مدیریت شهری
شماره ۴۴ پاییز ۹۵
No.44 Automn 2016
۴۱-۶۴
زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۶/۴ زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۵/۲/۱۸

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

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
قامروزه فرآیند توسعه شهرها بیش از پیش به سوی ابعاد کالبدی تمایل یافته و در مقابل انسان و ویژگی های او رنگ باخته-اند. نتیجه این امر گسستگی 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 نمی کند، رخدادی که نتایج آن طیفی از مشکلاتی چون کاهش مسئولیت پذیری در قبال رخدادهای پیرامونی با تاکید بر زوال امنیت شهری تا بحران های اجتماعی از جمله بحران هویت را در بر می گیرد. 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 مردم نگاری تدوین شده است. شاخص های پژوهش برمبنای مطالعات کتابخانه ای و اسنادی به کمک پرسشنامه طراحی شده در طیف لیکرت با بهره گیری از آزمون آماری تی در نرم افزار SPSS و روش تحلیل سلسله مراتبی AHP به صورت موردی در شهر جدید پردیس مورد بررسی قرار گرفته اند. نتایج نشان می دهد که معنای مکان متاثر از شاخص های تعاملات اجتماعی در مکان، ویژگی های فردی، ساختارهای ذهنی و فرهنگ بر شکل گیری حس مکان مشتمل بر شاخص های 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 می باشد. بدین ترتیب طراحی و برنامه ریزی شهری با اتخاذ رویکردهای انسانی به شهر و تلاش در راستای بهبود روابط شهروندان با مکان به عنوان مظروفی که کالبد و فعالیت را در خود می پذیرد، می تواند بر قدرتمندسازی رابطه این همانی شهروند 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.

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.

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

این مقاله برگرفته از پایان نامه دکتری خانم سولماز رضایی دانشجوی گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران به راهنمایی دکتر مجتبی رفیعیان می باشد.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

۱- مقدمه

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 چهارگانه 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 پژوهش حاضر عبارتند از:

• 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 یزدی، 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 بخشی 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 قابل 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 دقت 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 پیشنهاداتی برای تحقق اهداف مورد نظر ارائه خواهند شد.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

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 اندیشی 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 می شود. جغرافیای انسان-گرایانه ای که رلف در این کتاب ارائه می دهد، حوزه ای 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 مکان های معنادار داشته و اگر از این نیاز چشم پوشی کند، با آینده ای مواجه می شود که در آن مکان ها به هیچ انگاشته می شوند. اما در صورتی که به این نیاز پاسخ داده و به بهبود وضعیت بی مکانی بپردازد، آنگاه پتانسیل لازم را برای توسعه محیطی فراهم می آورد که در آن مکان ها برای انسان ها هستند، تجربیات مختلف او را منعکس کرده و ترقی می دهند.

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 می داند که به شکل مادی مکان بستگی دارد، چنان که جنبه های دوگانه سکونت را احراز هویت و تعیین موقعیت می داند. این جنبه های دوگانه معماری در ساختن مکان، بر عملکردهای معمارانه تجسم و پذیرش منطبق می شوند. بدین ترتیب که هر مکان در همان حال که جهت امکان دهی به عملکردهایی آنها را در خود پذیرا می شود، مفاهیمی را نیز تجسم می بخشد. او همچنان بیان می دارد که احراز هویت، گشودگی و باز بودن، شخصیت محیط را نیز شامل شده که در آن با عنوان روح مکان یاد می شود.

فلاحت در مقاله خود با عنوان مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن (۱۳۸۵)، حس مکان را به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه آنها از محیط خود می داند که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می-دهد، به طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می شود. این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می گردد. نویسنده اذعان می دارد حس مکان حاصل ارتباط درونی انسان، تصورات ذهنی او و ویژگی های محیطی است. این مفهوم از یک سو ریشه در تجربه های ذهنی همچون خاطره، سنت، تاریخ، فرهنگ و اجتماع دارد و از سوی دیگر، متاثر از زمینه های عینی و بیرونی در محیط مانند طرح، منظره، بو و صداست که نشان می دهد حس مکان مفهومی پیچیده از احساسات و دلبستگی انسان نسبت به محیط بوده که در اثر انطباق و استفاده انسان از مکان به وجود می آید.

مطالعه اسکانل و گیفورد (۲۰۱۰) با عنوان تعریف دلبستگی مکان- چارچوبی سه گانه، این مفهوم را دارای سه بعد شخص، فرآیند روانی و مکان می دانند. 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 جنبه های عاطفی، شناختی و نیز الگوی رفتاری در ارتباط قرار می گیرد. این مولفه ها نیز خود از غرور، شادی، عشق، خاطرات، دانش فردی، معانی، چگونگی نگهداری مکان و نیز بازسازی آن تاثیر می پذیرند. بعد مکان از دید نویسندگان وابسته به ویژگی های فضایی محیط و نیز عناصر اجتماعی یا کالبدی آن است که ناشی از خصوصیات طبیعی یا انسان ساخت و نیز نمادهای اجتماعی می باشند.

پژوهش دپارتمان برنامه ریزی و مطالعات شهری دانشگاه ام.آی. تی با عنوان مکان ها در فرآیند ساخت- چگونه فرآیند مکان سازی، مکان ها و

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

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 داند. 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 یاد 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 زیرمجموعه ای از آن. استراتژی پژوهش نیز تحقیق میدانی، تحقیق موردی و مردم نگاری می باشد. صرف نظر از شیوه های اسنادی، کتابخانه ای، 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 پردیس که مطابق سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۰ جمعیت ۳۷۲۵۷ نفر را در بر داشته، 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 می گردد. محدوده راهبردی و بستر شهر جدید پردیس، به ویژه استقرار صنایع مستقر در آن و مطالعه توان های بالقوه اقتصادی، تفرجگاهی و خدماتی برای ناحیه شرق تهران از نظر ایجاد و احداث یک شهر جدید ۲۰۰ هزار نفری با ۵۰ هزار شغل مناسب با اهداف شهر، به عمل آمده است. این شهر با قابلیت های گردشگری و سیاحتی و نیز نزدیکی به مناطق معتدل کوهستانی و آب و هوایی با چشمه سارهای جاری، در چهار فصل سال چشم انداز زیبایی را به وجود آورده است (ربانی و همکاران، ۱۳۸۹، صص ۱۰-۱۰۹). مکان یابی شهر جدید پردیس 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 ویژه ای 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 می باشد.

۴- مبانی و چارچوب نظری

۴-۱- روابط متقابل معنای مکان و حس مکان

کلیه محیط های شهری دارای معنای، نماد و ارزش اند. مطالعه نشانه ها و معانی آنها به علم نشانه شناسی معروف است. اکو این گونه توضیح می دهد که علم نشانه شناسی کلیه پدیده های فرهنگی را به شکل سیستمی از علایم و نشانه ها مورد بررسی قرار می دهد (Eco, ۱۹۶۸: ۵۶-۷). جهان از لایه های مختلف نشانه ها و علایم تشکیل شده که از طریق جامعه، فرهنگ و ایدئولوژی مورد تفسیر و شناخت قرار می گیرد. طبق نظریات دوسوسور ، فرآیند خلق معنی، معناگذاری نامیده می شود. معنا شونده چیزی است که مورد ارجاع قرار می گیرد. معنا مفهومی است که به آن موضوع ارجاع شده و نشانه ارتباط میان این دو را بنا می نهد. انواع گوناگونی از نشانه ها به ترتیب زیر شناخته شده است (Lane, ۲۰۰۰: ۱۱۱):

- **نشانه های تجریدی:** دارای شباهت مستقیم با موضوع است؛ به عنوان نمونه یک نقاشی که بیانگر یک منظره واقعی است.
- **نشانه های موضوعی:** دارای ارتباط مادی با

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

موضـوع اسـت؛ به عنـوان نمونـه دود می تواند نشـانگر آتش باشـد.

• **نشـانه های نمـادی:** ارتبـاط ایـن نـوع نشـانه بـا موضـوع بیشـتر اختیـاری اسـت و در سیسـتم های فرهنگی- اجتماعی سـاخته می شـود؛ به عنـوان نمونه سـتون های سـبک کلاسـیک نمایانگر شـکوه و عظمت است.

همـان طـور کـه کلمـات در زبـان دارای معانـی توافـق شـده ای هسـتند، مفاهیم نشـانه های غیرکلامی نیز از سـنت های اجتماعی و فرهنگی ریشـه می گیرند. البته تفسـیر نشـانه های نـوع دوم قابلیـت انعطاف بیشـتری دارنـد. بـا تغییـر و تحـول جامعـه معناگـذاری نیـز متحـول می گـردد. معانـی مترتـب بـر محیط سـاخته شـده بـا تغییر سیسـتم ارزشـی اجتماعی اصلاح شـده بـه صورتـی کـه پاسـخگوی الگوهـای در حـال تحـول سـاختار اجتماعـی- اقتصـادی جامعـه بـوده و با شـیوه زندگـی نوین هماهنگ باشـند (Knox, ۱۹۸۴: ۱۱۲). یکـی از مباحـث مهـم در علـم معناشناسـی، موضـوع سـطوح مختلف معنی اسـت. علامت یا نشـانه لایه اول یـا اولیـن ردیف بـه نام معنـی یا اشـاره اصلـی خوانده می شـود کـه مبیـن عملکرد اصلـی یا به عبـارت دیگر، عملکـرد قابـل حصـول یـک موضـوع اسـت (Eco, ۱۹۶۸). نشـانه ردیـف دوم یـا عملکـرد ثانویـه بـه نـام معنـا یـا اشـاره ضمنـی خوانـده شـده و دارای طبیعت نمادیـن و سـمبولیک اسـت. ایـن سـطوح مختلـف معنـی امـکان تفـاوت قائل شـدن بین عملکـرد یا نحوه اسـتفاده مسـتقیم شـیء و شـناخت اجتماعـی از آن شـیء را ایجـاد می کنـد (کارمونـا و همـکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۸۱).

از آنجـا کـه معانـی محیطـی و مناظـر همزمـان تولیـد و تفسـیر می شـوند، ایـن بحـث پیـش می آیـد کـه آیا معانـی در شـیء و عنصـر محیطـی وجـود دارد یـا در ذهـن نظاره گـران ایـن عناصـر آشـکار بـوده کـه در نتیجـه آن بعضـی از عناصـر محیـط در ذهـن گـروه زیـادی از مـردم دارای معانـی ثابتـی هسـتند. ناکس و پینـچ بیـن این دو پیـام تفـاوت قائل شـده اند- پیامی کـه انتظار می رود، فرسـتاده شـود و تلاشـی اسـت که از سـوی معمـاران، برنامه ریـزان و مسـئولان سـاخت محیـط انجـام می گیـرد و پیامـی که از سـوی مـردم و اسـتفاده کنندگان از محیـط دریافت می شـود (Knox & Pinch, ۲۰۰۰: ۲۷۳).

بایـد عنـوان داشـت دو گونـه معنـا، گونه اول مشـتمل بـر معنـای موجـود در ذهن انسـان و متاثـر از ارزش ها و عوامـل فرهنگـی- اجتماعـی و گونـه دوم مشـتمل بر معنـای موجـود در مـکان و مرتبـط بـا ویژگی هـای محیطـی و کالبـدی مـکان وجـود دارد کـه گونـه دوم آن نیـز به شـکلی تحـت تاثیـر ارزش ها قـرار دارد؛ چرا کـه اگرچـه مکان هـای طبیعـی از ابتـدا دارای معانـی پنهـان و نهفتـه ای در خـود هسـتند، امـا مکان هـای انسـان سـاخت تحـت تاثیـر ارزش هـای جامعه شـکل می گیرنـد. بنابرایـن می تـوان معانـی یـاد شـده را مطابـق دسـته بندی گیفـورد در زمینه عوامـل موثر بر ادراک در قالـب سـه عامـل شـخصی (انسـان و معانـی موجـود در ذهـن او)، کالبـدی (مـکان، ویژگی هـای محیطـی و معانی موجـود در مـکان) و فرهنگی (عقاید و ارزش هـای اجتماعـی- فرهنگـی) معرفـی نمـود. در ادامـه ایـن فرآینـد، معانـی موجـود در ذهـن انسـان و همچنیـن معانـی موجـود در مـکان از طریـق تجـارب حسـی دریافـت شـده و در مرحلـه بعـد ادراک ناشـی از آگاه شـدن از طریـق حـواس را شـکل می دهـد. پـس از شـکل گیری آگاهـی ناشـی از تجـارب حسـی، در مرحلـه ای بالاتـر ایـن احسـاس بـا ادراک همـراه شـده و منجـر بـه شـناختی کامل تـر و عمیق تـر و در واقـع ادراک معنـادار می گـردد. در اینجـا مشـخص می شـود کـه بـر مبنـای عوامـل سـه گانه موثـر بـر ادراک انسـان برمینـای سـه عامـل شـخصی، کالبـدی و فرهنگـی و از طریـق آنهـا می تـوان بـه ادراک ابعـاد گوناگـون معانـی مـکان نائـل آمـد. این در حالی اسـت کـه ادراک معانـی یاد شـده از عواملی چـون ارزش ها و نگرش هـا، فرهنـگ، هویت فـردی و جمعـی، ارتباطات اجتماعـی، سـاختار کالبـدی و ویژگی هـای فضایـی- مکانـی می باشـند کـه ایـن عوامـل بـه نوعـی مرتبـط

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

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 معانی مکان، منجر به شکل گیری حس مکان در انسان می گردند (کلالی و مدیری، ۱۳۹۱، ص ۴۷). حس مکان در اثر ارتباط متقابل انسان با عوامل ظاهر کالبدی، فعالیت ها و معانی شکل می گیرد. فان آیک این مفهوم را در عبارت معروف خویش به این صورت بیان کرده است- هر آنچه فضا و زمان بیان می دارد، 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 می-آفرینند. اثرات یک مناسبت زمانی بر مکان به بهترین شکل می تواند در یک استادیوم ورزشی مشاهده شود، یکی در زمانی که مملو از انسان ها و در 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 می داند که البته هر یک از آنها به تنهایی در خلق این احساس کافی نیستند. به زعم وی، شخصیت کالبدی، مالکیت، اصالت، ساکنان و وسایل 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 زمان و با توجه به ویژگی های 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 می پذیرد. حس مکان به تبعیت از معنایی که مکان برای انسان می سازد، در نخستین سطح از ویژگی های کالبدی و حضور فیزیکی شخص در مکان متاثر می گردد. در سطوح بالاتر که فرآیند ادراک کامل تر می گردد، رابطه انسان با مکان نزدیک تر شده و ویژگی های نهان و ناپیدای مکان واجد اهمیت می گردند. بدین ترتیب است که معنای مکان برخاسته از ویژگی های بصری و آنی در وهله نخست و سپس ذهنیات، تجارب، خاطرات و ارزش ها در شکل گیری کیفیت احساسی حضور در مکان و به بیان دیگر، حس مکان نقش اساسی ایفا می نماید.

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

حس مکان عموما با حس تعلق همراه بوده و با حس عاطفی دلبستگی به یک مکان عجین می شود. مکان می تواند حس ریشه دار بودن را تقویت کرده و حس هویت بخشی را ا محل خاصی عجین سازد. ریشه دار بودن غالبا با حس ناخودآگاه مکان همراه است. عارفی بیان می کند که چنین حسی طبیعی ترین، بنیادی ترین و خودجوش ترین اتصال بین انسان و مکان است (Arefi, ۱۹۹۹: ۱۸۴). برای رلف معنای مکان در داشتن نقطه ای 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 می یابد (Relph, ۱۹۷۶: ۳۸).

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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

معنـای تعلـق به خاطـر می سـپارد. علاوه بر آنهـا تیلور بـه همـراه گروهـی دیگـر، در بررسـی خـود از فضاهای عمومـی در واحدهـای همبسـتگی بـا اشـاره بـه عناصر کالبـدی از آن بـه عنـوان تعامـل کالبـدی یـاد کـرده کـه معـادل تعلـق کالبـدی بـه مـکان می باشـد. پیش از ایـن نیـز پروشانسـکی بـر ضـرورت توجـه بـه عناصر کالبـدی در محیـط انسـانی و نقش آن در شـکل گیری مـداوم هویـت فـردی انسـان تاکیـد داشـته اسـت. وی بـا تمرکـز بـر نقش حـس تعلـق کالبـدی در محیط به عنـوان بخشـی از هویـت مکانـی آن را جزئـی از هویت فـردی و و نهایتـا هویت اجتماعی افـراد در محیط های مختلـف می دانـد (Riger & Lavrakas, ۱۹۸۱; Proshansky, ۱۹۸۳ بـه نقـل از جـوان فروزنـده و مطلبـی، ۱۳۹۰، ص ۳۲).

حـس تعلـق بـه طـور کلـی بـه معنـای مهـر و نشـانی اسـت کـه مـردم بـر مـکان خاصـی می زننـد. ایـن احسـاس نتیجـه نهایـی ادراکی اسـت کـه از تحریکات محیطـی از طریـق حس های گوناگون به شـکل مرتبط بـا هـم و به صـورت واحـد حاصـل گردیـده و پیش-تر بـه شـکل گیری حـس مـکان انجامیـده اسـت. ادراک محیـط که گاه با شـناخت آن اشـتباه گرفته می شـود، فراتـر از صرفـا دیـدن و حس کـردن محیط اسـت. این امـر بـه فرآیند پیچیـده فهم محـرکات محیطی مرتبط می شـود. ایتلسـون چهـار بعـد گوناگـون ادراک را که بـه صـورت همزمـان عمـل می کننـد، بـه ترتیـب زیـر بیـان کـرده اسـت (Ittelson, ۱۹۷۸ cited in Bell et all, ۱۹۹۰: ۲۹):

• بعـد شـناختی: شـامل فکـر کـردن در مـورد محرک محیطـی، سـازمان دادن و ذخیـره اطلاعـات اسـت. در واقـع ایـن جنبه به معنـادار شـدن محیط برای انسـان کمـک می کند.

• بعد احساسـی: شـامل احساسـات ماسـت که بر درک محیطـی مـا اثر گـذارده و در مقابـل آن درک از محیط نیـز بر احساسـات ما تاثیـر دارد.

• بعـد تفسـیری: شـامل معانـی و مفاهیمـی اسـت که از محیـط بـه دسـت می آیـد. در بعـد تفسـیری مـا به خاطـرات و اندوخته هـای ذهنـی خـود برای مقایسـه و تفسـیر محـرکات محیطـی جدیـد تکیـه می کنیم.

• بعد ارزش گذاری: شـامل ارزش ها و ترجیحاتی اسـت کـه خوب و بد را می سـازد.

بدیـن ترتیـب، محیط می توانـد به عنوان یک سـاختار ذهنـی یـا تصـور محیطی کـه از طریـق افـراد گوناگون بـه اشـکال مختلـف خلـق و ارزش گـذاری شـده، در نظـر گرفتـه شـود. تصویرهـای ذهنی از محیـط نتیجه فرآیندی اسـت که طی آن تجربیات شـخصی از محیط بـه همراه سیسـتم ارزشـی هر شـخص نقـش عمده ای بـه عنـوان فیلتـر بـرای درک محـرکات محیطـی ایفـا می-کنـد، فرآینـدی که لینـچ آن را دو سـویه می داند. در ایـن فرآینـد، محیـط تفاوت ها و ارتباطـات عناصر را معرفـی نمـوده و از میـان آنها بیننده بخشـی را انتخاب کـرده، سـازمان داده، معنـادار سـاخته و در ذهـن خود متصـور می سـازد. بـه شـکل مشـابه مونتگمـری میان هویـت یـک محـل (آنچه که یـک مکان یه شـکل واقع هسـت) و تصـور محل (امتزاجـی از این هویـت با آنچه افـراد گوناگـون از آن ادراک کـرده و با احساسـات خود می آمیزنـد) تفـاوت قائـل اسـت (Montgomery, ۱۹۹۴: ۱۰۰). پـوکاک و هادیسـون بیـان مـی دارنـد کـه بـه صـورت عمومـی، تصـور ذهنـی از یـک محیط شـهری به شـکل زیـر اسـت (Pocock & Hudson, ۱۹۷۸: ۳۳):

• جزء به جزء- تمام شهر را شامل نمی شود.

• ساده شده- بسیاری از اطلاعات حذف شده است.

• شـخصی- هـر فـرد دارای تصوری مسـتقل و منحصر به فرد اسـت.

• انحرافـی- کـه بـر اسـاس عقاید شـخصی و نـه لزوما حقایـق از نظـر جهـات، ابعـاد و اندازه هـا شـکل گرفته است.

بنابرایـن و بـه تعبیـر رلـف تصـورات محیـط، خلاصه و تجریـد حقیقـی محیـط و بـر اسـاس واقعیات نیسـت، بلکه تفاسـیر اختیاری از آن اسـت. آن گونه که هسـت یا آنچـه بایـد باشـد (Relph, ۱۹۷۶:۱۰۶).

جـوان فروزنـده و مطلبـی (۱۳۹۰) در پژوهـش خـود،

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

شکل گیری حس تعلق به مکان را ناشی از سه دسته عوامل ادراکی- شناختی، اجتماعی و محیطی- کالبدی می دانند. با تاکید بر دسته نخست، حس تعلق ترکیبی پیچیده از معانی، نمادها و کیفیت های محیطی است که شخص یا گروه به صورت ناخودآگاه یا خودآگاه از یک مکان خاص ادراک می کند. این معنا عمدتا بر پایه ارتباط عاطفی فرد با محیط قرار داشته و در طراحی به صورت نمود کالبدی خود را نمایان می سازد. شناخت و ادراک فرد از یک مکان از شروط اولیه برای ایجاد حس تعلق به مکان می باشد. بدین منظور محیط های خوانا و متمایز از نظر کالبدی برای استفاده کنندگان واجد مطلوبیت دانسته شده و ادراک و شناخت بیشتری نسبت به آنها صورت می گیرد. عوامل کالبدی همچون مشخص نمودن حرایم، حدود مالکیت و همسایگی ها از مهمترین عوامل ادراک صحیح و مطلوب انسانی از محیط بوده که فرد بر پایه شایستگی ها و انگیزش های خود به کنکاش و تجربه از محیط می پردازد.

وابستگی قابل توجه ادراک و به دنبال آن حسی که در حضور در فضا برای فرد ایجاد می شود، به عقاید، خاطرات، تجارب و تصورات ذهنی افراد بیانگر احساسات و دیدگاه ها بسیار متفاوت از محیط می باشد. 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 می شود، بر پایه حس مکان مبتنی بر معنایی است که افراد در ذهن خود متصور می شوند.

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

به همان نسبت که عوامل ادراکی- شناختی فردی در شکل گیری حس تعلق به عنوان گام اولیه مطرح است، نقش متغیرهای اجتماعی مانند فرهنگ، نمادها و نشانه های اجتماعی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است؛ به گونه ای که تا پیش از سال ۱۹۷۸ میلادی عمده تحقیقات صورت گرفته بر نقش عوامل اجتماعی در شکل گیری این حس تاکید داشته و متغیرهای کالبدی کمتر مورد نظر بوده اند. پژوهشگرانی چون راپاپورت و پروشانسکی با مطالعات خود بر نقش عوامل کالبدی تاکید داشته اما اشاره کرده اند که آنچه محیط کالبدی را به عنوان بستر تعاملات اجتماعی مطرح می کند، در اصل نمادها و سمبل های محیطی مشترک اجتماعی از یک طرف و از طرف قابلیت محیطی در تامین و گسترش این بعد از نیازهای انسانی است. در اصل تمام انسان ها دارای نیازهای اجتماعی بوده و در هرم نیازهای مازلو، انسان در جستجوی تعلق به خویشاوندان و دوستان است. در این مرتبه از حس تعلق، محیط به عنوان بستر فعالیت های 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 می کنند (جوان فروزنده و مطلبی، ۱۳۹۰، ص ۳۳). نظریه های 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 زمینه های اجتماعی، چگونگی تقویت یا فرسایش حس تعلق اجتماعی را در جامعه و بین افراد و به ویژه در اجتماع های محله ای مشخص نماید. این نظریه ها بر اساس عواملی که تاکید می کنند، در سطوح خرد، میانی، کلان و جامعه دسته بندی می شوند. در این ارتباط و با تاکید بر سطح میانی می توان به نظریه های بی سازمانی، پنجره شکسته و انزوای اجتماعی اشاره نمود. از دیدگاه نظریه بی سازمانی اجتماعی، محرومیت محله ایجاد نظم و حفظ آن را دشوارتر می سازد.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

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 قدرتمند، 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 عموما در شهر به چشم می-خورد؛ یعنی مکانی که افراد با فرهنگ ها و زمینه های ارزشی متفاوت کنار یکدیگر قرار می گیرند (Harding, ۲۰۰۷, ۲۰۰۹). 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 متمرکز 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 نباید 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 شود. در مرحله اول، خروج ساکنان طبقه متوسط از مناطق مرکزی شهر سبب کاهش کارآیی نهادهای محلی از قبیل اماکن مذهبی، سازمان-های داوطلبانه و خانواده می شود و کاهش ظرفیت ساکنان برای کنترل اجتماعی غیر رسمی را در پی خواهد داشت (Browning & Kathleen, ۲۰۰۳; Browning et. al, ۲۰۰۶). در مرحله دوم که توان تنظیمی محله کاهش می یابد، افزایش فقرا و حاضر نبودن طبقه متوسط و در نتیجه، نبود منابع و سرمشق 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 الگوها، 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 منزوی شده (انزوای اجتماعی) نیز موجب انزوای فرهنگی (شکل گیری خرده 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, ۲۰۰۹).

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 منزوی و فقیر معمولا شغل های کمتری وجود داشته و ساکنان فرصت های کمتری برای کار دارند. افراد جوان معمولا در این اوضاع احتمال دستیابی کمتری به موفقیت را از راه های معمولی و ابزارهای مشروع، کم

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

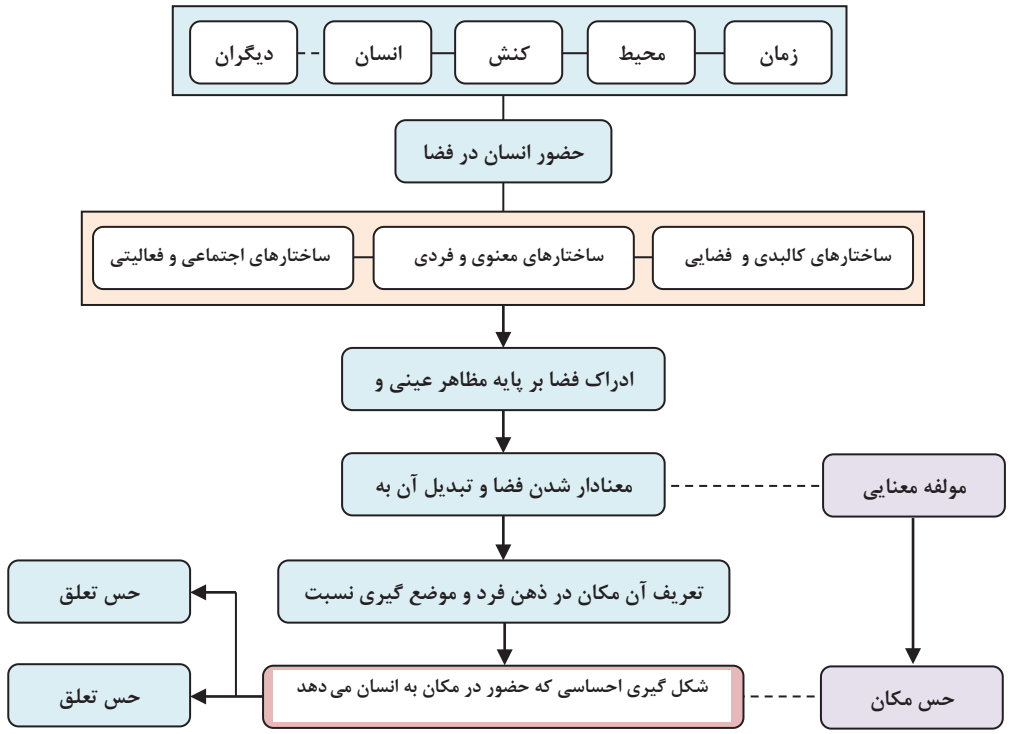
و محـدود می داننـد. در نتیجـه، بـه خـروج از مدرسـه، رهـا کـردن آن و درگیـری بـا فعالیت هـای نامشـروع روی می آورنـد. ایـن رونـد باعث افزایـش بی-نظمی در محلـه می شـود. همچنیـن محله هـای محـروم از نظـر پیوندهـای اجتماعی غیر رسـمی که موجب دلبسـتگی همسـایه ها و کمـک بـه یکدیگـر در حفـظ نظـم می شـود، پیوندهـای اجتماعی غیر رسـمی ضعیف تر و کمتـری دارنـد (Mirowsky & Kathleen, ۲۰۰۳). ایـن وضعیـت همـراه بـا کمبـود منابـع محلـی از قبیل مـدارس، پارک هـا و خدمـات درمانـی مناسـب موجب شـکل گیری ایـن تصـور می شـود کـه این خدمـات در قبضـه جریـان اصلـی جامعـه و افـراد مرفه قرار داشـته کـه موجـب غضـب اخلاقـی در میـان افراد محل شـده و انحرافـات زیـادی را بـه دنبـال مـی آورد (مبارکـی و رجـب صلاحـی، ۱۳۹۱، ص ۲۸۶). به این ترتیب اسـت کـه نارضایتـی عمومـی در ایـن محدوده هـا شکسـتن هنجارهـا را افزایـش می دهـد.

بـر ایـن اسـاس، حـس تعلـق اجتماعـی به کمک سـاز و کارهـای متنـوع بـا تاکیـد بـر حفـظ نظـم و کنتـرل اجتماعـی محیط، بر کاهش انحرافـات محلی تاثیرگذار بـوده و از ایـن جهـت، تقویـت و بهبـود آن نـه تنهـا در حیطـه برنامه ریـزی شـهری بلکـه در رشـته های دیگـری چـون جامعـه شناسـی مـورد توجـه قـرار می گیـرد. شـکل گیری تعلـق و دلبسـتگی بـه یـک اجتمـاع کـه خـود نیازمند بسـتری بـرای وجود اسـت، را می تـوان سـطح بالاتـری از حـس مـکان دانسـت. تصـور مـکان نـه تنهـا کالبـدی، بلکـه روانـی و تعاملی بـوده و حـس مـکان بـه عنـوان یـک تجربـه از ترکیب یـک مـکان- رفتـار و آنچـه انسـان بـه آن می دهـد، به وجـود می آیـد. بـه تعبیـری دیگـر، برخـی از چیزهایی کـه انسـان در مکان ایجـاد می کند، بدون او و مسـتقل از وی بـه وجـود نمی آیند. احسـاس ناشـی از حضور در یـک اجتمـاع نقـش بسـیار قدرتمنـدی در تـداوم ایـن رخـداد دارد. زمانـی کـه انسـان خـود را در هماهنگـی و تطابـق بـا افـراد و گروه-هـای اجتماعی فعـال در یک مـکان بدانـد، پیوندهـای عاطفـی میـان ایـن دو برقرار مـی گـردد. بدیـن ترتیب معنایـی که مـکان و حاضران در آن بـرای فـرد پیـدا می کند، محور فردیت وی شـده و انسـان خـود را در تجـارب جمعی و خاطـرات گروهی کـه بـدان متعلق و وابسـته اسـت، شـریک می داند. در مراحـل بعـدی شـور، عشـق، حمایـت، وفـاداری و در نهایت از خود گذشـتگی نسـبت به افراد اجتماع شـکل گرفتـه و شـبکه ای قدرتمنـد میـان فـرد و اجتماع اش برقـرار می شـود.

۵- مدل تحلیلی پژوهش

بـر اسـاس اسـتنتاجات یـاد شـده و روابـط میـان آنهـا می تـوان اظهـار داشـت که حضـور در یک فضـا فارغ از آنکـه ایـن حضور به صـورت آگاهانه یـا ناآگاهانه بوده و در نتیجـه آن ادراک فضـا در سـطوح متفاوتـی صـورت پذیـرد، بـه تعبیـر رلـف یـک حس مشـترک یـا مفهوم مـکان (cited in Carmona & Tiesdell, ۲۰۰۷: ۱۰۳) را مطـرح می سـازد. با این وجـود، فرآیند تبدیل فضـا بـه مـکان و دلایـل آن واجـد پیچیدگی هایـی اسـت کـه همـواره مـورد بررسـی و توجـه بـوده اسـت. چـرا کـه ادراک فضـا خـود بـه شـیوه ای یکسـان برای افـراد و گروه هـای اجتماعـی صـورت نمی پذیـرد و در نتیجـه نمی تـوان الگـوی واحـدی را در ایـن ارتبـاط معرفـی نمـود. با این حـال اتفاق نظر قابـل ملاحظه ای وجـود دارد کـه القـای معنـا یـا معنـادار شـدن فضـا بـرای انسـان آن را بـه مـکان تبدیـل می سـازد. سـاز و کار معنـادار شـدن فضـا خـود بـه واسـطه تضمـن این مفهـوم از سـاختارهای اجتماعـی پیچیـده، تجـارب فـردی و تصاویـر ذهنـی در کنـار مولفه هـای کالبـدی مـکان اسـت. نکتـه قابـل توجـه در این میان آن اسـت کـه آیـا معنـای برداشـت شـده توسـط ناظر برخاسـته از آن چیـزی اسـت کـه در مـکان قـرار دارد (سـطح عینـی) و یـا آنچـه کـه در ذهـن ناظـر به مکان نسـبت داده می شـود (سـطح ذهنـی). بنابرایـن ادراک معنـای محیـط وابسـتگی قابـل ملاحظـه ای بـه مشـاهده گر داشـته و بـر ایـن اسـاس، معنـای مـکان و در نتیجـه آن احساسـی کـه حضـور در مـکان برای فرد بـه وجود مـی آورد متفـاوت خواهـد بـود. هـر چند این احسـاس

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]



نمودار ۱. مدل تحلیلی پژوهش؛ ماخذ: 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 برند 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 غیرکالبدی 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 برانگیزاند. در این حالت صرفا پیوند انسان با مکان فارغ از وجود سایرین در نظر گرفته می-شود. در چنین شرایطی ممکن است حضور در یک مکان خاطراتی را برای شخص زنده کند که برای ایجاد احساس در وی نیازی به وجود دیگر افراد یا روابط اجتماعی ندارد. در حالت دیگر، عناصر کالبدی و به بیانی، ظرف کالبدی مکان بستری برای تعاملات و فعالیت های اجتماعی بوده و حس مکان در کنار دیگر انسان ها شکل می گیرد. بدیهی است که چنین مرزبندی مشخصی در عمل ممکن است به دشواری ملاحظه گردد و بهتر خواهد بود که طیفی از حس مکان صرفا کالبدی تا حس مکان صرفا اجتماعی در نظر گرفته شود. حس مکان اعم از کالبدی و اجتماعی سطوح متفاوتی را از بی-تفاوتی تا وفاداری و ایثار را به خود می پذیرد که حس تعلق می تواند میانه ای را در این بین تعریف نماید. نتیجه آنکه به موازات طیف حس مکان با تاکید بر عناصر کالبدی و غیر کالبدی (اجتماعی) می توان طیفی از حس تعلق مکانی و حس تعلق اجتماعی

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

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 تاکید 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.

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

الف) شاخص های معنای مکان: برمبنای مطالعات و بررسی های صورت گرفته، پدیده مکان برآیندی از مولفه های معنایی- ارزشی شامل ارزش های تاریخی، فرهنگی، ملی، معانی نمادین، خاطرات و تجارب به زعم نوربرگ شولتز (۱۹۷۴)، استدمن (۲۰۰۲)، لوگان و مولوچ (۱۹۸۷)، لاکرمن (۱۹۶۴)، عارفی (۱۹۹۹)، رلف (۱۹۷۶)، پرتوی (۱۳۹۲) و کانتر (۱۹۷۷)، مولفه کالبدی- فضایی مشتمل بر ساختار کالبدی، ویژگی های جغرافیایی، چشم انداز، منظر، مقیاس و قلمرو به زعم استدمن (۲۰۰۲)، مدنی پور (۱۳۹۲)، دومینی (۲۰۰۱)، افشار نادری (۱۳۷۸)، رلف (۱۹۷۶)، سیمون (۱۹۸۲)، پرتوی (۱۳۹۲)، کانتر (۱۹۷۷)، لاکرمن (۱۹۶۴) و کیسی (۱۹۹۳) و همچنین مولفه اجتماعی- فعالیتی در بردارنده فعالیت ها، رفتارهای انسانی، بر هم کنش های اجتماعی، نیروهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، دل مشغولی های فردی و گروهی به محیط از 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)، اگنیو (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 اگنیو (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 قضاوت 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 تعریف 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 دلبستگی به آن دانست.

ج) شاخص های حس تعلق مکانی: حس تعلق مکانی

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

از بـر هم کنـش همزمـان شـناخت محیـط، شـناخت محیـط و احسـاس نسـبت بـه محیـط و بـه تعبیـر بهتـر، مـکان ناشـی می شـود. بـا توجـه بـه مولفه های تعریف کننـده مـکان، حـس تعلـق مکانی نیز سـه بعد عملکـردی، عاطفـی و کالبـدی را در بـر می گیـرد. ویلیامـز و روگنبـاخ (۱۹۸۹)، شـریر و همـکاران (۱۹۸۱)، اسـتوکولز و شـوماخر (۱۹۸۱)، وارزکا و لایـم (۲۰۰۱)، هانـگ و همـکاران (۲۰۰۵)، تـوان (۱۹۷۷)، برکـر و کرسـتر (۲۰۰۱)، هامیت و همـکاران (۲۰۰۴)، جوان فروزنـده و مطلبـی (۱۳۹۰)، وسـکه و کوربیـن (۲۰۰۱) و هرمـون (۲۰۰۶) بعـد عملکردی حس تعلق مکانـی را شـامل راحتـی، الگوهـای رفتـاری و فعالیتی، مشـارکت در فعالیت هـای خـاص در مـکان و تعاملات محیطـی فعـال می-داننـد. امنیـت، تعاملات حسـی با مـکان، انگیزه هـای حضـور، تجـارب فـردی، عقایـد و قوانین نانوشـته فرهنگـی و نمادهـای اجتماعی به زعم ویلیامز و روگنباخ (۱۹۸۹)، شـریر و همکاران (۱۹۸۱)، اسـتوکولز و شـوماخر (۱۹۸۱)، وارزکا و لایـم (۲۰۰۱)، هانـگ و همـکاران (۲۰۰۵)، آلتمن و لـو (۱۹۹۲)، پروشانسـکی (۱۹۷۸)، راپاپورت (۱۳۹۱)، جـوان فروزنـده و مطلبـی (۱۳۹۰)، وسـکه و کوربیـن (۲۰۰۱) و هرمـون (۲۰۰۶) بعـد عاطفـی حـس تعلـق مکانـی را تعریـف می کننـد. در نهایـت بعـد کالبـدی حـس مـکان شـامل عناصـر کالبـدی، تاریخچـه مکان، نمادهـای کالبـدی و پوشـش گیاهـی بـه تعبیـر وارزکا و لایـم (۲۰۰۱)، تـوان (۱۹۷۷)، وسـکه و کوربیـن (۲۰۰۱) و رایـان (۱۹۹۸) اسـت. ضمن اشـاره به وجود رابطـه دو سـویه میـان حـس تعلـق مکانـی و حـس تعلـق اجتماعـی به مـکان از نظر کارپیانسـو و هیسـتد (۲۰۱۰)، در پژوهـش حاضـر حـس تعلـق مکانـی در بردارنـده شـاخص های پیوندهـای فـردی، پیوندهـای خانوادگـی، ویژگـی هـای سـکونتی، فعالیتـی و هویتی می باشـد.

د) شـاخص های حـس تعلـق اجتماعـی: حـس تعلـق اجتماعـی نیـز منبعـث از ابعـاد شـناختی، اجتماعـی و احساسـی بـوده و ضمـن تاثیرپذیـری از شـاخص های عضویـت در گـروه، وابسـتگی بـه اجتمـاع، رابطـه احساسـی با فـرد یا اجتمـاع حاضر در مـکان، خاطرات و تجـارب بـر افزایش شـادی و سـلامتی روانـی، اعتماد اجتماعی و افزایش مسـئولیت پذیری و وفاداری نسـبت بـه جامعـه از نظـر ناطق پـور (۱۳۸۳)، هویـت فردی و اجتماعی بر پایه آرای بانیسـتر و لری (۱۹۹۵)، هاگرنی و همـکاران (۱۹۹۲)، هانگ و همـکاران (۲۰۰۵)، اورت (۲۰۰۵) و بسـتن (۲۰۱۰)، تعهـد و تعلـق بـه گـروه از دیـد کوتایبـا و تامـی (۲۰۱۰) و اورت (۲۰۰۵)، کاهش انحرافـات اجتماعـی از دیـد بانیسـتر و لـری (۱۹۹۵)، کارپیانـو و هیسـتد (۲۰۱۰)، هانگ و همکاران (۲۰۰۵) و بسـتن (۲۰۱۰)، سـازگاری افـراد بـا موقعیت هـای اجتماعـی به زعم اورت (۲۰۰۵) و همکاری و مشـارکت بـر پایه مطالعـات کوتایبـا و تامـی (۲۰۱۰) و ناطق پور (۱۳۸۳) تاثیرگـذار اسـت. بدیـن ترتیـب شـاخص های حـس تعلـق اجتماعـی در ایـن مطالعـه مشـتمل بـر رابطـه فـردی (بـا مـکان)، رابطـه گروهـی, عضویت در گـروه و فعالیـت (در مـکان) اسـت.

۶- یافته ها

۶-۱- آمار توصیفی

بیشـترین فراوانـی پاسـخ دهندگان بـه پرسشـنامه در ارتبـاط بـا سـن، جنـس و میـزان تحصیلات بـه ترتیب در اختیـار گـروه سـنی ۴۰-۳۱ (۶۹/۷ درصـد)، مـرد (۸۳/۴ درصـد) و کاردانـی (۵۰/۵ درصـد) ۱ بـوده است.

۶-۲- آمار استنباطی

بـرای پاسـخگویی به پرسـش های پژوهـش، از روش ها و آزمون هـای آمـاری بـه ترتیـب زیـر بهـره برده شـده است:

الـف) آزمـون آلفـای کرونبـاخ جهـت ارزیابـی پایایـی پرسشـنامه

بـا توجـه به آنکه ضریـب مذکور در رابطه با پرسشـنامه پژوهش مشـتمل بـر ۲۸ گویـه برابر ۰/۹۷۶ می باشـد، پایایـی آن بـا درجه اطمینـان بالایی مورد تائید اسـت.

ب) آزمـون کلموگروف- اسـمیرنف جهت ارزیابی نرمـال بـودن داده هـا (بـا اسـتفاده از نرم افـزار

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

جدول ۱. آزمون کلموگروف- اسمیرنوف متغیرهای پژوهش

شاخص	حجم نمونه	پارامتر توزیع نرمال		آماره آزمون	سطح معناداری
		میانگین	انحراف معیار		
تاثیرگذاری معنای مکان بر حس مکان	۳۸۰	۳.۰۹۷۴	۰.۷۸۴۷۴	۰.۲۴۴	۰.۵۰۶[3]
تاثیر گذاری حس مکان بر حس تعلق مکانی	۳۸۰	۳.۱۲۸۹	۰.۶۹۴۲۷	۰.۳۰۰	۰.۴۲۳۲[3]
تاثیر گذاری حس مکان بر حس تعلق اجتماعی	۳۸۰	۳.۱۱۳۲	۰.۷۳۳۹۰	۰.۲۳۰	۰.۳۰۰[3]

SPSS)

نحوه داوری با توجه به جدول آزمون کلموگروف- اسمیرنف بدین صورت است که اگر سطح معنی داری (sig) برای کلیهٔ متغیرها بزرگتر از سطح آزمون (۰/۰۵) باشد، توزیع داده ها نرمال است. با توجه به نتایج آزمون کلموگروف- اسمیرنف 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 تاثیرگذاری 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،۰۱۳۶ در اولویت آخر قرار می گیرد. با توجه به کمتر بودن نرخ ناسازگاری مقایسات زوجی برابر ۰،۰۴ از ۰،۱ سازگاری این مقایسات قابل قبول است.

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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

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

گویه‌ها	آزمون تی تک نمونه‌ای					
	آماره	درجه آزادی	سطح معناداری	اختلاف میانگین‌ها	فاصله اطمینان ۰/۹۵	
					کران پایین	کران بالا
خاطرات خوب از یک مکان، مشوق من به حضور در آن است.	۶۳.۹۳۶	۳۷۹	۰.۰۰۰	۲.۹۵۳	۲.۸۶	۳.۰۴
حضور افراد همسال من باعث می‌شود برای مراجعه به یک پارک یا فضای عمومی علاقه‌مند باشم.	۶۴.۲۰۴	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۰۳	۲.۹۱	۳.۰۹
به نظر من حضور افراد با سنین مختلف از کودک تا سالمند در یک پارک جذاب است.	۶۷.۷۳۰	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۵۰	۲.۹۶	۳.۱۴
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.	۶۴.۶۸۰	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۸۲	۳.۰۸	۳.۲۸
اگر هنگام پیاده‌روی روزانه در خیابان متوجه شوم نمایشگاه یا بازار روز کوچکی در آن برگزار شده، سرعت‌ام را کم کرده و از تماشای فعالیت مردم و سرزندگی ناشی از آن لذت می‌برم.	۶۶.۴۷۲	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۷۴	۲.۹۸	۳.۱۶
ارتباط نزدیک‌تر با همسایگان در شهرهای جدید در مقایسه با شهرهای بزرگ، یک مزیت است.	۶۷.۱۴۹	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۵۸	۳.۰۷	۳.۲۵
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.	۶۶.۵۲۰	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۷۸	۳.۰۰	۳.۱۸
سرزندگی ناشی از حضور خانواده‌ها و کودکان‌شان یکی از دلایل مراجعه من به پارک‌های شهری است.	۷۱.۱۵۹	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۷۹	۲.۹۹	۳.۱۶
به واسطه خاطرات و تجربه‌های خوبی که در طول مدت کار یا زندگی در یک مکان داشته‌ام، حضور در مکان-هایی خاص در شهر را ترجیح می‌دهم.	۷۴.۲۵۲	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۷۹	۳.۰۰	۳.۱۸
گاه حضور من در پارک‌ها یا مراکز خرید صرفا جهت برقراری ارتباط و ملاقات با دوستان و همکاران‌ام است.	۶۵.۸۱۰	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۳۲	۲.۹۴	۳.۱۲
به جهت آنکه بخشی از دوران نوجوانی/ جوانی خود را در یک شهر گذرانده‌ام، نسبت به آن خود را وابسته می-دانم.	۶۷.۰۱۳	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۰۰	۳.۰۱	۳.۱۹
چون بخشی از واحدهای ساختمانی توسط تعاونی‌ها به کارمندان واگذار شده، میان همسایگان نوعی تجانس و همسانی فرهنگی- اجتماعی وجود داشته که از نظر من واجد مطلوبیت است.	۶۷.۳۲۲	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۱۱	۲.۹۲	۳.۱۰
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.	۶۷.۱۴۹	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۵۸	۳.۰۷	۳.۲۵
امنیت و آرامش از دلایلی است که سبب علاقه‌مندی من به یک پارک یا فضای شهری می‌گردد.	۶۲.۵۸۲	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۶۸	۲.۹۷	۳.۱۶

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

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

گویه‌ها	آزمون تی تک نمونه‌ای					
	آماره	درجه آزادی	سطح معناداری	اختلاف میانگین‌ها	فاصله اطمینان ۰/۹۵	
					کران پایین	کران بالا
سکونت خانواده من در یک شهر مرا به آن شهر وابسته می‌کند.	۶۵.۱۲۵	۳۷۹	۰.۰۰۰	۲.۹۸۷	۲.۹۰	۳.۰۸
روابط حسنه میان همسایگان و هم‌محله‌ای‌ها از دلایلی است که افراد را نسبت به محل زندگی‌شان علاقه‌مند و وفادار سازد.	۷۲.۴۹۰	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۴۵	۳.۰۶	۳.۲۳
آب و هوای مساعد به ویژه هوای پاک در یک شهر جدید از دلایلی است که افراد را به زندگی در آن تشویق می‌کند.	۷۱.۶۲۷	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۴۵	۲.۹۶	۳.۱۳
بناهای نوساز و زیبا می‌تواند در ایجاد علاقه به یک مکان یا یک شهر موثر باشند.	۷۲.۸۲۳	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۴۲	۲.۹۶	۳.۱۲
چندین سال زندگی/ کار در یک شهر مرا به آن مقید می‌سازد.	۶۵.۵۳۱	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۸۲	۲.۹۹	۳.۱۷
برگزاری مراسم ورزش صبحگاهی یا فعالیت‌های دسته-جمعی از دلایلی است که می‌تواند در جذب شهروندان به یک فضای عمومی مانند پارک مفید واقع شود.	۶۶.۸۷۲	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۷۶	۲.۹۹	۳.۱۷
برخی مکان‌ها آن چنان مطلوب طراحی و ساخته شده‌اند که حتی تنها حضور پیدا کردن در آنها هم لذت‌بخش است.	۷۱.۷۶۹	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۰۸	۲.۹۳	۳.۰۹
با وجود مشکلاتی که زندگی در یک شهر جدید (مانند پردیس) برای ساکنان ایجاد می‌کند، اما خودم را به شهر جدید محل زندگی‌ام وابسته دانسته و ترک آن برایم دشوار است.	۶۷.۰۲۲	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۶۶	۲.۹۸	۳.۱۶
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.	۷۲.۵۶۴	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۲۱	۳.۰۴	۳.۲۱
فضاهای سبز و تجهیز شده در سطح شهر، از عواملی است که کیفیت زندگی در شهرهای جدید را بهبود می-بخشد.	۷۰.۷۴۹	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۶۳	۳.۰۸	۳.۲۵
رضایت‌مندی از امکانات و خدمات شهری در کنار ویژگی‌های مثبت فرهنگی- اجتماعی، شهروند را نسبت به محل زندگی‌اش وابسته و دلبسته می‌کند.	۶۳.۰۲۶	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۳۴	۳.۰۴	۳.۲۳
ضعف در ارائه خدمات بهداشتی و درمانی از مهمترین مواردی است که ممکن است مرا مجبور به ترک جدید محل زندگی‌ام کند.	۷۱.۵۷۵	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۳۴	۳.۰۵	۳.۲۲
تامین نیازهای روزمره در محله و دسترسی پیاده به مراکز خرید محلی از اولویت‌های من جهت انتخاب مسکن در شهر است.	۷۳.۶۸۴	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۵۸	۳.۰۷	۳.۲۴
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.	۶۸.۹۳۹	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۱۶	۳.۰۳	۳.۲۱

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

جدول۳. خروجی آزمون t-test برای تاثیرگذاری حس مکان بر خلق حس تعلق اجتماعی

گویه‌ها	آزمون تی تک نمونه‌ای					
	آماره	درجه آزادی	سطح معناداری	اختلاف میانگین‌ها	فاصله اطمینان ۰/۹۵	
					کران پایین	کران بالا
سکونت خانواده من در یک شهر حتی یک شهر جدید، مرا به آن شهر وابسته می‌کند.	۶۵.۱۲۵	۳۷۹	۰.۰۰۰	۲.۹۸۷	۲.۹۰	۳.۰۸
روابط حسنه میان همسایگان و هم‌محله‌ای‌ها از دلایلی است که می‌تواند افراد را نسبت به محل زندگی‌شان علاقه مند و وفادار سازد.	۷۲.۴۹۰	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۴۵	۳.۰۶	۳.۲۳
آب و هوای مساعد به ویژه هوای پاک در یک شهر جدید از دلایلی است که افراد را به زندگی در آن تشویق می‌کند.	۷۱.۶۲۷	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۴۵	۲.۹۶	۳.۱۳
بناهای نوساز و زیبا می‌تواند در ایجاد علاقه به یک مکان یا یک شهر موثر باشند.	۷۲.۸۲۳	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۴۲	۲.۹۶	۳.۱۲
چندین سال زندگی/ کار در یک شهر مرا به آن مقید و متعلق می‌سازد.	۶۵.۵۳۱	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۸۲	۲.۹۹	۳.۱۷
برگزاری مراسم ورزش صبحگاهی یا فعالیت‌های دسته-جمعی از دلایلی است که می‌تواند در جذب شهروندان به یک فضای عمومی مانند پارک مفید واقع شود.	۶۶.۸۷۲	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۷۶	۲.۹۹	۳.۱۷
برخی مکان‌ها آن چنان مطلوب طراحی و ساخته شده‌اند که حتی تنها حضور پیدا کردن در آنها هم لذت‌بخش است.	۷۱.۷۶۹	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۰۸	۲.۹۳	۳.۰۹
با وجود مشکلاتی که زندگی در یک شهر جدید (مانند پردیس) برای ساکنان ایجاد می‌کند، اما خودم را به شهر جدید محل زندگی‌ام وابسته دانسته و ترک آن برایم دشوار است.	۶۷.۰۲۲	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۰۰۶	۲.۹۸	۳.۱۶
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.	۷۲.۵۶۴	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۲۱	۳.۰۴	۳.۲۱
فضاهای سبز و تجهیز شده در سطح شهر، از عواملی است که کیفیت زندگی در شهرهای جدید را بهبود می-بخشد.	۷۰.۷۴۹	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۶۳	۳.۰۸	۳.۲۵
رضایت‌مندی از امکانات و خدمات شهری در کنار ویژگی‌های مثبت فرهنگی- اجتماعی، شهروند را نسبت به محل زندگی‌اش وابسته و دلبسته می‌کند.	۶۳.۰۲۶	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۳۴	۳.۰۴	۳.۲۳
ضعف در ارائه خدمات بهداشتی و درمانی از مهمترین مواردی است که ممکن است مرا مجبور به ترک جدید	۷۱.۵۷۵	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۳۴	۳.۰۵	۳.۲۲
تامین نیازهای روزمره در محله و دسترسی پیاده به مراکز خرید محلی از اولویت‌های من جهت انتخاب مسکن در نقاط مختلف شهر است.	۷۳.۶۸۴	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۵۸	۳.۰۷	۳.۲۴
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.	۶۸.۳۹۳	۳۷۹	۰.۰۰۰	۳.۱۱۶	۳.۰۳	۳.۲۱

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

بیشترین تاثیر را دارد و رضایتمندی با وزن نسبی ۰,۲۹۷ در اولویت دوم قرار داشته و دلبستگی 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 ۰,۱ سازگاری این مقایسات قابل قبول می باشد.

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 می باشد. با توجه به کمتر بودن نرخ ناسازگاری مقایسات زوجی برابر ۰,۰۴ از ۰,۱ 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 اولویت های مربوط به شاخص های موثر بر حس تعلق اجتماعی دانسته شده اند. با توجه به کمتر بودن نرخ ناسازگاری مقایسات زوجی برابر ۰,۰۷ از ۰,۱ سازگاری این مقایسات قابل قبول می باشد.

۷- نتیجه گیری و جمعبندی

در این پژوهش و با مروری بر فرضیه های یاد شده، شاخص های فرضیه شماره یک مشتمل بر حضورپذیری، رضایت مندی و دلبستگی در ارتباط با متغیر وابسته حس مکان و نیز ساختارهای ذهنی، ساختارهای تجربی، ویژگی های فردی، فرهنگ و تعاملات و روابط در ارتباط با متغیر مستقل معنای مکان بوده اند. شاخص های فرضیه دو با تاکید بر متغیر وابسته حس تعلق مکانی شامل پیوندهای فردی، پیوندهای خانوادگی، عوامل سکونتی، فعالیتی و هویتی و در مقابل با تاکید بر متغیر مستقل حس مکان، شامل حضورپذیری، رضایت مندی و دلبستگی بوده است. شاخص های 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 شده اند. با توجه به نرمال بودن داده ها، از آزمون تی تک نمونه ای به عنوان یک آزمون پارامتریک برای ارزیابی فرضیه ها استفاده شد. در این راستا برای تمامی گویه های 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 میانگین ها از ۳ 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 تاکید بر تاثیرپذیری حس تعلق شهروندی مشتمل بر حس تعلق مکانی و حس تعلق اجتماعی از حس مکان با تاکید بر مولفه معنایی آن، راهبردها و سیاست های زیر پیشنهاد می شوند:

الف) راهبردها و سیاست های مرتبط با ارتقای معنای مکان

• تاکید بر نقش ساختارهای ذهنی افراد

o تقویت و ارزش دهی به باورها و رویکردهای فکری مطلوب و جاری جامعه

o استفاده از عناصر، تصاویر و نقاشی های دیواری منطبق بر جهان بینی عمومی جامعه

• توجه به تجربیات افراد از مکان

o توزیع متعادل کاربری ها جهت پراکنش مطلوب کاربران مکان

o کف سازی مناسب جهت افزایش ایمنی مکان

o فراهم آوردن امکان نظارت عمومی برای افزایش امنیت مکان

o برگزاری برنامه های گروهی متنوع

• تاکید بر تاثیرپذیری معنای مکان از ویژگی های فردی

o فراهم نمودن مطلوبیت های مکانی برای افراد با سطوح تحصیلی متفاوت

o فراهم آوردن امکاناتی برای حضور افراد با سنین گوناگون

o استفاده از کاربری های جذاب برای زنان

• تاکید بر نقش فرهنگ جاری در مکان

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

o حذف گوشه های کم تردد
o بـه حداقـل رسـاندن کاربری های اجبـاری و افزایش کاربری هـای انتخابی
o پرهیـز از سـهل الوصول بـودن مـکان برای افـراد نابه هنجار اجتماعی

• تاکید بر رخداد تعاملات اجتماعی در مکان

o استفاده از وسایل بازی کودکان
o اسـتفاده از مبلمان شـهری مناسـب که امکان مکث و برقـراری کنش هـای اجتماعی را فراهم سـازد.
o نورپردازی مناسب
o اسـتفاده از وسـایل ورزشـی قابل اسـتفاده برای زنان و مـردان در سـنین مختلف

ب: راهبردهـا و سیاسـت های مرتبـط بـا ارتقای حـس مکان

• توجـه بـه حضورپذیـری مـکان بـه عنوان بعـد کمی موثـر بـر حـس مکان
o پیش بینـی فضاهایـی بـرای قـدم زدن، نشسـتن و ایسـتادن
o استفاده از کاربری های گذران اوقات فراغت
o فراهم سازی امکان حضور سالمندان
• توجه به رضایتمندی کاربران مکان
o نظـارت غیرمسـتقیم بـر فعالیت هـای موجـود در مکا ن
o استفاده از درختان و پوشش گیاهی سایه انداز
o طراحـی عناصـر طبیعـی هماهنـگ بـا پـس زمینـه انسـان سـاخت یـک مـکان

• توجـه بـه دلبسـتگی های فـردی و گروهی به مکا ن

o فراهـم کـردن شـرایطی کـه شـکل گیری خاطـرات مشـترک جمعـی در مـکان را موجـب گـردد.
o شـاخص نمـودن عناصـر هویت بخـش مـکان جهت یـادآوری خاطرات جمعـی و تصاویر ذهنی شـهروندان.

ج) راهبردهـا و سیاسـت های مرتبـط بـا ارتقای حس تعلـق مکانی

• توجـه بـه تاثیرپذیـری حـس تعلـق مکانی از پیوندهـای فردی

o مشـارکت بـا شـهروندان در زمینـه برنامه ریـزی شـهری
o فراهـم سـاختن رویدادهـا و فعالیت هایـی کـه فرد را به مـکان ارتبـاط دهد.
o فراهم آوردن امکان فعالیت فرد در مکان

• توجـه بـه تاثیرپذیـری حـس تعلـق مکانی از پیوندهـای خانوادگی

o بـروز و اعـلام آنکـه اقـوام و گروه هـای مختلـف در شـهر یـا مکان خـاص مورد پذیـرش و احترام هسـتند.
o فراهـم آوردن امـکان انجام مشـارکت های خانوادگی در فضاهای عمومی شـهری

• تاکید بر اهمیت سکونت در مکان

o افزایش کیفیت زندگی
o فراهم کردن شرایط زندگی بهتر در مکان

• تاکید بر نقش هرگونه فعالیت در مکان

o تقویت نقش مراکز آموزشی و عالی عمده
o حمایـت از فعالیت هـای خصوصـی و عمومـی در شـهر یـا مکان

• توجه به عناصر هویت بخش

o برگـزاری مراسـم فرهنگـی و اجتماعـی در مجـاورت عناصـر هویت بخش
o ایجاد عناصر هویت بخش
o تقویـت و شـاخص نمـودن عناصـر هویت بخـش موجـود

د) راهبردهـا و سیاسـت های مرتبـط بـا ارتقـای حـس تعلـق اجتماعی

• تاکیـد بـر روابـط فـردی در ایجاد حـس تعلق ا جتما عی

o تشـویق مسـئولیت پذیری فـردی نسـبت بـه جامعه و مـکان خاص
o فراهـم کـردن سـاز و کارهـای اجتماعی بـا تاکید بر تک تـک افراد

• تاکیـد بر روابـط گروهی در ایجـاد حس تعلق اجتماعی

o اختصـاص فضاهـا و سـاختمان هایی بـرای نهادهـا و گروه هـای اجتماعـی

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

o اطلاع رسانی و فرهنگ سازی با هدف ارتقای مشارکت مدنی

• تاکید بر عضویت افراد در نهادهای اجتماعی و محلی

o ارزش دهی به فعالیت های خاص گروه های مختلف قومی و اقلیت ها

o فراهم سازی امکانات مادی و معنوی برای گروه ها و NGO ها

• تاکید بر فعالیت های داوطلبانه و گروهی

o ترویج فرهنگ مشارکت و مزایای آن

o برگزاری جلسات مشورتی با شهروندان و به تدریج واگذاری مدیریت این جلسات به افراد محلی

منابع و ماخذ

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. ۳۷-۲۷.

۴. ربانی، رسول، کریمی زاده 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.۲۸-۱۰۱.

۵. فلاحت، محمدصادق (۱۳۸۵)، مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۶، صص. ۶۶-۵۷.

۶. کارمونا، متیو، هیت، تیم، اک، تنر و تیسدل، استیون (۱۳۸۸)، مکان های 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 معنا در فرآیند شکل گیری حس مکان، نشریه هنرهای زیبا، دوره ۱۷، شماره ۲، صص. ۵۱-۴۳.

۸. مبارکی، محمد و صلاحی، سمیه (۱۳۹۱)، کیفیت خدمات شهری، تعهدات شهروندی و حس تعلق اجتماعی، فصلنامه علمی- پژوهشی رفاه اجتماعی، سال سیزدهم، شماره ۵۰، صص. ۳۱۵- ۲۷۵.

۹. مدنی پور، علی (۱۳۹۲)، طراحی فضای شهری، نگرشی بر فرآیندهای اجتماعی و مکانی، ترجمه فرهاد مرتضایی، تهران- شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری.

۱۰. ناطق پور، محمدجواد (۱۳۸۳)، توسعه و تعلق اجتماعی با تاکید بر نقش شوراهای اسلامی، آموزش علوم اجتماعی، دوره ۷ (۲).

۱۱. نوربرگ شولتز، کریستیان (۱۳۹۱)، معماری- حضور، زبان و مکان، ترجمه علیرضا سید احمدیان، تهران- نیلوفر.

12. Altman, I. & Low, S. (1992), Place Attachment, New York- Plenum.

13. Arefi, M. (1999), Non-Place and Placelessness as Narratives of Loss- Rethinking the Notion of Place, Journal of Urban Design, Vol. 4, No. 2.

14. Agnew, J. A. (1987), Place and Politics- The Geographical Mediation of State and Society. Boston- Allen & Unwin.

15. Baumiester, R.F & Leary, M. R. (1995), The need to belong- Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation, Psychological Bulletin, Vol. 117, No. 3, pp 497-529.

16. Bell, P.A., Fisher, J.D., Baum, A., and Greene, T.C. (1990), Environmental Psychology (third edition), Holt, Rinehart & Winston, Inc., London.

17. Besten, Olga den (2010), Local belonging and 'geographies of emotions'- Immigrant children's experience of their neighbourhoods in Paris and Berlin, http-//chd. sagepub. com/content/17/2/181.

18. Bonaiuto, M. Fornara, F. and Bonnes, M. (2002), Indexes of perceived residential environment qual-

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

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 Sciology, Annu. Rev. Sociol, 96–26-463.
32. Gustafson, P. (2001), Meanings of place- Everyday 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.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

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 ans setting- the built environment and the imperatives of urbanized capitalism, Architecture et Comportment, 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 Polotical 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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

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 L.H. McAvoy and D. Howard (Eds.), Leisure Research Symposium, National Recreation and Park Association, Arlington, 32.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]