت پاسخ‌دهندگان ۸۶/۳ درصد داخل شهر اصفهان ساکن بوده‌اند. از لحاظ شغل ۳۶/۷ درصد دانشجو که تعداد آن‌ها در سیتی سنتر بیشتر از میدان نقش جهان و در مقابل ۸ درصد افراد بازنشسته که تعداد آن‌ها در میدان نقش جهان بیشتر از سیتی سنتر می‌باشد.



نگاره ۴: میدان نقش جهان اصفهان

قاپو در غرب و سر در قیصریه در شمال قرار دارند که هر یک در نوع خود شاهکاری بی بدیل می‌باشند. این میدان در طول حیات خود کاربری‌های متنوعی را بر عهده داشته که از جمله می‌توان به عملکرد سیاسی به لحاظ استقرار کاخ سلطنتی، عملکرد مذهبی به لحاظ استقرار دو مسجد، عملکرد تجاری به لحاظ وجود حجره‌ها و قرارگیری در بطن بازار و عملکرد تفریحی بدلیل برگزاری جشن‌ها و اعیاد ملی اشاره نمود.

مجموعه سیتی سنتر اصفهان با کاربری‌های متنوع تجاری، فرهنگی، تفریحی و گردشگری به عنوان چهارمین مرکز خرید بزرگ دنیا محسوب می‌شود. کار ساخت این مجموعه در سال ۱۳۹۴ به اتمام رسید. هدف از احداث این مجموعه ایجاد تسهیلات جهت تأمین نیازهای زندگی روزمره شهروندان در زیر یک سقف است. مجموعه سیتی سنتر اصفهان شامل ۷ طبقه می‌باشد که دو طبقه به صورت پارکینگ مسقف، سه طبقه شامل مرکز خرید با بیش از ۴۵۰ فروشگاه مارک دار معروف ایران و دنیا و دو طبقه آخر شامل مجموعه سینمایی، سالن چند منظوره و سالن‌های مختلف است. مردم می‌توانند راهپیمایی و یا تفریح خود را همراه با خرید در این مجموعه داشته باشند.

### ۳-۴- بررسی تحلیلی شاخص‌ها

تغییر در متغیر استفاده از فضای مجازی، ۰/۲۴۹ تغییر در مؤلفه کالبدی، ۰/۱۲۵ واحد تغییر در مؤلفه فردی، ۰/۱۷۹ واحد تغییر در مؤلفه اجتماعی و همچنین ۰/۱۱۶ واحد تغییر در مؤلفه عملکردی ایجاد می‌شود. در واقع مثبت بودن ضریب استاندارد بتا بیان‌گر رابطه مستقیم بین متغیرهای مذکور است یعنی با افزایش نمرات متغیر میزان استفاده از فضای مجازی، نمرات مؤلفه‌های چهارگانه معنای مکان نیز افزایش می‌یابد.

با توجه به نتایج به دست آمده مؤلفه کالبدی با بیشترین ضریب استاندارد بتا بالاترین همبستگی و مؤلفه فردی با کمترین ضریب استاندارد بتا پایین‌ترین همبستگی را با میزان استفاده از فضای مجازی نشان می‌دهد. بنابراین مؤلفه کالبدی بیشترین تأثیرپذیری و مؤلفه فردی کمترین تأثیرپذیری را از میزان استفاده از فضای مجازی نشان می‌دهد. مؤلفه‌های اجتماعی و عملکردی معنای مکان به ترتیب در مرحله دوم و سوم تأثیرپذیری قرار دارند (جدول ۴).

به منظور برآورد رابطه و بررسی مقدار پیش‌بینی شاخص‌های مؤلفه فردی از روی متغیر میزان استفاده از فضای مجازی با روش ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل واریانس محاسبه گردید. مثبت بودن ضرایب استاندارد بتا برای هر یک از شاخص‌ها بیان‌گر رابطه مستقیم بین هر دو متغیر مذکور (شاخص‌های مؤلفه فردی و میزان

در سطح استنباطی، به منظور تعیین آزمون آماری مناسب برای بررسی متغیرها، ابتدا با توجه به اینکه داده‌ها به صورت کمی و از نوع گسسته و دارای مقیاس فاصله‌ای هستند، از آزمون کولموگراف اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن یا نبودن توزیع داده‌ها استفاده شد (خاکی، ۱۳۷۸: ۳۳۵). با توجه به محاسبات انجام شده سطح معناداری (Sig) برای کلیه متغیرها بزرگتر از سطح آزمون (۰/۰۵) می‌باشد که بیان‌کننده عدم وجود تفاوت معنادار در توزیع داده‌ها است. این نتیجه مجوز انجام یکی از انواع آزمون‌های پارامتریک می‌باشد (جدول ۳).

جدول ۳: آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	حجم نمونه	سطح معناداری	آماره
میزان استفاده از فضای مجازی	۳۷۹	۰/۰۰۱	۰/۰۶۲
معنای مکان	۳۷۹	۰/۲۰	۰/۰۳

برای بررسی مقدار پیش‌بینی مؤلفه‌های چهارگانه ادراک معنای مکان از روی متغیر میزان استفاده از فضای مجازی، از تحلیل واریانس استفاده شد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود بین استفاده از فضای مجازی با مؤلفه‌های چهارگانه معنای مکان رابطه خطی مثبت معنادار وجود دارد با توجه به ضریب استاندارد بتا، می‌توان دریافت که به ازای یک واحد

جدول ۴: نتایج تحلیل ضرایب رگرسیون مؤلفه‌های چهارگانه ادراک معنای مکان

سطح معناداری	مقدار t	ضرایب استاندارد Beta	ضرایب غیر استاندارد		مدل	
			خطای استاندارد	B	متغیر مستقل	متغیر وابسته
۰/۰۰۰	۱۹/۶۴۸	-	۲/۰۱۳	۳۹/۵۵۲	ضریب ثابت	مؤلفه کالبدی
۰/۰۰۰	۴/۹۹۳	۰/۲۴۹	۰/۰۲۴	۰/۱۲۰	استفاده از فضای مجازی	
۰/۰۰۰	۱۵/۸۴۹	-	۲/۱۸۵	۳۴/۶۳۸	ضریب ثابت	مؤلفه فردی
۰/۰۱۵	۲/۴۴۹	۰/۱۲۵	۰/۰۲۶	۰/۰۶۴	استفاده از فضای مجازی	
۰/۰۰۰	۱۴/۱۲۲	-	۱/۸۵۸	۲۶/۲۴۴	ضریب ثابت	مؤلفه اجتماعی
۰/۰۰۰	۳/۵۳۹	۰/۱۷۹	۰/۰۲۲	۰/۰۷۹	استفاده از فضای مجازی	
۰/۰۰۰	۱۵/۹۶۷	-	۰/۹۳۹	۱۴/۹۸۵	ضریب ثابت	مؤلفه عملکردی
۰/۰۲۴	۲/۲۶۷	۰/۱۱۶	۰/۰۱۱	۰/۰۲۶	استفاده از فضای مجازی	

جدول ۵: ضرایب تأثیر رگرسیونی متغیرهای وابسته مؤلفه کالبدی بر متغیر مستقل در دو فضای شهری

سطح معناداری	مقدار t	ضرایب استاندارد Beta	ضرایب غیر استاندارد		مدل	شاخص های مؤلفه کالبدی
			خطای استاندارد	B		
۰/۰۰۰	۱۳/۹۳۸	-	۰/۵۷۸	۸/۰۵۰	ضریب ثابت	نفوذپذیری
/۰۰۰	۵/۶۹۱	۰/۲۸۱	۰/۰۰۷	۰/۰۳۹	استفاده از فضای مجازی	
/۰۰۰	۱۳/۳۹۳	-	۰/۲۶۳	۳/۱۵۸	ضریب ثابت	مقیاس
۰/۰۰۱	۲/۵۸۹	۰/۱۳۲	۰/۰۰۳	۰/۰۰۷	استفاده از فضای مجازی	
/۰۰۰	۱۵/۱۹۴	-	۰/۴۳۱	۶/۵۴۳	ضریب ثابت	نماد و نشانه
۰/۰۰۹	۱/۶۰۶	۰/۰۸۲	۰/۰۰۵	۰/۰۰۸	استفاده از فضای مجازی	
/۰۰۰	۷/۷۹۶	-	۰/۲۶۵	۲/۰۶۵	ضریب ثابت	غیر منتظره بودن
/۰۰۰	۳/۹۳۶	۰/۱۹۹	۰/۰۰۳	۰/۰۱۲	استفاده از فضای مجازی	
/۰۰۰	۱۰/۱۱۱	-	۰/۴۶۸	۴/۷۳۰	ضریب ثابت	مبلمان
۰/۰۰۴	۲/۹۰۳	۰/۱۴۸	۰/۰۰۶	۰/۰۱۶	استفاده از فضای مجازی	
/۰۰۰	۱۲/۹۴۴	-	۰/۶۱۳	۷/۹۴۱	ضریب ثابت	نورپردازی
/۰۰۰	۴/۲۴۱	۰/۲۱۳	۰/۰۰۷	۰/۰۳۱	استفاده از فضای مجازی	
/۰۰۰	۱۴/۳۳۳	-	۰/۴۹۳	۷/۰۶۵	ضریب ثابت	کیفیت دید و منظر
۰/۰۰۴	۰/۹۳۲	۰/۰۴۸	۰/۰۰۶	۰/۰۰۶	استفاده از فضای مجازی	

در سطح  $P < ۰/۰۵$  معنادار است.

جدول ۶: ضرایب تأثیر رگرسیونی متغیرهای وابسته مؤلفه فردی بر متغیر مستقل در دو فضای شهری

سطح معناداری	مقدار t	ضرایب استاندارد Beta	ضرایب غیر استاندارد		مدل	شاخص های مؤلفه فردی
			خطای استاندارد	B		
/۰۰۰	۱۴/۱۳۶	-	/۸۹۲	۱۲/۶۰۲	ضریب ثابت	ساختار ذهنی مشاهده گر
/۰۰۲	۱/۴۳۷	/۹۴	/۰۱۱	/۰۱۵	استفاده از فضای مجازی	
/۰۰۰	۱۴/۱۳۶	-	/۸۹۲	۱۲/۶۰۲	ضریب ثابت	احساسات فردی
/۰۰۲	۱/۴۳۷	/۰۷۴	/۰۱۱	/۰۱۵	استفاده از فضای مجازی	
/۰۰۰	۱۴/۹۸۶	-	/۶۰۹	۹/۱۲۸	ضریب ثابت	امنیت
/۰۰۲	۳/۰۶۰	۰/۱۵۶	/۰۰۷	/۰۲۲	استفاده از فضای مجازی	
/۰۰۰	۱۰/۰۷۲	-	/۷۴۶	۷/۵۱۸	ضریب ثابت	حس درون جویی
/۰۰۹	۱/۶۶۹	/۰۸۶	/۰۰۹	/۰۱۵	استفاده از فضای مجازی	
/۰۰۰	۱۰/۰۷۲	-	/۷۴۶	۷/۵۱۸	ضریب ثابت	خاطرات و تجربیات
/۰۰۹	۱/۶۶۹	/۰۸۶	/۰۰۹	/۰۱۵	استفاده از فضای مجازی	
/۰۰۰	۱۱/۱۵۲	-	/۴۸۳	۵/۳۹۰	ضریب ثابت	مهرانگیزی فضا
/۰۰۴	۱/۹۸۸	۰/۱۰۲	/۰۰۶	/۰۱۲	استفاده از فضای مجازی	

در سطح  $P < ۰/۰۵$  معنادار است.

میزان استفاده از فضای مجازی) است. یعنی با افزایش نمرات متغیر استفاده از فضای مجازی، نمرات هرکدام از شاخص‌های مؤلفه اجتماعی نیز افزایش می‌یابد. با توجه به نتایج به دست آمده، شاخص امکان کشف محیط بالاترین ضریب استاندارد بتا و شاخص زمینه درگیر شدن فعال و منفعل محیط پایین‌ترین ضرایب استاندارد بتا را در بین شاخص‌های مؤلفه اجتماعی ادراک معنای مکان در دو نمونه موردی دارا می‌باشد. بنابراین در اثر استفاده افراد از فضای مجازی تمایل به امکان کشف محیط در فضاهای شهری افزایش یافته که تأثیر مستقیم بر افزایش درک افراد از معنای مکان با حضور در فضاهای شهری مذکور دارد. در مقابل تمایل افراد به درگیر شدن فعال و منفعل با محیط که در اثر داشتن تمایل به برقراری ارتباط با افراد و لذت بردن از تماشا و نظاره کردن تأثیرپذیری کمتری از میزان استفاده کاربران از فضای مجازی دارد و در نتیجه تأثیر کمتری بر ادراک معنای مکان در این دو فضا دارد (جدول ۷).

برآورد و بررسی مقدار پیش بینی رابطه شاخص‌های مؤلفه عملکردی از روی متغیر میزان استفاده از فضای مجازی از روش ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل واریانس محاسبه

استفاده از فضای مجازی) است. یعنی با افزایش نمرات متغیر میزان استفاده از فضای مجازی، نمرات هرکدام از شاخص‌های مؤلفه فردی نیز افزایش می‌یابد. با توجه به نتایج، شاخص‌های امنیت بالاترین ضریب استاندارد بتا و احساسات فردی پایین‌ترین ضریب استاندارد بتا را در بین شاخص‌های مؤلفه فردی دو نمونه موردی میدان نقش جهان و سیتی سنتر اصفهان دارا می‌باشد. بنابراین در اثر استفاده افراد از فضای مجازی وجود امنیت در فضاهای شهری بیش از دیگر شاخص‌های مؤلفه فردی باعث افزایش درک افراد از معنای مکان می‌شود. در مقابل احساسات فردی و برانگیخته شدن احساسات زیبایی‌شناسی و انسان دوستانه تأثیرپذیری کمتری از میزان استفاده کاربران از فضای مجازی دارد و در نتیجه تأثیر کمتری بر ادراک معنای مکان در این دو فضا دارد (جدول ۶).

برای برآورد رابطه و بررسی مقدار پیش‌بینی شاخص‌های مؤلفه اجتماعی از روی متغیر میزان استفاده از فضای مجازی، از تحلیل واریانس استفاده شد. مثبت بودن ضرایب استاندارد بتا برای هر یک از شاخص‌ها بیان‌گر رابطه مستقیم بین هر دو متغیر مذکور (شاخص‌های مؤلفه اجتماعی و

جدول ۷: ضرایب تأثیر رگرسیونی متغیرهای وابسته مؤلفه اجتماعی بر متغیر مستقل در دو فضای شهری

شاخص‌های مؤلفه اجتماعی	مدل	ضرایب غیر استاندارد		مقدار t	سطح معناداری
		B	خطای استاندارد		
تعاملات اجتماعی	ضریب ثابت	۲/۶۸۵	۰/۲۵۷	۱۰/۴۴۵	/۰۰۰
	استفاده از فضای مجازی	۱/۰۰۹	۱/۰۰۳	۲/۸۱۷	۰۰۵
زمینه درگیر شدن فعال و منفعل محیط	ضریب ثابت	۹/۰۵۳	۶/۱۱۴	۱۴/۷۳۴	/۰۰۰
	استفاده از فضای مجازی	۱/۰۱۸	۱/۰۰۷	۲/۴۳۲	/۰۱۵
فرهنگ	ضریب ثابت	۸/۵۳۴	۶/۳۸	۱۳/۳۷۷	/۰۰۰
	استفاده از فضای مجازی	۱/۰۲۰	۱/۰۰۸	۲/۶۴۷	/۰۰۸
رابطه بین مردم و فضا	ضریب ثابت	۲/۰۷۷	۳/۰۱	۶/۸۹۸	/۰۰۰
	استفاده از فضای مجازی	۱/۰۰۹	۱/۰۰۴	۲/۴۲۶	/۰۱۶
امکان کشف محیط	ضریب ثابت	۳/۷۳۶	۴/۸۵	۷/۷۰۰	/۰۰۰
	استفاده از فضای مجازی	۱/۰۲۴	۱/۰۰۳	۴/۱۸۲	/۰۰۰

در سطح  $P < 0.05$  معنادار است.



جدول ۸: ضرایب تأثیر رگرسیونی متغیرهای وابسته مؤلفه عملکردی بر متغیر مستقل در دو فضای شهری

شاخص‌های مؤلفه عملکردی	مدل	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	مقدار t	سطح معناداری
		B	خطای استاندارد			
تنوع و چیدمان فعالیت‌ها	ضریب ثابت	۱۴/۹۸۵	/۹۳۹	-	۱۵/۹۶۷	۰/۰۰۰
	استفاده از فضای مجازی	۰/۰۲۶	۰/۰۱۱	۰/۱۱۶	۲/۲۶۷	/۰۰۴
فعالیت‌های جاذب	ضریب ثابت	۳/۴۱۷	/۲۷۳	-	۱۲/۵۰۲	/۰۰۰
	استفاده از فضای مجازی	/۰۰۰	/۰۰۳	۰/۹۵	/۱۰۰	/۰۰۲
الگوی ساعات کار	ضریب ثابت	۳/۱۹۱	/۲۴۶	-	۱۲/۹۵۱	/۰۰۰
	استفاده از فضای مجازی	/۰۰۵	/۰۰۳	/۰۸۷	۱/۶۹۱	/۰۰۲
جهت یابی	ضریب ثابت	۳/۴۱۷	۰/۵۷۸	-	۱۳/۹۳۸	۰/۰۰۰
	استفاده از فضای مجازی	۰/۰۳۹	۰/۰۰۷	۰/۸۹	۵/۶۹۱	/۰۰۲
راحتی و آسایش	ضریب ثابت	۵/۵۰۵	/۴۸۰	-	۱۱/۴۸۰	/۰۰۰
	استفاده از فضای مجازی	/۰۱۱	/۰۰۶	/۱۰۰	۱/۹۴۹	/۰۰۲

در سطح  $P < ۰/۰۵$  معنادار است.

تحلیل واریانس محاسبه شد. نتایج شاخص‌های پژوهش بر اساس تحلیل رگرسیون ارتباط متغیر مستقل میزان استفاده کاربران از فضای مجازی و متغیر وابسته یعنی (شاخص‌های مؤلفه‌های چهارگانه معنای مکان) در جدول ۹ نمایش داده شده است (جدول ۹). در نهایت با بررسی و تحلیل نتایج به دست آمده می‌توان به عوامل و شاخص‌های معنای مکان در فضاهای شهری با توجه به میزان استفاده آن‌ها از فضای مجازی دست یافت. با توجه به معادله رگرسیونی ارائه شده در هر فضای شهری، رابطه شاخص‌های هر مؤلفه به عنوان متغیر وابسته با میزان استفاده کاربران از فضای مجازی به عنوان متغیر مستقل محاسبه شده است. با عنایت به نتایج به دست آمده از بررسی شاخص‌های تدوین شده در دو فضای شهری مدرن و سنتی، می‌توان گفت در مقایسه شاخص‌های مؤلفه کالبدی شاخص "کیفیت دید و منظر" در میدان نقش جهان و در مجموعه سیتی سنتر شاخص "میلان شهری"، در مقایسه شاخص‌های مؤلفه فردی شاخص "احساسات فردی"، در بین شاخص‌های مؤلفه اجتماعی شاخص "ارتباط فعال و منفعل با محیط" و در مقایسه شاخص‌های مؤلفه عملکردی شاخص "الگوی ساعت کار" که تمایل به

گردید. مثبت بودن ضرایب استاندارد بتا برای هر یک از شاخص‌ها بیانگر رابطه مستقیم بین هر دو متغیر مذکور (شاخص‌های مؤلفه عملکردی و میزان استفاده از فضای مجازی) است یعنی با افزایش نمرات متغیر استفاده از فضای مجازی، نمرات هر کدام از شاخص‌های مؤلفه عملکردی نیز افزایش می‌یابد. با توجه به نتایج، شاخص‌های تنوع و چیدمان فعالیت‌ها بالاترین ضرایب استاندارد بتا و شاخص الگوی ساعات کار پایین‌ترین ضریب استاندارد بتا را در بین شاخص‌های عملکردی دارا می‌باشد. بنابراین در اثر استفاده افراد از فضای مجازی تمایل آن‌ها به وجود فعالیت‌های مختلف و متنوع در فضاهای شهری افزایش یافته که تأثیر مستقیم بر افزایش درک افراد از معنای مکان با حضور در فضاهای شهری مذکور دارد. در مقابل استفاده افراد از کاربری‌ها در ساعات مختلف شبانه روز تأثیرپذیری کمتری از میزان استفاده کاربران از فضای مجازی دارد (جدول ۸). به منظور رسیدن به نتایج دقیق‌تر به بررسی تأثیرپذیری معنای مکان از میزان استفاده افراد از فضای مجازی در دو نمونه موردی میدان نقش جهان و مجموعه سیتی سنتر به صورت مجزا پرداخته شد. برآورد رابطه و بررسی مقدار پیش‌بینی شاخص‌های با روش ضریب همبستگی پیرسون و

جدول ۹: نتایج شاخص های پژوهش بر اساس تحلیل رگرسیون

مؤلفه	متغیر براساس شاخص ها	میدان نقش جهان			مجموعه سیتی سنتر		
		Beta	Sig	تایید	Beta	Sig	تایید
کالبدی	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر سهولت در دسترسی و کیفیت یافتن مسیر تأثیرگذار است.	۰/۲۸۱	۰/۰۰۰	بلی	۰/۱۲۶	۰/۰۰۰	بلی
	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی در درک هماهنگی و تناسب فضا با ابعاد انسانی مؤثر است.	۰/۱۳۲	۰/۰۰۱	بلی	۰/۱۰۵	۰/۰۰۲	بلی
	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر درک نماد و نشانه های به یادماندنی و جذاب مؤثر است.	۰/۰۸۲	۰/۰۰۱	بلی	۰/۱۲۸	۰/۰۰۱	بلی
	میزان استفاده از فضای مجازی بر ارتباط با فضاهای غیرقابل انتظار مؤثر است.	۰/۱۹۹	۰/۰۰۰	بلی	۰/۰۹۰	۰/۰۰۰	بلی
	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی در ارتباط و درک با تنوع و جذابیت مبلمان شهری مؤثر است.	۰/۱۴۸	۰/۰۰۲	بلی	۰/۰۶۷	۰/۰۰۴	بلی
	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی در توجه به جذابیت نورپردازی مؤثر است.	۰/۲۱۳	۰/۰۰۳	بلی	۰/۱۷۰	۰/۰۰۴	بلی
	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی در درک و ارتباط با مناظر و چشم اندازهای متنوع و مطلوب مؤثر است.	۰/۰۴۸	۰/۰۰۲	بلی	۰/۱۲۰	۰/۰۰۱	بلی
	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر میزان قابل شناسایی بودن و همخوانی فضا مؤثر است.	۰/۱۶۲	۰/۰۰۲	بلی	۰/۱۰۳	۰/۰۰۳	بلی
زردی	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر میزان برانگیختن احساسات زیبایی شناسی و انسان دوستانه مؤثر است.	۰/۱۲۶	۰/۰۰۲	بلی	۰/۰۷۴	۰/۰۰۲	بلی
	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر میزان یادآوری خاطرات و تجربیات گذشته مؤثر است.	۰/۱۵۶	۰/۰۰۱	بلی	۰/۰۸۶	۰/۰۰۱	بلی
	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر میزان انتقال احساس هم نوع و انسان دوستی توسط افراد مؤثر است.	۰/۱۷۶	۰/۰۰۰	بلی	۰/۰۸۷	۰/۰۰۰	بلی
	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر میزان احساس امنیت و خواب نایی بخصوص در شب مؤثر است.	۰/۱۷۶	۰/۰۰۱	بلی	۰/۱۵۱	۰/۰۰۳	بلی
اجتماعی	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر میزان جذابیت و لذت بخش بودن تعاملات رودرو مؤثر است.	۰/۲۲۱	۰/۰۰۴	بلی	۰/۰۷۸	۰/۰۰۲	بلی
	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر میزان لذت بردن از تماشا و نظاره کردن مردم مؤثر است.	۰/۱۰۳	۰/۰۰۳	بلی	۰/۰۷۶	۰/۰۰۱	بلی
	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر میزان داشتن احساس بهتر در اثر وجود تنوع فرهنگی مؤثر است.	۰/۱۵۱	۰/۰۰۲	بلی	۰/۲۶۶	۰/۰۰۱	بلی
	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر میزان تمایل به انجام فعالیت های جمعی و متنوع مؤثر است.	۰/۱۱۱	۰/۰۰۱	بلی	۰/۲۷۷		بلی
عسکری	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر میزان تمایل و لذت بردن از انجام فعالیت های خلاقانه و جذاب مؤثر است.	۰/۲۵۱	۰/۰۰۰	بلی	۰/۱۷۳	۰/۰۰۰	بلی
	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر تمایل به وجود فعالیت های مختلف با چیدمان متنوع مؤثر است.	۰/۲۱۹	۰/۰۰۱	بلی	۰/۰۷۰	۰/۰۰۴	بلی
	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر تمایل به فعالیت های جذاب و خلاقانه مؤثر است.	۰/۱۵۹	۰/۰۰۰	بلی	۰/۰۲۴	۰/۰۰۰	بلی
	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر میزان تمایل به استفاده از کاربری ها در ساعات مختلف شبانه روز مؤثر است.	۰/۱۱۰	۰/۰۰۱	بلی	۰/۰۱۸	۰/۰۰۴	بلی
	میزان استفاده کاربران از فضای مجازی در تمایل به وجود تمهیدات آسایش اقلیمی مؤثر است.	۰/۱۹۰	۰/۰۰۰	بلی	۰/۰۳۹	۰/۰۰۰	بلی
میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر میزان سهولت تشخیص جهت و یافتن مسیر مؤثر است.	۰/۲۰۷	۰/۰۰۳	بلی	۰/۰۵۴	۰/۰۰۲	بلی	

در سطح  $P < 0/05$  معنادار است.

طراحی، برنامه‌ریزی و مدیریت آگاهانه بر اساس اهداف و ارزش‌ها، معایب و اثرات منفی را تضعیف و مزایا و اثرات مثبت آن را تقویت نمود. با توجه به محاسبات انجام شده در این پژوهش، نتایج حاصل نشان داد که خلق فضای جریان، به عنوان پدیده‌ای بر شکل‌گیری فضای مکان‌ها تسلط پیدا کرده است. نتایج کسب شده در این پژوهش نشان داد که میزان استفاده افراد از فضای مجازی باعث افزایش و تقویت ادراک معنای مکان با حضور در فضاهای شهری می‌گردد و همچنین تأثیری مشابه را بر مؤلفه‌های چهارگانه ادراک معنای مکان دارد. این نتایج حاکی از تأیید و تطابق بر دیدگاه کستلز که خلق فضای جریان، به عنوان پدیده‌ای که بر شکل‌گیری فضای مکان‌ها تسلط پیدا کرده، دارد و تأکید بر تداوم فضای مکان‌ها یا به عبارتی فضاهای واقعی در عین حضور فضای جریان‌ها را اجتناب‌ناپذیر می‌داند. بر اساس نتایج به‌دست آمده مؤلفه کالبدی ادراک بیش از بقیه مؤلفه‌ها تحت تأثیر میزان استفاده فرد از فضای مجازی و مؤلفه فردی کمتر از سایر مؤلفه‌ها تحت تأثیر میزان استفاده فرد از فضای مجازی می‌باشد.

بنابراین با افزایش میزان استفاده از فضای مجازی توسط فرد، هنگامی که او در فضای شهری حضور می‌یابد درک او از معنای مکان افزایش یافته که در این فرآیند مؤلفه کالبدی نقش بیشتری نسبت مؤلفه‌های دیگر در افزایش درک معنای مکان دارد. با توجه به مشابه بودن نتایج ارتباط متغیرها در دو فضای شهری مدرن و سنتی می‌توان به تأثیرگذاری یکسان میزان استفاده کاربران از فضای مجازی بر روی درک افراد از معنای مکان در فضاهای شهری دست یافت. لذا می‌توان در ارائه طراحی، برنامه‌ریزی و تمهیدات مناسب برای هر مرحله از شکل‌دهی فضاهای شهری، تقویت شاخص‌های مؤثرتر را در جهت ارتقاء کیفیت مطلوب فضاهای شهری در نظر گرفت. همچنین با توجه به میزان تأثیرگذاری به‌دست آمده شاخص‌ها بر درک معنای مکان در فضاهای شهری، در جهت ادغام موفق فناوری اطلاعات و ارتباطات در زندگی شهری می‌توان به فضاهای شهری

استفاده از کاربری‌ها در ساعات مختلف شبانه روز را نشان می‌دهد، در هر دو نمونه موردی کمترین اثرپذیری را از میزان استفاده کاربران از فضای مجازی دارد. در واقع شاخص‌های نامبرده اثرگذاری محدودی را بر روی درک افراد از معنای مکان در فضاهای شهری باعث می‌شود. همچنین با بررسی شاخص‌های تدوین شده در هر دو نمونه موردی میدان نقش جهان و مجموعه سیتی سنتر، در مقایسه شاخص‌های مؤلفه کالبدی شاخص «نفوذپذیری»، در مقایسه شاخص‌های مؤلفه فردی شاخص «امنیت»، در بین شاخص‌های مؤلفه اجتماعی شاخص «تنوع فعالیت‌ها»، در مقایسه شاخص‌های مؤلفه عملکردی شاخص «رابطه بین مردم و فضا»، در هر دو نمونه موردی بیشترین اثرپذیری را از میزان استفاده کاربران از فضای مجازی دارد که در واقع بیشترین اثرگذاری بر روی درک افراد از معنای مکان در فضاهای شهری را باعث می‌شود.

#### ۴- نتیجه‌گیری

تحولات عظیم عصر اطلاعات، نوع جدیدی از فضا تحت عنوان فضای مجازی را وارد عرصه شهرسازی نموده است. عصر اطلاعات و ماحصل تبعی آن یعنی فضای مجازی، به طور فزاینده‌ای با ابعاد مختلف زندگی انسان درهم بافته شده است. اوضاع جدید، نوع جدیدی از انتظام فضایی را سامان می‌دهد که لازم است پیوند به این جریان با اتکا بر زیرساخت‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی صورت گیرد به‌شکلی که بتوان هم از تسهیلات و منافع ارتباطات جهانی بهره‌مند شد و هم ویژگی‌های بومی و محلی خود را حفظ نموده، ارتقا بخشید و از بحران‌های پیش رو جلوگیری کرد. لذا لازم است که این تأثیرات بر ابعاد مختلف متغیرهای کیفی و کمی محیط، بررسی شود تا بتوان منابع و فرصت‌ها را در جهت ارتقاء کیفیت فضاهای شهری مدیریت کرد. از آنجایی که ناگزیر از حضور فضای مجازی در زندگی روزمره انسان می‌باشیم بنابراین با آگاهی از چگونگی، نوع و نحوه اثرگذاری آن بر جوانب و ابعاد مختلف، می‌توان با

- دست یافت که به معنای ایجاد فضایی سازمان یافته شامل ایجاد ارتباطات، سازمان دادن فعالیت‌ها، ارتباط با محیط اطراف، ادغام با بافت شهری موجود و خلق نظم بصری است. همچنین نتایج پژوهش تأکید بر آن دارد که برای ارتقاء کیفیت مطلوب فضاهای شهری، مدیریت و ایجاد عوامل افزایش‌دهنده میزان استفاده از فضای مجازی مورد تأیید است.
- بر این اساس راهکارهایی کاربردی همچون: دسترسی به نفوذپذیری قوی دیجیتالی و فیزیکی (با تقویت شبکه‌های بی‌سیم و اتصال اینترنت در فضاهای عمومی که گسترش مشارکت اجتماعی عمومی را در پی دارد)، دستیابی به محیط و فعالیت‌های نوآورانه (با تقویت زیرساخت‌های نمایش‌های عمومی تعاملی در فضاهای شهری)، استفاده از پتانسیل محیط برای تقویت نوآوری (با تقویت زیرساخت‌ها در برنامه‌های کاربردی گوشی‌های هوشمند در فضاهای عمومی در زمینه‌های فرهنگ و هنر، آموزش، برنامه‌ریزی و طراحی، بازی‌ها)، ایجاد محیط‌های مصنوع با کیفیت، تقویت هویت بومی - فرهنگی، ارتقاء کیفیت محیط طبیعی و در ابعاد رویه‌ای افزایش نظارت و مشارکت‌پذیری پیشنهاد می‌گردد. پژوهشگران معتقدند که ورود فضای مجازی به فضای زندگی انسان‌ها در کنار مزایا و محاسن غیرقابل کتمان، باعث بوجود آمدن دغدغه‌ها و نگرانی‌ها شده که با آموزش و آگاهی دادن به افراد می‌توان درصد بهره‌وری از آن را افزایش داد.
۴. پوگلیسی، لوییچی پرستینزا (۱۳۷۹)، فرامعماری: فضاها در عصر الکترونیک، ترجمه کاوه شفیعی و فرناز فرجی، تهران: نشر توسعه.
  ۵. جانستون، رونالد (۱۳۷۹) مسئله جا و مکان جغرافیایی "تفحصی در جغرافیای انسانی"، ترجمه جلال تبریزی، تهران: انتشارات دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت امور خارجه.
  ۶. خاکی، غلامرضا (۱۳۷۸). روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه نویسی. تهران: مرکز تحقیقات علمی کشور.
  ۷. شکویی، حسین (۱۳۷۵) اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا، جلد اول، تهران: انتشارات گیتاشناسی.
  ۸. شکویی، حسین (۱۳۸۲) اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا، جلد دوم، تهران: انتشارات گیتاشناسی.
  ۹. ضیایی، مظاهر (۱۳۸۷)، دانش، نوآوری و توسعه دانایی محور، تهران: نشر پژوهشکده جهاد کشاورزی.
  ۱۰. عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۱)، منطق شهرهای مجازی و مفهوم کار مجازی: ضرورت طرح شهر مجازی، مجله رسانه، بهار ۱۳۹۲.
  ۱۱. فتحیان، محمد (۱۳۸۳)، جامعه اطلاعاتی و راهبردهای تحقق آن در ایران، تهران، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات.
  ۱۲. فریادی، شهرزاد (۱۳۸۷)، تدوین زبان طراحی شهری در فرآیند جهانی شدن، پایان‌نامه دکتری شهرسازی، دانشگاه تهران.
  ۱۳. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ: ظهور جامعه شبکه‌ای، ترجمه احدعلیقلیان و افشین خاکباز، تهران: انتشارات طرح نو.
  ۱۴. کاستلز، اینس؛ مانوئل، مارتین (۱۳۸۵)، گفت‌وگوهای مانوئل کاستلز، ترجمه حسن چاوشیان و لیلا جوافشانی، تهران: نشر نی.
  ۱۵. کلالی، مدیری؛ پریسا، آتوسا (۱۳۹۱)، تبیین نقش مؤلفه معنا در فرآیند شکل‌گیری حس مکان، هنرهای زیبا، دوره ۱۷.
  ۱۶. گیفورد، رابرت (۱۳۷۸)، ادراک و شناخت محیطی،

## منابع و مآخذ

۱. ابراهیم‌آبادی، حسین (۱۳۹۲)، تأملی بر نسبت میان فناوری‌های اطلاعاتی با تغییرات در فرهنگ و مناسبات اجتماعی، تهران: فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران.
۲. پاکزاد، بزرگ؛ جهان‌شاه، حمیده (۱۳۹۱)، الفبای روانشناسی محیط برای طراحان، تهران: انتشارات آرمان شهر.
۳. پرتویی، پروین (۱۳۹۳)، پدیدارشناسی مکان، تهران: مؤسسه تألیف، ترجمه و نشر آثار هنری.



pp. 312-315. , FirstPublished

31. Meesters,J(2009), Private and public green spaces: Meaningful but different settings.

32. Mitchell,W.J(1995)City of bits: Space, Place and the Infobahn,Cambridge, The MIT press. Journal of Urban Design, Vol. 4,No. 2.

33. Scannell, L.& Gifford, R. (2010), Defining Place Attachment- A Tripartite Organizing Framework, Journal of Environment and Psychology, Vol.

34. Seamon,D.(2012). Physicaland Virtual Environments: Meaning of Place and Space, Human Geography, London

35. Seamon,D.&Gill,I.(2014).QualitativeApproach estoEnvironmentBehaviorResearch:Understanding Environmental and Place Experiences, Meanings , and Action.

36. van derKlis,M&Karsten,L.(2009) , Commuting partners, dual residences and the meaning of home. Journal of Environmental Psychology, Volume 29, Issue 2, Pages 245-235.

ترجمه نسرین دهباشی، نشریه معماری و فرهنگ، شماره ۳ و ۲.

۱۷. منتظرالقائم، مهدی(۱۳۸۱)، دمکراسی دیجیتالی و حکومت الکترونیکی: سیاست و حکومت در عصر تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی، نامه علوم اجتماعی ۱۳۸۱، شماره ۱۹.

18. Amdur.L & Epstein-Pliouchtch.M. (2009), Architects' Places, Users' Places: Place Meanings at the New Central Bus Station, Tel Aviv, Journal of Urban Design, Vol. 14. No. 161-147, 2.

19. Arefi, M. (1999), Non-Place and Placelessness as Narratives of Loss- Rethinking the Notion of Place

20. Bartuska,Tom, J.(2007),Understanding Environment:Built & Natural,in WendyR.

21. Carmona,M.&Tiesdell,S.(2007),UrbanDesignReader ,Oxford;Burlington,MAElsevier/Archit

22. Carmona, M., Magalhães C., Hammond, L. (2008). Public Spaces: The Management Dimension, USA & Canada, Routledge.-Carmona, M., Tiesdell, S)2011). Urban Design Reader, )K. Zekavat & F. Farshad, Trans.). Tehran: Azarakhsh Publication

23. Castells, M. (2001). The Rise of Network Society, the Information Age: Economy, Society and Culture.

24. Cheng,A.S,& Daniels,S E.(2003). Examining the interaction between geographic scale and ways of knowing in ecosystem management. Forest Science, (49): 841-854.

25. Creswell,J.W & Planto Clarrk,V.L.(2011).Designing and conducting mixed methods research.

26. Gifford,R,(2016),Research Methods for Environmental Psychology,Cornell University, USA.

27. Gifford,R.(2002), Environmental Psychology: Principles and Practice,Canada, Optimal Books.

28. Graham, S & Marvin, S. (2002). Telecommunications and the City: Electronic paces, Urban Places. Routledge .

29. Gustafson ,P.(2001), Meanings of place-Everyday experience and the oreticalconce ptualizations. Journal of Environmental Psychology.

30. Latham, A .(2011), Topologies and the multiplicities of space-time Dialogues in Human Geography, vol. 1: