

تأثیر نشانه‌های نمای مسکن بر استیگمای وضعیت اجتماعی - اقتصادی ساکنین

(مطالعه موردی: منطقه ۴ شهرداری تهران)*

دکتر علی شرقی**، دکتر اسماعیل ضرغامی***، مهندس مهرناز رمضانپور****

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۶/۰۶ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۸/۰۸/۱۳

چکیده

نمای مسکن توسط نشانه‌هایی، ویژگی‌های ساکنین خویش را بیان می‌کند. هدف یافتن ارتباط بین فاکتورهای عینی نمای مسکونی و استیگما^۱ است. این تحقیق توصیفی-تحلیلی به صورت پیمایشی و با روش تلفیقی سه‌بعدی روی نماهای مسکونی منطقه ۴ تهران انجام شد. در این راستا، ۴۰ تصویرنما، توسط ۲۰۳ شهروند به روش تحلیل کیفی قضاوت شد. بعلاوه، پرسشنامه‌ای جهت سنجش تأثیر فاکتورهای نما بر شأن ساختمان در اختیارشان قرار گرفت. طبق تحلیل عامل اکتشافی، ۵ عامل مؤثر بر اعتبار نمای مسکن: طراحی نما، ابعاد ساختمان و جزئیات، مصالح و بازشو، ویژگی بالکن و آشفتگی بصری. توجه به این عوامل در طراحی، می‌تواند ننگ ناشی از نما را کاهش داده و در ادراک افراد از طبقه اجتماعی-اقتصادی ساکنین تأثیر مثبت ایجاد کند.

واژه‌های کلیدی

استیگما، برجسب، مسکن، نشانه، نما.

* این مقاله در راستای رساله دکتری در رشته معماری تحت راهنمایی آقای دکتر علی شرقی می‌باشد که در دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی در حال انجام است.

** دانشیار دانشکده مهندسی معماری و شهرسازی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران. (مسئول مکاتبات).

Email: sharghi@sru.ac.ir

*** استاد دانشکده مهندسی معماری و شهرسازی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران.

Email: es.zarghami@gmail.com

**** دانشجوی دکتری معماری، دانشکده مهندسی معماری و شهرسازی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران.

Email: m.ramzanpour@sru.ac.ir

مقدمه

مرفه‌تر می‌کاهد. این‌گونه مفاهیم باید در بهسازی شهری موردنظر طراحان باشد. اعتبار و استیگما علاوه بر تعبیرات و استفاده‌های مختلفشان (بیماری، معلولیت، جرم و...)، به‌عنوان یک ویژگی محله‌ای (مکانی) نیز در تحقیقات، بسیار موردتوجه بوده و همان‌طور که اشاره شد بر روی فرصت‌های ساکنین و بروندهای آنان تأثیر می‌گذارند (Arthurson, 2012; Permentier et al., 2009; Permentier et al., 2011; Ruiz-Tagle, 2017; Sakizlioglu & Uitermark, 2014; Sampson & Raudenbush, 2004; Tunstall et al., 2014). در برخی از تحقیقات، استیگما به‌عنوان متغیر مستقل و در پاره‌ای دیگر به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. پرمنتیر^۲ و همکاران معتقدند که اعتبار ادراک‌شده‌ی محله از طریق افراد بیرونی، سلامت، بهزیستی و درنهایت رضایتمندی ساکنین آن محله را تحت تأثیر قرار می‌دهد. حتی ممکن است ساکنین مجبور به ترک محله‌ای با اعتبار ضعیف، شوند (Permentier et al., 2011). سمپسون و رودنبوش^۴ بی‌نظمی‌های اجتماعی و کالبدی یک محله را در به وجود آوردن استیگما سهیم دانسته و یک چارچوب نظری درباره‌ی استیگمای نژادی ارائه داده‌اند (Sampson & Raudenbush, 2004). ساکیزلیوگلو و اوترمارک^۵ با پژوهشی در استانبول و آمستردام به این نتیجه رسیدند که اعیان‌سازی^۶ (جایگزینی افراد متوسط درآمد با افراد کم‌درآمد) در محله‌هایی که مورد ننگ قرار گرفته‌اند توسط ساکنین مورد استقبال قرار نگرفته و موجب جداسازی افراد جامعه از هم شده‌اند (Sakizlioglu & Uitermark, 2014). رویز-تاگه^۷ به بررسی استیگمای تجربه‌شده توسط ساکنینی که در مجموعه‌های ناهمگن اقتصادی-اجتماعی زندگی می‌کنند پرداخته است که در این مجموعه‌ها به دلیل تفاوت‌های هویتی، تفاوت‌های نمادین در ظاهر مساکن گروه‌ها و به دنبال آن جدایی‌گزینی افزایش می‌یابد (Ruiz-Tagle, 2017). آرتورسان^۸ نیز نحوه‌ی ادراک ساکنین از اعتبار محله‌ی خود و اینکه آن‌ها درباره‌ی ادراک دیگران از محله‌ی خود چگونه فکر می‌کنند را موردتحقیق قرار داد (Arthurson, 2012). پرایس^۹ به بررسی تأثیر طراحی نمای مساکن قابل استطاعت بر پدیده‌ی برچسب‌زنی و استیگما پرداخته که به‌طورکلی به چند فاکتور در نما (ازجمله کیفیت در و پنجره و غیره) تأکید دارد (Price, 2017). تاکنون بررسی پدیده‌ی بدنام‌سازی^{۱۰} به‌طورکلی در ایران و همچنین در سطح معماری مسکن محله‌های شهری صورت نگرفته است؛ بنابراین هدف پژوهش حاضر یافتن ارتباط بین فاکتورهای طراحی نمای مسکن و استیگما بوده و پژوهش سعی دارد به سؤالات زیر پاسخ دهد: ۱) عناصر و خصوصیات متمایزکننده در نما که موجب برچسب‌زنی طبقه‌ی اجتماعی-اقتصادی ساکن، می‌شود کدام است؟

نماهای شهری از طریق نظام پیچیده‌ای از «نشانه» ها، ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع را به منصف ظهور می‌رسانند و به‌عنوان ارتباط‌دهنده‌ی انسان و شهر، زمینه ادراک، شناخت و ارزیابی محیطی شهروندان را فراهم می‌آورد. این ارزیابی مثبت و منفی بر اساس ابعاد ناملموس، همچون فقر و غنا، سلطه نهادها و ارزش‌های معین، سلاطین زیباشناختی خرده‌فرهنگ‌ها، عمق تاریخی شهر، میزان ایمنی و امنیت جامعه و غیره که از طریق نظامی از «نشانه» ها امکان تجلی‌یافته، میسر می‌شود (گلکار، ۱۳۸۷). در این راستا، مولس^۲ معتقد است که نماهای شهری ترکیبی از اجزایی هستند که هرکدام پیامی را منتقل می‌کنند (Moles, 1966). مردم خانه‌ای را انتخاب می‌کنند که تا حد امکان نمایانگر خود فردی آن‌ها باشد. نمای خانه تصویر عمومی قابل‌ارائه فرد به جامعه است و فضای داخلی خانه ماهیت درونی فرد را آشکار می‌سازد (لنگ، ۱۳۸۶). از طرفی، امروزه ما در جامعه‌ای ناعادلانه زندگی می‌کنیم. جمعیت‌هایی که وضعیت اقتصادی-اجتماعی پایین‌تری نسبت به اطراف خود دارند، به‌طور مداوم ننگ‌زده شده و متمایز می‌شوند (Price, 2017). پی بردن به پیامدهای نابرابری اجتماعی و جدایی‌گزینی فضایی، ضرورت توجه به این پدیده را آشکار می‌سازد. بخصوص وقتی که بخش عمده‌ای از آن به نحوه‌ی سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های توسعه مربوط می‌شود و با مداخله و تدبیر می‌توان از شدت آن کاست (افروغ، ۱۳۹۶). ازجمله این پیامدها می‌توان به کاهش سلامتی و سرزندگی (De Maio, 2014; Lahdenperä, 2012; Nieuwenhuis et al., 2017; Pickett & Wilkinson, 2007; Wen et al., 2003) و وقوع بدرفتاری و جرم (Hipp, 2007; Gale et al., 2011; Eckenrode, et al., 2014; Burraston et al., 2018) و درنهایت شکل‌گیری خرده‌فرهنگ کج‌رو اشاره کرد. محیط کالبدی ازجمله مسکن، بیانگر شأن اجتماعی مردم بهره‌بردار است و مردم نیز نسبت به آن آگاهی دارند، ولی چون توان اقتصادی کمتر دارند نسبت به عمل‌هدفمند برای تغییر محیط و معانی آن تمایل کمتری نشان می‌دهند ولی نباید نقش مهم نمادگرایی محیط ساخته‌شده در ارضای نیازهای عاطفی و نیاز به احساس تعلق و احترام را نادیده گرفته شود (لنگ، ۱۳۸۶). از آنجا که یکی از فاکتورهای ایجاد شهری عادلانه و پایدار، تنوع اجتماعی است (Khosroshahi, 2015; Fainstein, 2010) در محیط شهری باید از مشکلات موجود بر سر امکان هم‌نشینی گروه‌های مختلف جامعه کاست؛ و در این زمینه، نشانه‌های کالبد مسکونی، ادراک و ارزیابی‌های بیرونی را منجر می‌شود و بعضی ساختمان‌ها گروه‌هایی از مردم یا رویدادهایی خاص را تداعی می‌کنند که از ارزش املاک گروه‌های

۲) چگونه با طراحی نما می‌توان استیگما (برچسب‌زنی و قضاوت افراد بیرونی نسبت به مسکن کم‌درآمد) را کاهش داد؟

پیشینه ادراک محیط و نمای شهری

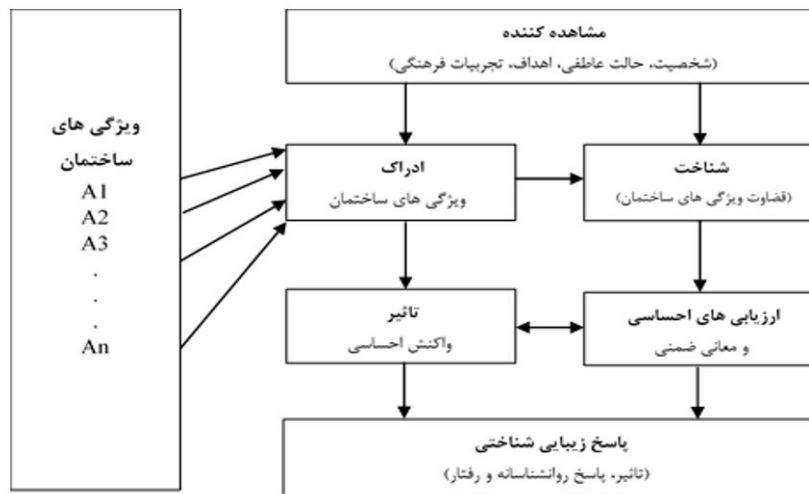
در زمینه ادراک محیط، تصویر ذهنی و بدنه‌های شهری پژوهش‌های مختلفی صورت گرفته است. براتی و کاکاوند با روش توصیفی- تحلیلی به ارزیابی کیفیت محیط سکونتی و محیط شهری و تطبیق آن با تصویر ذهنی شهروندان در مناطق مختلف قزوین پرداخته‌اند (براتی و کاکاوند، ۱۳۹۲). پیری و همکاران با بررسی تأثیر کیفیت نقشه ذهنی بر امنیت اجتماعی خانواده در فضاهای عمومی شهر، به این نتیجه دست یافتند که حضور خانواده‌ها در فضاهای عمومی مسبوق به گزینشگری فضایی و نقشه‌ی ذهنی ساکنان محلات رسمی، از سکونتگاه‌های غیررسمی است که عامل حضور نیافتن خانواده‌ها در این محلات است (پیری و همکاران، ۱۳۹۴). در پژوهش کاکاوند و همکاران تصویر ذهنی شهروند و شهرساز به مفهوم کیفیت محیط شهری باهدف ارتقاء کیفیت بافت‌های فرسوده شهری مورد مقایسه قرار گرفته است و دریافته‌اند که شهروندان عمده مشکلات بافت را در وضعیت و معیارهای اقتصادی پایین ساکنان بافت و شهرسازان عمده مشکلات را در مسائل مدیریتی و کالبدی بافت می‌بینند (کاکاوند و همکاران، ۱۳۹۲). پاکزاد در پژوهش خود اشاره دارد که نابسامانی نماهای ساختمان‌های ما ریشه در عدم پاسخگویی مناسب به توقعاتی دارد که در طول تاریخ نسبت به نما ایجاد شده است. در این راستا با ارزیابی نظر کارشناسان، ملحوظ کردن هم‌زمان حفاظت، ایجاد ارتباط، معرفی و جزئی از یک فضای شهری مورد تأیید قرار گرفته است (پاکزاد، ۱۳۸۲). خلوصی و همکاران به شناسایی معیارهای تأثیرگذار بر طراحی نمای خیابانی زیبا، از دید استفاده‌کنندگان پرداختند. نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که معیارهایی عینی چون: خطوط نما، تناسب، تعادل و معیارهای ذهنی چون تاریخی‌گری، فرهنگی بودن، بامعنا بودن بر ادراک زیباشناسانه تأثیر دارند (خلوصی و همکاران، ۱۳۹۳). عباسی (۱۳۹۶) به بررسی معیارهای زیبایی‌شناسی نما و بدنه‌های شهری از سه منظر عملکردی، هویتی و زیبایی‌شناسانه در شهر قم پرداخت و تأکید دارد که منظر شهری تنها به کالبد شهر و اجزای آن مربوط نبوده، بلکه به درک شهروندان از شهر نیز بستگی دارد. کرافورد^{۱۱} و همکاران، با بررسی ادراک زیبایی‌شناسانه‌ی نمای خیابان و تأثیر رمزهای فرمی و سنتی بر علامت‌های (تبلیغات) تجاری، دریافته‌اند که ادراک زیبایی، علاقه و نظم با توجه به نوع منظر و منطقه متفاوت است (Crawford et al., 2015). ایمام اقلو^{۱۲} در پژوهش خود نشان داد که «پیچیدگی» در ترجیح و آشنایی (انس) با نمای خانه‌های مدرن و سنتی نقش

دارد. به طوری که تصویرنماهایی که در سطح متوسطی از پیچیدگی بودند بین آن‌هایی که کمترین و بیشترین پیچیدگی را داشتند بیشتر موردعلاقه قرار گرفتند (Imamoglu, 2000). در پژوهش سالسز^{۱۳} و همکاران با تحلیل تصاویر، ادراک شهروندان از نابرابری (امنیت، سطح کلاس اجتماعی و خاص بودن محله) ارزیابی شد. اعتبارسنجی این پژوهش نیز از طریق بررسی رابطه‌ی بین ادراک امنیت و سطح کلاس اجتماعی با تعداد قتل اتفاق افتاده، صورت گرفت (Salesses et al., 2013). الهلاوانی^{۱۴} و همکاران تأثیر تغییرات عناصر تکرار شونده در نما (مانند پنجره‌ها در موقعیت‌های باز و بسته) را بر ادراک بینندگان از طریق تحلیل تصاویر، مورد بررسی قرار دادند (AlHalawani et al., 2013). چو^{۱۵} و همکاران با بررسی تأثیرات عصب‌شناختی طرح‌های معماری بر مغز انسان، نشان دادند چگونه سیستم بصری انسان، جنبه‌های بصری معماری را رمزگذاری می‌کند. مطالعه‌ی آن‌ها نشان می‌دهد که بازنمایی‌های عصبی سبک‌های معماری در مغز انسان، نه تنها با ویژگی‌های ادراکی بلکه با عناصر معنایی و فرهنگی، مانند تخصص در سبک‌های معماری هدایت می‌شود (Choo et al., 2015). در پژوهش ناسار و هونگ^{۱۶}، پیچیدگی و مزاحمت نشانه‌ها در ادراک و ارزیابی نشانه‌های شهری مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد که ترجیحات افراد در ارتباط این دو متغیر (پیچیدگی و تظاهر)، در جهت کاهش تظاهر نشانه‌ها است (Nasar & Hong, ۱۹۹۹). اغلب مطالعات و پژوهش‌های صورت گرفته پیرامون مباحث نشانه‌شناسی و ادراک منظر شهری بوده و در مقیاس معماری نیز فقط به معرفی نشانه‌ها و مفهوم‌سازی کلی آن‌ها پرداخته شده است. پژوهش پیش رو در نظر دارد تا کاربرد نشانه‌های نما را در ادراک سطح و طبقه‌ی اجتماعی- اقتصادی ساکنان بررسی نماید تا بتواند در جهت کاهش پدیده‌ی استیگما گام بردارد.

مبانی نظری

ادراک محیط، ارزش‌های تداعی‌کننده و نشانه

در دهه‌ی ۱۹۷۰ میلادی با کشف اهمیت معانی نمادین محیط در زندگی مردم، این موضوع بیشتر شناخته شد. یک نماد نتیجه‌ی فرآیندی شناختی است که به تبع آن، موضوع برای استفاده‌ی ابزاری معنای ضمنی پیدا می‌کند. راپاپورت^{۱۷} معتقد است: «محیط نظامی از نمادهاست که به مفاهیم، ارزش‌ها، معانی و چیزهای شبیه به آن بیان واقعی می‌بخشد»، به گفته‌ی او با تغییر نمادهای تداعی‌کننده‌ی مناسب یک مکان، ادراکات مردم از کیفیت آن مکان تغییر می‌کند (Rapoport, 1977). شکل ۱ نشان‌دهنده‌ی تأثیر ویژگی‌های یک بنا بر ادراک و شناخت معانی آن توسط فرد است که منجر به پاسخی از



شکل ۱. یک مدل احتمالی پاسخ زیبایی‌شناسی تجربی و ادراک محیط (Source: Nasar, 1994)

طرف او می‌شود.

نشانه، پدیده‌ای ملموس و قابل مشاهده است که به واسطه رابطه‌ای که با یک پدیده غایب دارد، جانشین آن می‌شود و بر آن دلالت می‌کند (Iran Industrial Design, 2010 به نقل از باقری و عینی فر، ۱۳۹۵). در نشانه‌شناسی، پیرس الگویی «سه وجهی» از نشانه را معرفی کرد: ۱) بازنمون: صورتی که نشانه به خود می‌گیرد (و الزاماً مادی نیست)، ۲) تفسیر: معنایی که از نشانه حاصل می‌شود؛ ۳) موضوع: که نشانه را به آن ارجاع می‌دهد. وی تعامل بین بازنمون، موضوع و تفسیر را «نشانگی» نامیده است (Ahmadi, 1992). معیارهای مشابهی چون نمای ساختمان‌ها ممکن است برای افراد مختلف معانی متفاوتی داشته باشند. محیط ساخته‌شده از ساختار گوناگون تشکیل شده است. الگوی این عناصر مدلول است. انگاره‌ها و معانی به همراه الگو که دال نامیده می‌شود از فرد به فرد و گروه به گروه متفاوت است زیرا مرجع آن تفاوت دارد. سطح مفهومی به هنجارها، انگاره‌ها یا نگرشی که یک عنصر ارائه یا پیشنهاد می‌کند اطلاق می‌شود مانند بیشتر خانه‌های دولتی آمریکا که بیانگر انگاره‌های گروهی از مردم در مورد چگونگی زندگی طبقه کارگر است (لنگ، ۱۳۸۶). فرد با زندگی در یک ساختمان، خود، فرهنگ خود، موقعیت اجتماعی-اقتصادی خود و ... را در مقابل جامعه به نمایش می‌گذارد (Damyar, 2014).

استیگما و برچسب‌زنی
توجه به پدیده استیگما یا بدنام‌سازی، چه در درون و چه بیرون جامعه، با مباحث گافمن^{۱۸} آغاز شد (Pescosolido & Martin, 2015; Keene & Padilla, 2010; Kelaher et al., 2010).

استیگما و برچسب‌زنی

توجه به پدیده استیگما یا بدنام‌سازی، چه در درون و چه بیرون جامعه، با مباحث گافمن^{۱۸} آغاز شد (Pescosolido & Martin, 2015; Keene & Padilla, 2010; Kelaher et al., 2010).

مورد پژوهی

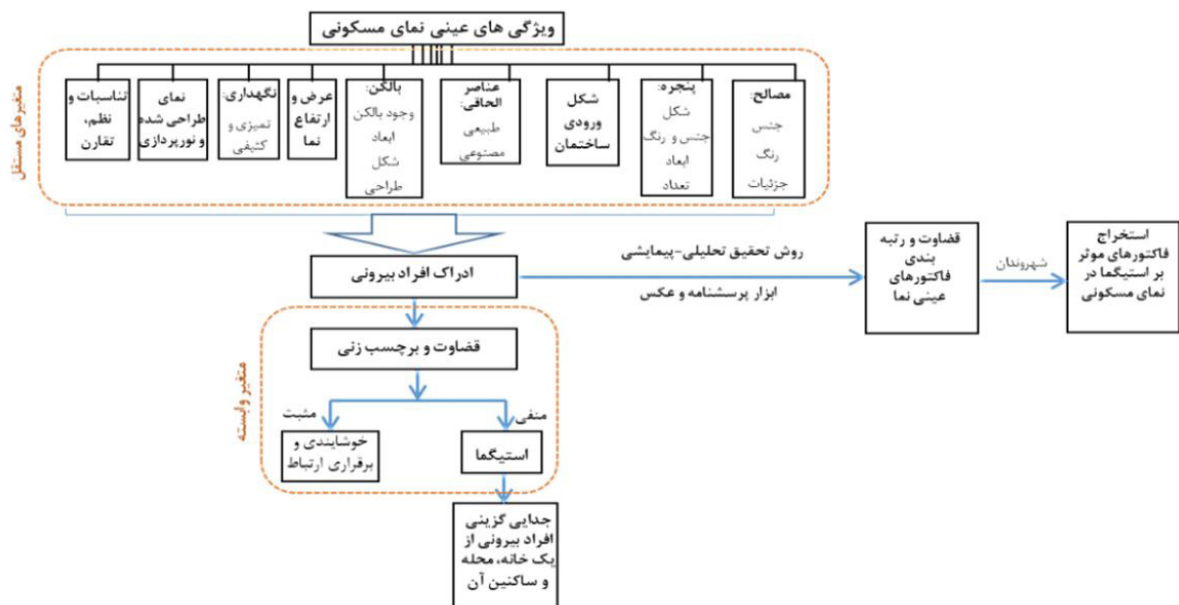
روش‌شناسی پژوهش

بیش‌تر تحقیقات روان‌شناختی اخیر بر جنبه‌های فرمی یا ساختاری معماری به‌عنوان متغیر مستقل و ادراکات ذهنی مردم از آن‌ها به‌عنوان متغیر وابسته متمرکز بوده‌اند. ویژگی‌های ساختمان‌ها با چگونگی پاسخ مخاطبین همبستگی دارند (لنگ، ۱۳۸۶). تفاوت‌هایی بین گروه‌های اجتماعی در هنگام رتبه‌بندی ویژگی‌های زیبایی‌شناسی مناظر و نماهاست (Kaltenborn & Bjerke, 2002; Van den Berg & Koole, 2006; Werthman, 1970). ادراکات مختلف افراد بیرونی از نماهای مسکونی، موجب قضاوت و برچسب‌زنی ساکنین خانه‌ها از نظر سطح اجتماعی-اقتصادی خواهد شد که در نهایت جدایی‌گزینی طبقات اجتماعی پایین‌تر را از طبقات اجتماعی بالا در یک منطقه به دنبال دارد. متغیرهای مستقل مورد بررسی در این پژوهش، فاکتورهای عینی نمای مسکونی می‌باشند، استیگما نیز به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. شکل ۲ مدل مفهومی پژوهش را نشان می‌دهد. این تحقیق از نظر هدف، بنیادی، از نظر ماهیت و روش از تحقیقات توصیفی-تحلیلی است که به‌صورت پیمایشی انجام شده است. با توجه به اکتشافی بودن تحقیق از روش تلفیقی به شیوه‌ی سب‌بعدی استفاده شد. روش سب‌بعدی روشی تک‌مرحله‌ای است که در آن محققان روش‌های کمی و کیفی را به‌طور هم‌زمان و با ظرفیت مساوی اجرا

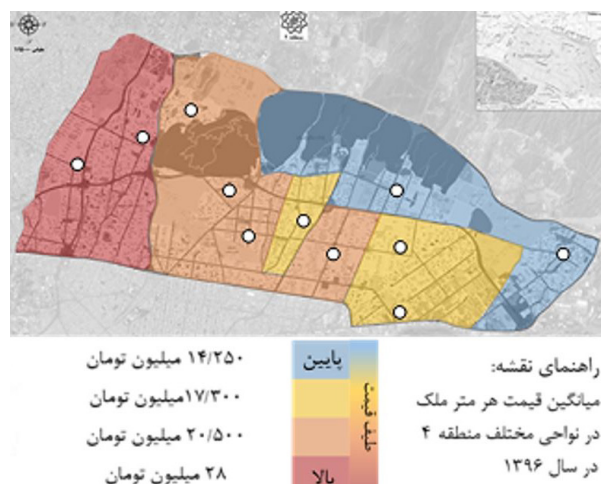
و تحلیل می‌نمایند (نیازی، ۱۳۹۰). ابتدا مبانی نظری مرتبط با نحوه ادراک محیط، تصویرذهنی شهروندان، نشانه‌شناسی و پدیده‌ی بدنام‌سازی (استیگما) و دیگر مفاهیم از منابع اسنادی استخراج شد؛ و سپس پرسشنامه به دو شکل «سؤالی» و «تصویری» در اختیار جامعه آماری قرار گرفت. در این مرحله برچسب‌زنی و استیگمای نما واکاوی شد: (۱) تدوین و توزیع پرسشنامه در ارتباط با تأثیر فاکتورهای نما بر ادراک پاسخ‌دهندگان از سطح درآمدی و اعتبار ساکنین یک منزل مسکونی (به روش کمی)؛ (۲) اختصاص دادن تصاویر نماهای مسکونی به گروه‌های اقتصادی-اجتماعی ساکن توسط قضاوت فرد (جامعه آماری پژوهش) و تحلیل تصاویر هر گروه (به روش کیفی تحلیل تصویری). پس از انجام هر دو پیمایش تصویری و سؤالی، همبستگی درونی متغیرها و تحلیل عاملی Q به‌منظور رواسازی پرسشنامه انجام شد.

محدوده مورد مطالعه

نمونه‌ی موردی پژوهش حاضر، کلان‌شهر تهران است اما به دلیل گستردگی این شهر و پیشینه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی متفاوت مناطق آن و افزایش دقت و اعتبار تحقیق پیش رو، منطقه ۴ جهت انجام پژوهش انتخاب شد. این منطقه به لحاظ اجتماعی و کالبدی نیز سرشتی بی‌تبادل و ناموزون دارد که به نظر می‌رسد این امر معلول دوره‌های رشد و گسترش شهر در آن باشد. (مهندسیین



شکل ۲. مدل مفهومی تحقیق



شکل ۳. محدوده‌های منطقه ۴ از نظر ارزش املاک و مناطق عکس‌برداری شده^{۲۰}

گذر از منطقه، اعتماد و برقراری تعامل با ساکنین و ... لازم است تا نظر و نگرش آن‌ها بررسی شود تا بتوان در برنامه‌ریزی و طراحی برچسب‌های منفی بیرونی (استیگما) را کنترل کرد.

ابزار اندازه‌گیری

پرسش‌ها به‌منظور سنجش تأثیر هر یک از فاکتورهای عینی نمای مسکن بر میزان ادراک وضعیت اقتصادی-اجتماعی در طیف ۴ گزینه‌ای لیکرت طرح شدند که میان ۲۰۳ شهروند منطقه ۴ توزیع گردید. همچنین، به دلیل ماهیت عینی پژوهش، پرسشنامه‌ای دیگری شامل ۴۰ تصویر متنوع از نمای مساکن منطقه ۴ تهیه گردید تا شهروندان با دیدن تصویر، سطح اقتصادی-اجتماعی ساکنین آن را مورد قضاوت و در ۵ گروه درآمدی قرار دهند. به دلیل تأثیر نام منطقه و نواحی در ادراک و ارزیابی پاسخ‌دهندگان نسبت به تصویر نماها، تصاویر بدون اشاره به مکانشان در دسترس شهروندان قرار گرفتند تا بی‌طرفانه و با توجه به فاکتورهای طراحی نمایشان قضاوت شوند. جهت سهولت درک و قضاوت پاسخگویان از تصاویر، گروه‌های درآمدی منطقه ۴ تهران مشخص و در پرسشنامه آورده شد. در کشورها و پژوهش‌های مختلف، تعیین گروه‌های درآمدی به‌صورت درصدی از متوسط درآمد منطقه^{۲۱} (AMI) محاسبه می‌شود (Subramanian, 2005; Pendall et al., 2015; Hedman et al., 2017). متوسط درآمد شهروندان منطقه ۴، ۹۰٪ متوسط درآمد کل استان تهران بوده و با توجه به درآمد ماهانه‌ی یک خانواده شهری در استان تهران در

مشاور عرصه، ۱۳۸۴، ۵۸). بخش‌هایی از منطقه ۴ که جهت تحلیل، مورد عکس‌برداری قرار گرفت در شکل ۳ نشان داده شده است، به دلیل لزوم تنوع تصاویر و پوشش کل منطقه، محدوده‌ی مطالعه از نظر ارزش املاک به ۴ بخش تقسیم شد (سازمان امور مالیاتی کشور، ۱۳۹۶) و سعی شد تا عکس‌برداری از انواع نماهای مسکونی با سطوح اقتصادی مختلف در هر بخش، تهیه شود.

برای ارزیابی استیگما (برچسب منفی) که با دیدن یک‌خانه به آن نسبت داده می‌شود و حذف تأثیر ساختمان‌های اطراف بر قضاوت افراد، بررسی تک بنا ضرورت داشت. بدین ترتیب استیگما که فاکتورهای مؤثر یک نما بر استیگما قابل استخراج است.

جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

جامعه آماری این پژوهش شهروندان منطقه ۴ تهران است. به دست آوردن حجم نمونه بر اساس دیدگاه کلاین به ازای هر متغیر در پژوهش ۵ نفر پیشنهاد شده است، لذا بر اساس گویه‌های پرسشنامه، حجم نمونه ۹۰ نفر است همچنین به این دلیل که در یک فرایند پیمایشی حجم نمونه نباید از ۲۰۰ نفر کمتر باشد (Kline, 2011)، ۲۰۳ شهروند منطقه جهت تکمیل پرسشنامه‌ها، به‌صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. از طرفی، طبق پیشینه پژوهش در ارتباط با استیگمای محله، به دلیل حضور و قضاوت روزانه افراد از محیطی کالبدی شهر (مانند نماهای مسکونی)، ادراک آن و سپس عکس‌عملی که آن‌ها پس از قضاوت از خود بروز می‌دهند (رفتارهایی چون عدم

جدول ۱. گروه درآمدی ساکنان منطقه ۴ تهران

گروه درآمدی	۱	۲	۳	۴	۵
پدرآمد	متوسط درآمد بالا	متوسط درآمد	متوسط درآمد پایین	کم درآمد	
	۱۲۰٪ منطقه به بالا	۱۰۰-۱۲۰٪ منطقه	۱۰۰٪ منطقه	۸۰-۱۰۰٪ منطقه	۵۰-۸۰٪
متوسط درآمد ماهانه شهروندان منطقه ۴ اسفند ۹۶ (هزار ریال)	>۴۴۰۰۰	۳۶۶۰-۴۴۰۰۰	۳۶۶۰۰	۲۹۲۰۰-۳۶۶۰۰	۱۸۳۰۰-۰۲۹۲۰۰

با توجه به مقدار «خی دو» و درجه آزادی، در سطح ۹۹/۹ درصد اطمینان رد می‌شود ($P < 0/001$). پس سؤالات عمومی پرسشنامه برای تشکیل عوامل دارای همبستگی کافی و معنی‌دار است و مجاز به استفاده از روش تحلیل عاملی هستیم.

یافته‌های پژوهش

پرسشنامه‌ی بسته

با تحلیل داده‌ها، ۵ عامل به دلیل بار عاملی بزرگ‌تر از ۱ قابل استخراج است که درصد تجمعی این ۵ عامل، ۵۵/۹ درصد است و نشان می‌دهد حدود ۵۶ درصد تفکر پاسخ‌دهندگان مشترک بود. این بدان معناست که واقعیت بیرونی وجود داشته است که توانسته ۵۶ درصد از تفکر پاسخ‌دهندگان را به خود جلب کرده و نظریات مشترک آنان را شکل داده است (جدول ۲). در جدول ۳ بار عاملی هر کدام از عامل‌ها بعد از چرخش مشخص شده است. به کمک این آمار می‌توان به شناسایی عامل‌هایی که قابل تعریف

سال ۱۳۹۵ و نرخ تورم حدود ۱۰٪ تا سال ۱۳۹۶، می‌توان متوسط درآمد ساکنین منطقه ۴ تهران را در اسفند ۱۳۹۶ حدود ۳/۶۶۰/۰۰۰ میلیون تومان محاسبه کرد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵؛ مهندسین مشاور عرصه، ۱۳۸۴) گروه‌های درآمدی مورداستفاده در این پژوهش در جدول ۱ آورده شده است. «گروه کم درآمد» یا فرودست، اصطلاحی نسبی است و در هر منطقه می‌تواند تعریف متفاوتی داشته باشد. در اینجا منظور، گروهی از افراد است که در یک منطقه‌ی مشخص، دارای سطح درآمدی پایین‌تر از دیگر افراد منطقه هستند.

با استفاده از نظر متخصصین، میزان انطباق سؤالات باهدف و محتوای پژوهش، تأیید و اصلاح گردید. جهت پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شد (۰/۸۲۲). به منظور بررسی مناسب بودن حجم نمونه انتخابی برای انجام تحلیل عاملی از آزمون KMO و آزمون کروییت بارتلت استفاده شد؛ و مقدار به دست آمده برای KMO در این پژوهش که برابر برای هر پرسشنامه (نما و عکس) بالای ۰/۸ است نشان می‌دهد حجم نمونه‌ها کافی است. در آزمون بارتلت، فرض صفر

جدول ۲. مجموع واریانس تبیین شده قبل و بعد از چرخش

عامل‌ها	قبل از چرخش			بعد از چرخش		
	مجموع	واریانس برحسب درصد	واریانس تراکمی برحسب درصد	مجموع	واریانس برحسب درصد	واریانس تراکمی برحسب درصد
۱	۴/۶۲۱	۲۷/۱۸۲	۲۷/۱۸۲	۲/۲۷۱	۱۳/۳۵۸	۱۳/۳۵۸
۲	۱/۴۲۱	۸/۳۵۷	۳۵/۵۳۸	۲/۰۲۵	۱۱/۹۰۹	۲۵/۲۶۷
۳	۱/۳۳۰	۷/۸۲۴	۴۳/۳۶۳	۱/۹۰۹	۱۱/۲۳۲	۳۶/۴۹۹
۴	۱/۰۸۰	۶/۳۵۳	۴۹/۷۱۶	۱/۶۵۶	۹/۷۴۱	۴۶/۲۴۰
۵	۱/۰۵۳	۶/۱۹۵	۵۵/۹۱۱	۱/۶۴۴	۹/۶۷۱	۵۵/۹۱۱

جدول ۳. ماتریس ۵ عامل استخراج شده پس از چرخش و بار عاملی هریک

عامل اول		عامل دوم		عامل سوم		عامل چهارم		عامل پنجم	
گویه	بار عاملی	گویه	بار عاملی	گویه	بار عاملی	گویه	بار عاملی	گویه	بار عاملی
Q15	۰/۷۷۳	Q3	۰/۷۷۰	Q5	۰/۷۵۸	Q2	۰/۷۰۰	Q7	۰/۷۶۶
Q16	۰/۶۱۴	Q12	۰/۵۶۶	Q6	۰/۷۴۲	Q9	۰/۶۷۴	Q17	۰/۵۴۰
Q11	۰/۵۲۱	Q14	۰/۵۴۲	Q8	۰/۵۶۹	Q13	۰/۵۸۳	Q4	۰/۴۵۶
		Q10	۰/۴۹۱	Q1	۰/۴۹۴				

روشن بودن مصالح، تأمین می‌شود؛ بنابراین برای اعتباربخشی به نمای مسکن باید به مشخصات بالکن نیز توجه شود.

۵) آشفتگی بصری (با واریانس ۰/۰۹۶) از جمله تعداد پنجره، عدم تناسب در نما و عناصر الحاقی مصنوعی حاصل می‌شود. این عامل آخرین عامل در شکل‌دهی اعتبار اداری یک نماست که مورد توجه شهروندان در قضاوت ارزشی قرار گرفته است.

پرسشنامه تصویری

در تحلیل ۴۰ نما توسط شهروندان، از بین ۱۰ عامل استخراج شده (جدول ۴)، پنج عامل به دلیل تعداد کم عکس و تأیید نمودار اسکری حذف شدند. درصد تجمعی ۵ عامل باقیمانده، ۵۹/۶ درصد است که نشان می‌دهد تفکر پاسخ‌دهندگان واقعیت مشترک بیرونی دارد.

جدول ۵ ماتریس داده‌های چرخش داده شده است و بار عاملی هر کدام از عامل‌ها بعد از چرخش در آن مشخص شده است.

در جدول ۶ تصاویر مربوط به ۵ نوع دسته‌بندی که توسط شهروندان صورت گرفت همراه با بار عاملی و میانگین نمره هریک، آورده شده است. طبق تصاویر جدول ۶، تحلیل و تعریف عامل‌ها (گروه‌ها) این گونه است: گروه اول: این گروه با واریانس ۰/۰۹۴ دارای بیشترین واریانس و قدرت تبیین ۹/۴ درصد است که بیانگر این است که پاسخگویان در فهم مشترک این گروه بیشترین توافق را داشتند. ساختمان‌های مسکونی این دسته، دارای ساکنین متوسط درآمد پایین و متوسط درآمد ادراک شده‌اند (گروه درآمدی ۳ و ۴ در جدول ۱). این گروه ماحصل ویژگی‌هایی از جمله عرض کم نما، رنگ شیشه، عناصر الحاقی مصنوعی، مصالح به‌ظاهر ارزان است که به‌طور مشترک مورد توجه شهروندان قرار گرفته است. گروه دوم با واریانس ۰/۰۸۵ و قدرت تبیین ۸/۵ درصد، دومین گروهی است که شهروندان در دسته‌بندی‌های خود

هستند مبادرت ورزید. بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۳ برای هر گویه، معنادار تلقی می‌شود.

برای هر یک از عامل‌ها با توجه به گویه‌های مرتبط با آن به کمک متخصصین عنوان مناسب انتخاب گردید. واریانس تراکمی (جدول ۲) نشان داد که به کمک این پرسشنامه می‌توان ۵۵/۹ درصد از عوامل مؤثر بر شأن و اعتبار یک ساختمان مسکونی (از منظر نمای آن) که در جامعه مورد نظر وجود دارد را تبیین کرد. این عوامل عبارت‌اند از:

۱) عامل طراحی نما (با واریانس ۰/۱۳۳) قدرت تبیین بالایی دارد و پاسخگویان در فهم مشترک این عامل بیشترین توافق را داشتند. این عامل اولین عامل تعیین‌کننده‌ی شأن و اعتبار ادراک شده از نمای مسکونی است. پس عامل طراحی ماحصل وجوه طراحی جداره‌ی ساختمان، نورپردازی نما و طراحی بالکن است. این سه وجه، شأن یک نمای مسکونی از نظر طراحی نما ارتقاء می‌دهد.

۲) ابعاد ساختمان و جزئیات نما (با واریانس ۰/۱۱۹) دومین عامل مؤثر بر شأن و اعتبار مسکن از طریق نما است. این عامل یکی از وجوه ارزشی مسکن ابعاد و جزئیات نمای آن است که با توجه به تزیینات و جزئیات مصالح، عرض (زمین) ارتفاع و تمیزی نما تأمین می‌شود. این‌گونه استنباط می‌شود که برای متعلق شدن مسکنی به ساکنین با طبقه‌ی اجتماعی-اقتصادی بالا، توجه به ابعاد و جزئیات و عناصر نما ضروری است.

۳) عامل مصالح و شکل بازشو (با واریانس ۰/۱۱۲) وجوه مربوط به شأن و اعتبار مرتبط با نمای مسکن را تبیین می‌کند. تعریف آن بدین صورت است: این عامل از طریق وجوه شکل پنجره، رنگ شیشه، شکل ورودی و جنس مصالح حاصل می‌شود؛ بنابراین مصالح و شکل بازشوها در شکل دادن به ارزش ادراکی یک‌خانه نقش مهمی دارند.

۴) ویژگی بالکن (با واریانس ۰/۰۹۷) با توجه به ابعاد آن و تیره و

جدول ۴. مجموع واریانس تبیین شده قبل و بعد از چرخش

عامل‌ها	قبل از چرخش			بعد از چرخش		
	مجموع	واریانس بر حسب درصد	واریانس تراکمی بر حسب درصد	مجموع	واریانس بر حسب درصد	واریانس تراکمی بر حسب درصد
۱	۹/۷۱۲	۲۴/۲۸۰	۲۴/۲۸۰	۳/۷۸۲	۹/۴۵۴	۹/۴۵۴
۲	۲/۹۲۶	۷/۳۱۵	۳۱/۵۹۴	۳/۴۲۹	۸/۵۷۲	۱۸/۰۲۶
۳	۱/۹۹۰	۴/۹۷۴	۳۶/۵۶۹	۲/۹۵۸	۷/۳۹۴	۲۵/۴۲۰
۴	۱/۷۵۷	۴/۳۹۲	۴۰/۹۶۱	۲/۶۸۱	۶/۷۰۲	۳۲/۱۲۲
۵	۱/۵۰۱	۳/۷۵۱	۴۴/۷۱۲	۲/۴۶۸	۶/۱۷۰	۳۸/۲۹۲
۶	۱/۴۰۷	۳/۵۱۷	۴۸/۲۲۹	۱/۹۶۴	۴/۹۱۱	۴۳/۲۰۲
۷	۱/۲۳۹	۳/۰۹۷	۵۱/۳۲۵	۱/۸۹۹	۴/۷۴۹	۴۷/۹۵۱
۸	۱/۱۷۳	۲/۹۳۲	۵۴/۲۵۷	۱/۷۰۲	۴/۲۵۶	۵۲/۲۰۶
۹	۱/۱۲۹	۲/۸۲۳	۵۷/۰۸۱	۱/۶۱۷	۴/۰۴۱	۵۶/۲۴۸
۱۰	۱/۰۳۵	۲/۵۸۸	۵۹/۶۶۹	۱/۳۶۸	۳/۴۲۱	۵۹/۶۶۹

جدول ۵. ماتریس ۵ عامل (گروه) استخراج شده پس از چرخش و بارعاملی هریک

عامل اول		عامل دوم		عامل سوم		عامل چهارم		عامل پنجم	
بارعاملی	گویه	بارعاملی	گویه	بارعاملی	گویه	بارعاملی	گویه	بارعاملی	گویه
۰/۷۱۳	Q20	۰/۶۸۱	Q12	۰/۶۸۲	Q21	۰/۷۰۷	Q15	۰/۷۹۵	Q2
۰/۶۶۷	Q26	۰/۵۸۴	Q39	۰/۶۱۳	Q40	۰/۶۹۸	Q18	۰/۷۲۱	Q23
۰/۵۷۵	Q28	۰/۵۵۶	Q10	۰/۵۴۳	Q7	۰/۵۵۰	Q16	۰/۶۰۰	Q17
۰/۵۱۴	Q37	۰/۵۳۵	Q34	۰/۴۹۷	Q9	۰/۵۱۲	Q22	۰/۴۵۱	Q19
۰/۴۹۴	Q14	۰/۵۳۵	Q33	۰/۴۸۱	Q5	۰/۴۹۹	Q29	۰/۴۲۰	Q27
۰/۴۹۱	Q13	۰/۴۴۶	Q4	۰/۴۶۷	Q36				
۰/۴۵۸	Q31			۰/۳۷۶	Q1				
۰/۴۴۵	Q6								

جدول ۶: تصاویر مربوط به هر دسته‌بندی صورت گرفته توسط شهروندان

تصاویر نمای ساختمان مسکونی								عامل
								۱
۰/۴۴۵	۰/۴۵۸	۰/۴۹۱	۰/۴۹۴	۰/۵۱۴	۰/۵۷۵	۰/۶۶۷	۰/۷۱۳	بار عاملی
۲/۲۲	۳/۲۹	۲/۳۸	۱/۴۶	۲/۶۳	۱/۹۶	۲/۲۵	۱/۵۳	میانگین نمره
								۲
۰/۴۴۶	۰/۵۳۵	۰/۵۳۵	۰/۵۵۶	۰/۵۸۴	۰/۶۸۱			بار عاملی
۴/۱۷	۳/۲۵	۳/۷۱	۳/۲۲	۳/۱۹	۳/۵۲			میانگین نمره
								۳
۰/۳۷۶	۰/۴۶۷	۰/۴۸۱	۰/۴۹۷	۰/۵۴۳	۰/۶۱۳	۰/۶۸۲		بار عاملی
۲/۸۵	۲/۲۸	۲/۳۳	۲/۷۷	۲/۵۷	۲/۲۶	۳/۱۴		میانگین نمره
								۴
۰/۴۹۹	۰/۵۱۲	۰/۵۵۰	۰/۶۹۸	۰/۷۰۷				بار عاملی
۳/۷۱	۴/۰۵	۴/۶۶	۴/۲۴	4/۶۲				میانگین نمره
								۵
۰/۴۲۰	۰/۴۵۱	۰/۶۰۰	۰/۷۲۱	۰/۷۹۵				بار عاملی
۱/۵۸	۱/۴۱	۱/۳۱	۱/۵۸	۱/۶۹				میانگین نمره

بدان توافق داشتند. ساختمان‌های مسکونی این دسته، دارای ساکنین متوسط درآمد و متوسط درآمد بالا حدس زده شده‌اند (گروه درآمدی ۳ و ۲ در جدول ۱) و ویژگی مشترک آن‌ها «نمای طراحی شده» است؛ بنابراین طراحی نما با وجود تناسب در عین تنوع، جزئیات و تلفیق صحیح مصالح می‌تواند به ادراک بالاتر یک ساختمان کمک کند. گروه سوم با واریانس $0/073$ است و قدرت تبیین $7/3$ درصد ساختمان‌های مسکونی دارای ساکنین متوسط درآمد پایین و متوسط درآمد ادراک را شامل است. ابعاد بزرگ و ساختمان‌های حجیم ویژگی اصلی و مشترک این گروه بوده و تداعی‌کننده‌ی تراکم بالای ساکنین است. ویژگی دیگر مشترک، سطح صاف و بدون برجستگی نماست؛ بنابراین اگر سطح بزرگ نما همراه با ویژگی‌هایی از جمله عدم برجستگی، کثیفی و دارای مصالح به ظاهر ارزان باشد کم‌اعتبارتر ادراک می‌شود. گروه چهارم با واریانس $0/067$ ، تبیین‌کننده‌ی $6/7$ درصد ساختمان‌های مسکونی ساکنین متوسط درآمد بالا و پردرآمد را پوشش می‌دهد. ساختمان‌های این گروه دارای شاخصه‌هایی از جمله، رنگ روشن مصالح، طرح نمای رومی، جزئیات مصالح و برجستگی در نما، پنجره‌های وسیع‌تر و اشکال ترکیبی مستطیل و هلالی است و از دید افراد بیرونی، شأن و اعتبار یک ساختمان مسکونی را افزایش می‌دهد. گروه پنجم با واریانس $0/061$ ، ساختمان‌های مسکونی را شامل می‌گردد که دارای ساکنین کم‌درآمد و متوسط درآمد پایین هستند. سطح صاف و یکنواخت، کثیفی و آسیب موجود در مصالح ناشی نگهداری ضعیف، از ویژگی‌های مشترک نمای ساختمان‌های این گروه است. در دو ساختمان آجری مشابه (دارای مصالح یکسان)، به نظر می‌رسد که ابعاد پنجره و رنگ و جزئیات شیشه همراه با عناصر الحاقی مصنوعی موجود در تصویر، در نمره دهی تأثیرگذار بوده است.

بحث و تحلیل توصیفی شاخصه‌های بصری مؤثر در شأن و اعتبار یک ساختمان مسکونی

یکی از عناصر مهم و تأثیرگذار در منظر شهری، نمای ساختمان‌های مسکونی است. نماها، حاوی نشانه‌هایی است که پیام‌هایی را به افراد بیرونی منتقل کرده و قضاوت‌های ارزشی شأن را شکل می‌دهد (Arthurson, 2012). در هنگام ادراک تصاویر کم‌اعتبار از نما، تمایل افراد بیرونی به برقراری ارتباط با ساکنین آن خانه و محله کاهش می‌یابد. این فرآیند حتی استیگمای منطقیه و جدایی‌گزینی‌های اجتماعی و فضایی را به همراه دارد (Price, 2017). طبق یافته‌های پژوهش، عناصر تأثیرگذار بر اعتبار بیرونی مسکن عبارت‌اند از: جنس، رنگ و جزئیات مصالح؛ کلیت مصالح موجود در تصاویر، شامل سنگ، آجر و کامپوزیت است. پاسخ‌دهندگان بین این سه مصالح بیشتر

به نوع و رنگ و جزئیات آن‌ها، تفاوت قائل شدند. سنگ و آجری که با جزئیات و برش‌های پیچیده‌تری به کاررفته‌اند، امتیاز بالاتری کسب کرده‌اند؛ و جزئیاتی از قبیل قاب‌های دور پنجره، بیرون‌زدگی‌ها، نیم‌ستون‌ها به نمایش برتر پرستیژ یک ساختمان مسکونی کمک می‌کنند. تیره یا روشن بودن رنگ مصالح در طبقه‌بندی نماها تأثیر قابل توجهی ندارد و فقط رنگ روشن به بزرگ‌تر نشان دادن ساختمان (از نظر ادراکی) کمک کرده و افراد دانه‌بندی بزرگ را نشانی از مرفه‌تر بودن ساکنین تلقی می‌کنند. مصالح تخریب‌شده و ناتمام نیز می‌تواند باعث کم‌ارزش جلوه دادن ساختمان مسکونی شود. عناصر الحاقی مصنوعی و طبیعی در ادارک شأن نمای مسکونی بسیار اهمیت دارند که با بررسی تصاویر نیز این نکته تأیید شد. پاسخ‌دهندگان، خانه‌هایی را که عناصر الحاقی مصنوعی داشتند دارای ساکنینی کم‌درآمدتر از ساکنین خانه‌هایی که عناصر الحاقی طبیعی داشتند قلمداد کردند؛ بنابراین عناصری مانند کولر، سیم‌های الکتریکی، بند رخت می‌تواند ادراک ارزش اقتصادی-اجتماعی یک خانه را تنزل داده و حس آشفتگی را در فرد نظاره‌گر برانگیزاند؛ برعکس، عناصر طبیعی از جمله گل و گیاه در بالکن‌ها یا کنار پنجره‌ها و درخت‌های قرارگرفته در قباب نمای یک واحد مسکونی موجب تأثیر مثبت بر اعتبار آن خانه می‌شوند. ابعاد و شکل بازشوها، نسبت به تعداد آن در ادراک اعتبار یک‌خانه و مرفه‌تر نشان دادن ساکنینش تأثیر بیشتری دارند (جدول ۵)؛ بدین ترتیب که ساختمان‌هایی با پنجره‌های وسیع‌تر، به نظر می‌رسد حس اعتبار و ارزش بالاتری را در مخاطب به وجود می‌آورند. حتی ساختمان‌هایی با یک‌گونه مصالح، فقط به دلیل ابعاد و جزئیات بازشوهایشان در گروه‌های مختلف درآمدی قرارگرفته‌اند. در تحلیل تصاویر، رنگ شیشه‌ها در قضاوت ارزشی نقش داشته است، بدین‌صورت که خانه‌هایی با شیشه‌های رنگی (سبز و آبی)، دارای ساکنینی کم‌درآمدتر حدس زده شدند. در ارتباط با تأثیر تعداد پنجره، تفاوت قابل‌ملاحظه‌ای در طبقه‌بندی تصاویر دیده نشد. شکل ورودی نیز یکی از فاکتورهای تأثیرگذار بر ادارک افراد بیرونی از شأن یک‌خانه است. در این طبقه‌بندی، پاسخ‌دهندگان به این فاکتور توجه معنی‌داری داشتند و به نظرشان ورودی طراحی‌شده، بزرگ‌تر و دعوت‌کننده، ارزش ادراکی یک‌خانه را ارتقاء می‌دهد و ساختمان‌هایی که دارای ورودی مشخص‌تر و طراحی‌شده بود، امتیاز بالاتری کسب کردند. بالکن: ابعاد و نوع طراحی بالکن نسبت به وجود آن، تأثیر و اهمیت بیشتری در اعتبار بیرونی یک ساختمان مسکونی دارد (استخراج از گویه‌های عامل‌های ۱ و ۲). با بررسی تصاویر گروه‌بندی‌شده مشخص شد که ساختمان‌هایی که سطح صاف (بدون بیرون‌زدگی و فرورفتگی در نما) داشتند، برای گروه کم‌درآمدتر انتخاب شدند؛ بنابراین می‌توان

در مرحله‌ی طراحی مسکن است. عوامل مؤثر در ادراک اعتبار یک نمای مسکونی شامل طراحی نما، ابعاد ساختمان و جزئیات، مصالح و بازشسو، ویژگی بالکن و آشفنگی بصری است که در جهت کاهش استیگما در نمای مساکن گروه‌های کم‌درآمد باید مورد توجه قرار گیرد. در این راستا، می‌توان از مصالحی استفاده کرد که قیمتی‌تر به نظر می‌آیند (نه اینکه اجباراً گران‌قیمت باشند)، دارای رنگ‌های روشن‌تر و جزئیات و برش‌هایی باشد؛ نما به صورت سطحی صاف و بدون شکست رها نشود؛ طراحی عنصر بالکن، می‌تواند شأن یک ساختمان را بالا برده و از نمایی مسطح جلوگیری کند، بنابراین خوب است بالکن‌هایی در نما در نظر گرفته شود و گونه‌ای طراحی شود که ابعاد آن بزرگ‌تر به نظر آید. از آنجاکه بازشوه‌های وسیع‌تر بر اعتبار ادراکی یک‌خانه می‌افزایند، بدین منظور، با تفکری اقتصادی، می‌توان در مساکن کم‌درآمد از تعداد پنجره‌ها کاسته و به ابعاد آن‌ها اضافه شود و یا ورودی‌های تعریف‌شده‌ای برای خانه‌ها طراحی شود. از آنجاکه عرض نما فاکتور مهمی در ارزش ادراکی آن است، می‌توان در برنامه‌ریزی و طراحی شهری، برخی قطعه‌های کوچک زمین را به گونه‌ای تعریف کرد که از شأن ساختمان واقع در آن نگاهد بدین صورت که دارای طول کمتر و عرض (بر) بیشتر باشد؛ ساکنین باید آگاه باشند که در صورت نگهداری مناسب از نمای خانه‌های خود، به ارتقاء شأن آن کمک کرده‌اند، شستشوی نما و تعمیر قطعات آسیب‌دیده‌ی بیرونی می‌تواند در این راه چاره‌ساز باشد؛ طراحی نما و نورپردازی نیز، علی‌رغم تحمیل هزینه‌ی اضافی برای بنا، سهم بسزایی در افزایش ارزش ادراکی آن دارند، ساکنینی که استطاعت بیشتری دارند می‌توانند از این فاکتورها برای افزایش شأن مسکن خود استفاده کنند، حتی برای افراد کم‌درآمدتر نیز می‌توان به صورت طرح و جزئیات در برخی از نقاط مانند قاب پنجره یا نیم ستون، از سادگی و ضعف اعتبار آن، کاست. رعایت حتی یکی از این عوامل می‌تواند با ایجاد تعادل در فرآیند برچسب‌زنی، «ننگ» ناشی از نما را کاهش داده و در ادراک افراد از طبقه‌ی اجتماعی-اقتصادی ساکنین تأثیر مثبت ایجاد کند. این مطالعه نشان داد که چگونه طراحی جزئیات نمای مسکن می‌تواند ادراک مردم را درباره یک اصطلاح اجتماعی، ساختمان و حتی منطقه تغییر دهد. تفکر و ادراک مثبت در طولانی‌مدت می‌تواند تأثیرات عمده‌ای بر رفتار مردم داشته باشد که گامی است در جهت ایجاد تعاملات اجتماعی بین گروه‌های مختلف درآمدی در مجموعه‌های زیستی ناهمگن. این نتایج قابل‌استفاده‌ی برنامه‌ریزان و طراحان و معماران در مباحث زیباشناسی و ارزیابی‌های بیرونی است. لازم است قبل از احداث آپارتمان‌ها در نقاط مختلف شهری، نگرش قالب ساکنین محله مطالعه شده و با توجه به بافت موجود، اجزای نمادین طراحی پیش‌گفته، جهت

نتیجه گرفت که وجود بالکن از نظر بصری بر شأن یک بنا تأثیر داشته و بالکن‌هایی که بزرگ‌تر و مفصل‌تر به نظر می‌آیند، اعتبار خانه را بالا می‌برد. ابعاد کلی نما: پرسشنامه تأیید می‌کند که عرض زمین یکی از فاکتورهای بسیار مهم در ادراک اعتبار یک ساختمان مسکونی و ساکنین آن است؛ و پاسخ‌دهندگان، بین ساختمان‌های مسکونی با نمای مشابه ولی عرض‌های زمین متفاوت، تمایز قائل شده و نمای عریض‌تر را در گروه‌های مرفه‌تر قرار دادند. برخلاف شاخص عرض زمین، شاخص ارتفاع نما در تشخیص و تعیین شأن و اعتبار یک‌خانه، تأثیر بسیار ناچیزی داشت و ارتفاع واحدهای مسکونی و نمای کلی ساختمان از بیرون بنا برای مخاطب فاکتوری محسوس نبوده و در وهله‌ی اول تأثیری بر ادراک بصری او نمی‌گذارد. تحلیل پرسشنامه‌ها نیز اهمیت کم ارتفاع نما را بر داوری پرستیژ یک‌خانه تأیید می‌کند (از گویه‌های عامل چهارم). تمیزی نما یکی دیگر از برگ خریدهایی است که شهروندان در طبقه‌بندی تصاویر به آن توجه خاص داشتند. بدین ترتیب که ساختمان‌هایی با جنس مصالح یکسان اما آلودگی بیشتر و نواقص فنی در مصالح از نظر ساکنین، امتیاز پایین‌تری کسب کرده و برای گروه درآمدی ضعیف‌تر انتخاب شدند. این قضیه در ساختمان‌هایی که مصالحی بارنگ روشن‌تر دارد، بیشتر تأثیرگذار و قابل توجه است. طراحی: این مؤلفه شامل شاخص‌هایی از جمله طراحی و مهندسی ساز بودن، نورپردازی، تناسبات (عکس آشفنگی) است. شاخص‌های نمای طراحی‌شده و نورپردازی نسبت به دو شاخص دیگر، تأثیر عمیق‌تری بر ادراک بیرونی از شأن و اعتبار یک ساختمان مسکونی دارد. نمای خانه‌هایی که مانند یک سطح صاف رها شده ارزش ادراکی کمتری نسبت به نمای خانه‌هایی دارد که طراحی شده است. این طراحی می‌تواند عناصر کوچکی مانند قاب یک پنجره، نیم ستون یا حتی نرده‌های تزئینی باشد که تغییرات بزرگی را در نما به همراه دارند. میزان تناسب یا آشفنگی در نما می‌تواند حس انسجام و اعتبار آن را دچار تغییر کند. خانه‌هایی که اجزای نمای آن بانظم خاصی کنار هم قرار گرفته‌اند، با پرستیژ بالاتر ادراک می‌شوند.

نتیجه‌گیری

با توجه به اهمیت تصویری که املاک مسکونی به عموم ارائه می‌دهند و تأثیر آن بر قضاوت‌های بیرونی و ادراک اعتبار ساکنین آن، پژوهش حاضر به بررسی این مهم در قالب پیمایش از شهروندان پرداخته است و هدف آن کشف عناصر و خصوصیات متمایزکننده در نما است که موجب برچسب‌زنی طبقه‌ی اجتماعی-اقتصادی ساکنین می‌شود. مطالعه‌ی انجام‌شده مبین این است که هدف حاضر، مسئله‌ای جدی

۲۰. نگارندگان با برداشت از دفترچه ارزش معاملاتی املاک شهر تهران، ۱۳۹۶.

21. Area Median Income

فهرست مراجع

۱. افروغ، عماد. (۱۳۹۶). *فضا و جامعه (فضای شهری و نابرابری اجتماعی)*. تهران: نشر علم
۲. باقری، سحر؛ و عینی فر، علیرضا. (۱۳۹۵). تدقیق و تحدید حوزه شمول و نمود نشانه‌ها در معماری. *آرمان شهر*، ۱۷، ۱-۱۰.
۳. براتی، ناصر؛ و کاکاوند، الهام. (۱۳۹۲). ارزیابی تطبیقی کیفیت محیط سکونت شهری با تأکید بر تصویر ذهنی شهروندان. *هنرهای زیبا*، ۱۸(۳)، ۳۲-۲۵.
۴. پاکزاد، جهان‌شاه. (۱۳۸۲). پدیدارشناسی نمای ساختمان‌های مسکونی و سیر تکوینی توقعات از آن. *هنرهای زیبا*، ۱۴، ۵۱-۶۲.
۵. پیری، عیسی؛ عزیزی، میلاد؛ روشنایی، پیمان؛ و رضایان، مهدی. (۱۳۹۴). تأثیر کیفیت نقشه‌ی ذهنی بر امنیت اجتماعی خانواده در فضاهای عمومی شهر مطالعه‌ی در کلان‌شهر تبریز. *مطالعات اجتماعی ایران*، ۲۹(۹)، ۵۰-۷۰.
۶. خلوصی، امیرحسین؛ بهزادفر، مصطفی؛ و محمدی، مریم. (۱۳۹۳). تبیین عوامل مؤثر بر طراحی بدنه خیابانی مبتنی بر دلالت‌های زیبایی شناسانه مطالعه موردی: خیابان بهار، منطقه ۷ شهرداری تهران. *معماری و شهرسازی پایدار*، ۱(۲)، ۲۷-۴۲.
۷. سازمان امور مالیاتی کشور. (۱۳۹۶). *ارزش معاملاتی املاک شهر تهران (مناطق ۲۲ گانه)*. وزارت امور اقتصاد و دارایی، سازمان امور مالیاتی کشور. تهران: معاونت پژوهش، برنامه‌ریزی و امور بین‌الملل، دفتر پژوهش و برنامه‌ریزی.
۸. عباسی، زهرا. (۱۳۹۶). معیارهای زیبایی شناسانه نما و بدنه‌های مطلوب شهری با تأکید بر هویت بومی (نمونه موردی حدفاصل میدان مطهری تا تقاطع خیابان حجت شهر قم). *مدیریت شهری*، ۱۶(۴۷)، ۲۵۵-۲۷۶.
۹. کاکاوند، الهام؛ براتی، ناصر؛ و امین‌زاده گوهرریزی، بهرام. (۱۳۹۲). سنجش تطبیقی تصویر ذهنی شهروند و شهرساز به مفهوم کیفیت محیط شهری (مطالعه موردی: بافت فرسوده شهر قزوین). *ماهنامه باغ نظر*، ۱۰(۲۵)، ۱۰۱-۱۱۲.
۱۰. گلکار، کوروش. (۱۳۸۷). محیط بصری شهر؛ سیر تحول از رویکرد تزیینی تا رویکرد پایدار. *علوم محیطی*، ۴(۵)، ۹۵-۱۱.
۱۱. لنگ، جان. (۱۳۸۶). *آفرینش نظریه معماری: نقش علوم رفتاری در طراحی محیط*. (علیرضا عینی فر، مترجم). تهران: دانشگاه تهران.

کاهش استیگمای نما و همچنین افزایش ارزش ادراکی املاک (مسکن موردنظر و مسکن‌های اطراف) استفاده شود. بدین ترتیب این امکان برای مسکن گروه‌های مختلف اجتماعی-اقتصادی به وجود می‌آید که محله‌ای منسجم و درعین حال متنوع داشته باشند. پژوهش‌های آینده: با توجه به اینکه عوامل دیگری غیر از کالبد مسکن می‌تواند در فرایند بدنام سازی نقش داشته باشد، لازم است تا در پژوهش‌های آینده، در مقیاسی بزرگ‌تر از «خانه» و فراتر از تک بنا، تأثیر فاکتورهای شهری و محیطی نیز در نوع قضاوت و ارزش‌گذاری مردم درباره‌ی اعتبار یک «محله» و حتی «محله» موردبررسی قرار گیرند. پیشنهاد دیگر می‌تواند، بررسی ۵ عامل کشف‌شده در این پژوهش، از نظر اقتصادی باشد که بتواند به‌طور عملی در نمای ساختمان‌های گروه کم‌درآمدتر به کار رود.

پی‌نوشت‌ها

۱. استیگما در فارسی به معنی ننگ و داغ می‌باشد که با مفهوم مدنظر فاصله دارد. با توجه به کاربرد رایج این واژه در پژوهش‌های پزشکی داخلی، مستقیماً از آن استفاده شد.

2. Moles
3. Permentier
4. Sampson & Raudenbush
5. Sakizlioglu & Uitermark
6. Gentrification
7. Ruiz-tagle
8. Arthurson
9. Price
10. Stigmatization
11. Crawford
12. Imamoglu
13. Salesses
14. AlHalawani
15. Choo
16. Nasar & Hong
17. Rapoport
18. Goffman
19. Label

- Architecture. *Journal of Housing and Rural Environment*, 33(146), 91-106.
23. De Maio, F. G. (2014). *Income Inequality Hypothesis* (Ed), The Wiley Blackwell Encyclopedia of Health, Illness, Behavior, and Society (Vol.4, pp. 1223-1228). New York, US: John Wiley & Sons, Ltd.
24. Eckenrode, J., Smith, E. G., McCarthy, M. E., & Dineen, M. (2014). Income inequality and child maltreatment in the United States. *Pediatrics*, 133(3), 454-461.
25. Fainstein, S. S. (2010). *The just city*. New York, US: Cornell University Press.
26. Gale, S. L., Magzamen, S. L., Radke, J. D., & Tager, I. B. (2011). Crime, neighborhood deprivation, and asthma: a GIS approach to define and assess neighborhoods. *Spatial and spatio-temporal epidemiology*, 2(2), 59-67.
27. Goffman, E. (2009). *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*. New York, US: Simon and Schuster.
28. Hinshaw, S. P. (2009). *The mark of shame: Stigma of mental illness and an agenda for change*. New York, US: Oxford University Press.
29. Hipp, J. R. (2007). Income inequality, race, and place: Does the distribution of race and class within neighborhoods affect crime rates? *Criminology*, 45(3), 665-697.
30. Imamoglu, C. (2000). Complexity, Liking And Familiarity: Architecture And Non-Architecture Turkish Students'assessments Of Traditional And Modern House Facades. *Journal of Environmental Psychology*, 20(1), 5-16.
31. Kaltenborn, B. P., & Bjerke, T. (2002). Associations between environmental value orientations and landscape preferences. *Landscape and Urban planning*, 59(1), 1-11.
32. Keene, D. E., & Padilla, M. B. (2010). Race, class and the stigma of place: Moving to "opportunity" in Eastern Iowa. *Health & place*, 16(6), 1216-1223.
33. Kelaher, M., Warr, D. J., Feldman, P., & Tacticos, T. (2010). Living in 'Birdsville': Exploring the impact of neighbourhood stigma on health. *Health & place*, 16(2), 381-388.
۱۲. مرکز آمار ایران. (۱۳۹۵). چکیده نتایج طرح آمارگیری هزینه و درآمد خانوار شهری و روستایی. دفتر جمعیت، نیروی کار و سرشماری. خردادماه. <https://www.amar.org.ir/Portals/0/News/1396/chnhvdkhshvrs-95.pdf>
۱۳. مهندسین مشاور عرصه. (۱۳۸۴). الگوی توسعه منطقه ۴، گزارش شماره ۱-۵. مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران: وزارت مسکن و شهرسازی.
۱۴. نیازی، محسن. (۱۳۹۰). روش‌های تحقیق تلفیقی، جنبش سوم روش‌شناختی در علوم اجتماعی. *مطالعات اجتماعی ایران*، ۵(۲)، ۱۵۸-۱۸۱.
15. Ahmadi, B. (1992). *From Pictorial Signs to the Text: Toward the Semiotics of Visual Communication*, (1th Ed.). Tehran: Markaz Publications.
16. AlHalawani, S., Yang, Y. L., Liu, H., & Mitra, N. J. (2013). *Interactive Facades Analysis and Synthesis of Semi-Regular Facades*. *Computer Graphics Forum* (Vol. 32, No. 2pt2, pp. 215-224). Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd.
17. Arthurson, K. (2012). *Social mix, reputation and stigma: Exploring residents' perspectives of neighbourhood effects In Neighbourhood effects research: New perspectives* (pp. 101-119), Springer, Dordrecht.
18. Burraston, B., McCutcheon, J. C., & Watts, S. J. (2018). Relative and absolute deprivation's relationship with violent crime in the United States: Testing an interaction effect between income inequality and disadvantage. *Crime & Delinquency*, 64(4), 542-560.
19. Choo, H., Nikrahei, B., Nasar, J. L., & Walther, D. (2015). Neural decoding of architectural styles from scene-specific brain regions. *Journal of vision*, 15(12), 520-520.
20. Choo, H., Nasar, J. L., Nikrahei, B., & Walther, D. B. (2017). Neural codes of seeing architectural styles. *Scientific reports*, 7, 1-8.
21. Crawford, P., Lee, E., & Beatty, M. (2015). Aesthetic perception of urban streetscapes and the impact of form-based codes and traditional zoning codes on commercial signage. *Current Urban Studies*, 3(03), 199-215.
22. Damyar, s. (2014). Relationship between Human Perceptual Dimensions with Factors of Identity in

34. Khosroshahi, A. (2015). *The just city: a critical discussion on Susan Fainstein's formulation*. Unpublished master's thesis, Faculty of Architecture and Society, Polytechnic University, Milan.
35. Kline, R. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. (3th ed). New York. In: NY Guilford Press.
36. Lahdenperä, J. (2012). *The Importance of Equality (Dissertation)*. Retrieved from <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:mdh:diva-14787>.
37. Link, B. G., & Phelan, J. C. (2001). Conceptualizing stigma. *Annual review of sociology*, 27(1), 363-385.
38. Link, B. G., Phelan, J. C., & Hatzenbuehler, M. L. (2014). *Stigma and social inequality*. In Handbook of the social psychology of inequality. (pp. 49-64). Springer, Dordrecht.
39. Moles, A. (1966). Information theory and esthetic perception. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 26 (4), 552-554
40. Nasar, J. L. (1994). Urban design aesthetics: The evaluative qualities of building exteriors. *Environment and Behavior*, 26(3), 377-401.
41. Nasar, J. L., & Hong, X. (1999). Visual preferences in urban signscapes. *Environment and Behavior*, 31(5), 671-691.
42. Nieuwenhuis, J., Van Ham, M., Yu, R., Branje, S., Meeus, W., & Hooimeijer, P. (2017). Being poorer than the rest of the neighborhood: relative deprivation and problem behavior of youth. *Journal of youth and adolescence*, 46(9), 1891-1904.
43. Pendall, R., Hendey, L., Greenberg, D., Pettit, K.L., Levy, D.K., Khare, A., Gallagher, M., Joseph, M., Curley, A., Rasheed, A. & Latham, N. (2015). *Choice Neighborhoods: Baseline Conditions and Early Progress*. Washington, DC: US Department of Housing and Urban Development.
44. Permentier, M., Bolt, G., & Van Ham, M. (2011). Determinants of neighbourhood satisfaction and perception of neighbourhood reputation. *Urban Studies*, 48(5), 977-996.
45. Permentier, M., Van Ham, M., & Bolt, G. (2009). Neighbourhood reputation and the intention to leave the neighbourhood. *Environment and Planning A*, 41(9), 2162-2180.
46. Pescosolido, B. A., & Martin, J. K. (2015). The stigma complex. *Annual review of sociology*, 41, 87-116.
47. Pickett, K.E., & Wilkinson, R.G. (2007). Child wellbeing and income inequality in rich societies: ecological cross sectional study. *Bmj*, 335(7629), 1-7.
48. Price, C. R. (2017). *Alleviating Affordable Housing Stigma by Design*. Unpublished doctoral dissertation, The Ohio State University, Ohio.
49. Rapoport, A. (1977). *Human aspects of urban form: towards a man—environment approach to urban form and design*. England: Oxford.
50. Ruiz-Tagle, J. (2017). *Territorial Stigmatization in Socially-Mixed Neighborhoods in Chicago and Santiago: A Comparison of Global-North and Global-South Urban Renewal Problems*. In *Social Housing and Urban Renewal: A Cross-National Perspective* (pp. 311-349): Emerald Publishing Limited.
51. Sakizlioglu, N. B., & Uitermark, J. (2014). The symbolic politics of gentrification: the restructuring of stigmatized neighborhoods in Amsterdam and Istanbul. *Environment and Planning A*, 46(6), 1369-1385.
52. Salesses, P., Schechtner, K., & Hidalgo, C. A. (2013). The collaborative image of the city: mapping the inequality of urban perception. *PloS one*, 8(7), e68400.
53. Sampson, R. J., & Raudenbush, S. W. (2004). Seeing disorder: Neighborhood stigma and the social construction of "broken windows". *Social Psychology Quarterly*, 67(4), 319-342.
54. Sartorius, N. (2007). Stigma and mental health. *The Lancet*, 370(9590), 810-811.
55. Subramanian, S. (2005). *Structured financial solutions for green affordable housing projects*, Unpublished doctoral dissertation, Institute of Technology, Massachusetts.
56. Van den Berg, A. E., & Koole, S. L. (2006). New wilderness in the Netherlands: An investigation of visual preferences for nature development landscapes. *Landscape and*

Urban planning, 78(4), 362-372.

57. Wen, M., Browning, C. R., & Cagney, K. A. (2003). Poverty, affluence, and income inequality: neighborhood economic structure and its implications for health. *Social*

science & medicine, 57(5), 843-860.

58. Werthman, C. S. (1970). *The social meaning of the physical environment*. United States: University Microfilms.

The Effect of House Facade Signs On the Stigma of Resident`s Socio-Economic Status (Case Study: Tehran Municipal District 4)

*Ali Sharghi**, Assistant Professor, Faculty of Architecture and Urban planning, Shahid Rajaei Teacher Training University, Tehran, Iran.

Esmail Zarghami, Professor, Faculty of Architecture and Urban planning, Shahid Rajaei Teacher Training University, Tehran, Iran.

Mehrnaz Ramzanpour, PhD. Candidate, Faculty of Architecture and Urban planning, Shahid Rajaei Teacher Training University, Tehran, Iran.

Abstract

The housing facade shows the social, economic, and cultural characteristics of its inhabitants through the complex system of "signs" and it forms a stereotyped image in the audience's mind. On the other hand, people with lower socioeconomic status are constantly being stigmatized. This study aims to find the relationship between the objective factors of the residential facade and the stigma. In this regard, residential facades of Tehran's District 4 were investigated using a compound research method. First, theoretical bases and the conceptual framework of the research were compiled by the library method. Then, using a survey method, 40 residential facade images were judged in terms of the perception of the income group of their inhabitants by 203 citizens. Also, a questionnaire containing residential facade visual factors was presented to the citizens to assess their impact on the perception of the prestige of the building. The factor analysis of the data provided five effective factors in the perceived prestige of the house facade: 1) Design of the Facade: This is the factor that determines the first and determines the perceived validity of the residential view. It can be defined as follows: The design factors are the design of the walls of the building, the lighting of the facade and the design of the balcony. With these three faces, they upgrade a residential prestige in terms of design. 2) Building Dimensions and Detail of facade: One of the value aspects of housing is the dimensions and details of the facade, due to the decorations and details of the materials, the width of the facade (the ground) and its height and cleanliness. The facade is provided. It is deduced that clearness is due to its influence on the perception of details of materials and decorations in this group. Therefore, to be considered a housing facade of residents of high socio-economic class, attention to the dimensions and details of the facade and its elements is necessary. 3) Material and Opening: This factor is obtained through the shape of the window, the color of the glass, the shape of the input, and the kind of the material. Therefore, the materials and shapes of openings play an important role in shaping the perceived value of a home. 4) Balcony feature: This factor is provided with the presence of the balcony and its dimensions and the darkness and illumination of the materials. So, for facade accreditation, attention should also be paid to the balcony features. 5) Visual disturbance: Visual disturbance is achieved by factors such as window count, imbalance, and artificial adjoining elements. This factor is the last in shaping the perceived credibility of a viewpoint that has been taken into consideration by citizens in value judgments. The images were also categorized into five faces by the respondents, thereafter a final analysis and strategies for reducing the stigma of the lower group housing were presented. This research can be a step in creating social interactions between different income groups in heterogeneous neighborhoods.

Keywords: Stigma, Labeling, Prestige, Signs, Facade.

* Corresponding Author Email: sharghi@sru.ac.ir