

تبیین مولفه های موثر بر حس تعلق شهروندان مطالعه موردی شهر نقاب

اعظم فرهودفر^۱

۱ کارشناس ارشد جامعه شناسی.

نام و نشانی ایمیل نویسنده مسئول:

اعظم فرهودفر

Email: farhudfar2018@gmail.com.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۴/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۱۱

چکیده

حس تعلق به مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات آنها از محیط خود می باشد که شخص را در ارتباط درونی با محیط قرار می دهد. این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه ای برای افراد می شود. اما امروزه انسان ها در شهرهایی زندگی می کنند که گاه بی توجهی به انسان و نیازهای او در طراحی و ساخت آنها، مشکلاتی از قبیل کاهش احساس تعلق و آرامش را به همراه داشته است. این امر بویژه در شهرهای کوچک که هنوز در ابتدای مسیر توسعه هستند بیشتر خودنمایی می کند و می تواند عاملی باشد برای مهاجرت ساکنین آنها. لذا با شناسایی و برنامه ریزی در خصوص عواملی که می تواند در ایجاد تعلق به شهر دخیل باشد می توان این حس را تقویت نمود و از مهاجرت های بی رویه به شهرهای بزرگ جلوگیری کرد. پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل تاثیرگذار بر این حس، سعی در شناسایی مهم ترین عوامل موثر بر این حس را دارد که در گام اول مطالعه منابع مختلف مورد بررسی قرار گرفت و پس از جمع بندی مطالعات و ارائه مدل نظری، عوامل موثر دسته بندی و شناسایی شد. نتایج این مطالعه که به شیوه پیمایشی بر ۳۲۰ نفر از شهروندان شهر نقاب اجرا شده است نشان می دهد مهم ترین عامل موثر بر حس تعلق شهروندان شهر نقاب عناصر عاشناختی و عاطفی می باشد و پس از آن عناصر اجتماعی و کالبدی نقش مهمی در این خصوص دارند.

واژگان کلیدی: مکان، حس تعلق مکانی، عوامل کالبدی، عوامل ادراکی، عوامل اجتماعی.

مقدمه

انسان همواره در تعامل با محیط است و همان گونه که بر محیط اثر می‌گذارد ویژگی‌های محیطی نیز او را تحت تاثیر قرار می‌دهد. اصطلاح مکان در مقابل فضا مستلزم یک رابطه عاطفی قوی موقتی یا طولانی بین یک شخص و مکان فیزیکی خاص است. محققان در تبیین چگونگی دستیابی به مکان به طور عمده از فرایندی احساسی، ادراکی و رفتاری صحبت کرده‌اند و بیشتر مطالعات انجام شده نیز از احساسات و عواطف به عنوان مفهوم اصلی و بنیادین در ایده دل‌بستگی به مکان یاد کرده‌اند. به گونه‌ای که بیشتر افراد خود را به واسطه مکانی که در آن به دنیا آمده و رشد کرده‌اند تفسیر می‌کنند. رلف - جغرافی دان پدیدار شناس - در تعریف مکان تا کید می‌کند که مکان‌ها بر خلاف فضا انتزاعی نبوده، بلکه مفاهیمی هستند که به طور مستقیم از جهان تجربه می‌شوند؛ بنابراین مکان‌ها سرشار از معانی، چیزهای واقعی و فعالیت‌های جاری در آنها هستند. در واقع از تعریف رلف این گونه می‌توان نتیجه گرفت که یک مکان واقعی فضایی است که تحت الشعاع معانی آن قرار دارد (پاکزاد، ۱۳۹۰: ۱۹۴). در واقع آنچه که به عنوان فضای نام‌تمايز است، هنگامی که آن را بهتر بشناسیم و به آن ارزش عطا کنیم، به مکان تبدیل می‌شود.

از آنجایی که رابطه انسان و مکان تعاملی است، یعنی انسان‌ها چیزهای مثبت یا منفی را به محیط می‌دهند و سپس از آن می‌گیرند، به عنوان یک تجربه از ترکیب مکان، رفتار و آن چه انسان به آن می‌دهد، مولفه‌ای به نام حس مکان به وجود می‌آید. حس مکان به معنای حقیقت و ماهیت مکان می‌باشد که نشانی بر اهمیت معانی و پیام و ماهیت‌های موجود در مکان است، معناهایی که مردم بر اساس نقش‌ها، توقعات و دیگر عوامل به رمزگشایی و درک آنها می‌پردازند بر اساس این دیدگاه، ادراک و قضاوتی که بر مبنای رمزگشایی از معانی مذکور در ذهن فرد شکل می‌گیرد، منجر به خلق حس مکان می‌گردد. یکی از مهمترین مباحث مطرح شده در حس مکان، اصطلاح تعلق به مکان می‌باشد. تعلق مکانی به این معناست که مردم خود را به واسطه مکانی که در آن به دنیا آمده‌اند و رشد کرده‌اند، تعریف می‌کنند. حس تعلق ترکیبی پیچیده از معانی، نمادها و کیفیت‌های محیطی است که شخص یا گروه به صورت خودآگاه یا ناخودآگاه از بر پایه ارتباط یک مکان خاص ادراک می‌کنند. این معنا که عمدتاً عاطفی فرد با محیط قرار دارد، در طراحی به صورت نمود کالبدی خود را نمایان می‌سازد (جوان فروزنده و مطلبی، ۱۳۹۰: ۳۲). تعلق مکان پیوندی است بین یک فرد یا گروه و مکان، که بر اساس سطح فضایی، درجه اختصاصی بودن، و ویژگی‌های اجتماعی یا کالبدی مکان، متغیر است و از طریق احساس، شناخت، و فرایندهای روان‌شناسانه رفتاری، آشکار می‌گردد. شناخت حس تعلق به مکان که عامل مهمی در شکل‌گیری پایه‌های استفاده کنندگان و محیط می‌باشد، می‌تواند منجر به ایجاد محیط‌های با کیفیت‌تر گردد.

شهر نقاب از جمله شهرهای تازه تاسیس در خراسان رضوی می‌باشد که فاصله‌ی آن تا مرکز استان (مشهد) حدوداً ۳۰۳ کیلومتر می‌باشد شهر نقاب از شمال به بخش مرکزی و ارتفاعات اسفراین، از جنوب به دهستان پیراکوه، از شرق به دهستان حکم آباد و از غرب به اراضی شهرستان جغتای محدود می‌شود. دسترسی به این شهر از طریق جاده آسفالت‌های که از جاده‌ی آسیایی مشهد - سبزوار - تهران منشعب و در جهت شمال، شمال غربی به منظور دسترسی به آبادی‌های شمالی و شمال غربی شهرستان گسترده شده امکان پذیر است. علاوه بر این از طریق راه آهن سراسری مشهد - تهران که در مسیر خود شهر نقاب را می‌پیماید نیز می‌توان به شهر نقاب دسترسی داشت. شهر نقاب در آذر ماه ۱۳۷۳ موجودیت شهری خود را از الحاق و ادغام چند روستای مجاور و نزدیک به نام‌های کلاته آقامحمد، نقاب، ملایجرد، سردارآباد، شمس آباد و قدر آباد یافته و سابقه شهری چندانی ندارد.

۶ روستای یاد شده پس از تسلیم و تخریب آق قلعه (تنها اثر تاریخی شهر) در اطراف این قلعه بنیان‌گذاری شده است و هرکدام به صورت جداگانه دارای یک هسته هستند. این هسته‌های جداگانه گاه سبب بروز تعارض‌هایی در تعلق به شهر ایجاد شده می‌گردد به طوری که تاکید بر محله و بحث محله‌گرایی گاه بسیار پررنگ می‌شود. علاوه بر این ایجاد نهادها و موسسات و همچنین حضور و گاه سکونت افراد غیر بومی می‌تواند میزان تعلق به شهر را تحت تاثیر خود قرار دهد. به همین منظور و با توجه به گسترش روز افزون شهر و همچنین نوپا بودن شهر، در این پژوهش با هدف پاسخ به این سوال که عوامل موثر بر حس تعلق به شهر نقاب کدام است؟ تلاش می‌شود تا عواملی را که سبب ایجاد حس تعلق و در نتیجه ماندگاری در شهر می‌شود بررسی گردد.

بیان مساله

برنامه ریزی و طراحی محلات جدید شهری صرفاً معیارهای کالبدی (بدون هویت مکانی) و ایجاد محلی برای سکونت را مدنظر قرار داده است در حالی که در برنامه ریزی و طراحی آنها بایستی تلفیقی از معیارهای اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و کالبدی مورد

استفاده قرار گیرد. این امر از یک سو موجب تعلق مکانی در ساکنان می‌گردد و از سوی دیگر توسعه‌ی محله و به تبع آن توسعه‌ی شهر را فراهم خواهد آورد. بنابراین بایستی هدف از برنامه ریزی محلات شهری ایجاد مکان‌های مطلوب برای زندگی، در نظر گرفتن ابعاد و معیارهای مختلف در طراحی و ارتقا و تعلق مکانی در ساکنان باشد (سلطانی و حاتمی گلزاری ۱۴۰۰: ۳۹). رابطه انسان و مکان تعاملی است، یعنی انسان‌ها چیزهای مثبت یا منفی را به محیط می‌دهند و سپس از آن می‌گیرند به عبارتی انسان همواره در تعامل با محیط است و همان گونه که بر محیط اثر می‌گذارد ویژگی‌های محیطی نیز او را تحت تاثیر قرار می‌دهد. از ترکیب مکان، رفتار و آن چه انسان به آن می‌دهد، مولفه‌ای به نام حس مکان به وجود می‌آید. تعلق مکان به عنوان پیوندی مؤثر که مردم با قرارگاه‌های مکانی برقرار می‌کنند تعریف می‌شود، جایی که آنها تمایل به ماندن دارند و جایی که آنها احساس راحتی و امنیت دارند. حس تعلق ترکیبی پیچیده از معانی، نمادها و کیفیتهای محیطی است که شخص یا گروه به صورت خودآگاه یا ناخودآگاه از بر پایه ارتباط یک مکان خاص ادراک می‌کنند. این معنا که عمدتاً عاطفی فرد با محیط قرار دارد، در طراحی به صورت نمود کالبدی خود را نمایان می‌سازد (جوان فروزنده و دیگران، ۱۳۹۰: ۳۰). زمانی که فرد نسبت به مکان حس تعلق کند این امر موجب هماهنگی فرد با محیط و رضایت وی از محیط شده و همچنین انگیزه لازم برای ماندگاری فرد در محیط را به وجود می‌آورد. به عبارتی تعلق مکانی، رابطه نمادین ایجاد شده توسط افراد به مکان است که معانی احساسی، عاطفی و فرهنگی مشترکی به یک فضای خاص می‌دهد. اما گاه بی توجهی به انسان و نیازهای او در طراحی و ساخت آنها، مشکلاتی از قبیل کاهش احساس تعلق و آرامش را به همراه داشته است بر همین اصل شناسایی عواملی که می‌تواند سبب ایجاد تعلق خاطر به شهر و به تبع آن رضایت گردد از ضروریات هر گونه برنامه ریزی می‌باشد.

هدف

امروزه رشد سریع شهرها بویژه در کشورهای در حال توسعه، منجر به پیدایش مسایلی چون افزایش آلودگی‌های زیست محیطی، کمبود واحدهای مسکونی، بالا رفتن بیکاری و... شده است که بی‌گمان حل آنها نیازمند برنامه ریزی دقیق از طریق شناخت مسایل موجود در این شهرها می‌باشد. شهر نقاب از جمله شهرهای کوچکی است که مانند دیگر شهرهای کوچک بایستی هدف اصلی ایجاد مکانی مطلوب برای زندگی شهروندان باشد اما همان گونه که گفته شد این امر جز با شناخت و بررسی زیر ساخت‌ها و مسایل بنیادی ممکن نخواهد بود. بر همین مبنا و باهدف شناخت عواملی که سبب ایجاد حس تعلق خاطر به شهر می‌شود پرسش اصلی بررسی این است که عوامل مؤثر بر حس تعلق شهروندان شهر نقاب کدام است؟

مبانی نظری

پیشینه تحقیق

در رابطه با حس مکان تحقیقات و پژوهشهای متعددی صورت گرفته است که در ذیل به چند نمونه از این تحقیقات و نتایج آنها اشاره می‌شود.

عنوان مقاله	نویسندگان	سال	نتیجه مقاله
تبیین مدل نظری ارتقاء حس مکان در طراحی معماری و شهر	همایون قیاسی اسماعیل صرافی گهر	۱۳۹۵	حس مکان تنها به احساس راحتی در یک محیط اطلاق نمی‌شود، بلکه با داشتن معانی فرهنگی و اجتماعی از مکانی خاص یادآور تجارب گذشته و دستیابی به هویت برای افراد خاص می‌گردد.
دلبستگی مکانی؛ بازشناسی مفهوم، اصول و معیارها	محمد رضا پورجعفر، محمد سعید ایزدی، سمانه خبیری	۱۳۹۴	دلبستگی مکانی به عنوان هسته بنیادین شکل‌گیری حس مکان، خود متشکل از دو سطح هویت مکانی و وابستگی به مکان است. با گذر زمان و افزایش امکان تبادل بیشتر مردم با مکان، رابطه مردم - مکان از سطح دلبستگی به سطح جامع‌تر حس مکان به معنای احساس چیزی فراتر از خصوصیات کالبدی و حسی مکان و توانایی دستیابی به روح مکان، ارتقا پیدا می‌کند.
ارزیابی مولفه‌های مؤثر در ایجاد حس تعلق به مکان (نمونه)	سید علی سیدیان، مژگان بیغمی	۱۳۹۴	از میان چهار مولفه‌ی زمان، کالبد، هویت، و الگوهای اجتماعی، هویت با فاکتور فرم‌های آشنا (نشان‌ها و نمادها) در واقع از میان بین مولفه‌های یاد شده، بیشترین تاثیر را در ایجاد حس تعلق خاطر در شهروندان داشته است و پس از آن به ترتیب

موردی شهر (اصفهان)		مؤلفه‌های کالبدی، زمان و الگوهای اجتماعی به ترتیب بیشترین اثر را در ایجاد حس تعلق خاطر داشته اند.
بررسی عوامل موثر در ایجاد حس تعلق ساکنین شهرها	کبریا صداقت رستمی نعیمه السادات ابطحی	۱۳۹۲
تحلیلی بر عوامل کالبدی موثر بر حس تعلق به مکان در مرکز قدیمی شهر سبزوار	عبدالهادی دانش پور فاطمه صفار سبزواری	۱۳۹۷
بررسی مقایسه‌ای حس تعلق به مکان در محلات شهر خرم آباد	خدارحم بزی، سلیمان میرزاپو و محمدصادق افراسیابی راد	۱۳۹۳
این بررسی نشان داد رابطه معنی - داری بین شاخص‌های مختلف حس تعلق به مکان و نگهداری از تجهیزات شهری توسط مردم، نظافت محلات، پرداخت مالیات و نیز مشارکت افراد در امور محله وجود دارد.		

مکان

در فرهنگ لغت دهخدا، واژه مکان جایگاه و جای بودن و در فرهنگ لغت معین، این واژه محل استقرار تعریف گشته است. طبق تعریف فرهنگ لغت جغرافیای آکسفورد، واژه مکان به نقطه‌های خاص در سطح زمین اشاره دارد که محلی قابل شناسایی برای موقعیتی است که ارزش‌های انسانی در آن، بستر شکلگیری و رشد یافته است. علاوه بر تعاریف فیزیکی، مکان دارای بار معنایی و محتوایی است (پیربابایی و سجاذزاده ۱۳۹۷: ۱۶۷). امروزه کاربرد مکان به فرایندی پیچیده بدل شده است. فراشدی که نمی‌توان آن را به سطح رفتارهای حرکتی، تأثرات حسی، تجارب عاطفی، یا درک و دریافت منطقی فروکاست. تنها بدان دلیل که ساختار این کاربرد در آن واحد دربردارنده همه این بعدهاست (لطافتی و انصاری، ۱۳۹۸). از دیدگاه رلف مکان‌ها انتزاجی از نظم طبیعی و انسانی و مراکز واضحی از تجربیات بلاواسطه از جهان هستند. مکان‌ها کمتر از طریق موقعیت‌ها، منظرها و اجتماعات منحصر بفرد تعریف شده‌اند بلکه بیشتر از طریق تمرکز بر تجربیات و مفاهیم خاص تعریف شده‌اند مکان‌ها منابع مهمی برای هویت فردی و جمعی هستند و اغلب مراکز وجود انسانی هستند که مردم گره‌های عمیق روانشناسانه و حسی با آن می‌زنند. مقیاس تجربه مکان می‌تواند از یک گوشه اتاق تا یک قاره پهناور باشد (رضایی و دیگران، ۱۳۹۵). آلتمن براین اعتقاد است که تعلق چیزی بیش از تجربه عاطفی و شناختی مکان بوده و عقاید فرهنگی مرتبط کننده افراد با مکان را نیز شامل می‌شود وی همچنین معتقد است که این ارتباط در طول زندگی اتفاق می‌افتد و تجربه بلندمدت از مکان می‌تواند به چنین ارتباطی منجر شود (حیدری، مطلبی و نگین تاجی ۱۳۹۳: ۱۶).

تعاریف اصلی مکان

دو دسته اصلی تعریف مکان	
مکان به عنوان یک موقعیت جغرافیایی	مکان را به عنوان یک موقعیت جغرافیایی دانسته و بیشتر به ابعاد کالبدی و فیزیکی مکان توجه دارد
مکان به عنوان ظرفی برای انتقال معنا	مکان را به عنوان ظرفی برای انتقال معنا برمی‌شمارند و بیشتر معانی و مفاهیمی را که درون مکان است، مورد توجه قرار داده. مکان به فضایی اطلاق می‌شود که در آن، انسان با محیط پیرامونش دارای تعامل است. مکان نه تنها از طریق بستر فیزیکی‌اش، بلکه به وسیله طیفی از فرایندهای اجتماعی روانشناختی که در آن روی می‌دهد، مشخص شده و نه تنها درون مواضع فیزیکی تجسم می‌یابد، بلکه سرشار از معانی نمادین و دلبستگی‌های عاطفی و احساساتی است که افراد درباره یک موضع خاص در ذهن دارند. از این رو مکان مظهر و راکدی برای ویژگی‌های زیستی فیزیکی نیست بلکه پدیده‌ای حاصل از مجموع‌های از مکانیزم‌های فرهنگی و اجتماعی است که ارزش‌ها و معانی ویژه‌ای را به آن نسبت می‌دهند. در واقع، مکان به معنای

جایی برای جاری شدن رویدادها و وقایع به منظور زندگی کردن است و همچنان که ارتباط نزدیکی با هستی و حیات دارد، خود، هستی بخش نیز می‌باشد.

*ماخذ: نگارندگان

حس تعلق مکانی

در فرهنگ دهخدا واژه تعلق به معنی پیوستگی، دوستی، محبت، دلبستگی و همچنین قرابت، خویشی، انتساب و عهده و تصرف، مالکیت و نهایتاً تعلق خاطر و دلبستگی آمده است. در فرهنگ معین نیز در توضیح واژه‌ی تعلق آمده است: درآویختن و دلبستگی داشتن. حس مکان عموماً با حس تعلق همراه است و با حس عاطفی دلبستگی به یک مکان عجین می‌شود (دانش پور و مهدوی نیا، ۱۳۹۷: ۱۲۷). حس تعلق به منظور بهره‌مندی و تداوم حضور انسان در مکان نقش مهمی ایفا می‌کند، به گونه‌ای که انسان خود را جزئی از بافت می‌داند و بر اساس تجربه‌های خود از نشانه‌ها، معانی، عملکردها و شخصیت، نقشی برای بافت در ذهن خود متصور می‌سازد؛ این نقش نزد او منحصربه‌فرد بوده و در نتیجه مکان برای او مهم و قابل احترام می‌شود (محمودی و سجاد، ۱۳: ۱۳۹۷).

در دهه ۱۹۷۰، جغرافی دانان مفهوم حس مکان را برای توصیف پیوند مکان-مردم مطالعه کردند یورگنسن و استدمن. پیوند مکان-مردم را به عنوان معنای متصل به یک محیط فضایی توسط یک فرد یا گروه تعریف می‌کنند اصطلاح «حس مکان» که از جغرافیا گرفته شده است، همان «وابستگی به مکان» است که اغلب توسط روانشناسان محیطی در مطالعات مکان استفاده می‌شود (دامریا، اکبر، ایندرجاتی و جوکروپاندوجو ۲۰۲۰). روانشناسی محیطی حس مکان را تجربه خاص یک فرد در یک محیط خاص (احساس تحریک، هیجان، شادی، گستردگی و غیره) تعریف می‌کنند (آیلین کراس ۲۰۱۵).^۱

حس تعلق به مکان برخاسته از فعالیتها و تعاملات بین انسان - مکان و انسان - انسان در یک مکان خاص است علاوه بر این بین میزان حس تعلق فرد به مکان و توجه او به آن، ارتباطی مستقیم وجود دارد به این معنا که با افزایش حس تعلق فرد به یک مکان، میزان توجه و مراقبت فرد از آن نیز افزایش می‌یابد (دانش پور و دیگران، ۱۳۹۷: ۱۲۷). شناخت از محیط و خویشتن باعث ایجاد معانی و تصاویر گوناگون از مکان‌های متفاوت در ذهن انسان می‌شود که معانی و تصاویر ذهنی مذکور به مکان؛ ارزش، دلبستگی، حس و هویت می‌دهد. شناخت یک مکان، پدیده‌ای اجتماعی است همچنین از شروط اولیه برای ایجاد حس تعلق به مکان (محمودی و دیگران، ۱۳: ۱۳۹۷). با وجود تعاریف متعدد، به‌طور عمده از دلبستگی مکانی به عنوان پیوندهایی که مردم میان خود و مکان‌ها برقرار می‌کنند یاد شده است. تعاریف ارائه شده در سال‌های اولیه شکل‌گیری مفهوم دلبستگی مکانی، آن را به عنوان محصول؛ یعنی احساس دلبسته شدن در افراد و یا گروه‌ها، می‌دید. با گسترش مطالعات و با اهمیت یافتن چگونگی و چرایی دلبسته شدن به مکان‌ها، فرایند و دلایل شکل‌گیری دلبستگی به مکان‌ها نیز به عنوان ابعاد جدایی‌ناپذیر مفهوم دلبستگی مکانی مورد مطالعه قرار گرفتند. حس مکان مفهومی است که توضیح می‌دهد که چگونه انسان‌ها به تنظیمات فضایی که دارای معنا هستند وابسته هستند این مفهوم ابزار جامعی است که معمولاً می‌توان از آن برای درک مکان از طریق توصیف رابطه بین افراد و تنظیمات فضایی استفاده کرد (دامریا، اکبر، ناتالیوان ایندرجاتی، ساویتی و ۲۰۲۰).^۲ محققان در تبیین چگونگی شکل‌گیری دلبستگی مکانی، به‌طور عمده از فرایندی احساسی، ادراکی و رفتاری صحبت کرده‌اند دلبستگی مکانی بی‌شک رابطه‌ای احساسی با یک مکان خاص است و بیشتر مطالعات انجام شده نیز از احساسات و عواطف به عنوان مفهوم اصلی و بنیادین در ایده دلبستگی مکانی یاد کرده‌اند (پورجعفر، ایزدی و خبیری، ۴۵: ۱۳۹۴). حس مکان مردم را به گونه‌ای عمیق و ماندگار تحت تأثیر قرار می‌دهد و خاطره مکان، هویت و قدرت انسان را تقویت می‌کند. در واقع احساس تعلق و دلبستگی به مکان سطح بالاتری از حس مکان است که در هر موقعیت و فضا به منظور بهره‌مندی و تداوم حضور انسان در مکان نقش تعیین کننده‌ای می‌یابد. در روانشناسی، تعلق مکانی به رابطه شناختی فرد با یک محیط یا یک فضای خاص اطلاق می‌شود و از لحاظ هویتی، تعلق مکانی رابطه تعلق و هویتی فرد به محیط اجتماعی است که در آن زندگی می‌کند در واقع دلبستگی به مکان رابطه نمادین ایجاد شده توسط افراد به مکان است که معانی احساسی، عاطفی و فرهنگی مشترکی به یک فضای خاص می‌دهد (کیسان و واعظی ۱۳۹۵).

¹ . Cross, E² . Dameria , Ch. Akbar, R. Natalivan Indradjati,P. Sawitri,D

عوامل موثر بر حس تعلق

با توجه به اشکال تعامل بین انسان‌ها و مکان‌ها، در تعامل بین انسان و مکان سه بعد وجود دارد: شناختی، رفتاری و عاطفی. جنبه‌های شناختی تعامل به ادراک فضایی سوق داده می‌شود و در طی آن افراد عناصر محیطی را می‌شناسند و از آنها برای پیمایش مسیر خود استفاده می‌کنند (حسن زاده، حیدری و محمد حسینی، ۶: ۲۰۱۳).

عوامل متعددی در ایجاد و ارتقاء حس تعلق به مکان موثرند که می‌توان آنها را در قالب عناوین زیر دسته بندی نمود: عوامل کالبدی، عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی، عوامل فردی، خاطرات و تجارب، احساس رضایت از مکان، عوامل فعالیتی و تعاملی، عامل زمان و مشارکت در طراحی مکان (دانش پور و دیگران، ۱۲۸: ۱۳۹۷).

● عامل فردی: حس تعلق ترکیبی پیچیده از معانی، نمادها و کیفیت‌های محیطی است که شخص یا گروه به صورت خود آگاه یا نا خود آگاه از یک مکان خاص ادراک می‌کنند. این معنا که عمدتاً بر پایه ارتباط عاطفی فرد با محیط قرار دارد در طراحی به صورت نمود کالبدی خود را نمایان می‌سازد. بدین منظور محیط‌هایی با خوانایی و تمایز کالبدی برای استفاده کنندگان جزء محیط‌های مطلوب بوده و ادراک و شناخت بهتری از سوی افراد در آن صورت می‌گیرد. (سیدیان و بیغمی، ۲: ۱۳۹۴).

● عوامل معنایی هویتی (نقش نماد و فرهنگ در ایجاد حس تعلق): به همان نسبت که عوامل ادراکی - شناختی فردی در شکل گیری حس تعلق به عنوان گام اولیه در این مسیر می‌باشد نقش متغیرهای اجتماعی نظیر فرهنگ، نمادها و نشانه‌های اجتماعی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. در این مرتبه از حس تعلق، محیط به عنوان بستر فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی است که افراد، عناصر کالبدی را بر اساس ادراک و نظام ساختارشناسی خود کشف، تفسیر و تعبیر می‌کنند و در اصطلاح انسان‌ها به صورت جمعی از محیط رمز گشایی می‌کنند.

● عوامل محیطی - کالبدی (اثر گذاربر الگوهای اجتماعی و تعاملات)

این دسته از عوامل براساس نظریه مکان - رفتار در روانشناسی محیطی، به دسته بندی محیط بزرگ دو عامل مهم فعالیت و کالبد می‌پردازند. فعالیت‌های حاکم در محیط را براساس عوامل اجتماعی، کنش‌ها و تعاملات عمومی انسان‌ها تعریف می‌کنند و کالبد را به همراه متغیرهای فرم و ساماندهی اجزا، به عنوان مهمترین عوامل در شکل گیری حس تعلق محیط ارزیابی می‌نماید. عناصر کالبدی از طریق ایجاد تمایز محیطی، ارتباط درون و بیرون در فضاها به ایجاد حس تعلق می‌پردازند. شکل، اندازه، بافت و مقیاس به عنوان ویژگی‌های فرم هر یک نقش موثر در شکل گیری حس تعلق داشته و نوع ساماندهی و چیدمان اجزا کالبدی نیز عامل موثر دیگر می‌باشد (همان، ۳).

● عوامل اجتماعی: اصولاً روانشناسی محیط نه تنها با بعد کالبدی مکان بلکه با بعد اجتماعی آن نیز سرو کار دارد. ارتباط مثبت بین فرد و مکان کالبدی با احساس رضایت روحی او از ارتباطات اجتماعی موجود در مکان در ارتباط است به گونه‌ای که تجارب و تعاملات اجتماعی که در مکان اتفاق می‌افتد امکان بخشیدن به آن را برای فرد میسر می‌نماید (حیدری و دیگران ۱۳۹۳: ۱۷). آنچه محیط را به عنوان بستر تعامل اجتماعی بیان می‌کند، در اصل نمادها و سنبل‌های محیطی مشترک اجتماعی از یک سو و قابلیت محیطی در تأمین و گسترش این بعد از نیازهای انسانی از سوی دیگر می‌باشد. در این مرتبه انسان‌ها به صورت جمعی عناصر کالبدی محیط را رمزگشایی می‌کنند (موسوی اناری و ذکری، ۲۹۶: ۱۳۹۷).

● عوامل فرهنگی: فرهنگ‌های مشابه افراد و گروه‌ها در یک جامعه، در شکل گیری دلبستگی به یک مکان خاص تأثیر بسزایی دارد. دلبستگی به مکان وابسته به فعالیت‌هایی است که افراد در قالب مقتضیات فرهنگی خود انجام می‌دهند.

● خاطرات و تجارب: دلبستگی به مکان عموماً پس از آنکه افراد تجربه‌ای دراز مدت در یک مکان دارد، اتفاق می‌افتد و در این فرایند مکان معنای وسیعی برای فرد می‌یابد. ریلی در پژوهش خود دریافت که دل بستگی به مکان برخاست از خاطرات دوران رشد فرد است. او براین عقیده است که انسان مکان را بیشتر به یاد می‌آورد که وقایع مطلوبی را در آن تجربه کرده است.

● رضایتمندی از مکان: رابطه‌ی عاطفی بین فرد و مکان، به رضایت وی از مکان و نحوه ارزیابی آواز آن مکان بستگی دارد. این امر نه ضرورتاً بلکه به احتمال زیاد هنگامی به وقوع می‌پیوندد که نیازها و توقعات انسان در مکان برآورده گردد.

● عوامل فعالیتی: یکی از موثرترین ویژگی‌های مکان که ارتقای دلبستگی افراد به آن مکان نقش دارد فعالیت‌ها و تعاملات بین انسان-مکان است. در واقع این امر ریشه در نحوه تعامل افراد با مکان کالبدی و اجتماعی در قالب تعاملات شناختی، رفتاری، عاطفی و معنایی دارد که نتیجه آن دلبستگی به مکان است.

● عامل زمان: عامل زمان یا به عبارتی طول مدت سکونت، در افزایش دلبستگی به مکان نقش دارد. عامل زمان در بزرگسالان و کودکان به عنوان عاملی تعیین کننده در میزان دلبستگی به مکان مطرح شده است که هم در فرایند و هم در میزان دلبستگی به مکان قابل مطالعه می‌باشد (حیدری و دیگران، ۱۳۹۳: ۱۸).

رویکرد پدیدار شناسی

از نگاه پدیدارشناسان جغرافیای انسانی حس تعلق به معنای پیوندی محکم و عاملی تاثیر گذار میان مردم و مکان با اجزاء تشکیل دهنده آن است که این پیوند به صورت مثبت بوده و سبب گسترش عمق ارتباط و تعامل فرد با محیط می‌گردد و با گذر زمان، عمق و گسترش بیشتری می‌یابد. با توجه به این که در این رویکرد، تجربه، اصل‌ترین رکن ادراک مفاهیم و معنای یک مکان است؛ لذا معنا در یک مکان ارتباط مستقیم با نحوه ادراک انسانی و مقولات مربوط به آن دارد. تحقیقات بعمل آمده نشان می‌دهد که هر چه مدت ارتباط افراد با یک مکان بیشتر می‌شود به همان نسبت شناخت و ادراک انسان‌ها از آن مکان افزایش یافته و امکان ایجاد معنای تعلق در محیط نیز افزایش می‌یابد (مشکینی، قاسمی و حمزه نژاد: ۴۶: ۱۳۹۳).

در این دیدگاه حس تعلق به معنای پیوندی محکم و عاملی تأثیرگذار میان مردم و مکان با اجزاء تشکیل دهنده آن است که این پیوند به صورت مثبت بوده و سبب گسترش عمق ارتباط و تعامل فرد با محیط می‌گردد. رلف، با بیان ارتباط ادراک با تجربه از مکان، اعلام می‌دارد آنچه که یک فضا را به یک مکان اعتلا می‌بخشد، آغشته شدن آن با معانی و مفاهیم عمیق است که در طول زمان گسترش و عمق پیدا می‌کند. افراد دیگری نظیر تویگراس و اوزل با تأکید بر تمایز مکانی به عنوان یکی از مشخصه‌های هویت مکانی در شکل گیری هویت فردی، نظریه رلف را تأکید و گسترش دادند (محمودی و دیگران، ۱۳۹۷: ۱۳).

رویکرد روانشناسی محیطی

روانشناسی محیطی به عنوان شاخه‌ای از روانشناسی که معماران نیز سهم عمده‌ای در ارائه و توسعه آن داشته‌اند به مطالعه رفتارهای انسان در رابطه با سکونت گاهش می‌پردازد. بنابر نظر کریک روان شناسی محیطی مطالعه روانشناختی رفتار انسان به گونه‌ای است که به زندگی روزمره او در محیط کالبدی مرتبط باشد. لذا روانشناسی محیطی به مطالعه تجربه فردی و جمعی مردم از مکان‌ها نیز که از نوع رفتارهای بنیادین انسان می‌باشد علاقمند است (مطلبی ۱۳۸۰: ۵۵). در رویکرد روان شناختی محیطی، مکان بخشی از محیط جغرافیاست که تابع ویژگی‌های ذهنی و معنایی فرد است که به واسطه تجربه ادراکی او در فرایندی شامل مرحله ادراک، شناخت و احساس معنا می‌یابد و به فرایند شناختی، عاطفی و رفتاری در فرد می‌انجامد (لک و غلامپور، ۱۳۹۴: ۴۰). ادراک انسان از محیط از محوری‌ترین مقولات در روان شناسی محیطی است. ادراک محیطی فرایندی است که از طریق آن انسان داده‌های لازم بر اساس نیازش از محیط پیرامون خود برمی‌گیرند. لذا ادراک فرایندی است هدفمند و به فرهنگ، نگرش و ارزش حاکم بر تفکر ادراک کننده بستگی دارد (مطلبی، ۱۳۸۰: ۵۶).

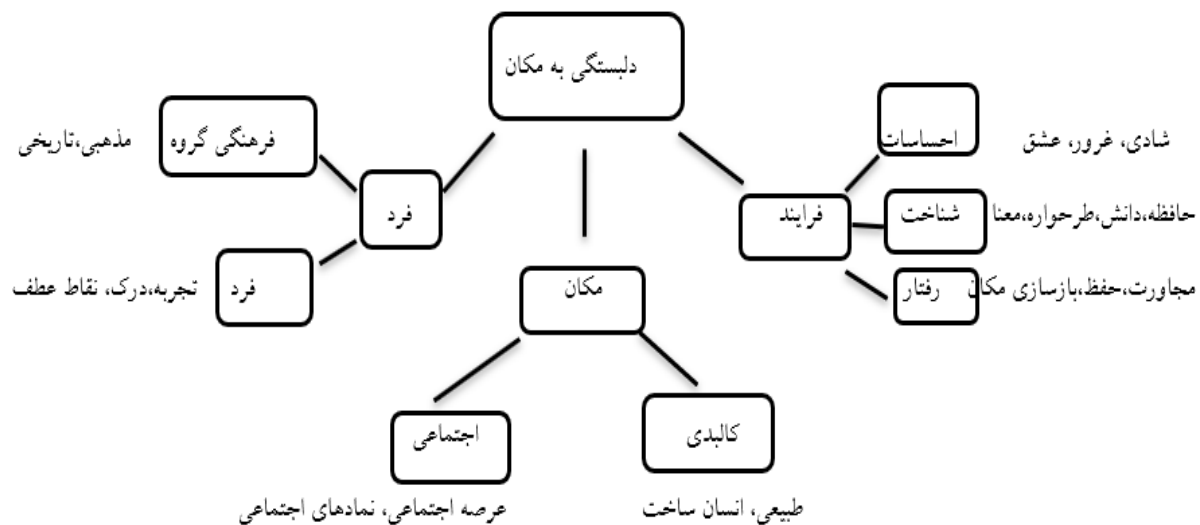
در روانشناسی، تعلق مکانی به رابطه شناختی فرد با یک محیط، یا یک فضای خاص اطلاق می‌شود و از لحاظ هویتی، تعلق مکانی رابطه تعلق و هویتی فرد به محیط اجتماعی است، که در آن زندگی می‌کند در واقع دلبستگی به مکان، رابطه نمادین ایجاد شده توسط افراد به مکان است، که معانی احساس، عاطفی و فرهنگی مشترکی به یک فضای خاص می‌دهد. (جورابچی و شهروز طهرانی، ۱۳۹۶: ۶). پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد که محیط علاوه بر عناصر کالبدی، شامل پیام‌ها، معانی و رمزهایی است که مردم بر اساس نقش‌ها، توقعات، انگیزه‌ها و دیگر عوامل آن را رمزگشایی و درک می‌کنند و در مورد آن به قضاوت می‌پردازند. این تعاملات نتایج قابل تأملی را در پی دارد که از آن جمله می‌توان به ایجاد خاطره، خلق معنی و دلبستگی به مکان اشاره نمود. در این میان نشانه‌های شهری، نقش مهمی در خلق معانی نزد شهروندان دارند. این نمادها رابطه میان شکل و محتوا، دال و مدلول، معناکننده و معناشونده هستند و تغییر در آنها ممکن و جایز نیست. این حس کلی که پس از ادراک و قضاوت نسبت به محیط خاص در فرد به وجود می‌آید حس مکان نامیده می‌شود که به عنوان عاملی مهم در هماهنگی فرد و محیط باعث بهره برداری بهتر

از محیط، رضایت استفاده کنندگان و درنهایت احساس تعلق آنها به محیط و تداوم حضور در آن می‌شود (پیریایی و دیگران، ۱۳۹۷: ۱۶۷).

براساس سلسله مراتب نیازهای مازلو، نیازهای اجتماعی یا تعلق به دیگران پس از نیازهای فیزیولوژیک و ایمنی قرار گرفته که در اثر برآورده نشدن این نیاز، فرد به شدت درد تنهایی، انزوا، مطرود بودن، نداشتن دوست و نداشتن ریشه در جامعه را احساس می‌کند در پی آن به دنبال تعلق و عضویت در گروه و همسان بودن در اهداف و پیروزی های گروهی و قبولی عام یافتن و اسایش خاطر ناشی از آن است. ابن خلدون، جوهره حیات جمعی را تعلق اجتماعی و روح یادگیری می‌داند که در بادیه نشینی از طریق اجتماع افراد بر اساس نظام خویشاوندی حاصل می‌شود و در شهر نشینی از طریق تاسیس و گسترش نهادها و سازمان‌های اجتماعی و روابط همسایگی صورت می‌پذیرد. تعلق خاطر به جامعه به عنوان حسی بالنده میان مردمی که از منافع و سر نوشت مشترک برخوردارند، بسیار حیاتی است و وجود جامعه متضمن علاقه و وابستگی و وفاداری افراد به آن و احساس پیوستگی به "مای" کلی است. این همان پاسخ عاطفی نسبت به "مای" بزرگتر است که تجلی عینی آن این است که فرد خود را جزیی از "مای" بزرگتر و جامعه را خانه خود می‌داند به عبارتی این احساس تعلق اجتماعی است که ریشه تفاوت یک فرد از یک جامعه با افراد جوامع دیگر است و آنچه اساس تمییز یک ایرانی از غیر ایرانی می‌شود همین است: چرا که هویت یابی ملی، مردم یک جامعه در این احساس با هم اشتراک دارند و به هم پیوند می‌خورند (صداقت رستمی و ابطی، ۱۳۹۲: ۲).

نگاهی به رویکردهای غالب در قلمرو حس تعلق به مکان	
روان شناسی محیطی	مکان بخشی از محیط جغرافیاست که تابع ویژگی‌های ذهنی و معنایی فرد است که به واسطه تجربه ادراکی او در فرایندی شامل مرحله ادراک، شناخت و احساس معنا می‌یابد و به فرایند شناختی، عاطفی و رفتاری در فرد می‌انجامد.
	انسان‌ها به تجربه حسی، عاطفی و معنوی خاص نسبت به محیط زندگی نیاز دارند. این نیازها از طریق تعامل صمیمی و نوعی همذات پنداری با مکانی که در آن سکونت دارد قابل تحقق است.
	تعامل صمیمی و همذات پنداری، روح یا حس مکان نامیده می‌شود.
	دلبستگی به مکان، رابطه نمادین ایجاد شده توسط افراد به مکان است، که معانی احساس، عاطفی و فرهنگی مشترکی به یک فضای خاص می‌دهد.
	نگرش‌های معنایی ارتباط انسان و مکان در روانشناسی محیطی شامل: رویکرد شناختی - رویکرد اجتماعی - رویکرد احساسی
رویکرد پدیدار شناسی	حس مکان به معنای حقیقت و ماهیت مکان می‌باشد از این دیدگاه، یکی شدن انسان-محیط یا این همانی، موجب ظهور مکان می‌شود.
	حس مکان به معنای ویژگی‌های غیرمادی مکان و با مفهومی نزدیک به روح مکان تعریف می‌شود.
	مهمترین مفاهیم مرتبط در بیان حس مکان، واژه‌های مکان دوستی، تجربه مکان و شخصیت مکان است.
	نظریه پردازانی چون کریستیان نوربرگ شولتز، بی فو توان، ادوارد رلف، کریستوفر الکساندر و دیوید سیمون، "حس مکان" را بر پایه ماهیت مکان، مدت و عمق تجربیات در مکان تعریف کرده‌اند.
	رلف مکان را دارای سه ویژگی‌های کالبدی، فعالیت و معنا می‌داند که در تلفیق فضا با خاطره و رویدادها ساخته می‌شود.
	شولتز مکان را فضایی درک شده و عجین شده با خاطره‌ها و تجربه‌ها و حالات روحی در انسان تعریف می‌کند.
	یان فو توان "به جای حس مکان اصطلاح "مکان دوستی" را مطرح می‌کند و آن را پیوندی بر محبت و تأثیرگذار میان مردم و مکان‌ها یا قرارگاه‌ها می‌داند. وی معتقد است که تمام مکان‌ها دارای روح یا شخصیت می‌باشند ولی داشتن حس مکان را مستلزم حضور فرد در فضا می‌داند.
رویکرد هستی شناسی	کریستوفر الکساندر: همه حیات و روح هر مکان و همه ادراکات ما در آن مکان، نه فقط به محیط کالبدی اش بلکه به الگوی رویدادهایی بستگی دارد که در آنجا اتفاق می‌افتد.
	در بررسی ابعاد و ماهیت حس تعلق از رویکرد هستی شناسی، توجه به نیازهای انسانی ضروری می‌باشد.
	بر اساس دسته بندی مازلو، نیازهای اساسی و اولیه انسان بترتیب شامل: نیازهای جسمانی، نیازهای ایمنی و امنیت، نیاز به تعلق، نیاز به احترام و نیازهای برتر شامل: نیاز خود شکوایی، نیاز به شناخت و زیبایی می‌باشد. حس تعلق از نظر وی جزو نیازهای اساسی بوده و از سوی بسیاری از طراحان مورد توجه قرار گرفته است.
	از مهمترین این نیازها که در صدر هرم اولویت بندی نیازها قرار دارد، نیاز به خودشکوفایی می‌باشد که لازمه آن تأمین نیازهای ماقبل خود است. این امر، زمانی تحقق می‌یابد که سلسله مراتب نیازهای انسان از جمله نیازهای تعلق و دوست داشتن برطرف گردد.

در تحقیقی که اسکنل و گیفورد انجام داده‌اند در یک دسته بندی جامع، حس تعلق را حاصل سازماندهی سه وجهی "شخص-فرآیند-مکان" که همان ابعاد اجتماعی، کالبدی، احساسی را در بر می‌گیرد می‌دانند.



(منبع: محمودی و دیگران، ۱۳۹۸:۱۸)

فرضیات تحقیق

- هرچه شناخت فرد از شهر بیشتر باشد حس تعلق فرد به شهر بیشتر است.
- هرچه فرد از نظر عاطفی به شهر وابسته‌تر باشد حس تعلق فرد بیشتر است.
- هرچه عوامل اجتماعی در فرد قوی‌تر باشد حس تعلق فرد بیشتر می‌شود.
- هرچه عوامل کالبدی در شهر پررنگ‌تر باشد حس تعلق به شهر بیشتر است.

روش شناسی

در این پژوهش از روش اسنادی و پیمایش برای جمع آوری اطلاعات استفاده شده است. همچنین روش نمونه گیری پژوهش به صورت سهمیه‌ای و قضاوتی می‌باشد. نمونه گیری سهمیه‌ای نوعی نمونه گیری غیر احتمالی است که در آن بعد از تعیین سهم هر لایه در کل جامعه آماری و معین نمودن تعداد حجم نمونه، کل سهم متناسب هر کدام از لایه‌ها در جامعه نمونه بدست خواهد آمد. در این روش، نمونه تحقیق به گونه‌ای انتخاب می‌شود که زیر گروه‌ها در حد امکان با همان نسبتی که در جامعه وجود دارند در نمونه نیز حضور یابند (بیکر، ۱۳۸۶:۱۸۹). و در مرحله دوم جمعیت نمونه این مطالعه، از طریق نمونه گیری تصادفی یا قضاوتی انتخاب شده‌اند. دلیل انتخاب این روش علاوه بر ماهیت خاص تحقیق، پراکندگی بیش از حد جمعیت لایه‌ها بود. سپس به افراد جامعه نمونه مراجعه و پرسشنامه‌ها تکمیل گردید.

اصطلاح نمونه گیری قضاوتی یا تصادفی، برای توصیف نوعی از نمونه گیری به کار می‌رود که در آن مواردی که از لحاظ هدف‌های تحقیق اطلاعات غنی را در بر دارند انتخاب می‌شود. بنابراین نمونه گیری تصادفی یکی از اشکال نمونه گیری غیر احتمالی است که در آن انتخاب موارد به عنوان مصداق طبقه یا مقوله‌ای که مورد علاقه محقق است صورت می‌گیرد (دواس، ۱۳۸۴: ۸۵) در نتیجه با توجه به حجم جامعه آماری (۱۳۷۲۸ نفر) و با استفاده از فرمول کوکران (رفیع پور، ۱۳۸۴: ۳۸۳) نمونه آماری جامعه مورد نظر با ضریب خطای ۵ درصد، ۳۴۲ نفر می‌باشد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

پردازش و تحلیل آماری داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار کامپیوتری (SPSS) انجام شد و در آن از آزمون‌های آماری و... برای بررسی رابطه بین متغیرها استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

فرضیه اول: به نظر می‌رسد میان عوامل شناختی و حس تعلق شهروندان رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۱: آزمون‌های آماری برای بررسی رابطه بین عوامل شناختی و حس تعلق شهروندان

سطح معناداری	ضریب همبستگی اسپیرمن	آماره سامرز	آزمون‌های آماری
۰/۰۰۰	۰/۳۱۷	۰/۲۳۰	
۳۴۰			مجموع

همانگونه که در جدول شماره ۱ ملاحظه می‌شود مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن در اینجا ۰/۳۱۷ و سطح اعتماد $\alpha = ۰/۰۰۰$ می‌باشد. پس فرض H_1 پذیرفته شده و فرضیه با ۹۹ درصد اطمینان مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین مقدار ضریب همبستگی سامرز (۰/۲۳۰) نشان دهنده رابطه‌ای نسبتاً ضعیف میان این دو متغیر است. بنابراین بین عوامل شناختی و حس تعلق شهروندان رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: به نظر می‌رسد میان عوامل عاطفی و حس تعلق شهروندان رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۲: آزمون‌های آماری برای بررسی رابطه بین عوامل عاطفی و حس تعلق شهروندان

سطح معناداری	ضریب همبستگی اسپیرمن	آماره سامرز	آزمون‌های آماری
۰/۰۰۰	۰/۳۵۳	۰/۲۲۵	
۳۴۰			مجموع

همانگونه که در جدول شماره ۲ ملاحظه می‌شود مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن در اینجا ۰/۳۵۳ و سطح اعتماد $\alpha = ۰/۰۰۰$ می‌باشد. پس فرض H_1 پذیرفته شده و فرضیه با ۹۹ درصد اطمینان مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین مقدار ضریب همبستگی سامرز (۰/۲۲۵) نشان دهنده رابطه‌ای نسبتاً ضعیف میان این دو متغیر است. بنابراین بین عوامل عاطفی و حس تعلق شهروندان رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه سوم: به نظر می‌رسد میان عوامل اجتماعی و حس تعلق به شهر رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۳: آزمون‌های آماری برای بررسی رابطه بین عوامل اجتماعی و حس تعلق شهروندان

سطح معناداری	ضریب همبستگی اسپیرمن	آماره سامرز	آزمون‌های آماری
۰/۰۰۶	۰/۱۵۰	۰/۱۲۶	
۳۳۹			مجموع

همانگونه که در جدول شماره ۳ ملاحظه می‌شود مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن در اینجا ۰/۱۵۰ و سطح اعتماد $\alpha = ۰/۰۰۶$ می‌باشد. پس فرض H_1 پذیرفته شده و فرضیه با ۹۹ درصد اطمینان مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین مقدار ضریب همبستگی سامرز (۰/۱۲۶) نشان دهنده رابطه‌ای ضعیف میان این دو متغیر است. بنابراین بین عوامل اجتماعی و حس تعلق شهروندان رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه چهارم: به نظر می‌رسد میان عوامل کالبدی و حس تعلق شهروندان رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۴: آزمون‌های آماری برای بررسی رابطه بین عوامل کالبدی و حس تعلق شهروندان

سطح معناداری	ضریب همبستگی اسپیرمن	آماره سامرز	آزمون‌های آماری
۰/۰۰۰	۰/۲۳۴	۰/۱۵۷	
	۳۴۰		مجموع

همانگونه که در جدول شماره ۴ ملاحظه می‌شود مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن در اینجا ۰/۲۳۴ و سطح اعتماد $\alpha = 0/000$ می‌باشد. پس فرض H_1 پذیرفته شده و فرضیه با ۹۹ درصد اطمینان مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین مقدار ضریب همبستگی سامرز (۰/۱۵۷) نشان دهنده رابطه‌ای ضعیف میان این دو متغیر است. بنابراین بین عوامل کالبدی و حس تعلق شهروندان رابطه معناداری وجود دارد.

تحلیل مسیر متغیرهای پژوهش

برای بررسی تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر روی متغیرهای وابسته از روش تحلیل مسیر استفاده شد. در این روش متغیرهای مستقل یکی یکی به معادله رگرسیون اضافه می‌شوند و اگر نقش معنی‌داری در رگرسیون نداشته باشند، از آن حذف می‌گردند. که در این پژوهش با توجه به نتایج تحلیل رگرسیون، مؤلفه اعتماد به شهرداری توسط برنامه SPSS از مدل کنار گذاشته شده است.

جدول ۵: جداول رگرسیون خطی جهت تعیین معادله خط

سطح معناداری	آماره t	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده		رگرسیون خطی
		ضریب Beta	خطای معیار	ضریب B	
۰/۰۰۰	۵/۵۰۲	۰/۲۹۶	۰/۰۷۷	۰/۴۲۲	متغیر شناختی
۰/۰۰۱	۳/۳۸۱	۰/۲۵۹	۰/۰۳۹	۰/۱۳۱	متغیر عاطفی
۰/۰۰۲	۳/۱۹۱	۰/۱۷۳	۰/۰۵۱	۰/۱۶۲	متغیر اجتماعی
۰/۰۴۳	۲/۰۳۱	۰/۱۰۶	۰/۰۷۰	۰/۱۴۲	متغیر کالبدی

نتایج تحقیق

در باب عوامل موثر بر حس تعلق عوامل متعددی دخیل هستند که این عوامل هرچند بر حس تعلق تأثیر می‌گذارند متقابلاً از این عنصر تأثیر می‌پذیرند. رشد موثر این عوامل به گونه‌ای همزمان و اثرگذار تنها در یک جامعه آرمانی رخ می‌دهد اما می‌توان با تقویت عواملی که در هر جامعه‌ای خود را به گونه‌ای موثرتر نشان می‌دهند حس تعلق شهروندان را تقویت نمود. در واقع این امر فرصتی است برای مسئولان تا با هشیاری زمینه تقویت حس تعلق شهر را که گام اساسی برای سایر اقدامات است را فراهم آورند و بی شک انجام این مهم در گام نخست، نیازمند شناسایی عوامل اثرگذار بر این پدیده می‌باشد. بر اساس نتایج این تحقیق مهمترین عامل موثر بر حس تعلق شهروندان، عناصر شناختی می‌باشد. به گونه‌ای که هر چه شناخت شهروندان نسبت به جنبه‌های مختلف شهر نقاب بیشتری شود احساس تعلق آنها نیز تقویت می‌شود. دومین عنصر موثر بر حس تعلق، عنصر عاطفی می‌باشد عنصری که ریشه در احساسات و خاطرات افراد دارد و بی شک هر چه خاطرات زندگی در شهر خوشایند تر باشد این حس بیشتر تقویت می‌گردد.

عامل موثر دیگر بر حس تعلق شهروندان، عوامل اجتماعی بوده و آخرین عامل موثر بر حس تعلق شهروندان شهر نقاب عوامل رفتاری و کالبدی می‌باشد که با تقویت این عنصر می‌توان زمینه مشارکت هر چه بیشتر شهروندان را فراهم آورد.

پیشنهادهای

با توجه به ماهیت تحقیق حاضر، طرح پیشنهادات عملی و کاربردی برای افزایش میزان حس تعلق شهروندان، مستلزم بررسی و تحقیقات بیشتر است. با وجود این سعی بر این است که با توجه به یافته‌های تحقیق، نکاتی را جهت عوامل موثر بر افزایش حس تعلق شهروندان متذکر شویم.

در شرایط امروز اگر مدعی شویم توسعه و پیشرفت شهر جز در سایه مشارکت شهروندان ممکن نخواهد بود؛ اغراق نکرده ایم. بر همین اساس قبل از هر چیز می‌بایست پایه زیربنایی مشارکت یعنی همان حس تعلق به شهر تقویت گردد تا شهروندان با میلی درونی و خودجوش برای توسعه و آبادانی شهر قدم بردارند که فراهم آوردن این امر خود نیازمند پیش زمینه‌های لازم است. یافته‌های این پژوهش بر این تاکید می‌کنند که مهمترین عوامل اثر گذار بر حس تعلق به شهر، عوامل شناختی، عوامل عاطفی، عوامل اجتماعی و عوامل کالبدی می‌باشد. شناخت این عوامل فرصتی است در جهت فراهم آوردن بسترهای مرتبط با این عوامل تا زمینه تقویت این حس افزایش یابد. بر همین اساس می‌توان موارد زیر را در این راستا مطرح نمود:

- توجه به حفظ آثار، نمادها و نشانه‌های قدیمی شهر
- توجه به آداب و رسوم شهر و تلاش برای تقویت آنها با انجام مراسمات و اطلاع رسانی‌ها
- استفاده از ظرفیت بالقوه شهروندان برای مشارکت در فعالیت‌های گوناگون شهر
- با توجه به ضعف عوامل کالبدی در این بررسی پیشنهاد می‌گردد شهرداری با انجام برنامه ریزی با رویکرد حفظ قدمت و آداب و رسوم شهروندان و همچنین توجه به بافتهای قدیمی و در کنار آن توجه به مبلمان شهر بتواند زمینه تقویت این حس را فراهم آورد.
- شناساندن مفاخر و میراث فرهنگی و اجتماعی و همچنین جاذبه‌های گردشگری به منظور احساس تعلق بیشتر به شهر

منابع

- [۱] پاکزاد، ج. (۱۳۹۵). سیر اندیشه‌ها در شهر سازی ۳. آرمان شهر، تهران.
- [۲] پور جعفر، م؛ ایزدی، م؛ و خبیری، س. (۱۳۹۲). دل‌بستگی مکانی؛ بازشناسی مفهوم، اصول و معیارها. هویت شهر، ۲۴ (۹)، ۶۴-۴۳.
- [۳] پیربایی، م؛ سجادزاده، ج. (۱۳۹۵). تعلق جمعی به مکان، تحقق سکونت اجتماعی در محله سنتی. باغ نظر، ۸ (۱۶)، ۲۸-۱۷.
- [۴] جوان فروزنده، ع، مطلبی، ق. (۱۳۹۰). حس تعلق به مکان و عوامل تشکیل دهنده آن. هویت شهر، ۸، ۳۷-۲۷.
- [۵] جورابچی، م. شهرز طهران، ا. (۱۳۹۶). بررسی تاثیر اصول معماری پایدار در محیط‌های آموزشی (دبستان و کودکستان) بر ایجاد حس تعلق به مکان از دیدگاه روان شناسی محیط. سومین همایش بین المللی عمران و شهرسازی در آغاز هزاره سوم.
- [۶] حیدری، ع. مطلبی، ق و نگین تاجی، ف. (۱۳۹۳). تحلیل بعد کالبدی حس تعلق به مکان در خانه‌های سنتی و مجتمع‌های مسکونی امروزی. معماری و شهرسازی، ۱۹ (۳)، ۸۶-۷۵.
- [۷] حیدری، ع. مطلبی، ق و نکویی مهر، ف. (۱۳۹۶). بررسی نحوه ارتباط میان دو مفهوم حس مکان و دل‌بستگی به مکان در خوابگاه دانشجویان. نشریه هنرهای زیبا معماری و شهرسازی، ۱۹ (۱)، ۲۳-۱۵.
- [۸] دانش پور، ع. مهدوی نیا، م. غیایی، م. (۱۳۸۸). جایگاه دانش روانشناسی محیطی در ساختمان‌های بلند مرتبه با رویکرد معماری پایدار، ۳ (۵)، ۳۸-۲۹.
- [۹] رضایی، م. داور، م. (۱۳۹۵). تدوین اصول طراحی با تاکید بر مفهوم حس مکان و مکان سازی (مطالعه موردی رودخانه تاجن با تاکید بر مکان سازی)، ۱۵۹-۱۴۸.
- [۱۰] سلطانی، ع. حاتمی گلزاری، ا. (۱۴۰۰). تحلیلی بر مولفه‌های تبیین کننده حس تعلق مکانی در محلات نوپید شهری (مطالعه موردی محله یاغپیان شهر تبریز). جغرافیا و توسعه شهری، ۸ (۱)، ۵۵-۳۸.
- [۱۱] اسیدیان، ع. بیغمی، م. (۱۳۹۴). ارزیابی مولفه‌های موثر در ایجاد حس تعلق به مکان (نمونه موردی شهر اصفهان). کنفرانس بین المللی پژوهش‌های نوین در عمران، معماری و شهرسازی، ۱۵-۱.
- [۱۲] صداقت رستمی، ک. ابطحی، ن. (۱۳۹۲). بررسی عوامل موثر در ایجاد حس تعلق ساکنین شهرها. همایش ملی معماری و شهرسازی انسانگرا، ۱-۱۱.
- [۱۳] قشقایی، ر. موحد، خ. و محمد زاده، ج. (۱۳۹۵). ارزیابی حس تعلق به مکان با تاکید بر عوامل کالبدی و محیطی در سواحل شهری (مطالعه موردی ساحل بوشهر). پژوهش‌های جغرافیای برنامه ریزی شهری. ۴ (۲)، ۲۶۱-۲۸۲.
- [۱۴] کاشی، ح. بنیادی، ن. (۱۳۹۲). تبیین مدل هویت مکان حس مکان و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن. هنرهای زیبا - معماری و شهرسازی، ۱۸ (۳)، ۵۲-۴۳.
- [۱۵] کیسان، ب. واعظی، س. (۱۳۹۵). بررسی و تبیین هویت مکان - حس مکان با تاکید بر روانشناسی محیط. کنفرانس جامعه و معماری معاصر.
- [۱۶] لطافتی، ز. انصاری، ح. (۱۳۹۸). تبیین مدلی در شناسایی و تقویت عوامل تاثیرگذار بر حس مکان و خاطره جمعی. مطالعات معماری ایران، ۸ (۱۵)، ۷۸-۶۵.
- [۱۷] لک، آ. غلامپور، ا. (۱۳۹۴). درک معنای حس مکان در بازسازی مسکونی بم (نمونه موردی مجموعه مسکونی نرگس). مسکن و محیط روستا، ۱۴۹، ۳۷-۵۰.
- [۱۸] محمودی، ز. سجاد، ر. (۱۳۹۷). تحلیل تعاریف هویت، دل‌بستگی به مکان و حس تعلق به مکان بر اساس تعاریف نظریه پردازان. کنگره بین المللی علوم مهندسی و توسعه پایدار شهری، ۱-۲۲.
- [۱۹] مشکینی، ا. قاسمی، ا. و حمزه نژاد، م. (۱۳۹۳). ارزیابی حس تعلق به مکان ساکنان شهرهای جدید (مطالعه موردی شهر جدید هشتگرد). فضای جغرافیا، ۱۴ (۴۸)، ۴۱-۵۶.
- [۲۰] مطلبی، ق. (۱۳۸۰). روانشناسی محیطی دانشی نو در خدمت معماری و طراحی شهری. هنرهای زیبا، ۱۰، ۵۲-۶۷.
- [۲۱] موسوی اناری، م. ذکری، ع. (۱۳۹۷). تاثیر هویت معماری بر ارتقا حس مکان (نمونه موردی معماری بومی شهرستان انار). مطالعات جغرافیا، عمران و مدیریت شهری، ۴ (۱)، ۹۵-۸۶.
- [22] Cross, E.J. (2015). What is Sense of Place? Headwaters Conference. 1-14.

- [23]
- [24] Damera, Ch., Akbar, R., Natalivan Indradjati, P., & Tjokropandojo, D. (2020). A Conceptual Framework for Understanding Sense of Place Dimensions in the Heritage Context. *Journal of Regional and City Plannin*, 31, 139-163.
- [25] Hashemnezhad, H. Heidari, A. & Mohammadhoseini, P. (2013). Sense of Place” and “Place Attachment. *International Journal of Architecture and Urban Development*, 3, 5-12.