مدیریت شهری
شماره ۴۹ زمستان ۱۳۹۶
No.49 Winter 2018
۷۷-۹۷
زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۲/۲۳ زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۶/۸/۱

بررسی عوامل تاثیرگذار در تبدیل فضای اجتماعی به المان و نشانه شهری از منظر هویت و خاطره جمعی در شهر شیراز؛ نمونه موردی: ارگ کریم خانی و دروازه قرآن

طاهره عدالت- کارشناس طراحی فضای سبز شهری سازمان سیما منظر و فضای سبز شهری، شهرداری شیراز، شیراز، ایران
فضل اله پژواک* - گروه باغبانی، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان، ملاثانی، ایران.

چکیده
شهر بی‌خاطره شهری است که با پدیده بحران هویت مواجه می‌باشد. وقایع در شهر خاطرات را می‌سازند و برای ایجاد آنها نیاز به فضا دارند. فضاهای خاطره ساز که قبلا در شهرهای ما وجود داشتند تنزل کیفیت یافته اند. از این رو با کاهش بسترهای مناسب برای شکل گیری خاطرات جمعی در شهرهای امروز مواجه شده و معدود فضاهایی از گذشته وجود دارند که با تغییر کاربری به مرور زمان تبدیل به نشانه‌های شهری شده اند تا خاطرات جمعی شهرها را حفظ می‌کنند. از این‌رو تحقیق حاضر در پی اثبات این است که المان‌های شهری می‌توانند با بکار گیری فاکتورهای مؤثر در طراحی تبدیل به نشانه‌های شهری شوند و نقش موثری در شکل گیری و ثبت خاطرات جمعی داشته باشند. این پژوهش با استفاده از منابع موجود به بررسی چند نمونه فضای شهری شهر شیراز که تبدیل به نشانه‌های شهری خوب با رویکرد خاطره پذیری شده اند، پرداخت. همچنین نشان می‌دهد فضاهایی هستند که به هویت بخشی شهرها کمک می‌کنند و با وجود کاربری متفاوتشان تبدیل به یک المان و نشانه شهری خوب شده اند و خاطرات جمعی شهرها را زنده نگه می‌دارند. در اینجا ابتدا مفهوم فضای اجتماعی بیان می‌شود، پس از آن هویت و فضای شهری مطرح می‌گردد. سپس المان شهری و اهمیت و نقش آن مورد بررسی قرار می‌گیرد. بعد از آن مفهوم خاطره جمعی، خاطره تاریخی و نشانه شهری بیان می‌گردد و دو بنای ارگ کریم خان در محور زندیه شیراز و دروازه قرآن در ورودی شمال شرقی شیراز مورد بررسی قرار می‌گیرند. در نهایت یک پرسشنامه تهیه گردید و پس از پخش آن در این دو محل، جمع آوری شد. در آخر نیز داده‌ها و اطلاعات به دست آمده در نرم افزار spss قرار گرفت و نتایج مطلوبی حاصل گردید.
واژگان کلیدی: فضای اجتماعی، هویت، خاطرات جمعی، المان شهری، شهر شیراز.

Investigating the Influencing Factors in the Conversion of Social Space to Element and Urban Symbol from the perspective of identity and collective memories in Shiraz

Abstract
The city is a memory less city that faces the phenomenon of identity crisis. Events in the city make memories and they need space to create them. The memorabilia spaces already existed in our cities have been degraded. Hence, there are fewer areas for the formation of collective memories in today›s cities and there are few spaces from the past that have become urban signs by changing their usage over time. Therefore, the present research seeks to prove that urban elements can become urban signs by using effective design factors. This research, using available resources, explores several examples of urban space in Shiraz, which have become good urban symbols with a memorable approach. It also shows the spaces that help the city›s identity, and, despite their various uses, have become a good city element and symbol of urban memories.
Keywords: Social Space, Identity, Collective memories, Urban Element, Shiraz city

* نویسنده مسئول مکاتبات، شماره تماس: ۰۹۱۲۸۷۲۳۰۰٤؛ رایانامه: f.pezhvak@yahoo.com

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

مقدمه

شـهرها بـه میزانـی زنـده اند که بـه گسـتره فرهنگی، اجتماعـی خـود پایبنـد باشـند و بـا تکـرار الگوهـا، شـاخص‌ها و نمادهـای ویـژه در مکان‌هـا بعنـوان بسـتر شـکل‌گیری جامعـه و نمایشـگاه معرفـی افکار مـردم یـک کشـورنقش مهمـی را در هویت ملـی ایفا می‌کننـد (آتشـین بـار، ۱۳۸۸، ص ٤٦). امـا امـروزه اکثـر شـهرهای ایرانـی بـه دلیل عـدم انطباق مناسـب سـاختار قدیـم و جدیـد شـهر بـا مشـکل بحـران هویـت مواجه شـده انـد و عواملی همچـون تحولات تکنولـوژی و صنعتـی، عوامـل اجتماعـی و فرهنگـی از مهمتریـن فاکتورهـای تأثیـر گـذار بـر قطـع تداوم هویتـی گذشـته و حـال بوده کـه منجر به پاک شـدن خاطـرات جمعـی از چهـره اکثـر شـهرهای امـروز می‌باشـد. بـا توجـه بـه اینکـه تعامـل اجتماعـی و دلبسـتگی مـردم بـا محیط‌هـای اجتماعـی و سـاخته شـده رابطـه ای تنگاتنـگ دارد (لنـگ، ۱۳۸۳، ص ۱۷۲). فضـای شـهری آن بخـش از فضـا اسـت که از سـوی شـهر اشـغال شـده یـا دسـت کم بـه ضرورت کارکـرد درونـی کانـون‌های جمعیتـی بـه کار گرفتـه شـده اسـت. ایـن فضـا در برگیرنـده محدودیت‌های سـاخته شـده، شـبکه راه‌هـای ارتباطـی، قـرارگاه ها، مؤسسـات صنعتـی و بنگاه‌هـای ترابـری، باغسـتان هـا، مکان‌هـای ویـژه سـرگرمی و بـازی، محل‌هـای ویـژه گذرانـدن اوقـات فراغـت، یعنـی آن بخـش از فضـا اسـت که در دسـترس شـهر نشـینان قـرار دارد (اردشـیری و معماریـان، ۱۳۸۹، ص ۳۰).

بیشـتر تعامـلات اجتماعـی و دیدارهـای جمعـی در مـکان هایـی اتفـاق می‌افتند کـه یـادآور خاطرات جمعـی شـهر می‌باشـند و شـهروندان به ایـن مکان‌ها احسـاس تعلـق دارند. اما امـروزه با کمبـود فضاهایی هویـت منـد بـرای گفـت و گـو و دیـدار و تعاملات اجتماعـی در فضاهـای شـهری مواجـه می‌باشـیم و اکثـر دیدارهـای جمعـی و تعامـلات اجتماعـی بـه کافـی شـاپ‌ها و مراکـز خریـدی کشـیده شـده کـه از نظـر معمـاری فاقـد فضاهـای مناسـبی هسـتند که یـادآور خاطـرات جمعـی شـهر باشـند و احسـاس تعلـق بـه ایـن مکان‌هـا ضعیـف اسـت و شـهرهای امـروز را با مشـکل بحـران هویت مواجهه کـرده اند. امـا در مقابـل هنـوز فضاهایـی از گذشـته در شـهرها باقـی مانـده اند که احسـاس تعلـق در ایـن فضاها پر رنـگ بـوده و وجـود خاطـرات جمعـی شـهر در این مکان‌هـا باعـث شـده تغییـر کاربـری داده و تبدیل به المان‌هـا و نشـانه‌های شـهری بسـیار موفقـی شـوند. ایـن در حالی اسـت کـه بیشـتر المان‌های شـهری که در ابتـدا بـا کاربـری المان طراحی شـده اند نتوانسـته اند به نشـانه شـهری تبدیل شـوند و در شـکل گیری و ثبـت خاطـرات شـهرها نقش داشـته باشـند.

مواد و روشها

اینـک سـؤال ایـن اسـت کـه چـه فاکتورهایـی باعـث شـده کـه فضاهایـی بـا کاربری‌هـای دیگـر تبدیـل به المان شـهری و نشـانه شـهری شـوند؟ این پژوهـش بـرای پاسـخ به این سـؤال ابتـدا با اسـتفاده از مطالعـه اسـنادی بـه تعریـف المان‌هـای شـهری، خاطـرات جمعـی و نشـانه شـهری می‌پردازد. سـپس توسـط مطالعـات میدانـی بـه معرفـی چنـد فضـا که تبدیـل بـه نشـانه شـهری موفق، شـده انـد پرداخته و بـا اسـتفاده از روش تحلیلـی بـه بررسـی فاکتورهای مؤثـر در هویت‌بخشـی و خاطره‌منـد بـودن ایـن فضاهـا می‌پـردازد. از آنجـا کـه فرضیـه ایـن پژوهش بـر ایـن بـوده کـه المان‌هـای شـهری پتانسـیل تبدیل شـدن به نشـانه‌های شـهری و هویت بخشـی به شهر را دارنـد. در پایـان هـدف از ایـن پژوهـش مطابقـت دادن و لحـاظ کـردن ایـن فاکتورهـا در طراحـی المان‌هـای شـهری بـا رویکـرد خاطره‌پذیر بـودن آنها و خوانایـی و جهت‌دهـی بـه منظـور هویـت بخشـی بـه شـهرهای امروز و حفظ و تـداوم خاطرات جمعی شـهرها می‌باشد.

پرسش‌های تحقیق عبارتند از:

۱. آیـا تبدیـل فضـای اجتماعـی بـه المان شـهری در ایجـاد هویـت و خاطره‌پذیـری شـیراز اهمیـت دارد؟ ۲. آیـا یـا اسـتفاده از عوامـل تاثیرگـذار در ایجـاد خاطـره جمعـی در شـیراز می‌تـوان فضـای اجتماعی را بـه نشـانه شـهری تبدیـل کـرد؟ ۳. چگونـه هویت شـهری در اثـر تبدیـل فضـای اجتماعـی بـه المـان شـهری موجـب ارتقـا خاطـرات جمعـی می‌شـود؟

فرضیه‌های تحقیق عبارتند از:

۱. تبدیـل فضـای اجتماعی به المان شـهری در ایجاد هویـت و خاطـره پذیری شـهر شـیراز حائـز اهمیت

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۹ زمستان ۱۳۹۶
No.49 Winter 2018

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

می‌باشد. ۲. از عوامل تاثیرگذار در ایجاد خاطره جمعی در شهر شیراز تقویت فضای اجتماعی و تبدیل آن به نشانه شهری است. ۳. هویت شهری در اثر تبدیل فضای اجتماعی به المان شهری موجب ارتقا خاطرات جمعی می‌شود.

۱. مفهوم فضای اجتماعی

برای «سُجا» رویکرد «سَک» به فضا، که آن را نئوکانتی می‌داند، متقاعدکننده نیست و به علت جدایی از واقعیت‌های جسمیت یافته اجتماعی، از آن انتقاد می‌کند. «سُجا» دو مفهوم از فضا را شناسایی می‌کند: نخست فضای فیزیکی با ماهیتی مادی است که در قالب آن مباحث کلاسیک را در زمینه نظریه‌های مطلق در برابر نسبی دسته بندی می‌کند. مفهوم دوم (که به واقع مفهومی رابطه ای است) فضای ذهنی ادراک و بازنمایی است، که تلاش برای کاوش معنای فردی و محتوای نمادین نقشه‌های ذهنی و تصویرسازی از چشم اندازها، در آن جای می‌گیرند. او سپس به تبعیت از لوفبور، مفهوم سومی به نام فضای اجتماعی را طرح می‌کند و معتقد است یکی از سخت ترین چالش‌ها برای نظریه اجتماعی معاصر، تعریف ارتباطات متقابل این سه فضاست (رضایی عالیزمینی، ۱۳۹۳، ص ۲).

۲. هویت

هویت از نظر لغوی معادل identity است که از identtias مشتق می‌شود و دو معنای تداوم و تمایز را می‌رساند. دارای دو جنبه تمایز و تداوم است که مکمل و متضاد هم هستند. هویت داشتن یعنی احساس تمایز و تداوم، استقلال داشتن است. داشتن این احساس که «خودش است و همان است که بوده و دیگران نیستند» (گل محمدی، ۱۳۸۳، ص ٦١). از نظر ریچارد جنکینز هویت دو معنای اصلی دارد، معنای اولی آن بیانگر مفهوم تشابه مطلق و معنای دوم آن مفهوم تمایز را می‌رساند (جنکینز، ۱۳۸۱، ص ۸).

امر بیرونی جنکینز معادل «من مفعولی» مید و امر دورنی معادل «من فاعلی» مید است. منظور از هویت احساس تعلق به مجموعه‌های مادی و معنوی است که عناصر آن قبلا شکل گرفته است. هویت فرایند پاسخگویی آگاهانه فرد، قوم و ملت به پرسش‌های از حال حاضر و از گذشته خود می‌باشد....مجموعه ای معانی را برای فرد تولید می‌کند که مرجع کیستی و چیستی او را تشکیل می‌دهد (رهبری، ۱۳۸۰، صص ٥٦-٥٧). مفهوم عام هویت در فرهنگ دهخدا آمده است: «هویت عبارت است از تشخیص و همین معنی میان حکیمان و متکلمان شهر است» (دهخدا، ۱۳۷۳). یکی از ابعاد نگران‌کننده روند تحولات حاکم بر مراکز شهری به ویژه در کشورهای در حال توسعه، از بین رفتن هویت‌های کالبدی و تبعات نامطلوب آن است .بی‌هویتی، ناهماهنگی و یکنواختی که امروزه بر فضای شهرها حاکم و به طور روز ارزونی در حال گسترش است، نه تنها سیمای نامطلوب و محیطی نامأنوس را برای سالنین ایجاد نموده، بلکه تمامی ابعاد زندگی اجتماعی و زیست محیطی را در جوامع شهری تحت الشعاع خود قرار داده است: زیرا فرم فیزیکی شهرها در حقیقت هسته جهان اجتماعی است که در تمامی ابعاد جامعه از اقتصاد گرفته تا زیباشناختی مؤثر است (Bentely, 1999).

لینچ در کتاب سیمای شهر به هویت و هویت شهری پرداخته است. هویت یکی از مهم ترین مسائل و چالش‌های پیش روی جوامع در حال توسعه، در طی فرآیند جهانی‌شدن و جهان‌سازی عصر حاضر است که تعاریف متعددی از این واژه به عمل آمده است؛ در فرهنگ لغات واژه هویت به صورت زیر معنی شده است: حقیقت شی یا شخص که مشتمل بر صفات جوهری او باشد، شخصیت، ذات، هستی و وجود، منسوب به هو، شناسنامه، چیستی، خود، کیستی، همانی و همانستی؛ اما طبق تعریف متداول، هویت، احساس تعلق خاطر به مجموعه ای مادی و معنوی است که عناصر آن از قبل شکل گرفته اند (لینچ، ۱۳۷٦، صص ۱۵۵-۱۹۲).

از دیدگاه دانشپور در سال ۱۳۷۹ ه.ق، هویت مقوله‌ای هنجاری و ارزشی است که بحث در مورد آن مستلزم ارزش‌گذاری و موضع گیری هنجاری است. در بسیاری از متون تخصصی و پژوهش ها، مطالعه هویت در محیط مصنوع با توجه به نظریه‌های ادراک محیط و علوم رفتاری انجام شده است. در این پژوهش‌ها هویت به

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

معنـای احسـاس تعلـق و اینهمانـی با محیـط در نظر گرفتـه شـده و معیارهایـی چـون احسـاس امنیـت، خاطـره انگیـزی، حـس تعلـق و وابسـتگی بـه منظور ارزیابـی هویـت تدویـن شـده و بـه کار رفتـه اسـت (دانشـپور، ۱۳۷۹). از نظـر روانشناسـانی ماننـد هـاره و گافمـن: همـه فرآیندهـا و کنش‌هـای متقابـل در محیط‌هـای اجتماعـی و فیزیکـی رخ می‌دهـد و فـرد بـه طـور فعـال و پویـا همزمـان بـا ایـن کـه بـه نمایش‌هـای دیگـران معنـی می‌بخشـد و بـه تناسـب آن عمـل می‌کنـد، این شـرایط را می‌سـازد و دگرگون می‌کنـد (دیکنـز، ۱۳۷۷، ص ۲۷).

۳. فضا و هویت

محیـط در درک معمـاری نقـش مهمـی دارد. معماری در شـهر هـم نـه تنهـا در واقعیـت متصـل بـه محیـط اسـت، بلکه حتـی در دنیـای اهمیت و نقـش المان‌ها در فضـای شـهری خاطـرات مـا نیـز چنین اسـت. به ایـن ترتیـب روشـن می‌شـود کـه نقـش محیـط در ادراک معمـاری و فضاهـای مرتبـط بـا آن اجتنـاب ناپذیـر اسـت. «در معمـاری، دخالـت دادن فضا یکی از بنیـادی تریـن عناصر تحلیل و تحول جامعه اسـت. انسـان غالبـا با فضا به صـورت فعالانه برخـورد کرده و همـواره بـا آن در داد و سـتد اطلاعـات اسـت. در ایـن راسـتا فضا زمانی بـرای مـا دارای هویت خواهد بـود کـه از طرفـی بتوانیـم آن را موجـودی مسـتقل و عینـی تلقـی کنیـم و از طـرف دیگـر خـود نیـز بـه عنـوان موجـودی عینـی در آن فعالیـت و رفتار نموده و بالاخـره بتوانیـم ذهنیـات ناشـی از ادراک آن را بـا ذهنیـات خـود تطبیق دهیـم. در چنین حالاتی انسـان حتـی نسـبت بـه یـک شـیء یـا فضـا احسـاس «این همانـی» می‌کنـد و آن را قسـمتی از «مـن» یـا خـود «مـا»ی جمـع می‌پنـدارد» (پاکـزاد، ۱۳۷۵، صـص ۱۰۲-۱۰٤). پـس، انسـان‌ها بـا زندگـی در فضا رابطه ای پیوسـته و متقابـل بـا آن برقـرار می‌کننـد: از آن تغذیـه می‌شـوند و آن را تغذیـه می‌کننـد. از آن تغییر پذیرفتـه و آن را تغییـر می‌دهنـد. در آن فضـا حرکت می‌کننـد و بـا ایـن حرکـت خـود، در آن فضـا معنـا می‌آفرینـد. اجـزای فضـا را بـه نشـانه‌های معناداری بـرای خـود تبدیـل میکننـد و نشـانه هایـی از بیـرون بـر فضـا می‌افزاینـد (فکوهـی، ۱۳۸۳، ص ۲۳٦). در نتیجـه هویـت مکانـی بخشـی از زیر سـاخت هویت فـردی انسـان و حاصـل شـناخت‌های عمومـی او دربـاره جهـان فیزیکی اسـت که انسـان در آن زندگی می‌کنـد. پروشانسـکی نیـز بـه اهمیـت رابطـه متعادل بیـن هویـت مکانی فـرد و ویژگی‌های محیـط بیرونی تاکیـد می‌کنـد (بهزادفـر، ۱۳۸٦، ص ٦٥).

٤. فضای شهری

در روانشناسـی اجتماعـی از انبوهـه در مقابـل جامعه سـخن بـه میان می‌آیـد. در واقـع از نظر روانشناسـان اجتماعی، انبوهه عبارت اسـت از توده ای از جمعیت کـه هیـچ گونـه احسـاس وابسـتگی ندارنـد. امـروزه بسـیاری از شـهرهای توریسـتی جهـان بـه واسـطه فضاهـای شـهری تاریخی شـان شـناخته می‌شـوند و در واقـع ایـن فضاهـا بـه یکـی از مولفه‌هـای اصلـی هویتـی شـهرهای مذکـور تبدیـل شـده انـد. امـروزه بـا آشکارشـدن تدریجـی بـی هویتـی و انزواگرائـی انسـانهای عصر مدرنیسـم بـه خوبی روشـن می‌گردد کـه بـرای بخشـیدن چهره انسـانی تـر به شـهرها باید بـه فضاهای شـهری روی آورد. فضاهـای همگانی که زنـده تریـن حرکت‌های شـهری در آنهـا رخ می‌دهد آثـار بـا ارزش معمـاری و شهرسـازی گذشـته بایـد از نـو مطالعـه شـوند تـا قـادر بـه ایجـاد فضائـی آثار بـرای امـروز باشـیم و جوهر ایـن مطالعه و بررسـی، خصوصیـت فضایـی آثـار شهرسـازی و معمـاری گذشـته اسـت که ادمونـد بیکـن عقیـده دارد تازمانی که ادراک نشـود سـرگردانی در فضاهای شـهری ادامه دارد (شـیبانی و موسـوی، ۱۳۹۲، ص ۳).

فضاهـای شـهری یکـی از عناصر سـاخت فضایی و هویـت بخـش شـهر اسـت کـه همـراه بـا تاریـخ یـک ملـت در ادوار مختلـف بـه وجـود می‌آیـد، شـکل می‌گیـرد و دگرگـون می‌شـود. ایـن عنصـر که فعالیتهـای مختلـف فرهنگـی، اجتماعـی، اقتصـادی و یـا سیاسـی همـواره در آن جریـان داشـته اسـت، همیشـه بـا قلـب تاریـخ شـهر می‌تپیده و سرگذشـت شـهر را رقـم مـی‌زده اسـت (رضایـی، ۱۳۹۱). بـرای دسـتیابی بـه هویـت شـهری در فضاهـای شـهری، فضاهـا و سـاختمان‌های عمومی شـهر نیاز اسـت دو خصوصیـت زیـر را داشـته باشـند:

۱. فضاهـای عمومـی شـهر باید بـا گذشـته و حال شـهر پیونـد برقرار کـرده و خصوصیـات آنرا در خـود مجسـم سـازد: راب کریـر در ایـن زمینـه

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۹ زمستان ۱۳۹۶
No.49 Winter 2018

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

معتقد است که فضاهای قدیمی را باید از نو کشف نمود. زمانی این هدف دست یافتنی می شود که ابتدا کارکردهای آنرا ارزش نهیم و بعد در مکان درست با برخورداری مناسب آن را در طرح کلی شهر برنامه ریزی شود. شهرسازان همواره وظیفه اخلاقی دارند که خصوصیات زمان را در کارهای خود متجلی نمایند.

۲. فضاهای عمومی به عنوان عناصری نمادین برای ایجاد نقاط تاکید در شهر: از نظر کوین لینچ محیط باید هویت قابل ادراک داشته باشد. این نوع هویت یا حس مکان می تواند احساس تعلق به همراه داشته باشد و میان مردم و مکان‌ها ارتباط برقرار کند و وحدت بوجود آورد. ایجاد محیط های متنوع امکان انتخاب افراد را از محیط های خلوت تا شلوغ، محصور تا آزاد و ساده تا پیچیده افزایش می دهد (لینچ، ۱۳۸۵).

به گفته سلطان زاده در ۱۳۸۵ در گذشته فضاهای شهری نقش بسیار مهمی در زندگی فردی، خانوادگی، محلی و شهری مردم داشت و بسیاری از فعالیت های عمومی، جمعی و گروهی در آنها جریان می یافت. به این ترتیب بخشی از فعالیت های اجتماعی، گذران فراغت و تبادل اطلاعات و تجربیات از طریق تماس های چهره به چهره صورت می پذیرفت و این فضاهای شهری «اعم از کوچه ها، خیابان ها، دروازه‌ها و...» بستر شکل گیری خاطره‌ها بوده است (شیبانی و موسوی، ۱۳۹۲، ص ١٤).

۵. المان شهری

فضاهای معماری و شهری جلوه گاه فرهنگ، تمدن و پیشرفت علمی و فرهنگی هر جامعه به شمار می‌آیند. سیمای شهر و نمادهای موجود در آن نمودار شخصیت، منش، کارکرد و فرهنگ ساکنان آن اند و از همین روست که جلوه‌های معنوی شهر و به ویژه نشان‌ها و سمبل‌های اعتقادی و مرتبط با جنبه‌های ماوراء مادیات اعتبار شایان توجه دارند (کریمان، ۱۳۸۹، ص ۱۲۱). روشن کردن معنای نشانه‌های مبهم برقراری، حفظ یا توقف ارتباط رابطه بین پیام وخودش در شهرها هر واحد معماری، به هر شکل و اندازه‌ای که باشد، قابلیت آن را دارد که مفهوم خاصی را منعکس سازد. تراکم مفاهیم و معانی در فضاهایی بیشتر است که سازندگان متعددتر و با فرهنگ غنی تر در شکل دادن آن‌ها دخیل باشند. این بدان جهت است که باورها و اعتقادات در کیفی کردن فضاها در مراحل طراحی، ساخت، تزئین و حتی استفاده، ایفای نقش می‌کنند. به هر حال، به رغم آن که معماران برجسته ایرانی همواره تلاش هایی در جهت پیوند مصنوعاً نشان به گذشته و فرهنگ این سرزمین معمول داشته اند، اما این تلاش‌ها بیش‌تر سطحی و ظاهری بوده است و توجه عمیق به روح کلی و همچنین اصول و مبانی معماری سنتی مبذول نگردیده و به رغم دیدگاه‌های مشترک بسیاری که در میان معماران و شهرسازان است، هنوز این جریان شکل مشخصی نیافته و مبانی نظری خود را تنظیم نکرده است (امین زاده، ۱۳۸۹، ص ٢٤).

٦. اهمیت و نقش المان‌ها در فضای شهری

اهمیت نشانه و نمادها در ارتباطات به اندازه‌ایی است که گاه ماهیت ارتباط، خود تحت تاثیر نمادها قرار می‌گیرد. و بدون آن، انسان‌ها هویت ملی نخواهند داشت. نشان یا نمادهای یک سرزمین مظهر هویت ساکنان آن و بوجود آورنده پیوند نسل‌ها در قرون متمادی است. نمادها و نشان‌ها درجوامع مختلف ارزش و اهمیت متفاوتی دارند و هنگامی ارزش ملی می‌یابند، که مورد قبول اکثریت اعضای جامع باشند. نشان‌های معماری, همانند هر نماد دیگر، دارای دو عملکرد (بیان معنا) و (ایجاد حس هویت) هستند. هر نشانه ای به بیان معنایی فراتر از خود می‌پردازد و حس تعلق به جامعه ای خاص را اظهار می‌دارد. این نشانه‌ها به دلیل آنکه در زندگی روزمره تکرار می‌شوند حس خاصی از معنا و هویت را نیز تقویت می‌کنند (لینچ، ١٣٧٦). نمادها و الگوهای شهری همیشه به عنوان علائم و نشانه‌های القاکننده تفکر وبینش حاکم در شهرها مورد توجه بوده اند. این علائم چنانچه با دقت و اندیشه متعالی انتخاب شوند، می‌توانند به عنوان رسانه عمومی بسیار مهمی ایفای نقش کنند و به آگاهی بخشی ساکنان شهر و حتی بازدیدکنندگان آن بپردازند. نقش نمادها و نشان‌ها در بناها و فضاهای

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

شـهر چنـان مهم و تعیین کننده اسـت کـه از جنبه‌های گوناگـون بـر سـاکنان تأثیرمی گـذارد و رفتـار آن‌ها را شـکل می‌دهـد. درواقـع، نمادهـا حوزه‌هـای خاصـی راسـازمان می‌دهنـد و هماننـد حائل هایـی مانع ظهور و نمـود برخـی از اعمـال شـهروندان می‌شـوند و یا به ارائـه اعمـال مثبت یاری می‌رسـانند. نشـان‌ها و علائم وسـایلی مؤثر و نسـبتاً ارزان برای غنی سـازی هویت، خوانایـی و تطابـق با محیط انـد (رضایـی عالی‌زمینی، ۱۳۹۳، ص ٤).

۷. خاطره جمعی

واژه خاطـره در لغـت نامـه دهخـدا بـه صـورت زیر تعریـف شـده اسـت: «اموری که بر شـخص گذشـته باشـد و آثـاری از آن در ذهـن شـخص مانـده باشـد گذشـته‌های آدمی و وقایع گذشـته که شـخص آن را دیـده یا شـنیده اسـت.» لغت‌نامه اکسـفورد خاطره را بـه شـکل زیـر تعریف کـرده اسـت: «قدرت انباشـت اطلاعـات در ذهـن خـودآگاه و توانایی بـه یاد آوردن آنهـا بـه صـورت ارادی خیـره تجـارب گذشـته برای کاربـرد در آینـده». هـر انـدازه تعـداد افـراد درگیر در واقعـه بیشـتر باشـد اهمیـت آن افزایش می‌یابد. اشـیا و فضاهـای بـه جامانـده نیـز دارای ارزش خواهنـد بـود. گاه از یـک خاطـره فقـط اسـامی و نام‌هـا باقـی می‌ماننـد. بسـیاری از فضاهـای شـهری امـروز نـام هایـی دارنـد کـه یـادآور خاطـرات گذشـته تاریخی آنهاسـت. بدیـن فرآینـد شـکل گیـری خاطـرات بـه صـورت زیر اسـت:

واقعـه ⟵ خاطره ⟵ اشـیاء، مـکان ها، نام‌ها (یـادآوری / تداعـی خاطـره) (شـیبانی و موسـوی، ۱۳۹۲، ص ۷).

واژه «خاطـره جمعـی» اولیـن بـار توسـط «هالبوکـس» تحـت عنـوان «حافظه اجتماعـی» مطرح شـد. جامعه‌شناسـان دیگـری از آن تحـت عنـوان «حافظـه جمعـی» نـام بردند. به مـوازات آن در سـال ۱۹٦۰م پایـه ریـزی روانشناسـی محیطـی توجـه بـه کیفیـات انسـانی در طراحـی عرصه‌هـای عمومـی و تأثیـر در اسـتفاده بیشـتر کاربران از محیـط امری مهم تلقـی شـد؛ به‌طـوری کـه افـرادی ماننـد کویـن لینچ، ای‌یـن بنتلـی و غیـره معیارهایـی بـرای ارتقـاء ایـن محیط‌هـا ارائـه دادنـد. بنـا بـه تعریفـی دیگـر خاطره جمعـی فرایند و ارتباطی اسـت کـه در ذهن گروهی، در مورد خودشـان و جهان اطرافشان در زمان و مکان خاص شـکل می‌گیـرد. «آلتمن و مـور»، در خصوص کشـف فضـا می‌گوینـد: «نیاز بـه تحریک احساسـات و لـذت تجربـه فضاهـای جدیـد و مطبـوع مربـوط بـه کیفیـت کشـف فضاسـت. یافتـن و کشـف کردن انگیـزه قـوی اسـت کـه سـبب می‌گـردد تا انسـان‌ها بـه یک فضـای جدید وارد شـوند و در جهـت یافتن دیگـر فضاهـا حرکت کننـد» (میرمقتدایی، ۱۳۸۸، ص ١٤).

خاطـره جمعـی و حافظـه جمعـی از بـدو بوجود آمـدن علوم انسـانی بصورت ملموس یـا غیر ملموس وجـود داشـته اسـت، ولی به عنـوان پدیـده ای که در مفاهیمـی خـاص و به صـورت ویژه ای مطرح شـده باشـد، در نشـانه‌های شـهری اوایـل قـرن بیسـتم یک جامعـه شـناس معروف فرانسـوی به نـام «هالبواکس» آن را مطـرح کرد (خسـرو خـاور، ۱۳۸٤، ص ۱۳۲).

در حافظـه جمعـی مـاده وجود نـدارد، بلکـه تنها صـور خیالی وجـود دارد، صـور خیالی کـه بتواند در ذهـن تجسـم شـود. بنابرایـن وقتـی از شـهر صحبت مـی شـود، جای جای شـهر مملـو از فضاهایی اسـت کـه صور خیالی شـهروندان در آن نقش مـی بندد. در واقـع خاطـره بـه حـال آوردن گذشـته اسـت و خیال عامـل بـه وجود آورنـده خاطره جدید اسـت و خیال زمانـی شـکل مـی گیرد کـه فضـای آن جاری باشـد. بـه زبان دیگـر وقتـی از حافظه جمعی شـهر صحبت مـی شـود، از مکان‌هـا یـا فضاهایـی کـه در آنهـا خاطـره شـهری نقـش داشـته و وقایـع شـهری اتفاق افتـاده اسـت، یـاد می‌شـود. ایـن وقایـع شـهری بـه شـهر ضخامـت تاریخـی داده اسـت و در واقع جزئی از حافظـه تاریخـی و حافظـه مـا مـی شـوند. یکی از عناصـری که انسـان بـا آن تعریـف می شـود، حافظه اسـت. شـهر نیز دارای حافظه اسـت. اگر شهری فاقد حافظـه تاریخی باشـد نمی‌تـوان گفـت دارای هویت اسـت. حافظه تاریخی شـهر یعنی اینکه شـهر، دارای خاطـره اسـت و تعریـف مـی کنـد کـه در ایـن مکان چـه اتفاقی افتاده اسـت. عـلاوه بر حافظه، شـهر باید خاطـره داشـته باشـد. پـس همانطـور کـه انسـان بـا خاطـره تعریف می شـود شـهر نیز با خاطـره تعریف مـی گـردد (حبیبـی، ۱۳۸٤). خاطـره جمعـی حالتـی از حافظـه جمعـی اسـت کـه معمـولا بـا فضاهـا گره خورده اسـت.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

فضـای جمعی جایی اسـت کـه حیـات اجتماعی در آن جریـان دارد و بـه دلیـل یـک واقعـه تاریخـی و اجتماعـی یـا برنامـه از پیـش تعریـف شـده در خاطـره جمعـی مـردم جـای دارد. «این فضاهـا مکان هایـی انـد کـه بیشـترین برخوردهـا و کنـش میـان افـراد درآن‌هـا بـه وقـوع مـی پیونـدد و شـامل تمـام بخـش هایـی از شـهرند کـه مردم بـه آن‌ها دسترسـی فیزیکـی و بصـری دارنـد. بنابرایـن مرزهـای ایـن فضاها،خیابـان هـا، پارک‌هـا یـا میدان‌هـا بـا بناهایـی کـه آنهـا را محـدود مـی سـازند، تعییـن مـی شـوند» (تیبالـدز، ۱۳۸۵). حافظـه تاریخی، همچنین بر بسـتر فضـا حرکـت میکنـد؛ بـه عبـارت دیگر محـور زمان در رابطـه ای پیوسـته بـا محیـط فضایی قـرار میگیرد و بـه نوبـه خود آنـرا تغییـر داده و بـر آن معناگذاری، نمادگـذاری و نشـانه‌گذاری می کند (شـعله، ۱۳۸۵). «خاطـرات جمعـی و تمایـلات و ارزش های انسـانی در کالبـد شـهر مسـتتر اسـت و مطالعه کالبد شـهر به طـور ضمنی مطالعه ارزش های انسـانی شـکل‌دهنده آن نیـز بـه شـمار مـی‌رود» (هاشـم نـژاد، ۱۳۸۵). فعالیـت هـای جـاری در فضاهای عمومـی تصویری از ارزش هـای فرهنگـی و سـنتی یک اجتماع اسـت. تعبیـر فضای شـهری، بـا زندگی جمعی کـه جلوه ای از فرهنـگ جامعـه اسـت و در عیـن حـال بـا فراهـم بـودن دسترسـی عمومـی بـه فضـا متـرادف اسـت (نقـی‌زاده، ۱۳۸۵، ص ١٦). فضاهـای شـهری کارکرد ایجـاد جـو اعتمـاد و نزدیکی بیـن افـراد و صمیمیت یـک محلـه بـه وجـود می‌آورنـد بـدون آنکـه بـرای ایـن افـراد تعهـدی ایجاد کنـد (فکوهـی، ۱۳۸۳، ص ٢٤٤). درک محیـط شـهری، فرآیندی ذهنی اسـت که از طریـق ارتبـاط انسـان و فضـای پیرامـون او انجـام می‌گیـرد. انسـان پیام‌هـای حسـی محیـط را دریافـت کـرده و تصویـری از محیـط در ذهـن خـود به وجود مـی‌آورد. یکـی از عوامـل مؤثـر در شـکل‌گیری ایـن تصویـر خاطـرات فـردی یـا جمعـی از محیط اسـت (میرمقتدایـی، ۱۳۸۸، ص ۷).

۸. نشانه‌های شهری

بـه نظـر کویـن لینـچ نشـانه‌های شـهری در واقـع عواملـی هسـتند که بیـرون آنها بـه دیده ناظـر می‌آید و مقیاس آنها ممکن اسـت بسـیار متفاوت باشـد. وی یکـی از خصوصیت‌هـای بـارز نشـانه‌ها را بی‌نظیـر بـودن آنهـا و اینکـه عاملـی منحصـر به فرد باشـند و خاطـره ای در ذهـن بـر جـای نهنـد، می‌دانـد (لینچ، ۱۳۸۵، ص ١٤٤). گالـج معتقـد اسـت که نشـانه‌های شـهری می‌تواننـد برای سـازمان دهی به فضـا و یا به عنـوان نوعـی هدایتگری به کار برده شـوند. از بنیادی تریـن مفاهیـم در علم نشـانه شناسـی نمادها هسـتند. بـه اعتقـاد «پیـرس» وجه معنایـی نشـانه‌های معماری در قالـب انـواع، شـمایل، نمایه‌ها و نمـاد قابل مطالعه هستند .

هماننـد بکارگیـری المان‌های شـناخته شـده فرمی در معمـاری بنابرایـن می‌تـوان بر اسـاس تعاریف ذکر شـده گفـت المان‌های شـهری قابلیت تبدیل شـدن به نشـانه‌های شـهری را دارنـد. امـا لازم بـه ذکـر اسـت کـه همـه المان‌هـای شـهری کـه به عنـوان نشـانه‌های شـهری بـه کار می‌روند نمـی توانند تبدیـل به فضایی جهـت ثبـت و شـکل گیـری خاطـرات جمعـی شـهر شـوند. بـه عنـوان مثـال اگـر چه بـرج میلاد بـه عنوان یک نشـانه شـهری مد نظر می‌باشـد و نشـانه شـهری بـودن آن را تبدیـل بـه المـان شـهر تهران کرده اسـت در حالـی کـه شـاید از ابتـدا بـه هـدف المـان شـهری بودن سـاخته نشـده باشـد. اما ایـن برج تنهـا به لحاظ بصری نشـانه شـهری می‌باشـد در حالی کـه جنبه‌های بصـری لزومـاً تنهـا عامل تمایز نشـانه‌های شـهر برای شـهروندان نیسـتند و تـا به امـروز نتوانسـته آنچنان که بایـد، بـه مکانـی جهت ثبـت خاطـرات جمعی شـهر تبدیل شـود (فلاحـت، نوحـی ۱۳۹۱، ص ۲۰).

۹. نمونه‌های موردی

ارگ کریم خانی در محور زندیه شیراز

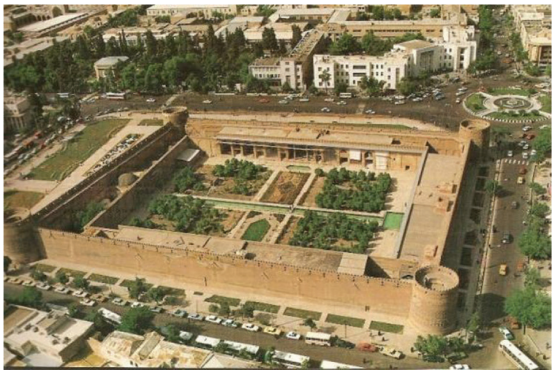
ارگ کریـم خانـی در مرکـز شـهر شـیراز قـرار دارد. ایـن ارگ در دوره سـلطنت سلسـله زندیـه سـاخته شده‌اسـت و پـس از اینکـه کریـم خـان زنـد شـیراز را بـه عنـوان پایتخـت خود و ایـن مکان را بـه عنوان مـکان زندگـی خـود انتخـاب کـرد، بـه ارگ کریـم خانی معروف شـد. در سـال ۱۳۵۰ ایـن ارگ به اداره فرهنـگ و هنـر وقـت واگـذار شـد. این بنـای بزرگ اکنـون زیـر نظر سـازمان میـراث فرهنگـی جمهوری اسـلامی ایـران اداره می‌شـود و از چنـد سـال پیـش کار مرمـت ایـن بنـا آغـاز شـده اسـت تـا بـه عنـوان مـوزه بـزرگ فـارس مورد اسـتفاده قـرار گیـرد. بنای ارگ ترکیبـی از دو معمـاری مسـکونی و نظامـی

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

است. بخش درونی ارگ با ایوان‌ها و اتاق‌های نقاشی شده، آبنماها و باغچه‌ها از ظرافت خاصی برخوردار است. سه ضلع شمال، جنوب و غرب هر یک دارای یک ایوان و شش اتاق مسکونی در دو طرف آن است. ضلع شرقی شامل حمام خصوصی و برخی امکانات خدماتی است. برج و باروی چهارگانه به انضمام خندقی که سابقاً دور آن حفر شده بود نیز نقش دفاعی بنا را بر عهده داشته‌اند. ضخامت دیوارها در پایه ۳ متر و در بالا ۱۲ متر است. ارتفاع برجها نیز ١٤ متر می‌باشد و از آجر ساخته شده‌اند. یکی از برج‌های چهارگانه این ارگ مانند برج پیزا کج شده بوده و به این خاطریکی از جاذبه‌های گردشگری شیراز به حساب می‌آمد. روند توقف کج‌شدگی این برج به لحاظ فنی و مهندسی مورد اهمیت قرار دارد. در حال حاضر این مجموعه به عنوان یک بنای تاریخی و دیدنی محسوب می‌شود که هرساله افراد زیادی از سراسر دنیا برای دیدن این بنای تاریخی می‌آیند و از نزدیک شاهد زیبایی‌های این بنا می‌شوند (صانع، ۱۳۸۰).



تصویر ۱. نمای شرقی ارگ کریم خان زند در شیراز؛ منبع: www.wikipedia.com





تصویر ۲. ارگ کریم خان زند در شیراز؛
منبع: www.wikipedia.com

دروازه قرآن در ورودی شمال شرقی شیراز

دروازه قرآن یکی از دروازه‌های به جای مانده از دوره‌های قدیم در شیراز است که امروزه به عنوان یکی از آثار تاریخی این شهر به حساب می‌آید. در قدیم شیراز دارای ٦ دروازه بوده است. هم اکنون در شیراز دروازه‌ای به جز دروازه قرآن وجود ندارد اما مردم شیراز هنوز به محل دروازه‌های قدیمی اشاره می‌کنند. در مدخل تنگ الله اکبر دروازه‌ای به دروازه قرآن معروف شده است. این دروازه به دستور عضدالدوله دیلمی ساخته شده است. وجه تسمیه آن بخاطر قرآنی است، که به دستور امیر در آن گذاشته شده بود تا مسافرین به سلامت از زیر آن عبور کنند. این طاق به مرور زمان به خرابی رفت، تا این که درزمان کریم خان زند از نوساخته شد و قرآن معروف به «هفده من» که منسوب به خط سلطان ابراهیم نوه شاهرخ تیموری در اطاقک بالای آن گذاشته شد. در بالای دروازه دو نسخه قرآن دستنویس به خط ثلث عالی منسوب به ابراهیم سلطان نوه شاهرخ تیموری قرار داشت. در سال ١٣١٦

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۹ زمستان ۱۳۹۶
No.49 Winter 2018

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

هجری شمسی دو قرآن خطی موجود در آن به موزه پارس شیراز انتقال یافت که همچنان در این موزه نگهداری می‌شوند. این دروازه با نابخردی شهرداری شیراز در سال۱۳۱۵شمسی با دینامیت ویران شد. باردیگر این دروازه با بلندنظری یکی از بازرگانان معروف شیراز بنام حسین ایگار در سال ۱۳۲۸شمسی تجدید بنا گردید. در اتاقک‌های کناری این بنا، ایگار و همسرشان دفن گردیده‌اند. این بنا در تاریخ ۱۳۷۵/۹/۱۹ با شماره ۱۸۰۰ در فهرست آثار ملی به ثبت رسیده است. دروازه قرآن در شمال شرقی شهر شیراز در تنگ الله اکبر میان کوه چهل مقام و کوه باباکوهی قرار دارد و در واقع در خروجی شیراز بسمت شهر مرودشت واقع شده است. این بنای تاریخی در کنار فلکه طاووسیه شیراز قرار دارد. دروازه قرآن در فاصله کمتر از ده متری مقبره خواجوی کرمانی و همچنین فاصله کمتر از پانصد متری باغ جهان نما و همچنین فاصله کمتر از هزار متری مقبره شاعر نامدار پارسی زبان حافظ شیرازی و باغ جهان نما قرار دارد (شهبازی، ۱۳۸۷).



تصویر ۳. دروازه قرآن در شیراز؛
منبع: www.persiane.com

۱۰. روش تحقیق به صورت پرسشنامه و قرارگیری داده‌های استخرج شده در نرم افزار spss

تحقیق در لغت به معنای پیدا کردن، یافتن یاجستجوی حقیقت آورده شده است. تعاریف بعمل آمده از تحقیق و پژوهش فراوانند. تحقیق به روش علمی را مجموعه مقررات و قواعدی دانسته اند که چگونگی جستجو برای یافتن حقایق مربوط به یک موضوع را نشان می دهد. تحقیق وضع موجود را بررسی می‌کند و به توصیف منظم و نظام‌دار وضعیت فعلی آن می‌پردازد و ویژگی‌ها و صفات آن را مطالعه و در صورت لزوم ارتباط بین متغیرها را بررسی می‌نماید. در اینجا به بررسی جامعه آماری، روش نمونه گیری، حجم نمونه، روایی و پایایی و در آخر به تحلیل نتایج پرداخته می‌شود. روش تحقیق مجموعه ای از قواعد، ابزار و راه های معتبر (قابل اطمینان) و نظام یافته برای بررسی واقعیت ها، کشف مجهولات و دستیابی به راه حل مشکلات است (خاکی، ۱۳۷۸، ص ۲۰۱). اولین مرحله از تقسیم بندی تحقیق را می‌توان منوط به هدف از انجام تحقیق دانست هر محققی می‌تواند روشی خاص را برای تحقیقات خود انتخاب کند و در هر تحقیقی خاص نیز تغییراتی جزئی بر روش خود اعمال کند پس انتخاب روش برای محقق یک هنر است که از بین روش‌ها و مراحل گوناگون روش و مراحلی را برمی‌گزینند. هدف این تحقیق بررسی عوامل تاثیرگذار در تبدیل فضای اجتماعی به المان و نشانه شهری از منظر هویت و خاطره جمعی در شهر شیراز (نمونه موردی: ارگ کریم خانی و دروازه قرآن) است. اطلاعات از طریق پرسشنامه که در بین جامعه آماری قرار می‌گیرد به دست می‌آید. حجم نمونه آماری طبق فرمول کوکران محاسبه می‌شود. پس از پخش و جمع آوری پرسشنامه، داده‌های به دست آمده در نرم افزار spss وارد می‌شوند.

۱۰. ۱. جامعه آماری

مطالعه ای که بر روی تعداد مشخصی از جمعیت صورت می‌گیرد که در این صورت دقت داده‌های بدست آمده به مراتب بیشتر از زمانی است که کل جامعه مطالعه شود . جامعه آماری به مجموعه افراد، اشیاء و یا به طور کلی پدیده‌هایی اطلاق

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

می شود که محقق می تواند نتیجه مطالعه خود را به کلیه آنها تعمیم دهد. در این تحقیق جامعه آماری جمعی از همکاران سازمان سیما و فضای سبز شهرداری هستند.

۱۰. ۲. نمونه گیری و حجم نمونه

نمونه، معمولاً گروهی از افراد جامعه است که معرف آن جامعه بوده و کم و بیش ویژگی‌های افراد جامعه را داراست. درعین حال نمونه آماری باید قابل دسترسی بوده و امکان مطالعه آن توسط محقق فراهم باشد. حجم نمونه باید به اندازه ای باشد که نتایج حاصل عینا با نتایج همان مطالعه در جامعه‌ای که نمونه از آن انتخاب شده است برابر باشد .فرمول کوکران یکی از پرکاربردترین روش‌ها برای محاسبه حجم نمونه آماری است.

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N}\left(\frac{z^2 pq}{d^2} - 1\right)}$$

n= حجم نمونه

N= حجم جمعیت آماری (۲۵۰)

z= در صد خطای معیار ضریب اطمینان قابل قبول (۱/۹۶)

p= نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین (۰/۵)

q= (۱–p) نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین (۰/۵)

d= درجه اطمینان یا دقت احتمالی مطلوب (۰/۰۵)

P یا q مساوی با ۰/۵یعنی نیمی از جمعیت حایزصفتی معین باشند و نیمی دیگر فاقد آن هستند. دقت احتمالی در تحقیقات علوم اجتماعی برابر با ۰/۰۵ می‌باشد. بنابراین حجم نمونه ۱۵۲ نفر محاسبه شد. درنهایت ۱۵۲ پرسشنامه توزیع و برگشت داده شد و تحلیل از بین آن‌ها صورت گرفت.

۱۰. ۳. ابزار گردآوری داده ها

یکی از اصلی ترین بخش‌های هر کار پژوهشی را جمع‌آوری اطلاعات تشکیل می‌دهد کیفیت و اعتبار هر پژوهش تا حد زیادی به اطلاعات و داده‌های جمع آوری شده و کیفیت اطلاعات و داده‌ها نیز به شیوه جمع آوری آنها مربوط میشود. پرسشنامه به عنوان یکی از متداول‌ترین ابزار جمع‌آوری اطلاعات در تحقیقات پیمایشی مورد استفاده قرار می‌گیرد و عبارت است از مجموعه‌ای از پرسش‌های هدف دار که با بهره‌گیری از مقیاس‌های گوناگون نظر، دیدگاه و بینش یک فرد پاسخگو را مورد سنجش قرار می‌دهد. نحوه تهیه و تنظیم پرسشنامه به عنوان ابزاری برای گرداوری اطلاعات و داده های مورد نیاز در تحقیق یا پایان نامه و غیره نیاز به دانستن مراحل مختلف تحقیق با توجه به نوع روش بکار رفته است.

۱۰. ٤. روایی و پایایی ابزار پژوهش

۱۰. ٤. ۱. روایی

اعتبار(روایی) به ارتباط منطقی، بین پرسش‌های آزمون و مطلب مورد سنجش اشاره دارد. وقتی گفته می‌شود آزمون، روایی دارد به این معنا است که پرسش‌های آزمون به‌طور دقیق آنچه را که مورد نظر می‌باشد، می‌سنجد. ابزار اندازه گیری ممکن است برای اندازه گیری یک خصیصه ویژه دارای اعتبار باشد، در حالی که برای سنجش همان خصیصه بر روی جامعه دیگر از هیچ‌گونه اعتباری برخوردار نباشد. برای رسیدن به این هدف از نظرات کارشناسان، خبرگان و استاد راهنما در طرح پرسشنامه بهره گرفته شده تا میزان روایی در سطح مطلوبی قرار داشته باشد.

۱۰. ٤. ۲. پایایی

ابزار اندازه گیری ممکن است برای اندازه‌گیری یک خصیصه ویژه دارای اعتبار باشد، درحالی که برای سنجش همان خصیصه بر روی جامعه دیگر از هیچ گونه اعتباری برخوردار نباشد. پایایی ابزار اندازه گیری حتماً باید قبل از به کار بردن آن در مطالعات مختلف معین شود. تخلف از این قاعده تنها هنگامی جایز است که در مطالعات قبلی قابلیت اعتماد رضایت‌بخشی برای ابزار مورد نظر به دست آمده باشد. یکی از روشهای محاسبه قابلیت اعتماد استفاده از فرمول کرونباخ است. در واقع می‌خواهیم ببینیم تا چه حد برداشت پاسخگویان از سؤالات یکسان بوده است.برای محاسبه ضریب آلفای کرونباخ ابتدا باید واریانس نمره–های هر زیر مجموعه سوال های پرسشنامه (یا زیر آزمون) و واریانس کل را محاسبه کرد.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

سپس با استفاده از فرمول زیر مقدار ضریب آلفا را محاسبه کرد.

$$r_a = \frac{j}{j-1}\left(1 - \frac{\sum s_j^2}{s^2}\right)$$

J = تعداد سوالات

S_j^2 = واریانس هر سوال

S^2 = واریانس کل سوالات می‌باشد.

یک نمونه اولیه شامل ۳۰ پرسشنامه تهیه می‌گردد و با استفاده از داده‌های به دست آمده و نرم افزار آماری spss میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شده است.اگر ضریب آلفا بیشتر از ۰/۷ باشد، آزمون از پایایی قابل قبولی برخوردار است. ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۲۰ به دست آمده است که نشان از پایایی مطلوب پرسشنامه است.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	15

۱۰. ۵. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرض‌ها

۱۰. ۵. ۱. آزمون تی تک نمونه‌ای

آزمون t تک نمونه ای که ساده ترین نوع آزمون‌های t است جهت تعیین این که آیا میانگین مشاهده شده در نمونه که به صورت تصادفی از جامعه انتخاب شده است، مقداری برابر با میانگین مفروض جامعه دارد یا خیر، به کار می‌رود. در این آزمون به این موضوع پرداخته می‌شود که میانگین یک جامعه، به چه میزان از یک مقدار ثابت بیش‌تر و یا کم‌تر است. در این آزمون، چنانچه سطح معنی‌داری کم‌تر از مقدار خطا باشد، چنین استنباط می‌شود که میانگین جامعه‌ی مورد نظر، مقدار آزمون‌شده نیست. با توجه به طیف لیکرت ٤ تایی در نتیجه میانگین ملاک برابر ۲ یا ۳ می‌توان در نظر گرفت. برای انجام این آزمون از نرم افزار spss استفاده شده است.

۱۰. ۵. ۲. آزمون فریدمن

آزمون فریدمن این است که در مواردی که در آن آزمودنی‌ها همتا هستند یا گروه واحدی از آزمودنی‌ها بیش از یک بار مشاهده می‌شوند ، می‌توان شکلی از تحلیل واریانس رتبه‌ای را که نخستین بار توسط فریدمن طراحی شده به کار بست. این آزمون برای مقایسه چند گروه از نظر میانگین رتبه های آنهاست و معلوم می‌کند که آیا این گروهها می‌توانند از یک جامعه باشند یا نه؟ برای انجام این آزمون از نرم افزار spss استفاده می‌شود.

۱۰. ٦. نتایج اولیه پرسشنامه ها

در این پژوهش جامعه آماری تعدادی از همکاران سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری در شیراز در نظر گرفته شده است و حجم اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه از طریق نرم افزار spss تحلیل شدند. نمونه با توجه به فرمول کوکران ۱۵۲ نفر به دست آمد. ضریب آلفای کرونباخ پس از اصلاح ۰/۸۲۰ به دست آمد که نشان از پایایی بالای پرسشنامه است. اطلاعات به دست آمده به وسیله نرم افزار spss تحلیل شدند هم چنین برای بررسی فرضیه‌ها از دو آزمون تی تک و فریدمن استفاده شده است و در ادامه به بررسی نتایج ثانویه آن پرداخته می‌شود.

۱۱. تجزیه و تحلیل داده ها

در این قسمت به تحلیل یافته‌های پژوهش پرداخته می‌شود. در قسمت اول به بررسی ویژگی‌های توصیفی نمونه مورد بررسی و جداول و نمودارهای مربوط به هر سوال ارایه می‌شوند. برای بررسی فرضیه‌ها که در مورد خصوصیتی از جامعه هستند از آزمون تی نک نمونه ای استفاده می‌شود هم چنین از آزمون فریدمن برای مقایسه شاخص‌های مورد بررسی و رتبه بندی آن‌ها استفاده شده است

۱۱. ۱. آنالیز داده‌ها (آمار توصیفی)

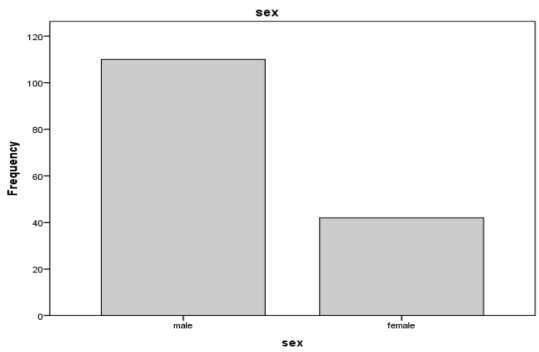
۱۱. ۱. ۱. توزیع جنسیت

چگونگی توزیع جنسیت در نمونه مورد بررسی در جدول و نمودار ۱ ارایه شده است. از کل نمونه آماری که ۱۵۲ نفر می‌باشند، حدود ۷۲,٤ درصد از پاسخ دهندگان، مرد و حدود ۲۷,٦ درصد از آن‌ها زن می‌باشند. نمودار میله ای ۱ تعداد این افراد را نشان می‌دهد.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

جدول ۱. توزیع جنسیت؛ منبع: نگارندگان.

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۱۱۰	۷۲,٤
زن	٤۲	۲۷,٦
کل	۱۵۲	۱۰۰



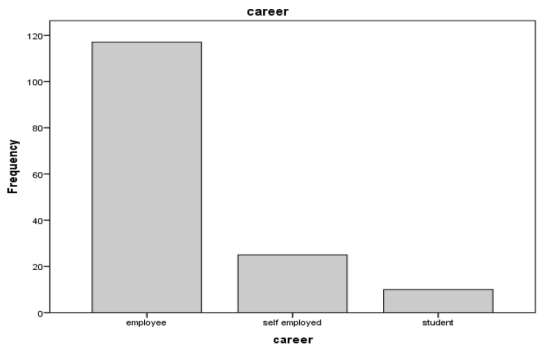
نمودار ۱. توزیع جنسیت؛ منبع: نگارندگان.

۱۱. ۱. ۲. توزیع تحصیلات

چگونگی توزیع تحصیلات در نمونه مورد بررسی در جدول و نمودار ۲ ارایه شده است. در نمونه مورد بررسی، نتایج به دست آمده از تحصیلات به صورت ۱۸,۹ درصد فوق دیپلم، ۷٤ درصد لیسانس، ۷,۱ درصد فوق لیسانس بوده اند. نمودار میله ای ۲ تعداد این افراد را نشان می‌دهند.

جدول ۲. توزیع تحصیلات، منبع: نگارندگان.

تحصیلات	فراوانی	درصد
دیپلم	۱۵	۹,۹
فوق دیپلم	۰	۰
لیسانس	٦۲	٤۰,۸
فوق لیسانس	۷۲	٤۹,۳
دکتری	۰	۰
بیسواد	۰	۰
کل	۱۵۲	۱۰۰



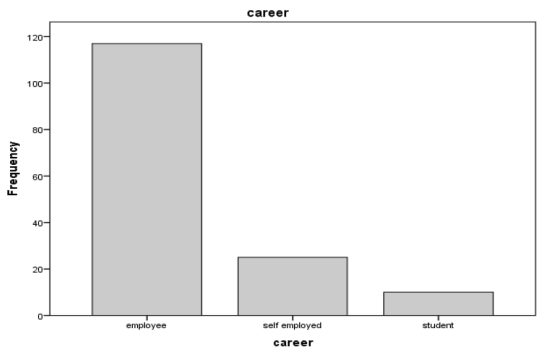
نمودار ۲. توزیع تحصیلات؛ منبع: نگارندگان.

۱۱. ۱. ۳. توزیع شغل

چگونگی توزیع شغل در نمونه مورد بررسی در جدول و نمودار ۳ ارایه شده است. در نمونه مورد بررسی، نتایج به دست آمده از شغل به صورت ۷۷ درصد کارمند، ۱٦,٤ درصد آزاد، ٦,٦ درصد دانشجو بوده اند. نمودار میله ای ۳ تعداد این افراد را نشان می‌دهند.

جدول ۳. توزیع شغل؛ منبع: نگارندگان.

شغل	فراوانی	درصد
کارمند	۱۱۷	۷۷
آزاد	۲۵	۱٦,٤
دانشجو	۱۰	٦,٦
بیکار	۰	۰
کل	۱۵۲	۱۰۰



نمودار ۳. توزیع شغل، منبع: نگارندگان.

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۹ زمستان ۱۳۹۶
No.49 Winter 2018

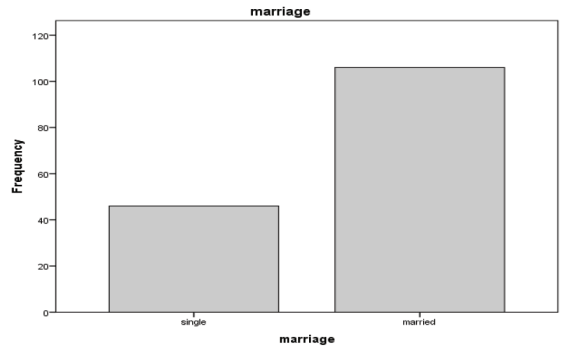
[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

۱۱. ۱. ٤. توزیع تاهل

چگونگی توزیع سن در نمونه مورد بررسی در جدول و نمودار ٤ ارایه شده است. در نمونه مورد بررسی، نتایج به دست آمده از تاهل به صورت ۷٦,۳ درصد مجرد، ۲۳,۷ درصد متاهل بوده اند. نمودار میله‌ای ٤ تعداد این افراد را نشان می‌دهند.

جدول ٤. توزیع تاهل؛ منبع: نگارندگان.

سن	فراوانی	درصد
مجرد	٤٦	۳۰,۳
متاهل	۱۰٦	٦۹,۷
کل	۱۵۲	۱۰۰



نمودار ٤. توزیع تاهل؛ منبع: نگارندگان.

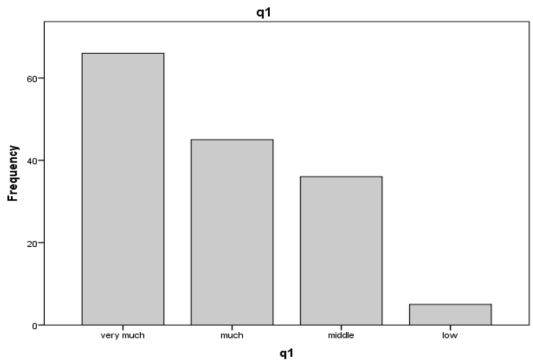
۱۱. ۲. سوالات پرسشنامه و تحلیل آنها

فضای اجتماعی و هویت فضا

۱) تا چه میزان هویت یک فضای اجتماعی پر تحرک در ذهن افراد ماندگار می‌ماند؟

جدول ۵. توزیع فراوانی در مورد سوال اول؛ منبع: نگارندگان.

	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	٦٦	٤۳,٤
زیاد	٤۵	۲٦,۹
متوسط	۳٦	۲۳,۷
کم	۵	۳,۳
خیلی کم	۰	۰

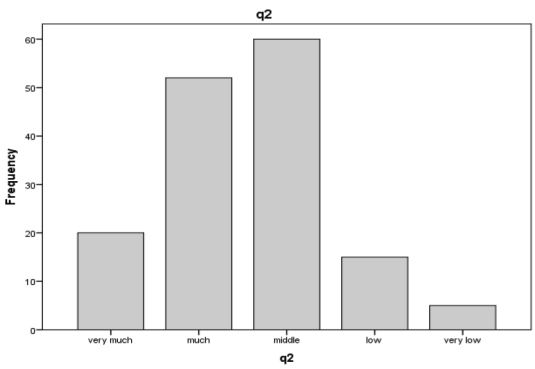


نمودار ۵. توزیع فراوانی در مورد سوال اول؛ منبع: نگارندگان.

۲) آیا نشانه‌های یک فضا به تنهایی موجب حس تعلق افراد به آن محیط اجتماعی می‌شود؟

جدول ٦. توزیع فراوانی در مورد سوال دوم؛ منبع: نگارندگان.

	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۲۰	۱۳,۲
زیاد	۵۲	۳٤,۲
متوسط	٦۰	۳۹,۵
کم	۱۵	۹,۹
خیلی کم	۵	۳,۳



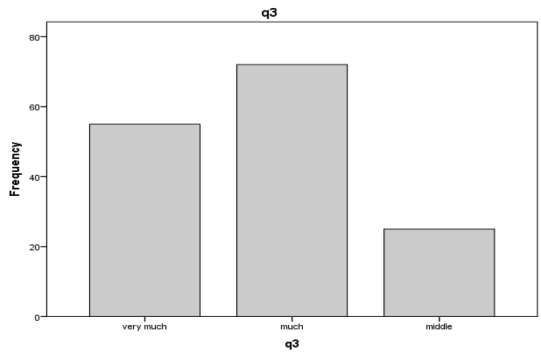
نمودار ٦. توزیع فراوانی در مورد سوال دوم؛ منبع: نگارندگان.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

۳) چقدر عناصر یک فضای اجتماعی در ارتقا هویت آن فضا موثر می‌باشد؟

جدول ۷. توزیع فراوانی در مورد سوال سوم؛ منبع: نگارندگان.

	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۵۵	۳۶,۲
زیاد	۷۲	٤۷,٤
متوسط	۲۵	۱٦,٤
کم	۰	۰
خیلی کم	۰	۰

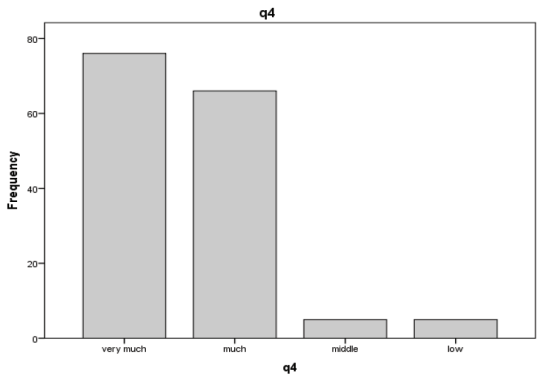


نمودار ۷. توزیع فراوانی در مورد سوال سوم؛ منبع: نگارندگان.

٤) تا چه حد دلبستگی افراد به یک فضای اجتماعی باعث بالابردن هویت آن فضا می‌گردد؟

جدول ۸. توزیع فراوانی در مورد سوال چهارم؛ منبع: نگارندگان.

	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۷٦	۵۰
زیاد	٦٦	٤۳,٤
متوسط	۵	۳,۳
کم	۵	۳,۳
خیلی کم	۰	۰

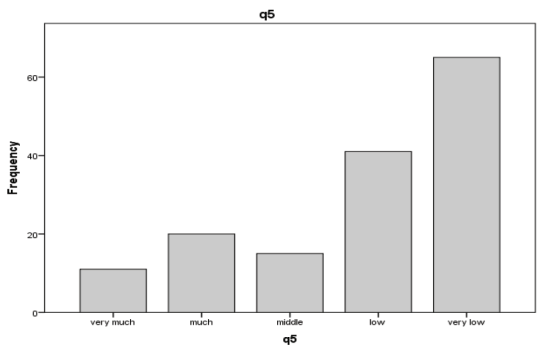


نمودار ۸. توزیع فراوانی در مورد سوال چهارم؛ منبع: نگارندگان.

۵) آیا ناهماهنگی و یکنواختی یک فضای اجتماعی سبب افزایش هویت آن فضا می‌شود؟

جدول ۹. توزیع فراوانی در مورد سوال پنجم؛ منبع: نگارندگان.

	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۱۱	۷,۲
زیاد	۲۰	۱۳,۲
متوسط	۱۵	۹,۹
کم	٤۱	۲۷
خیلی کم	٦۵	٤۲,۸



نمودار ۹. توزیع فراوانی در مورد سوال پنجم؛ منبع: نگارندگان.

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۹ زمستان ۱۳۹۶
No.49 Winter 2018

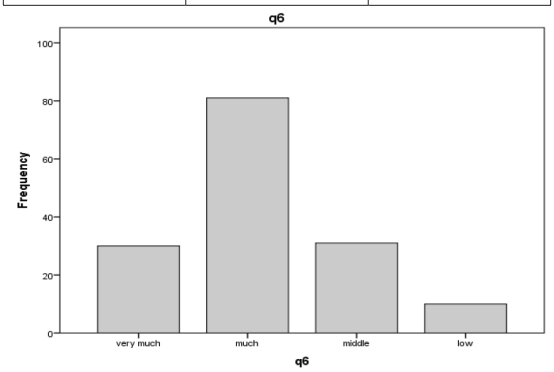
[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

نشانه و المان شهری

٦) تا چه میزان استفاده از المان‌های شهری در فرهنگ جامعه نقش دارد؟

جدول ۱۰. توزیع فراوانی در مورد سوال ششم؛ منبع: نگارندگان.

	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۳۰	۱۹,۷
زیاد	۸۱	۵۳,۳
متوسط	۳۱	۲۰,٤
کم	۱۰	٦,٦
خیلی کم	۰	۰

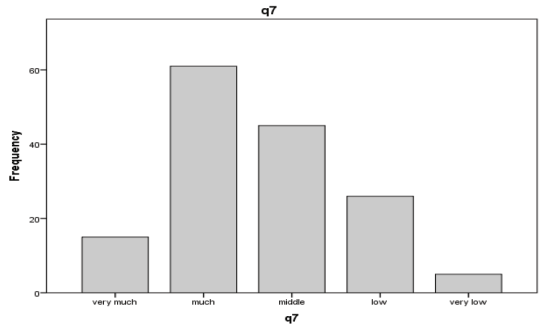


نمودار ۱۰. توزیع فراوانی در مورد سوال ششم؛ منبع: نگارندگان.

۷) آیـا تنـوع در نشـانه‌ها و نمادهـای شـهری تاثیری در اعتقـادات و شـخصیت افـراد آن جامعـه دارد؟

جدول ۱۱. توزیع فراوانی در مورد سوال هفتم؛ منبع: نگارندگان.

	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۱۵	۹,۹
زیاد	٦۱	٤۰,۱
متوسط	٤۵	۲۹,٦
کم	۲٦	۱۷,۱
خیلی کم	۵	۳,۳

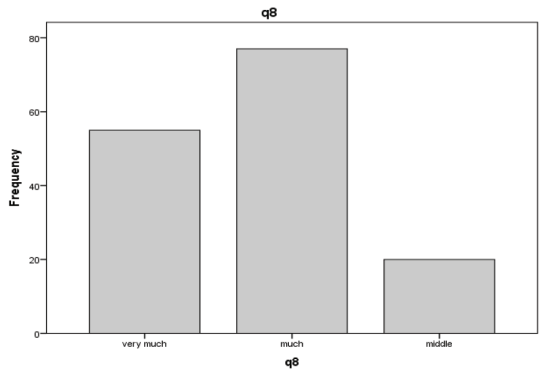


نمودار ۱۱. توزیع فراوانی در مورد سوال هفتم؛ منبع: نگارندگان.

۸) آیـا ایجـاد المان‌هـای شـهری هویـت آن شـهر را تقویـت می‌کنـد؟

جدول ۱۲. توزیع فراوانی در مورد سوال هشتم؛ منبع: نگارندگان.

	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۵۵	۳٦,۲
زیاد	۷۷	۵۰,۷
متوسط	۲۰	۱۳,۲
کم	۰	۰
خیلی کم	۰	۰



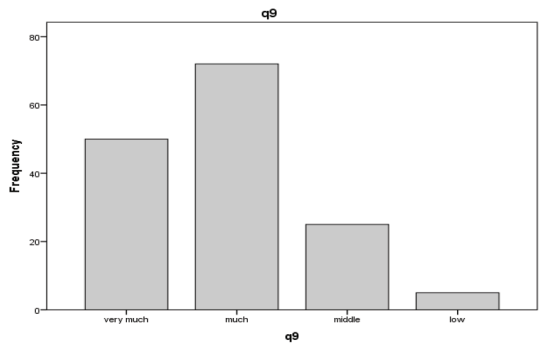
نمودار ۱۲. توزیع فراوانی در مورد سوال هشتم؛ منبع: نگارندگان.

۹) تـا چـه حـد یک المان شـهری از لحـاظ جنبه‌های بصـری می‌توانـد مکانـی جهـت ثبـت خاطـرات جمعـی آن شـهر شـود؟

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

جدول ۱۳. توزیع فراوانی در مورد سوال نهم؛ منبع: نگارندگان.

	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۵۰	۳۲,۹
زیاد	۷۲	٤۷,٤
متوسط	۲۵	۱٦,٤
کم	۵	۳,۳
خیلی کم	۰	۰

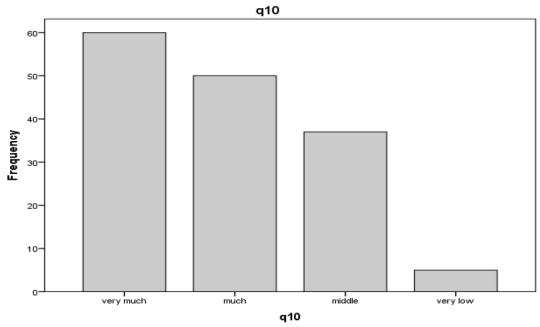


نمودار ۱۳. توزیع فراوانی در مورد سوال نهم؛ منبع: نگارندگان.

۱۰) آیـا بکارگیـری نشـانه‌های شـهری تاثیـری در منحصـر بـه فـرد شـدن آن المـان دارد؟

جدول ۱٤. توزیع فراوانی در مورد سوال دهم؛ منبع: نگارندگان.

	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	٦۰	۳۹,۵
زیاد	۵۰	۳۲,۹
متوسط	۳۷	۲٤,۳
کم	۵	۳,۳
خیلی کم	۰	۰



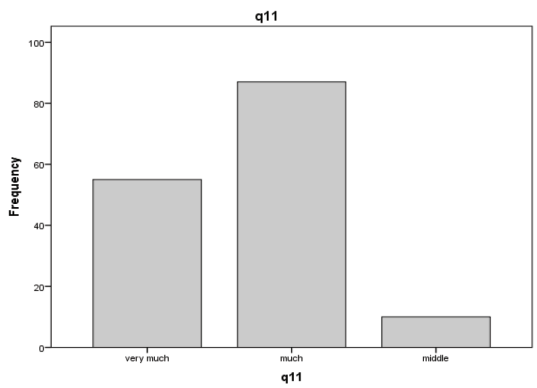
نمودار ۱٤. توزیع فراوانی در مورد سوال دهم؛ منبع: نگارندگان.

خاطره جمعی و تاریخی

۱۵) تـا چه حـد خاطره جمعی در ذهـن افراد موجب دلبسـتگی آنها بـه آن فضا می‌گردد؟

جدول ۱۵. توزیع فراوانی در مورد سوال یازدهم؛ منبع: نگارندگان.

	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۵۵	۳٦,۲
زیاد	۸۷	۵۷,۲
متوسط	۱۰	٦,٦
کم	۰	۰
خیلی کم	۰	۰



نمودار ۱۵. توزیع فراوانی در مورد سوال یازدهم؛ منبع: نگارندگان.

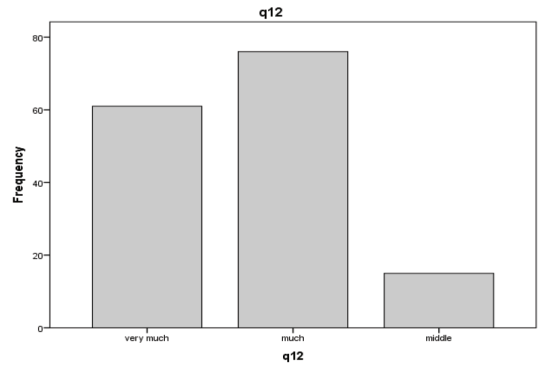
مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۹ زمستان ۱۳۹۶
No.49 Winter 2018

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

۱۲) چقدر حس تعلق به یک مکان تاریخی، خاطره انگیزی را به دنبال دارد؟

جدول ۱۶. توزیع فراوانی در مورد سوال دوازدهم؛ منبع: نگارندگان.

	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۶۱	۴۰,۱
زیاد	۷۶	۵۰
متوسط	۱۵	۹,۹
کم	۰	۰
خیلی کم	۰	۰

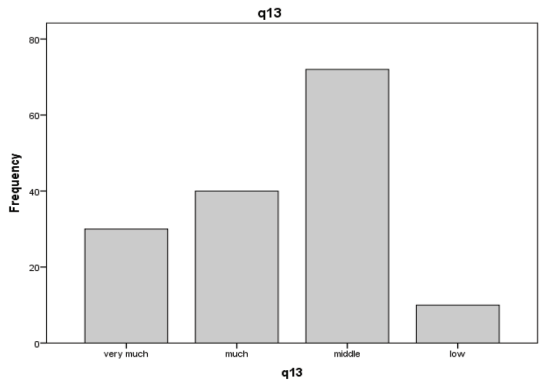


نمودار ۱۶ توزیع فراوانی در مورد سوال دوازدهم؛ منبع: نگارندگان.

۱۷) آیا همه فضاهای شهری تاریخی سبب ایجاد خاطره جمعی افراد در آن فضا می‌شود؟

جدول ۱۷. توزیع فراوانی در مورد سوال سیزدهم؛ منبع: نگارندگان.

	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۳۰	۱۹,۷
زیاد	۴۰	۲۶,۳
متوسط	۷۲	۴۷,۴
کم	۱۰	۶,۶
خیلی کم	۰	۰

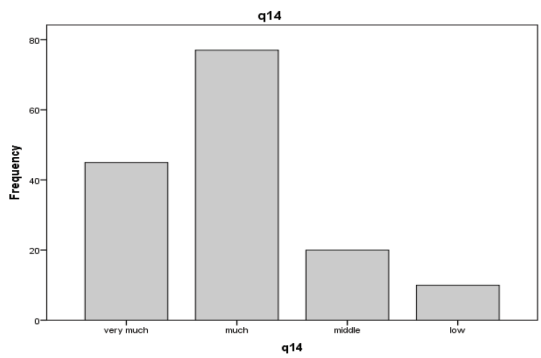


نمودار ۱۷. توزیع فراوانی در مورد سوال سیزدهم؛ منبع: نگارندگان.

۱۸) تا چه میزان فضاهای عمومی تاریخی شهر، افزایش خاطره پذیری برای افراد جامعه را به دنبال دارند؟

جدول ۱۸. توزیع فراوانی در مورد سوال چهاردهم؛ منبع: نگارندگان.

	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۴۵	۲۹,۶
زیاد	۷۷	۵۰,۷
متوسط	۲۰	۱۳,۲
کم	۱۰	۶,۶
خیلی کم	۰	۰



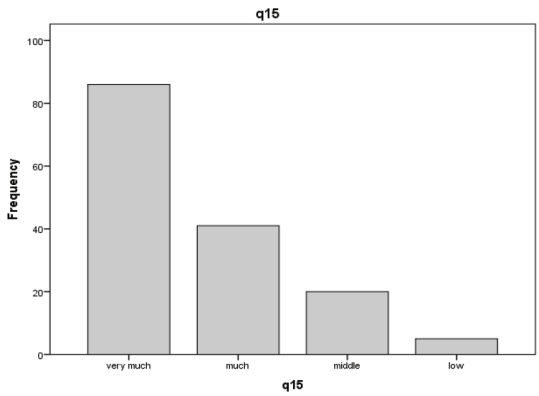
نمودار ۱۸. توزیع فراوانی در مورد سوال چهاردهم؛ منبع: نگارندگان.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

۱۹) آیـا بـا ایجاد گرافیک و شـکل دیداری جذاب در پـارک کـودک، محیطـی آرام و دلپذیـر بـرای کودکان فراهـم می‌گردد؟

جدول ۱۹. توزیع فراوانی در مورد سوال پانزدهم؛ منبع: نگارندگان.

	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۸٦	٥٦,٦
زیاد	٤١	۲۷
متوسط	۲۰	۱۳,۲
کم	٥	۳,۳
خیلی کم	۰	۰



نمودار ۱۹. توزیع فراوانی در مورد سوال پانزدهم؛ منبع: نگارندگان.

۱۱. ۳. یافته‌های استنباطی

۱۱. ۳. ۱. فرضیه اول

تبدیـل فضـای اجتماعـی بـه المـان شـهری در ایجـاد هویـت و خاطـره پذیـری شـهر شـیراز حائـز اهمیـت می‌باشـد.

جدول ۲۰. نتایج آزمون تی تک نمونه ای برای بررسی فرضیه اول- میانگین ملاک=۳؛ منبع: نگارندگان.

آماره **t**	درجه آزادی(**df**)	سطح معنی داری	تفاوت میانگین ها	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
				بالایی	پایینی
-۲۰,۰٤	۱٥۱	۰/۰۰۰	-۱,۳۰	-۱,۱۹	-۱/٤۰

با توجـه بـه نتایـج بـه دسـت آمـده از بررسـی سـوالات مربـوط بـه این فرضیـه مقـدار آمـار t برابر ۲۰,۰٤- و مقـدار سـطح معنـی داری برابـر ۰/۰۰۰ اسـت کـه بـا توجـه یـه کوچکتـر بـودن ایـن مقـدار از ۰/۰٥ در نتیجـه اختـلاف صحیحـی بیـن میانگیـن جواب‌هـای مربـوط بـه ایـن فرضیـه بـا میانگیـن مـلاک وجـود دارد و بـا توجـه بـه فاصلـه اطمینـان و منفـی بـودن هـر دو حـد بـالا و حـد پایین بـه این نتیجـه می‌رسـیم کـه میانگیـن پاسـخ افـراد کوچکتـر از میانگیـن مـورد نظـر بعنـی عـدد ۳ می‌باشـد که به این معناسـت که بیشـتر افـراد گزینه‌هـای کوچکتر از ۳ یعنـی مـوارد خیلـی زیـاد و زیـاد را در نظـر گرفته انـد. منفـی بـودن تفاوت میانگیـن نیز به معنـای کمتر بـودن میانگیـن پاسـخ سـوالات از میانگیـن مـلاک اسـت کـه همـان نتیجـه قبـل را ثابت می‌کند و نشـان دهنـده این اسـت کـه نظـرات افـراد نمونـه مطابق با ایـن فرضیه اسـت.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

۱۱. ۳. ۲. فرضیه دوم

از عوامـل تاثیرگـذار در ایجـاد خاطـره جمعی در شـهر شـیراز تقویـت فضای اجتماعـی و تبدیل آن به نشـانه شـهری است.

جدول ۲۱. نتایج آزمون تی تک نمونه ای برای بررسی فرضیه دوم (میانگین ملاک=۳) ؛ منبع: نگارندگان.

آماره t	درجه آزادی(df)	سطح معنی داری	تفاوت میانگین ها	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
				بالایی	پایینی
-۲۲,۷۸	۱۵۱	۰/۰۰۰	-۱/۲۳	-۱/۱۲	-۱/۳۳

بـا توجـه بـه نتایـج بـه دسـت آمـده از بررسـی سـوالات مربـوط بـه ایـن فرضیـه مقـدار آمـار t برابر۳۶,۶۸- و مقدار سـطح معنـی داری برابر ۰/۰۰۰ اسـت کـه بـا توجـه یـه کوچکتـر بـودن ایـن مقـدار از ۰/۰۵ در نتیجـه اختـلاف صحیحـی بیـن میانگیـن جواب‌هـای مربـوط بـه ایـن فرضیـه بـا میانگیـن مـلاک وجـود دارد و بـا توجـه بـه فاصلـه اطمینـان و منفـی بـودن هـر دو حـد بـالا و حـد پایین بـه این نتیجـه می‌رسـیم کـه میانگیـن پاسـخ افـراد کوچکتـر از میانگیـن مـورد نظـر بعنـی عـدد۳ می‌باشـد کـه به این معناسـت که بیشـتر افـراد گزینه‌هـای کوچکتر از ۳ یعنـی مـوارد خیلـی زیـاد و زیـاد را در نظـر گرفته اند.منفـی بـودن تفـاوت میانگیـن نیز به معنـای کمتر بـودن میانگیـن پاسـخ سـوالات از میانگیـن مـلاک اسـت کـه همـان نتیجـه قبـل را ثابت می‌کند و نشـان دهنـده این اسـت کـه نظـرات افـراد نمونـه مطابق با ایـن فرضیه اسـت.

۱۱. ۳. ۳. فرضیه سوم

هویت شهری در اثرتبدیل فضای اجتماعی به المان شهری موجب ارتقا خاطرات جمعی می‌شود.

جدول ۲۲. نتایج آزمون تی تک نمونه ای برای بررسی فرضیه سوم (میانگین ملاک=۳)؛ منبع: نگارندگان.

آماره t	درجه آزادی(df)	سطح معنی داری	تفاوت میانگین ها	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
				بالایی	پایینی
-۲۱,۰۷	۱۵۱	۰/۰۰۰	-۱/۱۹	-۱/۰۸	-۱/۳۰

بـا توجـه بـه نتایـج بـه دسـت آمـده از بررسـی سـوالات مربـوط بـه ایـن فرضیـه مقـدار آمـار t برابر۴۱,۴۸- و مقدار سـطح معنـی داری برابر ۰/۰۰۰ اسـت کـه بـا توجـه یـه کوچکتـر بـودن ایـن مقـدار از ۰/۰۵ در نتیجـه اختـلاف صحیحـی بیـن میانگیـن جواب‌هـای مربـوط به ایـن فرضیـه بـا میانگین ملاک وجـود دارد و بـا توجه به فاصله اطمینان و منفی بودن هـر دو حـد بالا و حـد پایین بـه این نتیجه می‌رسـیم کـه میانگیـن پاسـخ افـراد کوچکتـر از میانگیـن مورد نظـر بعنـی عـدد ۳ می‌باشـد کـه بـه این معناسـت که بیشـتر افـراد گزینه‌هـای کوچکتـر از ۳ یعنـی مـوارد خیلـی زیـاد و زیـاد را درنظـر گرفته انـد. منفی بودن تفـاوت میانگیـن نیـز بـه معنای کمتـر بـودن میانگین پاسـخ سـوالات از میانگیـن مـلاک اسـت کـه همـان نتیجـه قبـل را ثابـت می‌کند و نشـان‌دهنده این اسـت کـه نظـرات افراد نمونـه مطابق بـا این فرضیه اسـت.

طبـق نتایـج به دسـت آمـده، نظـر افراد با هر سـه فرضیـه منطبـق بـوده و بـا توجـه بـه اعداد به دسـت آمـده از آزمـون تـی تسـت افـراد بـا ایجـاد و ارتقـا خاطرات جمعی و خاطره پذیری شـهر شـیراز اسـت.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

نتیجه گیری و جمعبندی

بـرای مقایسـه شـاخص‌های مورد بررسـی و رتبـه بندی آن‌ها از آزمون فریدمن اسـتفاده شـده کـه نتایج آن در ادامه در جدول ۲۳ آورده شـده اسـت.

جدول ۲۳. نتایج آزمون فریدمن برای رتبه بندی شاخص‌های مورد بررسی؛ منبع: نگارندگان.

	میانگین رتبه ها	رتبه
فضای اجتماعی و هویت فضا	۲,٤۹	۳
نشانه و المان شهری	۱,۹۱	۲
خاطره جمعی و تاریخی	۱,٦۰	۱
کای دو= ٦۷,۵۲	درجه آزادی=۲	
سطح معنی داری= ۰,۰۰۰		

بـا بررسـی عوامـل تاثیرگـذار در تبدیل فضای اجتماعی به المان و نشـانه شـهری از منظـر هویت و خاطره جمعـی در شـهر شـیراز (نمونـه مـوردی: ارگ کریـم خانی و دروازه قـرآن)، نتایج به دسـت آمده مقـدار آماره کای دو برابـر ٦۷,۵۲ و مقـدار سـطح معنـاداری برابر ۰,۰۰۰ اسـت که نشـان‌دهنده وجود تفـاوت معنی‌دار بین میانگیـن رتبه‌هاسـت کـه بـر ایـن اسـاس رتبه‌هـای شـاخصهای مورد بررسـی بـه ترتیـب عبارتنـد از: خاطره جمعـی و تاریخـی، نشـانه و المـان شـهری و فضای اجتماعـی و هویت فضا. زیـرا هرچه قـدر میانگین رتبه‌ها کوچکتر باشـد اهمیت آن متغیر بیشـتر اسـت.

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۹ زمستان ۱۳۹۶
No.49 Winter 2018

منابع و ماخذ

۱. اردشـیری، مهیـار و غلامحسـین، معماریـان (۱۳۸۹) هویـت شـهری شـیراز، انتشـارات نوید شـیراز، شـیراز..
۲. امیـن زاده، بهنـاز (۱۳۸۹) ارزیابـی هویت مکان، هویت شـهر، شـماره ۷، ص ۳-۱٤.
۳. آتشـین بـار، محمـد (۱۳۸۸) تـداوم هویـت در منظـر شـهری، فصلنامـه بـاغ نظـر، شـماره ۱۲، ص ۳۵-۵٦.
٤. بهزادفر، مصطفی (۱۳۸٦) هویت شـهر، موسسـه نشر شـهر، تهران.
۵. پاکـزاد، جهانشـاه (۱۳۷۵) هویـت و ایـن همانی بـا فضا، مجلـه صفه، شـماره ۲۱و۲۲، دانشـکده معماری و شهرسـازی دانشـگاه شـهید بهشـتی، تهران.
٦. تیبالـدز، فرانسـیس (۱۳۸۵) شهرسـازی شـهروندگرا، ترجمـه محمـد احمدی نژاد، نشـر خـاک، اصفهـان.
۷. جنکینـز، ریچـارد (۱۳۸۱) هویـت اجتماعـی، ترجمـه تـورج احمـدی، انتشـارات شـیرازه، تهـران.
۸. حبیبـی، محسـن (۱۳۸٤) مرمـت شـهری، انتشـارات دانشـگاه تهـران، تهـران.
۹. خاکـی، غلامرضـا (۱۳۷۸) روش تحقیـق رویکـردی بـه پایـان نامـه نویسـی، انتشـارات مرکـز تحقیقـات علمـی کشـور، تهـران.
۱۰. خسـرو خاور، فرهـاد (۱۳۸٤) شـهرها و خاطره جمعی، اندیشـه ایرانشـهر، شـماره ۳، ص ۱۳۱-۱۳٤.
۱۱. دانشـپور، سـیدعبدالهادی (۱۳۷۹) بازشناسـی مفهـوم هویـت در فضـای عمومـی شـهری (خیابـان) نمونه مـوردی: تهران خیابـان انقلاب، پایان نامه دکتری شهرسـازی، دانشـکده هنرهای زیبـا، انتشـارات دانشـگاه تهـران، تهـران.
۱۲. دهخـدا، علـی اکبـر (۱۳۷۳) لغـت نامـه دهخدا، انتشـارات دانشـگاه تهـران، تهران.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

۱۳. دیکنز، پیتر (۱۳۷۷) جامعه شناسی شهری: جامعه، اجتماع محلی و طبیعت انسانی، ترجمه حسن یهروان، انتشارات آستان قدس رضوی، مشهد.
۱٤. رضایی عالیزمینی، محمد (۱۳۹۳) بررسی عوامل تاثیرگذار در تبدیل فضای اجتماعی، کنفرانس ملی شهرسازی، مدیریت شهری و توسعه پایدار.
۱۵. رضایی، نعمت الله (۱۳۹۱) ساماندهی بافت فرسوده شهری، مجله علمی تخصصی برنامه ریزی فضایی سال دوم، شماره دوم.
۱٦. رهبری، مهدی (۱۳۸۰) بحران هویت در ایران معاصر، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، نامه پژوهش فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دوره ششم، شماره ۲۲و۲۳، ص ۵۳-۸٤.
۱۷. شعله، مهسا (۱۳۸۵) دروازه های قدیم در خاطره جمعی شهر معاصر، مجله هنرهای زیبا، شماره ۲۷، ص ۱۷-۲٦.
۱۸. شهبازی، عادالله (۱۳۸۷) دروازه قرآن و نمادهای ابلیسک در شیراز.
۱۹. شیبانی، حمیدرضا و موسوی، سیدپیمان (۱۳۹۲) گذر از گذر تاریخی سنگ سیاه (محله سنگ سیاه شیراز). شیراز.
۲۰. صانع، منصور (۱۳۸۰) به یاد شیراز، انتشارات وزارت فرهنگ اسلامی.
۲۱. فکوهی، ناصر (۱۳۸۳) انسان شناسی شهری، انتشارات نی، تهران.
۲۲. فکوهی، ناصر (۱۳۸۱) شکل گیری هویتی و الگوهای محلی، ملی و جهانی (مطالعه موردی در لرستان)، مجله جامعه شناسی، دوره چهارم، شماره ٤، انجمن جامعه شناسی ایران، ص ۱۲۷-۱٦۱.
۲۳. فلاحت، محمدصادق و نوحی، سمیرا (۱۳۹۱) ماهیت نشانه‌ها و نقش آن در ارتقای حس مکان فضای معماری، نشریه هنرهای زیبا، دوره ۱۷، شماره ۱، ص ۱۷-۲۵.
۲٤. کریر، راب (۱۳۸۳) فضای شهری، ترجمه خسرو هاشمی نژاد، نشر خاک، اصفهان.
۲۵. کریمیان، حسن (۱۳۸۹) نمادهای فرهنگی در مناظر شهری، پژوهش‌های غیر انسانی، شماره ۷، ص ۱۱۹-۱۳۲.
۲٦. گل محمدی، احمد (۱۳۸۰) تجدد، جهانی شدن و هویت خاص گرایی‌های فرهنگی در جهان معاصر، پایان نامه دکتری، رشته حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران.
۲۷. لنگ، جان (۱۳۸۳) آفرینش نظریه معماری، نقش عدم رفتاری در طراحی محیط، ترجمه علیرضا عینی فر، چاپ دوم، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۲۸. لینچ، کوین (۱۳۷٦) سیمای شهر، ترجمه سیدحسین بحرینی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۲۹. لینچ، کوین (۱۳۸۵) هویت در ایران. انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.
۳۰. میرمقتدایی، مهتا (۱۳۸۸) معیارهای سنجش امکان شکل گیری، ثبت و انتقال خاطرات جمعی در شهر، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۳۷، ص ۵-۱٦.
۳۱. نقی زاده، محمد (۱۳۸۵) تاملی در روند دگرگونی میدان در شهرهای ایرانی، مجله هنرهای زیبا، شماره ۲۵، ص ۱۵-۲٤.
۳۲. هاشم نژاد، هاشم (۱۳۸۵) فضای شهری سند تاریخی شهر و شهروندان، مجله معماری و فرهنگ، شماره ۲٤، ص ٦٦-٦۸.
۳۳. Bentely, Ian, ۱۹۹۹, Urban transformations, power, people and urban design. Routledge. USA & Canada.
۳٤. www.persiane.com ۱۳۹٦/۲/۱۲ دروازه قران در شیراز
۳۵. www.wikipedia.com ۱۳۹٦/۲/۱۲ ارگ کریم خان زند در شیراز

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]