مدیریت شهری
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017
۲۷۷-۳۰۰
زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۶/۱۲ زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۶/۳/۱

فرآیند تبیین پدیدارنگاری ابعاد مفهوم دلبستگی 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

امروزه مفهوم دلبستگی به مکان با توجه به نقشی که در تبیین و حتی پیش بینی رفتار انسان در محیط های 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 ویژگی های طراحانه محیط، رضایتمندی مکانی، حفاظت خود انگیخته از محیط و علاقه به بازدید مجدد محیط اثر گذار است. با توجه به تازه بودن ورود این مفهوم از مطالعات جغرافیایی و روانشناسی به مطالعات شهری و نیز تعدد و تکثر تعاریفی که در این حوزه ها از آن به میان آمده، کماکان در خصوص ابعاد ماهوی آن اجماعی وجود ندارد. لذا این مقاله در سعی دارد به روش کیفی و با رویکرد پدیدار نگاری و بهره گیری از تکنیک استخراج معنایی تصویری خودنگار به بررسی شکل گیری ابعاد مفهوم دلبستگی 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 دلبستگی 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 بندی است. فلذا الگوی تحلیلی مفهوم دلبستگی به مکان در نوار ساحلی شهر بوشهر بر مدل چهار بعدی دلبستگی مکانی مطابقت دارد.

واژگان کلیدی: دلبستگی مکانی، روانشناسی محیط، پدیدار نگاری، استخراج معانی تصویری خودنگار، طراحی شهری.

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 MAXQDA, 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.

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

این مقاله برگرفته از رساله دکتری شهرسازی نویسنده اول با عنوان «بازشناخت دلبستگی 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.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

۱- مقدمه

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 و 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 دلبستگی مکانی بر ساخت پیوند های اجتماعی و ایجاد هویت فردی و جمعی در افراد پرداخته اند [۲-۴]، 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، بسترها موثر تری برای شکل گیری حس تعلق به مکان نسبت به انواع دیگر فضاها به شمار می آیند [۵-۸]، بنابراین شناسایی مولفه هایی که رابطه خاص احساسی میان افراد و این گونه فضاها 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 برندسازی مکانی و مدیریت گردشگری، حوزه سلامت اجتماعی، رفتار سفر و نیز مدیریت رفتارهای خود انگیخته محیطی افراد، قابل رد یابیست [۹-۱۱]. با این حال، با وجود مطالعات متعددی که بویژه در دو دهه گذشته در خصوص ماهیت، مولفه های اثرگذار احسلسی در ارتباط با انسان و دلبستگی به مکان انجام شده، کماکان موضوع ابعاد ماهوی آن بویژه در حوزه ویژگی های کالبدی و فعالیتی محیط، بدلیل توجه صرف به پژوهشگران (عمدتاً روانشناس) به فرایندهای روانشناختی انسان در مواجه با مکان، مغفول و مجهول 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 دلبستگی به مکان در فضاهای ساحلی شهری را تبیین و تفسیر نماید.

۲- دیدگاه های نظری و چارچوب مفهومی پژوهش

۲-۱- مفهوم دلبستگی مکانی و ابعاد آن

مفهوم دلبستگی مکانی با ریشه گرفتن از نظریه دلبستگی جان بولبی در خصوص شناخت سیستم های کنترل رفتاری کودک و مادر در روانشناسی و سپس ازدرون مفهوم حس مکان در مطالعات توان ، بیرون آمده است [۱۲]. توآن 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 فضا ها و محیط های جغرافیایی معرفی کرده اند[۱۴]. موضوع دلبستگی 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 دلبستگی مکانی به منظور توصیف پدیده تعامل و پیوندهای متعدد عاطفی که مردم با مکان های خاص (مثلاً عبادتگاه ها) شکل می دهند، بکار رفت [۱۶]. با اینکه مفهوم واژه دلبستگی مکانی در طول چهل سال اخیر در علوم مختلفی (از روانشناسی محیطی تا جغرافیای انسانی) مطرح

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

و تکامـل یافتـه اسـت، ولی اساسـاً دلبسـتگی مکانی به پیونـدی اطـلاق می شـود کـه میان اشـخاص و محیط شـان به صـورت معنـا داری اتفاق می افتـد اطلاق می شـود [۱۷] (در مقابـل آن مـی توان بیگانگـی مکانی را کـه ارزیابـی منفی از مکان داشـته و خـود را از آن مبرا دانسـته و از نتیجـه تعامـل با آن مکان رضایت نداشـته انـد، قـرار داد). بـا وجـود تعاریف مختلف و عـدم وجود توافـق جامـع در بیـن محققین در طول بیـش از چهل سـال پژوهـش در ایـن حـوزه، در تعریفـی سـاده و متأخـر، اسـکنل و گیفـورد بـا اسـتناد بـه آثـار لاو و آلتمـن در سـال ۱۹۹۲ و گیلیانـی در سـال ۲۰۰۳، دلبسـتگی مکانـی را رابطـه ای عاطفـی میـان فـرد و محیـط خـاص و بـه شـکل پیوندی سـه بخشـی میان شـخص و محیـط (جغرافیایـی و یـا ذهنـی- معنایی) و فرآیندهـای روانشناسـانه فـی مـا بیـن معرفـی کردند [۱۲, ۱۶, ۱۷].

مطالعـات متعـددی سـعی در مشـخص سـاختن ابعاد ماهـوی مفهـوم دلبسـتگی مکانـی و معیارهایـی کـه بـه برقـراری ایـن پیونـد منجـر مـی شـوند، داشـته انـد [۱۰, ۱۸-۲۴]. نتیجـه ایـن مطالعـات بـه دلیـل ورود پژوهشـگران از حـوزه هـای علمـی مختلـف (از روانشناسـی تـا جغرافیـا) نتایـج متعـددی را نیـز بـه همـراه داشـته و سـبب شـده کـه تـا کنـون تعریـف مشـخصی از مفهـوم حاصـل نشـده و بـه ابهـام آفرینی در حـوزه تعریـف و فهـم موضـوع دامـن بزنـد [۱]. بـا ایـن حـال، دو بعـدی که بیشـتر در پژوهش هـا به آنها اسـتناد شده اسـت و به عقیده بسـیاری از پژوهشگران سـاختار اصلـی مفهوم دلبسـتگی مکانی با ایـن دو بعد شـناخته می شـود عبارتند از وابستگی مکانی و هویت مکانـی [۲۳, ۲۵]. محققـان متعـددی نیـز در پژوهش هـای ارزیابانـه خـود از مفهوم دلبسـتگی مکانی از این دو بعـد بهره جسـته و بر تعریف سـاختاری دلبسـتگی مکانـی با ایـن دو بعد صحه گذاشـته انـد[۴, ۲۶-۲۹]. وابسـتگی مکانـی بـه فعالیـت هـا و کارکردهایـی از مـکان اشـاره دارد کـه مشـخص می سـازد یـک مکان خـاص تا چه اندازه سـبب تسـهیل فعالیـت های خاص کاربرانـش مـی شـود [۳۰] و اینکه چگونه اشـخاص به یـک مکان بـرای فعالیت ها و مقاصدشـان وابسـته اند. دلبسـتگی بـه مـکان از ورای مقایسـه مکان نسـبت به دیگـر مـکان های مشـابه و در پـی ارزیابـی ذهنی پس از تجربـه مـکان حاصل مـی گردد و به صـورت خلاصه نتیجـه قضاوتـی چـون :"هیـچ جـای دیگـر چنیـن امکاناتـی بـرای مـن مثـل این مـکان نخواهد داشـت" اسـت [۳۱]. در حقیقـت وابسـتگی مکانـی رابطـه ای عملکـردی اسـت که افراد بر اسـاس درک فردی شـان از اینکـه آن مـکان تـا چـه انـدازه امـکان بـروز فعالیت دلخواهشـان را فراهـم مـی سـازد، بـا آن مـکان ارتباط برقرار سـاخته و زمانـی که میزان این وابسـتگی مکانی افزایـش پیـدا کند، تمایـل افراد به جایگزیـن کردن آن مـکان با فضـای دیگر بـرای انجام فعالیت شـان کاهش می یابـد[۳۲].

از سـویی دیگـر، هویـت مکانـی را پروشانسـکی و همکارانـش (۱۹۸۳) در قالـب زیـر مجموعـه ای از هویـت شـخصی افـراد و تحـت عنـوان ترکیبـی از گرایـش هـا، ارزش هـا، باورهـا، معانـی و رفتـار هایـی کـه از ورای دلبسـتگی عاطفـی و حس تعلـق به مکانی خـاص بدسـت می آیـد، تعریـف کـرده انـد [۱۴]. لذا، هویـت مکانـی به معنـای پدیـده ای حسـی، عاطفی و سـمبولیک اسـت که فـرد از محیـط کالبدی کسـب و بـه عنـوان بخشـی از هویـت فردی خـود می شناسـد. ایـن پدیـده به نوعـی متفـاوت از ویژگی هـای فعالیتی محیط اسـت و ماهیت خود را از ویژگی های شـناختی و معنایی محیط کسـب کرده و نشـان داده شـده که با گذشـت زمان و به واسـطه تعامل بیشـتر فرد با محیط و یـا یـاد آوری بیشـتر آن خاطـرات عمیـق تـر نیز می شـود [۱۴, ۳۳-۳۵]. تجربـه مثبـت مـکان و یـادآوری آن سـبب می شـود کـه افـراد تمایل به حفظ گذشـته ای از محیـط کـه در آن خاطـرات، افـکار، احساسـات و گرایـش هـای مطلوبشـان در آن شـکل مـی گرفتـه را در ذهـن خـود بـه صـورت مانـا خلـق کننـد و هویتی شـخصی مناسـبی از آن بـرای خـود بسـازند. چـرا کـه پـس از رضایـت محیطـی ناشـی از دلبسـتگی مکانـی،

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

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

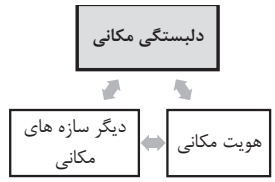
ابعاد	تعریف	حوزه کارکردی	محققین و پژوهش های مرتبط
وابستگی مکانی	ارتباط خاص عملکردی بویژه بواسطه مولفه های مشخصی از محیط کالبدی که انجام فعالیت دلخواه فرد را ممکن می سازند	**فردی، کالبدی، فعالیتی**	[۲۵, ۴۱] و [۴۲] و [۱۰] و [۲۳, ۴۵-۴۳] و [۲۶, ۲۹, ۳۶, ۴۲, ۴۶, ۴۷]
هویت مکانی	آن دسته از احساسات، ارزش ها و باورهای منتسب از محیط فیزیکی که به زعم افراد تعریف کننده بخشی از هویت فردیشان باشد	**فردی، کالبدی، شناختی**	[۱۴] و [۳۰, ۳۳, ۳۴, ۴۸] و [۲۱, ۲۳, ۳۹, ۵۲-۴۹] و [۳۵] و [۲۶] و [۵۳]
پیوندهای اجتماعی	احساس تعلق و یا عضویت در بخشی از افراد جامعه و یا خانواده و پیوندهای عاطفی حاصله از این تعلق بواسطه وجود تجربیات، علایق و یا دغدغه های مشترک در مکان	**اجتماعی، فعالیتی**	[۵۵, ۵۴, ۴۰] و [۵۶] و [۲۴, ۵۷] و [۵۴, ۵۸]
پیوندهای طبیعت	ارتباطات آشکار و نهان شخص با طبیعت بر پایه تجربیات، احساسات و یا بازنمایی شناختی در فرد	**فردی، کالبدی، احساسی**	[۵۹] و [۵۴] و [۴۲] و [۲۱, ۶۰]
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	**فردی، کالبدی، احساسی**	[۲۹, ۴۰, ۶۱, ۶۲] و [۹, ۲۹, ۶۳-۶۶] و [۱۲] و [۶۷]

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

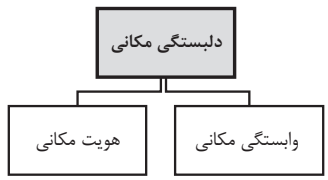
ذهن به سمت ساخت آسایش احساسی رفته و شروع به ارتباط روانی با محیط می کند. لذا بسیاری از پژوهشگران معتقدند که امکان فراهم سازی فعالیت های مطبوع در محیط (دلبستگی مکانی) به طور مستقیم موجب شکل گیری هویت مکانی مثبت و قوی تری خواهد شد [۲۱, ۲۷, ۳۶, ۳۷].

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 مرورو زمان و کثرت مطالعات انجام شده در محیط های مختلف، بتدریج ابعاد دیگری از مفهوم دلبستگی که مشخص شدند [۲۱, ۲۳, ۳۸] 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 سابقه 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 [۱۶, ۲۴]. عده ای معتقدند که در برخی از زمینه ها، پیوندهای اجتماعی منبع اولیه معنا یابی افراد در مکان محسوب می شوند و

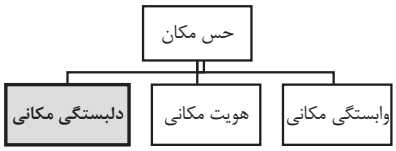
[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]



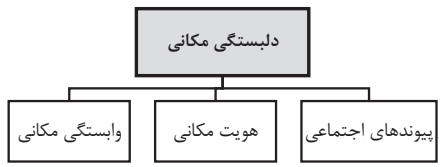
شکل ۱. دلبستگی مکانی به مثابه مفهومی تک بعدی: دواین-وایت (۲۰۱۱)، گیلیانی (۲۰۰۳) و هرناندز و هیدالگو (۲۰۰۷)



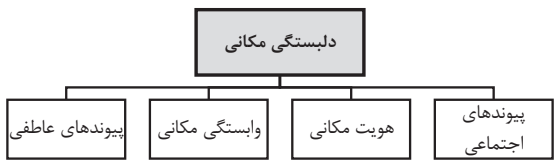
شکل ۲. دلبستگی مکانی به مثابه مفهومی فرادستی و دو بعدی: استوکولز و شوماخر (۱۹۸۱)، ویلیامز و واسک (۲۰۰۳)



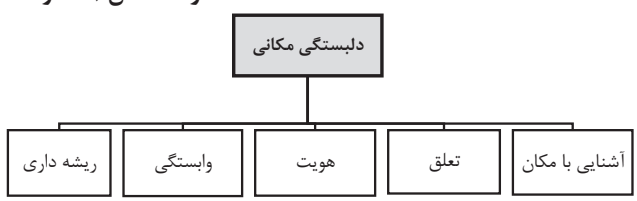
شکل ۳. مدل سه بعدی دلبستگی مکانی: کایل، گراف و مانینگ (۲۰۰۵)



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



شکل ۵. دلبستگی به مثابه مفهومی پایین دستی: یورگنسن و استدمن (۲۰۰۱و۲۰۰۶)



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

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

بـر اهمیـت نقـش تعامـلات اجتماعی افـراد و سـاختار محیـط اجتماعـی فعالیتـی مکان بـه عنوان بعـد اصلی مفهوم دلبسـتگی مکانـی تاکید دارنـد [۲۱, ۲۳, ۴۰]. جـدول شـماره یک برخـی از مهمترین ایـن ابعاد را که در پژوهـش هـای اخیر به آنها پرداخته شـده را نشـان مـی دهد.

از سـویی دیگـر، طـی چهـل سـال گذشـته و از شـروع مطالعـات در حـوزه دلبسـتگی مکانـی، پژوهشـگران با پیشـینه پژوهشـی مختلف، مفهوم دلبسـتگی مکانی و البتـه بـا عناویـن گوناگونـی ماننـد عشـق بـه مـکان ، ریشـه داری، وابسـتگی مکانـی، هویـت مکانـی، هویت شـهری، حس جامعه، یا دلبسـتگی جامعه را به شـکل مـدل هایـی تک بعدی تا پنـج بعدی معرفی کـرده اند [۶۸]. آنچه در اینجا حائز اهمیت اسـت، سـردرگمی در معرفـی و تعریـف عوامل اثر گذار اسـت [۱]. با بررسـی در مطالعـات انجـام گرفتـه [۶۸]، می توان سـه دسـته مشـخص از ایـن مدل ها را معرفی سـاخت. دسـته اول تعریف مفهوم دلبسـتگی به مـکان را به عنوان مفهومی تـک بعـدی و هم ردیـف بـا مفاهیمی همچـون هویت مکانی یا وابسـتگی مکانی اسـت. برخی از پژوهشـگران این دسـته عبارتنـد از دواین-وایـت (۲۰۱۱)، گیلیانی (۲۰۰۳) و هرنانـدز و هیدالگو (۲۰۰۷) [۱۲, ۵۷, ۶۹] (شـکل ۱). دسـته دوم مطالعاتی آن دسـته از پژوهش هایـی انـد کـه دلبسـتگی مکانـی را سـاختاری چنـد بعـدی کـه از تلفیـق چندیـن عامل مختلـف ایجاد می شـود، معرفی سـاخته انـد. تعـداد این عوامل بسـته به پژوهـش هـای مختلف و تا اندازه ای مولفـه زمان، از دو تا پنج عامل معرفی شـده اسـت. برای مثال، براسـاس

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

رویکـرد اسـتوکولز و شـوماخر (۱۹۸۱)، ویلیامـز و وسـک (۲۰۰۳) دلبسـتگی مکانی مفهومی فرا دسـتی و عاملـی سـطح دوم است کـه از ماحصـل وجـود دو بعـد وابسـتگی مکانـی و هویـت مکانی خلق می شـود [۲۵, ۷۰] (شـکل ۲). کایل، گریف و مانینگ (۲۰۰۵) در پژوهشـی متأخـر تـر، عامل سـومی را تحـت عنوان پیوندهـای اجتماعـی بـه ایـن مـدل پیشـین اضافـه کردنـد (شـکل ۳). در مطالعـات دیگری دلبسـتگی به عنـوان پدیده ای سـه بعـدی متشـکل از هویت مکانی، وابسـتگی مکانـی و پیوندهای عاطفی نیز معرفی شـده اسـت [۶۴, ۷۱]. همچنیـن پیوندهـای عاطفی به مکان بـه عنـوان احساسـات قـوی افراد بـه یک مـکان خاص نیـز بـه عنوان بعـد چهـارم در مطالعـات اندکـی اخیراً مـورد توجـه افرادی چـون کایل (۲۰۰۴) و رامکیسـون (۲۰۱۲) قرار گرفته اسـت [۷۲] (شـکل ۴) و در نهایت، همیـت و همکارانـش (۲۰۰۶) مدلـی پنـج بعـدی از دلبسـتگی مکانـی را معرفـی کردنـد کـه متشـکل از آشـنایی با مکان، تعلق، هویت، وابسـتگی و ریشه داری بـود [۲۱] (شـکل ۵). در دسـته سـوم مـدل هایی قرار مـی گیرنـد که دلبسـتگی مکانـی را مفهومـی فرعی یا بعـدی از یـک مفهـوم کلـی تـر به حسـاب مـی آورند. بـرای مثـال، بـرای لالـی (۱۹۹۲)، دلبسـتگی مکانـی عاملـی در خلـق مفهـوم گسـترده تـر و پاییـن دسـتی مفاهیمـی چون هویت شـهری معرفی می کنـد [۳۳]. یورگنسـن و اسـتدمن (۲۰۰۱،۲۰۰۶) دلبسـتگی مکانـی، وابسـتگی مکانـی و هویت مکانـی را به صورت هـم عـرض ابعـادی از مفهـوم حـس مـکان معرفی می کنند [۲۷, ۶۷] (شـکل شـماره ۶)

بـا توجـه به اینکه مدل هـای مختلف ارائه شـده تفاوت هـای سـاختاری در سـطوح و محتوایی در ابعـاد دارند و نیـز ابهامـی کـه در تعاریـف ارائه شـده وجود داشـته و سـبب شـده کـه کمـاکان در بسـترهای پژوهشـی مختلـف (روانشناسـی محیـط، جغرافیـا، شهرسـازی) هنـوز اجماعـی در کاربسـت مدلـی مشـخص وجـود نداشـته باشـد، ایـن پژوهـش بدانبـال آن اسـت کـه از ورای رویکـردی پدیدارنگارانـه بـه تبیین ایـن مدل در بسـتر فضاهای سـاحلی شـهری بزنـد [۱].

۲-۲- استخراج معانی تصویری خود نگار

یکـی از روش هـای نوینـی کـه در رویکـرد پژوهشـی کیفی علومی چون روانشناسـی محیط، جامعه شناسـی و مردم شناسـی برای اسـتخراج مفاهیم نهفته مکانی از آن اسـتفاده می شـود، روش اسـتخراج معانی تصویری خودنـگار (در برخـی منابـع تحت عنـوان تصویربرداری بازدیدکننـده) اسـت. در ایـن روش از تصاویـری کـه توسـط خود مصاحبه شـونده گرفته شـده اند اطلاعات در قالـب مصاحبـه هایـی (عمدتاً به شـکل بـاز یا نیمه سـاختاری یافتـه اسـتخراج می شـود. محـور اصلی این مصاحبـه هـای در مورد توضیح دلایل آشـکار و پنهانی اسـت که سـبب شـده اند تصویر توسـط مخاطب مکان ثبت شـود انتخـاب تصویر معمـولاً به دلیـل محبوبیت کارکـرد مـکان، جذابیـت هـای بصـری و یـا هـر نـوع پیوندیسـت کـه میـان نیازمندی هـا و توقعات مخاطب و ویژگـی هـای آن مـکان در طـول زمان برقرار گشـته اسـت. یکـی از مهمتریـن عواملـی کـه بـه برداشـت دقیـق تـر معانـی مکانـی کمـک مـی کنـد، این اسـت کـه مخاطـب در لحظـه ثبـت تصویـر در مـکان حضور داشـته و احساسـات و حـواس وی بـه صورت مسـتقیم بـر انتخـاب وی اثـر می گـذارد. این موضوع سـبب می شـود کـه معانی مکانـی بـرای وی کاملاً ملمـوس بوده و بتوانـد بـه مهتریـن دلایـل انتخـاب خـود بر اسـاس اهمیـت و ارزش آن تصویـر در مصاحبـه ها اشـاره کند [۷۳].

بـه هـر حال، هـر چند بهـره گیـری از روش اسـتخراج معانـی تصویـری بـه عنـوان تکنیـک در پژوهـش های طراحـی شـهری بسـیار نوپا بـوده ولی در دیگر شـاخه هـا ماننـد مـردم شناسـی، جامعـه شناسـی اسـتفاده شـده اسـت. تصاویـری که در ایـن روش بکار مـی روند کارکـردی دوگانـه دارنـد. اول اینکـه پژوهشـگران می تواند از آنها برای پیشـبرد و تعمیق سـوالات بهره برده و دیگـر اینکـه خـود مخاطبین مـکان نیز از آنهـا برای ایجـاد راهـی شـفاف بـه منظـور توصیف ابعـاد مختلف زندگـی شـان اسـتفاده می کننـد [۷۴].

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

در مطالعات محدودی از روش استخراج معانی تصویری در حوزه مطالعات دلبستگی مکانی استفاده شده است. در یکی از اولین این مطالعه ها که در مقیاسی محله ای در سال ۲۰۰۷ توسط بکلی و همکارانش انجام شده است، از تصاویری که ساکنین محلی از آنچه در محله شان برایشان اهمیت داشته ثبت کرده اند، به منظور شناخت عناصر محیط طبیعی-مصنوع و اجتماعی-فرهنگی که سبب بوجود آمدن دلبستگی به مکان شده بودند، استفاده شد [۷۵]. در همین رابطه می توان به مطالعات مشابهی در حوزه رابطه ویژگی های مکانی و انسان بویژه در مباحث گردشگری اشاره داشت. برای مثال در مطالعه ای که در خصوص تصویر ذهنی مخاطبان از یک روستای تاریخی در ایالت ساسکچوان کانادا در سال ۲۰۰۴ انجام شد، مشخص گردید که زیرساخت ها (مسیرها و انبارهای ویژه کشاورزان)، عناصر متحرک محیط (حیوانات در مزارع و اسب ها در مرتع ها) و فعالیت های ساکنین بومی (کشاورزان، دامداران) مهمترین مقولات در ساخت تصویر ذهنی از محل هستند [۷۶]. در تحقیقی متاخر در سال ۲۰۱۳ با همین روش، در خصوص دلبستگی مکانی گردشگران به پارک دریایی نینگالو در استرالیا، مشخص شد که عواملی چون دوری جویی از محیط شهری، مشارکت در فعالیت های ساحلی، معاشرت با خانواده و افراد با علایق مشترک و نهایتاً شادی جمعی از جمله مهمترین عواملی است که سبب دلبستگی گردشگران به این حوزه و علاقه آنها به بازدید مجدد آن شده است [۷۷].

در هر صورت برخی از محققان روش های سنتی در تحقیقات کیفی مانند روش مصاحبه رودر رو و پدیدارشناسانه را به دلیل محدودیت های ذاتی حاکم بر محیط این نوع رویکردها که مانع از آن می شوند که مشارکت کننده به صورت آزاد بتواند تجربیاتش را با مصاحبه گر به میان بگذارد، مورد نقد قرار داده اند. ایشان روش های معمول مانند مصاحبه را بیشتر تحمیلی و همراه با اعمال نفوذ در پاسخ مخاطب دانسته و معتقدند که در این گونه روش ها، معمولاً به جای آنکه اطلاعات توسط مصاحبه شونده خلق شده و سپس به صورت مشارکتی با مصاحبه گر تحلیل شوند، تنها در پرسش هایی مستقیم، جهت دار و از پیش تعیین شده جمع آوری می شوند[۷۸].

به طور کل روش هایی که از مصاحبه شونده ها برای خلق اطلاعات بهره می جویند، مانند استخراج معانی تصویری، وسیله ای بهتر برای کشف واقعیات جهان پیچیده تجربیات انسانی در اختیار قرار می دهند. استخراج معانی تصویری فرایند بهره گیری از تصاویر در مصاحبه های پژوهشی است که پاسخ هایی دقیق تر و معتبر تری در خصوص خاطرات، باور ها و ارزش های محیطی افراد نسبت به مصاحبه های کلامی در اختیار پژوهشگر قرار می دهد [۷۸]. این رویکرد می تواند 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 ارزش های 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) می رود، قابلیت کشف بیشتر و عمیق تر ویژگی های پیدا و پنهان محیطی را داراست [۷۹]. روش استخراج معانی تصویری ابتداً در دهه هفتاد میلادی و در علم انسان شناسی توسط جان کولیر به مثابه روشی برای کمک به مصاحبه شونده ها برای تفکر و یارآوری در حین مصاحبه ها بکار گرفته شد و از اواسط دهه هشتاد و پس از انتشار کتاب "انسان شناسی بصری" و مقاله معنا و کار: مطالعه ای بر استخراج معاتی تصویری از داگلاس هارپر عمومیت یافت [۸۰]. هارپر در این مقاله از تصاویر به شکل راهی برای کمک به مصاحبه شونده هایی که برایشان توصیف و تشریح جزئیات محیط کاریشان مشکل بود، بهره جست. هارپر عنوان

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

می دارد که روش بهره گیری از تصاویر همزمان هم تجربی و هم ساختاری هستند. تصاویر ماهیت تجربی دارند چرا که ابزارهایی بصری هستند که تجربیات مخاطب مکان را آشکار می سازند. از سوی دیگر، ماهیت ساختارگرایانه این روش ریشه در پارادایم تفسیرگرایانه آن دارد چرا که به طور مشابه تفسیرگرایان نیز در تلاش دارند که موقعیت ها را از زاویه دید افرادی که آن موقعیت را تجربه کرده اند، مطالعه کنند [۷۸]. در همین راستا، در کاربست آن در طراحی شهری، از آنجایی که تصاویر این فرصت را در اختیار پژوهشگر قرار می دهند که علاوه بر ابعاد فیزیکی، ابعاد فعالیتی و اجتماعی مکان به صورت همزمان مورد واکاوی قرار گیرند [۸۱]، استفاده از تصاویر در فرایند استخراج معنایی می تواند ابزاری را در اختیار مشارکت کنندگان قرار دهد که همزمان با کیفیات کالبدی مطلوب محیط، داستان ها، خاطرات و رویدادهایی که ماهیتاً شخصی بوده است را بازگو کنند و این می تواند کیفیت مصاحبه را از طریق آشکار سازی جنبه های مختلف هویتی، عملکردی و عاطفی مکان غنا بخشد [۸۲].

رز (۲۰۰۷) معتقد است که استفاده از روش استخراج معانی تصویری مزایای متعددی نسبت به سایر روش های تفسیری دارد. چهار مزیت عمده آن عبارتند از اینکه به محققین این امکان را می دهند که بینش عمیق تری (و نه الزاماً اطلاعات بیشتر) نسبت به پدیده پیدا کنند. همچنین این امکان را برای مصاحبه شونده فراهم می کند که با بیان و زبان خود عقاید و افکارش را به اشترک بگذارد. بعلاوه، فرایند ثبت و انتخاب تصاویر توسط خود فرد مصاحبه شونده سبب می شود که شخص از جزئیاتی صحبت کند که معمولاً در مصاحبه های کلامی رایج بویژه از سوی مصاحبه گر دیده نمی شوند. این روش در مقایسه با دیگر روش های معمول، توانایی بیشتری در استخراج پاسخ های چندلایه و مرتبط با ابعاد احساسی و عاطفی محیط دارد [۸۳]. در نهایت، به واسطه وجود تصاویر در رابطه ی میان محقق و مصاحبه شونده، احتمال وجود سوء تفاهم ها کاهش یافته و همچنین بدلیل اینکه بار روانی مصاحبه از مصاحبه شونده به روی عکس ها و تصاویر به عنوان کانون بحث منتقل می شود، فضای روانی مصاحبه نیز از فشار کمتری برخوردار خواهد بود [۷۹]. یکی دیگر از مزایای این روش نسبت به روش های 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 عمیق تری نسبت به دیگر روش های مشابه برای پژوهشگر از طریق نمایش ویژگی های محیطی دارد. همچنین در روش تصویربرداری خودنگار، به این دلیل که تصاویر توسط مصاحبه شونده ثبت شده و لذا هم به مصاحبه شونده و هم به مصاحبه گر فرصتی برابر در مصاحبه (و نه شرایط صرفاً غالب برای مصاحبه گر) برای دستیابی به گفتگویی عمیق و شفاف در مورد ویژگی ها و معانی مکانی مهم دارند، از مقبولیت و اعتبار بیشتری بر خوردار است [۸۴].

۲-۳- پدیدار نگاری

پدیدارنگاری نوعی سنت تحقیق کیفی و تفسیری است که با استفاده از ابزارهایی چون مصاحبه های عمیق، بحث های گروهی و مشاهده مشارکتی و تحلیل استقرایی داده ها، 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 پدیده های تجربه شده شان در محیط قائل می شوند. همچنین در تناسب با هدف پژوهش حاضر، در این روش بهره گیری از تجربیات متفاوت افراد مختلف سبب فهم بهتر پدیده (اعم از

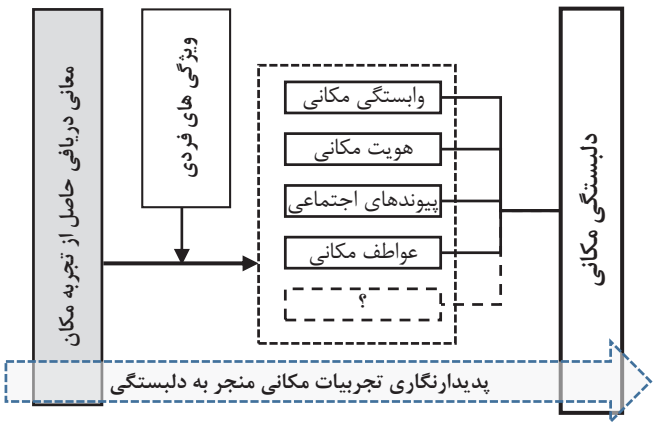
[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

محیـط فیزیکـی و اجتماعـی) عمق بیشـتری بـه یافته هـای تحقیـق مـی دهـد [۸۵]. ایـن روش نـه تنهـا به توضیـح تجربـه می پـردازد، بلکـه تنـوع و گوناگونی ها در تجربـه یـک پدیـده خـاص مطالعـه مـی کنـد. در حقیقـت پدیـدار نـگاری بـه ایـن دلیـل که به تفسـیر و شـناخت مفاهیـم بـر اسـاس تجربیات افـراد مختلف از یـک موضـوع مـی پـردازد و مـی توانـد جنبـه هـای متفـاوت یـک موضوع بهتر معرفی سـازد [۸۵]، انتخاب شـده اسـت. روش پدیـدار نگاری برای فهـم تجربه یک پدیـدار از دیـد کسـانی کـه آن را تجربه کـرده اند بکار مـی رود و هـدف اصلی اش حتـی ورای توصیف تجربه زیسـته افـراد، فهـم و تبییـن مولفه هایی اسـت که این تجربـه را سـبب شـده و بـر آن اثـر گذارنـد. فلـذا در مطالعـه تجربـه افـراد مختلـف در زندگـی شـهری از پدیـده هـای مرتبـط در طـول حیاتشـان (بـرای مثال فهـم معنـا و تجربـه "خانه" پـس از اقامـت طولانی در یک محله در شـهر) بسـیار مناسب اسـت [۸۶]. در این روش سـاختار تجربـه بـه صورت مجموعـه ای از عناصر بررسـی و از دو عناصـر ارجاعـی (مفاهیم) و سـاختاری (شـامل مـرز ادراکـی بـه عنـوان افـق بیرونـی و کانون توجـه بـه عنوان افـق بیرونـی) بـرای فهم بهتـر تجربه اسـتفاده می شـود. افـق بیرونی نشـان دهنده بخشـی از جهـان اسـت کـه مشـارکت کننـدگان، کـه هرکدام بـه شـیوه خـود بـه محیـط پیرامـون خـود مـی نگرند و ورای آن را نمـی بیننـد. بـه عبـارت دیگـر مفهـوم را از دیـد آن توصیـف مـی کننـد. افـق درونی امـا کانون خـاص توجه مشـارکت کننـده را نمایان می سـازد. هر طبقـه شـامل یـک نمـودار اسـت کـه سـاختار آگاهـی را نشـان مـی دهـد (عنصـر سـاختاری) و عنـوان و یـا توضیـح هـر طبقـه نیـز نشـان دهنـده عنصـر ارجاعی اسـت. از آنجایـی کـه موضـوع ایـن پژوهش، شـناخت معانـی حاصلـه از تجربیـات گوناگـون افـراد از پدیـده ای خاص (دلبسـتگی به مکان) اسـت و سـعی دارد که فهمـی عمیق از سـاختار پدیده دلبسـتگی بـه مکان را تبیین سـازد، راهبـرد پدیدار نگاری بـرای این پژوهش انتخـاب شـده اسـت. چـرا کـه بـه طـور کلـی، پدیدار نـگاری بـه صـورت اخـص بـه اسـتخراج معانـی یـک پدیـده از تفسـیر تجربیـات یـک گـروه از افـرادی دارد کـه آن پدیـده را تجربـه کرده انـد، می پـردازد. تمرکز پدیـدار نـگاری بـه بـر ارتباط دهـی معانی متفـاوت در چارچوبـی مشـخص بـه عنـوان سـاختار تجربـه اسـت و ایـن سـاختار بـه صـورت معانـی زنجیـر وار و در سـاختاری سلسـله مراتبـی ماهیـت تجربه را مشـخص مـی سـازند در این سـاختار با وجود بررسـی مفاهیم از ماحصـل تجربیات افـراد مختلـف، ارتباط دهـی معانی فـارق از افـراد در در بسـتر کلـی فضـای نتیجـه خـود را نمایـان مـی سـازند [۸۷]. فضـای نتیجـه مشـخص کننـده کلـی ماهیـت یـک پدیـده و سـاختارهای بهم مرتبـط آن اسـت. بـه عقیـده مارتون و بـوث (۱۹۹۷) فضـای نتیجه نهایی سـه ویژگـی کاملاً مشـخص دارد. اول اینکـه رویکـردی کاملاً مشـخص و متمایـز از نحوه فهـم یـک پدیـده را بـرای مـا مشـخص و تبییـن مـی کنـد. دوم اینکـه در فضـای نتیجـه ارتباطـی سلسـله مراتبی و مشـخص بیـن تمامی اجزا و طبقـات قابل رد یابیسـت و سـوم اینکه نتایج بسـیار تخلیصـی و مجرند و مجموعـه مظاهـر هـر تجربـه تا حـد امـکان در قالب طبقـات تجریـد و تخلیـص می شـوند [۸۸].

۲-۴- چارچوب مفهومی

بـا توجـه بـه مطالعـات مـروری و مـدل هـای معرفـی شـده، به نظر می رسـد که دلبسـتگی مکانـی مفهومی سـطح دومـی و حداقـل بـا کارکردهـا و ویژگـی هایی برگرفتـه از روابـط کالبـدی- فعالیتی مکان(دلبسـتگی مکانـی)، کالبدی-هویتـی مکان(هویت مکانـی)، روابط اجتماعـی در مکان (پیوندهای اجتماعـی) و پیوندهای احساسـی بـه مـکان (عواطف مکانی) اسـت. بـه عبارت دیگـر، هنگامـی دلبسـتگی به مکانی حاصل می شـود، کـه محیـط ویژگـی های مثبـت رفتـاری ، شـناختی ، اجتماعـی و عاطفـی آن بـا شـخص و ویژگـی هـای فردی اش درگیر شـده و سـطح پاسخگویی این ویژگی هـا هـم عـرض و بـا بالاتـر از سـطح توقعـات حاصل از نیـاز و تجربیـات پیشـین مخاطـب (ارزیابـی محیـط) خواهـد بـود[۱]. ایـن موضـوع بـا مـدل پاسـخگویی

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]



شکل ۷. چارچوب مفهومی پژوهش

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 [۱۰, ۶۶, ۸۹]. فلذا چارچوب مفهومی پیشنهادی با منطقی استقرایی در بستر پژوهشی کیفی در باب ابعاد دلبستگی به مکان و با رویکرد پدیدار نگاری 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 پدیدار نگارانه 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 پدیدار نگاری 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 برسد. 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 دهند 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 [۷۵, ۹۰]، 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 بویژه در مطالعات مرتبط با تجربه مکانی شش نفر توصیه شده است [۹۱, ۹۲]،

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

تعـداد دوازده نفـر (۶ مـرد و ۶ زن) از سـاکنین شـهر بوشـهر و بـا ویژگی هـای فردی متفاوت انتخاب شـدند (جـدول شـماره ۲). در این پژوهـش واحد اولیه تحلیل عبارت اسـت از مشـارکت کننـدگان و تصاویر منعکس کننـده تجربـه زیسـته آنهـا در محیـط سـاحلی شـهر بوشـهر [۸۱]. پـس از توضیحـات اولیـه مصاحبه گر به مشـارکت کننـدگان در خصـوص ماهیـت پژوهـش، از مصاحبـه هـای نیمـه سـاختاریافته عمیـق انفـرادی به مـدت زمـان عموماً بین ۳۰ تا ۶۰ دقیقه اسـتفاده شـد. بهـره گیـری از مصاحبـه هـای نیمـه سـاختار یافته در مقایسـه بـا ویژگـی عـدم عمـق گیـری مصاحبـه های بسـته و وسـعت و پراکندگـی اطلاعـات بعضاً غیـر ضـروری مصاحبـه هـای بـاز، مناسـب تشـخیص داده شـده اسـت [۹۳]. ایـن روش نمونـه گیـری بصـورت هدفمنـد و بـر اسـاس بیشـینه تنـوع به ایـن دلیل که پژوهشـگر مـی تواند از تجربیـات مشـارکت کنندگانی بـا زمینـه و سـوابق مختلـف بـرای فهـم بیشـتر پدیده بهـره ببـرد، انتخـاب شـد [۹۴]. ایـن تنـوع بـر اسـاس مطالعات پیشـین شـامل تنوع در جنسـیت، سن، محل تولـد و مـدت زمـان اقامـت در بوشـهر (از یـک مـاه تا پنجـاه و هفـت سـال) و زمـان مصاحبـه هـا شـد [۱]. مصاحبـه هـا در آبـان، آذر ، دی و بهمن مـاه ۹۴ (پاییز و زمسـتان بـه عنـوان احسـاس دمـای مطبـوع محیط و بیشـترین مطلوبیـت) و خـرداد، تیـر مـاه سـال ۹۵ (تابسـتان بـه عنـوان زمـان احسـاس گرمـای شـدید محیـط و کمتریـن مطلوبیـت دمایـی) انجـام شـدند. بـه منظـور روایـی و اعتبـار درونـی تحقیـق طبق نظر پاتون (۲۰۰۵) و دنزین (۲۰۰۶) از تکنیک سـه سـویه سـازی در داده (تنـوع در زمـان، مـکان و گـروه هـای مصاحبه و سـه سـویه سـازی نظـری (ارزیابـی داده ها از دیـدگاه هـای مختلـف) اسـتفاده شـده اسـت [۹۳, ۹۵]. پروتـکل مصاحبـه از دو بخـش سـوالات اصلـی و کاوشـگر بـه منظـور تعمیـق بیشـتر در پاسـخ هـای اسـتخراجی قبـل از انجـام مصاحبه تشـکیل و مصاحبه تـا زمـان رسـیدن به اشـباع نظـری ادامه یافـت [۷۶]. از هـر شـرکت کننـده خواسـته شـد کـه از هـر مکانی کـه مـی خواهـد و برایـش بیشـتر مهـم، ارزشـمند و دوسـت داشـتنی اسـت، یـک (یـا دو عکـس از زوایای مختلـف بـه منظـور افزایـش سـطح اطلاعاتـی تصویر) و مجموعـاً شـش تـا هشـت عکس بـا تاکید بـر ویژگی هـای کالبـدی و فعالیتـی دلخواه مکان مـورد نظر خود بگیـرد [۷۵, ۷۷]. بـه منظـور اخـذ نتایـج بهتـر قبل از شـروع مراحـل تصویـر بـرداری، تصاویـر نمونـه ای که نمونـه ای از رفتـار ناشـی از دلبسـتگی مکانـی در آن مشـخص بـود به شـرکت کنندگان نشـان و بـه صورت اجمالـی روش کار توضیح داده شـد. جلسـه مصاحبه با هماهنگـی شـرکت کننـده بیـن سـه روز تا یـک هفته پـس از تصویر بـرداری شـرکت کننده برگزار شـد زیرا کـه مطالعـات نشـان داده ایـن فرصـت بـه یـارآوری بهتـر خاطـرات و بیـان آنها به مشـارکت کننـده کمک مـی کنـد [۷۷]. مشـارکت کننـده آزاد بود کـه در روز مصاحبـه شـخصی از نزدیـکان کـه فکـر مـی کـرد می توانـد در بیـان بهتـر خاطرات و معانی بـه او کمک کند را همـراه داشـته باشـد [۷۵]. در روز مصاحبـه تصاویـر مـکان هـای مـورد علاقـه بـه انتخـاب خـود شـرکت کننده مرتب شـده و سـپس مصاحبه شـروع می شـد. سـوالات اصلـی اولاً بـر اسـاس تاکیـد بر تجربه زیسـته افـراد (بـا تاکیـد بیشـتر بـر چرایـی و چگونگـی رفتـار و احسـاس تـا چـه چیـزی) [۹۶] عبـارت بودنـد از : براسـاس تجربیاتـی کـه در ایـن مـکان داشـتید، چرا و بـه چـه علـت به این مـکان خـاص را انتخـاب کردید؟، چگونگـی حـس خود بـه این مـکان را توضیـح دهید؟ و ایـن مـکان چه معنایـی برای شـما دارد؟ [۳۳] و ثانیاً بـا تاکیـد بر نظریه رلـف (۱۹۷۶) در خصـوص ماهیت دلبسـتگی مکانـی و آشکارشـدن مفهـوم، ویژگـی ها و عوامل سـاختاری آن در پی حس ترس از دسـت دادن و فقـدان مکان ، پرسـش اگـر اینجا را از دسـت بدهید چه احساسـی دارید؟ مطرح شـد. سـوالات کاوشـگر در ادامـه عبـارت بودنـد از اینکـه: توضیح دهیـد در اینجا چـه اتفـاق هـای مهم و خوبی برای شـما افتاده اسـت؟ ماجـرا را تعریف کنیـد و آیا منظورتان این اسـت که...؟ و مـی توانیـد از ویژگـی های خـوب و مهمی که محیط

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

جدول ۲. مشخصات جمعیتی حوزه های مطالعاتی

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

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

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

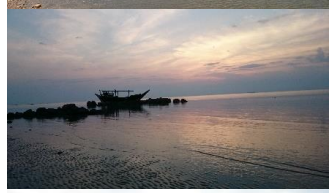
۴- یافته ها

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 معنا دار 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 مصاحبه 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 فعال 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 دهی میان شاخه های ظهور یافته و

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

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

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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

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 شباهت 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, ۹۷]. 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) بدست می آید. در حقیقت پدیدار نگاری سعی در واکاوی تجربه به تمامی ارکان سازنده آن از مجرای تبیین مفاهیم ظهور یافته از داده های بدست 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 تنهایی [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 تا زمانی 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 تمایز در مخزن معانی تشکیل دهنده فرایند خلق تجربه باقی می ماند و در صورت مشابهت محتوایی حذف می گردد [۸۸].

۴-۲- مفاهیم استخراج شده

پس از بررسی محتوایی طبقات مفهوم، فضای نتیجه متشکل از پنج طبقات مفهوم و یا ساختار آگاهی در ارتباط با دلبستگی 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 دلبستگی به یک مکان خاص را شکل می دهند [۱۶, ۱۷, ۶۷, ۹۹]. بخش های

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

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

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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

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

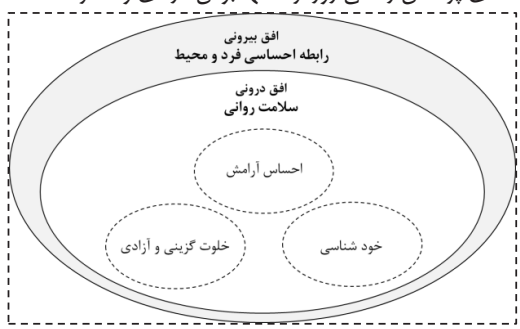
۵- بحث

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 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 تعدیل و تنظیم تا مرحله تثبیت 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 تعدیل 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

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

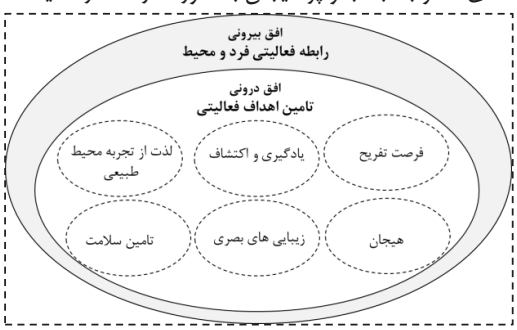
طبقه ۱. پاسخ دهی عاطفی مکان

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



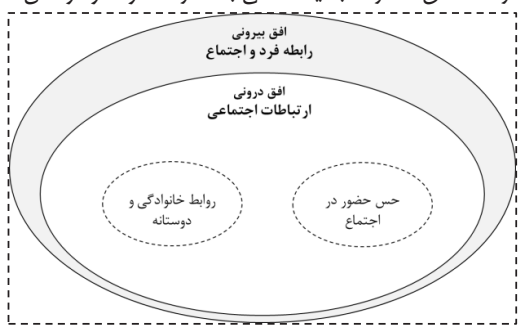
طبقه ۲. فرصت انجام فعالیت دلخواه در مکان

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



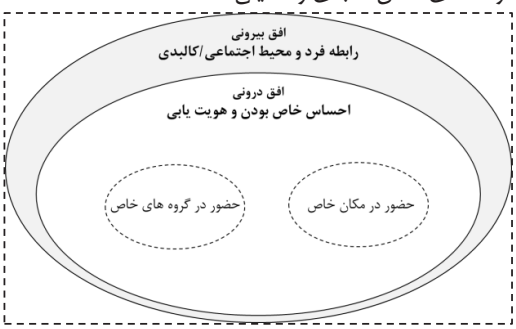
طبقه ۳. تجربه روابط اجتماعی مطلوب

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



طبقه ۴. هویت یابی از مکان

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



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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

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 ارضای 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 هماهنگی کامل با یکی از مهمترین ابعاد پیشتر معرفی شده است. در نهایت فضای نتیجه نهایی حاصل از بررسی پدیدارنگارانه تجربیات منجر به دلبستگی 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 دلبستگی 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 دلبستگی مکانی از ابعاد مختلف فعالیتی (وابستگی مکانی)، شناختی (هویت مکانی)، اجتماعی (پیوندهای اجتماعی) و روانی (پیوندهای عاطفی) تشکیل شده است [۴۵, ۹۹, ۱۰۱, ۱۰۲].

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 دلبستگی 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 هماهنگی با تعبیر توآن از ماهیت معانی مکانی است. وی مشخصاً تاکید 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 دلبستگی به مکان را از هر دو مولفه کالبدی و اجتماعی محیط کسب می کنند. لذا محیط ساحلی برایشان علاوه بر تاکیدی که بر دلبستگی به دلیل القای حس تنهایی 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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

کـه بـا اینکه یکـی از دلایل دلبسـتگی بـه محیط های سـاحلی امـکان تنهایـی و جدا بـودن از محیط فیزیکی و اجتماعـی شهریسـت، امـا افـراد در همیـن محیـط هـای خلـوت نیـز تمایـل بـه پیـدا کـردن گـروه هـای هـم جنـس و برقـراری روابط اجتماعی دارند. از سـوی دیگـر، مشـاهده شـد که یکـی از عواملی که بیشـترین بـار معنایـی را بـا خود بـه همـراه دارد، رضایـت مندی مکانـی اسـت. بنا به تعریـف اسـتدمن (۲۰۰۲) رضایت منـدی مکانـی عبـارت اسـت از باورهایی موجـز و چند بعدی بر اسـاس قضاوت از کیفیات ادراک شـده محیط از سـطح پاسـخ دهـی ویژگـی هـای کالبـدی، فعالیتی و خدماتـی آن بـه نیـاز هـا، توقعـات و انتظـارات فـرد. ایـن موضـوع نشـان مـی دهد که سـطح خدمـات ارائه شـده در محیـط بـا توجـه به گروه هـای مختلـف افراد و پاسـخدهی مناسـب بـه ایـن انتظارات نقـش کلیدی در شـکل گیری دلبسـتگی به مـکان دارد. این موضوع نیـز در مطالقـت بـه یافته هـای پژوهش های پیشـین اسـت کـه اشـاره دارنـد میـزان انطبـاق فرصـت هـای فعالیتـی در محیـط رابطـه مسـتقیم و مثبتی با سـطح رضایتمنـدی و دلبسـتگی بـه مکان دارند. امـا در مورد فضاهـای سـاحلی، تقریبـاً تمـام طبقـات توصیفـی، در ارتباط مسـتقیم بـا مولفه های طبیعی محیط هسـتند و عناصـر مصنـوع نقـش چندانـی در روایت هـای افراد از تجـارب مکانـی شـان نداشـت. ایـن موضـوع موید دو نکتـه مهـم اسـت. اول اینکـه طراحـی فضـا هـا و فضاهـای همگانـی سـاحلی در بوشـهر، نتوانسـته اند و یـا نمـی تواننـد در مقابـل جذابیـت ها و فرصـت های تجربـی سـاحل و دریـا در جلـب نظر مخاطبیـن موفق باشـند و ارتبـاط افـراد بـا ایـن محیـط بر داشـته های طبیعـی آن مرتبـط اسـت. همچنیـن ایـن که بـه طور کلـی افـراد ذاتـاً تمایـل دارنـد که مجـاورت خـود را با محیـط سـاحل و عناصـر طبیعـی آن حفـظ کننـد تـا دیگـر فرصـت هـا. ایـن نکتـه پیـش تـر در مطالعـات مختلفـی بررسـی و تاییـد شـده اسـت. بـه طـور کلـی ایـن پژوهش نشـان داد کـه چهار طبقه مفهـوم هویت یابـی از مـکان، روابط اجتماعـی، پیوند هـای عاطفی و احساسـی مکانـی و فرصت انجـام فعالیت هـای دلخواه بـه عنـوان مهمتریـن مفاهیـم در شـکل گیـری پدیده دلبسـتگی به مکان های سـاحلی هسـتند. این پژوهش همچنیـن تاییدیسـت بـر پژوهش های مبتنـی بر مدل هـای ارزیابانـه دلبسـتگی مکانـی چهـار بعـدی که در برخـی از پژوهـش هـای اخیر اسـتفاده شـده اسـت و پیشـنهاد مـی کنـد که بـرای پژوهـش های ایـن حوزه کـه در بسـتر محیـط هـای طبیعـی انجـام می شـوند، بـرای ارزیابـی رابطـه و شـدت اثـر متغیر هـای مختلف بـر روی یکدیگـر از مدل هـای چهار بعدی متشـکل از هویـت مکانـی، وابسـتگی مکانی، پیوند هـای عاطفی و پیونـد های اجتماعی اسـتفاد شـود.

۷- قدردانی

ایـن مقالـه بـا حمایت مـادی و معنـوی سـازمان بنادر و دریانـوردی جمهـوری اسـلامی ایـران نـگارش شـده است.

۸- منابع و ماخذ

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-

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

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. Ramkissoon, 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. Ramkissoon, 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, NK: Prentice-Hall.
14. Proshansky, H.M., A.K. Fabian, and R. Kaminoff, 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 Emprical 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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

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. Ramkissoon, 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 modelling. Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events, 2013. 5(3): p. 215-232.
62. Ramkissoon, 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.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

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 Pho-

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

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.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]

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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-26]