

ارزیابی و سنجش نقش استفاده از فضای مجازی بر مؤلفه‌های مؤثر بر مدیریت بحران شهری مبتنی بر معنای مکان

مطالعه‌ی موردی: فضای شهری سنتی و مدرن شهر اصفهان

نرگس نونژاد: دانشجوی دکتری، گروه شهرسازی، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران
الهام ناظمی*: استادیار، گروه شهرسازی، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران، Nazemielham1@gmail.com
حمید صابری: استادیار، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۸/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۱/۱۶

چکیده

امروزه بحران معنای مکان به مفهوم بحران معنی اجتماعی از فضا و زمان، از بارزترین مشکلات شهرسازی معاصر است. به‌طور قطع بدون مدیریت شهری تعریف شده و در اختیار نهادن امکانات غنی و متناسب با نیازها و مقتضیات زمان، فضاهای شهری نمی‌تواند در تعیین هویت انسان‌ها کارکردی مناسب ایفا نماید. آمادگی و شناخت بحران یکی از وظایف مدیریت است اما از آن مهم‌تر، پیش‌بینی بحران است، چرا که بدون پیش‌بینی و قدرت نگاه به آینده، این بحران خواهد بود که ما را به هرسو خواهد کشاند. چنانچه در حوزه‌ی مطالعات شهری تاکنون مدیریت بحران بیشتر به مشکلات کمی و مادی ناشی از سیل، زلزله و جنگ پرداخته و مشکلات کیفی و به‌ویژه بحران‌های معنوی مورد غفلت واقع شده است. یکی از این بحران‌های معنوی که سرچشمه‌ی بسیاری از بحران‌ها است، بحران مکان است. لذا با توجه به تحولات همه‌جانبه‌ی عصر اطلاعات و ضرورت هماهنگی با این حرکت جهانی و اهمیت معنای مکان به منزله‌ی یکی از مهم‌ترین متغیرهای کیفی محیط، تحقیقات در زمینه‌ی بررسی و شناخت اثرات حوزه‌ی سایبری و فضای مجازی بر نحوه‌ی ادراک، دلبستگی و تعلق مردم به مکان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. هدف این پژوهش، ارزیابی و سنجش نقش استفاده از فضای مجازی بر مؤلفه‌های مؤثر مدیریت بحران شهری مبتنی بر معنای مکان است. بر این اساس مؤلفه‌های چهارگانه‌ی کالبدی، فردی، اجتماعی و عملکردی تدوین و در نمونه‌های مطالعاتی دو فضای شهری سنتی و مدرن مورد آزمون قرار گرفته‌اند. این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت توصیفی - تحلیلی است. نتایج نشان می‌دهد، در اثر میزان استفاده‌ی کاربران از فضای مجازی، مؤلفه‌ی کالبدی بیشترین و مؤلفه‌ی فردی کمترین میزان همبستگی و تأثیرپذیری را با میزان استفاده‌ی کاربران از فضای مجازی دارا است. با توجه به این نتایج، می‌توان با ساماندهی و مدیریت بحران شهری بر مبنای عوامل تأثیرگذار بر معنای مکان، از بحران معنای مکان در فضاهای شهری پیشگیری نمود.

واژه‌های کلیدی: بحران معنای مکان، مدیریت شهری، فضای مجازی، شهر اصفهان

Evaluating and measuring the role of using cyberspace in components effective on Urban Crisis management Based on the meaning of place Case study: traditional and modern urban spaces of Isfahan city

Narges Nonejad¹, Elham Nazemi^{2*}, Hamid Saberi

Abstract

Today, the crisis of the meaning of place interpreted as the crisis of the social meaning of space and time, is one of the most striking problems of contemporary urbanization. Certainly, without a pre-defined urban management and allocating the required facilities corresponding to the requirements of time, urban spaces cannot function in determining the identity of human beings. Readiness and recognition of crisis is one of the important tasks of management, but the prediction of a crisis is more important because without the power of predicting prospective potential crises, it will be the crisis that will control and pull us to some dangerous points. As in the field of urban studies, crisis management has so far focused on the quantitative and material problems caused by floods, earthquakes and wars, and the spiritual crises have been neglected. One of these spiritual which leads to many crises is the crisis of place. Therefore, given the comprehensive developments of the information age and the necessity of coordinating with this global movement as well as the importance of the meaning of the place as one of the most important qualitative variables in the environment, it is of significant importance to conduct research in investigating and identifying the effects of cyberspace on perception of and attachment to place. The present study is an attempt to evaluate and assess the role of using cyberspace in the components effective on urban crisis management in terms of place. Accordingly, the four components called physical, individual, social and functional have been formulated to test the cases studies of two spaces: traditional and modern urban spaces. This study is an example of applied and descriptive-analytical research in terms of purpose and nature respectively. According to the results, the user's share of cyberspace revealed that the physical component has the highest and the individual component has the least correlation with the user's use of cybercafe. Regarding these results, it is possible to prevent the crisis of the meaning of place through organizing and managing urban crisis considering the components and factors effective on the meaning of place.

Keywords: *Crisis of meaning of place, Urban management, Cyberspace, Isfahan.*

1. Ph.D. student, Department of Urbanism, Najaf-Abad Unit, Islamic Azad University, Najaf Abad, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Urbanism, Najaf-Abad Unit, Islamic Azad University, Najaf Abad, Iran. Nazemielham1@gmail.com

3. Assistant Professor, Department of Geography and Urban Planning, Department of Urbanism, Najaf-Abad Unit, Islamic Azad University, Najaf Abad, Iran.

۱۲۹

شماره هفدهم

بهار و تابستان
۱۳۹۹

دوفصلنامه
علمی و پژوهشی



ارزیابی و سنجش نقش استفاده از فضای مجازی بر مؤلفه‌های مؤثر بر مدیریت بحران شهری

مقدمه

بحران معنای مکان یکی از علل اصلی سرگردانی انسان امروز و ناتوانی فضاهای زیستی در فراهم آوردن محتوای لازم برای «بودن» انسان‌ها است که در پی آن بحران بی‌هویتی جوامع به وجود می‌آید. معنای مکان از جمله مفاهیمی است که در جریان تعامل فرد با مکان به وجود می‌آید. در واقع معنای مکان بعدی درونی از احساساتی است که فرد نسبت به یک مکان دارد و از برهم‌کنش عوامل مختلف شکل می‌گیرد. این مفهوم همواره مورد چالش بوده و مطالعات بسیاری پیرامون آن تاکنون صورت گرفته است که در آن‌ها، پاره‌ای معنا را امری ذاتی در مکان می‌دانند و پاره‌ای دیگر بر این باورند که معنا توسط فرد و در شرایط مختلف به مکان القا می‌شود. در واقع معنای مکان به واسطه‌ی حضور در فضا و تداوم تجربه‌های فضایی باعث ایجاد حس رضایت افراد در تماس با مکان می‌شود که در شکل‌گیری ابعاد هویتی بسیار مؤثر است. برای افزایش مطلوبیت کیفیت فضاهای شهری، بررسی عوامل تأثیرگذار بر معنای مکان قابل توجه است. بنابراین ارتقای کیفیت فضاهای شهری برای معنادار نمودن آن با بهره‌گیری از قواعد، تدابیر و انتظام فضایی مناسب با بررسی و شکل بخشیدن به عوامل تأثیرگذار بر معنای مکان می‌تواند تحقق یابد. لذا برای بررسی این عوامل ناگزیر به شناخت تغییرات و تأثیرات در ارزش‌ها، نگرش‌ها و نیازهای جامعه هستیم. در حال حاضر شاهد وقوع تحولات سریعی در شهرها هستیم، که به نظر می‌رسد ایده‌ها و فرضیات قدیمی درباره‌ی توسعه، برنامه‌ریزی و مدیریت شهری کارایی کمتری پیدا نموده و به دنبال آن، مفاهیم پذیرفته شده درباره‌ی ماهیت فضا، مکان، زمان، فاصله و فرایندهای زندگی شهری نیز زیر سؤال می‌روند. در چنین فرایندی، اضمحلال یا تغییر اساسی ارزش‌ها به مفهوم پذیرش بی‌هویتی فرهنگی و از دست دادن هویت ملی و محلی و حذف ارتباطات جهانی به مفهوم چشم‌پوشی از انواع انتخاب‌های مفید برای رشد و رفاه جامعه‌ی محلی خواهد بود. بنابراین با فرض جهانی شدن به منزله‌ی جریان‌ی که با استفاده از تکنولوژی و تجهیزات ارتباطات راه دور به فرایندی چندجانبه، فراگیر و اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است، لازم است که پیوند شهرها به جریان جهانی شدن با اتکا بر زیرساخت‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی خود صورت گیرد، به شکلی که هم از تسهیلات و منافع ارتباطات جهانی بهره‌گیرند و هم ویژگی‌های بومی و محلی، و به طور کلی هویت محلی خود را حفظ نموده، ارتقا بخشند. این مهم حاصل نمی‌شود مگر با مدیریت متناسب و تعریف شده با بحران شهری پیش رو. بر این اساس در این پژوهش سعی می‌شود که به این سؤال پاسخ داده شود: میزان استفاده‌ی افراد از حوزه‌ی سایبری و فضای مجازی چه تأثیری بر مؤلفه‌های مؤثر بر مدیریت بحران شهری بر معنای مکان برای پیشگیری از بحران مکان دارد؟ تا بتوان با به دست آوردن نتایج حاصل از بررسی و ارزیابی این تأثیرات، عوامل مؤثر بر معنای مکان را برای پیشگیری از بحران مکان مدیریت و کنترل نمود. برای پاسخ به این سؤال پس از مرور ادبیات موضوع شامل پیشینه‌ی تحقیق و مبانی نظری، مؤلفه‌های چهارگانه‌ی تعریف‌کننده‌ی مکان شامل

مؤلفه‌ی کالبدی، فردی، اجتماعی و عملکردی تدوین شده است و سپس بر اساس روش تحقیق و ابزارها، پرسش‌نامه برای آزمون در دو فضای شهری سنتی و مدرن در شهر اصفهان برای ارزیابی و سنجش متغیرها اجرا شده و در نهایت بحث و نتیجه‌گیری انجام شده است.

پیشینه‌ی تحقیق

ماهیت فضا و مکان یکی از ریشه‌ای‌ترین مباحث نظری در فرایند تحول جهانی است. در مقایسه با حرکت شتابان تحولات عصر حاضر، در حوزه‌ی مطالعات شهری پژوهش‌های اندکی به طور مشخص به ارتباط اثرات عصر اطلاعات و مقوله‌ی مکان و فضا پرداخته‌اند.

از جمله می‌توان به مطالعات و پژوهش‌های عمیق کاستلز بر تحولات عصر اطلاعات [۱] اشاره کرد. گراهام و ماروین نیز بر تأثیر ارتباطات از راه دور بر شهر، با نگاه ویژه به فضاهای الکترونیک و مکان‌های شهری در عصر اطلاعات، پرداختند [۲]. میچل به بیان تأثیر ارتباطات از راه دور بر فضا و مکان پرداخت و به ایجاد شهری غیرفضایی و غیرجغرافیایی توسط ارتباطات الکترونیک اعتقاد داشت [۳]. سیمون چگونگی شکل‌گیری تجربیات محیطی انسان در فضا و مکان در محیط‌های فیزیکی و مجازی [۴] را بررسی کرد. پژوهش فریادی در زمینه‌ی بومی‌سازی مفاهیم شهرسازی در عصر جهانی است و به مطرح کردن شهرسازی به منزله‌ی یکی از ابزارهای مؤثر در حفظ و ارتقای ویژگی‌های فرهنگی مکان‌های خاص در شهر جهانی پرداخته است و معتقد به تکیه کردن بر ابعاد محلی فضا و مکان در فرایند جهانی شدن است [۵]. نیز عاملی با مطرح کردن دو فضایی شدن شهر به ضرورت بنیادین شهر مجازی برای کلان شهرهای ایران پرداخت و به شهر فرهنگی واقعی - مجازی که در آن توجه به عوامل محیطی در فضای شهری از اهمیت مرکزی برخوردار است، اشاره کرد [۶]. همچنین ابراهیم آبادی به بیان دو اصل در تحقیقات فضای سایبری پرداخت: یکی، نپرداختن به موضوعات پایه و صرفاً اشاره به آسیب‌ها و مشکلات ناشی از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در مطالعات فضای مجازی و دیگری، پیش گرفتن ابزارها، همچنین راه‌های جدیدی هم در ابعاد نظری و هم در ابعاد روشی در مطالعات فضای مجازی به جای تکیه کردن بر روش‌های سنتی پیشنهاد داده است [۷]. نیز رستمی با مطرح کردن تأثیرات مثبت و منفی فضای مجازی در فرایند ارتباطات به ایجاد بحران هویت ملی و دینی به منزله‌ی یکی از آثار فضای مجازی [۸] اشاره نمود. مقالات متعددی جمع‌آوری و تحلیل شده است اما باز هم در مقایسه با حرکت شتابان تحولات عصر حاضر و شرایط حاکم بر جهان امروز و تحولات صورت گرفته در عرصه‌های مختلف علوم و فن‌آوری به ویژه جریان فن‌آوری اطلاعات و اهمیت و حضور آن در زندگی انسان معاصر [۹] و آثار ناشی از آن در ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی انسان فقدان پژوهش‌هایی کافی در این زمینه مشاهده می‌شود. علیرغم پژوهش‌ها و مطالعات عنوان شده، به نظر می‌رسد جای خالی پژوهش‌هایی کاربردی که به ارائه‌ی مدل

ارزیابی و سنجش عوامل مؤثر بر و متأثر از فضای مجازی در ارتباط مستقیم با عوامل تأثیرگذار بر معنای مکان در راستای مدیریت بحران شهری و پیشگیری از بحران مکان و نیز تلاشی در بررسی و تحلیل این نتایج در مکان‌های ملموس و عمومی باشد، کاملاً محسوس است.

مبانی نظری

معنای مکان

از دیدگاه گروهی از جغرافی‌دانان انسان‌گرا، مکان به منزله‌ی بخشی از فضای جغرافیایی که از سوی فردی یا چیزی اشغال شده و در آن ارزش‌های حس شده تجلی می‌یابند، تعریف می‌شود [۱۰]. مکان‌ها نمودهای عینی دارند و دارای چشم‌انداز و مشخصاتی هستند که در طول زمان تغییر می‌کنند. مکان می‌تواند به صورت‌های مختلف تعریف شود؛ برای نمونه به منزله‌ی یک واحد از فضا مانند یک شهر یا یک روستا و یا بخش خاصی از فضا باشد که به وسیله‌ی انسان اشغال شده باشد مانند مکان سکونت و یا مکان گذران اوقات فراغت. هر مکان تجربیات و آموزه‌های خود را داشته و متمایز از مکان‌های دیگر است لذا افتراق مکان‌ها به دلیل تمرکز ارزش‌ها، دیدگاه‌ها و تجربه‌های مختلف امری قطعی تلقی می‌شود [۱۱]. در واقع مکان نه تنها از طریق بستر فیزیکی‌اش، بلکه به وسیله‌ی طیفی از فرایندهای اجتماعی- روان‌شناختی که در آن روی می‌دهد مشخص شده و نه تنها درون مواضع فیزیکی تجسم می‌یابد، بلکه سرشار از معانی نمادین و دل‌بستگی‌های عاطفی و احساساتی است که افراد در مورد یک موضع خاص در ذهن دارند [۱۲] از این رو مکان مظهر راکدی برای ویژگی‌های زیستی- فیزیکی نیست بلکه پدیده‌ای حاصل از مجموعه‌ای از مکانیزم‌های فرهنگی و اجتماعی است که ارزش‌ها و معانی ویژه‌ای را به آن نسبت می‌دهند [۱۳]. منظور از مکان، مفهوم مجرد و کلامی آن، به معنی یک جا نیست. مکان، جا یا قسمتی از فضا است که از طریق عواملی که در آن قرار دارند صاحب هویت خاصی شده است [۱۴]. واکنش افراد نسبت به محیط‌های مختلف متأثر از معنای‌ای است که از آن محیط‌ها ادراک می‌کنند [۱۵]. بنابراین آنچه بیان شد معنای مکان از جمله مفاهیمی است که در جریان تعامل فرد با مکان به وجود می‌آید. فرایند تبدیل فضا به مکان و دلایل آن واجد پیچیدگی‌هایی است که همواره مورد بررسی و توجه بوده است. مکان محیطی است که تجارب، اعمال و معانی انسانی را هم از حیث فضایی و هم زمانی جمع‌آوری می‌کند [۱۶]. تعاریف مختلفی در ارتباط با مفهوم مکان در علوم مختلفی ارائه شده که گاه بسیار مبهم و پیچیده هستند [۱۷]. با این حال اتفاق نظر قابل ملاحظه‌ای وجود دارد که القای معنا یا معنادار شدن فضا برای انسان آن را به مکان تبدیل می‌سازد. معنادار شدن فضا به واسطه‌ی تضمین این مفهوم از ساختارهای اجتماعی پیچیده، تجارب فردی و تصاویر ذهنی در کنار مؤلفه‌های کالبدی مکان است [۱۸]. چنانچه گیفورد مکان را وابسته به ویژگی‌های فضایی محیط، عناصر اجتماعی و کالبدی آن می‌داند که ناشی از خصوصیات طبیعی یا انسان ساخت و نیز نمادهای اجتماعی

هستند [۱۹]. این ارتباط درهم پیچیده مهم‌ترین عامل تجربه‌ی زیستن در مکان است، تجربه‌ی تعلق داشتن به مکان و معنا دادن به آن.

بحران معنای مکان

همان‌طور که معنای مکان با ارزش‌گذاری درونی همراه است، بحران مکان در نتیجه بی‌مکانی نکته‌ای منفی ارزیابی می‌شود [۲۰]. بحران مکان عدم حضور و یا از دست دادن معانی محیطی را همراه دارد. عارفی در «هیچ جایی در آنجا نیست» نگرانی روبه‌رشدی را از بی‌مکانی ابراز می‌دارد. بی‌مکانی عکس‌العملی به از دست رفتن یا عدم حضور محیط‌هایی است که مردم برای آن‌ها ارزش و اهمیت قائلند [۲۱]. در واقع بی‌مکان جایی است که در آن فردگرایی مسلط است، جایی که افراد و یا گروه‌های کوچک از طریق ارتباطات حضوری بسیار محدود و اندک به جامعه مرتبط می‌شوند، سیستم‌های ارتباطی جدید از جمله فضای مجازی اثرات بی‌سابقه‌ای بر مفاهیم مکان و هویت‌های بومی و محلی داشته است. تغییر و تحولات بطنی جوامع در گذشته و رویدادهای محدود آن‌ها باعث شده بود تا انسان‌ها و جوامع انسانی واجد هویت نسبتاً مشخص و تعریف شده‌ای باشند که کمتر با تغییرات ناگهانی مواجه می‌شد و بنابراین طی زمان، هویت جوامع، تکامل یا تغییراتی تدریجی داشت. ولی شرایط حاکم بر جهان امروز و تحولات صورت گرفته در عرصه‌های مختلف علوم و فن‌آوری به‌ویژه جریان فن‌آوری اطلاعات و اهمیت آن در زندگی انسان معاصر و مسائلی چون جهانی شدن و جهانی‌سازی، مسئله‌ی بحران‌های شهری را به یکی از بزرگ‌ترین دغدغه‌های انسان معاصر تبدیل نموده و به همین ترتیب بحران مکان نیز به یکی از مهم‌ترین چالش‌های انسان دنیای مدرن تبدیل شده است [۲۲]. در اصل احساس تعلق مردم در طول زمان به این محیط‌ها کاهش می‌یابد و در نتیجه شاهد بحران مکان می‌شویم. در واقع از دست رفتن معنای مکان‌ها تا حد زیادی به جهانی شدن و خلق فضاهای جهانی است که فضای مجازی از جمله آن از دستاوردهای عصر اطلاعات است. هویت انسان‌ها با هویت مکان‌ها در آمیخته و در مکانی که واجد کاراکتر و معنی باشد، رشد می‌یابد. بدین ترتیب، بحران مکان حاضر، از یک بحران انسانی حکایت دارد؛ بحرانی که زمانی بهبود می‌یابد که شناخت ما از مفهوم و معنای مکان تصحیح شود؛ لذا تا زمانی که ماهیت واقعی و کیفی مکان‌ها مورد غفلت قرار گرفته باشد، شهرسازی هیچ کمکی نمی‌تواند بکند.

جایگاه فضای مجازی در مدیریت بحران معنای مکان

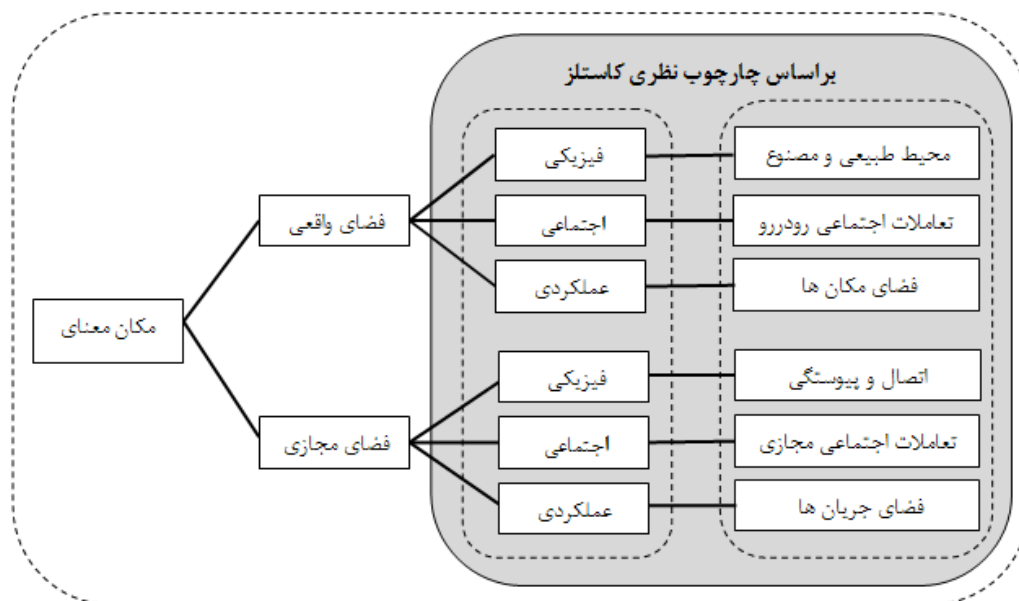
بسیاری از اندیشمندان، سال‌های پس از دهه‌ی ۹۰ را عصر جدیدی در حوزه‌ی ارتباطات و فناوری می‌دانند و این عصر با نام‌هایی همچون «عصر پسامدرن»^۱ توسط لیوتارد^۲ [۲۳] «عصر اطلاعات»^۳ توسط کاستلز [۲۴]، «عصر پسا صنعتی»^۴ توسط بل^۵ [۲۵]، «عصر جهانی شدن»^۶ توسط گیدنز^۷ [۲۶]، «عصر زیست فناوری»^۸ توسط ریفگین^۹ شناخته شده است. فضای مجازی در واقع یکی از مهم‌ترین محصولات علم و فناوری و عصر اطلاعات است. اصطلاح فضای مجازی اولین بار توسط ویلیام گیبسون^{۱۰} در رمان علمی تخیلی نورومانسر عنوان شد [۲۷].

برخلاف فضای واقعی که وابسته به مکان و فیزیکی است، فضای مجازی، فضایی جهانی، بی‌مکانی و بی‌زمانی است [۲۸]. به عقیده‌ی میچل «شبکه‌های رایانه‌ای مانند شبکه‌های ارتباطی معابر شهری، از عوامل بنیادی زندگی شهری محسوب می‌گردند. خاطرات و فضاهای تصویری مانند فضاهای واقعی دارای ارزش و اهمیت می‌شوند. بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی در فضای مجازی اتفاق می‌افتد [۲۹]. برای تحلیل تحول فضا در عصر اطلاعات، به دو شکل متفاوت آن اشاره می‌کند: یکی فضای جریان‌ها و دیگری فضای مکان‌ها. به اعتقاد کستلز فضای جریان‌ها از منظر فن‌آوری جدید تبعیت می‌کند که همان فضای جهانی است، فضایی الکترونیک و بدون تمرکز که مرزها و محدوده‌های آن نفوذپذیر و به صورت فضای مجازی و غیرمادی در حوزه‌ی رایانه‌ها و شبکه‌های اینترنتی واقع شده که انسان و پدیده‌های عینی در آن حضور فیزیکی ندارد. در حالی که فضای مکان‌ها از منظر خاص جامعه تبعیت می‌کند و مکان‌های ثابتی هستند که زندگی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در آن‌ها جاری است و یک فضای واقعی و وابسته به مکان است که مردم در آن حضور دارند، زندگی می‌کنند و دارای ارتباطات مستقیم و رودررو هستند [۳۰]. با توجه به نظریات کستلز، حضور همه جانبه‌ی فضای جریان‌ها اجتناب‌ناپذیر است. با توجه به نظر کانتز [۳۱] از آنجایی که ارزش‌های فردی و جمعی بر چگونگی شکل‌گیری معنای مکان تأثیرگذار است، در نتیجه معنای مکان نیز دستخوش تغییرات می‌شود. بنابراین قرارگیری فرد در دو فضای واقعی و مجازی با ویژگی‌های فیزیکی، اجتماعی و کالبدی متفاوت، می‌تواند تأثیرات قابل ملاحظه‌ای بر شیوه‌ی ادراک آن‌ها از مکان و شکل‌گیری معنای مکان داشته باشد که با بررسی و مدیریت عوامل مؤثر از بحران پیش‌رو پیشگیری نمود.

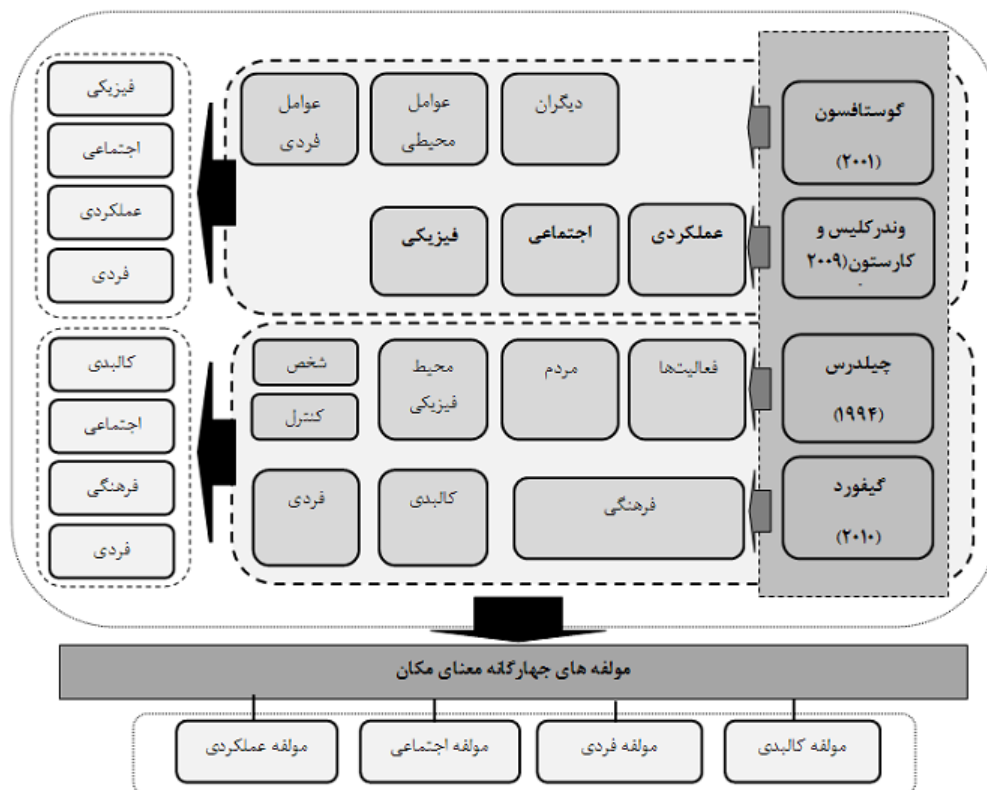
تبیین چارچوب مفهومی

با توجه به چارچوب نظری کستلز، می‌توان مؤلفه‌های تعریف‌کننده‌ی فضای مجازی را در قالب سه بعد «فیزیکی»، «عملکردی» و «اجتماعی» تعریف کرد که شامل فضای جریان‌ها، زیرساخت‌ها و اتصال و پیوستگی و تعاملات اجتماعی مجازی است. در مقابل مؤلفه‌های تعریف‌کننده‌ی فضای واقعی شامل فضای مکان‌ها، محیط طبیعی و مصنوع و تعاملات اجتماعی رودررو است که به ترتیب در سه بعد «عملکردی»، «فیزیکی» و «اجتماعی» در فضای واقعی شکل می‌گیرد (تصویر ۱).

وندركلیس و کارستون^{۱۳} نیز در تحقیق خود برای معنای مکان سه پارامتر «فیزیکی»، «عملکردی» و «اجتماعی» را تعریف کرده‌اند [۳۲]. طبق این مدل «ابعاد فیزیکی» به مسائل فرمی و کالبدی می‌پردازد، «ابعاد عملکردی» به فعالیت‌ها و کاربری‌هایی که در آن اتفاق می‌افتد و باعث معنی‌دار شدن می‌شود، توجه دارد و در نهایت «ابعاد اجتماعی» شامل روابط و ارتباطاتی است که با سایر افراد در داخل و خارج از محیط به وجود می‌آید، می‌پردازد. همچنین گوستافسون^{۱۴} درباره‌ی عوامل شکل‌دهنده‌ی معنا، مدلی سه وجهی متشکل از «شخص»، «دیگران» و «محیط» ارائه داده و از ارتباط و تعامل این سه وجه لایه‌های زیرین معنا را معرفی می‌کند [۳۲]. چنانچه بیان شد، چیلدرس^{۱۵} در مدل محتوای معنای مکان خود در ارتباط با عوامل تأثیرگذار بر محتوای معنای مکان، پنج عامل را نام می‌برد که شامل «محیط فیزیکی»، «فعالیت‌ها»، «مردم»، «شخص» و «کنترل محیطی» است [۳۳]. همچنین با توجه به چارچوب نظری گیفورد^{۱۶} که بر اساس معنای موجود در زمینه، سه عامل «شخصی» (انسان و معانی موجود در ذهن او)، «کالبدی» (مکان، ویژگی‌های محیطی و معانی موجود در مکان) و «فرهنگی» (عقاید و ارزش‌های اجتماعی - فرهنگی) را معرفی نمود [۳۴]، در این فرایند، معانی موجود در ذهن انسان و همچنین معانی موجود در مکان بر مبنای سه عامل «فردی»، «کالبدی» و



تصویر ۱: مدل تحلیلی عوامل تعریف‌کننده‌ی دو فضای واقعی و مجازی



تصویر ۲: مدل تحلیلی عوامل شکل دهنده‌ی معنای مکان از دیدگاه چیلدرس (۱۹۹۴)، گوستافسون (۲۰۰۱)، کارستون (۲۰۰۹) و گیفورد (۲۰۱۰)

و کمی انجام گرفته است. در بخش کیفی با استناد به روش تحلیل محتوا با استفاده از مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای در ابتدا شاخص‌های بررسی معنای مکان با تأکید بر سنجش‌پذیری و قابلیت اندازه‌گیری آن‌ها از مروری بر متون معتبر خارجی و داخلی مربوط به ادبیات مفاهیم معنای مکان استخراج شده و سپس بر اساس شرایط فضاهای شهری هدف مطالعه و در راستای استفاده از شاخص‌های مناسب برای رسیدن به حداکثر نتیجه با روش همپوشانی، شاخص‌های نهایی به دست آمده است. در بخش کمی تحقیق از روش توصیفی - تحلیلی برای اجرای پژوهش استفاده شد. گردآوری اطلاعات با استفاده از ابزار پرسش‌نامه‌ی محقق‌ساخته «میزان استفاده از فضای مجازی» و «معنای مکان» براساس چارچوب نظری پژوهش، صورت گرفت. این پرسش‌نامه بر مبنای طیف ۵ قسمتی لیکرت از ۱ تا ۵ یعنی از بسیار زیاد در جامعه‌ی آماری مراجعان به دو فضای شهری سنتی میدان نقش جهان و فضای شهری مدرن سیتی سنتر در شهر اصفهان واقع در شمال و جنوب شهر اصفهان به منزله‌ی نمونه‌ی موردی انتخاب شد که بر اساس نظر کارشناسان، مراجعات سالیانه‌ی شهروندان بالای ۱۵ سال حدود ۱۰۰۰۰۰ نفر برآورد گردید. برای برآورد حجم نمونه‌ی آماری با استفاده از رابطه‌ی کوکران ($q=0.5, p=0.5$) تعداد ۳۷۹ پرسش‌نامه تکمیل گردید. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده است که طبق آن همه‌ی افراد شانس مساوی برای انتخاب شدن دارند. با توجه به چارچوب مفهومی ارائه شده، سنجش معنای مکان بر اساس چگونگی تأثیرپذیری مؤلفه‌های چهارگانه صورت می‌گیرد. بر این اساس ساختار پرسش‌نامه برای سنجش

«فرهنگی» می‌تواند به ابعاد گوناگون معانی مکان نائل آید. بنابر آنچه در مدل تحلیلی فوق مشاهده می‌شود، عامل «اجتماعی» در مدل کارستون با عامل «دیگران» در مدل گوستافسون هم ارز است. همچنین در مدل کارستون «عوامل محیطی» با عامل «فیزیکی» در مدل کارستون مطابقت دارد و «عوامل فردی» در مدل گوستافسون و عامل «عملکردی» در مدل کارستون در کنار چهار عامل همپوشانی شده قرار می‌گیرند. همچنین بر اساس چارچوب نظری ارائه شده توسط گیفورد و مدل محتوای معنای مکان چیلدرس، عوامل «فعالیت‌ها» و «مردم» در مدل چیلدرس معادل عامل «فرهنگی» مدل گیفورد است. همچنین عامل «محیط فیزیکی» در مدل چیلدرس با عامل «کالبدی» مدل گیفورد هم ارز است. عوامل «شخص» و «کنترل محیطی» در مدل چیلدرس را با عامل «فردی» در مدل گیفورد مطابقت دارد. معنای مکان از عواملی چون ارزش‌ها، نگرش‌ها، فرهنگ، هویت فردی و جمعی، ارتباطات اجتماعی، ساختار کالبدی و ویژگی‌های فضایی - مکانی تأثیرپذیر است. با توجه به مدل تحلیلی فوق و با همپوشانی نتایج و عوامل به دست آمده بر اساس چارچوب نظری ارائه شده توسط نظریه‌پردازان، عوامل مؤثر بر شکل‌گیری معنای مکان شامل چهار مؤلفه‌ی «فیزیکی»، «عملکردی»، «اجتماعی» و «فردی» تدوین می‌گردد (تصویر ۲).

روش تحقیق و ابزارها

پژوهش حاضر، بر اساس هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت توصیفی - تحلیلی است که با ترکیبی از روش‌های تحقیق کیفی

مؤلفه‌ی کالبدی شامل ۷ شاخص (نفوذپذیری، مقیاس، نماد و نشانه‌ها، ابهام و غیرمنتظره بودن، مبلمان، نورپردازی و کیفیت دید و منظر) با ۱۵ گویه، مؤلفه‌ی فردی شامل ۵ شاخص (ساختار ذهنی مشاهده‌گر، احساسات فردی، امنیت، حس درون‌جویی و مهربانگیزی فضا) با ۱۲ گویه، مؤلفه‌ی عملکردی شامل ۵ شاخص

(تنوع و چیدمان فعالیت‌ها، فعالیت‌های جاذب، الگوی ساعات کار، راحتی و آسایش و جهت‌یابی) با ۵ گویه و مؤلفه‌ی اجتماعی شامل ۵ شاخص (فرهنگ، تعاملات اجتماعی، زمینه‌ی درگیر شدن فعال و منفعل با محیط، رابطه‌ی بین مردم و فضا و امکان کشف محیط) با ۱۰ گویه طراحی شده است (جدول ۱).

جدول ۱: مستندسازی مؤلفه‌ها و شاخص‌های سنجش معنای مکان

ردیف	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها	سنجه	مطالعات پشتیبان شاخص‌ها
۱	کالبدی	نفوذپذیری	میزان کیفیت مسیر میزان سهولت در دسترسی	Sheller,2000; Hall,2001
۲		مقیاس	میزان هماهنگی فضا با ابعاد انسانی میزان تناسب فضاها	Banerjee,2001 Mazumdar,2000
۳		نماد و نشانه‌ها	میزان وجود نماد و نشانه‌های به یادماندنی و جذاب میزان وجود نشانه‌هایی خاص برای یافتن بهتر مسیر	Lynch,1960; Seamon,1982
۴		ابهام و غیرمنتظره بودن	میزان وجود فضاهای غیرقابل انتظار	Kaplan,1982
۵		مبلمان	میزان وجود نیمکت و فضاهای نشستن میزان تنوع و جذابیت مبلمان شهری	Lynch,1960; Konx&Pinch,2000
۶	فردی	نورپردازی	میزان نورپردازی مناسب در شب میزان جذابیت در نورپردازی	licht,2008; Grütter, 2010, Cul- len,2003; Jacobs,1961
۷		کیفیت دید و منظر	میزان وجود مناظر و چشم‌اندازهای متنوع و مطلوب میزان وجود فضاهای جذاب	Carmona et al., 2003;
۸		ساختار ذهنی مشاهده‌گر	میزان همخوانی فضا با انتظارات اولیه میزان قابل شناسایی بودن فضا	Relph,1976; Williams,2003 .Lynch,1960
۹		احساسات فردی	میزان برانگیختن احساسات زیبایی‌شناسی میزان برانگیختن احساسات انسان‌دوستانه و معنوی	Konx&Pinch,2000; Montgom- ery,1998; Manzo, 2005.
۱۱		حس درون‌جویی	میزان فراموشی مشکلات با حضور در این فضا میزان یادآوری خاطرات و تجربیات گذشته‌ی خود	Murphy,2001; Mazumdar,2000 2005 ;Manzo,
۱۲	اجتماعی	مهربانگیزی فضا	میزان افزایش میل انسان دوستی میزان انتقال احساس خوشایندی توسط افراد	Tuan, Y.F.1991; Manzo, 2005
۱۳		امنیت	میزان احساس امنیت فردی در شب میزان احساس امنیت زنان و کودکان در شب	Tiesdell,1997; Jacobs,1961;Newman,1973;She- rman,2001
۱۴		تعاملات اجتماعی	میزان لذت بردن و لذت بخش بودن تعاملات رودررو میزان لذت بردن به صورت جمعی با دوستان و آشنایان	Lawson,2001; Duany et al,2000; Gehl,1987
۱۵		زمینه‌ی درگیر شدن فعال و منفعل با محیط	میزان لذت بردن از تماس و رویارویی با افراد غریبه میزان لذت بردن از تماشا و نظاره کردن مردم	Montgomery,1998; Carr etal,1992; Manzo,2003
۱۶		فرهنگ	میزان وجود تنوع فرهنگی میزان ارتباط با دیگران در اثر وجود تنوع فرهنگی	Lawson,2001; Whyte,1980; Mazumdar,2000
۱۷	عملکردی	رابطه‌ی بین مردم و فضا	میزان امکان انجام فعالیت‌های جمعی میزان امکان انجام فعالیت‌های متنوع در این مکان مانند نشستن، راه رفتن، برقراری تعاملات، فکر کردن	Porteous,1997; Bell et al ,1990; Carr et al,1992; .Konx&Pinch,2000
۱۸		امکان کشف محیط	میزان امکان انجام فعالیت‌های خلاقانه میزان امکان انجام فعالیت‌های مورد علاقه	Carr et al,1992; Talen,2000 Zukin,1995
۱۹		تنوع فعالیت‌ها	میزان وجود فعالیت‌های مختلف و متنوع از جمله فروشنده‌های اجناس متفاوت، سرگرمی‌های متنوع	Montgomery,1998; Jacobs,1961; MacCormac,1983
۲۰		فعالیت‌های جاذب	میزان وجود فعالیت‌های جذاب مانند هنرهای تجسمی	Montgomery,1998
۲۱		الگوی ساعات کار	میزان فعال بودن در ساعات مختلف شبانه‌روز	Montgomery,1998;
۲۲	جهت‌یابی	راحتی و آسایش	میزان وجود تمهیدات آسایش اقلیمی میزان احساس نزدیکی به طبیعت	Porteous,1997; Bell et al ,1990; Carr et al,1992;Gans,1968.
۲۲		جهت‌یابی	میزان سهولت تشخیص جهت و پیدا کردن مسیر	Ujang,2012

جدول ۲: ضریب پایایی متغیرهای پژوهش

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



تصویر ۳: میدان نقش جهان [سازمان میراث فرهنگی]

برای ارزیابی میزان پایایی پرسش‌نامه‌ها و در واقع تعیین همسازي و همسانی درونی گویه‌ها برای سنجش مفهوم و متغیرها، از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. آلفای کرونباخ برای بررسی ضریب پایایی میزان استفاده از فضای مجازی ۰/۹۲۱ و برای معنای مکان، ۰/۹۴ محاسبه گردید (جدول ۲). میزان آلفای کرونباخ بالای به دست آمده، نشان‌دهنده‌ی همگنی بسیار بالای گویه‌های طراحی شده برای سنجش متغیرها است. برای بررسی بیشتر ارزیابی میزان پایایی پرسش‌نامه، ضریب پایایی برای مؤلفه‌ها محاسبه و در جدول ۲ آورده شده است. در این پژوهش، برای تعیین میزان اعتبار ابزار اندازه‌گیری از روایی صوری استفاده شد که در واقع پرسش‌نامه با نظر متخصصان مورد تأیید قرار گرفت.

محدوده‌ی مورد مطالعه

با توجه به اهداف و سؤالات پژوهش دو فضای شهری عمومی اصفهان، فضای شهری سنتی میدان نقش جهان و مدرن سیتی سنتر واقع در شمال و جنوب شهر اصفهان به دلیل دارا بودن پتانسیل‌های فراوان در جذب مردم، داشتن دو سبک متفاوت شهرسازی در نتیجه حضور طیف‌های مختلف مردم و همچنین داشتن فراغت و زمان کافی مردم برای پاسخ دادن به پرسش‌نامه، به عنوان نمونه‌ی موردی انتخاب شد.

میدان نقش جهان، که در فهرست میراث جهانی یونسکو قرار دارد پس از میدان تیان آنمن در پکن به عنوان دومین میدان بزرگ

تصویر ۴: مجموعه سیتی سنتر اصفهان [سازمان میراث فرهنگی]

جهان نیز شناخته می‌شود که به عنوان بخشی از یک مجموعه تاریخی در مرکز شهر اصفهان به شمار می‌رود. در چهار طرف این میدان مستطیلی با ابعاد ۵۶۰ متر در ۱۶۰ متر، چهار عنصر معماری شامل مسجد تاریخی امام در جنوب میدان، مسجد شیخ لطف‌الله در شرق، کاخ عالی قاپو در غرب و سر در قیصریه در شمال قرار دارند که هر یک در نوع خود شاهکاری بی‌بدیل‌اند. این میدان در طول حیات خود کاربری‌های متنوعی را بر عهده داشته که از جمله می‌توان به عملکرد سیاسی به لحاظ استقرار کاخ سلطنتی، عملکرد مذهبی به لحاظ استقرار دو مسجد، عملکرد تجاری به لحاظ وجود حجره‌ها و قرارگیری در بطن بازار و عملکرد تفریحی برای برگزاری جشن‌ها و اعیاد ملی اشاره نمود.

در مورد سیتی سنتر اصفهان باید گفت یکی از بارزترین ویژگی‌های این مجموعه طراحی منحصربه‌فرد آن برگرفته از معماری سنتی بازار اصفهان میدان نقش جهان است که به‌وسیله‌ی یک پل زیبای شیشه‌ای که خود برگرفته از طراحی تاریخی بازارهای ایران است به برج‌های مشترک دیگر، برج‌های اداری و هتل آپارتمان به یکدیگر متصل خواهد شد.

بحث و یافته‌ها

به منظور تعیین آزمون آماری مناسب برای بررسی متغیرها، ابتدا با توجه به اینکه داده‌ها به صورت کمی و از نوع گسسته و دارای مقیاس فاصله‌ای هستند، از آزمون کولموگراف اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن یا نبودن توزیع داده‌ها استفاده شد [۳۵].



تصویر ۶: سیتی سنتر اصفهان



تصویر ۵: میدان نقش جهان اصفهان

جدول ۳: آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	حجم نمونه	سطح معناداری	آماره
میزان استفاده از فضای مجازی	۳۷۹	۰/۰۱	۰/۰۶۲
معنای مکان	۳۷۹	۰/۲۰	۰/۰۳

جدول ۴: نتایج تحلیل ضرایب رگرسیون

مدل	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد Beta	مقدار t	سطح معناداری
	B	خطای استاندارد			
ضریب ثابت	۱۱۵/۴۱۹	۶/۱۲۳	-	۱۸/۸۵۱	۰/۰۰۰
میزان استفاده از فضای مجازی	۰/۲۸۹	۰/۰۷۳	۰/۱۹۹	۳/۹۳۷	۰/۰۰۰

در سطح $P < 0/001$ معنادار است.

جدول ۵: نتایج تحلیل ضرایب رگرسیون - میدان نقش جهان

مدل	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد Beta	مقدار t	سطح معناداری
	B	خطای استاندارد			
ضریب ثابت	۱۰۰/۳۲۵	۷/۴۷۵	-	۱۳/۴۲۱	۰/۰۰۰
میزان استفاده از فضای مجازی	۰/۳۹۸	۰/۰۸۷	۰/۲۸۶	۴/۵۶۲	۰/۰۰۰

در سطح $P < 0/001$ معنادار است.

اطمینان بیشتری به واقعی بودن رابطه‌ی مشاهده شده در نمونه داشت، بنابراین سطح معناداری برابر $0/000$ به این معناست که نتایج معنادار است [۳۶]. به منظور رسیدن به نتایج دقیق‌تر به بررسی تأثیرپذیری معنای مکان از میزان استفاده‌ی افراد از فضای مجازی در دو نمونه‌ی موردی میدان نقش جهان و مجموعه‌ی سیتی سنتر به صورت مجزا پرداخته شد. به منظور بررسی مقدار پیش‌بینی معنای مکان از روی متغیر استفاده از فضای مجازی در نمونه‌ی موردی میدان نقش جهان، از تحلیل واریانس استفاده شد. نتایج رگرسیون در جدول ۵ نشان می‌دهد که استفاده از فضای مجازی ($P < 0/001$) پیش‌بینی کننده‌ی معنای مکان است. با توجه به ضریب استاندارد بتا می‌توان دریافت که به ازای یک واحد تغییر در متغیر استفاده از فضای مجازی، $0/286$ واحد تغییر در متغیر معنای مکان در نمونه‌ی موردی میدان نقش جهان ایجاد می‌شود (جدول ۵).

با توجه به محاسبات انجام شده سطح معناداری (Sig) برای کلیه‌ی متغیرها بزرگ‌تر از سطح آزمون ($0/05$) است که بیان‌کننده‌ی عدم وجود تفاوت معنادار در توزیع داده‌ها است این نتیجه مجوز انجام یکی از انواع آزمون‌های پارامتریک است (جدول ۳).

به منظور بررسی مقدار پیش‌بینی معنای مکان از روی متغیر استفاده از فضای مجازی، از تحلیل واریانس استفاده شد. با توجه به نتایج گرچه همبستگی معنادار است اما میزان آن چندان بالا نیست. همچنین نتایج رگرسیون نشان داد که استفاده از فضای مجازی ($P < 001/0$) پیش‌بینی‌کننده‌ی معنای مکان است که به ازای یک واحد تغییر در متغیر استفاده از فضای مجازی، $0/199$ تغییر در متغیر معنای مکان ایجاد می‌شود. در واقع مثبت بودن ضریب استاندارد بتا بیان‌گر رابطه‌ی مستقیم بین دو متغیر مذکور است (جدول ۴).

با توجه به مقادیر به دست آمده سطح معناداری برابر $0/000$ است. از آنجایی که هر چه سطح معناداری پایین‌تر باشد، می‌توان

جدول ۶: نتایج تحلیل ضرایب رگرسیون - مجموعه سیتی سنتر

سطح معناداری	مقدار t	ضرایب استاندارد Beta	ضرایب غیراستاندارد		مدل
			خطای استاندارد	B	
۰/۰۰۰	۱۳/۱۰۵	-	۹/۶۸۳	۱۲۶/۸۸۸	ضریب ثابت
۰/۰۰۲	۲/۲۰۳	۰/۱۸۲	۰/۱۲۲	۰/۲۶۸	میزان استفاده از فضای مجازی

در سطح $P < 0.05$ معنادار است.

جدول ۷: نتایج تحلیل ضرایب رگرسیون

سطح معناداری	مقدار t	ضرایب استاندارد Beta	ضرایب غیراستاندارد		مدل	
			خطای استاندارد	B	متغیر مستقل	متغیر وابسته
۰/۰۰۰	۱۹/۶۴۸	-	۲/۰۱۳	۳۹/۵۵۲	ضریب ثابت	مؤلفه‌ی کالبدی
۰/۰۰۰	۴/۹۹۳	۰/۲۴۹	۰/۰۲۴	۰/۱۲۰	میزان استفاده از فضای مجازی	
/۰۰۰	۱۵/۸۴۹	-	۲/۱۸۵	۳۴/۶۳۸	ضریب ثابت	مؤلفه‌ی فردی
۰/۰۰۱	۲/۴۴۹	۰/۱۲۵	۰/۰۲۶	۰/۰۶۴	میزان استفاده از فضای مجازی	
۰/۰۰۰	۱۴/۱۲۲	-	۱/۸۵۸	۲۶/۲۴۴	ضریب ثابت	مؤلفه‌ی اجتماعی
۰/۰۰۰	۳/۵۳۹	۰/۱۷۹	۰/۰۲۲	۰/۰۷۹	میزان استفاده از فضای مجازی	
۰/۰۰۰	۱۵/۹۶۷	-	۰/۹۳۹	۱۴/۹۸۵	ضریب ثابت	مؤلفه‌ی عملکردی
۰/۰۰۴	۲/۲۶۷	۰/۱۱۶	۰/۰۱۱	۰/۰۲۶	میزان استفاده از فضای مجازی	

در سطح $P < 0.05$ معنادار است.

واقع مثبت بودن ضریب استاندارد بتا بیان‌گر رابطه‌ی مستقیم بین متغیرهای مذکور است یعنی با افزایش نمرات متغیر میزان استفاده از فضای مجازی، نمرات مؤلفه‌های چهارگانه‌ی معنای مکان نیز افزایش می‌یابد.

با توجه به نتایج به دست آمده مؤلفه‌ی کالبدی با بیشترین ضریب استاندارد بتا بالاترین همبستگی و مؤلفه‌ی فردی با کمترین ضریب استاندارد بتا پایین‌ترین همبستگی را با میزان استفاده از فضای مجازی نشان می‌دهد. بنابراین مؤلفه‌ی کالبدی بیشترین تأثیرپذیری و مؤلفه‌ی فردی کمترین تأثیرپذیری را از میزان استفاده از فضای مجازی نشان می‌دهد. مؤلفه‌های اجتماعی و عملکردی معنای مکان به ترتیب در مرحله‌ی دوم و سوم تأثیرپذیری قرار دارند (جدول ۷).

به منظور رسیدن به نتایج دقیق‌تر به بررسی تأثیرپذیری مؤلفه‌های چهارگانه‌ی معنای مکان شامل مؤلفه‌ی کالبدی، مؤلفه‌ی فردی، مؤلفه‌ی اجتماعی و مؤلفه‌ی عملکردی از میزان استفاده‌ی افراد از فضای مجازی در دو نمونه‌ی موردی میدان نقش جهان و مجموعه‌ی سیتی سنتر به صورت مجزا پرداخته شد. برای بررسی مقدار پیش‌بینی مؤلفه‌های چهارگانه‌ی ادراک معنای مکان در نمونه‌ی موردی میدان نقش جهان از روی متغیر استفاده از فضای مجازی، از تحلیل واریانس استفاده شد. همان‌گونه که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، بین استفاده از فضای مجازی با مؤلفه‌های چهارگانه معنای مکان رابطه‌ی خطی مثبت معنادار وجود دارد با توجه به ضریب استاندارد بتا، می‌توان دریافت که به ازای یک واحد تغییر در متغیر استفاده از فضای مجازی، ۰/۲۸۶ تغییر در مؤلفه‌ی کالبدی ایجاد می‌شود. همچنین به ازای یک واحد تغییر در مؤلفه‌ی عملکردی از فضای مجازی، ۰/۲۰۵ تغییر در

به منظور بررسی مقدار پیش‌بینی معنای مکان از روی متغیر استفاده از فضای مجازی در نمونه‌ی موردی مجموعه‌ی سیتی سنتر، از تحلیل واریانس استفاده شد.

نتایج رگرسیون در جدول ۶ نشان می‌دهد که استفاده از فضای مجازی ($P < 0.001/0$) پیش‌بینی‌کننده‌ی ادراک معنای مکان است. با توجه به ضریب استاندارد بتا می‌توان دریافت که به ازای یک واحد تغییر در متغیر استفاده از فضای مجازی، ۰/۱۸۲ واحد تغییر در متغیر معنای مکان در نمونه‌ی موردی مجموعه‌ی سیتی سنتر ایجاد می‌شود (جدول ۶).

به منظور رسیدن به نتایج دقیق‌تر به بررسی تأثیرپذیری مؤلفه‌های چهارگانه‌ی معنای مکان شامل مؤلفه‌ی کالبدی، مؤلفه‌ی فردی، مؤلفه‌ی اجتماعی و مؤلفه‌ی عملکردی از میزان استفاده‌ی افراد از فضای مجازی پرداخته شد. برای بررسی مقدار پیش‌بینی مؤلفه‌های چهارگانه ادراک معنای مکان از روی متغیر استفاده از فضای مجازی، از تحلیل واریانس استفاده شد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، بین استفاده از فضای مجازی با مؤلفه‌های چهارگانه‌ی معنای مکان رابطه‌ی خطی مثبت معنادار وجود دارد (جدول ۷).

با توجه به ضریب استاندارد بتا، می‌توان دریافت که به ازای یک واحد تغییر در متغیر استفاده از فضای مجازی، ۰/۲۴۹ تغییر در مؤلفه‌ی کالبدی ایجاد می‌شود. همچنین به ازای یک واحد تغییر در متغیر استفاده از فضای مجازی، ۰/۱۲۵ تغییر در مؤلفه‌ی فردی ایجاد می‌شود. همچنین به ازای یک واحد تغییر در متغیر استفاده از فضای مجازی، ۰/۱۷۹ تغییر در مؤلفه‌ی اجتماعی ایجاد می‌شود و همچنین به ازای یک واحد تغییر در متغیر استفاده از فضای مجازی، ۰/۱۱۶ تغییر در مؤلفه‌ی عملکردی ایجاد می‌شود. در

جدول ۸: نتایج تحلیل ضرایب رگرسیون- میدان نقش جهان

سطح معناداری	مقدار t	ضرایب استاندارد Beta	ضرایب غیر استاندارد		مدل	
			خطای استاندارد	B	متغیر مستقل	متغیر وابسته
۰/۰۰۰	۱۳/۴۲۱	-	۷/۴۷۵	۱۰۰/۳۲۵	ضریب ثابت	مؤلفه‌ی کالبدی
۰/۰۰۰	۴/۵۶۲	۰/۲۸۶	۰/۰۸۷	۰/۳۹۸	میزان استفاده از فضای مجازی	
۰/۰۰۰	۱۱/۲۱۳	-	۲/۶۵۵	۲۹/۷۷۴	ضریب ثابت	مؤلفه‌ی فردی
۰/۰۰۲	۳/۲۰۶	۰/۲۰۵	۰/۰۳۱	۰/۰۹۹	میزان استفاده از فضای مجازی	
۰/۰۰۰	۱۰/۲۷۳	-	۲/۲۹۹	۲۳/۶۲۳	ضریب ثابت	مؤلفه‌ی اجتماعی
۰/۰۰۱	۳/۴۶۴	۰/۲۲۱	۰/۰۲۷	۰/۰۹۳	میزان استفاده از فضای مجازی	
۰/۰۰۰	۱۱/۰۲۷	-	۱/۱۴۸	۱۲/۶۶۰	ضریب ثابت	مؤلفه‌ی عملکردی
۰/۰۰۱	۳/۲۶۰	۰/۲۰۸	۰/۰۱۳	۰/۰۴۴	میزان استفاده از فضای مجازی	

در سطح $P < 0.05$ معنادار است.

جدول ۹: نتایج تحلیل ضرایب رگرسیون- مجموعه‌ی سیتی سنتر

سطح معناداری	مقدار t	ضرایب استاندارد Beta	ضرایب غیر استاندارد		مدل	
			خطای استاندارد	B	متغیر مستقل	متغیر وابسته
۰/۰۰۰	۱۳/۵۳۹	-	۳/۲۸۹	۴۴/۵۳۰	ضریب ثابت	مؤلفه‌ی کالبدی
۰/۰۰۳	۲/۲۹۴	۰/۱۹۰	۰/۰۴۱	۰/۰۹۵	میزان استفاده از فضای مجازی	
۰/۰۰۰	۱۰/۶۸۴	-	۳/۵۸۹	۳۸/۳۴۷	ضریب ثابت	مؤلفه‌ی فردی
۰/۰۰۲	۱/۲۶۶	۰/۱۰۶	۰/۰۴۵	۰/۰۵۷	میزان استفاده از فضای مجازی	
۰/۰۰۰	۸/۸۴۵	-	۳/۰۳۹	۲۶/۸۷۲	ضریب ثابت	مؤلفه‌ی اجتماعی
۰/۰۰۹	۲/۶۵۱	۰/۲۲۸	۰/۰۳۸	۰/۱۰۱	میزان استفاده از فضای مجازی	
۰/۰۰۰	۱۱/۲۳۲	-	۱/۵۲۶	۱۷/۱۳۹	ضریب ثابت	مؤلفه‌ی عملکردی
۰/۰۰۴	۲/۶۵۱	۰/۱۶۵	۰/۰۱۹	۰/۰۱۵	میزان استفاده از فضای مجازی	

در سطح $P < 0.05$ معنادار است.

مؤلفه‌های چهارگانه‌ی معنای مکان رابطه‌ی خطی مثبت معنادار وجود دارد. با توجه به ضریب استاندارد بتا، می‌توان دریافت که به ازای یک واحد تغییر در متغیر استفاده از فضای مجازی، ۰/۱۹۰ تغییر در مؤلفه‌ی کالبدی ایجاد می‌شود. همچنین به ازای یک واحد تغییر در متغیر استفاده از فضای مجازی، ۰/۱۰۶ تغییر در مؤلفه‌ی فردی ایجاد می‌شود. همچنین به ازای یک واحد تغییر در متغیر استفاده از فضای مجازی، ۰/۲۲۸ تغییر در مؤلفه‌ی اجتماعی ایجاد می‌شود و همچنین به ازای یک واحد تغییر در متغیر استفاده از فضای مجازی، ۰/۱۶۵ تغییر در مؤلفه‌ی عملکردی ایجاد می‌شود. در واقع مثبت بودن ضریب استاندارد بتا بیان‌گر رابطه‌ی مستقیم بین متغیرهای مذکور است. با توجه به نتایج به دست آمده تأثیرپذیری مؤلفه‌های معنای مکان از میزان استفاده از فضای مجازی در مجموعه‌ی سیتی سنتر دارای تأثیرات متفاوت از میدان نقش جهان است. مؤلفه‌ی اجتماعی با بیشترین ضریب استاندارد بتا بالاترین همبستگی و مؤلفه‌ی فردی با کمترین ضریب استاندارد بتا پایین‌ترین همبستگی را با میزان استفاده از فضای مجازی نشان می‌دهد. بنابراین مؤلفه‌ی اجتماعی بیشترین تأثیرپذیری و مؤلفه‌ی فردی کمترین تأثیرپذیری را از میزان استفاده از فضای مجازی در مجموعه‌ی سیتی سنتر نشان می‌دهد (جدول ۹).

مؤلفه‌ی فردی ایجاد می‌شود. همچنین به ازای یک واحد تغییر در متغیر استفاده از فضای مجازی، ۰/۲۲۱ تغییر در مؤلفه‌ی اجتماعی ایجاد می‌شود و همچنین به ازای یک واحد تغییر در متغیر استفاده از فضای مجازی، ۰/۲۰۸ تغییر در مؤلفه‌ی عملکردی ایجاد می‌شود. در واقع مثبت بودن ضریب استاندارد بتا بیان‌گر رابطه‌ی مستقیم بین متغیرهای مذکور است، یعنی با نمرات متغیر میزان استفاده از فضای مجازی، نمرات مؤلفه‌های چهارگانه‌ی معنای مکان در میدان نقش جهان نیز تغییر می‌یابد. با توجه به نتایج به دست آمده تأثیرپذیری مؤلفه‌های معنای مکان از میزان استفاده از فضای مجازی تقریباً مشابه و با تفاوت بسیار اندک است ولی باز مؤلفه‌ی کالبدی با بیشترین ضریب استاندارد بتا بالاترین همبستگی و مؤلفه‌ی فردی با کمترین ضریب استاندارد بتا پایین‌ترین همبستگی را با میزان استفاده از فضای مجازی نشان می‌دهد. بنابراین مؤلفه‌ی کالبدی بیشترین تأثیرپذیری و مؤلفه‌ی فردی کمترین تأثیرپذیری را از میزان استفاده از فضای مجازی در میدان نقش جهان نشان می‌دهد (جدول ۸).

برای بررسی مقدار پیش‌بینی مؤلفه‌های چهارگانه‌ی ادراک معنای مکان در نمونه‌ی موردی مجموعه‌ی سیتی سنتر از روی متغیر استفاده از فضای مجازی، از تحلیل واریانس استفاده شد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود بین استفاده از فضای مجازی با

نتیجه‌گیری

تکنولوژی اطلاعات یکی از مهم‌ترین محورهای توسعه و تحول در جهان است که دستاوردهای ناشی از آن در عرصه‌های گوناگون زندگی بشر متضمن تأثیرات متفاوتی است. به گونه‌ای که مفهوم فضا و مکان را تحت تأثیر خود قرار داده و باعث تغییر و تحول در تفکر، نگرش انسان به جهان و محیط، نیازها و خواسته‌هایش از آن می‌شود که در پی آن فضاهایی با ویژگی‌های نوین را طلب می‌کند. اوضاع جدید نوع جدیدی از انتظام فضایی را سامان می‌دهد که معنای شهر را به نحوی دگرگون کرده است. از آنجایی که ناگزیر از حضور فضای مجازی در زندگی روزمره‌ی انسان هستیم، بنابراین با آگاهی از چگونگی، نوع و نحوه‌ی اثرگذاری آن بر جوانب و ابعاد مختلف، می‌توان با طراحی، برنامه‌ریزی و مدیریت آگاهانه بر اساس اهداف و ارزش‌ها، معایب و اثرات منفی را تضعیف و مزایا و اثرات مثبت آن را تقویت نمود. با توجه به محاسبات و ارزیابی‌های کمی و کیفی انجام شده در این پژوهش، نتایج حاصل نشان می‌دهد که میزان استفاده‌ی افراد از فضای مجازی بر درک آن‌ها از معنای مکان در فضاهای شهری تأثیرگذار است. بر اساس آزمون‌های آماری عنوان شده، ارتباط دو متغیر میزان استفاده‌ی افراد از فضای مجازی و درک معنای مکان به صورت مستقیم به دست آمده است. به عبارتی خلق فضای جریان، پدیده‌ای است که بر شکل‌گیری فضای مکان‌ها تسلط پیدا کرده است. در واقع تأکید بر تداوم فضای مکان‌ها در عین حضور فضای جریان‌ها اجتناب‌ناپذیر است. بر این اساس میزان استفاده‌ی افراد از فضای مجازی بر مؤلفه‌های شکل‌دهنده‌ی معنای مکان بررسی شده که نتایج کمی این ارزیابی در جدول نشان داده شده است. بر اساس نتایج به دست آمده مؤلفه‌ی کالبدی معنای مکان در میدان نقش جهان - نمونه‌ای شاخص از فضاهای شهری سنتی - و مؤلفه‌ی اجتماعی در مجموعه‌ی سیتی‌سنتر - نمونه‌ای شاخص از فضاهای شهری مدرن - بیش از بقیه‌ی مؤلفه‌های معنای مکان تحت تأثیر میزان استفاده‌ی فرد از فضای مجازی است و مؤلفه‌ی فردی معنای مکان در هر دو نمونه‌ی موردی میدان نقش جهان و مجموعه‌ی سیتی‌سنتر کمتر از سایر مؤلفه‌ها تحت تأثیر میزان استفاده‌ی افراد از فضای مجازی است. بنابراین با توجه به اهمیت موضوع و نتایج حاصل از متأثر بودن شکل‌گیری و درک معنای مکان در فضاهای شهری از میزان استفاده‌ی افراد از فضای مجازی و همچنین تأثیرپذیری بالای مؤلفه‌های کالبدی و اجتماعی معنای مکان از میزان استفاده‌ی افراد از فضای مجازی، لازم است عوامل تأثیرگذار بر جلوگیری از بحران مکان، مورد توجه مدیران و طراحان شهری واقع گردد، زیرا یکی از ارکان طراحی و مدیریت شهری فراهم آوردن زمینه و فضای مناسب زیست انسان به گونه‌ای است که همه‌ی جنبه‌ها و نیازهای معنوی، روحی - روانی و فیزیولوژیکی انسان به نحو مطلوب و هماهنگ پاسخ داده شوند. لذا بر اساس نتایج ارزیابی به دست آمده، برای افزایش درک افراد از معنای مکان و جلوگیری از بحران آن، می‌توان استفاده‌ی افراد از فضای مجازی را مدیریت نمود. بر این اساس برای ارتقای کیفیت محیطی و جلوگیری از بحران معنای مکان، می‌توان در

طراحی و بازطراحی فضاهای شهری متأثر بودن شکل‌گیری و درک معنای مکان را از استفاده‌ی افراد از فضای مجازی در نظر گرفت. در این راستا تقویت شبکه‌های وای فای (Wi-Fi) و اتصال اینترنت در فضاهای عمومی که گسترش مشارکت اجتماعی عمومی را در پی دارد، پیشنهاد می‌گردد. همچنین برای مدیریت مشارکت اجتماعی در فضاهای شهری و مدیریت استفاده از فضای مجازی، تقویت زیرساخت‌های رسانه‌ای تعاملی دیجیتال، تقویت زیرساخت‌های نمایش‌های عمومی تعاملی، تقویت زیرساخت‌ها در برنامه‌های کاربردی گوشی‌های هوشمند در فضاهای عمومی در زمینه‌های فرهنگ و هنر، آموزش، بازی‌ها و تفریحات متناسب با فضاهای شهری پیشنهاد می‌گردد. همچنین لازم است به منظور موفقیت ادغام فناوری اطلاعات و ارتباطات در زندگی شهری، جامعه آموزش ببیند و آماده شود تا تغییرات را پذیرفته و نسبت به آن آگاهی داشته باشد. از آنجایی که بحران مکان از نوع بحران‌های معنوی به حساب می‌آید، برخلاف بحران‌های مادی یکباره رخ نمی‌دهد و در یک روند بطئی و تدریجی که شاید دهه‌ها به طول بینجامد نتایج خود را نشان می‌دهد و در صورت شعله‌ور شدن به آسانی و زودی قابل درمان نیست. همان‌طور که این بحران‌ها در یک فرایند زمانی ایجاد می‌شوند برای درمان آن‌ها نیز زمان زیادی لازم است. بنابراین با توجه به نتایج به دست آمده در این پژوهش و با ساماندهی عوامل مؤثر، می‌توان بحران شهری مبتنی بر معنای مکان را مدیریت و کنترل کرد و از بحران معنای فضاهای شهری پیش‌گیری نمود^{۱۷}.

پی‌نوشت

1. Postmodern Era
2. Lyotard
3. Information Era
4. Post-industrial Era
5. Bell
6. The era of globalization
7. Giddens
8. Biotech
9. Riffgian
10. Gibson, W
11. Mitchell
12. Canter
13. VanderKlis & Karsten
14. Gustafson
15. Childress
16. Gifford

۱۷. این مقاله برگرفته از رساله‌ی دکتری خانم نرگس نونزاد با عنوان «بازشناسی معنای مکان در عصر اطلاعات» به راهنمایی خانم دکتر الهام ناظمی و آقای دکتر حمید صابری است.

منابع

۱. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ: ظهور جامعه‌ی شبکه‌ای. ترجمه‌ی احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: انتشارات طرح نو، ۲۹.
2. Graham, S & Marvin, S. (2002). Telecommunications

۱۳۹

شماره هفدهم

بهار و تابستان
۱۳۹۹

دوفصلنامه
علمی و پژوهشی



مؤثر بر مدیریت بحران شهری
ارزیابی و سنجش نقش استفاده از فضای مجازی بر مؤلفه‌های

23. Lyotard, J. (1984). *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*, Manchester University Press.
24. Castells, M. (2001). *The Rise of Network Society, the Information Age: Economy, Society and Culture*
25. Bell, D. (1973). *The COMING OF Post Industrial Society*, New York: Basic.
26. Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*, Oxford: Polity Press
27. Gibson, W. (1984). *Neuromancer*, London: Harper and Collins, Environmental Psychology.
۲۸. منتظرالقائم، مهدی (۱۳۸۱). *دموکراسی دیجیتال و حکومت الکترونیکی: سیاست و حکومت در عصر تکنولوژی های اطلاعاتی و ارتباطی. نامه ی علوم اجتماعی، شماره ی ۱۹، ۲۳۱*.
29. Mitchell, W. J. (2002). *City Past and Future. Urban Design Quarterly*, Winter, Issue 81, p.18-21.
30. Castells, M. (2000). *The Contours of the Network Society. Foresight*, 2(2), 151-157
31. van der Klis, M. & Karsten, L. (2009). *Commuting partners, dual residences and the meaning of home. Journal of Environmental Psychology*, Volume 29, Issue 2, 245-235.
32. Gustafson, P. (2001). *Meanings of place-Everyday experience and the theoretical conceptualizations. Journal of Environmental Psychology*.
33. Childress, H. (1994). *Place, narrative, and relationship: a new approach to place attachment*, in: Environmental design research association, *Banking on Design? Proceedings of the 25th Annual Conference of the Environmental Design Research Association*, 61-55
34. Gifford, R. (2010). *Defining place attachment: A tripartite organizing framework*, Canada. *Journal of Environmental Psychology*, 30, 1-10.
۳۵. خاکی، غلامرضا (۱۳۷۸). *روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی. تهران، مرکز تحقیقات علمی کشور، ۳۳۵*.
۳۶. کریمی، رامین (۱۳۹۴). *راهنمای آسان تحلیل آماری با SPSS. تهران، انتشارات هنگام*.
- and the City: Electronic paces, Urban Places. Routledge.
3. Mitchell, W. J. (1995). *City of bits: Space, Place and the Infobahn*, Cambridge, The MIT press. *Journal of Urban Design*, Vol. 4, No. 2, 17.
4. Scannell, L. & Gifford, R. (2010). *Defining Place Attachment- A Tripartite Organizing Framework. Journal of Environment and Psychology*, Vol
۵. فریادی، شهرزاد (۱۳۸۷). *تدوین زبان طراحی شهری در فرایند جهانی شدن. رساله ی دکتری شهرسازی، دانشگاه تهران*.
۶. عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۱). *منطق شهرهای مجازی و مفهوم کار مجازی: ضرورت طرح شهر مجازی، مجله ی رسانه، بهار*.
۷. ابراهیم آبادی، حسین (۱۳۹۲). *تأملی بر نسبت میان فناوری های اطلاعاتی با تغییرات در فرهنگ و مناسبات اجتماعی. تهران: فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۸۳-۱۰۶*.
۸. رستمی، محمد (۱۳۹۶). *بررسی تأثیر شبکه های اجتماعی بر فرهنگ و باورهای دینی (هویت) کاربران مطالعه ی موردی: کاربران استان اصفهان، ۷۲-۴۵*.
۹. طغیانی، شیرین (۱۳۸۸). *ضرورت مدیریت بحران های هویتی در فضاهای شهری، رساله ی دکتری شهرسازی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی*.
۱۰. جانستون، رونالد (۱۳۷۹). *مسئله ی جا و مکان جغرافیایی «تفحصی در جغرافیای انسانی». ترجمه ی جلال تبریزی، تهران، انتشارات دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی وزارت امور خارجه، ۹*.
۱۱. شکویی، حسین (۱۳۷۵). *اندیشه های نو در فلسفه ی جغرافیا. جلد اول، تهران انتشارات گیتاشناسی، ۲۷۶*.
12. Stedman, R. (2002). *Toward a Social Psychology of Place- Predictive 561-581*.
13. Cheng, A. S. & Daniels, S. E. (2003). *Examining the interaction between geographic scale and ways of knowing in ecosystem management. Forest Science*, (49): 841-854.
۱۴. پاکزاد، جهانشاه (۱۳۸۵). *میانی نظری و فرایند طراحی شهری. تهران: انتشارات شهیدی*.
15. Lane, R. J. (2000). *Jean Baudrillard*, Routledge, London, 111.
16. Seamon, D. & Gill, I. (2014). *Qualitative Approaches to Environment Behavior Research: Understanding Environmental and Place Experiences, Meanings, and Action*.
17. Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L. (2011). *Designing and conducting mixed methods research*, 90.
18. Gifford, R. (2002). *Environmental Psychology: Principles and Practice*, Canada, Optimal Books.
19. Gifford, R. (2016). *Research Methods for Environmental Psychology*, Cornell University, USA.
۲۰. کرمونا، متیو و همکاران (۱۳۸۸). *مکان های عمومی فضاهای شهری، ترجمه ی فریبا قرائی و همکاران. تهران: انتشارات دانشگاه هنر، ۱۹۶*.
21. Arefi, M. (1999). *Non-Place and Placelessness as Narratives of Loss- Rethinking the Notion of Place. Journal of Urban Design*, 4, 179-93.
۲۲. طغیانی، شیرین؛ نقی زاده، محمد (۱۳۹۰). *مدیریت بحران های معنوی در فضاهای شهری نمونه موردی بحران هویت شهرها. مجله ی هویت شهر، پاییز و زمستان، شماره ی ۹، ۷۳-۸۲*.