

مدیریت شهری

شماره ۴۴ پاییز ۹۵

No.44 Autumn 2016

۴۱-۶۴

زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۵/۲/۱۸

زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۶/۴

ارزیابی تاثیرپذیری حس تعلق شهروندی از حس مکان با تاکید بر مولفه معنایی آن؛ نمونه موردی: شهر جدید پر دیس

سولماز رضایی - گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

مجتبی رفیعیان* - دانشیار دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

عباس ارغان - گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

چکیده

Assess the impact of a sense of citizenship of a sense of place by emphasizing its semantic components Case study: The new City Campus

Abstract:

Nowadays, more and more cities into the development process and the physical dimensions of the human desire and her features have faded. The result is fragmentation of man's relationship with his place in particular and the city in general. Thus, the lower part of the city considers its citizens. It does not feel belong; the consequences of which a range of problems such as loss of identity crisis takes responsibility; Aimed to assess the effectiveness of a sense of citizenship with an emphasis on meaning component which has been developed by adopting descriptive and ethnography. This index is based on library studies and documents. In Likert questionnaire was designed using SPSS software test and analysis of different AHP is hierarchical. The results show that social interaction can mean the places affected by the measures in place, individual characteristics, and mental structures; and culture and the formation of a sense of place including indicators, satisfaction and attachment.

Key words: location, location, meaning, sense of place, a place of belonging, social belonging.

قامروزه فرآیند توسعه شهرها بیش از پیش به سوی ابعاد کالبدی تمایل یافته و در مقابل انسان و ویژگی‌های او رنگ باخته‌اند. نتیجه این امر گستگی رابطه انسان با مکان وی به صورت خاص و شهر به صورت عام است. بدین ترتیب شهروند خود را هرچه کمتر جزئی از شهر برشمرده و تعلقی به آن احساس نمی‌کند، رخدادی که نتایج آن طیفی از مشکلاتی چون کاهش مسئولیت‌پذیری در قبال رخدادهای پیرامونی با تاکید بر زوال امنیت شهری تا بحران‌های اجتماعی از جمله بحران هویت را در بر می‌گیرد. مقاله حاضر با هدف ارزیابی تاثیرپذیری حس تعلق شهروندی مشتمل بر حس تعلق مکانی و حس تعلق اجتماعی از حس مکان با تاکید بر مولفه معنایی آن به عنوان یک پژوهش شهری-راهبردی با اتخاذ شیوه توصیفی و مردم‌نگاری تدوین شده است. شاخص‌های پژوهش برمبنای مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی به کمک پرسشنامه طراحی شده در طیف لیکرت با بهره‌گیری از آزمون آماری تی در نرم افزار SPSS و روش تحلیل سلسه‌مراتبی AHP به صورت موردی در شهر جدید پر دیس مورد بررسی قرار گرفته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که معنای مکان متاثر از شاخص‌های تعاملات اجتماعی در مکان، ویژگی‌های فردی، ساختارهای ذهنی و فرهنگ بر شکل گیری حس مکان مشتمل بر شاخص‌های حضورپذیری، رضایتمندی و دلبستگی دخالت دارد. همچنین حس مکان خود بر ارتقای حس تعلق مکانی شهروندان متاثر از پیوندهای سکونتی، پیوندهای خانوادگی و پیوندهای فعالیتی و نیز حس تعلق اجتماعی ناشی از روابط فردی و گروهی، عضویت در گروه و فعالیت تاثیرگذار می‌باشد. بدین ترتیب طراحی و برنامه ریزی شهری با اتخاذ روبکردهای انسانی به شهر و تلاش در راستای بهبود روابط شهروندان با مکان به عنوان مظروفی که کالبد و فعالیت را در خود می‌پذیرد، می‌تواند بر قدرمندسازی رابطه این همانی شهر وند با مکان و در نهایت میزان تعلق و دلبستگی آنان به شهر اثرگذاری قابل توجهی داشته باشد.

واژگان کلیدی: مکان، معنای مکان، حس مکان، تعلق مکانی، تعلق اجتماعی.

* نویسنده مسئول مکاتبات، شماره تماس ۰۲۱۸۲۸۸۳۷۴۳، رایانامه: rafiei_m@modares.ac.ir

این مقاله برگرفته از پایان نامه دکتری خانم سولماز رضایی گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران به

راهنمایی دکتر مجتبی رفیعیان می‌باشد.

۱- مقدمه

- شناسایی مولفه های موثر بر معنای مکان
- شناسایی مولفه های موثر بر حس مکان با تاکید بر معنای مکان
- شناسایی مولفه های موثر بر ایجاد حس تعلق مکانی و حس تعلق اجتماعی با تاکید بر حس مکان انسان همواره خود را با مکانی که در آن زندگی می کند، تعریف کرده است. بدین ترتیب چگونگی رابطه میان او و مکان اش در شکل گیری ابعاد هویتی وی موثر است. چنان که به ساده ترین شکل، تنوعی از نام های خانوادگی در ایران چون بزدی، کرمانی یا خراسانی اساسا بر مبنای مکان تعریف می شوند. از دیدگاه روان شناسی محیطی، انسان ها به تجربه حسی و عاطفی با محیط خود نیازمند بوده و به واسطه این همانی با مکان و یا هم ذات پنداری با آن، خود را بخشنی از آن می دانند. نتیجه آن است که احساس خاصی میان انسان و مکان اش یا به اصطلاح حس مکان برای وی ایجاد شده که در چگونگی برخورد آتی او با مکان تاثیرگذار است. این موضوع می تواند بر موضوعاتی چون مسئولیت پذیری شهروندان نسبت به محله و به صورت کلی شهر دخالت داشته و به دنبال آن نظارت بر رخدادهای شهری را تشدید نموده و در سطح بعد، بروز ناهنجاری های اجتماعی و ناامنی را محدود سازد. این موضوع بدین ترتیب قبل ارائه است که چگونه می توان در نتیجه معنابخشی به مکان های شهری بر ایجاد حس مکان متمرکز گردید و از این راستا به ایجاد حس تعلق شهروندی اعم از حس تعلق مکانی و حس تعلق اجتماعی نائل گشت. این پژوهش پس از مروری بر دیدگاه ها و مفاهیم نظری، به تدوین مدل تحلیلی پرداخته و سپس بر مبنای شاخص های انتخابی، صحت و دقیقت ارتباط میان متغیرها را مورد ارزیابی قرار می دهد. بر اساس نتایج و یافته های منتج از این فرآیند، فرضیه ها بررسی شده و در نهایت پیشنهادهایی برای تحقق اهداف مورد نظر ارائه خواهند شد.

مفهوم فضا و مکان از جمله مفاهیم پایه و کلیدی در برنامه ریزی شهری محسوب شده که مهمترین وجه تمایز آنها، انتزاعی بودن است. مفهوم مکان در تقابل با مفهوم فضای انتزاعی شکل گرفته و به بیان دیگر مکان، فضای دارای معناست. معنایی که در بستری از عناصر کالبدی، ارتباطات و نیز زمان شکل گرفته و بیانگر احساس و دل مشغولی انسان، اعم از فرد یا گروه، نسبت به محیط زندگی خود خواهد بود. از نتیجه این فرآیند تبدیل فضا به مکانی با ویژگی های حسی متمایز برای افراد، به «حس مکان» تعبیر می شود. حسی که در نتیجه ادراک فرد از محیط مشتمل بر ابعاد چهار گانه شناختی، تفسیری، ارزشی و احساسی بوده، شخص را در ارتباط بیرونی با محیط قرار داده و فهم و احساس وی را آگاهانه یا ناآگاهانه با زمینه معنایی مکان پیوند داده و یکپارچه می سازد. در چنین شرایطی است که حس انسان نسبت به یک مکان در وی ایجاد حس تعلق خاطر کرده و اتصال بین انسان و مکان وی شکل می گیرد. بدین ترتیب پرسش اصلی این پژوهش، آن است که آیا حس مکان ناشی از مولفه معنایی آن می تواند در ایجاد و تقویت حس تعلق شهروندی موثر باشد؟ در راستای پاسخگویی به پرسش یاد شده، فرضیه های زیر در نظر گرفته شده اند:

- **فرضیه یک:** مولفه معنایی مکان در خلق حس مکان موثر است.
- **فرضیه دو:** حس مکان ناشی از مولفه معنایی آن در ایجاد و تقویت حس تعلق مکانی شهروندان موثر است.
- **فرضیه سه:** حس مکان ناشی از مولفه معنایی آن در ایجاد و تقویت حس تعلق اجتماعی شهروندان موثر است.
- بنابراین با در نظر داشتن هدف کلی ارزیابی تاثیرپذیری حس تعلق شهروندی از حس مکان با تاکید بر مولفه معنایی، اهداف کاربردی یا فرعی

۲- پیشینه پژوهش

مطالعات رلف در کتاب مکان و بی مکانی (۱۹۷۶) را شاید بتوان مهمترین پژوهش در ارتباط با موضوع مکان دانست. این کتاب روایت از دست رفتن باز اندیشه‌ی در مفهوم مکان است و هرچند در وهله نخست به مرور متون مربوط به مکان می-پردازد، اما با به میان کشیدن مفهوم بی مکانی پیامدهای از دست رفتن معنی مکان را یادآور می‌شود. جغرافیای انسان-گرایانه‌ای که رلف در این کتاب ارائه می‌دهد، حوزه‌ای است که در آن مفهوم مکان بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. نویسنده بر این عقیده است که انسان نیاز عمیقی به ایجاد ارتباط ذهنی با مکان‌های معنادار داشته و اگر از این نیاز چشم پوشی کند، با آینده‌ای مواجه می‌شود که در آن مکان‌ها به هیچ انگاشته می‌شوند. اما در صورتی که به این نیاز پاسخ داده و به بهبد وضعيت بی مکانی بپردازد، آنگاه پتانسیل لازم را برای توسعه محیطی فراهم می‌آورد که در آن مکان‌ها برای انسان‌ها هستند، تجربیات مختلف او را منعکس کرده و ترقی می‌دهند.

نوربرگ شولتز (۱۳۹۱) در کتاب معماری-حضور، زبان و مکان احراز هویت انسانی را در برقراری پیوند سرشار از معنا با جهانی متشکل از چیزها می‌داند که به شکل مادی مکان بستگی دارد، چنان‌که جنبه‌های دوگانه سکونت را احراز هویت و تعیین موقعیت می‌داند. این جنبه‌های دوگانه معماری در ساختن مکان، بر عملکردهای معمارانه تجسم و پذیرش منطبق می‌شوند. بدین ترتیب که هر مکان در همان حال که جهت امکان دهی به عملکردهای آنها را در خود پذیرا می‌شود، مفاهیمی را نیز تجسم می‌بخشد. او همچنان بیان می‌دارد که احراز هویت، گشودگی و باز بودن، شخصیت محیط را نیز شامل شده که در آن با عنوان روح مکان یاد می‌شود.

فلاحت در مقاله خود با عنوان مفهوم حس مکان

و عوامل شکل‌دهنده آن (۱۳۸۵)، حس مکان را به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه آنها از محیط خود می‌داند که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می‌دهد، به طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می‌شود. این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می‌گردد. نویسنده اذعان می‌دارد حس مکان حاصل ارتباط درونی انسان، تصورات ذهنی او و ویژگی‌های محیطی است. این مفهوم از یک سو ریشه در تجربه‌های ذهنی همچون خاطره، سنت، تاریخ، فرهنگ و اجتماع دارد و از سوی دیگر، متاثر از زمینه‌های عینی و بیرونی در محیط مانند طرح، منظره، بو و صداست که نشان می‌دهد حس مکان مفهومی پیچیده از احساسات و دلبستگی انسان نسبت به محیط بوده که در اثر انطباق و استفاده انسان از مکان به وجود می‌آید.

مطالعه اسکانل و گیفورد (۲۰۱۰) با عنوان تعریف دلبستگی مکان- چارچوبی سه گانه، این مفهوم را دارای سه بعد شخص، فرآیند روانی و مکان می‌دانند. بعد فردی مکان، اشاره به برداشت شخص با توجه به معانی فردی یا گروهی از مکان داشته که خود متاثر از سوابق تاریخی یا معنوی و مذهبی خواهد بود. بعد فرآیند روانی با جنبه‌های عاطفی، شناختی و نیز الگوی رفتاری در ارتباط قرار می‌گیرد. این مولفه‌ها نیز خود از غرور، شادی، عشق، خاطرات، دانش فردی، معانی، چگونگی نگهداری مکان و نیز بازسازی آن تاثیر می‌پذیرند. بعد مکان از دید نویسنده‌گان وابسته به ویژگی‌های فضایی محیط و نیز عناصر اجتماعی یا کالبدی آن است که ناشی از خصوصیات طبیعی یا انسان ساخت و نیز نمادهای اجتماعی می‌باشد.

پژوهش دپارتمان برنامه‌ریزی و مطالعات شهری دانشگاه ام‌آی. تی با عنوان مکان‌ها در فرآیند ساخت- چگونه فرآیند مکان‌سازی، مکان‌ها و

ایجاد و احداث یک شهر جدید ۲۰۰ هزار نفری با ۵۰ هزار شغل مناسب با اهداف شهر، به عمل آمده است. این شهر با قابلیت‌های گردشگری و سیاحتی نیز نزدیکی به مناطق معتدل کوهستانی و آب و هوایی با چشمde سارهای جاری، در چهار فصل سال چشم انداز زیبایی را به وجود آورده است (ربانی و همکاران، ۱۳۸۹، صص ۱۰-۹). مکان بابی شهر جدید پر دیس در منطقه شهری تهران با توجه به شرایط طبیعی منطقه و اهداف دولت صورت گرفته و با توجه به موقعیت حساس شهر تهران به عنوان پایتخت و مرکز سیاسی و اداری کشور از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در حال حاضر، این شهر دارای ۳۶۰۰ هکتار وسعت و نیز ۹ فاز شامل ۶ فاز مسکونی و ۳ فاز تحقیقاتی، صنعتی و توریستی می‌باشد.

می باشد.

۴- مبانی و چارچوب نظری
۱- روابط متقابل معنای مکان و حس مکان
کلیه محیط‌های شهری دارای معنای، نماد و ارزش‌اند. مطالعه نشانه‌ها و معانی آنها به علم نشانه‌شناسی معروف است. اکو این گونه توضیح می‌دهد که علم نشانه‌شناسی کلیه پدیده‌های فرهنگی را به شکل سیستمی از عالیم و نشانه‌ها مورد بررسی قرار می‌دهد (Eco ۱۹۶۸: ۵۶-۷).
جهان از لایه‌های مختلف نشانه‌ها و عالیم تشکیل شده که از طریق جامعه، فرهنگ و ایدئولوژی مورد تفسیر و شناخت قرار می‌گیرد. طبق نظریات دوسوسور، فرآیند خلق معنی، معناگذاری نامیده می‌شود. معنا شونده چیزی است که مورد ارجاع قرار می‌گیرد. معنا مفهومی است که به آن موضوع ارجاع شده و نشانه ارتباط میان این دو را بنا می‌نهد. انواع گوناگونی از نشانه‌ها به ترتیب زیر شناخته شده است (Lane ۲۰۰۰: ۱۱):

۰ نشانه های تجربی دارای شباهت مستقیم با موضوع است؛ به عنوان نمونه یک نقاشی که بیانگر کیمیا: ظاهر و اینست.

• نشانه‌های موضوعی؛ دارای ارتباط مادی با

ارتباطات را شکل می دهد (۲۰۱۳)، عمل مکان سازی را مربوط به شکل گیری عامدانه محیط زیست برای تسهیل تعاملات اجتماعی، بالا بردن کیفیت فضای عمومی و بهبود کیفیت زندگی جامعه می دارد. این پژوهش اشاره می کند که ایده ایجاد مکان های بزرگ مقیاس از نظر اجتماعی، همواره در طول تاریخ انعکاس دهنده نیازهای عمومی و فرهنگ یک جامعه بوده است. اما امروزه ارتباط میان مردم و مکان ها گسسته شده و تسلط اتومبیل، میزان بهره برداری پیاده ها از فضا را کاهش داده است. بنابراین مکان سازی می تواند با ایجاد تعاملات بین عناصر مختلف از جمله طراحی فضا، برنامه ریزی آگاهانه، نگهداری فضا، ایجاد رخدادها و تسهیم فضا بین شهروندان اهداف باد شده را محقق سازد.

۳- روش پژوهش

روش تحقیق پژوهش حاضر بر مبنای هدف، ارزیابی فرآیندی جهت جمع آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات برای تصمیم گیری است. دسته بندی نوع تحقیق بر اساس روش در دو سطح قابل تعیین است- نخست تحقیق توصیفی و سپس تحقیق همبستگی به عنوان زیرمجموعه‌ای از آن. استراتژی پژوهش نیز تحقیق میدانی، تحقیق موردی و مردم نگاری می‌باشد. صرف نظر از شیوه‌های اسنادی، کتابخانه‌ای، مشاهده و مصاحبه، از پرسشنامه نیز جهت گردآوری اطلاعات استفاده شده است. این پرسشنامه در طیف لیکرت تهیه شده و در جامعه آماری شهر جدید پر迪س که مطابق سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۰ جمعیت ۳۷۲۵۷ نفر را در برداشت، میان نمونه آماری ۳۸۰ نفر (بر مبنای رابطه کوکران) تکمیل شده است. این شهر جدید در ۱۷ کیلومتری شرق شهر تهران و در مسیر جاده هراز واقع شده که از شرق نیز به شهر بومهن محدود می‌گردد. محدوده راهبردی و بستر شهر جدید پر迪س، به ویژه استقرار صنایع مستقر در آن و مطالعه توان‌های بالقوه اقتصادی، تغییراتی و خدماتی، برای ناحیه شرق تهران از نظر

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۴ پاییز ۹۵
No.44 Autumn 2016

۴۵

که انتظار می‌رود، فرستاده شود و تلاشی است که از سوی معماران، برنامه‌ریزان و مسئولان ساخت محیط انجام می‌گیرد و پیامی که از سوی مردم و استفاده کنندگان از محیط دریافت می‌شود (Knox & Pinch, ۲۰۰۰: ۲۷۳).

باید عنوان داشت دو گونه معنا، گونه اول مشتمل بر معنای موجود در ذهن انسان و متاثر از ارزش‌ها و عوامل فرهنگی-اجتماعی و گونه دوم مشتمل بر معنای موجود در مکان و مرتبط با ویژگی‌های محیطی و کالبدی مکان وجود دارد که گونه دوم آن نیز به شکلی تحت تاثیر ارزش‌ها قرار دارد؛ چرا که اگرچه مکان‌های طبیعی از ابتدا دارای معنای پنهان و نهفته‌ای در خود هستند، اما مکان‌های انسان ساخت تحت تاثیر ارزش‌های جامعه شکل می‌گیرند. بنابراین می‌توان معنی یاد شده را

مطابق دسته‌بندی گیفورد در زمینه عوامل موثر بر ادراک در قالب سه عامل شخصی (انسان و معنی موجود در ذهن او)، کالبدی (مکان، ویژگی‌های محیطی و معنی موجود در مکان) و فرهنگی (عقاید و ارزش‌های اجتماعی-فرهنگی) معرفی نمود. در ادامه این فرآیند، معنی موجود در ذهن انسان و همچنین معنی موجود در مکان از طریق تجارب حسی دریافت شده و در مرحله بعد ادراک ناشی از آگاه شدن از طریق حواس را شکل می‌دهد. پس از شکل‌گیری آگاهی ناشی از تجرب حسی، در مرحله‌ای بالاتر این احساس با ادراک همراه شده و منجر به شناختی کامل تر و عمیق تر و در واقع ادراک معنادار می‌گردد. در اینجا مشخص می‌شود که بر مبنای عوامل سه‌گانه موثر بر ادراک انسان برمینای سه عامل شخصی، کالبدی و فرهنگی و از طریق آنها می‌توان به ادراک ابعاد گوناگون معنای مکان نائل آمد. این در حالی است که ادراک معنای یاد شده از عواملی چون ارزش‌ها و نگرش‌ها، فرهنگ، هویت فردی و جمعی، ارتباطات اجتماعی، ساختار کالبدی و ویژگی‌های فضایی-مکانی می‌باشد که این عوامل به نوعی مرتبط

موضوع است؛ به عنوان نمونه دود می‌تواند نشانگ آتش باشد.

• نشانه‌های نمادی: ارتباط این نوع نشانه با موضوع بیشتر اختیاری است و در سیستم‌های فرهنگی-اجتماعی ساخته می‌شود؛ به عنوان نمونه ستون‌های سبک کلاسیک نمایانگ شکوه و عظمت است.

همان‌طور که کلمات در زبان دارای معنای توافق شده‌ای هستند، مفاهیم نشانه‌های غیرکلامی نیز از سنت‌های اجتماعی و فرهنگی ریشه می‌گیرند. البته تفسیر نشانه‌های نوع دوم قابلیت انعطاف بیشتری دارد. با تغییر و تحول جامعه معناگذاری نیز متحول می‌گردد. معنای مترتب بر محیط ساخته شده با تغییر سیستم ارزشی اجتماعی اصلاح شده به صورتی که پاسخگوی الگوهای در حال تحول ساختار اجتماعی-اقتصادی جامعه بوده و با شیوه زندگی نوین هماهنگ باشند (Knox, ۱۹۸۴: ۱۱۲).

یکی از مباحث مهم در علم معناشناسی، موضوع سطوح مختلف معنی است. علامت یا نشانه لایه اول یا اولین ردیف به نام معنی یا اشاره اصلی خوانده می‌شود که میان عملکرد اصلی یا به عبارت دیگر، عملکرد قابل حصول یک موضوع است (Eco, ۱۹۶۸). نشانه ردیف دوم یا عملکرد ثانویه به نام معنا یا اشاره ضمنی خوانده شده و دارای طبیعت نمادین و سمبلیک است. این سطوح مختلف معنی امکان تفاوت قائل شدن بین عملکرد یا نحوه استفاده مستقیم شیء و شناخت اجتماعی از آن شیء را ایجاد می‌کند (کارمنا و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۸۱).

از آنجا که معنای محیطی و مناظر همزمان تولید و تفسیر می‌شوند، این بحث پیش می‌آید که آیا معنای در شیء و عنصر محیطی وجود دارد یا در ذهن نظاره‌گران این عناصر آشکار بوده که در نتیجه آن بعضی از عناصر محیط در ذهن گروه زیادی از مردم دارای معنای ثابتی هستند. ناکس و پینچ بین این دو پیام تفاوت قائل شده‌اند- پیامی

زمان و با توجه به ویژگی‌های فردی وی، تعداد دفعات حضور، تداوم و کیفیت آن و نیز مشارکت و پیوند انسان با مکان شکل گرفته و بدین ترتیب از فردی به فرد دیگر تغییر می‌پذیرد. حس مکان به تبعیت از معنایی که مکان برای انسان می‌سازد، در نخستین سطح از ویژگی‌های کالبدی و حضور فیزیکی شخص در مکان متأثر می‌گردد. در سطوح بالاتر که فرآیند ادراک کامل‌تر می‌گردد، رابطه انسان با مکان نزدیک‌تر شده و ویژگی‌های نهان و ناپیدای مکان واحد اهمیت می‌گردد. بدین ترتیب است که معنای مکان برخاسته از ویژگی‌های بصری و آنی در وهله نخست و سپس ذهنیات، تجارب، خاطرات و ارزش‌ها در شکل‌گیری کیفیت احساسی حضور در مکان و به بیان دیگر، حس مکان نقش اساسی ایفا می‌نماید.

۲-۴- روابط متقابل میان حس مکان و حس تعلق مکانی

حس مکان عموماً با حس تعلق همراه بوده و با حس عاطفی دلبستگی به یک مکان عجین می‌شود. مکان می‌تواند حس ریشه‌دار بودن را تقویت کرده و حس هویت بخشی را محل خاصی عجین سازد. ریشه‌دار بودن غالباً با حس ناخودآگاه مکان همراه است. عارفی بیان می‌کند که چنین حسی طبیعی ترین، بنیادی ترین و خودگوش ترین اتصال بین انسان و مکان است (Arefi, ۱۹۹۹: ۱۸۴). برای رل夫 معنای مکان در داشتن نقطه‌ای امن که از آن بتوان به نظاره دنیا نشست و یا چنگ انداختن به موقعیتی در نظام جهان و دلبستگی و تعلق عمیق روحی و روانی به محلی خاص تبلور می‌یابد (Relph, ۱۹۷۶: ۳۸).

حس تعلق کالبدی به مکان برگرفته از عناصر و اجزاء کالبدی مکان و بخشی از فرایند شناخت و هویت انسانی می‌باشد. ریجر و لاوارکاس در مطالعات خود به نقش مهم و اساسی تعلق کالبدی اشاره و از آن با عنوان ریشه‌داری یاد کرده‌اند. بر این اساس فرد محیط را به همراه عناصر کالبدی آن در شکل دهی

با عوامل گوناگون تاثیرگذار بر ادراک نیز هستند. بنابراین در نهایت تمامی ابعاد معنای مکان از طریق حالات و قوه استنباطی مورد سنجش، ارزیابی و تفسیر قرار گرفته و پس از فهم و ادراک همه جانبه معنای مکان، منجر به شکل گیری حس مکان در انسان می‌گردد (کلالی و مدیری، ۱۳۹۱ ص ۴۷). حس مکان در اثر ارتباط متقابل انسان با عوامل ظاهر کالبدی، فعالیت‌ها و معنای شکل می‌گیرد. فان آیک این مفهوم را در عبارت معروف خویش به این صورت بیان کرده است- هر آنچه فضا و زمان بیان می‌دارد، مکان و مناسبت زمانی، معنایی فراتر از آن را به همراه دارد. زیرا فضا در تصور انسان تبدیل به مکان شده و زمان در تصور وی مناسبت را می‌آفریند. اثرات یک مناسبت زمانی بر مکان به بهترین شکل می‌تواند در یک استادیوم ورزشی مشاهده شود، یکی در زمانی که مملو از انسان‌ها و حال برگزاری یک برنامه ورزشی است و دیگر، زمانی که همان استادیوم خالی از حضور تماشاگران است (Carmona, ۲۰۰۳: ۹۸). سالواسن حس مکان را ناشی از تعامل سه عنصر موقعیت، منظر و در هم تنیدگی فردی می‌داند که البته هر یک از آنها به تنها‌ی در خلق این احساس کافی نیستند. به زعم اوی، شخصیت کالبدی، مالکیت، اصالت، ساکنان و وسائل رفاهی، طبیعت و فضاهای خصوصی و جمعی اجزایی از مکان هستند که بر شکل گیری حس مکان دخالت دارند (Salvesen, ۲۰۰۲)، زمینه و بستر، وجود خدمات و تسهیلات، موقعیت قرارگیری مکان در بافت شهر و نحوه ارتباط با پیرامون از جمله موارد دیگری هستند که در مطالعات دیگر از آنها به عنوان مهمترین عوامل موثر بر حس مکان اشاره شده است (Bonaiuto et.al, ۲۰۰۲: ۱-۱۲؛ Lansing et.al, ۱۹۷۰).

آنچه از تعاریف حس مکان با تاکید بر عامل در هم تنیدگی فردی مطابق نظر سالواسن مشخص است، آن است که این احساس مبتنی بر ادراک انسان از مکانی که در آن حضور یافته است، در طول

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۴ پاییز ۹۵
No.44 Automn 2016

۴۷

خاطرات و اندوخته‌های ذهنی خود برای مقایسه و تفسیر حرکات محیطی جدید تکیه می‌کنیم.
• بعد ارزش گذاری: شامل ارزش‌ها و ترجیحاتی است که خوب و بد را می‌سازد.

بدین ترتیب، محیط می‌تواند به عنوان یک ساختار ذهنی یا تصور محیطی که از طریق افراد گوناگون به اشکال مختلف خلق و ارزش گذاری شده، در نظر گرفته شود. تصویرهای ذهنی از محیط نتیجه فرآیندی است که طی آن تجربیات شخصی از محیط به همراه سیستم ارزشی هر شخص نقش عمده‌ای به عنوان فیلتر برای درک حرکات محیطی ایفا می‌کند، فرآیندی که لینچ آن را دوسویه می‌داند. در این فرآیند، محیط تفاوت‌ها و ارتباطات عناصر را معرفی نموده و از میان آنها بیننده بخشی را انتخاب کرده، سازمان داده، معنادار ساخته و در ذهن خود متصور می‌سازد. به شکل مشابه مونتگمری میان هویت یک محل (آنچه که یک مکان یه شکل واقع هست) و تصور محل (امتراجی از این هویت با آنچه افراد گوناگون از آن ادراک کرده و با احساسات خود می‌آمیزند) تفاوت قائل است (Montgomery, ۱۹۹۴: ۱۰۰). پوکاک و هادیسون بیان می‌دارند که به صورت عمومی، تصور ذهنی از یک محیط شهری به شکل زیر است (Pocock & Hudson, ۱۹۷۸: ۳۳):

- جزء به جزء- تمام شهر را شامل نمی‌شود.
- ساده شده- بسیاری از اطلاعات حذف شده است.
- شخصی- هر فرد دارای تصویری مستقل و منحصر به فرد است.

انحرافی- که بر اساس عقاید شخصی و نه لزوماً حقایق از نظر جهات، ابعاد و اندازه‌ها شکل گرفته است.

بنابراین و به تعبیر رلف تصورات محیط، خلاصه و تجرید حقیقی محیط و بر اساس واقعیات نیست، بلکه تفاسیر اختیاری از آن است. آن گونه که هست یا آنچه باید باشد (Relph, ۱۹۷۶: ۱۰۶).

جوان فروزنده و مطلبی (۱۳۹۰) در پژوهش خود،

معنای تعلق به خاطر می‌سپارد. علاوه بر آنها تیلور به همراه گروهی دیگر، در بررسی خود از فضاهای عمومی در واحدهای همبستگی با اشاره به عناصر کالبدی از آن به عنوان تعامل کالبدی یاد کرده که معادل تعلق کالبدی به مکان می‌باشد. پیش از این نیز پروشانسکی بر ضرورت توجه به عناصر کالبدی در محیط انسانی و نقش آن در شکل گیری مداوم هویت فردی انسان تاکید داشته است. وی با تمرکز بر نقش حس تعلق کالبدی در محیط به عنوان بخشی از هویت مکانی آن را جزئی از هویت فردی و نهایتاً هویت اجتماعی افراد در محیط‌های مختلف می‌داند (Riger & Lavrakas, ۱۹۸۱; Proshansky, ۱۹۸۳ به نقل از جوان فروزنده و مطلبی، ۱۳۹۰، ص ۳۲).

حس تعلق به طور کلی به معنای مهر و نشانی است که مردم بر مکان خاصی می‌زنند. این احساس نتیجه نهایی ادراکی است که از تحریکات محیطی از طریق حس‌های گوناگون به شکل مرتبط با هم و به صورت واحد حاصل گردیده و پیش‌تر به شکل گیری حس مکان انجامیده است. ادراک محیط که گاه با شناخت آن اشتباه گرفته می‌شود، فراتر از صرف‌دان و حس کردن محیط است. این امر به فرآیند پیچیده فهم حرکات محیطی مرتبط می‌شود. اینسانون چهار بعد گوناگون ادراک را که به صورت همزمان عمل می‌کنند، به ترتیب زیر بیان کرده است (Bell ۱۹۷۸, cited in Ittelson et all, ۱۹۹۰: ۲۹):

- بعد شناختی: شامل فکر کردن در مورد حرک محیطی، سازمان دادن و ذخیره اطلاعات است. در واقع این جنبه به معنادار شدن محیط برای انسان کمک می‌کند.
- بعد احساسی: شامل احساسات ماست که بر درک محیطی ما اثر گذارد و در مقابل آن درک از محیط نیز بر احساسات ما تاثیر دارد.
- بعد تفسیری: شامل معانی و مفاهیمی است که از محیط به دست می‌آید. در بعد تفسیری ما به

فردی در شکل‌گیری حس تعلق به عنوان گام اولیه مطرح است، نقش متغیرهای اجتماعی مانند فرهنگ، نمادها و نشانه‌های اجتماعی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است؛ به گونه‌ای که تا پیش از سال ۱۹۷۸ میلادی عمدۀ تحقیقات صورت گرفته بر نقش عوامل اجتماعی در شکل‌گیری این حس تاکید داشته و متغیرهای کالبدی کمتر مورد نظر بوده‌اند. پژوهشگرانی چون راپاپورت و پروشانسکی با مطالعات خود بر نقش عوامل کالبدی تاکید داشته‌اما اشاره کرده‌اند که آنچه محیط کالبدی را به عنوان بستر تعاملات اجتماعی مطرح می‌کند، در اصل نمادها و سمبل‌های محیط مشترک اجتماعی از یک طرف و از طرف قابلیت محیطی در تامین و گسترش این بعد از نیازهای انسانی است. در اصل تمام انسان‌ها دارای نیازهای اجتماعی بوده و در هرم نیازهای مازل، انسان در جستجوی تعلق به خویشاوندان و دوستان است. در این مرتبه از حس تعلق، محیط به عنوان بستر فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی مطرح شده که افراد، عناصر کالبدی را بر اساس ادراک و نظام ساختارشناسی خود کشف، تفسیر و تعبیر کرده و در اصطلاح، رمزگشایی می‌کنند (جوان فروزنده و مطلبی، ۱۳۹۰، ص ۳۳).

نظریه‌های زیادی راجع به حس تعلق اجتماعی و ساز و کارهای تاثیرگذاری و تاثیرپذیری آن وجود دارد که هر یک از آنها موضوع را از زاویه مشخصی مورد بررسی قرار داده و سعی کرده است با توجه به زمینه‌های اجتماعی، چگونگی تقویت یا فرسایش حس تعلق اجتماعی را در جامعه و بین افراد و به ویژه در اجتماع‌های محله‌ای مشخص نماید. این نظریه‌ها بر اساس عواملی که تاکید می‌کنند، در سطوح خرد، میانی، کلان و جامعه دسته‌بندی می‌شوند. در این ارتباط و با تاکید بر سطح میانی می‌توان به نظریه‌های بی‌سازمانی، پنجره شکسته و انزواج اجتماعی اشاره نمود. از دیدگاه نظریه بی‌سازمانی اجتماعی، محرومیت محله ایجاد نظم و حفظ آن را دشوارتر می‌سازد.

شکل‌گیری حس تعلق به مکان را ناشی از سه دسته عوامل ادراکی- شناختی، اجتماعی و محیطی- کالبدی می‌دانند. با تاکید بر دسته نخست، حس تعلق ترکیبی پیچیده از معانی، نمادها و کیفیت‌های محیطی است که شخص یا گروه به صورت ناخودآگاه یا خودآگاه از یک مکان خاص ادراک می‌کند. این معنا عمدتاً بر پایه ارتباط عاطفی فرد با محیط قرار داشته و در طراحی به صورت نمود کالبدی خود را نمایان می‌سازد. شناخت و ادراک فرد از یک مکان از شروط اولیه برای ایجاد حس تعلق به مکان می‌باشد. بدین منظور محیط‌های خوانا و متمایز از نظر کالبدی برای استفاده کنندگان واجد مطلوبیت دانسته شده و ادراک و شناخت بیشتری نسبت به آنها صورت می‌گیرد. عوامل کالبدی همچون مشخص نمودن حرایم، حدود مالکیت و همسایگی‌ها از مهمترین عوامل ادراک صحیح و مطلوب انسانی از محیط بوده که فرد بر پایه شایستگی‌ها و انگیزش‌های خود به کنکاش و تجربه از محیط می‌پردازد.

وابستگی قابل توجه ادراک و به دنبال آن حسی که در حضور در فضا برای فرد ایجاد می‌شود، به عقاید، خاطرات، تجارب و تصورات ذهنی افراد بیانگر احساسات و دیدگاه‌ها بسیار متفاوت از محیط می‌باشد. به بیان دیگر، هر فرد احساس متمایز و متفاوتی به یک محیط پیدا کرده و فرآیند مکان شدن فضا برای وی متفاوت از دیگران است. بنابراین، برداشت و تصور هر استفاده کننده از فضا منحصر به فرد بوده و در نتیجه آن میزان پیوندهای عاطفی و روحی با آن مکان نیز متغیر است. این گونه پیوندهای عاطفی که به صورت کلی از آن با عنوان حس تعلق مکانی یاد می‌شود، بر پایه حس مکان مبتنی بر معنایی است که افراد در ذهن خود متصور می‌شوند.

۳-۴- روابط متقابل میان حس مکان و حس تعلق اجتماعی

به همان نسبت که عوامل ادراکی- شناختی

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۴ پاییز ۹۵
No.44 Autumn 2016

۴۹

می شود. در مرحله اول، خروج ساکنان طبقه متوسط از مناطق مرکزی شهر سبب کاهش کارآیی نهادهای محلی از قبیل اماكن مذهبی، سازمان-های داوطلبانه و خانواده می شود و کاهش ظرفیت ساکنان برای کنترل اجتماعی غیر رسمی را در بی خواهد داشت (Browning & Kathleen, ۲۰۰۳). در مرحله دوم که توان تنظیمی محله کاهش می یابد، افزایش فقر و حاضر نبودن طبقه متوسط و در نتیجه، نبود منابع و سرمشقا های طبقه متوسط، تغییر و انتقال فرهنگی در رفتار ساکنان محله های محروم رخ می دهد؛ موضوعی که از دید جریان اصلی جامعه ناسازگاری و انحراف به شمار می آید. در نتیجه، ساکنان بیش از پیش با رفتارهای مشکل زا مواجه شده و این رفتارها تضعیف جامعه اجتماع را به دنبال دارد. ویلسون معتقد است الگوهای هنجارها و رفتارهای فردی را کسانی شکل می دهند که بیشترین و پایدارترین رابطه را با وی داشته اند، بنابراین تعاملات اجتماعی در محله های منزوى شده (انزوای اجتماعی) نیز موجب انزوای فرهنگی (شکل گیری خرد فرهنگ) شده و زمانی که این عامل با فرصت های کم و نادر آموزشی و بازار کار ترکیب می شود، باعث ایجاد فضای فرهنگی متفاوت با جریان اصلی جامعه می گردد (Harding, ۲۰۰۷).

علاوه بر این دو دیدگاه، نظریه پنجره شکسته نیز ادعا می کند تمرکز فقر در محله، نظم عمومی را از میان می برد. به عبارت دیگر، محله های محروم به علت فرصت های محدود، فقدان انسجام و پیوستگی اجتماعی، فقدان خدمات رسمی و وجود محیط هنجاری مشوق برای رفتارهای غیر عرفی (منحرف)، بی نظمی ایجاد کرده و آن را گسترش می دهد. در مکان های منزوى و فقیر معمولاً شغل های کمتری وجود داشته و ساکنان فرصت های کمتری برای کار دارند. افراد جوان معمولاً در این اوضاع احتمال دستیابی کمتری به موفقیت را از راه های معمولی و ایزارهای مشروع، کم

نداشتن منابع و ناهمگونی نژادی و تغییرات جمعیت (بی ثباتی ساکنان) به کاهش پیوندهای اجتماعی و تضعیف کنترل اجتماعی و نیز توان اجتماعات برای قاعده مند کردن رفتار اعضای آن منجر می شود؛ در حالی که اجتماع های دارای شبکه های اجتماعی متراکم و قادرمند، توانایی بیشتری برای ایجاد و تقویت هنجارهای و ارزش های مشترک دارند. به این ترتیب، بی سازمانی اجتماعی یا از دست دادن نظام هنجاری و قانون مندی باعث می شود بسیاری از افراد به وضعیت انحرافی کشیده شوند. چنین وضعیتی عموماً در شهر به چشم می خورد؛ یعنی مکانی که افراد با فرهنگ ها و زمینه های ارزشی متفاوت کنار یکدیگر قرار می گیرند (Harding, ۲۰۰۹، ۲۰۰۷). از دیدگاه این نظریه، حس تعلق اجتماعی اساس کنترل اجتماعی است؛ زیرا نیروی جمعی بیرونی را برای تحمیل نظم به وجود می آورد (Rose & Clear, ۱۹۹۸).

در قیاس با نظریه بی سازمانی اجتماعی که بر ظرفیت اجتماع محلی برای کنترل اجتماعی تاکید می کند، نظریه انزوای اجتماعی ویلسون بر نتایج فرهنگی محرومیت محله مرکز می شود. وی به این نکته اشاره می کند که تغییر اوضاع اقتصادی و اجتماعی در محیط، به ظهور ارزش های فرهنگی، هنجارها و رفتارهای خاصی منجر می شود که بدون در نظر گرفتن محیط، نمی توان متوجه آنها شد. بنابراین، وقتی هنجارها و رفتارهای ساکنان محله محرومی ارزیابی می شود، هنجارها و ارزش های خاص آنها را نیابد ویژگی ذاتی افراد دانست؛ بلکه این هنجارهای را باید نوعی نشانه شناسی از نابرابری آنها تلقی نمود. در واقع، برای فهم دلایل جرم، بیکاری، افسردگی، ناهنجاری و مانند آن باید تغییرات اجتماعی، اقتصادی و جمعیت شناختی رخ داده در محله های شهری مورد بررسی قرار بگیرد (Dulin, ۲۰۰۷).

در مدل ویلسون، اجتماع محله ای طی دو مرحله مواجهه با محرومیت دچار کمبود منابع و انزوا

می گردد. بدین ترتیب معنایی که مکان و حاضران در آن برای فرد پیدا می کند، محور فردیت وی شده و انسان خود را در تجارت جمعی و خاطرات گروهی که بدان متعلق و وابسته است، شریک می دارد. در مراحل بعدی شور، عشق، حمایت، وفاداری و در نهایت از خود گذشتگی نسبت به افراد اجتماع شکل گرفته و شبکه ای قدرتمند میان فرد و اجتماع اش برقرار می شود.

۵- مدل تحلیلی پژوهش

بر اساس استنتاجات یاد شده و روابط میان آنها می توان اظهار داشت که حضور در یک فضای فارغ از آنکه این حضور به صورت آگاهانه یا ناگاهانه بوده و در نتیجه آن ادراک فضا در سطوح متفاوتی صورت پذیرد، به تعبیر رلف یک حس مشترک یا مفهوم مکان (Carmona & Tiesdell, cited in ۲۰۰۷) را مطرح می سازد. با این وجود، فرآیند تبدیل فضا به مکان و دلایل آن واجد پیچیدگی هایی است که همواره مورد بررسی و توجه بوده است. چرا که ادراک فضا خود به شیوه ای یکسان برای افراد و گروه های اجتماعی صورت نمی پذیرد و در نتیجه نمی توان الگوی واحدی را در این ارتباط معرفی نمود. با این حال اتفاق نظر قابل ملاحظه ای وجود دارد که القای معنا یا معنادار شدن فضا برای انسان آن را به مکان تبدیل می سازد. ساز و کار معنادار شدن فضا خود به واسطه تضمی این مفهوم از ساختارهای اجتماعی پیچیده، تجارت فردی و تصاویر ذهنی در کنار مولفه های کالبدی مکان است. نکته قابل توجه در این میان آن است که آیا معنای برداشت شده توسط ناظر برخاسته از آن چیزی است که در مکان قرار دارد (سطح عینی) و یا آنچه که در ذهن ناظر به مکان نسبت داده می شود (سطح ذهنی). بنابراین ادراک معنای محيط و استگی قابل ملاحظه ای به مشاهده گر داشته و بر این اساس، معنای مکان و در نتیجه آن احساسی که حضور در مکان برای فرد به وجود می آورد متفاوت خواهد بود. هر چند این احساس

و محدود می دانند. در نتیجه، به خروج از مدرسه، رها کردن آن و درگیری با فعالیت های نامشروع روی می آورند. این روند باعث افزایش بی-نظمی در محله می شود. همچنین محله های محروم از نظر پیوندهای اجتماعی غیر رسمی که موجب دلیستگی همسایه ها و کمک به یکدیگر در حفظ نظم می شود، پیوندهای اجتماعی غیر رسمی ضعیف تر و کمتری دارند (Mirowsky & Kathleen, ۲۰۰۳).

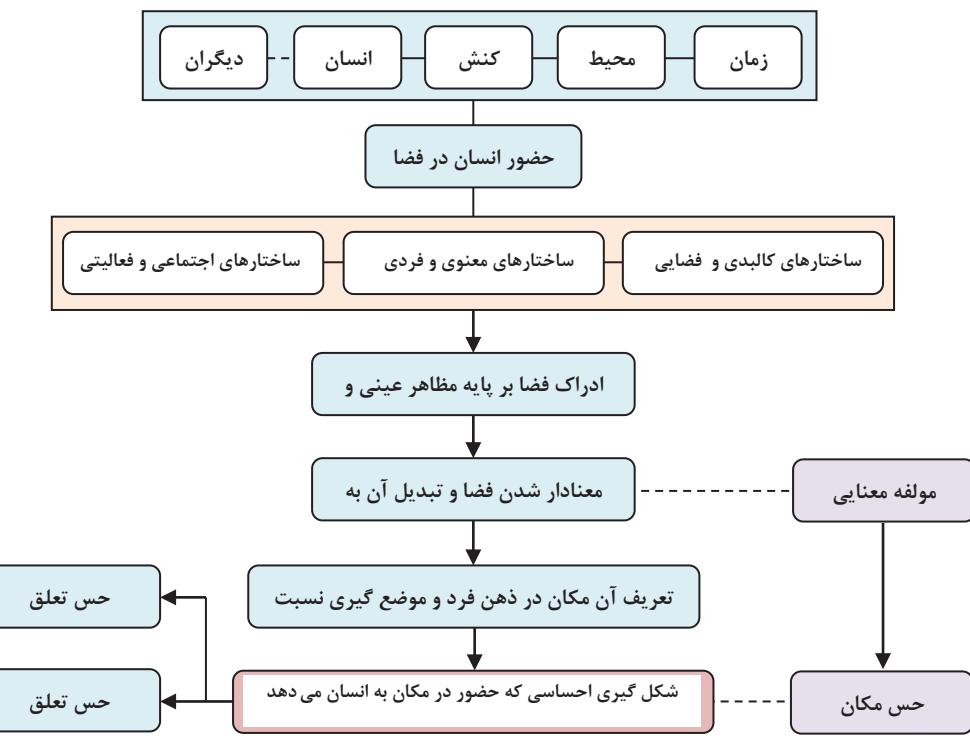
این وضعیت همراه با کمبود منابع محلی از قبیل مدارس، پارک ها و خدمات درمانی مناسب موجب شکل گیری این تصور می شود که این خدمات در قبضه جریان اصلی جامعه و افراد مرافق قرار داشته که موجب غصب اخلاقی در میان افراد محل شده و انحرافات زیادی را به دنبال می آورد (مبارکی و رجب صلاحی، ۱۳۹۱، ص ۲۸۶). به این ترتیب است که نارضایتی عمومی در این محدوده ها شکستن هنجارها را افزایش می دهد.

بر این اساس، حس تعلق اجتماعی به کمک ساز و کارهای متنوع با تأکید بر حفظ نظم و کنترل اجتماعی محیط، بر کاهش انحرافات محلی تاثیرگذار بوده و از این جهت، تقویت و بهبود آن نه تنها در حیطه برنامه ریزی شهری بلکه در رشته های دیگری چون جامعه شناسی مورد توجه قرار می گیرد. شکل گیری تعلق و دلیستگی به یک اجتماع که خود نیازمند بستری برای وجود است، را می توان سطح بالاتری از حس مکان دانست. تصور مکان نه تنها کالبدی، بلکه روانی و تعاملی بوده و حس مکان به عنوان یک تجربه از ترکیب یک مکان- رفتار و آنچه انسان به آن می دهد، به وجود می آید. به تعبیری دیگر، برخی از چیزهایی که انسان در مکان ایجاد می کند، بدون او و مستقل از او به وجود نمی آیند. احساس ناشی از حضور در یک اجتماع نقش بسیار قدرتمندی در تداوم این رخداد دارد. زمانی که انسان خود را در هماهنگی و تطابق با افراد و گروه های اجتماعی فعال در یک مکان بداند، پیوندهای عاطفی میان این دو برقرار

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۴ پاییز ۹۵
No.44 Autumn 2016

۵۱



نمودار ۱. مدل تحلیلی پژوهش؛ مأخذ: نگارندگان.

که در اصطلاح حس مکان نامیده می شود می تواند تشابهات و اشتراکاتی میان افراد و گروه های اجتماعی داشته باشد؛ چنان که حضور در یک مکان مقدس حس مکان مشابهی را برای افراد به وجود می آورد. از سوی دیگر اما حس مکان می تواند در راستای هدفی مشخص در سطح قابل توجهی برای ناظران از سوی طراحان و برنامه ریزان محیطی ایجاد گردد. بدین ترتیب حس مکان برخاسته از معنای مکان می تواند به مثابه یک بند برای مکان تعریف شده و بیانگر توقع های خاصی از کیفیت، استحکام و اعتبار باشد. این گونه برچسب ها در تمایز آن مکان از سایر مکان ها و در نتیجه هویت مکان موثر خواهند بود. حس مکان ناشی از ادراکی است که به واسطه وجود عناصر کالبدی و غیر کالبدی شکل می گیرد. بدین ترتیب در نخستین مرحله ویژگی های مکان اعم از مولفه های طبیعی و انسان ساخت می تواند در نتیجه معنابخشی به مکان، احساس خاصی را نسبت به آن برانگیراند. در این حالت صرفا پیوند انسان طیفی از حس تعلق مکانی و حس تعلق اجتماعی

را تعریف نمود. با در نظر داشتن آنکه حس مکان ارتباط نزدیکی با ماندگاری حضور انسان در مکان دارد، میزان تعلق مکانی یا اجتماعی وی نیز دفعات و مدت حضور را در مکان تعریف می نماید. به بیان دیگر، هر اندازه که فرد احساس تعلق بیشتری به ماهیت کالبدی مکان و یا اجتماع و فعالیت های موجود در ظرف کالبدی مکان داشته باشد، تمایل بیشتری به حضور و ماندگاری در مکان از خود نشان می دهد. این احساس تعلق به ویژه با تأکید بر بعد اجتماعی، در این همانی فرد با مکان بسیار موثر بوده تا جایی که فرد خود را با گروه حاضر در مکان تعریف می کند. نمونه روشن این ادعا، معرفی خود بر پایه محل زندگی یا کار است. در حقیقت فرد می کوشد خود را به واسطه مکانی که در آن زندگی یا کار می کند به دیگری شناسانده و از اعتبار آن مکان به نفع خود استفاده کند. در نمودار شماره ۱ مدل تحلیلی پژوهش آورده شده است.

۱-۵- شناسایی شاخص ها در ارتباط با فرضیات پژوهش

(الف) شاخص های معنای مکان: حس مکان مفهومی بسیار ذهنی و از فردی به فرد دیگر متغیر می باشد. به طور کلی سنجش و ارزیابی احساسات از هر نوع آن به جهت معنوی بودن در مقایسه با ابعاد عینی و کمی بسیار دشوار بوده و بهتر آن است که برمبنای پیامدها و نتایج ایجاد یک حس، در خصوص آن قضاویت نمود. بدین جهت حس مکان در این پژوهش به کمک تاثیری که در کمیت و کیفیت حضور انسان در مکان دارد، مورد توجه و ارزیابی قرار می گیرد. کمیت و کیفیت حضور از سوی دیگر تعريف کننده سطوح حس مکان می باشد. بدین ترتیب می توان شاخص های حس مکان را شامل دو دسته شاخص های کمی رخداد حضور، مدت زمان حضور و تداوم حضور طی زمان های متوالی در یک مکان و نیز شاخص های کیفی مرتبط با رضایت از حضور در مکان و دلbstگی به آن دانست.

(ج) شاخص های حس تعلق مکانی: حس تعلق مکانی دید لوگان و مولوچ (۱۹۸۷)، مدنی پور (۱۳۹۲)، دومینی (۲۰۰۱)، رلف (۱۹۷۶)، سیمون (۱۹۸۲)، پرتوی (۱۳۹۲)، کانتر (۱۹۷۷) و سیمون و ساورس (۲۰۰۸) می باشد. در این میان مولفه معنا به جهت تاثیرپذیری بیشتر از جنبه های ذهنی و انسانی در مقایسه با دو مولفه دیگر کالبد و فعالیت (به طور کلی) با دشواری تعریف و سنجش می شود. معنای مکان از دید توان (۱۹۷۷)، لینچ (۱۹۸۴)، کانتر (۱۹۷۷)، آگنیو (۱۹۸۷)، راپاپورت (۱۹۹۰)، آلتمن و لو (۱۹۹۲)، مانزو (۲۰۰۵) و وندرکلیس و کارستون (۲۰۰۹) در نتیجه ادراک مکان بر پایه ساختارهای ذهنی مشاهده گر، تعاملات اجتماعی، زمینه های اقتصادی- اجتماعی، احساسات فردی و فرهنگ (مجموعه ارزش ها، باورها، جهان بینی و نظام های نهادی مشترک) حاصل شده و به تعبیر گوستافسون (۲۰۰۱) خود بر حس تعلق اجتماعی و از دید آگنیو (۱۹۸۷) حس مکان تاثیر می گذارد. همچنین گیرین (۲۰۰۲) پیوندی دو سویه میان معنای مکان و هویت مکان را مطرح می سازد.

(ب) شاخص های حس مکان: حس مکان مفهومی بسیار ذهنی و از فردی به فرد دیگر متغیر می باشد. به طور کلی سنجش و ارزیابی احساسات از هر نوع آن به جهت معنوی بودن در مقایسه با ابعاد عینی و کمی بسیار دشوار بوده و بهتر آن است که برمبنای پیامدها و نتایج ایجاد یک حس، در خصوص آن قضاویت نمود. بدین جهت حس مکان در این پژوهش به کمک تاثیری که در کمیت و کیفیت حضور انسان در مکان دارد، مورد توجه و ارزیابی قرار می گیرد. کمیت و کیفیت حضور از سوی دیگر تعريف کننده سطوح حس مکان را شامل ترتیب می توان شاخص های حس مکان را شامل دو دسته شاخص های کمی رخداد حضور، مدت زمان حضور و تداوم حضور طی زمان های متوالی در یک مکان و نیز شاخص های کیفی مرتبط با رضایت از حضور در مکان و دلbstگی به آن دانست.

(ج) شاخص های حس تعلق مکانی: حس تعلق مکانی

عضویت در گروه، وابستگی به اجتماع، رابطه احساسی با فرد یا اجتماع حاضر در مکان، خاطرات و تجارب بر افزایش شادی و سلامتی روانی، اعتماد اجتماعی و افزایش مسئولیت پذیری و وفاداری نسبت به جامعه از نظر ناطق پور (۱۳۸۳)، هویت فردی و اجتماعی بر پایه آرای بانیستر و لری (۱۹۹۵)، هاگرنی و همکاران (۱۹۹۲)، هانگ و همکاران (۲۰۰۵)، اورت (۲۰۰۵) و بستن (۲۰۱۰)، تعهد و تعلق به گروه از دید کوتایبا و تامی (۲۰۱۰) و اورت (۲۰۰۵)، کاهش انحرافات اجتماعی از دید بانیستر و لری (۱۹۹۵)، کارپیانو و هیستد (۲۰۱۰)، هانگ و همکاران (۲۰۰۵) و بستن (۲۰۱۰)، سازگاری افراد با موقعیت‌های اجتماعی به زعم اورت (۲۰۰۵) و همکاری و مشارکت بر پایه مطالعات کوتایبا و تامی (۲۰۱۰) و ناطق پور (۱۳۸۳) تاثیرگذار است. بدین ترتیب شاخص‌های حس تعلق اجتماعی در این مطالعه مشتمل بر رابطه فردی (با مکان)، رابطه گروهی، عضویت در گروه و فعالیت (در مکان) است.

۶- یافته‌ها

۶-۱- آمار توصیفی

بیشترین فراوانی پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه در ارتباط با سن، جنس و میزان تحصیلات به ترتیب در اختیار گروه سنی ۳۱-۴۰ (۶۹/۷ درصد)، مرد (۸۳/۴ درصد) و کارداری (۵۰/۵ درصد) ۱ بوده است.

۶-۲- آمار استنباطی

برای پاسخگویی به پرسش‌های پژوهش، از روش‌ها و آزمون‌های آماری به ترتیب زیر بهره برده شده است:

الف) آزمون آلفای کرونباخ جهت ارزیابی پایایی پرسشنامه

با توجه به آنکه ضریب مذکور در رابطه با پرسشنامه پژوهش مشتمل بر ۲۸ گویه برابر ۰/۹۷۶ می‌باشد، پایایی آن با درجه اطمینان بالایی مورد تائید است.

ب) آزمون کلموگروف-اسمیرنف جهت ارزیابی نرم‌البودن داده‌ها (با استفاده از نرم‌افزار

از بر هم کنش همزمان شناخت محیط، شناخت محیط و احساس نسبت به محیط و به تعبیر بهتر، مکان ناشی می‌شود. با توجه به مولفه‌های تعریف کننده مکان، حس تعلق مکانی نیز سه بعد عملکردی، عاطفی و کالبدی را در بر می‌گیرد. ویلیامز و روگنباخ (۱۹۸۹)، شریر و همکاران (۱۹۸۱)، استوکولز و شوماخر (۱۹۸۱)، وارزکا و لایم (۲۰۰۱)، هانگ و همکاران (۲۰۰۵)، توان (۱۹۷۷)، برکر و کرستر (۲۰۰۱)، هامیت و همکاران (۲۰۰۴)، جوان فروزنده و مطلبی (۱۳۹۰)، وسکه و کوربین (۲۰۰۱) و هرمون (۲۰۰۶) بعد عملکردی حس تعلق مکانی را شامل راحتی، الگوهای رفتاری و فعالیتی، مشارکت در فعالیت‌های خاص در مکان و تعاملات محیطی فعال می‌دانند. امنیت، تعاملات حسی با مکان، انگیزه‌های حضور، تجارب فردی، عقاید و قوانین نانوشتۀ فرهنگی و نمادهای اجتماعی به زعم ویلیامز و روگنباخ (۱۹۸۹)، شریر و همکاران (۱۹۸۱)، استوکولز و شوماخر (۱۹۸۱)، وارزکا و لایم (۲۰۰۱)، هانگ و همکاران (۲۰۰۵)، اسکیل (۱۹۸۱)، آلمن و لو (۱۹۹۲)، پروشانسکی (۱۹۷۸)، راپاپورت (۱۳۹۱)، جوان فروزنده و مطلبی (۱۳۹۰)، وسکه و کوربین (۲۰۰۱) و هرمون (۲۰۰۶) بعد عاطفی حس تعلق مکانی را تعریف می‌کنند. در نهایت بعد کالبدی حس مکان شامل عناصر کالبدی، تاریخچه مکان، نمادهای کالبدی و پوشش گیاهی به تعبیر وارزکا و لایم (۲۰۰۱)، توان (۱۹۷۷)، وسکه و کوربین (۲۰۰۱) و رایان (۱۹۹۸) است. ضمن اشاره به وجود رابطه دو سویه میان حس تعلق مکانی و حس تعلق اجتماعی به مکان از نظر کارپیانسو و هیستد (۲۰۱۰)، در پژوهش حاضر حس تعلق مکانی در بردارنده شاخص‌های پیوندهای فردی، پیوندهای خانوادگی، ویژگی‌های سکونتی، فعالیتی و هویتی می‌باشد.

د) شاخص‌های حس تعلق اجتماعی: حس تعلق اجتماعی نیز منبعث از ابعاد شناختی، اجتماعی و احساسی بوده و ضمن تاثیرپذیری از شاخص‌های

جدول ۱. آزمون کلموگروف- اسمیرنوف متغیرهای پژوهش

سطح معناداری	آماره آزمون	پارامتر توزیع نرمال		حجم نمونه	شاخص
		انحراف معیار	میانگین		
۰.۵۰۶ ^۳	۰.۲۴۴	۰.۷۸۴۷۴	۳.۰۹۷۴	۳۸۰	تأثیرگذاری معنای مکان بر حس مکان
۰.۴۲۳۲ ^۳	۰.۳۰۰	۰.۶۹۴۴۷	۳.۱۲۸۹	۳۸۰	تأثیر گذاری حس مکان بر حس تعلق مکانی
۰.۳۰۰ ^۳	۰.۲۳۰	۰.۷۳۳۹۰	۳.۱۱۳۲	۳۸۰	تأثیر گذاری حس مکان بر حس تعلق اجتماعی

تأثیرگذاری حس مکان بر حس تعلق مکانی تدوین

شده است.

جدول شماره ۳ نیز بیانگر گویه های مرتبط با فرضیه سه و نتایج آزمون تی می باشد. بف طریق مشابه و با توجه به آنکه سطح معناداری به دست آمده برای همه عوامل کوچکتر از ۰,۰۵ بوده و همگی با میانگین جامعه اختلاف دارند و نیز اینکه اختلاف میانگین ها تقریبا برای همه گزینه ها بزرگتر از ۳ بوده است، می توان چنین نتیجه گیری کرد که تمامی عوامل شکل دهنده حس مکان بر خلق حس تعلق مکانی موثرند. به بیان دیگر، هر دو فرضیه پژوهش تایید می شوند.

د) روش AHP جهت اولویت بندی شاخص ها

(با) استفاده از نرم افزار Expert Choice معنای مکان: در میان مجموعه شاخص های معنای مکان، تعاملات و روابط با وزن ۰,۳۶۳ بیشترین تاثیر را داشته و ساختارهای تجربی با وزن ۰,۲۱۷ در اولویت دوم قرار دارد. ویژگی های فردی نیز با وزن ۰,۲۰۰ در اولویت سوم می باشد. ساختارهای ذهنی با وزن ۰,۰۸۵ در اولویت چهارم و در نهایت فرهنگ با وزن ۰,۰۱۶ در اولویت آخر قرار می گیرد. با توجه به کمتر بودن نرخ ناسازگاری مقایسات زوجی برابر ۰,۰۴ از ۱,۰ سازگاری این مقایسات قابل قبول است.

حس مکان: در ارتباط با زیر شاخص های حس مکان، حضور پذیری با وزن نسبی ۰,۵۴۰ بین عناصر

(SPSS

نحوه داوری با توجه به جدول آزمون کلموگروف- اسمیرنوف بدین صورت است که اگر سطح معنی داری (sig) برای کلیه متغیرها بزرگتر از سطح آزمون (۰/۰۵) باشد، توزیع داده ها نرمال است. با توجه به نتایج آزمون کلموگروف- اسمیرنوف مطابق جدول شماره ۱ داده ها از توزیع نرمال پیروی می کنند. این نتیجه مجوز انجام یکی از انواع آزمون های پارامتریک (در این پژوهش آزمون تی تک نمونه ای) را ارائه می دهد.

ج) آزمون تی جهت شناسایی شاخص ها و زیرشاخص های تاثیرگذار (با استفاده از نرم افزار SPSS

در ارتباط با فرضیه یک گویه هایی مطابق جدول شماره ۱ جهت بررسی تاثیرگذاری مولفه معنایی مکان بر حس مکان مورد نظر بوده که بر مبنای نتایج حاصل از پرسشنامه و اجرای آزمون تی، یافته ها نیز در همین جدول آورده شده اند. بر اساس آزمون تی تک نمونه ای، سطح معناداری به دست آمده برای همه عوامل کوچکتر از ۰,۰۵ بوده و همگی با میانگین جامعه اختلاف دارند. همچنین اختلاف میانگین ها تقریبا برای همه گزینه ها بزرگتر از ۳ بوده و می توان چنین نتیجه گیری کرد که تمامی عوامل شکل دهنده معنای مکان در خلق حس مکان موثرند.

به طریق مشابه جدول شماره ۳ در ارتباط با



فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۴ پاییز ۹۵
No.44 Autumn 2016

جدول ۲. خروجی آزمون t-test برای تاثیرگذاری مولفه معنایی مکان در خلق حس مکان

آزمون تی تک نمونه‌ای							گویه‌ها
فاصله اطمینان ۰/۹۵	کران بالا	کران پایین	اختلاف میانگین‌ها	سطح معنادار ی	درجه آزادی	آماره	
۳.۰۴	۲.۸۶	۲.۹۵۳	۳۷۹	۶۳.۹۳۶	خاطرات خوب از یک مکان، مشوق من به حضور در آن است.	
۳.۰۹	۲.۹۱	۳.۰۰۳	۳۷۹	۶۴.۲۰۴	حضور افراد همسال من باعث می‌شود برای مراجعته به یک پارک یا فضای عمومی علاقه‌مند باشم.	
۳.۱۴	۲.۹۶	۳.۰۵۰	۳۷۹	۶۷.۷۳۰	به نظر من حضور افراد با سنین مختلف از کودک تا سالمند در یک پارک جذاب است.	
۳.۲۸	۳.۰۸	۳.۱۸۲	۳۷۹	۶۴۶.۸۰	سایه‌اندازی و آرامش موجود در یک پارک یا فضای عمومی مانند خیابان، آن مکان را در ذهن من خاص کرده و در صورت مراجعات مکرر به آن، خود را دلبسته آن می‌دانم.	
۳.۱۶	۲.۹۸	۳.۰۷۴	۳۷۹	۶۶.۴۷۲	اگر هنگام پیاده‌روی روزانه در خیابان متوجه شوم نمایشگاه یا بازار روز کوچکی در آن برگزار شده، سرعت ام را کم کرده و از تماشای فعالیت مردم و سرزنشگی ناشی از آن لذت می‌برم.	
۳.۲۵	۳.۰۷	۳.۱۵۸	۳۷۹	۶۷.۱۴۹	ارتباط نزدیکتر با همسایگان در شهرهای جدید در مقایسه با شهرهای بزرگ، یک مزیت است.	
۳.۱۸	۳.۰۰	۳.۰۷۸	۳۷۹	۶۶.۵۲۰	رفت و آمد افراد با فرهنگ پایین و متضاد با عرف جامعه در یک مکان گاه مانع از حضور من و افراد خانواده‌ام در همان مکان است.	
۳.۱۶	۲.۹۹	۳.۰۷۹	۳۷۹	۷۱.۱۵۹	سرزنشگی ناشی از حضور خانوادها و کودکان‌شان یکی از دلایل مراجعته من به پارک‌های شهری است.	
۳.۱۸	۳.۰۰	۳.۰۷۹	۳۷۹	۷۴.۲۵۲	به واسطه خاطرات و تجربه‌های خوبی که در طول مدت کار یا زندگی در یک مکان داشته‌ام، حضور در مکان‌هایی خاص در شهر را ترجیح می‌دهم.	
۳.۱۲	۲.۹۴	۳.۰۳۲	۳۷۹	۶۵.۸۱۰	گاه حضور من در پارک‌ها یا مراکز خرید صرفاً جهت برقراری ارتباط و ملاقات با دوستان و همکاران ام است.	
۳.۱۹	۳.۰۱	۳.۱۰۰	۳۷۹	۶۷.۰۱۳	به جهت آنکه بخشی از دوران نوجوانی / جوانی خود را در یک شهر گذرانده‌ام، نسبت به آن خود را وابسته می‌دانم.	
۳.۱۰	۲.۹۲	۳.۰۱۱	۳۷۹	۶۷.۳۳۲	چون بخشی از واحدهای ساختمانی توسط تعاونی‌ها به کارمندان و اگذار شده، میان همسایگان نوعی تعجیس و همسانی فرهنگی - اجتماعی وجود داشته که از نظر من واجد مطلوبیت است.	
۳.۲۵	۳.۰۷	۳.۱۵۸	۳۷۹	۶۷.۱۴۹	به دلیل برخی محدودیت‌ها منحصر بودن ارائه کالا یا خدمت در یک شهر جدید می‌تواند در کسب درآمد موثر بوده و از این جهت ارائه کنندگان را به شهر وابسته سازد.	
۳.۱۶	۲.۹۷	۳.۰۶۸	۳۷۹	۶۲.۵۸۲	امنیت و آرامش از دلایلی است که سبب علاقه‌مندی من به یک پارک یا فضای شهری می‌گردد.	

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۴ پاییز ۹۵
No.44 Autumn 2016

۵۵

جدول ۳. خروجی آزمون t-test برای تاثیرگذاری حس مکان بر خلق حس تعلق مکانی

آزمون تی تک نمونه‌ای							گویه‌ها
فاصله اطمینان ۰/۹۵		اختلاف میانگین‌ها	سطح معناداری	درجه آزادی	آماره		
کران بالا	کران پایین						
۳.۰۸	۲.۹۰	۲.۹۸۷	۳۷۹	۶۵.۱۲۵	سکونت خانواده من در یک شهر مرا به آن شهر وابسته می‌کند.	
۳.۰۳	۳.۰۶	۳.۱۴۵	۳۷۹	۷۲.۴۹۰	روابط حسنی میان همسایگان و هم محله‌ای‌ها از دلایلی است که افراد را نسبت به محل زندگی‌شان علاقه‌مند و وفادار سازد.	
۳.۱۳	۲.۹۶	۳.۰۴۵	۳۷۹	۷۱.۶۲۷	آب و هوای مساعد به ویژه هوای پاک در یک شهر جدید از دلایلی است که افراد را به زندگی در آن تشویق می‌کند.	
۳.۱۲	۲.۹۶	۳.۰۴۲	۳۷۹	۷۲.۸۲۳	بنهایی نوساز و زیبا می‌تواند در ایجاد علاقه به یک مکان یا یک شهر مؤثر باشد.	
۳.۱۷	۲.۹۹	۳.۰۸۲	۳۷۹	۶۵.۵۳۱	چندین سال زندگی / کار در یک شهر مرا به آن مقید می‌سازد.	
۳.۱۷	۲.۹۹	۳.۰۷۶	۳۷۹	۶۶.۸۷۲	برگزاری مراسم ورزش صبحگاهی یا فعالیت‌های دسته-جمعي از دلایلی است که می‌تواند در جذب شهروندان به یک فضای عمومی مانند پارک مفید واقع شود.	
۳.۰۹	۲.۹۳	۳.۰۰۸	۳۷۹	۷۱.۷۶۹	برخی مکان‌ها آن چنان مطلوب طراحی و ساخته شده‌اند که حتی تنها حضور پیدا کردن در آنها هم لذت‌بخش است.	
۳.۱۶	۲.۹۸	۳.۰۶۶	۳۷۹	۶۷.۰۲۲	با وجود مشکلاتی که زندگی در یک شهر جدید (مانند پردايس) برای ساکنان ایجاد می‌کند، اما خودم را به شهر جدید محل زندگی‌ام وابسته دانسته و ترک آن برایم دشوار است.	
۳.۲۱	۳.۰۴	۳.۱۲۱	۳۷۹	۷۲.۵۶۴	اگرچه عناصر هویتی شاخص در شهر جدید محل زندگی من در مقایسه با شهرهای بزرگ کمرنگ است، اما به لحاظ عاطفی خود را در پیوند با آن می‌دانم.	
۳.۲۵	۳.۰۸	۳.۱۶۳	۳۷۹	۷۰.۷۴۹	فضاهای سبز و تجهیز شده در سطح شهر، از عواملی است که کیفیت زندگی در شهرهای جدید را بهبود می-بخشد.	
۳.۲۳	۳.۰۴	۳.۱۳۴	۳۷۹	۶۳.۰۲۶	رضایتمندی از امکانات و خدمات شهری در کنار ویزگی‌های مثبت فرهنگی - اجتماعی، شهروند را نسبت به محل زندگی‌اش وابسته و دلیسته می‌کند.	
۳.۲۲	۳.۰۵	۳.۱۳۴	۳۷۹	۷۱.۵۷۵	ضعف در ارائه خدمات بهداشتی و درمانی از مهمترین مواردی است که ممکن است مرا مجبور به ترک جدید محل زندگی‌ام کند.	
۳.۲۴	۳.۰۷	۳.۱۵۸	۳۷۹	۷۳.۶۸۴	تامین نیازهای روزمره در محله و دسترسی پیاده به مراکز خرید محلی از اولویت‌های من جهت انتخاب مسکن در شهر است.	
۳.۲۱	۳.۰۳	۳.۱۱۶	۳۷۹	۶۸.۹۳۹	اگرچه خانواده نزدیک من در شهر جدید محل زندگی‌ام ساکن نیستند، اما همسایه‌های خوب تا حدی این خلا عاطفی را جبران کرده و وابستگی به آنها ترک این شهر را برای من دشوار می‌سازد.	

دریس شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۴ پاییز ۹۵
No.44 Autumn 2016

۵۶

جدول ۳. خروجی آزمون t-test برای تاثیرگذاری حس مکان بر خلق حس تعلق اجتماعی

آزمون تی تک نمونه‌ای						گویه‌ها
فاصله اطمینان +۰/۹۵	فاصله اطمینان -۰/۹۵	اختلاف میانگین‌ها	سطح معنادار ی	درجه ازادی	آماره	
کران بالا	کران پایین					
۳.۰۸	۲.۹۰	۲.۹۸۷	۰.۰۰۰	۳۷۹	۶۵.۱۲۵	سکونت خانواده من در یک شهر حتی یک شهر جدید، مرا به آن شهر وابسته می‌کند.
۳.۱۳	۲.۰۶	۳.۱۴۵	۰.۰۰۰	۳۷۹	۷۲.۴۹۰	روابط حسنی میان همسایگان و هم محله‌ای‌ها از دلایلی است که می‌تواند افراد را نسبت به محل زندگی‌شان علاقه مند و وفادار سازد.
۳.۱۳	۲.۹۶	۳.۰۴۵	۰.۰۰۰	۳۷۹	۷۱.۶۲۷	آب و هوای مساعد به ویژه هوای پاک در یک شهر جدید از دلایلی است که افراد را به زندگی در آن تشویق می‌کند.
۳.۱۲	۲.۹۶	۳.۰۴۲	۰.۰۰۰	۳۷۹	۷۲.۸۲۳	بناهای نوساز و زیبا می‌تواند در ایجاد علاقه به یک مکان یا یک شهر موثر باشد.
۳.۱۷	۲.۹۹	۳.۰۸۲	۰.۰۰۰	۳۷۹	۶۵.۵۳۱	چندین سال زندگی / کار در یک شهر مرا به آن مقید و متعلق می‌سازد.
۳.۱۷	۲.۹۹	۳.۰۷۶	۰.۰۰۰	۳۷۹	۶۶.۸۷۲	برگزاری مراسم ورزش صبحگاهی با فعالیت‌های دسته- جمعی از دلایلی است که می‌تواند در جذب شهروندان به یک فضای عمومی مانند پارک مفید واقع شود.
۳.۰۹	۲.۹۳	۳.۰۰۸	۰.۰۰۰	۳۷۹	۷۱.۷۶۹	برخی مکان‌ها آن چنان مطلوب طراحی و ساخته شده‌اند که حتی تنها حضور پیدا کردن در آنها هم لذت‌بخش است.
۳.۱۶	۲.۹۸	۳.۰۰۶	۰.۰۰۰	۳۷۹	۶۷.۰۲۲	با وجود مشکلاتی که زندگی در یک شهر جدید (مانند پریدس) برای ساکنان ایجاد می‌کند، اما خودم را به شهر جدید محل زندگی‌ام وابسته دانسته و ترک آن برایم دشوار است.
۳.۲۱	۳.۰۴	۳.۱۲۱	۰.۰۰۰	۳۷۹	۷۲.۵۶۴	اکرچه عناصر هویتی شاخص در شهر جدید محل زندگی من در مقایسه با شهرهای بزرگ کمرنگ است، اما به لحاظ عاطفی خود را در پیوند با آن می‌دانم.
۳.۲۵	۳.۰۸	۳.۱۶۳	۰.۰۰۰	۳۷۹	۷۰.۷۴۹	فضاهای سیز و تجهیز شده در سطح شهر، از عواملی است که کیفیت زندگی در شهرهای جدید را بهبود می-بخشد.
۳.۲۳	۳.۰۴	۳.۱۳۴	۰.۰۰۰	۳۷۹	۶۳.۰۴۶	رضایتمندی از امکانات و خدمات شهری در کنار ویژگی‌های مثبت فرهنگی- اجتماعی، شهروند را نسبت به محل زندگی‌اش وابسته و دلبسته می‌کند.
۳.۲۲	۳.۰۵	۳.۱۳۴	۰.۰۰۰	۳۷۹	۷۱.۵۷۵	ضعف در ارائه خدمات بهداشتی و درمانی از مهمترین مواردی است که ممکن است ما مجبور به ترک جدید تامین نیازهای روزمره در محله و دسترسی پیاده به مراکز خرید محلی از اولویت‌های من جهت انتخاب مسکن در نقاط مختلف شهر است.
۳.۲۴	۳.۰۷	۳.۱۵۸	۰.۰۰۰	۳۷۹	۷۳.۶۸۴	اگرچه خانواده نزدیک من در شهر جدید محل زندگی‌ام ساکن نیستند، اما همسایه‌های خوب تا حدی این خلا عاطفی را برای من جبران کرده و وابستگی به آنها ترک این شهر را برای من دشوار می‌سازد.
۳.۲۱	۳.۰۳	۳.۱۱۶	۰.۰۰۰	۳۷۹	۶۸.۳۹۳	

درییش شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۴ پاییز ۹۵
No.44 Autumn 2016

۵۷

شده‌اند. با توجه به نرمال بودن داده‌ها، از آزمون تی تک نمونه‌ای به عنوان یک آزمون پارامتریک برای ارزیابی فرضیه‌ها استفاده شد. در این راستا برای تمامی گویه‌های مرتبط با هر فرضیه یا زیرفرضیه آزمون اعمال گردید و با توجه به کمتر بودن سطح معناداری هر گویه از ۰,۰۵ و بیشتر بودن اختلاف میانگین‌ها از 3 در فاصله اطمینان ۹۵ درصد، فرضیه شماره یک مورد تایید قرار گرفت. به طریق مشابه دو فرضیه دیگر نیز تایید شدند.

در راستای تحقق اهداف پژوهش و تأکید بر تاثیرپذیری حس تعلق شهروندی مشتمل بر حس تعلق مکانی و حس تعلق اجتماعی از حس مکان با تأکید بر مولفه معنایی آن، راهبردها و سیاست‌های زیر پیشنهاد می‌شوند:

الف) راهبردها و سیاست‌های مرتبط با ارتقای معنای مکان

• تأکید بر نقش ساختارهای ذهنی افراد

- تقویت و ارزش‌دهی به باورها و رویکردهای فکری مطلوب و جاری جامعه
- استفاده از عناصر، تصاویر و نقاشی‌های دیواری منطبق بر جهان بینی عمومی جامعه

• توجه به تجربیات افراد از مکان

- توزیع متعادل کاربری‌ها جهت پراکنش مطلوب کاربران مکان

○ کف‌سازی مناسب جهت افزایش اینمنی مکان

- فراهم آوردن امکان نظارت عمومی برای افزایش امنیت مکان

○ برگزاری برنامه‌های گروهی متنوع

• تأکید بر تاثیرپذیری معنای مکان از ویژگی‌های فردی

- فراهم نمودن مطلوبیت‌های مکانی برای افراد با سطوح تحصیلی متفاوت
- فراهم آوردن امکاناتی برای حضور افراد با سنین گوناگون

○ استفاده از کاربری‌های جذاب برای زنان

• تأکید بر نقش فرهنگ جاری در مکان

بیشترین تاثیر را دارد و رضایتمندی با وزن نسبی ۰,۲۹۷ در اولویت دوم قرار داشته و دلستگی با وزن نسبی برابر ۰,۱۶۳ در اولویت سوم قرار دارد. همچنین با توجه به کمتر بودن نرخ ناسازگاری مقایسات زوجی برابر ۰,۰۲۴ از ۱,۰ سازگاری این مقایسات قابل قبول می‌باشد.

حس تعلق مکانی: در ارتباط با حس تعلق مکانی، شاخص پیوندهای سکونتی با وزن ۰,۲۹۹ بیشترین تاثیر را داشته، پیوندهای خانوادگی با وزن ۰,۲۲۹ در اولویت دوم و پیوندهای فعالیتی نیز با وزن ۰,۲۰۰ در اولویت سوم می‌باشد. با توجه به کمتر بودن نرخ ناسازگاری مقایسات زوجی برابر ۰,۰۴ از ۱,۰ سازگاری این مقایسات قابل قبول است.

حس تعلق اجتماعی: فعالیت با وزن ۰,۳۴۳، رابطه فردی با وزن ۰,۲۷۴، رابطه گروهی با وزن ۰,۲۳۹ و در نهایت عضویت در گروه با وزن ۰,۱۴۵ اولویت‌های مربوط به شاخص‌های موثر بر حس تعلق اجتماعی دانسته شده‌اند. با توجه به کمتر بودن نرخ ناسازگاری مقایسات زوجی برابر ۰,۰۷ از ۱,۰ سازگاری این مقایسات قابل قبول می‌باشد.

۷- نتیجه‌گیری و جمعبندی

در این پژوهش و با مروری بر فرضیه‌های یاد شده، شاخص‌های فرضیه شماره یک مشتمل بر حضورپذیری، رضایتمندی و دلستگی در ارتباط با متغیر وابسته حس مکان و نیز ساختارهای ذهنی، ساختارهای تجربی، ویژگی‌های فردی، فرهنگ و تعاملات و روابط در ارتباط با متغیر مستقل معنای مکان بوده‌اند. شاخص‌های فرضیه دو با تأکید بر متغیر وابسته حس تعلق مکانی شامل پیوندهای فردی، پیوندهای خانوادگی، عوامل سکونتی، فعالیتی و هویتی و در مقابل با تأکید بر متغیر مستقل حس مکان، شامل حضورپذیری، رضایتمندی و دلستگی بوده است. شاخص‌های اخیر در ارتباط با فرضیه سه نیز مشابه و در مقابل در مورد متغیر وابسته حس تعلق اجتماعی شامل رابطه فردی، رابطه گروهی، عضویت در گروه و فعالیت در نظر گرفته

- مشارکت با شهروندان در زمینه برنامه‌ریزی شهری
 - فراهم ساختن رویدادها و فعالیت‌هایی که فرد را به مکان ارتباط دهد.
 - فراهم آوردن امکان فعالیت فرد در مکان
 - توجه به تاثیرپذیری حس تعلق مکانی از پیوندهای خانوادگی
 - بروز و اعلام آنکه اقوام و گروه‌های مختلف در شهر یا مکان خاص مورد پذیرش و احترام هستند.
 - فراهم آوردن امکان انجام مشارکت‌های خانوادگی در فضاهای عمومی شهری
 - تاکید بر اهمیت سکونت در مکان
 - افزایش کیفیت زندگی
 - فراهم کردن شرایط زندگی بهتر در مکان
 - تاکید بر نقش هرگونه فعالیت در مکان
 - تقویت نقش مراکز آموزشی و عالی عمدۀ حمایت از فعالیت‌های خصوصی و عمومی در شهر یا مکان
 - توجه به عناصر هویت بخش
 - برگزاری مراسم فرهنگی و اجتماعی در مجاورت عناصر هویت بخش
 - ایجاد عناصر هویت بخش
 - تقویت و شاخص نمودن عناصر هویت بخش موجود
 - د) راهبردها و سیاست‌های مرتبط با ارتقای حس تعلق اجتماعی
 - تاکید بر روابط فردی در ایجاد حس تعلق اجتماعی
 - تشویق مسئولیت‌پذیری فردی نسبت به جامعه و مکان خاص
 - فراهم کردن ساز و کارهای اجتماعی با تاکید بر تک تک افراد
 - تاکید بر روابط گروهی در ایجاد حس تعلق اجتماعی
 - اختصاص فضاهای ساختمانی برای نهادها و گروه‌های اجتماعی
 - حذف گوشۀ‌های کم تردد
 - به حداقل رساندن کاربری‌های اجباری و افزایش کاربری‌های انتخابی
 - پرهیز از سهل‌الوصول بودن مکان برای افراد نابهنه‌گار اجتماعی
 - تاکید بر خداد تعاملات اجتماعی در مکان
 - استفاده از وسایل بازی کودکان
 - استفاده از مبلمان شهری مناسب که امکان مکث و برقراری کنش‌های اجتماعی را فراهم سازد.
 - نورپردازی مناسب
 - استفاده از وسایل ورزشی قابل استفاده برای زنان و مردان در سنین مختلف
 - ب: راهبردها و سیاست‌های مرتبط با ارتقای حس مکان
 - توجه به حضورپذیری مکان به عنوان بعد کمی موثر بر حس مکان
 - پیش‌بینی فضاهایی برای قدم زدن، نشستن و ایستادن
 - استفاده از کاربری‌های گذران اوقات فراغت
 - فراهم سازی امکان حضور سالم‌مندان
 - توجه به رضایتمندی کاربران مکان
 - نظارت غیرمستقیم بر فعالیت‌های موجود در مکان
 - استفاده از درختان و پوشش گیاهی سایه‌انداز
 - طراحی عناصر طبیعی هماهنگ با پس زمینه انسان ساخت یک مکان
 - توجه به دلبستگی‌های فردی و گروهی به مکان
 - فراهم کردن شرایطی که شکل گیری خاطرات مشترک جمعی در مکان را موجب گردد.
 - شاخص نمودن عناصر هویت بخش مکان جهت یادآوری خاطرات جمعی و تصاویر ذهنی شهروندان.
 - ج) راهبردها و سیاست‌های مرتبط با ارتقای حس تعلق مکانی
 - توجه به تاثیرپذیری حس تعلق مکانی از پیوندهای فردی

- ۰ اطلاع رسانی و فرهنگ سازی با هدف ارتقای مشارکت مدنی
- ۰ تاکید بر عضویت افراد در نهادهای اجتماعی و محلی
- ۰ ارزش دهی به فعالیت‌های خاص گروه‌های مختلف قومی و اقلیت‌ها
- ۰ فراهم سازی امکانات مادی و معنوی برای گروه‌ها و NGO‌ها
- ۰ تاکید بر فعالیت‌های داوطلبانه و گروهی
- ۰ ترویج فرهنگ مشارکت و مزایای آن
- ۰ برگزاری جلسات مشورتی با شهروندان و به تدریج واگذاری مدیریت این جلسات به افراد محلی منابع و مأخذ
- ۱. افشار نادری، کامران (۱۳۷۸)، از کاربری تا مکان، معمار، شماره ۶.
- ۲. پرتوی، پروین (۱۳۹۳)، پدیدارشناسی مکان، تهران- موسسه تالیف، ترجمه و نشر آثار هنری (متن).
- ۳. جوان فروزنده، علی و مطلبی، قاسم (۱۳۹۱)، مفهوم حس تعلق به مکان و عوامل تشکیل دهنده آن، نشریه هویت شهر، شماره هشتم، سال پنجم، بهار و تابستان، صص. ۲۷-۳۷.
- ۴. ربانی، رسول، کریمی‌زاده اردکانی، سمیه و نظری، جواد (۱۳۸۹)، بررسی عوامل موثر بر هویت اجتماعی شهرهای جدید (مطالعه موردی شهر پردیس تهران)، فصلنامه مطالعات ملی، سال یازدهم، شماره ۳، صص. ۱۰۱-۲۸.
- ۵. فلاحت، محمدصادق (۱۳۸۵)، مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۶، صص. ۵۷-۶۶.
- ۶. کارمنا، متیو، هیت، تیم، اک، تنر و تیسلد، استیون (۱۳۸۸)، مکان‌های عمومی، فضاهای شهری، ترجمه فریبا قرایی، مهشید شکوهی، زهرا اهری و اسماعیل صالحی، تهران- انتشارات دانشگاه هنر.
- ۷. کلالی، پریسا و مدیری، آتوسا (۱۳۹۱)، تبیین مقش مولفه معنادار فرآیند شکل گیری حس مکان، نشریه

- ity and neighborhood attachment in urban environments- a confirmation study on the city of Rome, *Landscape and Urban Planning*, 988, 1-12.
19. Bricker, K.S. and Kerstetter, D.L. (2001), 'Level of specialization and place attachment- An exploratory study of whitewater recreationists', *Leisure Sciences*, 22, pp. 233-257.
- Carmona, M. and Tiesdell, S. (2007), *Urban Design Reader- The Dimension of Urban Design*, Architecture press.
20. Browning, C. R. & Kathleen A. C. (2003), Moving Beyond Poverty- Neighborhood Structure, Social Process, and Health, *Journal of Health and Social Behavior*, vol. 44, no. 4 (December), pp- 552-571.
21. Browning, C. R. et al (2006), Neighborhood Social Process, Physical Conditions, and Disaster-Related Mortality- The Case of the 1995 Chicago Heat Wave, *American Sociological Review*, Vol. 71, (August), pp-661-78.
22. Canter, D. (1977), *The Psychology of Place*, the Architectural Press, London.
23. Carmona, M., Heath, T., Oc, T. and Tiesdell, S. (2003), *Public Places-Urban Spaces*, Architectural Press, Oxford.
24. Carmona, M. & Tiesdell, S. (2007), *Urban Design Reader*, Oxford ; Burlington, MA - Elsevier/Architectural Press.
25. Carpiano, R. W & Hystad, P. (2010), Sense of community belonging" in health surveys- What social capital is it measuring?, *health&Place*, doi-10.1016/j.healthplace.
26. Casey, E.S. (1993), *Getting back into place*, Bloomington- Indian University Press.
27. Dominy, M. (2001), *Calling the station home- Place and identity in New Zealand's high country*, Rowman and Littlefield Publishers, Lanham.
28. Dulin, A. (2007), An Evaluation of Neighborhood Context and Health Lifestyles- Implication for Obesity Outcomes among Children, Ph.D. Dissertation, Department of Sociology, The University Of Alabama at Birmingham.
29. Eco,U. (1968), Function and sign - semiotics in architecture,in the city and the sign - An Introduction to Urban Semiotics, Gottdiener , M. and Lagopoulos, A. Columbia University press, N.Y.
30. Everett, B. (2009), Belonging- Social exclusion, social inclusion, personal safety and the experience of mental illness, Copyright Mood Disorders Society of Canada.
31. Gieryn, Thomas F (2000), A Space For Place in Sociology, *Annu. Rev. Sociol.*, 96-26-463.
32. Gustafson, P. (2001), Meanings of place- Every-day experience and theoretical conceptualizations. *Journal of Environmental Psychology*, 16-5 ,21.
33. Hagerty, B. et al (1992), Sense of Belonging- A Vital Mental Health Concept; *Archives of Psychiatric Nursing*, Vol. VI, No. 3, pp. 172-177.
34. Hammitt, W. E., Kyle, G. T., & Oh, C. O. (2009). Comparison of place bonding models in recreation resource management. *Journal of Leisure Research*, 41(1), 57e72.
35. Harding, D. J. (2007), Cultural Context, Sexual Behavior, and Romantic Relationships in Disadvantaged Neighborhood, *American Sociological Review*, vol. 72 (June), pp- 341-364.
36. Harding, D. J. (2009), Violence, Older Peers, and the Socialization of Adolescent Boys in Disadvantaged Neighborhood, *American Sociological Review*, vol. 74 (June), pp- 445-464.
37. Harmon, D. (2006), 'People, Places, and Parks- Proceedings of the 2005 George Wright Society', Conference on Parks, Protected Areas, and Cultural Sites, Hancock, Michigan, USA.

38. Hung Ng, S. et al (2005), People living in ageing buildings- Their quality of life and sense of belonging, *Journal of Environmental Psychology*. No. 25 (2005) 347–360.
39. Knox, P.L. (1984), Styles, symbolism and setting- the built environment and the imperatives of urbanized capitalism, *Architecture et Comportement*, 2,107-22.
40. Knox, P.L. and Pinch, S. (2000), *Urban Social Geography- An Introduction*, Prentice Hall, Harlow.
41. Lane, R.J. (2000), Jean Baudrillard, Routledge, London.
42. Lansing, J. B., Marans, R.W. and Zehner, R. B. (1970), *Planned residential Environments*, Ann Arbor, University of Michigan, Survey Research Center.
43. Logan, J. & Molotch, H. (1987), *Urban Fortunes- The Political Economy of Place*, University of California Press- Berkeley.
44. Lukermann, F. (1964), Geography as a formal intellectual discipline and the way it contributes to human knowledge, *Canadian Geographer* 8, 4, pp. 167-172.
45. Manzo, Lynne C. (2005), For better or worse- Exploring multiple dimensions of place meaning, *Journal of Environmental Psychology* 25, p 86–67.
46. Mirowsky, J. & Catherine E. R. (2003), *Social Causes of Psychological Distress*, New York- Aldine de Gruyter, second edition.
47. Montgomery, J. (1994), The Evening Economy of Cities, *Town & Country Planning*, 63, 302-7.
48. Norberg-Schulz, C. (1974), *Meaning in Western Architecture*. New York- Rizzoli.
49. Pocock, D. and Hudson, R. (1978), *Images of the Urban Environment*, Macmillan, London.
50. Proshansky, H. M., Fabian, A. K. & Kamino, R. (1983), Place-identity- physical world socialization of the self, *Journal of Environmental Psychology* ,vol 3, pp 57-83.
51. Proshansky, H.M. (1978), 'The City and Self-Identity', *Environment and Behavior*, 10-2, pp.147-169.
52. Rapoport, A. (1990), *The meaning of the built environment- a nonverbal communication approach*, the University of Arizona Press, Tucson.
53. Relph, E. (1976), *Place and Placelessness*, Pion, London.
54. Rose, D. A. & Clear, T. R. (1998), Incarceration, Social Capital, and Crime- Implications for Social Disorganization Theory, *Criminology*, Beverly Hills- Vol. 36, Iss. 3; PDF (Pg. 441-479), Full text (1-16).
55. Ryan, Robert,(1998), Attachment to urban natural areas- Effects of environmental Experience, Ph.D. dissertation, University of Michigan.
56. Salvesen, D. (2002), *The Making of Place; Research on Place & Space Website*, 20 Feb. 2003, 12 Mar. 2003, <http://www.matr.net/print-4108.html>.
57. Seamon, D. (1982), The Phenomenological Contribution to Environment Psychology, *Journal of Environment Psychology*, No. 2, pp. 119-140.
58. Seamon, D. & Sowers, J. (2008), *Place and Placelessness*, Edward Relph, Human Geography,London-Sage
59. Scannell, L. & Gifford, R. (2010), Defining Place Attachment- A Tripartite Organizing Framework, *Journal of Environment and Psychology*, Vol. 30, 1-10.
60. Schreyer, R., Jacob, G., and White, R. (1981), 'Environmental meaning as a determinant of spatial behavior in recreation', In J. Frazier and B. Epstein (Eds.), *Proceedings of the Applied Geography Conferences*, Binghamton, Dept. of Geography, SUNY

- Binghamton, pp. 294-300.
61. Stedman. R. (2002), Toward a Social Psychology of Place- Predictive Behavior from Place-based Cognitions, Attitudes and Identity, *Environmental Behavior*, No. 34, 561-581.
62. Steele, F. (1981), *The sense of place*, Boston- CBI Publishing Company.
63. Stokols, D., and Shumaker, S.A. (1981), 'People in places- A transactional view of settings', In J. Harvey (Eds.), *Cognition, Social behavior, and the environment*, Hillsdale, Erlbaum, pp.441-488.
64. Tuan, Y.F. (1977), *Space and place- The perspective of experience*, University of Minnesota Press.
65. Van der Klis, M. & Karsten, L. (2009), Commuting partners, dual residences and the meaning of home. *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 29, Issue 2, p.p. 235-45.
66. Vaske, J.J., and Kobrin, K.C. (2001), 'Place attachment and environmentally responsible behavior', *The Journal of Environmental Education*, 32-4, pp.16-21.
67. Warzecha, C. A., and Lime, D.W. (2001), 'Place attachment in Canyonlands National Park- Visitors' assessment of setting attributes on the Colorado and Green Rivers', *Journal of Park and Recreation Administration*, 19-1, pp. 59-78.
68. Williams, D.R., and Roggenbuck, J.W. (1989), Measuring place attachment-Some preliminary results, In LH. McAvoy and D. Howard (Eds.), *Leisure Research Symposium*, National Recreation and Park Association, Arlington, 32.

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۴ پاییز ۹۵
No.44 Autumn 2016

■ ۶۴ ■