

مدرسهٔ تئاتر

شماره ۴۷ تابستان ۹۶

No.47 Summer 2017

۲۷۷-۳۰۰

زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۶/۳/۱

زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۶/۱۲

فرآیند تبیین پدیدارنگاری ابعاد مفهوم دلستگی مکانی به روش استخراج معانی تصویری خودنگار

آرمان جهانگیری - دانشجوی دوره دکتری، گروه شهرسازی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

جهانشاه پاکزاد* - استاد دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه شهید بهشتی تهران، ایران.

علیرضا عندلیب - دانشیار دانشکده هنر و معماری، گروه شهرسازی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

Phenomenography explain the meanings of the concept of place attachment extraction of video self-portrait

Abstract

Today, the concept of attachment to the place due to its role in explaining and predicting human behavior in urban environments; Highly regarded behavioral scientists, city planners, particularly in the field of tourism in the world; This concept in urban design, it is important that the relationship between characteristics of environment, a place of satisfaction, self-protection of the environment and interest in revisiting the transition effects. According to the recent introduction of the concept of geographical studies and psychology and urban studies multiplicity of definitions continue to respect the substantive aspects of it there is no consensus. And factors in the formation of this concept are included in a public space such as urban coastal strip specify. To this end, the first phases of the coastal city of Bushehr Twelve of the local residents were asked to use the camera in places that are important to them. And to those interested the captured image. And then in the second stage in semi-structured interviews, in-depth interviews reasons for the choice of location were questioned. The result is then collected, encoded and the concept of call in the application MAX-QDA, the presence of twelve categories described in four categories of experience attachment phenomena mechanistic with the definitions provided in the identification of the location (local identity), ease of doing favorites (dependent on location), experience optimal social relations (social connections) and emotional response location (emotional bonds) is categorized by location. Therefore, an analysis of the concept of attachment to place in the coastal city of Bushehr on the attachment location next four matches.

Keywords: attachment location, environmental psychology, journalism emerged, meaning the extraction of video self-portrait, urban design.

امروزه مفهوم دلستگی به مکان با توجه به نقشی که در تبیین و حتی پیش‌بینی رفتار انسان در محیط‌های شهری دارد، بسیار مورد توجه محققان علوم رفتاری، طراحان شهری و بویژه پژوهشگران حوزه گردشگردی قرار گرفته است. این مفهوم در طراحی فضاهای شهری به آن جهت اهمیت دارد که در رابطه میان ویژگی‌های طراحانه محیط، رضایتمندی مکانی، حفاظت خود انگیخته از محیط و علاقه به بازدید مجدد محیط اثر گذار است. با توجه به تازه‌بودن ورود این مفهوم از مطالعات جغرافیایی و روانشناسی به مطالعات شهری و نیز تعدد و تکثیر تعاریفی که در این حوزه ها از آن به میان آمده، کماکان در خصوص ابعاد ماهوی آن اجتماعی وجود ندارد. لذا این مقاله در سعی دارد به روش کیفی و برایکرد پدیدارنگاری و بهره گیری از تکنیک استخراج معنای تصویری خودنگار به بررسی شکل گیری ابعاد مفهوم دلستگی مکانی در فضاهای ساحلی شهری پرداخته و مجموعه عواملی که در شکل گیری این مفهوم در یک فضای همگانی مانند نوار ساحلی شهری موثرند را مشخص نماید. برای این منظور، در مرحله اول از دوازده نفر از ساکنین بومی شهر ساحلی بوشهر خواسته شد که با استفاده از دوربین عکاسی از مکان هایی که برایشان مهم است و به آن علاقه دارند، عکس گرفته و سپس در مرحله دوم در مصاحبه هایی نیمه ساختار یافته، دلایل انتخاب مکان ها در مصاحبه های عمیق مورد پرسش قرار گرفت. نتیجه حاصله پس جمع آوری، کد گذاری و مفهوم سازی پاسخ ها در نرم افزار MAXQDA، حاکی از وجود دوازده طبقه توصیفی در چهار طبقه مفهوم در تجربه پدیده دلستگی مکانیست که با تعاریف ارائه شده، در گروه های هویت یابی از مکان (هویت مکانی)، سهولت انجام فعالیت دلخواه (وابستگی مکانی)، تجربه روابط اجتماعی مطلوب (پیوندهای اجتماعی) و پاسخدهی عاطفی مکان (پیوندهای عاطفی) با مکان قابل دسته بنده است. فلذ الگوی تحلیلی مفهوم دلستگی به مکان در نوار ساحلی شهر بوشهر بر مدل چهار بعدی دلستگی مکانی مطابقت دارد.

واژگان کلیدی: دلستگی مکانی، روانشناسی محیط، پدیدارنگاری، استخراج معنای تصویری خودنگار، طراحی شهری.

* نویسنده مسئول مکاتبات، شماره تماس: ۰۹۱۲۱۱۶۴۸۷۲، رایانه: jahanshahpakzad.u@gmail.com

این مقاله برگرفته از رساله دکتری شهرسازی نویسنده اول با عنوان «بازشناسی دلستگی مکانی در فضاهای ساحلی شهری با تاکید بر روابط متقابل کالبد و فعالیت - نمونه موردی: نوار ساحلی شهری بوشهر» است که به راهنمایی دکتر جهانشاه پاکزاد در دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات به انجام رسیده است.

۱- مقدمه

انجام شده، کماکان موضوع ابعاد ماهوی آن بویژه در حوزه ویژگی های کالبدی و فعالیتی محیط، بدليل توجه صرف به پژوهشگران (عمدتاً روانشناس) به فرایندهای روانشناسی انسان در مواجه با مکان، مغفول و مجھول مانده است [۱]. از این رو این پژوهش سعی دارد با رویکردی پدیدارنگارانه، با روش استخراج معانی تصویری خودنگار و دریافت شده از مخاطب مکان (سپس تجربه آن به عنوان یک پدیدار)، فرآیند اثرگیری و اثرگذاری دلستگی به مکان در فضاهای ساحلی شهری را تبیین و تفسیر نماید.

۲- دیدگاه های نظری و چارچوب مفهومی پژوهش

۲-۱- مفهوم دلستگی مکانی و ابعاد آن
مفهوم دلستگی مکانی با ریشه گرفتن از نظریه دلستگی جان بولبی در خصوص شناخت سیستم های کنترل رفتاری کودک و مادر در روانشناسی و سپس از درون مفهوم حس مکان در مطالعات توان، بیرون آمده است [۱۲]. توان حس مکان را به عنوان رابطه عاطفی، معنا دار و بسیار عمیق با فضا بین یک فرد و یک مکان خاص و مفهوم مکان را به عنوان بستری معنادار برای تجربیاتی که شخص در ارتباط با خود و یا آن محیط دارد، معرفی می کند [۱۳]. پروشانسکی و همکارانش حس مکان را به عنوان پیوست و یکپارچگی روانشناسانه و یا شناختی با فضاها و محیط های جغرافیایی معرفی کرده اند [۱۴]. موضوع دلستگی به مکان ابتداً در پژوهش های پدیدار شناسانه ای که به موضوع ارتباط میان مردم و خانه و مکان های مقدس می پرداختند، به صورت جدی دنبال شد [۱۵] که در آنها واژه دلستگی مکانی به منظور توصیف پدیده تعامل و پیوندهای متعدد عاطفی که مردم با مکان های خاص (مثلًاً عبادتگاه ها) شکل می دهند، بکار رفت [۱۶]. با اینکه مفهوم واژه دلستگی مکانی در طول چهل سال اخیر در علوم مختلفی (از روانشناسی محیطی تا جغرافیای انسانی) مطرح

یکی از مهمترین مباحثی که در حوزه طراحی فضاهای شهری مطرح می شود، رابطه انسان با محیط پیرامونی اش از دیدگاه روانشناسی است. اینکه فرد در قالب چه سیستمی خود را در پیوندی عاطفی با محیطش در یافته و به آن دلبسته می شود، پرسشی است که تاکنون پژوهشگران حوزه ای مختلف علمی، سعی در یافتن پاسخی در خور برای آن داشته اند. از آنجایی که اخیراً در رویکردی پر شتاب پژوهش های متعددی (در بررسی جامعی که در سال ۲۰۱۱ از تعداد مطالعات چهار دهه اخیر در حوزه مکان صورت گرفت، نشان داده شد که بیش از ۶۰ درصد از حدود چهارصد پژوهش مورد بررسی، در یک دهه اخیر نگارش شده اند [۱])، به تبیین مفهوم و کاربرد مفهوم دلستگی مکانی بر ساخت پیوند های اجتماعی و ایجاد هویت فردی و جمعی در افراد پرداخته اند [۴-۲]، اهمیت این مقوله در شکل گیری هرچه بیشتر تعاملات اجتماعی در فضاهای شهری هویدا می شود. همچنین مطالعات نشان می دهد که فضاهای شهری باز، سبز و همگانی به واسطه انواع ویژگی های مطلوب کالبدی شان (اعم از طبیعی و مصنوع) و یا فرصا انجام فعالیت های مختلف، بسترهای موثر تری برای شکل گیری حس تعلق به مکان نسبت به انواع دیگر فضاهای شمار می آیند [۸-۵]، بنابراین شناسایی مولفه هایی که رابطه خاص احساسی میان افراد و این گونه فضاهای را شکل می دهد، برای طراحان و برنامه ریزان شهری لازم و ضروریست. علاوه بر حوزه شهرسازی، اهمیت این پدیده در سایر دانش های مرتبط با رفتار جمعی افراد نسبت به محیط مانند برندهسازی مکانی و مدیریت گردشگری، حوزه سلامت اجتماعی، رفتار سفر و نیز مدیریت رفتارهای خود انگیخته محیطی افراد، قابل رد یابیست [۱۱-۹]. با این حال، با وجود مطالعات متعددی که بویژه در دو دهه گذشته در خصوص ماهیت، مولفه های اثرگذار احஸسی در ارتباط با انسان و دلستگی به مکان

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۷۸

و تکامل یافته است، ولی اساساً دلبستگی مکانی به پیوندی اطلاق می شود که میان اشخاص و محیط شان به صورت معنا داری اتفاق می افتد اطلاق می شود [۱۷] (در مقابل آن می توان بیگانگی مکانی را که ارزیابی منفی از مکان داشته و خود را از آن میرا دانسته و از نتیجه تعامل با آن مکان رضایت نداشته اند، قرار داد). با وجود تعاریف مختلف و عدم وجود توافق جامع در بین محققین در طول بیش از چهل سال پژوهش در این حوزه، در تعریفی ساده و متأخر، اسکنل و گیفورد با استناد به آثار لاو و آلتمن در سال ۱۹۹۲ و گیلیانی در سال ۲۰۰۳ دلبستگی مکانی را رابطه ای عاطفی میان فرد و محیط خاص و به شکل پیوندی سه بخشی میان شخص و محیط (جغرافیایی و یا ذهنی-معنایی) و فرآیندهای روانشناسانه فی ما بین معرفی کردنند [۱۶, ۱۷].

مطالعات متعددی سعی در مشخص ساختن ابعاد ماهوی مفهوم دلبستگی مکانی و معیارهایی که به برقراری این پیوند منجر می شوند، داشته اند [۱۸-۲۴]. نتیجه این مطالعات به دلیل ورود پژوهشگران از حوزه های علمی مختلف (از روانشناسی تا جغرافیا) نتایج متعددی را نیز به همراه داشته و سبب شده که تا کنون تعریف مشخصی از مفهوم حاصل نشده و به ابهام آفرینی در حوزه تعریف و فهم موضوع دامن بزند [۱۱]. با این حال، دو بعدی که بیشتر در پژوهش ها به آنها استناد شده است و به عقیده بسیاری از پژوهشگران ساختار اصلی مفهوم دلبستگی مکانی با این دو بعد شناخته می شود عبارتند از وابستگی مکانی و هویت مکانی [۲۳, ۲۵]. محققان متعددی نیز در پژوهش های ارزیابانه خود از مفهوم دلبستگی مکانی از این دو بعد بهره جسته و بر تعریف ساختاری دلبستگی مکانی با این دو بعد صحه گذاشته اند [۲۶, ۴, ۲۹]. وابستگی مکانی به فعالیت ها و کارکردهایی از مکان اشاره دارد که مشخص می سازد یک مکان خاص تا چه اندازه سبب تسهیل فعالیت های خاص

کاربرانش می شود [۳۰] و اینکه چگونه اشخاص به یک مکان برای فعالیت ها و مقاصدشان وابسته اند. دلبستگی به مکان از ورای مقایسه مکان نسبت به دیگر مکان های مشابه و در پی ارزیابی ذهنی پس از تجربه مکان حاصل می گردد و به صورت خلاصه نتیجه قضاوتی چون: "هیچ جای دیگر چنین امکاناتی برای من مثل این مکان نخواهد داشت" است [۳۱]. در حقیقت وابستگی مکانی رابطه ای عملکردی است که افراد بر اساس درک فردی شان از اینکه آن مکان تا چه اندازه امکان بروز فعالیت دلخواهشان را فراهم می سازد، با آن مکان ارتباط برقرار ساخته و زمانی که میزان این وابستگی مکانی افزایش پیدا کند، تمایل افراد به جایگزین کردن آن مکان با فضای دیگر برای انجام فعالیت شان کاهش می یابد [۳۲].

از سویی دیگر، هویت مکانی را پروشانسکی و همکارانش (۱۹۸۳) در قالب زیر مجموعه ای از هویت شخصی افراد و تحت عنوان ترکیبی از گرایش ها، ارزش ها، باورها، معانی و رفتارهایی که از ورای دلبستگی عاطفی و حس تعلق به مکانی خاص بدست می آید، تعریف کرده اند [۱۴]. لذاء هویت مکانی به معنای پدیده ای حسی، عاطفی و سمبولیک است که فرد از محیط کالبدی کسب و به عنوان بخشی از هویت فردی خود می شناسد. این پدیده به نوعی متفاوت از ویژگی های فعالیتی محیط است و ماهیت خود را از ویژگی های شناختی و معنایی محیط کسب کرده و نشان داده شده که با گذشت زمان و به واسطه تعامل بیشتر فرد با محیط و یا یاد آوری بیشتر آن خاطرات عمیق تر نیز می شود [۱۴, ۳۳-۳۵]. تجربه مثبت مکان و یادآوری آن سبب می شود که افراد تمایل به حفظ گذشته ای از محیط که در آن خاطرات، افکار، احساسات و گرایش های مطلوبشان در آن شکل می گرفته را در ذهن خود به صورت مانا خلق کنند و هویتی شخصی مناسبی از آن برای خود بسازند. چرا که پس از رضایت محیطی ناشی از دلبستگی مکانی،

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۷۹

جدول ۱. برخی از مهمترین ابعاد معرفی شده در پژوهش های مرتبط با مفهوم دلپستگی مکانی

بعد	تعريف	محققین و پژوهش های مرتبط	حوزه کارکردی
وابستگی مکانی	ارتباط خاص عملکردی بویژه بواسطه مولفه های مشخصی از محیط فردی، کالبدی، کالبدی، کالبدی، فعالیتی کالبدی که انجام فعالیت دلخواه فرد را ممکن می سازند	[۴۳-۴۵] و [۴۲] و [۱۰] و [۲۳، ۲۵، ۴۱] و [۲۶، ۲۹، ۳۶، ۴۲، ۴۶، ۴۷]	
هویت مکانی	آن دسته از احساسات، ارزش ها و باورهای منتنسب از محیط فیزیکی که به زعم افراد تعریف کننده بخشی از شناختی هویت فردیشان باشد	[۱۴] و [۲۱] و [۲۳، ۳۰، ۳۳، ۳۴، ۴۸] و [۳۵] و [۴۹-۵۲، ۳۹] و [۲۶] و [۵۳]	فردی، کالبدی، کالبدی، شناختی
پیوندهای اجتماعی	احساس تعلق و یا عضویت در بخشی از افراد جامعه و یا خانواده و پیوند های عاطفی حاصله از این تعلق بواسطه وجود تجربیات، علایق و یا دغدغه های مشترک در مکان	[۵۸، ۵۴]	اجتماعی، فعالیتی
پیوندهای طبیعت	ارتباطات آشکار و نهان شخص با طبیعت بر پایه تجربیات، احساسات و یا بازنمایی شناختی در فرد	[۵۹] و [۵۴] و [۴۲] و [۲۱] و [۶۰]	فردی، کالبدی، احساسی
عواطف مکانی	احساسات مثبت برگرفته از ویژگی های خاص محیط طبیعی از سوی فرد که عموماً سبب حس سرزندگی، نشاط و سلامتی فردی یا گروهی شناخته می شوند	[۶۷] و [۱۲]	فردی، کالبدی، احساسی

مدرسہ شری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

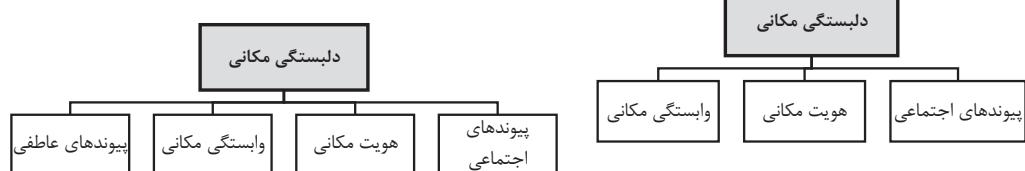
مطالعات انجام شده در محیط های مختلف، بتدریج ابعاد دیگری از مفهوم دلبستگی که مشخص شدند [۳۸، ۲۳، ۲۱] که برخی از آنها عبارتند از آشنایی با مکان، تعلق به مکان، پیوندهای اجتماعی [۳۹]. به طور خلاصه، آشنایی با مکان خاطرات، گرایش ها و معانی شناختی و تصاویر ذهنی محیطی است که به واسطه ساخته آشنایی و به یاد آوری محیط های تفرجی بوجود می آید و تعلق به مکان پیوندهایی است که فرد به واسطه آن پیوند ها خود را با مردم و محیط در ارتباطی مستقیم می داند [۳۹]. پیوندهای اجتماعی نیز بر تعلق به گروه ها و روابط اجتماعی بوجود آمده از ماحصل این پیوند در محیط تمرکز دارد [۲۴، ۱۶]. عده ای معتقدند که در برخی از زمینه ها، پیوندهای اجتماعی منبع اولیه معنا پایی افراد در مکان محسوب می شوند و به ارتباط روانی با محیط می کند. لذا بسیاری از پژوهشگران معتقدند که امکان فراهم سازی فعالیت های مطبوع در محیط (دلبستگی مکانی) به طور مستقیم موجب شکل گیری هویت مکانی مثبت و قوی تری خواهد شد [۳۷، ۳۶، ۲۷، ۲۱]. با این حال این سوال مطرح بوده است که اساساً دلبستگی به یک مکان خاص آیا فقط از ویژگی های فعالیتی و هویتی یک مکان سرچشمه می گیرند و یا ابعاد دیگری نیز وجود دارد؟ و یا اساساً ماهیت مفهوم دلبستگی مکانی از چه ابعادی تشکیل شده است. لذا اخیراً در مطالعات مختلف محققین سعی داشته اند که با پژوهش های مختلف کیفی و کمی در بسترهای مختلف به شناخت ابعاد دیگر این مفهوم اقدام کنند. چرا که به مرور و زمان و کثرت



شکل ۳. مدل سه بعدی دلبستگی مکانی:
کایل، گراف و مانینگ (۲۰۰۵)

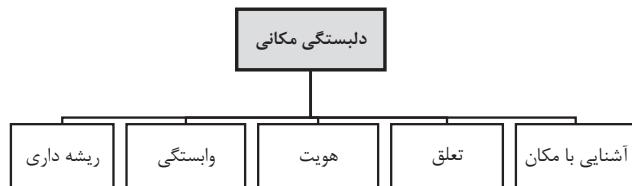
شکل ۲. دلبستگی مکانی به مثابه
مفهومی فرادستی و دو بعدی:
استوکولز و شوماخر (۱۹۸۱)،
ویلیامز و واسک (۲۰۰۳)

شکل ۱. دلبستگی مکانی
به مثابه مفهومی تک بعدی:
دواین-واйт (۲۰۱۱)، گیلیانی
و هرناندز و هیدالگو (۲۰۰۳)
(۲۰۰۷)



شکل ۵. دلبستگی به مثابه مفهومی پایین دستی: یورگنسن
و استدمدن (۲۰۰۱ و ۲۰۰۶)

شکل ۴. مدل چهار بعدی بعدی دلبستگی
مکانی: کایل (۲۰۰۴) و رامکیسون (۲۰۱۲)



شکل ۶. دلبستگی مکانی به مثابه مفهومی فرادستی و پنج بعدی:
همیت و همکاران (۲۰۰۶)

معروفی و تعریف عوامل اثر گذار است [۱]. با بررسی در مطالعات انجام گرفته [۶۸]، می توان سه دسته مشخص از این مدل ها را معرفی ساخت. دسته اول تعریف مفهوم دلبستگی به مکان را به عنوان مفهومی تک بعدی و هم ردیف با مفاهیمی همچون هویت مکانی یا وابستگی مکانی است. برخی از پژوهشگران این دسته عبارتند از دواین-واйт (۲۰۱۱)، گیلیانی (۲۰۰۳) و هرناندز و هیدالگو (۲۰۰۷) [۶۹,۵۷,۱۲] (شکل ۱). دسته دوم مطالعاتی آن دسته از پژوهش هایی اند که دلبستگی مکانی را ساختاری چند بعدی که از تلفیق چندین عامل مختلف ایجاد می شود، معرفی ساخته اند. تعداد این عوامل بسته به پژوهش های مختلف و تا اندازه ای مولفه زمان، از دو تا پنج عامل معرفی شده است. برای مثال، براساس

بر اهمیت نقش تعاملات اجتماعی افراد و ساختار محیط اجتماعی فعالیتی مکان به عنوان بعد اصلی مفهوم دلبستگی مکانی تاکید دارند [۲۱، ۲۳، ۴۰]. جدول شماره یک برخی از مهمترین این ابعاد را که در پژوهش های اخیر به آنها پرداخته شده را نشان می دهد.

از سویی دیگر، طی چهل سال گذشته و از شروع مطالعات در حوزه دلبستگی مکانی، پژوهشگران با پیشینه پژوهشی مختلف، مفهوم دلبستگی مکانی و البته با عناوین گوناگونی مانند عشق به مکان، ریشه داری، وابستگی مکانی، هویت مکانی، هویت شهری، حس جامعه، یا دلبستگی جامعه را به شکل مدل هایی تک بعدی تا پنج بعدی معرفی کرده اند [۶۸]. آنچه در اینجا حائز اهمیت است، سردرگمی در

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۸۱

رویکرد استوکولز و شوماخر (۱۹۸۱)، ویلیامز و وسک (۲۰۰۳) دلبستگی مکانی مفهومی فرادستی و عاملی سطح دوم است که از ماحصل وجود دو بعد وابستگی مکانی و هویت مکانی خلق می‌شود [۲۵، ۲۰] (شکل ۲). کایل، گریف و مانینگ (۲۰۰۵) در پژوهشی متأخرتر، عامل سومی را تحت عنوان پیوندهای اجتماعی به این مدل پیشین اضافه کردند (شکل ۳). در مطالعات دیگری دلبستگی به عنوان پدیده‌ای سه بعدی مت Shank از هویت مکانی، وابستگی مکانی و پیوندهای عاطفی نیز معرفی شده است [۶۴، ۷۱]. همچنین پیوندهای عاطفی به مکان به عنوان احساسات قوی افراد به یک مکان خاص نیز به عنوان بعد چهارم در مطالعات اندکی اخیراً مورد توجه افرادی چون کایل (۲۰۰۴) و رامکیسون (۲۰۱۲) قرار گرفته است [۷۲] (شکل ۴) و در نهایت، همیت و همکارانش (۲۰۰۶) مدلی پنج بعدی از دلبستگی مکانی را معرفی کردند که مت Shank از آشنایی با مکان، تعلق، هویت، وابستگی و ریشه داری بود [۲۱] (شکل ۵). در دسته سوم مدل هایی قرار می‌گیرند که دلبستگی مکانی را مفهومی فرعی یا بعدی از یک مفهوم کلی تر به حساب می‌آورند.

برای مثال، برای لالی (۱۹۹۲)، دلبستگی مکانی عاملی در خلق مفهوم گسترشده تر و پایین دستی مفاهیمی چون هویت شهری معرفی می‌کند [۳۳]. یورگنسن و استدمن (۲۰۰۱، ۲۰۰۶) دلبستگی مکانی، وابستگی مکانی و هویت مکانی را به صورت هم عرض ابعادی از مفهوم حس مکان معرفی می‌کنند [۶۷، ۲۷] (شکل شماره ۶)

با توجه به اینکه مدل‌های مختلف ارائه شده تفاوت های ساختاری در سطوح و محتوایی در ابعاد دارند و نیز ابهامی که در تعاریف ارائه شده وجود داشته و سبب شده که کماکان در بسترها پژوهشی مختلف (روانشناسی محیط، جغرافیا، شهرسازی) هنوز اجتماعی در کاربست مدلی مشخص وجود نداشته باشد، این پژوهش بدانبال آن است که از ورای رویکردی پدیدار نگارانه به تبیین این مدل در زندگی شان استفاده می‌کنند [۷۴].

بستر فضاهای ساحلی شهری بزند [۱].

۲-۲- استخراج معانی تصویری خود نگار

یکی از روش‌های نوینی که در رویکرد پژوهشی کیفی علمی چون روانشناسی محیط، جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی برای استخراج مفاهیم نهفته مکانی از آن استفاده می‌شود، روش استخراج معانی تصویری خودنگار (در برخی منابع تحت عنوان تصویربرداری بازدیدکننده) است. در این روش از تصاویری که توسط خود مصاحبه شونده گرفته شده اند اطلاعات در قالب مصاحبه هایی (عمدتاً به شکل باز یا نیمه ساختاری یافته استخراج می‌شود. محور اصلی این مصاحبه‌های در مورد توضیح دلایل آشکار و پنهانی است که سبب شده اند تصویر توسط مخاطب مکان ثبت شود انتخاب تصویر عموماً به دلیل محبویت کارکرد مکان، جذابیت‌های بصری و یا هر نوع پیوندیست که میان نیازمندی‌ها و توقعات مخاطب و ویژگی‌های آن مکان در طول زمان برقرار گشته است. یکی از مهمترین عواملی که به برداشت دقیق تر معانی مکانی کمک می‌کند، این است که مخاطب در لحظه ثبت تصویر در مکان حضور داشته و احساسات و حواس وی به صورت مستقیم بر انتخاب وی اثر می‌گذارد. این موضوع سبب می‌شود که معانی مکانی برای وی کاملاً ملموس بوده و بتواند به مهترین دلایل انتخاب خود بر اساس اهمیت و ارزش آن تصویر در مصاحبه‌ها اشاره کند [۷۳].

به هر حال، هر چند بهره‌گیری از روش استخراج معانی تصویری به عنوان تکنیک در پژوهش‌های طراحی شهری بسیار نوپا بوده ولی در دیگر شاخه‌ها مانند مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی استفاده شده است. تصاویری که در این روش بکار می‌رونده کارکردی دوگانه دارند. اول اینکه پژوهشگران می‌توانند از آنها برای پیشبرد و تعمیق سوالات بهره برده و دیگر اینکه خود مخاطبین مکان نیز از آنها برای ایجاد راهی شفاف به منظور توصیف ابعاد مختلف زندگی شان استفاده می‌کنند [۷۴].

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۸۳

نفوذ در پاسخ مخاطب دانسته و معتقدند که در این گونه روش‌ها، معمولاً به جای آنکه اطلاعات توسط مصاحبه شونده خلق شده و سپس به صورت مشارکتی با مصاحبه گر تحلیل شوند، تنها در پرسش‌هایی مستقیم، جهت دار و از پیش تعیین شده جمع آوری می‌شوند [۷۸].

به طور کل روش‌هایی که از مصاحبه شونده‌ها برای خلق اطلاعات بهره می‌جویند، مانند استخراج معانی تصویری، وسیله‌ای بهتر برای کشف واقعیات جهان پیچیده تجربیات انسانی در اختیار قرار می‌دهند. استخراج معانی تصویری فرایند بهره گیری از تصاویر در مصاحبه‌های پژوهشی است که پاسخ هایی دقیق تر و معتبر تری در خصوص خاطرات، باور‌ها و ارزش‌های محیطی افراد نسبت به مصاحبه‌های کلامی در اختیار پژوهشگر قرار می‌دهد [۷۸].

این رویکرد می‌تواند به دو صورت انجام شود: تصاویر توسط محقق گرفته شده و سپس در اختیار مصاحبه شونده قرار گیرند و یا اینکه خود مصاحبه شونده تصاویر را ضبط و سپس درباره مفاهیم و ارزش‌های مکانی تصویر صحبت کند که این حالت به دلیل اینکه خود شخص مصاحبه شونده با توجه به ارتباط متقابل و تجربیات و خاطرات به سراغ مکانی خاص (ولو اینکه از نظر محقق حاوی ویژگی خاصی نباشد) می‌رود، قابلیت کشف بیشتر و عمیق تر ویژگی‌های پیدا و پنهان محیطی را دارد [۷۹].

روش استخراج معانی تصویری ابتداً در دهه هفتاد میلادی و در علم انسان‌شناسی توسط جان کولیر به مثابه روشی برای کمک به مصاحبه شونده‌ها برای تفکر و یارآوری در حین مصاحبه‌ها بکار گرفته شد و از اواسط دهه هشتاد و پس از انتشار کتاب "انسان‌شناسی بصری" و مقاله معنا و کار: مطالعه‌ای بر استخراج معانی تصویری از داکلاس هارپر عمومیت یافت [۸۰]. هارپر در این مقاله از تصاویر به شکل راهی برای کمک به مصاحبه شونده‌هایی که برایشان توصیف و تشریح جزئیات محیط کاریشان مشکل بود، بهره جست. هارپر عنوان

در مطالعات محدودی از روش استخراج معانی تصویری در حوزه مطالعات دلبرستگی مکانی استفاده شده است. در یکی از اولین این مطالعه‌ها که در مقیاسی محله‌ای در سال ۲۰۰۷ توسط بکلی و همکارانش انجام شده است، از تصویری که ساکنین محلی از آنچه در محله شان برایشان اهمیت داشته ثبت کرده‌اند، به منظور ساخت عناصر محیط طبیعی-مصنوع و اجتماعی-فرهنگی که سبب بوجود آمدن دلبرستگی به مکان شده بودند، استفاده شد [۷۵]. در همین رابطه می‌توان به مطالعات مشابهی در حوزه رابطه ویژگی‌های مکانی و انسان‌بويژه در مباحث گردشگری اشاره داشت. برای مثال در مطالعه‌ای که در خصوص تصویر ذهنی مخاطبان از یک روسیتای تاریخی در ایالت ساسکچوان کانادا در سال ۲۰۰۴ انجام شد، مشخص گردید که زیرساخت‌ها (مسیرها و انبارهای ویژه کشاورزان)، عناصر متحرک محیط (حیوانات در مزارع و اسب‌ها در مرتع‌ها) و فعالیت‌های ساکنین بومی (کشاورزان، دامداران) مهمترین مقولات در ساخت تصویر ذهنی از محل هستند [۷۶]. در تحقیقی متأخر در سال ۲۰۱۳ با همین روش، در خصوص دلبرستگی مکانی گردشگران به پارک دریایی نینگالو در استرالیا، مشخص شد که عواملی چون دوری جویی از محیط شهری، مشارکت در فعالیت‌های ساحلی، معاشرت با خانواده و افراد با علائق مشترک و نهایتاً شادی جمعی از جمله مهمترین عواملی است که سبب دلبرستگی گردشگران به این حوزه و علاقه آنها به بازدید مجدد آن شده است [۷۷].

در هر صورت برخی از محققان روش‌های سنتی در تحقیقات کیفی مانند روش مصاحبه رودر رو و پدیدارشناسانه را به دلیل محدودیت‌های ذاتی حاکم بر محیط این نوع رویکردها که مانع از آن می‌شوند که مشارکت کننده به صورت آزاد بتواند تجربیاتش را با مصاحبه گر به میان بگذارد، مورد نقد قرار داده‌اند. ایشان روش‌های معمول مانند مصاحبه را بیشتر تحمیلی و همراه با اعمال

دارد [۸۳]. در نهایت، به واسطه وجود تصاویر در رابطه‌ی میان محقق و مصاحبه شونده، احتمال وجود سوء تفاهم‌ها کاهش یافته و همچنین بدليل اینکه بار روانی مصاحبه از مصاحبه شونده به روی عکس‌ها و تصاویر به عنوان کانون بحث منتقل می‌شود، فضای روانی مصاحبه نیاز از فشار کمتری برخوردار خواهد بود [۷۹]. یکی دیگر از مزایای این روش نسبت به روش‌های معمول مصاحبه عمیق این است که در فاصله زمانی برداشت تصاویر و زمان مصاحبه، افراد وقت کافی خواهند داشت که به مفاهیم و معانی نهفته در تصاویر فکر کرده و با آمادگی ذهنی بهتری در مقابل پژوهشگر و سوالات وی قرار گیرند [۷۴]. بنابراین روش استخراج معانی تصویری قابلیت کسب و برداشت روایات شخصی تر و عمیق‌تری نسبت به دیگر روش‌های مشابه برای پژوهشگر از طریق نمایش ویژگی‌های محیطی دارد. همچنین در روش تصویربرداری خودنگار، به این دلیل که تصاویر توسط مصاحبه شونده ثبت شده ولذا هم به مصاحبه شونده و هم به مصاحبه گر فرصتی برابر در مصاحبه (ونه شرایط صرفاً غالب برای مصاحبه گر) برای دستیابی به گفتگویی عمیق و شفاف در مورد ویژگی‌ها و معانی مکانی مهم دارند، از مقبولیت و اعتبار بیشتری برخوردار است [۸۴].

۳-۲- پدیدار نگاری

پدیدارنگاری نوعی سنت تحقیق کیفی و تفسیری است که با استفاده از ابزارهایی چون مصاحبه‌های عمیق، بحث‌های گروهی و مشاهده مشارکتی و تحلیل استقرایی داده‌ها، به دنبال شناخت ماهیت تجربه و معانی حاصله از پدیده است و نه خود پدیده (که در رویکرد پدیدارشناسی با آن مواجه هستیم) و این که افراد چه معنا یا معناهایی را برای پدیده‌های تجربه شده شان در محیط قائل می‌شوند. همچنین در تناسب با هدف پژوهش حاضر، در این روش بهره گیری از تجربیات متفاوت افراد مختلف سبب فهم بهتر پدیده (اعم از

رز ۲۰۰۷) معتقد است که استفاده از روش استخراج معانی تصویری مزایای متعددی نسبت به سایر روش‌های تفسیری دارد. چهار مزیت عمدۀ آن عبارتند از اینکه به محققین این امکان را می‌دهند که بینش عمیق‌تری (ونه الزاماً اطلاعات بیشتر) نسبت به پدیده پیدا کنند. همچنین این امکان را برای مصاحبه شونده فراهم می‌کند که با بیان و زبان خود عقاید و افکارش را به اشتراک بگذارد. علاوه، فرایند ثبت و انتخاب تصاویر توسط خود فرد مصاحبه شونده سبب می‌شود که شخص از جزئیاتی صحبت کند که معمولاً در مصاحبه‌های کلامی رایج بوده از سوی مصاحبه گردیده نمی‌شوند. این روش در مقایسه با دیگر روش‌های معمول، توانایی بیشتری در استخراج پاسخ‌های چندلایه و مرتبط با ابعاد احساسی و عاطفی محیط

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

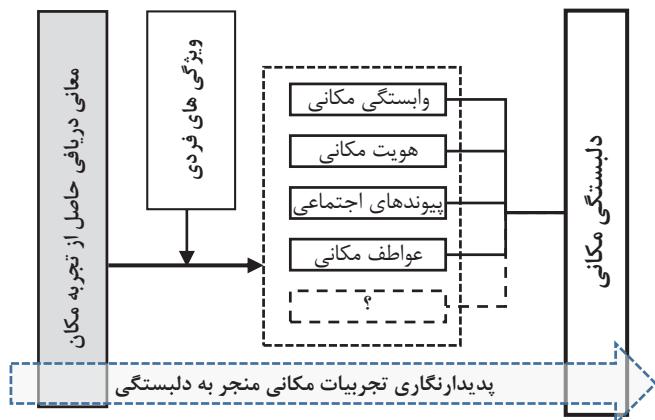
۲۸۵

نگاری به صورت اخص به استخراج معانی یک پدیده از تفسیر تجربیات یک گروه از افراد دارد که آن پدیده را تجربه کرده اند، می پردازد. تمرکز پدیدار نگاری به بر ارتباط دهی معانی متفاوت در چارچوبی مشخص به عنوان ساختار تجربه است و این ساختار به صورت معانی زنجیر وار و در ساختاری سلسله مراتبی ماهیت تجربه را مشخص می سازند در این ساختار با وجود بروزی مفاهیم از ماحصل تجربیات افراد مختلف، ارتباط دهی معانی فارق از افراد در درست کلی فضای نتیجه خود را نمایان می سازند [۸۷]. فضای نتیجه مشخص کننده کلی ماهیت یک پدیده و ساختارهای بهم مرتبط آن است. به عقیده مارتون و بوت (۱۹۹۷) فضای نتیجه نهایی سه ویژگی کاملاً مشخص دارد. اول اینکه رویکردی کاملاً مشخص و متمایز از نحوه فهم یک پدیده را برای ما مشخص و تبیین می کند. دوم اینکه در فضای نتیجه ارتباطی سلسله مراتبی و مشخص بین تمامی اجزا و طبقات قابل رد یابیست و سوم اینکه نتایج بسیار تخلیصی و مجرnd و مجموعه مظاہر هر تجربه تا حد امکان در قالب طبقات تحرید و تخلیص می شوند [۸۸].

۴-۲ چارچوب مفهومی

با توجه به مطالعات مژوی و مدل های معرفی شده، به نظر می رسد که دلستگی مکانی مفهومی سطح دومی و حداقل با کارکردها و ویژگی هایی برگرفته از روابط کالبدی- فعالیتی مکان (دلستگی مکانی)، کالبدی- هویتی مکان (هویت مکانی)، روابط اجتماعی در مکان (پیوندهای اجتماعی) و پیوندهای احساسی به مکان (عواطف مکانی) است. به عبارت دیگر، هنگامی دلستگی به مکانی حاصل می شود، که محیط ویژگی های مثبت رفتاری، شناختی، اجتماعی و عاطفی آن با شخص و ویژگی های فردی اش درگیر شده و سطح پاسخگویی این ویژگی ها هم عرض و با بالاتر از سطح توقعات حاصل از نیاز و تجربیات پیشین مخاطب (ارزیابی محیط) خواهد بود [۱]. این موضوع با مدل پاسخگویی

محیط فیزیکی و اجتماعی) عمق بیشتری به یافته های تحقیق می دهد [۸۵]. این روش نه تنها به توضیح تجربه می پردازد، بلکه تنوع و گوناگونی ها در تجربه یک پدیده خاص مطالعه می کند. در حقیقت پدیدار نگاری به این دلیل که به تفسیر و شناخت مفاهیم بر اساس تجربیات افراد مختلف از یک موضوع می پردازد و می تواند جنبه های متفاوت یک موضوع بهتر معرفی سازد [۸۵]، انتخاب شده است. روش پدیدار نگاری برای فهم تجربه یک پدیدار از دید کسانی که آن را تجربه کرده اند بکار می رود و هدف اصلی اش حتی ورای توصیف تجربه زیسته افراد، فهم و تبیین مولفه هایی است که این تجربه را سبب شده و بر آن اثر گذارند. فلذا در مطالعه تجربه افراد مختلف در زندگی شهری از پدیده های مرتبط در طول حیاتشان (برای مثال فهم معنا و تجربه "خانه" پس از اقامت طولانی در یک محله در شهر) بسیار مناسب است [۸۶]. در این روش ساختار تجربه به صورت مجموعه ای از عناصر بررسی و از دو عناصر ارجاعی (مفاهیم) و ساختاری (شامل مرز ادراکی به عنوان افق بیرونی و کانون توجه به عنوان افق بیرونی) برای فهم بهتر تجربه استفاده می شود. افق بیرونی نشان دهنده بخشی از جهان است که مشارکت کنندگان، که هر کدام به شیوه خود به محیط پیرامون خود می نگرند و ورای آن را نمی بینند. به عبارت دیگر مفهوم را از دید آن توصیف می کنند. افق درونی اما کانون خاص توجه مشارکت کننده را نمایان می سازد. هر طبقه شامل یک نمودار است که ساختار آگاهی را نشان می دهد (عنصر ساختاری) و عنوان و یا توضیح هر طبقه نیز نشان دهنده عنصر ارجاعی است. از آنجایی که موضوع این پژوهش، شناخت معانی حاصله از تجربیات گوناگون افراد از پدیده ای خاص (دلستگی به مکان) است و سعی دارد که فهمی عمیق از ساختار پدیده دلستگی به مکان را تبیین سازد، راهبرد پدیدار نگاری برای این پژوهش انتخاب شده است. چرا که به طور کلی، پدیدار



شکل ۷. چارچوب مفهومی پژوهش

برسند. ثانیاً بر اساس تحقیقات انجام شده، تصاویر قابلیت برانگیختن احساسات و ارائه اطلاعات کیفی قابل توجهی را با خود به همراه داشته و هنگامی که به فرایند مصاحبه وارد می شوند به شرکت کنندگان اجازه می دهد که خاطرات و ویژگی های پنهان رفتاری در محیط خود را راحت تر بازخوانی کنند [۷۷]. تصاویر همچنین این امکان را فراهم می سازند که مظاهر عمیق تری از تجربه مکان نه تنها بواسطه کلام، بلکه از طریق آزاد سازی هیجانات و احساسات برملا شوند. با توجه به مطالعات اندکی که در حوزه تدقیق معانی محیطی مرتبط با فضاهای ساحلی در ارتباط با دلبستگی مکانی انجام شده است [۹۰، ۷۵]، لذا استفاده از این ابزار برای هرچه غنی تر سازی مصاحبه ایده آل به نظر می رسد؛ زیرا که نشان داده شده که با استفاده از این روش اولاً امکان تجاوز به حریم شخصی افراد در حین مصاحبه کاهش یافته و ثانیاً از حیث محتوایی و مفاهیم استخراج شده، نسبت به دیگر روش ها زوایای پنهان بیشتری از معانی محیطی و همچنین ویژگی های کالبدی، فعالیتی و ذهنی آن آشکار می سازد [۷۴].

با توجه به اینکه حداقل تعداد مشارکت کنندگان در پژوهش های کیفی بیویژه در مطالعات مرتبط با تجربه مکانی شش نفر توصیه شده است [۹۱، ۹۲]،

محیطی جک نسر در خصوص نقش ویژگی های محیط و مخاطب در ادراک، شناخت، واکنش و ارزیابی محیطی نیز هماهنگ است. به عبارت دیگر، مطالعات این حوزه نشان داده که دلبستگی به عنوان عامل ارزیابی مثبت و رضایت مندی مکانی خواهد بود [۸۹، ۶۶، ۱۰]. فلذًا چارچوب مفهومی پیشنهادی با منطقی استقرایی در بستر پژوهشی کیفی در باب ابعاد دلبستگی به مکان و با رویکرد پدیدارنگاری خواهد بود (شکل شماره ۷).

۳- روش تحقیق

این پژوهش از آنجایی که در خصوص بررسی رفتار انسان و تجربه زیسته وی در محیط و به دنبال شناسایی معانی حاصل از تجربه محیط که به خلق مفهوم حسی دلبستگی به مکان ها می انجامد است، در پارادایمی تفسیری و رویکردی کیفی و با روش پدیدارنگارانه و با بکار گیری تکنیک استخراج معانی تصویری خودنگار (شامل انجام مصاحبه های نیمه ساختار یافته با استفاده از تصاویری که خود شرکت کنندگان از مکان مورد علاقه شان ثبت می کنند) انجام شده است. همان طور که پیشتر توضیح داده شد، اولاً رویکرد پدیدارنگاری به دلیل بررسی فرایند شکل گیری پدیده بر اساس تجربیات افراد مختلف از آن پدیده، بهتر قادر است که مفاهیم را منتقل ساخته و محقق به شناخت بهتری از پدیده

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۸۷

که می خواهد و برایش بیشتر مهم، ارزشمند و دوست داشتنی است، یک (یا دو عکس از زوایای مختلف به منظور افزایش سطح اطلاعاتی تصویر) و مجموعاً شش تا هشت عکس با تاکید بر ویژگی های کالبدی و فعالیتی دلخواه مکان مورد نظر خود بگیرد [۷۵، ۷۷]. به منظور اخذ نتایج بهتر قبل از شروع مراحل تصویر برداری، تصاویر نمونه ای که نمونه ای از رفتار ناشی از دلبستگی مکانی در آن مشخص بود به شرکت کنندگان نشان و به صورت اجمالی روش کار توضیح داده شد. جلسه مصاحبه با هماهنگی شرکت کنندگان بین سه روز تا یک هفته پس از تصویر برداری شرکت کنندگان برگزار شد زیرا که مطالعات نشان داده این فرصت به یارآوری بهتر خاطرات و بیان آنها به شرکت کنندگان کمک می کند [۷۷]. شرکت کنندگان آزاد بود که در روز مصاحبه شخصی از نزدیکان که فکر می کرد می توانند در بیان بهتر خاطرات و معانی به او کمک کند را همراه داشته باشد [۷۵]. در روز مصاحبه تصاویر مکان های مورد علاقه به انتخاب خود شرکت کنندگان مرتباً شده و سپس مصاحبه شروع می شد. سوالات اصلی اولاً بر اساس تاکید بر تجربه زیسته افراد (با تاکید بیشتر بر چرایی و چگونگی رفتار و احساس تا چه چیزی) [۹۶] عبارت بودند از : براساس تجربیاتی که در این مکان داشتید، چرا و به چه علت به این مکان خاص را انتخاب کردید؟، چگونگی حس خود به این مکان را توضیح دهید؟ و این مکان چه معنایی برای شما دارد؟ [۳۳] و ثانیاً با تاکید بر نظریه رلف [۱۹۷۶] در خصوص ماهیت دلبستگی مکانی و آشکارشدن مفهوم، ویژگی ها و عوامل ساختاری آن در پی حس ترس از دست دادن و فقدان مکان، پرسش اگر اینجا را از دست بدھید چه احساسی دارید؟ مطرح شد. سوالات کاوشگر در ادامه عبارت بودند از اینکه: توضیح دهید در اینجا چه اتفاق های مهم و خوبی برای شما افتاده است؟ ماجرا را تعریف کنید و آیا منظورتان این است که...؟ و می توانید از ویژگی های خوب و مهمی که محیط

تعداد دوازده نفر (۶ مرد و ۶ زن) از ساکنین شهر بوشهر و با ویژگی های فردی متفاوت انتخاب شدند (جدول شماره ۲). در این پژوهش واحد اولیه تحلیل عبارت است از مشارکت کنندگان و تصاویر منعکس کننده تجربه زیسته آنها در محیط ساحلی شهر بوشهر [۸۱]. پس از توضیحات اولیه مصاحبه گر به مشارکت کنندگان در خصوص ماهیت پژوهش، از مصاحبه های نیمه ساختاریافته عمیق انفرادی به مدت زمان عموماً بین ۳۰ تا ۶۰ دقیقه استفاده شد. بهره گیری از مصاحبه های نیمه ساختاریافته در مقایسه با ویژگی عدم عمق گیری مصاحبه های بسته و وسعت و پراکندگی اطلاعات بعضاً غیر ضروری مصاحبه های باز، مناسب تشخیص داده شده است [۹۳]. این روش نمونه گیری بصورت هدفمند و بر اساس بیشینه تنوع به این دلیل که پژوهشگر می تواند از تجربیات مشارکت کنندگانی بازمیمه و سوابق مختلف برای فهم بیشتر پدیده بهره ببرد، انتخاب شد [۹۴]. این تنوع بر اساس مطالعات پیشین شامل تنوع در جنسیت، سن، محل تولد و مدت زمان اقامت در بوشهر (از یک ماه تا پنجاه و هفت سال) و زمان مصاحبه ها شد [۱]. مصاحبه ها در آبان، آذر، دی و بهمن ماه (پاییز و زمستان به عنوان احساس دمای مطبوع محیط و بیشترین مطلوبیت) و خرداد، تیر ماه سال ۹۵ (تابستان به عنوان زمان احساس گرمای شدید محیط و کمترین مطلوبیت دمایی) انجام شدند. به منظور روایی و اعتبار درونی تحقیق طبق نظر پاتون (۲۰۰۵) و دنزنین (۲۰۰۶) از تکنیک سه سویه سازی در داده (تنوع در زمان، مکان و گروه های مصاحبه و سه سویه سازی نظری (ارزیابی داده ها از دیدگاه های مختلف) استفاده شده است [۹۳، ۹۵]. پروتکل مصاحبه از دو بخش سوالات اصلی و کاوشگر به منظور تعمیق بیشتر در پاسخ های استخراجی قبل از انجام مصاحبه تشکیل و مصاحبه تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت [۷۶]. از هر شرکت کننده خواسته شد که از هر مکانی

جدول ۲. مشخصات جمعیتی حوزه های مطالعاتی

محدوده محدوده محدوده					جنسیت
درصد	پارک	پارک	پارک	پارک	
مجموع	پارک سیادت	صفد	مرجان	پارک	
۵۰	۶	۲	۱	۳	مرد
۵۰	۶	۱	۲	۳	زن
					سن
۴۱,۶	۵	۱	۱	۳	۲۳-۱۸
۲۵	۳	۱	۱	۱	۳۰-۲۴
۱۶,۷	۲	۱	۰	۱	۴۰-۳۱
۸,۳	۱	۰	۱	۰	۵۰-۴۱
۸,۳	۱	۱	۰	۰	به بالا ۵۱
					مدت اقامت در بوشهر
۱۶,۷	۲	۱	۰	۱	۲-۰ سال
۲۵	۳	۱	۱	۱	۹-۳ سال
۳۳,۳	۴	۱	۱	۲	۳۰-۱۰ سال
۲۵	۳	۱	۱	۱	۳۱ سال به بالا
۸۶,۷	۸	۲	۲	۴	بومی
۳۳,۳	۴	۲	۱	۱	غیر بومی

اصحابه مورد بحث قرار گرفته و متن مصاحبه در نرم افزار MAXQDA پیاده سازی و با استفاده رویکرد کد گذاری سه مرحله ای نظری استراوس و کوربین (۱۹۹۸،۲۰۰۸) مورد تحلیل قرار گرفت.

انتخاب روش کد گذاری استراوسی به این دلیل بود که نسبت به رویکرد کد گذاری گلیسر (که تمرکز آن در پی استخراج نظریه از داده است)، بیشتر به جنبه تفسیری محتوا و معنای برخاسته از تفسیر داده ها بر اساس مطالعات پیشین محقق پرداخته و محقق نقشی فعلی را در فرایند مصاحبه بازی می کند. از این رو، محققان به صورت تعاملی ابتداً برای استخراج موضوعات از متون حاصل از مصاحبه ها، کد گذاری باز و سپس برای تحلیل و ارتباط دهن میان شاخه های ظهور یافته و

کالبدی و اجتماعی اینجا برای شما دارد مثالی برزند؟ [۱۹].

۴- یافته ها

۴-۱- فرایند تحلیل یافته ها

از آنجایی که پدیدار نگاری به اینکه مردم چگونه یک پدیده یا موقعیت خاص را تجربه، درک و توصیف می کنند پرداخته و ارتباط معنادار میان آنچه (به شکل رفتار) که مردم در موقعیت و مواجه با پدیده تجربه کرده را مورد کاوش قرار می دهد [۸۸]، هدف بر این است که با استفاده از این روش، معانی، اهداف و رفتارهای مهمی که فرد در روایت خود از تجربه مکان در هنگام تشریح دلایل ثبت هر عکس بخصوص بیان می دارد، مورد استخراج و تحلیل قرار گیرد. لذا، تمامی تصاویر در فرایند

جدول ۳. برخی تصاویر ثبت شده توسط مصاحبه شوندگان از مکان های ساحلی

نمونه تصاویر ثبت شده از محدوده پارک صدف	نمونه تصاویر ثبت شده از محدوده پارک مرجان	نمونه تصاوirs ثبت شده از محدوده پارک سیادت
		
		
		
		
		
		
		

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۸۹

استخراج عناصر ارجاعی و ایجاد طبقات توصیفی (تم ها)، کد گذاری محوری و در نهایت برای استخراج هسته و طبقات اصلی مفهوم از کد گذاری گزینشی، استفاده کردند. در فرایند تحلیل اولیه در ابتدا به صورت جداگانه تفاوت ها و شبهات ها میان کد ها برای پرهیز از همپوشانی، مورد بررسی مکرر قرار گرفت و سپس کدهای نهایی مستخرج، به صورت مجزا توسط محققان مورد خوشه بندی و تخلیص محتوایی قرار گرفتند. پس از مرحله تولید طبقات وصفی که بیانگر یکی از مفاهیم مورد نظر افراد نسبت به پدیده مورد مطالعه است و بررسی و بازنگری مکرر آنها به منظور انطباق و گویایی حداکثری با کد ها توسط پژوهشگران، فضای نتیجه به عنوان تصویری کامل از آنچه از مفاهیم افراد تحت مطالعه ادراک شده است، مشخص شد [۸۵، ۸۷]. در هنگام تولید طبقات مفهوم به منظور همگرایی با مفاهیم بررسی شده در پیشینه تحقیق، مقایسه و قابلیت انتقال، از میان سه روش سازه های شعوری تحلیل گر، اصطلاحات فنی و زبان محاوره ای مصاحبه [۹۸]، مقوله سازی بر اساس اصطلاحات فنی از طریق بررسی و تطبیق کدها و طبقات توسط پژوهشگران استفاده شد.

پس از مشخص شدن طبقات توصیفی و طبقات مفهوم (هسته های معنایی) مختلف محیطی، ساختار تجربه قابل شکل بندی است. در پدیدار نگاری ساختار یک تجربه تشکیل شده از از عنصر ارجاعی (معنی و مفهوم تفسیری) و مجموعه عناصر ساختاری که شامل افق بیرونی (مرزی که مشارکت کننده از آن افق و چشم انداز به پدیده نگریسته) و افق درونی (به عنوان کانون اصلی توجه مشارکت کننده در هنگام توصیف تجربه) بdst می آید. در حقیقت پدیدار نگاری سعی در واکاوی تجربه به تمامی ارکان سازنده آن از مجرای تبیین مفاهیم ظهور یافته از داده های بdst آمده از مشارکت کنندگان مختلف دارد و می کوشد که ابعاد مختلف پنهان پدیده را در قالبی مفهومی و فراگیر تبیین

و تفسیر نماید. در این مسیر وظیفه محقق برای شکل دهی به طبقات توصیفی، تمرکز بر مفاهیم و داده های ظهور یافته کلی است تا بر توصیفات شخصی افراد به تنها [۸۷]. روش کسب محتوای ظهور یافته به این صورت است که محقق با حفظ چارچوب های مشخص تحقیقی خود سعی در استخراج مفاهیم و کد ها به صورت کاملاً باز می کند. روش استخراج طبقات توصیفی و معانی، به صورت تکراری و مقایسه ای بوده و محقق هر مفهوم جدید ظهور یافته از هر مصاحبه را در فرایند مقایسه ای با معانی قبلی وارد می کند. کد جدید در صورت تجانس در طبقه توصیفی و تم های پیشین ترکیب و در صورت تفاوت حذف می شود. این مسیر تا رسیدن به تصویر کلی و جامع از ساختار تجربه و تازمانی که هیچ جنبه و مفهوم جدیدی از تجربه ظهور نکرده و محقق با اشباع نظری نرسد، ادامه می یابد [۸۵]. به عبارت دیگر، هر بخش نوشتار حاصل از مصاحبه در دو مرحله مورد تحلیل قرار می گیرد. اول بررسی می شود که از نظر معنایی آیا حاوی ویژگی کیفی خاصی از مکان هست یا خیر. در صورت مثبت بودن جواب و در مرحله دوم، طی چند مرحله مقایسه تطبیقی تصمیم گیری می شود که در تطبیق با معانی ظهور یافته قبلی از جایگاه متمایزی برخوردار است و یا هم جنس و هم معنی معانی پیشین است. در صورت تمايز در مخزن معانی تشکیل دهنده فرایند خلق تجربه باقی می ماند و در صورت مشابهت محتوایی حذف می گردد [۸۸].

۲-۴- مفاهیم استخراج شده

پس از بررسی محتوایی طبقات مفهوم، فضای نتیجه متشكل از پنج طبقات مفهوم و یا ساختار آگاهی در ارتباط با دلستگی به مکان در محیط ساحلی استخراج گردید (جدول شماره ۴). این ساختار تجربه بر اساس نوع معانی حاصل از تجربه مثبت و ارتباطات به هم پیچیده عاطفی، ذهنی و رفتاری بود که ماهیت اصلی دلستگی به یک مکان خاص را شکل می دهد [۱۶، ۱۷، ۶۷، ۹۹]. بخش های

جدول ۴. کدها، طبقات توصیفی و طبقات مفهوم برگرفته از مصاحبه ها

کد ها (موضوعات)	طبقات توصیفی (نمایه ها)	طبقه مفهوم
دوری گزینن از دیگران، حس رهایی و آزادی عمل	افق بیرونی: رابطه احساسی فرد و محیط	خلوت گزینی
فرار از تنش های زندگی روزمره، آرامش روحی، تجربه سکوت، حس امنیت و در پناه آرامش بودن	افق درونی ثابت (کانون توجه): سلامت روانی افق درونی متغیر (بخش های کانون توجه): خلوت و آزادی، فرصت خود شناسی، احساس آرامش	
فرصت فکر کردن به مسایل زندگی شخصی، تمرکز روانی و ذهنی	پاسخدهی عاطفی مکان	خودشناسی
فعالیت های هیجان انگیز (بازی های ساحلی و ورزش های آبی، قایق سواری)، تفریح و تفرج (قادر زدن، قدم زدن، غذا خوردن کنار دریا، ماهیگیری غذا دادن به پرنده‌گان، شنا کردن، عکاسی)	افق بیرونی: رابطه فعالیتی فرد و محیط	تفریح
سلامت و ورزش (بیاده روی، دویدن، استنشاق هوای سالم، دوچرخه سواری)	افق درونی ثابت (کانون توجه): تامین اهداف فعالیتی افق درونی متغیر (بخش های کانون توجه): فرصت تفریح، هیجان، تامین سلامت	سهوالت انجام فعالیت دلخواه
شنیدن صدای امواج، شنیدن صدای پرنده‌گان، شنا کردن، قدم زدن در ساحل ماسه ای	افق بیرونی: رابطه احساسی فرد و طبیعت	لذت تجربه لمس طبیعت
جستجوی طبیعت ساحلی و دریا، دیدن آبزیان و پرنده‌گان خاص	افق درونی ثابت (کانون توجه): قربت با طبیعت افق درونی متغیر (بخش های کانون توجه): لذت بردن از ویژگی های طبیعی محیط، یادگیری، زیبایی ها	اکتشاف محیط
لذت تماشای زیبایی دریا و آسمان، دیدن ماهیگیران و قایق ها، دیدن غروب خورشید در افق، دید گسترده به مناظر طبیعی، مناظر شبانه ساحل	پیوند با طبیعت	دیدن زیبایی مناظر طبیعی
قدم زدن و گفتگو با دوستان، دورهم نشینی با خانواده، شنا کردن با دوستان، پیک نیک و غذا خوردن دور هم، بازی دسته جمعی با اعضا خانواده و دوستان	افق بیرونی: رابطه فرد و اجتماع	تجربه شیرین معاشرت
تماشای حضور مردم در کنار هم، همراه شدن در فعالیت های مشترک، دیدن بازی و فعالیت های جمعی دیگران	افق درونی ثابت (کانون توجه): ارتباطات اجتماعی افق درونی متغیر (بخش های کانون توجه): روابط خانوادگی و دوستانه، حس حضور و تعلق اجتماعی	حضور در میان گروه های هم سنخ
در کنار دریا بودن، حضور در لحظه غروب خورشید، لذت بردن از زیبایی های طبیعی ساحل، پرنده‌گان دریایی، طبیعت بکر، افق گسترده آسمان و دریایی بی کران مبلمان شهری ساحلی	افق بیرونی: رابطه شناختی فرد و محیط	حضور محيطي
بازی های آبی، ورزش های ساحلی، ماهیگیری	افق درونی ثابت: احساس خاص بودن و هویت یابی افق درونی متغیر (بخش های کانون توجه): محیط خاص، افراد و گروه های خاص	حضور در جمع خاص
هویت یابی از مکان		

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۹۱

تشکیل نداده اند. دلیل این موضوع این است که ساختار تجربه تا حد ممکن خلاصه و ساده شده که امکان تفاسیر مجدد و متنوع را در خوانندگان دیگر به حداقل برساند. این فرایند تعديل و تنظیم تا مرحله ثبیت مفاهیم پیش می رود [۹۷] و در نهایت محقق به این نتیجه می رسد که مفاهیم مستخرج همگی به صورت مستقل، بعدی از تجربه را نمایان می سازند. به همین منظور ساختار تجربه حاصله مجدداً مورد بررسی و تعديل قرار گرفت با توجه ویژگی های مشترک مکانی میان طبقه سهولت انجام فعالیت دلخواه و پیوند با طبیعت، این دو در هم ادغام شدند. دلیل این موضوع این بود که با اینکه یک طبقه به فعالیت های مطلوب و یک طبقه بر مشخصه های محیط طبیعی ساحلی تمرکز

اصلی فضای نتیجه حاصل، مبنای بحث در خصوص ابعاد اثر گذار در ساخت مفهوم دلپستگی به مکان ساحلی و پرسش های مطرح شده در این رابطه شدند.

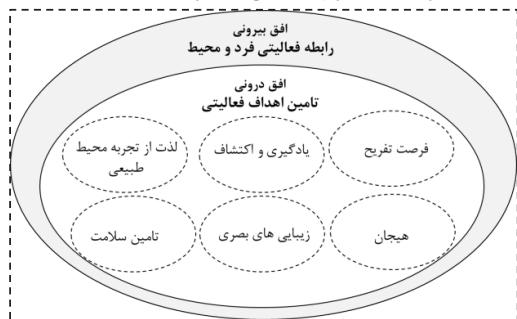
۵- بحث

از آنجایی که فرایند خلاصه سازی طبقات مفهومی تا حد امکان باید ادامه یافته و ساختار تجربه بر اساس حداقل راه های تجربه پدیده یا طبقات مفهومی باشد، محقق باید مرتباً نتایج را مورد بازبینی با متون اصلی مصاحبه قرار دهد [۸۷]. این رفت و برگشت میان متون حاصل از مصاحبه و طبقات مفهومی (و حتی میان خود طبقات مفهومی) تا آنجا پیش میرود که اطمینان حاصل شود که هیچ مفهوم مشترکی دو طبقه مجزا را

شکل ۸. فضای نتیجه حاصل از ساختارهای آگاهی در نوار ساحلی بوشهر

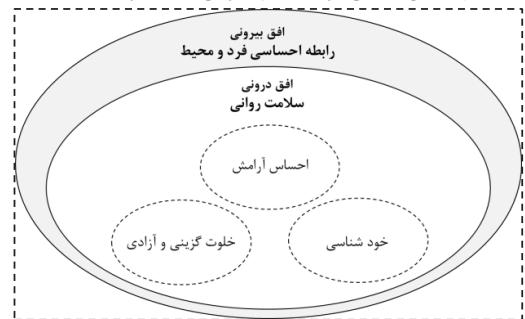
طبقه ۲. فرصت انجام فعالیت دلخواه در مکان

مفهوم: (مکان به مثابه) رضایت ناشی از انجام انواع فعالیت های مطلوب، جذاب و پرهیجان به صورت آزادانه در محیط.



طبقه ۱. پاسخ دهی عاطفی مکان

مفهوم: (مکان به مثابه) زمینه ساز احساس آرامش، رهایی از فضای پر تنش زندگی روزمره، تنها بودن، آزادی و تفکر.



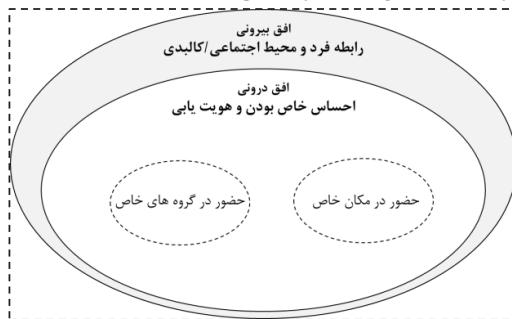
دریس شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۹۲

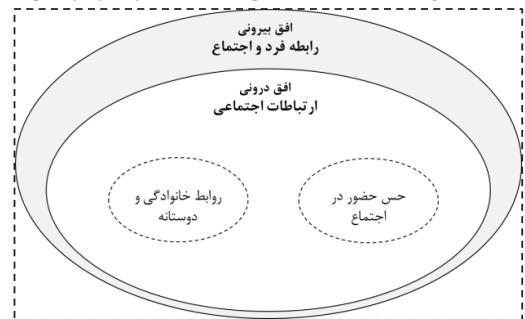
طبقه ۴. هویت یابی از مکان

مفهوم: (مکان به مثابه) پدیده ای هویت بخش به واسطه مولفه های خاص کالبدی و فعالیتی.



طبقه ۳. تجربه روابط اجتماعی مطلوب

مفهوم: (مکان به مثابه) فرصت حضور فرد در میان مردم و فرست خلق خاطرات به یاد ماندنی به همراه خانواده و دوستان.



مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۲۹۳

عاطفی) تشکیل شده است [۱۰۲، ۱۰۱، ۹۹، ۴۵].

۶- نتیجه گیری و جمعبندی

در مجموع با یافته های حاصل از مصاحبه های انجام شده، مشخص شد که نهایتاً چهار طبقه مفهوم، ماهیت فرآیند دلستگی مکانی در نوار ساحلی شهر بوشهر را تشکیل می دهند. این چهار طبقه همگی به بخشی از مفهوم مکانی ساحل اشاره دارند. به عبارت دیگر، مفهوم مکان ساحلی، مجموعه ای از چهار ویژگی مهم برای این افراد بوده و موثرترین عواملی که به صورت مرکب، ساختار تجربه مکان را در ذهن افراد شرکت کننده، شکل داده این ویژگی های هستند. لازم به ذکر است که این ویژگی ها برتری نسبت به هم نهواهند داشت. چرا که در دل مفهوم هر طبقه، به نوعی رد پای دیگری را می توان جستجو کرد. برای مثال در مفهوم هویت یابی از مکان، این هویت به واسطه شرایط خاص کالبدی (به تعبیری دیگر وابستگی مکانی) و هم چنین گروه های هم سنخ (به تعبیری دیگر پیوند های اجتماعی) قابل تفسیر است. اما جوهره و تمرکز اصلی هر طبقه مخصوص به خود خواهد بود. این موضوع در همانگی با تعبیر توان از ماهیت معانی مکانی است. وی مشخصاً تأکید دارد که معانی مکانی حاصل از تجربه زیسته در مکان، همگی بخشی از یک پدیده ویژه به نام مکان هستند و نمی توان این ترکیب را جدا از هم دانست. همچنین مشخص شد که افق بیرونی افراد در روایت گری تجربه های زیسته، عموماً به ویژگی های کالبدی محیط و ابعاد اجتماعی آن اشاره دارند. به عبارت دیگر، افراد مرز تجربی خود در احساس دلستگی به مکان را از هر دو مؤلفه کالبدی و اجتماعی محیط کسب می کنند. لذا محیط ساحلی برایشان علاوه بر تأکیدی که بر دلستگی به دلیل القای حس تنها یی و رهایی از محیط بوجود می آورد، در عین حال به دنبال تشکیل روابط اجتماعی بویژه با گروه های آشنا هستند. این موضوع در پژوهش های دیگر نیز نشان داده شده است. تانگ (۲۰۱۳) مشاهده کرده

داشتند ولی در کل هر دو به رابطه رفتاری مستقیم انسان و محیط اشاره داشتند. به عبارت دیگر هر دو تمرکزشان بر ویژگی هایی بود که سبب تسهیل هر چه بهتر ارتباط میان انسان و محیط طبیعی ساحلی می شدند. همه این موضوعات با توجه به پژوهش های انجام گرفته می توانند تحت عنوان مکانی به مثابه ظرفی (مکانی) برای انجام رفتارهای مطلوب در مقایسه با دیگر مکان ها شناخته می شود [۶۷]. دیوید سیمون (۲۰۱۲) در رویکردی پدیدار شناسانه، این موقعیت را مردم در مکان در مجموعه جغرافیایی نامیده که به مجموعه تجربیات مردم مانند فعالیت ها و رفتارها، مراسم و دریافت ها چه به صورت خود آگاه و یا ناخودآگاه، فردی یا جمعی در مکان اطلاق می شود [۱۰۰].
بنابراین می توان ترکیب دو مفهوم پیوند افراد با طبیعت و فعالیت های مطلوب در طبیعت را تحت طبقه مفومی جدیدی ترکیب کرد. این طبقه با توجه به ماهیت معنایی هر دو طبقه یعنی وابستگی اراضی نیازها و توقعات مخاطب به ویژگی های طبیعی محیط و فعالیت هایی که آن بستر تسهیل می کند، می تواند در وابستگی مکانی نام بگیرد که در همانگی کامل با یکی از مهمترین ابعاد پیشتر معرفی شده است. در نهایت فضای نتیجه نهایی حاصل از بررسی پدیدارنگارانه تجربیات منجر به دلستگی مکانی در فضای ساحلی شهر بوشهر متشکل از چهار مفهوم مختلف، قابل ترسیم است (شکل شماره ۸). این فضای نتیجه نشان می دهد که همانطور که پیشتر مشخص شد، یکی از مدل های متاخر تایید شده در مطالعات مربوط به مفهوم دلستگی مکانی، مدلی چهار بعدی متشکل از ابعاد وابستگی مکانی، هویت مکانی، پیوندهای اجتماعی و پیوندهای عاطفی مکان است. محققانی که این مدل را در پژوهش های خود تایید کرده اند، معتقدند که مفهوم دلستگی مکانی از ابعاد مختلف فعالیتی (وابستگی مکانی)، شناختی (هویت مکانی)، اجتماعی (پیوندهای اجتماعی) و روانی (پیوندهای

احساسی مکانی و فرصت انجام فعالیت های دلخواه به عنوان مهمترین مفاهیم در شکل گیری پدیده دلبستگی به مکان های ساحلی هستند. این پژوهش همچنین تاییدیست بر پژوهش های مبتنی بر مدل های ارزیابانه دلبستگی مکانی چهار بعدی که در برخی از پژوهش های اخیر استفاده شده است و پیشنهاد می کند که برای پژوهش های این حوزه، که در بستر محیط های طبیعی انجام می شوند، برای ارزیابی رابطه و شدت اثر متغیر های مختلف بر روی یکدیگر از مدل های چهار بعدی متشکل از هویت مکانی، وابستگی مکانی، پیوند های عاطفی و پیوند های اجتماعی استفاد شود.

۷- قدردانی

این مقاله با حمایت مادی و معنوی سازمان بنادر و دریانوردی جمهوری اسلامی ایران نگارش شده است.

۸- منابع و مأخذ

1. Lewicka, M., Place attachment: How far have we come in the last 40 years? *Journal of Environmental Psychology*, 2011. 31(3): p. 207-230.
2. Baran, P.K., et al., Park Use Among Youth and Adults: Examination of Individual, Social, and Urban Form Factors. *Environment and Behavior*, 2014. 46(6): p. 768-800.
3. Bailey, N., A. Kearns, and M. Livingston, Place Attachment in Deprived Neighbourhoods: The Impacts of Population Turnover and Social Mix. *Housing Studies*, 2011. 27(2): p. 208-231.
4. Kyle, G., et al., Effects of place attachment on users' perceptions of social and environmental conditions in a natural setting. *Journal of Environmental Psychology*, 2004. 24(2): p. 213-225.
5. Amundsen, H., Place attachment as a driver of adaptation in coastal communities in Northern Norway†. *Local Environment*, 2013: p. 1-20.
6. Dredge, D., Place change and tourism develop-

که با اینکه یکی از دلایل دلبستگی به محیط های ساحلی امکان تنها یی و جدا بودن از محیط فیزیکی و اجتماعی شهریست، اما افراد در همین محیط های خلوت نیز تمایل به پیدا کردن گروه های هم جنس و برقراری روابط اجتماعی دارند. از سوی دیگر، مشاهده شد که یکی از عواملی که بیشترین بار معنایی را با خود به همراه دارد، رضایت مندی مکانی است. بنا به تعریف استدمن (۲۰۰۲) رضایت مندی مکانی عبارت است از باورهایی موجز و چند بعدی بر اساس قضاوت از کیفیات ادراک شده محیط از سطح پاسخ دهی ویژگی های کالبدی، فعالیتی و خدماتی آن به نیاز ها، توقعات و انتظارات فرد.

این موضوع نشان می دهد که سطح خدمات ارائه شده در محیط با توجه به گروه های مختلف افراد و پاسخدهی مناسب به این انتظارات نقش کلیدی در شکل گیری دلبستگی به مکان دارد. این موضوع نیز در مطالقت به یافته های پژوهش های پیشین است که اشاره دارند میزان انطباق فرصت های فعالیتی در محیط رابطه مستقیم و مثبتی با سطح رضایتمندی و دلبستگی به مکان دارند. اما در مورد

فضاهای ساحلی، تقریباً تمام طبقات توصیفی، در ارتباط مستقیم با مولفه های طبیعی محیط هستند و عناصر مصنوع نقش چندانی در روایت های افراد از تجارت مکانی شان نداشت. این موضوع موید دو نکته مهم است. اول اینکه طراحی فضا ها و فضاهای همگانی ساحلی در بوشهر، نتوانسته اند و یا نمی توانند در مقابل جذابیت ها و فرصت های تجربی ساحل و دریا در جلب نظر مخاطبین موفق باشند و ارتباط افراد با این محیط بر داشته های طبیعی آن مرتبط است. همچنین این که به طور کلی افراد ذاتاً تمایل دارند که مجاورت خود را با محیط ساحل و عناصر طبیعی آن حفظ کنند تا دیگر فرصت ها. این نکته پیش تر در مطالعات مختلفی بررسی و تایید شده است. به طور کلی این پژوهش نشان داد که چهار طبقه مفهوم هویت یابی از مکان، روابط اجتماعی، پیوند های عاطفی و

- ment conflict: Evaluating public interest. *Tourism Management*, 2010. 31(1): p. 104-112.
- 7.Devine-Wright, P. and Y. Howes, Disruption to place attachment and the protection of restorative environments: A wind energy case study. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(3): p. 271-280.
 - 8.Burley, D., et al., Place Attachment and Environmental Change in Coastal Louisiana. *Organization & Environment*, 2007. 20(3): p. 347-366.
 - 9.Ramkisson, H. and F.T. Mavondo, The satisfaction-place attachment relationship: Potential mediators and moderators. *Journal of Business Research*, 2015. 68(12): p. 2593-2602.
 - 10.Ramkisson, H., L.D. Graham Smith, and B. Weiler, Testing the dimensionality of place attachment and its relationships with place satisfaction and pro-environmental behaviours: A structural equation modelling approach. *Tourism Management*, 2013. 36: p. 552-566.
 - 11.Scannell, L. and R. Gifford, The relations between natural and civic place attachment and pro-environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(3): p. 289-297.
 - 12.Giuliani, M.V., Theory of attachment and place attachment, in *Psychological theories for environmental issues*, M. Bonnes, T. Lee, and M. Bonaiuto, Editors. 2003, Ashgate: Aldershot. p. 137-170.
 - 13.Tuan, Y.F, *Topophilia: a study of environmental perception, attitudes, and values*. 1974, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
 - 14.Proshansky, H.M., A.K. Fabian, and R. Kamionoff, Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 1983. 3(1): p. 57-83.
 - 15.Relph, E., *Place and placelessness*. 1976, London: Pion.
 - 16.Altman, I. and S.M. Low, *Place Attachment*. 1992, New York: Plenum.
 - 17.Scannell, L. and R. Gifford, Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(1): p. 1-10.
 - 18.Amundsen, H., Place attachment as a driver of adaptation in coastal communities in Northern Norway. *Local Environment*, 2015. 20(3): p. 257-276.
 - 19.Lin, C.-C. and M. Lockwood, Forms and sources of place attachment: Evidence from two protected areas. *Geoforum*, 2014. 53(0): p. 74-81.
 - 20.Chen, N., L. Dwyer, and T. Firth, Effect of dimensions of place attachment on residents' word-of-mouth behavior. *Tourism Geographies*, 2014. 16(5): p. 826-843.
 - 21.Raymond, C.M., G. Brown, and D. Weber, The measurement of place attachment: Personal, community, and environmental connections. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(4): p. 422-434.
 - 22.Gross, M.J. and G. Brown, An empirical structural model of tourists and places: Progressing involvement and place attachment into tourism. *Tourism Management*, 2008. 29(6): p. 1141-1151.
 - 23.Kyle, G., A. Graefe, and R. Manning, Testing the Dimensionality of Place Attachment in Recreational Settings. *Environment and Behavior*, 2005. 37(2): p. 153-177.
 - 24.Hidalgo, M.C. and B. Hernández, Place attachment: Conceptual and Empirical Questions. *Journal of Environmental Psychology*, 2001. 21(3): p. 273-281.
 - 25.Williams, D.R. and J.J. Vaske, The measurement of place attachment: Validity and generalizability of a psychometric approach. *Forest science*, 2003. 49(6): p. 830-840.
 - 26.Vaske, J.J. and K.C. Kobrin, Place Attachment and

- Environmentally Responsible Behavior. *The Journal of Environmental Education*, 2001. 32(4): p. 16-21.
27. Jorgensen, B.S. and R.C. Stedman, A comparative analysis of predictors of sense of place dimensions: Attachment to, dependence on, and identification with lakeshore properties. *Journal of Environmental Management*, 2006. 79(3): p. 316-327.
28. White, D.D., R.J. Virden, and C.J. van Riper, Effects of Place Identity, Place Dependence, and Experience-Use History on Perceptions of Recreation Impacts in a Natural Setting. *Environmental Management*, 2008. 42(4): p. 647-657.
29. Halpenny, E.A., Pro-environmental behaviours and park visitors: The effect of place attachment. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(4): p. 409-421.
30. Moore, R.L. and A.R. Graefe, Attachments to recreation settings: The case of rail-trail users. *Leisure Sciences*, 1994. 16(1): p. 17-31.
31. Trentelman, C.K., Place Attachment and Community Attachment: A Primer Grounded in the Lived Experience of a Community Sociologist. *Society & Natural Resources*, 2009. 22(3): p. 191-210.
32. Williams, D.R. and J.W. Roggenbuck, Measuring Place Attachment: Some Preliminary Results, in The session on Outdoor Planning and Management. 1989, NRPS Symposium on Leisure Research: San Antonio, Texas.
33. Lalli, M., Urban-related identity: Theory, measurement, and empirical findings. *Journal of Environmental Psychology*, 1992. 12(30): p. 285-303.
34. Cuba, L. and D.M. Hummon, A PLACE TO CALL HOME: Identification With Dwelling, Community, and Region. *Sociological Quarterly*, 1993. 34(1): p. 111-131.
35. Twigger-Ross, C.L. and D.L. Uzzell, Place and Identity Processes. *Journal of Environmental Psychology*, 1996. 16(3): p. 205-220.
36. Hernández, B., et al., The role of place identity and place attachment in breaking environmental protection laws. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(3): p. 281-288.
37. Lewicka, M., Place attachment, place identity, and place memory: Restoring the forgotten city past. *Journal of Environmental Psychology*, 2008. 28(3): p. 209-231.
38. Halpenny, E.A., Environmental behaviour, place attachment and park visitation: A case study of visitors to Point Pelee National Park, in *Recreation and Leisure Studies*. 2006, University of Waterloo: Waterloo, Ontario, Canada.
39. Hammitt, W.E., E.A. Backlund, and R.D. Bixler, Place Bonding for Recreation Places: Conceptual and Empirical Development. *Leisure Studies*, 2006. 25(1): p. 17-41.
40. Hay, R., Sense of Place in Developmental Context. *Journal of Environmental Psychology*, 1998. 18(1): p. 5-29.
41. Williams, D.R., et al., Beyond the commodity metaphor: Examining emotional and symbolic attachment to place. *Leisure Sciences*, 1992. 14(1): p. 29-46.
42. Gosling, E. and K.J.H. Williams, Connectedness to nature, place attachment and conservation behaviour: Testing connectedness theory among farmers. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(3): p. 298-304.
43. Kyle, G., et al., An Examination of Recreationists' Relationships with Activities and Settings. *Leisure Sciences*, 2004. 26(2): p. 123-142.
44. Kyle, G., et al., An Examination of the Relationship between Leisure Activity Involvement and Place



فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

- Attachment among Hikers Along the Appalachian Trail. 2003, 2003. 35(3).
45. Wynveen, C.J., G.T. Kyle, and S.G. Sutton, Natural area visitors' place meaning and place attachment ascribed to a marine setting. *Journal of Environmental Psychology*, 2012. 32(4): p. 287-296.
46. Brown, G., Mapping Spatial Attributes in Survey Research for Natural Resource Management: Methods and Applications. *Society & Natural Resources*, 2004. 18(1): p. 17-39.
47. Stedman, R.C., Toward a Social Psychology of Place: Predicting Behavior from Place-Based Cognitions, Attitude, and Identity. *Environment and Behavior*, 2002. 34(5): p. 561-581.
48. Proshansky, H.M., The City and Self-Identity. *Environment and Behavior*, 1978. 10(2): p. 147-169.
49. Mazumdar, S. and S. Mazumdar, Religion and place attachment: A study of sacred places. *Journal of Environmental Psychology*, 2004. 24(3): p. 385-397.
50. Devine-Wright, P. and S. Clayton, Introduction to the special issue: Place, identity and environmental behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(3): p. 267-270.
51. Bernardo, F., et al., The Role of Place Identity in the Perception, Understanding, and Design of Built Environments. null. Vol. null. 2012. 45.
52. Bernardo, F. and J. Palma-Oliveira, Place identity, place attachment and the scale of place: The impact of place salience. *Psyecology*, 2013. 4(2): p. 167-193.
53. Prayag, G. and C. Ryan, Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 2012. 51(3): p. 342-356.
54. Kaltenborn, B.P., Nature of place attachment: A study among recreation homeowners in Southern Norway. *Leisure Sciences*, 1997. 19(3): p. 175-189.
55. Manzo, L.C. and D.D. Perkins, Finding Common Ground: The Importance of Place Attachment to Community Participation and Planning. *Journal of Planning Literature*, 2006. 20(4): p. 335-350.
56. Kasarda, J. D. and M. Janowitz, Community Attachment in Mass Society. *American Sociological Review*, 1974. 39(3): p. 328-339.
57. Hernandez, B., et al., Place attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of Environmental Psychology*, 2007. 27(4): p. 310-319.
58. Comstock, N., et al., Neighborhood attachment and its correlates: Exploring neighborhood conditions, collective efficacy, and gardening. *Journal of Environmental Psychology*, 2010. 30(4): p. 435-442.
59. Clayton, S., et al., Introduction: Identity and the natural environment. null. Vol. null. 2003. 1.
60. Burholt, V., The dimensionality of 'place attachment' for older people in rural areas of South West England and Wales. *Environment and Planning A*, 2012. 44(12): p. 2901-2921.
61. Ramkisson, H., B. Weiler, and L.D.G. Smith, Place attachment, place satisfaction and pro-environmental behaviour: a comparative assessment of multiple regression and structural equation modeling. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2013. 5(3): p. 215-232.
62. Ramkisson, H. and F. Mavondo, Proenvironmental Behavior: The Link Between Place Attachment and Place Satisfaction. *Tourism Analysis*, 2014. 19(6): p. 673-688.
63. Tonge, J., et al., The Effect of Place Attachment on Pro-environment Behavioral Intentions of Visitors to Coastal Natural Area Tourist Destinations. *Journal of Travel Research*, 2014.

64. Kil, N., et al., Place attachment as a mediator of the relationship between nature-based recreation benefits and future visit intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 2012. 20(4): p. 603-626.
65. Halpenny, E. Fostering return visitation to naturebased destinations: The role of place attachment, length of affiliation, frequency of visitation and distance between residence and destination. 2012.
66. Yuksel, A., F. Yuksel, and Y. Bilim, Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management*, 2010. 31(2): p. 274-284.
67. Jorgensen, B.S. and R.C. Stedman, Sense of place as an attitude: Lakeshore owners attitudes toward their properties. *Journal of Environmental Psychology*, 2001. 21(3): p. 233-248.
68. Manzo, L. and P. Devine-Wright, Place Attachment: Advances in Theory, Methods and Applications. 2013, New York: Routledge.
69. Devine-Wright, P., Place attachment and public acceptance of renewable energy: A tidal energy case study. *Journal of Environmental Psychology*, 2011. 31(4): p. 336-343.
70. Stokols, D. and S.A. Shumaker, People in places: A transactional view of settings. Cognition, social behavior, and the environment. 1981, Hillsdale, NJ: Erlbaum.
71. Tsai, S.-p., Place Attachment and Tourism Marketing: Investigating International Tourists in Singapore. *International Journal of Tourism Research*, 2012. 14(2): p. 139-152.
72. Ram, Y., P. Björk, and A. Weidenfeld, Authenticity and place attachment of major visitor attractions. *Tourism Management*, 2016. 52: p. 110-122.
73. Fitzjohn, M., Viewing places: GIS applications for examining the perception of space in the mountains of Sicily. *World Archaeology*, 2007. 39(1): p. 36-50.
74. Clark-Ibáñez, M., Framing the Social World With Photo-Elicitation Interviews. *American Behavioral Scientist*, 2004. 47(12): p. 1507-1527.
75. Beckley, T.M., et al., Snapshots of What Matters Most: Using Resident-Employed Photography to Articulate Attachment to Place. *Society & Natural Resources*, 2007. 20(10): p. 913-929.
76. MacKay, K.J. and C.M. Couldwell, Using Visitor-Employed Photography to Investigate Destination Image. *Journal of Travel Research*, 2004. 42(4): p. 390-396.
77. Tonge, J., et al., A Photo-elicitation Approach to Exploring the Place Meanings Ascribed by Campers to the Ningaloo Coastline, North-western Australia. *Australian Geographer*, 2013. 44(2): p. 143-160.
78. Harper, D., Talking about pictures: A case for photo elicitation. *Visual studies*, 2002. 17(1): p. 13-26.
79. Guillemin, M. and S. Drew, Questions of process in participant-generated visual methodologies. *Visual Studies*, 2010. 25(2): p. 175-188.
80. Prosser, J.D., Visual methodology. Collecting and interpreting qualitative materials, 2012: p. 177.
81. Kyle, G. and G. Chick, The Social Construction of a Sense of Place. *Leisure Sciences*, 2007. 29(3): p. 209-225.
82. Degen, M.M. and G. Rose, The Sensory Experiencing of Urban Design: The Role of Walking and Perceptual Memory. *Urban Studies*, 2012. 49(15): p. 3271-3287.
83. Rose, G., Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials. 2007: SAGE Publications.
84. Croghan, R., et al., Young People's Constructions of Self: Notes on the Use and Analysis of the Photo-

- to Elicitation Methods. International Journal of Social Research Methodology, 2008. 11(4): p. 345-356.
85. Marton, F., Phenomenography: A Research Approach to Investigating Different Understandings of Reality. *Journal of Thought*, 1986. 21(3): p. 28-49.
86. Cohen, M.Z., D.L. Kahn, and R.H. Steeves, Hermeneutic phenomenological research: A practical guide for nurse researchers. 2000: Sage Publications.
87. Åkerlind, G.S., Variation and commonality in phenomenographic research methods. *Higher Education Research & Development*, 2005. 24(4): p. 321-334.
88. Marton, F. and S.A. Booth, Learning and awareness. 1997: Psychology Press.
89. Zenker, S. and N. Rütter, Is satisfaction the key? The role of citizen satisfaction, place attachment and place brand attitude on positive citizenship behavior. *Cities*, 2014. 38: p. 11-17.
90. Amsden, B.L., R.C. Stedman, and L.E. Kruger, The creation and maintenance of sense of place in a tourism-dependent community. *Leisure Sciences*, 2010. 33(1): p. 32-51.
91. Kuzel, A.J., Sampling in qualitative inquiry. 1992.
92. Morse, J.M., Designing funded qualitative research. 1994.
93. Patton, M.Q., Qualitative research. 2005: Wiley Online Library.
94. Creswell, J.W., Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. 2013: Sage publications.
95. Denzin, N.K., Sociological methods: A sourcebook. 5th ed. 2006: McGraw-Hill Companies.
96. Bowden, J.A. and P. Green, Doing developmental phenomenography. Doing Developmental Phenomenography, 2005: p. vi.
97. Marton, F., Phenomenography—describing conceptions of the world around us. *Instructional science*, 1981. 10(2): p. 177-200.
98. Strauss, A. and J. Corbin, Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory. 1998: Sage Publications, Inc.
99. Kyle, G.T., J. Jun, and J.D. Absher, Repositioning Identity in Conceptualizations of Human-Place Bonding. *Environment and Behavior*, 2014. 46(8): p. 1018-1043.
100. Seamon, D., Place attachment and phenomenology: The synergistic dynamism of place. *Place attachment: Advances in theory, methods and applications*, 2014: p. 11-22.
101. Xu, Z. and J. Zhang, Antecedents and consequences of place attachment: A comparison of Chinese and Western urban tourists in Hangzhou, China. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2015.
102. Ramkissoon, H., L.D.G. Smith, and B. Weiler, Relationships between place attachment, place satisfaction and pro-environmental behaviour in an Australian national park. *Journal of Sustainable tourism*, 2013. 21(3): p. 434-457.
103. Tuan, Y.F., Space and place: The perspective of experience. Vol. null. 1977, Minneapolis: University of Minnesota Press. 496.
104. Adevi, A.A. and P. Grahn, Attachment to Certain Natural Environments: A Basis for Choice of Recreational Settings, Activities and Restoration from Stress? *Environment and Natural Resources Research*, 2011.

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۳۰۰