

## Evaluative Image Model in Perception of the Environment; Case Study of Bushehr City, Iran

### ARTICLE INFO

#### Article Type

Original Research

#### Authors

Alalhesabi M.<sup>1</sup> PhD,  
Moradi Gh. \*<sup>1</sup> MA

#### How to cite this article

Alalhesabi M, Moradi Gh. Evaluative Image Model in Perception of the Environment; Case Study of Bushehr City, Iran. Geographical Researches Quarterly Journal. 2019;34(2):269-280.

<sup>1</sup>Department of Urban Planning, Faculty of Architecture & Urban Planning, Iran University of Science and Technology, Tehran, Iran

#### \*Correspondence

Address: Boushehr Province Deputy of Road and Urban Planning, Reisali Delvari Street, Boushehr, Iran. Postal Code: 7517745791  
Phone: +98 (77) 33325014  
Fax: +98 (77) 33331990  
gh.r.moradi@gmail.com

#### Article History

Received: November 26, 2018  
Accepted: April 15, 2019  
ePublished: June 20, 2019

### ABSTRACT

**Aims & Backgrounds** In today's competitive world, cities are increasingly concerned about their identity, image, and value and in this regard, creating a favorable environment to attracting different social classes is one of the objectives of city managers and planners. This can only be achieved when what the city presents (identity), what is perceived (image) and its evaluation by users (the evaluative image), what makes a pleasant or unpleasant feeling from a place (meaning) and what that presents the comprehensive image to be discovered and interpreted and be the fundamental basis for practice of urban planners and managers. The present study aimed to explain the image model especially the evaluative mental image of Bushehr city, theoretically.

**Methodology** This qualitative study was conducted exploratory through a combined method of library studies (theoretical) and field and survey studies (interviews) based on a semi-structured questionnaire with open-ended questions. Considering the needs for data saturation, 90 residents of Bushehr city were interviewed in several stages.

**Findings** The beach line, historical district, Rishahr park and Tv park had the positive evaluation and the informal settlements, Taleqani, Sangi and Ashoori streets had the negative evaluation from the views of people.

**Conclusion** The mental image is composed of two primary and secondary components or two complementary components, which by their perceiving, people achieve the evaluative judgment of the environment and it shapes their comprehensive or holistic mental image.

**Keywords** Image; Image Components; Evaluative Image; Environmental Perceptions; Comprehensive Image

### CITATION LINKS

[Barati & Kakavand; 2013] Comparative evaluation of the environmental quality of residential place ...; [Barati & Soleimani Nejad; 2011] Perception of stimuli in controlled environment and gender ...; [Bakker, et al; 2014] Pleasure, arousal, dominance: Mehrabian and Russell ...; [Clay & Smidt; 2004] Assessing the validity and reliability of descriptor variables used in scenic highway ...; [Echtner & Ritche; 1991] The meaning and measurement of destination ...; [Fakaye & Crompton; 1991] Image differences between prospective, first-time and repeat visitors to the lower Rio Grande ...; [Gartner; 1996] Tourism development: Principles, processes and ...; [Khezer Nejad & Heidari Chianeh; 2016] Analysis of effective factors in the formation of destination image of urban ...; [Golkar; 2008] Conceptual evolution of urban visual ...; [Kara; 2013] Landscape design and cognitive psychology, world ...; [Linch; 1960] The Image of the ...; [Lang; 1987] Creating architectural ...; [Matos, et al; 2012] Revisiting the destination image construct through a conceptual ...; [Matlabi; 2002] Environmental psychology, new knowledge in the service of architecture and urban ...; [Martin & Rodriguez Del Bosque; 2008] Exploring the cognitive-affective nature of destination image and the role of psychological factors in its ...; [Massoud, et al; 2017] Examining the order of urban blocks from the perspective of environmental perception ...; [Martinez-Luque, et al; 2007] Modeling a city's image: The case of ...; [Nassar; 1997] Evaluative image of the city...; [Pocock & Hudson; 1978] Images of the urban ...; [Rapoport; 1977] Human aspects of urban form: Towards a man- environment ...; [Richard & Wilson; 2004] The impact of cultural events on city image: Rotterdam, capital of europe ...; [Russell, et al; 1981] Affective quality attributed to environments, a factor analytical ...; [Russell & Pratt; 1980] A description of affective quality attributed to ...; [Shahcheraghi & Bandarabad; 2016] Environed in environment, application of environmental psychology in ...; [Sohrabian & Habib; 2016] Aesthetics component of urban night ...; [Stern & Krakoner; 1993] The formation of composite urban ...; [Tang, et al; 2014] Perceptual evaluation of natural landscapes: The role of the individual ...; [Vaez Eslami, et al; 2016] Urban form and wayfinding: Review of cognitive and spatial knowledge ...; [Naghizade & Ostadi; 2014] A comparative analysis of the notion of perception and ...; [Sidanin; 2007] On lynch's and post-lynchians ...;

## مدل تصویر ذهنی ارزیابانه در ادراک محیط؛ مطالعه

## موردی شهر بوشهر

مهران علی‌الحسابی PhD

گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران، ایران

غلامرضا مرادی MA

گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران، ایران

## چکیده

**اهداف و زمینه‌ها:** در دنیای رقابتی امروزی شهرها بیش‌ازپیش نگران هویت، تصویر و ارزش خود هستند و در این راستا، ایجاد محیطی مطلوب و خوشایند برای جذب اقشار مختلف از آمال مدیران و برنامه‌ریزان شهری است. این امر زمانی قابل حصول است که آن چیزی که شهر ارایه می‌دهد (هویت)، آنچه درک می‌شود (تصویر) و ارزیابی آن توسط کاربران (تصویر ارزیابانه) و آنچه باعث احساس خوشایندی یا ناخوشایندی نسبت به یک مکان (معنا) می‌شود و در نهایت تصویر جامع یا کل‌نگرانه را شکل می‌دهد، کشف و تفسیر گردد و مبنای عمل مدیران و برنامه‌ریزان شهری قرار گیرد. پژوهش حاضر به دنبال تبیین مدل تصویر به خصوص تصویر ذهنی ارزیابانه به لحاظ نظری و همچنین در شهر بوشهر بود.

**روش‌شناسی:** این پژوهش کیفی به صورت اکتشافی با روش ترکیبی مطالعات کتابخانه‌ای (نظری) و مطالعات میدانی و پیمایشی (مصاحبه) مبتنی بر پرسش‌نامه نیمه‌ساختاریافته با سؤالات باز انجام شد. با توجه به نیاز اشباع داده‌ها، ۹۰ نفر از ساکنان شهر بوشهر در چند مرحله مورد مصاحبه قرار گرفتند.

**یافته‌ها:** نوار ساحلی، بافت تاریخی، پارک ریشهر و پارک TV دارای ارزیابی مثبت و سکونتگاه‌های غیررسمی، خیابان طالقانی، خیابان سنگی و خیابان عاشوری از نظر افراد مختلف دارای ارزیابی منفی بودند. تصویر جامع شهر بوشهر تصویری مثبت و امن و آرامش‌بخش را نشان داد.

**نتیجه‌گیری:** به لحاظ نظری تصویر از دو مؤلفه اولیه و ثانویه یا مکمل تشکیل شده که شخص با ادراک آنها به قضاوتی ارزیابانه از محیط می‌رسد و این امر، تصویر جامع یا کل‌نگرانه وی را شکل می‌دهد.

**کلیدواژه‌ها:** تصویر ذهنی، مؤلفه‌های تصویر، تصویر ذهنی ارزیابانه، ادراک محیط، تصویر جامع

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۹/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۱/۲۶

نویسنده مسئول: gh.r.moradi@gmail.com

## مقدمه

شهر دارای ماهیتی پویاست که به موازات تغییرات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و حتی فناوری دچار تغییر و تحول شده و توسعه می‌یابد. از جمله مواردی که با این تحولات، تکامل‌یافته مفهوم تصویر شهر است. طی سال‌ها و دهه‌های اخیر، موضوع فرآیند و چگونگی شکل‌گیری تصویرشهر، محیط و غیره تأثیر آن برکنش افراد از اهمیت فزاینده‌ای برخوردار شده و همواره محمل شکل‌گیری مباحث و ارایه نظریه‌ها و دیدگاه‌های مختلف و متنوعی بوده است. به اعتقاد صاحب‌نظران، همواره ارتباط دوسویه‌ای بین انسان و محیط وجود داشته است [Lynch, 1960; Lang, 1974;

Rapaport, 1977]. از یک طرف محیط داده‌ها و اطلاعات مختلفی را به انسان ارایه می‌دهد و از طرف دیگر، انسان با انتخاب این داده‌ها و سازمان‌دهی و ارزیابی آنها براساس ویژگی‌ها و علایق شخصی خود و معنای ادراک‌شده از آن، واکنش احساسی یا رفتار فضایی از خود نشان می‌دهد؛ به عبارت دیگر انسان می‌تواند به‌عنوان یک کاربر با هر پس‌زمینه اطلاعات، سطح دانش، جنس و غیره، ویژگی‌های محیط را خلاصه سازد و تصویری از آن در ذهنش شکل دهد. این تصویر مبنای اقدام و واکنش عاطفی شخص می‌گردد. در این رابطه فرآیند شکل‌گیری تصویر در ذهن فرد، معنایی که از محیط برداشت می‌کند یا به محیط الصاق می‌کند و نحوه ارزیابی او از اهمیت زیادی برخوردار است که شناخت کیفیت و چگونگی کارکرد آن هنوز به‌عنوان یکی از مسایل و دل‌مشغولی‌های پژوهشگران در این حوزه مطرح است.

از طرف دیگر، در دو دهه اخیر و به دنبال رشد و توسعه فناوری‌های ارتباطی، جابه‌جایی سریع نیروی کار و سرمایه، عصر رقابت‌پذیری و جهانی‌شدن آغاز گردید. به گفته هاروی در این دوره فضا و زمان دچار فشردگی شده و به تبع آن شهرها برای تصاحب جایگاه برتر و ماندگار کردن شهروندان خود و همچنین جذب سایر گروه‌ها از جمله گردشگران، سرمایه‌گذاران و نخبگان در حال رقابت گسترده و تنگاتنگی هستند و در این زمینه به این نتیجه رسیده‌اند که برای جذب شهروندان خود، گردشگران، نخبگان، شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران صرفاً ایجاد امکانات رفاهی و تفریحی و زیرساخت‌ها راهگشا نیست؛ چراکه ارایه تصویری ضعیف از شهر در دیدگاه شهروندان و گردشگران نتایج تلاش‌های فوق‌الذکر را بی‌ثمر می‌کند. به همین دلیل امروزه شهرها بیش‌ازپیش نگران هویت، تصویر و ارزش خود هستند و در این راستا، ایجاد محیطی مطلوب و خوشایند برای کاربران بومی (شهروندان) و مهمان (گردشگر) از آمال مدیران و برنامه‌ریزان شهری در هر شهری است. این امر زمانی قابل حصول است که آن چیزی که شهر ارایه می‌دهد (هویت)، چگونگی درک (تصویر) و ارزیابی آن توسط کاربران (تصویر ارزیابانه) و آنچه باعث احساس خوشایندی یا ناخوشایندی نسبت به یک مکان (معنا) می‌شود، کشف و تفسیر گردد و مبنای عمل مدیران و برنامه‌ریزان شهری قرار گیرد. آنچه در این فرآیند اهمیت وافر دارد مؤلفه‌های شکل‌دهنده تصویر، ارزیابی آن به‌واسطه درک معنا و قضاوتی ارزیابانه است که احساس کلی و درونی را نسبت به یک مکان ایجاد می‌کند.

شهر بوشهر به‌عنوان یک شهر ساحلی بندرگاهی و یکی از مهم‌ترین شهرهای منطقه جنوب غرب ایران و سواحل خلیج فارس، پتانسیل و قابلیت‌های زیادی در زمینه توسعه صنعت گردشگری - به‌عنوان یک راهبرد توسعه شهری پایدار داشته و در سال‌های اخیر تلاش‌های قابل‌توجهی در این زمینه از خود نشان داده است و به دنبال بهره‌گیری هر چه بیشتر از این قابلیت است؛ بنابراین شناخت تصویر شهری آن از نگاه کاربران به‌منظور شناسایی نقاط قوت و ضعف‌ها در این زمینه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ چراکه مطالعه و بررسی نگاه ارزیابانه از تصویر شهر، مدیران شهری را به شناسایی

می‌توانند وزن سبک یا سنگین داشته باشند افراد می‌توانند وزن محیط فیزیکی را تعیین کنند و می‌توانند آن را دوست داشته باشند یا دوست نداشته باشند. با توجه به نظریه نسر، در فرآیند ادراکی تصاویر ارزیابانه شکل می‌گیرد. در نهایت رفتارهای فضایی به‌عنوان مرحله آخر ادراک محیطی همان الگوهای حرکت هستند. رفتار فردی، تابعی از انگیزه‌های فرد، کارایی محیط و تصاویر ذهنی فرد از دنیای خارج ناشی از ادراک مستقیم و معانی است که این تصاویر برای فرد دارد [Lang, 1987: 97]

#### فرآیند شکل‌گیری تصویر

فرآیند شکل‌گیری تصویر ماهیتی پویا دارد که به‌واسطه تجربه تصویر شهر تغییر می‌کند. از یک طرف محیط سرشار از اطلاعات غنی و مختلفی است و از طرف دیگر انسان هنگام مواجهه با آن به دلیل محدودیت زمانی برای تصمیم‌گیری و همین‌طور محدودیت ظرفیت برای ذخیره اطلاعات تنها بخشی از اطلاعات را در ذهن خود ثبت و ضبط می‌کند اما همین اطلاعات محدود تصویری کامل و جامع هرچند نادرست از محیط اطراف به دست می‌دهد [Lynch, 1960]. در این فرآیند، تصاویر گذشته ذخیره شده در حافظه، بازنمایی تصاویر جدید را قادر می‌سازد و حس آشنایی را تحریک می‌کند. این فرآیند در یک مدل سه مرحله‌ای مفهوم‌سازی شده است. بدین ترتیب ابتدا سیگنال‌های اطلاعات از طریق ادراک فیلتر می‌شوند سپس از طریق بازنمایی شناختی که با ساختارهای شناختی قبلی در مغز مرتبط است فیلتر شده و سرانجام و در مرحله سوم محصول ادراک و شناخت تصویر ذهنی از محیط است [Stern & Krakover, 1993: 133]. در این زمینه، تصاویر نتیجه تمامی تجارب گذشته پردازشگر تصویر است که نه تنها شامل مفهوم شخصی از شیء در حال حاضر است بلکه گذشته و دیدگاه وی از آینده نیز در آن دخیل شده، به همین ترتیب تجربه، خاطره، آرزو و باورها با تصویر مرتبط است. این تصاویر رفتارهای فرد را هدایت کرده و پایه‌ای است برای تفسیر اطلاعاتی که از پیرامونش به دست می‌آورد و رفتار فرد بستگی به تصاویر ذهنی و انگاره‌های وی دارد نه به واقعیت‌های عینی [KhezerNejad & Heidari Chianeh, 2016: 7]. بنابراین تصویر صرفاً یک‌شکل یا تصویر خلاصه عینی محیط نیست بلکه تفسیر درونی و ذهنی است که به‌واسطه تجارب شخصی و به‌وسیله هر شخص به‌طور متفاوت شکل می‌گیرد و به‌عنوان محصول فرآیند تفسیر و شناخت است، تصویر رفتار فضایی و ترجیحات محیط شهری را هدایت می‌کند [Lang, 1987; Pocock & Hudson, 1978; Rapoport, 1977]. رینولدز شکل‌گیری تصویر را بسط ساختار ذهنی مبتنی بر احساسات ناشی از سیل اطلاعات و تصویر یک مکان را مجموعه‌ای از باورها، عقاید و احساساتی می‌داند که شخص نسبت به آن مکان دارد [Martin & Del Bosque, 2008: 265]. نکته‌ای که در این بین مهم است تفاوت نقشه ذهنی یا تصویر شناختی با تصویر ذهنی است. نقشه شناختی نتیجه مجموعه‌ای از پردازش‌های روان‌شناختی است که به‌واسطه آن فرد دانش به‌دست‌آمده از عناصر، موقعیت‌ها، فاصله، جهت و الگوی کلی

اشتراکات ذهنی و در نهایت شناخت کلیت تصویر شهر از جنبه‌های مثبت و منفی و برنامه‌ریزی بر این اساس رهنمون می‌سازد.

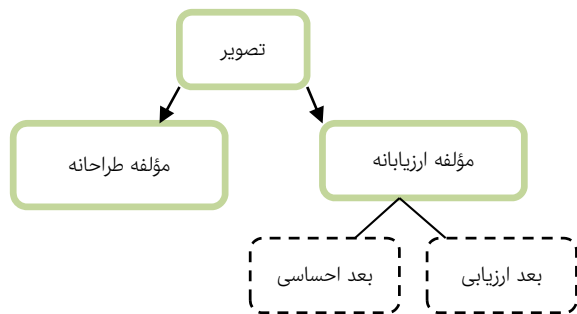
#### فرآیند ادراک و شناخت در روانشناسی محیطی

ارتباط دوسویه بین انسان و محیط و فرآیند ادراک و شناخت انسان از محیط در یک بستر روان‌شناختی صورت می‌گیرد که اصطلاحاً ادراک محیط می‌نامند. ادراک محیطی فرآیندی است که از طریق آن انسان، داده‌های لازم را براساس نیازش از محیط پیرامون خود برمی‌گزیند و در واقع هدفمند است و به فرهنگ، نگرش و ارزش حاکم بر تفکر کننده بستگی دارد [Matlabi, 2002: 56]. همچنین دارای ماهیتی پویا و رشد یابنده-رشد توأم انسان و ساخت ذهنی او است [Naghizadeh & Ostadi, 2014: 11]. پژوهشگران مختلفی سعی کرده‌اند تا چگونگی ادراک انسان و رفتارش را در محیط توضیح دهند مهم‌ترین آنها که تأثیر ژرفی بر تئوری روانشناسی محیطی داشته‌اند الگوی عدسی برانسویک، مکتب روانشناسی گشتالت، دیدگاه روانشناسی کنش متقابل و مکتب بوم‌شناختی جیمز گیبسون است [Matlabi, 2002:56; Shahcheraghi & Bandarabad, 2016: 130].

چهار مرحله اصلی احساس، ادراک، شناخت، واکنش احساسی و رفتار به‌عنوان مراحل کلیدی ادراک محیطی عنوان شده‌اند [Nasar, 1989; Lynch, 1960; Golkar, 2008; Shahcheraghi & Bandarabad, 2016]. انسان به‌واسطه حضور در محیط و دریافت داده‌های محیطی فرآیند ادراک محیط را آغاز می‌کند و در اولین مرحله داده‌ها را به‌وسیله اندام‌های حسی احساس می‌کند فرآیند احساس شامل تحریکات انجام‌یافته توسط پدیده‌های خارجی بر روی اندام‌های حسی انسان و تبدیل آن به تکانه‌های الکتریکی و انتقال آنها توسط اعصاب مرکزی به مغز انسان است [Barati & SoleimaniNejad, 2011: 21]. این احساس انتقال پیام عصبی به طرف کورتکس حسی است و فاقد ارزش شناختی است. در مرحله بعد ادراک صورت می‌گیرد که آن را فرآیند پیچیده آگاهی یافتن از اطلاعات حسی و فهم آنها می‌نامند. به‌بیان دیگر ادراک به معنی فرآیند ذهنی و روانی است که گزینش و سازمان‌دهی اطلاعات حسی و نهایتاً معنی بخشیدن به آنها را به‌گونه‌ای فعال بر عهده دارد [Shahcheraghi & Bandarabad, 2016: 176]. در مرحله شناخت (مرحله سوم) فرآیند کسب، ذخیره‌سازی، بازیابی، پردازش و استفاده از دانش و اطلاعات صورت می‌گیرد [Barati & SoleimaniNejad, 2011: 22]. به‌نوعی بازده عملکرد فرآیند تفکر، یادآوری و احساس است [Lang, 1974: 81]. برای درک عمیق این فرآیند فهم ساختار حافظه ارزشمند است. به گفته گیفورد حافظه بخش مهمی از شناسایی محیط به‌حساب می‌آید [Barati & Kakavand, 2013: 26]. حافظه است که می‌تواند تصاویر خوب یا بد را که ناشی از یک مکان است تحریک کند. واکنش احساسی (مرحله چهارم) اشاره به بعضی فرآیند ارزیابی عاطفی دارد که راهی برای دوست داشتن یا دوست‌نداشتن است [Nassar, 1998]. با توجه به نظریه نسر [Nassar, 1998] مانند اشیاء که

خواهد بود؟ علاوه بر این در این کتاب اذعان می‌کند که نقشه‌های ذهنی مردم نه تنها به وسیله حس مکان شکل می‌گیرد بلکه او اهمیت حس مناسب مرتبط با تصویر برآمده از فستیوال‌ها، رویدادها و سایر فعالیت‌های موقت را نیز شناسایی کرد. لینچ تأکید زیادی بر ساختار کالبدی و بصری شهر داشت؛ اما مطالعات نشان داد که شهرها نه فقط دارای مناظر چشم‌انداز هستند بلکه مناظر حسی نیز وجود دارند و تصاویر ذهنی مردم به واسطه بو و صدای موجود در یک مکان نیز شکل می‌گیرد [Landry, 2006].

با توجه به موارد فوق می‌توان گفت که هر تصویر دو بخش عمده و اساسی را در برمی‌گیرد. از یک طرف مرتبط به ساختار کالبدی و از طرف دیگر احساس و معنای عاطفی نسبت به محیط کالبدی است؛ به عبارت دیگر آنچه که مردم در مورد شهر خود می‌دانند (درک محیطی) و نحوه احساس آنها (حس محیطی) معنای یک محیط را تشکیل می‌دهد. به طوری که [Pocock & Hudson, 1978] تصویر شهر را با دو عنوان طراحانه و ارزیابانه تقسیم‌بندی کردند [Richard & Wilson, 2004: 1934] (شکل ۱). مؤلفه طراحانه مرتبط با کیفیت‌های کالبدی و بصری محیط و مؤلفه ارزیابانه مرتبط با معنای برانگیخته شده به وسیله فرم کالبدی است که به دو بخش ارزیابی توسط ناظر و احساسات و عواطفش قابل‌شناسایی است.



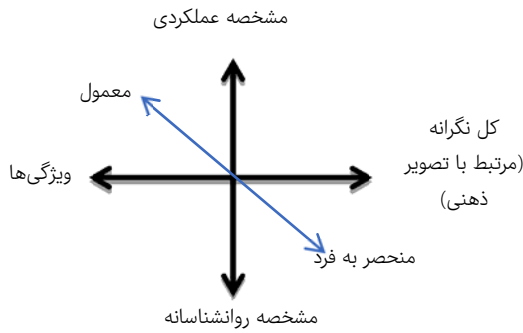
شکل ۱) مؤلفه‌های تصویر از نظر پاکوک و هادسون [Richard and Wilson, 2004, 1935]

از طرف دیگر تصویر می‌تواند به واسطه اطلاعات از افراد مختلف، روزنامه، مجله یا تلویزیون یا تحت تأثیر تبلیغات مؤسسات گردشگری مانند بروشور و تبلیغات آژانس‌های مسافرتی شکل گیرد، براساس این موارد گان [Gunn, 1988] دو نوع تصویر ارگانیک و القاء شده را در مطالعات تصویر مقصد مطرح می‌کند. فکبه و کرامپتن [Fakeye & Crompton, 1991] بر پایه نظر گان، تصویر شکل‌گرفته به واسطه حضور بازدیدکننده در محیط واقعی را تصویر تکمیلی نامیدند. گارتنر تصویر را دارای سه مؤلفه شناختی، احساسی و رفتاری می‌دانند که تقریباً شبیه جنبه‌های طراحانه و ارزیابانه است. عناصر شناختی شامل ویژگی‌های هستند که با آن فرد مشخصات فضای شهری را شناسایی یا درک می‌کند و عناصر احساسی نگرش و احساسات فرد نسبت به فضای شهری را بیان می‌کند که به واسطه تجارب گذشته مرتبط با آن مکان، ساکنان و

محیط اطرافش را کدگذاری، ذخیره و بازیابی می‌کند [Vaez et al, 2016: 3]. این تصاویر ناقص، تقسیم‌شده و از نظر ذهنی بازنمایی تحریف‌شده محیط است. آنها به‌طور مداوم به‌روز شده و بنابراین یک عکس فوری از دانش کالبدی موجود فرد ارایه می‌دهند [Kara, 2013: 290]. اما تصویر شهر مفهومی فراتر از نقشه شناختی است و آن را مجموعه‌ای از باورها، عقاید و احساساتی می‌دانند که شخص نسبت به یک مکان دارد. از آنجایی که هر فرد با توجه به ویژگی‌های شخصیتی، دانش و... تصویر شخصی از شهر دارد، بستر کالبدی مشترک، فرهنگ و ماهیت فیزیولوژیکی پایه، یک زمینه مشترک را ایجاد می‌کند که تصویر جمعی یا عمومی نامیده می‌شود [Martinez et al, 2007: 338].

#### مؤلفه‌های تصویر از نظر صاحب‌نظران مختلف

برای اولین بار در مطالعات شهری، کوین لینچ در کتاب تصویر شهر در سال ۱۹۶۰ به تشریح موضوع تصویر پرداخت. از نظر وی تصویر از سه مؤلفه هویت، ساختار و معنی شکل می‌گیرد. هویت کارکتر متمایز شی است، ساختار اشاره به روابط فضایی با سایر اشیاء دارد و معنا ویژگی عاطفی و کاربردی جسم است. هرچند لینچ این مؤلفه‌ها را مطرح کرد اما صرفاً بر مؤلفه‌های فیزیکی محیط شهری تأکید کرد و از معنا غفلت کرد. هدف او دستیابی به کیفیتی است که از آن به‌عنوان خوانایی و نمایانی نام می‌برد و منظور کیفیتی است در شیء که تصویری روشن در ذهن ناظر ایجاد می‌کند. برای دستیابی به اهدافی نظیر خوانایی و نمایانی به‌عنوان اهداف شناخت شهر و ایجاد تصویر ذهنی از ۵ عنصر لبه، محله، گره، نشانه و راه به‌عنوان عوامل سازمان‌دهنده به تصاویر ذهنی مردم استفاده کرد. این پنج عنصری که لینچ مطرح کرد بعداً به‌وسیله سایر تئوریسین‌ها مانند شولتز، ایستا، گولج و اپلیارد بازتعریف شد [Sohrabian & Norberg-Schulz, 1971; Habib, 2016: 196]. عناصری مانند مکان‌ها، راه‌ها و قلمرو را متمایز کرد. مکان‌ها، گره‌ها یا نشانه‌هایی هستند با ویژگی‌های اجتماعی، آنها موقعیت‌هایی هستند که وقایع مهم در آن اتفاق می‌افتد. راه‌ها مانند آن چیزی است که لینچ مطرح کرد، آنها عناصری مداوم هستند که ارتباطات درون ساختار کلی را تشکیل می‌دهند. از طرف دیگر قلمرو مناطقی یا بخش‌هایی هستند که شامل عناصر مشابهی هستند که به‌وسیله بسته شدن تعریف می‌شود [Lang, 1987: 140]. دیوید استا (۱۹۶۹) اشاره‌شده در لنگ (۱۹۸۷) مجموعه‌ای دیگر از عناصر را در نقشه شناختی تعریف کرد: نقاط، موانع، مرزها و راه‌ها، راه‌ها شبیه لینچ بود. موانع شبیه لبه و نقاط شبیه گره‌ها بود. به همین ترتیب اپلیارد شهرها را به‌وسیله عناصر سکانشی یا فضایی ادراک‌شده و ساختاربندی مشخص می‌کند، راه‌ها و گره‌های لینچی، عناصر سکانشی محسوب شده و نشانه‌ها حوزه‌ها و لبه‌ها تقریباً عناصر فضایی هستند. بعد از سال‌ها تصویر موردنظر لینچ در ۱۹۶۰ موردانتقاد قرار گرفت در وهله اول توسط خود لینچ [Lynch, 1960] در کتاب «شکل خوب شهر» با این سؤال که چقدر جمع بستن نقشه‌های ذهنی مردم با زمینه و تجارب مختلف معتبر

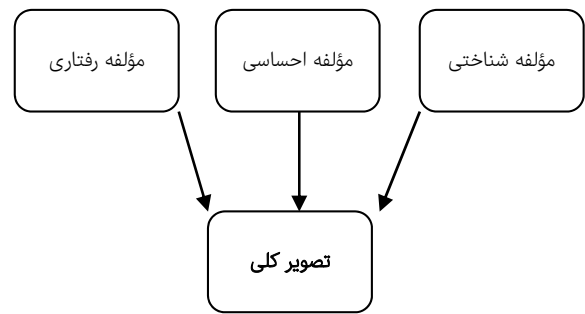


شکل ۳) مدل تصویر اچنر و ریچی [Echtner and Ritchie, 2003]

### تصویر ذهنی ارزیابانه

تصویر از فرد، محیط و روابط جاری بین این دو نشأت می‌گیرد. تصویر ذهنی می‌تواند با ویژگی‌های شخصیتی، فرهنگی، اهداف و انتظارات تغییر کند. ناظر بسته به این ویژگی‌ها، از بعضی متغیرها می‌گذرد، به بعضی دیگر توجه و آنچه را که می‌بیند ارزیابی می‌کند. این ارزیابی می‌تواند برگرفته از ویژگی‌های ظاهری محیط باشد که ارزیابی ابتدایی یا مقدماتی را شکل می‌دهد و یا می‌تواند ناشی از درک معنی محتوایی محیط باشد. در تصویر ارزیابانه ترجیحات و پاسخ‌های حسی افراد موضوع عمده است. به نظر نسر تصویر ارزیابانه ساختاری روان‌شناسانه ارائه می‌دهد که شامل ارزیابی ذهنی احساسات در مورد محیط است. تصویر ارزیابانه شامل دو نوع متغیر است: «جنبه‌های بصری فرم شهر» و «پاسخ‌های ارزیابانه انسان» [Nasar, 1998: 25]. نسر در پی یافتن معنا با ارزیابی افراد از محیط بصری اطرافشان بود در واقع او به‌جای اینکه خوانایی یا نمایانی عوامل کالبدی در سطح شهر را مورد بررسی قرار دهد علت و چرایی محیط بصری دوست‌داشتنی یا مهربان‌گیری را جستجو می‌کرد تا از این طریق معنای نهفته در ذهن ناظر را کشف کند. مفهوم معنا کاملاً مفهومی مهم و پیچیده در روانشناسی محیطی است. افراد به اجسام معنی می‌دهند مطابق آنچه فکر و احساس می‌کنند [Hal, 1977] و با توجه به آن، به جسم اهمیت نسبی می‌دهند [Rapoport, 1977]. تعدادی از نظریه‌پردازان مفهوم معنا را از طریق طبقه‌بندی کردن تعریف کردند. گیپسون آن را به شش گروه شامل هسته اولیه (آنی و ابتدایی)، کاربرد (عملکرد و سودمندی)، معنای ابزاری (پاسخگو به عملکرد و کاربردهای ویژه)، ارزش و معنای عاطفی، معنای نشانه‌ای، معنای نمادین یا رمزی طبقه‌بندی کرد [Matlabi, 2001: 56]. راپاپورت معنا را دارای سه سطح می‌داند که پایین‌ترین آن معنای دلالتی است: که با درک موضوع مطابقت دارد، سطح متوسط معنا، معنای ضمنی است که به ارزش‌های حسی مربوط به موضوع اشاره دارد و بالاترین سطح معنا، معنای انتزاعی است که نسبت به ارزش‌های گسترده‌تر، کمتر به موضوع اشاره دارد [Massoud et al, 2017: 114]. از جمله روش‌هایی که برای شناسایی معنای تصویر محیط به کار گرفته می‌شود، بر پایه دوست داشتن و کمک به یافتن ترجیحات کاربر در

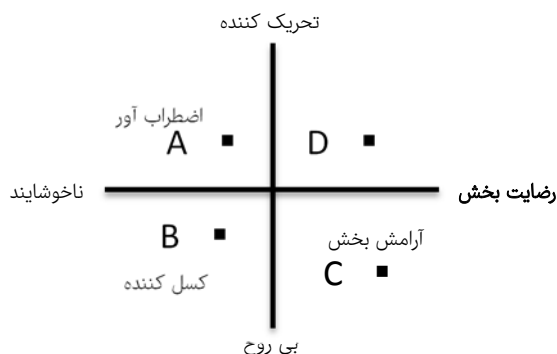
اهداف و سازمان‌های مرتبط با آن توسعه می‌یابد [Gartner, 1996: 457, Martinez et al, 2007: 338] (شکل ۲).



شکل ۲) مؤلفه‌های تصویر از نظر گارتنر [Gartner, 1996: 457]

ماتوس و همکاران [Matos et al, 2012] براساس نظریات مختلف در تصویر مقصد مدلی ارائه دادند که در آن عوامل تشکیل‌دهنده تصویر را به دو بخش غیرقابل کنترل و قابل کنترل تقسیم کردند. از نظر ایشان عوامل غیرقابل کنترل شامل فاکتورهای شخصی (انگیزه، تجربه گذشته) محرک‌های خارجی (ساکنین، فاصله زمانی و فضایی و ارائه‌دهندگان خدمات) و عوامل قابل کنترل شامل محرک‌های خارجی، فعالیت‌های تبلیغاتی، مسیرهای دسترسی و زیرساخت‌های گردشگری است هرکدام از این عوامل به ترتیب تصویر ارگانیک و تصویر القاء شده را تحت تأثیر گذاشته و برآیند این دو بر روی فاکتورهای شناختی، احساسی و رفتاری مطرح شده به‌وسیله گارتنر تأثیر گذاشته و نهایتاً تصویر مقصد را می‌سازد. می‌توان گفت بین اجزای عملکردی و روان‌شناختی تصویر تفاوت وجود دارد، آنگاه که نهادی مثل یک فروشگاه خرده‌فروشی را در نظر می‌گیرد. مشخصه‌های عملکردی به‌عنوان چیزهایی که مستقیماً قابل دیدن یا سنجش هستند تعریف می‌شوند (مثل قیمت‌ها و شکل و شمایل فروشگاه) درحالی‌که مشخصه‌های روان‌شناختی را نمی‌توان مستقیماً سنجش کرد (فضای دوستانه، جو مناسب). اچنر و ریچی در حوزه مطالعات تصویر، سه طیف (۱) کارکردی-روان‌شناختی؛ (۲) ویژگی-کل‌نگر؛ (۳) معمول-منحصر به فرد را نام می‌برد [Echtner & Ritchie, 1991: 40]. برطبق نظرات آنها می‌توان تصویر مقصد را این‌گونه تشریح کرد: تصویر می‌تواند در دامنه‌ای از ویژگی‌های متعارف تا ویژگی‌های خاص قرار گیرد. آن سر طیف که ویژگی‌های متعارف مقصد در آن قرار دارد، اشاره به ویژگی‌های عملکردی و روان‌شناختی دارد که همه مقاصد با آنها مورد مقایسه قرار می‌گیرند. مشخصه متعارف از نوع عملکردی یک مقصد به‌عنوان مثال شامل آب‌وهوا، سطوح قیمت‌ها و زیرساخت‌ها می‌شود. کیفیت خدمات، امنیت و میزان دوستانه بودن محیط نیز از مثال‌های مشخصه متعارف از نوع روان‌شناختی آن هستند. در سر دیگر این دامنه، تصویر مقصد ممکن است شامل ویژگی‌های خاص و رویدادها (مشخصه‌های عملکردی) یا رایحه و حس خاص یک مکان و جو آن مکان، (مشخصه‌های روان‌شناختی) شود (شکل ۳).

و به‌عنوان یک کیفیت عاطفی القاء شده که شخص به‌صورت صریح و شفاهی به آن مکان نسبت می‌دهد. هدف فراهم کردن چارچوب اصطلاحات در دامنه لغات است که شخص برای توصیف کیفیت عاطفی محیط استفاده می‌کند است (شکل ۴).



شکل ۴ ابعاد ارزیابی‌های موثر [Russel & Pratt, 1980: 313]

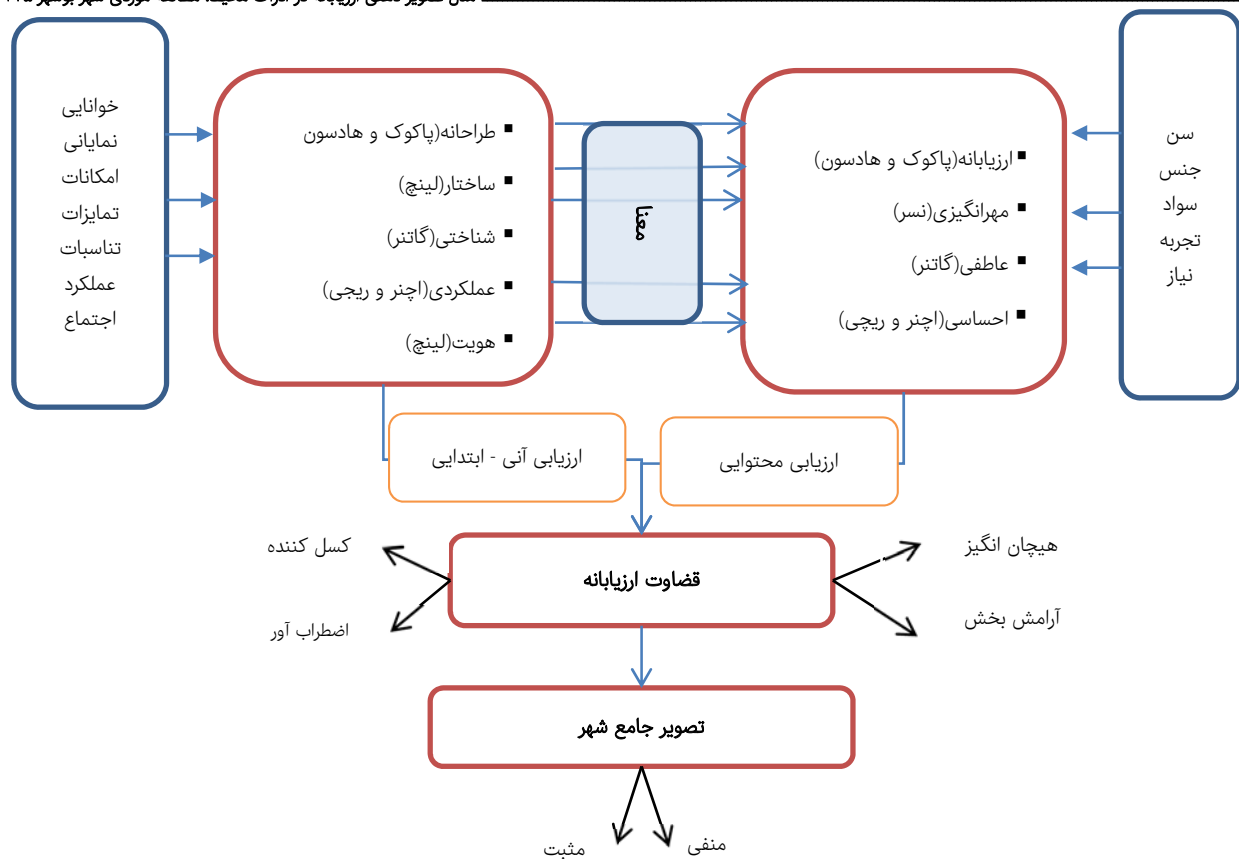
#### مدل مفهومی پژوهش

براساس نظریه‌ها و بررسی‌های صورت گرفته می‌توان مؤلفه‌های شکل‌گیری تصویر را به دو بخش اولیه و ثانویه (مکمل) تقسیم کرد که نتیجه آنها قضاوتی ارزیابانه است که معرف تصویر جامع از شهر است. انسان ابتدا با محیط مواجه می‌شود و ویژگی‌های کالبدی، بصری، عملکردی، تمایزات و هویت محیط را درک و شناسایی می‌کند (مؤلفه اولیه) که به ارزیابی ابتدایی یا آنی منجر می‌شود در مرحله بعد با توجه به ویژگی‌های شخصیتی، فرهنگ، تحصیلات، اهداف و آرزوها و تجارب، معنای مستتر در محیط (معنای ضمنی و نمادین) را کشف می‌کند و این معنا در یک فرآیند روانشناسانه منجر به ارزیابی و بروز عواطف، احساسات و مهرانگیزی می‌گردد (مؤلفه ثانویه یا مکمل). ارتباط و برهم‌کنش هر دو مؤلفه باعث شکل‌گیری قضاوتی ارزیابانه است که با توجه به یافته‌های *راسل* و همکاران [Russel et al, 1981:259]. احساس درونی انسان یا قضاوت او نسبت به محیط است که می‌توان در چهار حالت عاطفی هیجان‌انگیز، کسل‌کننده، آرامش‌بخش و اضطراب‌آور تقسیم شود، هیجان‌انگیز و اضطراب‌آور به ترتیب حد میانه تحریک‌کننده و خوشایندی و تحریک‌کننده و ناخوشایندی است، آرامش‌بخش و کسل‌کننده بودن به ترتیب حد میانه خوشایندی و بی‌روح بودن و ناخوشایندی و بی‌روحو محیط را نشان می‌دهد. بازخورد یا خروجی عوامل و فرآیند فوق باعث شکل‌گیری تصویر جامع یا کل نگرانه شخص نسبت به محیط می‌گردد این تصویر کلیت شهر را نشان می‌دهد، احساس مثبت یا منفی داشتن نسبت به یک شهر به‌صورت کلی، اولین تصویری که از یک شهر در ذهن تداعی می‌شود نشان‌دهنده این تصویر جامع است (شکل ۵)، به‌عبارت‌دیگر آنچه مردم در مورد شهر خود می‌دانند (درک محیطی) و نحوه احساس آنها (حس محیطی) معنای یک محیط را تشکیل و این معنا تصویر ذهنی ارزیابانه و قضاوت ارزیابانه را در پی دارد.

مقیاس‌های مختلف شهری است. این امر باعث می‌شود از یک‌طرف ترجیحات کاربر شناسایی شود و معنای ارزیابانه تصویر شهر برای کاربران مشخص گردد؛ یعنی به‌جای تمرکز بر روی معنا و چیستی آن در محیط، از طریق کاربر و یا ناظر و جستجو در ذهنیت و ادراک او نسبت به محیط به دنبال کشف معنا هستند مانند روش‌هایی که نسر و کاپلان‌ها استفاده کردند. چک نسر که یکی از افراد سردمدار در تصویر ارزیابانه است مدلی برای معیار ارزیابی پیشنهاد داده است. او در (۱۹۹۸) بر تصویر ارزیابانه و کیفیت محیطی تمرکز کرد و مفهوم دوست‌داشتنی (مهرانگیزی) را تشریح کرد و پنج متغیر طبیعی بودن، نحوه نگهداری، دل‌باز بودن، اهمیت تاریخی و نظم را در فرآیند ارزیابی مهم دانست [Nasar, 1989: 78]. کاپلان‌ها نیز چهارچوبی برای ترجیحات محیطی افراد را ارائه دادند، آنها اظهار می‌کنند که یکپارچگی، خوانایی، پیچیدگی و رمز و راز به‌عنوان کیفیت‌های اطلاعاتی محیط‌ها هستند که به ترجیحات مردم برای محیط‌های کالبدی کمک می‌کنند [Tang et al, 2014: 5]. همچنین کلی و اسمیت چهار شاخص طبیعی بودن، سرزندگی، تنوع و وحدت را برای ارزیابی منظر مطرح کردند [Clay & Smidt, 2004].

#### قضاوت ارزیابانه

توصیف کلی و برداشت احساسی و عاطفی از محیط به‌وسیله صفات و واژگانی که در بردارنده معنا و مفهوم آن حس همراه با قضاوتی ارزیابانه است، بیان می‌شود؛ به‌طوری‌که مهرابیان و راسل سه بعد دلپذیری یا رضایتمندی، تحریک‌آمیز یا برانگیختگی و تسلط را برای تشریح ارزیابی انسان از محیط کالبدی ارائه کردند [Baker et al, 2014: 1]. در رشته روانشناسی محیطی دلپذیری، برانگیختگی و تسلط سه بعد پایه و اساسی واکنش‌های عاطفی است که حالت احساسی انسان را نشان می‌دهد. از نظر مهرابیان و راسل [Mehrabian & Russel, 1974] دلپذیری یک طیف دامنه‌داری از درد شدید یا ناراحتی به سوی خوشحالی زیاد است، برانگیختگی را به‌عنوان یک فعالیت ذهنی پنداشته که توصیف‌کننده حالت احساسی در طول دامنه‌ای از خواب به‌سوی هیجان است، تسلط نیز مرتبط با احساسی از کنترل و حدودی که یک فرد در رفتارش احساس محدودیت کند است. *راسل* و همکاران مجموعه‌ای از ۱۰۵ صفت توصیفی متداول را برای ارزیابی احساسی محیط به کار گرفتند پس از بررسی و تحلیل عاملی دو فاکتور رضایتمندی و برانگیختگی را نشان دادند که دارای بیشترین ارتباط با واکنش‌های احساسی افراد در برابر محیط هستند [Russel et al, 1981:259]. قضاوت ارزیابانه به‌عنوان یک محور دوبعدی است که می‌تواند به‌وسیله هشت متغیر در یک نظم و گردش دایره‌ای تعریف گردد. این فضا می‌تواند با دو محور عمود بر هم دوقطبی خوشایند-ناخوشایند و برانگیختگی-بی‌روح یا به همان اندازه محورهای مورب بین محورهای متعامد مانند هیجان‌انگیز، غم‌انگیز، و اضطراب‌آور، آرامش‌بخش که ترکیبی از محورهای اصلی است تعریف گردد [Russell & Pratt, 1980: 311]. احساس در اینجا به‌عنوان احساس بیان‌شده در زبان و کیفیت عاطفی یک محیط کالبدی است



شکل ۵) مولفه های تصویر جامع شهر (مدل مفهومی پژوهش)

اولویت‌گذاری وی است این امر امکان شناسایی محیط خوشایند یا برعکس و دلایل آن که همان معنا است را فراهم می‌کند. از آنجایی که در روش کیفی اشباع نظری مهم است بنابراین روش نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت هدفمند انتخاب شده و حجم نمونه در راستای غنای داده‌ها تا جایی پیش رفت که یافته جدیدی اضافه نشد. بر همین اساس ۹۰ نفر از ساکنین در چند مرحله و تا جایی که گروه‌های مختلف را پوشش دهد، مورد مطالعه قرار گرفت. مصاحبه و پرسش‌نامه نیمه ساختار با سئوالات باز فرصت را برای بیان احساسات و عواطف و مفاهیمی که در ذهن و قلب مخاطب است فراهم می‌کند افراد با بیان تجربیات و ادراکات مطلوب و نامطلوب خود از فضای شهری و توصیف عواطف و احساسات از محیط، ما را در کشف معانی و تصاویر ذهنی ارزیابانه کمک می‌کنند. برای کشف تصویر ذهنی افراد مختلف ابتدا از آنها خواسته شد که هر موقعیتی متمایز (شامل مکانی خاص، خیابان، میدان، پارک و یا هر موقعیتی که آنها احساس کنند نسبت به سایر موقعیت‌ها متمایز است) را نام ببرند این امر دامنه اثرگذار موقعیت‌های متمایز شهر در ذهن مخاطبین را بیان می‌کند در مرحله بعد از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد که در بین موقعیت‌های متمایز فوق آنجایی که احساس بهتری دارند یا برای آنها ناخوشایند است توضیح دهند و دلایل آن را بیان کنند این امر علاوه بر درک و کشف ارزیابی کالبدی و ظاهری محیط (مؤلفه اولیه تصویر) از نظر مخاطبین باعث شناسایی عواطف، احساسات و معانی محیط (مؤلفه ثانویه) نیز می‌گردد، با همپوشانی

این پژوهش برآنست که با مرور و بررسی ادبیات و مبانی نظری شکل‌گیری تصویر به‌خصوص تصویر ارزیابانه، مدلی نظری و مفهومی از فرآیند شکل‌گیری تصویر جامع تدوین و ارائه نماید و به بررسی مؤلفه‌های شکل‌گیری تصویر ذهنی افراد در شهر بوشهر و شناسایی و معرفی موقعیت‌ها و فضاهای مثبت و منفی از دیدگاه شهروندان بپردازد.

### روش‌شناسی

شناسایی تصاویر ذهنی و احساسات و عواطف مربوط به آن از جمله مفاهیمی است که می‌تواند از یک شخص به شخص دیگر متفاوت باشد و به‌سختی با اعداد و ارقام و به روش کمی قابل حصول است، بنابراین در این پژوهش از رویکرد کیفی و دیدگاه پدیدارشناسی استفاده شده است. پدیدارشناسی یک روش کیفی بوده که برای بازشناسی، تفسیر و کشف معانی در اشکال احساسات، عقاید، عواطف و رفتارها انسان‌ها نسبت به یک پدیده یا موضوع مناسب است. همچنین این پژوهش از نظر هدف توسعه‌ای-کاربردی و روش گردآوری داده‌های آن ترکیبی از مطالعات کتابخانه‌ای (نظری) و مطالعات میدانی و پیمایشی (مصاحبه) مبتنی بر پرسش‌نامه نیمه‌ساختاریافته با سئوالات باز و کشف ترجیحات کاربران با استفاده از اصل تکرار مفاهیم موردنظر از درون مصاحبه تحلیل و استخراج شده و در قالب جداول رتبه‌بندی و ارائه شده‌اند. از جمله روش‌ها برای شناسایی ادراک محیط استفاده از ترجیحات کاربر و

نحوه ارزیابی و بار معنایی محیط است که باعث واکنش عاطفی شخص می‌گردد.

جدول ۱) رتبه عناصر متمایز شهر بوشهر در ذهن افراد

رتبه	فراوانی	نام
۱	۸۲	نوار ساحلی
۲	۵۴	بافت تاریخی
۳	۲۵	بازار قدیمی
۴	۲۴	پارک ریشهر
۵	۲۰	پارک شغاب
۶	۱۸	دهکده گردشگری
۷	۱۸	پارک TV
۸	۱۷	گمرک
۹	۱۷	پارک مرجان
۱۰	۱۷	عمارت ملک
۱۱	۱۶	بازار ماهی‌فروش‌ها
۱۲	۱۶	اسکله جفره
۱۳	۱۶	چهارباندی
۱۴	۱۳	میدان امام

موقعیت‌های متمایز و رتبه‌بندی آنها، احساسات و عواطف مشترک متصل به موقعیت‌ها می‌توان به تصویر ذهنی ارزیابانه مشترک افراد رسید که در مجموع تصویر جامع و کلیت شهر را می‌رساند. استان بوشهر در جنوب غرب کشور واقع شده که از سمت شمال به استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد از طرف شرق به استان فارس و از سمت جنوب به استان هرمزگان و از سمت غرب به خلیج فارس منتهی می‌گردد. قلمرو پژوهش به لحاظ مکانی شهر بوشهر بوده است. شهر بوشهر مرکز استان بوشهر و شبه‌جزیره‌ای است که از سه طرف به وسیله خلیج فارس احاطه شده و دارای مساحتی بالغ بر ۸۰۰۰ هکتار است، دو پایگاه نیروی هوایی و دریایی آن را به دو بخش شمالی و جنوبی تقسیم می‌کند مساحت این پایگاه‌ها ۳۰۰۰ هکتار از مساحت شهر را در برمی‌گیرد در سال‌های اخیر توسعه جدید و مسکن مهر بخش سوم شهر را شکل داده است. به‌طور کلی شهر بوشهر دارای بافتی منفصل و پراکنده است که هسته اولیه آن در بخش شمالی و سکونتگاه‌های غیررسمی در بخش جنوبی شهر قرار دارد. ۳۸ هکتار بافت ارزشمند تاریخی در منتهی‌الیه شمالی آن، گمرک و منطقه بنادر و کشتیرانی و ابنیه و کنسولگری‌های تاریخی پراکنده در سطح شهر به همراه ۱۰ کیلومتر نوار ساحلی و ۴۵۶ هکتار سکونتگاه‌های غیررسمی از ویژگی‌های خاص شهر است.

## یافته‌ها

محیط با مظاهر خاص خود جلوه‌گر می‌شود و در یک ارتباط متقابل رابطه‌ای در ذهن ناظر بین او و تجاربتش به وجود می‌آورد، عناصر محیط (کالبدی، طبیعی، اجتماعی) هرچقدر متمایزتر و خواناتر باشد در ذهن ناظر ماندگارتر است و این عناصر بخش جدایی‌ناپذیر تصویر از نظر شخص می‌گردد؛ بنابراین در مرحله اول جهت شناسایی تصویر ذهنی مشترک افراد از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد با توجه به شناختی که از شهر دارند عناصر، ویژگی‌ها و موقعیت‌های متمایزی که در ذهنشان وجود دارد را بیان کنند. در این مرحله تصویر ذهنی اشخاص بدون هرگونه تفسیر شناسایی شد، این امر باعث می‌شود مؤلفه‌های اولیه تصویر ذهنی کشف گردد. از آنجایی که در هر شخص با توجه به ویژگی‌های شخصیتی و سایر عوامل تصویر منحصر به فردی دارد اما زمینه اجتماعی و فرهنگی مشترک در کنار بستر مشترک محیط، اشتراکات در تصویر افراد را فراهم می‌سازد این امر زمینه را برای شناسایی تصویر جمعی یا عمومی که در این مطالعه مهم است فراهم می‌کند لذا با استفاده از روش رتبه‌بندی و میزان تکرار موقعیت‌ها توسط اشخاص رتبه‌بندی انجام شد و موقعیت‌هایی که کمتر از ده نفر به آن اشاره کرده بودند از لیست حذف گردید و موقعیت‌ها یا عناصری که بیشتر افراد به آن اشاره کردند رتبه‌بندی و مشخص گردید. نوار ساحلی، بافت تاریخی، بازار قدیمی و پارک ریشهر در رتبه‌های اول تا چهارم با قرار گرفتن (جدول ۱). موقعیت‌های عناصر متمایز در ذهن افراد در شکل ۶ ترسیم شده‌است. این امر تصویری ذهنی افراد بدون ارزیابی را تعیین می‌کند؛ اما آن چیزی که در فرآیند ادراک محیط مهم است



شکل ۶) موقعیت عناصر متمایز شهر بوشهر در ذهن افراد

برای کشف معنا و شناسایی تصویر ذهنی ارزیابانه از روش شناسایی ترجیحات ناظر استفاده شد. بدین منظور از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد از بین عناصر و موقعیت‌های متمایزی که در ذهنشان است آنهایی را که دوست دارند و یا احساس خوشایندی نسبت به آن دارند و همچنین موقعیت‌هایی را که دوست ندارند را بیان کنند سپس از آنها خواسته شد دلیل انتخاب خودشان را بیان کنند و چه

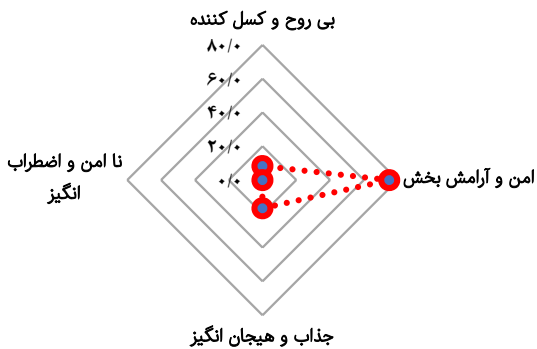




شکل ۷) موقعیت عناصر غیر دوست‌داشتنی شهر بوشهر از نظر افراد



شکل ۸) موقعیت عناصر غیر دوست‌داشتنی شهر بوشهر از نظر افراد



شکل ۹) نمودار قضاوت ارزیابانه نسبت به کلیت شهر بوشهر در سال ۱۳۹۷

احساسی در مورد آن دارند. این امر باعث شناسایی معنا و ارزیابی عاطفی افراد نسبت به موقعیت‌های مورد نظر گردید. با رتبه‌بندی مکان‌ها براساس اظهار مصاحبه‌شوندگان موقعیت‌های دوست‌داشتنی و غیر دوست‌داشتنی شهر شناسایی شد (جدول ۴ و ۵). نوار ساحلی، بافت تاریخی و پارک ریشهر سه موقعیت دوست‌داشتنی در ذهن افراد جدول ۲ و سکونتگاه‌های غیررسمی، خیابان طالقانی و خیابان سنگی موقعیت‌های غیر دوست‌داشتنی جدول ۳ معرفی شدند.

اشکال ۷ و ۸ موقعیت عناصر دوست‌داشتنی و غیردوست‌داشتنی را نشان می‌دهد. قضاوت ارزیابانه و یا احساسات کلی که پس از شناخت و ارزیابی مکان شکل می‌گیرد نشان‌دهنده باور و احساس درونی نسبت به یک مکان و یا شهر هست در این مرحله از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد که نظر خود را در مورد اینکه شهر بوشهر را متناسب با کدام مورد از واژه‌های امن و آرامش‌بخش، جذاب و هیجان‌انگیز، بی‌روح و کسل‌کننده و ناامن و اضطراب‌انگیز می‌دانند بیان کنند همان‌گونه که مشاهده می‌شود مصاحبه‌شونده‌ها شهر را دارای محیطی امن و آرامش‌بخش می‌دانند این خصوصیت با بررسی‌های تصویر ذهنی که در صفحه‌های قبل بیان شد ارتباط نزدیکی دارد (شکل ۹).

جدول ۲) رتبه عناصر غیر دوست‌داشتنی بوشهر از نظر افراد

رتبه	فراوانی	نام
۱	۸۲	سکونتگاه غیررسمی
۲	۵۴	خیابان طالقانی
۳	۲۵	خیابان سنگی
۴	۲۴	خیابان عاشوری
۵	۲۰	کوی صلح آباد
۶	۱۸	کوی فضیلت
۷	۱۸	بازار قدیم
۸	۱۷	بازار ماهی فروش ها
۹	۱۷	پایگاه های نظامی
۱۰	۱۷	تقاطع غیرهم سطح
۱۱	۱۶	بیمارستان خلیج فارس
۱۲	۱۶	اسکله جفره
۱۳	۱۶	پیاده روهای شهر

جدول ۳) رتبه عناصر دوست‌داشتنی بوشهر از نظر افراد

رتبه	فراوانی	نام
۱	۵۴	نوار ساحلی
۲	۳۹	بافت تاریخی
۳	۲۳	پارک ریشهر
۴	۱۵	پارک TV
۵	۱۴	خیابان فرودگاه
۶	۱۲	اسکله جفره
۷	۱۲	دهکده گردشگری
۸	۹	پارک شغاب
۹	۶	مدرسه سعادت
۱۰	۶	پیاده راه لیان
۱۱	۶	بازار قدیم
۱۲	۵	پارک مرجان

نام	مؤلفه اولیه	مؤلفه ثانویه	قضاوت ارزیابانه
نوار ساحلی	شنا، امکانات تفریحی، محل مناسب برای نشستن (بعد عملکردی)، ارتباط مستقیم با دریا (ساختار)	احساس آرامش، احساس آزادی، زیبایی، غروب آفتاب، امنیت، احساس آشنایی (مهرانگیزی، نظم، معنای عاطفی، جوی دوستانه)	آرامش‌بخش
بافت تاریخی	معماری سنتی، مصالح بومی، بافت دست‌نخورده، کوچه‌های سنگفرش شده، کافه‌های سنتی (ساختار و هویت)	خاطره‌انگیزی، احساس دوستانه و خودمانی، (معنای نمادین، معنای تاریخی)	آرامش‌بخش
پارک ریشهر	صخره‌ای بودن، طراحی مناسب، ارتفاع و تسلط به دریا، (ساختار، بعد طراحانه)	افقی بی‌انتهای، زیبایی و پاکیزگی، ارتباط مستقیم با دریا، لمس ماسه‌های نرم و آب‌های ولرم (بعد ارزیابانه، معنای عاطفی، طبیعی بودن)	آرامش‌بخش
پارک TV	محل مناسب برای شنا، نزدیکی به مرکز شهر، دسترسی آسان، نزدیکی به امکانات رفاهی، طراحی مناسب (بعد عملکردی و طراحانه)	در مجاورت با بافت تاریخی و احساس خوشایند هنگام نظاره جداره، طراحی زیبا، ویو و دید خوب به دریا، دل‌بازی، (دل‌بازی، مهرانگیزی، خاطره‌انگیزی)	هیجان‌انگیز/ آرامش‌بخش
خیابان فرودگاه	طبیعت سرسبز، نورپردازی عالی، ترکیب گیاهان و درختان مختلف، پوشیده‌شدن خیابان از شاخ و برگ درختان (بعد طراحانه و شناختی)	معنای ضمنی (طبیعی بودن)، معنای عاطفی (لذت و دوست‌داشتنی)، احساس تنوع و پیچیدگی فضا	هیجان‌انگیز

نام	مؤلفه اولیه	مؤلفه ثانویه	قضاوت ارزیابانه
سکونتگاه غیررسمی	ازدحام، شلوغی، ساخت‌وساز غیرمجاز و بدریخت، کوچه‌های نامنظم، منطقه توسعه‌نیافته، (عملکردی و طراحانه و ساختار، بعد شناختی)	نامنی، احساس غریبگی، بی‌نظمی (معنای ضمنی)	اضطراب‌انگیز
خیابان طالقانی	ترافیک عبوری تند، کارگاه‌ها و تعمیرگاه، تابلوهای متنوع و بدشکل، جداره نامتوازن، پیاده‌رو اشغال‌شده توسط تعمیرکارها، (طراحانه و عملکردی)	سیما و منظر نامناسب، احساس دلهره، نازیبایی، نامنی (معنای ضمنی، غیر دوست‌داشتنی)	اضطراب‌انگیز
خیابان سنگی	ترافیک زیاد، عدم وجود پارکینگ، ساختمان پزشکان متعدد (عملکردی، طراحانه)	احساس بی‌حوصلگی، غیر جذاب، عدم احساس آرامش (معنای ضمنی)	اضطراب‌انگیز
خیابان عاشوری	ترافیک، عرض کم خیابان،	سیما منظر نازیبا، شلوغی و ازدحام و عدم جذابیت	کسل‌کننده/اضطراب‌انگیز

## بحث

ریشهر به دلیل موقعیت (ارتفاع، دید)، عملکرد (شنا، ساحل ماسه‌ای)، معنای ضمنی و احساس آزادی، رها بودن و لمس را در پی داشته این موقعیت نیز قضاوت آرامش‌بخشی را نشان داده است. موقعیت‌های ناخوشایند مانند سکونتگاه‌های غیررسمی بعد طراحانه محیط غلبه داشته و معنای ضمنی احساس ترس، عدم امنیت و قضاوت اضطراب‌انگیزی را در پی داشته، خیابان طالقانی بعد طراحانه (سیما و منظر نازیبا) بعد عملکردی (ترافیک عبوری و تعمیرگاه)، معنای ضمنی و ارزیابی غیر دوست‌داشتنی و قضاوت اضطراب‌انگیز را در پی داشته است. خیابان سنگی بعد عملکردی آن (ترافیک و ازدحام)، معنای ضمنی و استنباط غیر دوست‌داشتنی و احساس دلهره و قضاوت اضطراب‌انگیز را نشان می‌دهد. می‌توان گفت در شهر بوشهر دریا و نوار ساحلی شهر و پارک‌های مجاور دریا مهم‌ترین عناصر تشکیل‌دهنده تصویر ذهنی افراد است به‌طوری‌که تصویر خوشایندی که افراد از شهر بوشهر دارند برگرفته از دریاست و نه ساختار کالبدی درون شهر به‌نوعی می‌توان گفت عنصری طبیعی با عنوان دریا و ایجاد معنای آزادی و امنیت و آرامش‌بخشی بیشترین تأثیر را در ذهن افراد داشته در کنار آن بافت تاریخی با ایجاد حس غرور، اصالت و خاطره‌انگیزی در رتبه بعدی قرار دارد. برخلاف روش ارزیابانه نسر که معنا و ارزیابی ناشی از آن را صرفاً به

این پژوهش با بررسی مؤلفه‌های تصویر از نظر محققان مختلف، به مدل جامع شکل‌گیری تصویر بخصوص با دید ارزیابانه دست‌یافت. در این مدل مؤلفه‌های اولیه شامل ساختار، هویت (منحصربه‌فردی)، بعد طراحانه و شناختی، ویژگی‌ها و بعد عملکرد محیط در ارتباطی دوسویه با شخص بستری برای شکل‌گیری مؤلفه ثانویه (مکمل) که شامل مهرانگیزی، بعد عاطفی و ویژگی روان‌شناسانه محیط است ایجاد می‌کند. شخص با دریافت و شناخت مؤلفه اولیه، پس از ارزیابی آنی و ابتدایی با کشف و دریافت معنا به ارزیابی محتوایی محیط می‌پردازد این امر قضاوتی به همراه دارد که نتیجه خوشایندی یا نارضایتی نسبت به محیط است. نوار ساحلی در شهر بوشهر به دلیل مؤلفه عملکردی (امکانات و تسهیلات محیط مانند پیاده‌روی، دوچرخه‌سواری، نشستن، امکانات رفاهی) و طراحانه (نظم، پاکیزگی) و ویژگی طبیعی (موقعیت، دید)، معنای ضمنی و عاطفی صمیمانه و امنیت و آرامش را انتقال داده که در ارتباط با مؤلفه ثانویه قرار می‌گیرد این دو قضاوتی از محیط با عنوان آرامش‌بخشی را بروز داده است. همچنین بافت تاریخی مؤلفه منحصربه‌فردی، ساختار و طراحانه معنای نمادین و تاریخی و ارتباطی عاطفی با شخص برقرار می‌کند، قضاوت در مورد این موقعیت آرامش‌بخش بوده است. پارک

- Bakker I, Voordt TVD, Boon JD, Vink P (2014). Pleasure, arousal, dominance: Mehrabian and Russell revisited. *Current Psychology*. 33(3):405-421.
- Clay GR, Smidt RK (2004). Assessing the validity and reliability of descriptor variables used in scenic highway analysis. *Landscape and Urban Planning*. 66(4):239-255.
- Echtner CM, Ritche JRB (1991). The meaning and measurement of destination image. *Tourism Studies*. 2(2):2-12.
- Fakaye PC, Crompton JL (1991). Image differences between prospective, first-time and repeat visitors to the lower Rio Grande valley. *Journal of Travel Research*. 30(2):10-16.
- Gartner W (1996). *Tourism development: Principles, processes and policies*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Khezer Nejad B, Heidari Chianeh R (2016). Analysis of effective factors in the formation of destination image of urban tourism - case study: City of Urmia. *Urban Study*. 6(21):5-16. [Persian]
- Golkar K (2008). Conceptual evolution of urban visual environment, from cosmetic approach through to sustainable approach. *Environmental Sciences*. 5(4):95-114. [Persian]
- Kara B (2013). Landscape design and cognitive psychology, world conference on psychology and sociology 2013. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 83:88-291.
- Lynch K (1960). *The Image of the city*. 1<sup>st</sup> Edition. England: Massachusetts Institute of Technology.
- Lang J (1987). *Creating architectural Theory*. 1<sup>st</sup> Edition. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Matos N, Mendes J, Pinto P (2012). Revisiting the destination image construct through a conceptual model. *Dos Algarves*. 21:101-117.
- Matlabi Gh (2002). Environmental psychology, new knowledge in the service of architecture and urban design. *Honar-Ha-Ye-Ziba*. 10(0):52-67. [Persian]
- Martin SH, Rodriguez Del Bosque IA (2008). Exploring the cognitive-affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation. *Tourism Management*. 29(2):263-277.
- Massoud M, Ghalenoe M, Shokouhi M (2017). Examining the order of urban blocks from the perspective of environmental perception in comparison between 2 districts: Khaneh-Esfahan and Mardavij of Isfahan. *Armanshahr Architecture & Urban Development*. 10(18):111-120.
- Martinez-Luque T, Del Barrio Garcia S, Ibanez-Zapata JA, Rodriguez Molina MA (2007). Modeling a city's image: The case of Granada. *Cities*. 24(5):335-352.
- Nassar JL (1997). *Evaluative image of the city*. New York: SAGE.
- Pocock D, Hudson R (1978). *Images of the urban environment*. London: Macmillan.
- Rapoport A (1977). *Human aspects of urban form: Towards a man- environment approach to urban form and design*. 1<sup>st</sup> Edition. Oxford: Pergamon Press.
- Richard G, Wilson J (2004). The impact of cultural events on city image: Rotterdam, capital of europe 2001. *Urban Studies*. 41(10):1931-1951.
- Russell JA, Ward LM, Prat J (1981). Affective quality attributed to environments, a factor analytical study. *Environment and Behavior*. 13(3):259-288.
- Russell JA, Pratt G (1980). A description of affective quality attributed to environments. *Personality and Social Psychology*. 38(2):311-322.

کیفیت کالبدی محیط نسبت می‌داد در این پژوهش ثابت شد که بعد طبیعی محیط و ویژگی‌های عملکردی آن تأثیر به‌سزایی در ارزیابی افراد دارد؛ اما در مورد تصویر کلی شهر که باور و احساسات درونی نسبت به کلیت شهر است اکثر مصاحبه‌شوندگان به‌اتفاق جنبه موقعیت‌های مثبت و احساس مثبت امن و آرامش‌بخش را اظهار داشتند که وجه آرامش‌بخشی دریا در ذهنیت افراد نسبت به شهر مشهود است.

## نتیجه‌گیری

محیط یک کالبد صلب و فاقد معنا نیست، کاربرد در ارتباط با آن براساس ویژگی‌های شخصیتی، تجارب و فرهنگ داده‌ها را از محیط کسب می‌کند و با کشف معنا، از نظر احساسی و عاطفی با محیط درگیر می‌شود این امر حس خوشایندی یا ناخوشایندی را تحریک می‌کند بنابراین مدیران شهری، طراحان و برنامه‌ریزان به‌جای برنامه‌ریزی از بالا به پایین نیاز به درک ترجیحات افراد و شناخت ادراک محیطی آنها در جهت ارائه طرحی متناسب با نیازهای روانشناسانه افراد دارند. تصاویر ارزیابانه مثبت، وفاداری به محیط یا شهر را تضمین کرده که این امر در جهان رقابتی امروز می‌تواند با ماندگاری شهروندان، احساس غرور آنها از زندگی در شهر و جذب گردشگران و بازدیدکنندگان مثر ثمر باشد. نتایج این پژوهش کمک می‌کند طراحان و برنامه‌ریزان و همچنین مدیران شهری به‌خصوص شهرداری بوشهر با شناسایی ترجیحات کاربران و ارزیابی و ارزشیابی آنها، ویژگی‌ها و فاکتورهای محیط دوست‌داشتنی و غیر دوست‌داشتنی را درک کنند و نسبت به تقویت تصویر جمعی و بالابردن رضایتمندی از محیط گام بردارند.

**تشکر و قدردانی:** موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

**تأییدیه اخلاقی:** موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

**تعارض منافع:** موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

**سهم نویسندگان:** مهران علی‌الحسابی (نویسنده اول)، پژوهشگر کمکی/نظریه‌ها/روش‌شناسی (۵۰٪)؛ غلامرضا مرادی (نویسنده دوم)، پژوهشگر اصلی/نگارنده بحث (۵۰٪)

**منابع مالی:** این مقاله مستخرج از پایان‌نامه غلامرضا مرادی با عنوان تبیین ارتباط تصویر ذهنی ارزیابانه در راستای برندسازی شهری در مقطع دکتری، گروه شهرسازی دانشگاه علم و صنعت ایران بارانمایی آقای دکتر علی‌الحسابی است.

## منابع

- Barati N, Kakavand E (2013). Comparative evaluation of the environmental quality of residential place with an emphasis on citizens' image (case study: Qazvin city). *Honar-Ha-Ye-Ziba*. 18(3):25-32. [Persian]
- Barati N, Soleimani Nejad M (2011). Perception of stimuli in controlled environment and gender impact on it case study: Faculty of architecture and urbanism students at the International University Of Imam Khomani, Qazvin, Iran. *Bagh-E Nazar*. 8(17):19-30. [Persian]

urban image. *Geographical Analysis*. 25:2.

Tang ICh, Sullivan WC, Chang C (2014). Perceptual evaluation of natural landscapes: The role of the individual connection to nature. *Environment and Behavior*. 47(6):1-23.

Vaez Eslami S, Burke M, Fard TA (2016). Urban form and wayfinding: Review of cognitive and spatial knowledge for individuals navigation. *Proceeding of 38th Australasian Transport Research Forum*. Melbourne, Australia.

Shahcheraghi A, Bandarabad A (2016). Environed in environment, application of environmental psychology in archtiecture and urban design. *Proceeding of the First National Conference on Knowledge-Based Architecture and Urbanism*. Tehran: Academic Center of Education Culture and Research. [Persian]

Sohrabian G, Habib F (2016). Aesthetics component of urban night scape. *Urban And Rural Management*. 14(41):187-204. [Persian]

Stern E, Krakoner S (1993). *The formation of composite*