

شناسایی عوامل مؤثر بر حس تعلق مکانی ساکنین شهرهای جدید با تأکید بر مدل‌های مکان و ارزیابی آن در شهر جدید اندیشه

مریم محمدی* ، مرتضی رفیعی بالان**

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۷/۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۵/۱۷

چکیده

هویت شهری یکی از چالش‌های مهم شهرهای جدید بوده و هست. با گذشت بیش از ۳۰ سال از پایه‌ریزی شهرهای جدید در ایران، همچنان مشکلات و معضلات این نوع از توسعه در ابعاد مختلف قابل مشاهده است. خلأ هویتی یکی از مهم‌ترین مشکلات این شهرها است، این در حالی است که الگوی توسعه پایدار بر اصالت بخشی و حفظ هویت شهرها به‌عنوان یکی از شاخص‌های مهم زندگی تأکید می‌کند. هدف این مقاله، بررسی حس تعلق مکانی به‌عنوان یکی از نمودهای مشکل هویت است. به استناد مبانی نظری و چارچوب مفهومی به‌دست آمده (مبتنی بر روش کیفی)، عوامل عینی و ذهنی بر ایجاد تعلق مکانی تأثیر دارند. بررسی میزان تعلق مکانی به شهر جدید اندیشه پس از گذشت بیش از سه دهه هدف این نوشتار بوده و این شهر از میان ۴ شهر جدید اطراف تهران، به دلیل جذب جمعیتی بیشتری، به‌عنوان نمونه انتخاب شده است. درعین حال از میان ۶ فاز شهر اندیشه، فاز ۳ شهر به دلیل موقعیت، قدمت و کالبد شکل یافته، به‌عنوان محدوده موردبررسی انتخاب شده است. روش پژوهش در بررسی نمونه موردی، مبتنی بر پرسشگری بوده و ۳۸۵ پرسش‌نامه به‌صورت تصادفی در فاز منتخب، در روزهای غیر تعطیل و در فضاهای عمومی این محدوده مانند پارک‌ها و همچنین درب منازل و مغازه‌های محلی توزیع و تکمیل شده است. در این پژوهش، تحلیل‌ها مبتنی بر نظرات متخصصین و تحلیل کمی پرسش‌نامه‌ها با استفاده از نرم‌افزار اس.پی.اس.انجام شده است. روش تحلیل همبستگی نشان می‌دهد، بین عوامل ذهنی و عینی از یک‌سو و میزان تحقق حس تعلق مکانی از سوی دیگر، رابطه معناداری وجود دارد و بسیاری از شاخص‌ها با کشش فضایی (متغیر ترکیبی که از سه متغیر اصلی پرسشنامه به‌دست آمده) رابطه معنی‌داری داشته‌اند. نتایج نشان از انطباق نظرات متخصصین و ساکنین دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد، شهر جدید اندیشه در زمینه همبستگی و تعامل اجتماعی در وضعیت نامناسبی قرار دارد. در زمینه خوانایی و وضوح معابر و تقاطع‌ها در شهر ویژگی خاصی برای ساکنین وجود ندارند. در رابطه با تعاملات اجتماعی، شاخص

m.mohammadi@art.ac.ir

* دانشیار شهرسازی دانشگاه هنر، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

** دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت شهری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. asndr48549@gmail.com

تعامل با همسایگان ملاک بررسی بوده؛ در زمینه تمایل پاسخ‌دهندگان برای ترک شهر، نیمی از مشارکت‌کنندگان، پاسخ منفی داده‌اند و بنابراین به نظر می‌رسد شهر اندیشه توانسته است تعلق مکانی حداقلی را برای ساکنین خود ایجاد نماید. اما آنچه مسلم است آن است که در تمامی تغییر و تحولات شهرهای جدید ایرانی در طول زمان وجه مشترکی به نام زیبایی نسبی و تناسب کلی بصری شهری مورد توجه بوده، اما به شکل مطلوب و هویت‌مند اجرا نشده و به نوعی از یکنواختی منجر شده، در نتیجه تعلق مکانی در این شهر پس از حدود ۳۰ سال هنوز ضعیف ارزیابی شده است.

واژه‌های کلیدی: تعلق مکانی، مدل مکان، فرم، فعالیت، تصویر ذهنی، شهر جدید اندیشه

۱- مقدمه

شهرها و فضاهای شهری موفق، از شخصیت و هویت ویژه‌ای برخوردار بوده و هستند. این در حالی است که آنچه از اغلب در برخی شهرهای کنونی، در ذهن عموم شکل گرفته، جز مجموعه‌ای از ساختمان‌ها، پارک‌ها و خیابان‌ها نیست. شهر بستری است که تعاملات شهری در آن به وقوع می‌پیوندد و مردم حس شهروندی نسبت به آن دارند. به عبارتی آنچه شهر را می‌سازد، ساختمان‌های و پارک‌ها نیستند، بلکه مردم شهر هستند که با تمام سلاقی و ویژگی‌های منحصربه‌فردشان و در حقیقت هویت شهری و شهروندی‌شان، شهر را می‌سازند. در دیدگاه توسعه پایدار نیز، تأمین نیازهای امروزی انسان‌ها در چارچوبی منطقی و عادلانه، انسان را مجاب به پیروی از اصول توسعه پایدار می‌کند؛ در این میان اصالت دادن و تأکید بر هویت شهری، از شاخص‌های مهم در این دیدگاه است.

بررسی تجارب شهرهای معاصر، نشان می‌دهد نمونه‌هایی از شهرهایی که بر بستر قبلی یک شهر یا یک روستا توسعه یافته‌اند، نیز دچار بحران‌های هویتی شده‌اند و بسیاری از ساکنان آن با بحران یکنواختی و همسانی فضاهای شهری مواجه هستند. در این میان، در برنامه‌ریزی و طراحی شهرهای جدید ایرانی، سنجش و اقدامات مدیریتی، نگاه مدرنیستی غالب بوده و یکسان‌سازی مورد توجه قرار گرفته و نتیجتاً توجه کمی بر بسترهای محیطی، طبیعی، اجتماعی و اقتصادی آنها شده است. بنابراین بحران فکر و اندیشه سازندگان و ساکنان، با استناد به دیدگاه هایدگر، شولتز بر بحران هویت شهری تأثیرگذار است

(نوابخش و ظهیری، ۱۳۹۰: ۲۱). در کنار عوامل بیان شده، بحران اجاره‌نشینی نیز به این بحران هویتی و تعلق مکانی در شهرها افزوده و عملاً ریسمان تعلق مکانی به شهرها را کاملاً گسسته است.

به‌طور کلی، بسیاری از افرادی که در این شهرها سکونت دارند به علت عدم یافتن مسکن مناسب در مادرشهرها، مجبور به سکونت در این شهرها شده‌اند و لذا حس تعلق مکانی آنها به شهرها کم است. از آنجا که هویت شهری، هویت معماری و منظر شهری مؤلفه‌های بسیار متفاوت و به‌هم‌پیچیده‌ای از یک شهر هستند که در یک دوره طولانی در فضای شهری شکل می‌گیرد (Yaldiz et al, 2013: 221)، بنابراین مشکل هویتی این شهرها امری دور از ذهن نیست. این پژوهش در تلاش است تا با شناسایی دقیق ابعاد مکان و حس مکان به بررسی تعلق مکانی (که یکی از سطوح حس مکان می‌باشد) از این منظر به بررسی هویت در شهرها جدید اندیشه پردازد. شهر جدید اندیشه، به‌عنوان نمونه موردی مقاله، یکی از قدیمی‌ترین (از سال ۱۳۷۲) و موفق‌ترین شهرهای جدید ایران در حاشیه شهر تهران در پذیرش جمعیت است.

ضرورت اصلی این پژوهش از دیدگاه نظری، بازشناسی عوامل مؤثر بر ایجاد تعلق مکانی در شهرهای جدید در ایران است؛ همچنین در ضرورت پژوهش از دیدگاه مدیران اجرایی و ضرورت‌های سازمانی این نکته قابل توجه است که در دهه‌های اخیر پروژه‌هایی مانند پروژه‌ها شهرهای جدید و مسکن مهر در ایران، نمونه‌های موفق از مسکن‌سازی نبوده و همواره مورد نقد کارشناسان و برنامه‌ریزان بوده‌اند. این پژوهش مترصد است تا با دیدگاهی متفاوت (با تکیه بر نظریه مکان) به ارزیابی عملکرد شهرهای جدید پردازد تا بستری برای الزامات مدیریتی و اجرایی چنین پروژه‌هایی محقق شود. با توضیحات بیان شده، این پژوهش به دنبال پاسخ به پرسش‌های زیر است:

- چه عواملی در ارتقاء یا کاهش تعلق مکانی در شهرهای جدید تأثیر دارند؟
- شهر جدید اندیشه، با سابقه حدود سه دهه تا چه حد توانسته است در ایجاد تعلق مکانی موفق باشد؟

۲- مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

۲-۱- مطالعات پیشین

از نیمه قرن ۲۰ هم‌زمان با شروع شهرسازی مدرن، پژوهش‌های مربوط به موضوع هویت شهری شروع شد که اولین پژوهش و نقد مؤثر کتاب معروف مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی جین جیکوبز (۱۹۶۱) بود. در طول سالیان گذشته پژوهش‌های متعدد داخلی و خارجی بسیاری در جهت تعریف، ارزیابی، ارائه راهکار و ارتقا سطح هویت و تعلق شهری انجام شده است و در این بین رلف (۱۹۷۶) از مهم‌ترین و اولین افراد در تعریف مکان و ابعاد آن بوده است.

هاپالا (۲۰۰۳) در پایان‌نامه خود با ارائه تعریفی از هویت و تأکید بر این امر که هویت مناطق شهری، به هویت افرادی که در محیط شهر زندگی می‌کنند اشاره کرده و این دو را به هم مرتبط می‌داند. هویت شهر، هویت کسانی است که در آن زندگی می‌کنند، زیرا محیط شهری نیازها و ارزش‌های انسانی آنها را منعکس می‌کند. هدف اصلی پژوهش او آن است که اهمیت انسان‌ها و نقش آنها در هویت‌بخشی به شهر را روشن کند.

بر اساس مطالعات هوآنگک و همکاران (۲۰۱۹)، ارتباط مهاجران با ساکنانی غریبه به رشد مثبت احساس تعلق مهاجران در شهرهای میزبان کمک می‌کند و برعکس ارتباط با افراد غیر ساکن اثر منفی دارد. علاوه بر این، احساس تعلق بیشتر توسط تعامل مستقیم فرد با یک مکان ایجاد می‌شود، اما می‌توان از طریق افزایش ارتباطات اجتماعی به‌طور غیرمستقیم آن را بهبود بخشید. علاوه بر این، زمینه مکان بر عملکرد فرد در محیط تأثیر می‌گذارد. در دسترس بودن خدمات عمومی نیز احساسات مثبتی در مورد مکان جدید در مهاجران ایجاد می‌کند درحالی‌که ازدیاد جمعیت نتیجه عکس دارد. این مطالعه درک ما را درباره حس مکان ذهنی مهاجران تعمیق می‌بخشید و پیچیدگی ذاتی بین مؤلفه‌ها را نشان می‌دهد.

کورتیت و همکاران (۲۰۲۰)، در پاسخ به سؤال این که چه چیزی شهر را به شهری «واقعی» و جذاب می‌کند؟، این گونه پاسخ دادند که «شاخص عشق شهر» به‌عنوان بالاترین سطح تعلق به مکان، یک ساختار مفید است که می‌تواند به جنبه‌های «معنایی (روح، تاریخ،

هویت فرهنگی، محیط، سرمایه اجتماعی و غیره)» و «کالبدی (محیط ساخته شده، زیرساخت‌ها، امکانات عمومی، تأمین مسکن، پوشش سبز و غیره)» شهر تجزیه شود. نتایج نشان داد که قابلیت پیاده‌روی و نشاط شهر، هر دو بخشی از معنای شهر هستند که تأثیر قابل توجهی در شاخص عشق شهر در همه شهرهای مورد مطالعه پژوهش دارند.

در پژوهش لطیفی و همکاران (۱۳۹۴)، هویت شهرها به عنوان مهم‌ترین عامل تعادل روحی-روانی شهروندان که باید مورد توجه مدیریت شهری قرار گیرد، معرفی می‌شود و سه مؤلفه آداب و رسوم - شخصیت، الگوی ساخت و ساز - حس تعلق و شخصیت - خاطره‌انگیزی به عنوان عوامل تأثیرگذار در ارتقا هویت یک محله شناخته شده‌اند.

هاجری و همکاران (۱۳۹۷)، عناصر طبیعی، کالبدی، مصنوعی و مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی را سه عنصر اصلی هویت بخش شهرها معرفی کرده‌اند، که شرایط و ویژگی‌های هر کدام از آنها میزان نقش آفرینی‌شان را در هویت بخشی شهر تعیین می‌کند. بر اساس نتایج، بین شناخت ساکنان مناطق مختلف شهر از عناصر هویت بخش کالبدی و مصنوعی شهر، تفاوت معناداری وجود ندارد.

بر اساس پژوهش فاضلی و همکاران (۱۳۹۸)، بخش عظیمی از هویت محلات قدیمی، همان‌طور که موريس هالبواکس یادآور می‌شود، خاطرات جمعی ساکنان است؛ در حالی که در مناطق تازه تأسیس شهری، اساساً خاطرات جمعی وجود خارجی ندارند و بر اساس ضرورت زندگی مدرن، به وجود هم نخواهند آمد. محلات تازه تأسیس با توجه به نداشتن مکان‌های مشترک و تشکیل نشدن حافظه جمعی و رشد اقتضانات زندگی مدرن در آن و برقرار نشدن ارتباط اجتماعی محله‌ای و همسایگی، از خاطرات جمعی کمتر و در نتیجه، هویت مستقل ضعیف‌تری بهره‌مند هستند.

بهباد فر و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی برای شناخت و ارزیابی مؤلفه‌های کیفیت محیطی مؤثر بر هویت و حس تعلق شهروندان در شهر اهواز انجام دادند که نتایج نشان داد که میزان حس تعلق شهری، در شهروندان اهوازی نسبت به شهر اهواز، در حد متوسط است و اثر متغیرهای مستقل، کیفیت‌های محیطی و ثبات سکونت، مستقیم و مثبت می‌باشد؛ این به این معنا است که ارتقاء آنها موجب ارتقاء حس تعلق و هویت شهری می‌شود.

در پژوهش جان‌پولاد و کریم زاده (۱۳۹۹) یکی از راه‌حل‌هایی که می‌تواند مانعی مؤثر برای جلوگیری از نابودی هویت و فرهنگ و تاریخ مردم باشد، استفاده از نمادها و المانها در شهرها است.

شعبانی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با موضوع زوال هویت در روند تغییر و گسترش پراکنده روئی شهری به این نتیجه دست یافتند که گسترش و پراکنده رویی شهر منجر به زوال هویت شهری در ابعاد کالبدی و ادراکی شده و مهم‌ترین صدمات آن کاهش امنیت، محو تصویر ذهنی چشم‌اندازها و هسته سنتی تاریخی مرکز شهر و کاهش انسجام اجتماعی شهر بوده است.

در ادامه به‌مرور پیشینه پژوهش‌های انجام‌شده، با محوریت موضوع پژوهش (ارزیابی تعلق مکانی) در قلمرو مکانی پژوهش (شهرهای جدید ایرانی) پرداخته می‌شود. نتیجه پژوهش‌های بررسی‌شده که خلاصه‌ای از آن‌ها در ادامه بیان می‌شود نشان از ضعف تعلق مکانی در اکثر نمونه‌ها است. همچنین در بررسی‌های قبلی که در شهر اندیشه بیش از ۱۰ سال پیش انجام‌شده است نیز تعلق مکانی، ضعیف گزارش شده است.

قاسمی (۱۳۸۴) به بررسی کیفی برای سنجش تعلق مکانی در شهر جدید اندیشه پرداخته است. با توجه به مؤلفه‌های این پژوهش در بررسی شهر جدید اندیشه به‌عنوان نمونه موردی، پژوهشگر نتیجه‌گیری کرده است که این شهر و ناحیه موردبررسی آن در زمینه کیفیت‌های سازنده مکان پایدار، با نقصان‌های جدی مواجه هستند و در موارد جزئی و استثنایی، تقریباً در سایر زمینه‌ها با مشکلات چشم‌ناپوشیدنی دست‌به‌گریبان است. لذا اگر شرط برقراری حس مکان، مؤلفه‌های سه‌گانه موجود در چارچوب نظری (مؤلفه عملکردی، مؤلفه تجربی-زیبایی‌شناختی و زیست‌محیطی) این پژوهش باشد، محقق دریافته است که در زمان انجام این پژوهش در نمونه موردی ضعف حس مکان وجود دارد.

رضا طبع و همکاران (۱۳۸۴) به بررسی سنجش تعلق مکانی در شهر جدید اندیشه پرداخته‌اند. در این تحقیق از آنجا که عوامل طبیعی نقش زیادی در هویت شهرهای جدید و مکان‌یابی بهینه دارند، این پژوهش درصدد پاسخ به این پرسش است که آیا نقش عوامل

طبیعی در مکان‌یابی شهر جدید اندیشه در نظر گرفته شده است؟ با توجه به بررسی شهر اندیشه با استفاده از نرم‌افزار جی.آی.اس. مشخص شد که شهر جدید اندیشه در مکانی استقرار یافته است که قابلیت آن از نظر عوامل طبیعی دارای ارزش متوسط است. البته هدف از این پژوهش این نیست که بیان کند مکان استقرار شهر اندیشه مناسب نیست بلکه تنها تأثیر عوامل طبیعی بر ایجاد حس تعلق ضعیف ارزیابی شده است.

اسماعیل‌پور (۱۳۸۴) پژوهشی در شهر جدید مهاجران در استان مرکزی انجام داد که در این پژوهش اشاره شده است، شهری که تنها ۱۲ سال قدمت در زمان انجام پژوهش داشته، نمی‌توان انتظار داشت که تعلق مکانی بالایی ایجاد کرده باشد؛ اما بر اساس یافته‌ها، نوعی از عدم تعلق بر اساس نتایج این پژوهش مشاهده شد. پژوهشگر بیان می‌کند که انتظار دارد تعلق مکانی در نسل دوم ساکنان در شهرهای جدید که از کودکی خود در این شهرها خواهند بود، بیشتر شود.

ربانی و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهش بررسی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی شهر جدید پردیس نشان دادند که میزان هویت اجتماعی شهری بر حسب متغیرهای نوع منزل مسکونی، قومیت و تحصیلات افراد متفاوت است و متغیر خدمات و فعالیت‌های تولیدی بیشترین تأثیر بر میزان هویت اجتماعی شهر جدید پردیس داشته است. در درجه بعد، فضای اجتماعی، فرهنگی و جغرافیایی و بالاخره متغیرهای امنیت عاطفی و روانی شهروندان و وجود راه‌های ارتباطی به ترتیب بیشترین تأثیر را بر هویت اجتماعی ساکنان داشته‌اند.

وارثی و همکاران (۱۳۹۰) بررسی تعلق مکانی در شهر جدید فولادشهر انجام دادند که به صورت کلی مطالعات این پژوهش نشان داد که به علت کیفیت فضاهای بنا شده در محلات قدیمی فولادشهر، احساس هویت ساکنین در این محلات نسبت به محلات جدید پرننگ‌تر بوده و همچنین در میان ساکنین نوعی تمایل به سکونت در محلات قدیمی فولادشهر به چشم می‌خورد. با وجود رعایت کمی استانداردها در ساخت شهر جدید فولادشهر، به علت ضعف این استانداردها، تعلق مکانی متوسطی در بین ساکنین وجود دارد.

مشکینی و همکاران (۱۳۹۳)، با بررسی تعلق مکانی در شهر جدید هشتگرد، گزارش کرده‌اند که بین چهار متغیر پژوهش با تعلق مکانی، رابطه معناداری وجود داشته و جهت رابطه نیز به صورت مستقیم و مثبت است. به گونه‌ای که هر چه مدت سکونت ساکنان، میزان خدمات، امنیت محل و فعالیت‌های اجتماعی و جمعی ساکنان بیشتر گردد، تعلق مکانی ساکنان شهر جدید هشتگرد نیز، افزایش یافته اما در مجموع تعلق مکانی در این شهر اندک است.

ابراهیمی و سعیدی رضوانی (۱۳۹۵)، پژوهشی در شهر جدید مهاجران در استان مرکزی انجام داده‌اند که با توجه به مؤلفه‌های ذکر شده در این پژوهش (اجتماعی، فرهنگی و ذهنی)، تعلق مکانی در شهر پرند متوسط به پایین ارزیابی شده است.

محمدابراهیمی و همکاران (۱۳۹۸)، به بررسی نقش برند سازی و کارآفرینی شهری در هویت بخشی شهر جدید پردیس پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد که برند سازی و کارآفرینی شهری در شهرهای جدید نقش مثبت و معناداری با هویت بخشی شهری دارد. هر چه مسئولین شهری پردیس و شهروندان آن به سمت برند سازی و کارآفرینی شهری حرکت کنند، هویت شهری بیشتر و بهتری در شهر جدید شکل خواهد گرفت؛ به طوری که پتانسیل این امر در شهر جدید پردیس مهیا است و باید در تدوین چشم‌انداز شهر جدید پردیس با تمرکز بیشتر مورد توجه سیاست‌گذاران قرار گیرد. تجلی نوع فعالیت اقتصادی در ریخت‌شناسی شهر پردیس و برند سازی در سیمای شهر و عناصر شهری، می‌تواند به شکل‌گیری حس مکان و هویت شهری شهر پردیس کمک نماید. آب‌وهوای مناسب، آرامش شهر و وجود پارک علم و فناوری پردیس از جمله مواردی هستند که می‌تواند در زمینه برند سازی و کارآفرینی شهری به هویت شهری پردیس کمک کنند.

خلیلی و دهقانی (۱۳۹۹) به بررسی تعلق مکانی در شهر جدید هشتگرد پرداخته‌اند. این بررسی با استفاده از تحلیل عاملی جهت تعیین عوامل نهایی تبیین‌کننده هویت شهر جدید هشتگرد و رتبه‌بندی نواحی مورد مطالعه بر اساس وضعیت مطلوبیت آنها در ارتباط با عوامل هویت شهری انجام شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ۱۲ عامل در مجموع در حدود ۶۰٪ هویت شهر جدید هشتگرد را شکل می‌دهند. مهم‌ترین این عوامل، عامل

«خاطره‌انگیزی و احساس وابستگی به مکان» است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که کیفیات کالبدی تنها یک بعد از تجربه مکان هستند و اهمیت ارتباطات اجتماعی که در مکان‌ها اتفاق می‌افتد، نباید مورد غفلت قرار گیرد. به طوری که دل‌بستگی به مکان را می‌توان مبتنی بر مشارکت مردم در مکان، میزان اشتغال به شبکه‌های اجتماعی و تعاملات فرهنگی، دانست. همچنین در مطالعه هویت شهری، شناخت مکان، کافی نیست؛ و افراد دل‌بستگی خود را با مکان بر اساس انتظارات خود که مبتنی بر تجارب قبلی از آنها از مکان‌های مشابه و فرآیند شناختی آنهاست توسعه می‌دهند که رضایتمندی آنها از مکان به این شناخت بستگی دارد.

در بررسی و مطالعه اولیه پژوهش‌هایی که در حوزه حس تعلق در شهرهای جدید انجام شده، مهم‌ترین مسائل و مشکلات شهرهای جدید در ایران را می‌توان در چهار دسته جمع‌بندی کرد: ۱- کیفیت نامناسب دسترسی به خدمات و مادر شهر اصلی؛ ۲- پایین بودن همبستگی اجتماعی؛ ۳- کمبود احساس امنیت؛ و ۴- کمبود تعاملات اجتماعی که می‌توان آن‌ها را به‌عنوان معیارهای اصلی مؤثر بر کیفیت حس تعلق شهروندان در شهرهای جدید ایرانی در نظر گرفت. این پژوهش بر آن است تا با فرض این موضوع که این شهرها مشکل هویتی دارند، به بررسی شاخص‌های تحقق‌یافته سطحی از هویت مکان در نمونه‌هایی از شهرهای جدید که در جذب جمعیتی نیز موفق بوده است، بپردازد.

۲-۲- دوگانه حس مکان و حس لامکان

مفهوم هویت از دیدگاه شهرسازی و معماری، غالباً در دو بخش مکمل یکدیگر، اول ایجاد خاطره و تداعی و دوم تمایز و استقلال مطرح می‌شود (خلیل و دهقانی، ۱۳۹۹: ۷۰). با توجه به اینکه شهر پدیده‌ای پویا، زنده و در حال تغییر دائمی است و بستر تاریخی، فرهنگی، طبیعی و ویژگی‌های مصنوع آن واجد هویت می‌باشد، اگر شهروندان نتوانند این عینیت کالبدی شهر را با تصورات ذهنی خود تطابق دهند، به سردرگمی و بحران هویت دچار

می‌شوند. ارزش‌های بصری مهم‌ترین بخش از کیفیت‌های محیطی هستند که عامل کلیدی در تقویت یا تضعیف تعلق خاطر افراد محسوب می‌شود (دانشپور و ماستیانی، ۱۳۹۳: ۹).

مکان، فضای دارای معنا است؛ به عبارتی مکان، قسمتی از فضا که به وسیله روابط اجتماعی مشخص می‌شود، تعریف می‌شود. بدین ترتیب واقعیت یک مکان، همواره پذیرای آن است که تعریف خود را در دل یک فرآیند اجتماعی جای دهد (Logan & Molotch, 1987: 47). در عصر حاضر نمی‌توان مکان را به‌طور مستقل، به‌روشنی، به‌عنوان موجودیتی تعریف شده تجربه کرد؛ بلکه هر مکان را باید در کنار دیگر مکان‌ها، سایر ویژگی‌ها و توصیفات که با هم تداخل دارند و به یکدیگر نفوذ می‌کنند، درک نمود. همه آنها، هم‌زمان باعث می‌شوند که هویت‌های مختلفی، در مکان‌های مختلف ایجاد شوند (Lipovac, 1997: 4).

رآپاپورت^۱ مکان را یکی از چهار عنصر تعریف‌کننده فضا معرفی می‌کند که در ترکیب با معنی، زمان و ارتباطات، محیط انسان‌ساخت را شکل می‌دهند. لینچ (۱۹۶۰)^۲، هویت مکان را به‌سادگی منحصر به فرد بودن آن از سایر مکان‌ها تعریف می‌کند. مبنای او برای این شناسایی، ماهیت متفاوت و متمایز، داشتن است (حیدری افشار و واحدی، ۱۳۹۸: ۵). گودال^۳، مکان را این‌گونه تعریف می‌کند: درحالی که فضا را گستره‌ای باز و انتزاعی بینیم، مکان بخشی از فضا است که به وسیله شخص یا چیزی اشغال شده است (مدنی پور، ۱۳۷۹: ۳۲).

حس مکان، عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد می‌گردد. افراد در سطح اولیه حس مکان، بدون توجه به کیفیات یا معنای آن هستند. بسیاری از مردم، مکان‌ها را در حد آشنایی تجربه می‌کنند و رابطه آن‌ها با برخی از مکان‌ها صرفاً از طریق فعالیت‌ها است. این افراد توجه عمیقی به خود مکان ندارند و سطحی از مکان را تجربه می‌کنند که در مشارکت و فعالیت‌های آن تأثیری ندارد. از دیدگاه پدیدارشناسانه ادراک حس مکان به معنای مرتبط شدن با مکان به‌واسطه درک

1. Rappaport
2. Lynch
3. Goodall

نمادها و فعالیت‌های روزمره است. این حس می‌تواند در مکان زندگی فرد به وجود آمده و با گذر زمان، عمق و گسترش یابد (کاظمی، ۱۳۹۵: ۸).

نظریه پردازان غالباً تصور می‌کنند که حس مکان از نظر تجزیه و تحلیل از رفتار، قابل تفکیک است و می‌توان از حس مکان برای پیش‌بینی سیستماتیک رفتار استفاده کرد. به عنوان نمونه، نتایج نشان می‌دهد که حس مکان به طور غیرمستقیم رفتار را از طریق ارزش‌ها، باورها و هنجارها پیش‌بینی می‌کند. «خانه» که یک فضای نمادین از آشنایی، راحتی، امنیت و دل‌بستگی عاطفی و تبلور حس تعلق است را می‌توان به سطح بالاتر محله و شهر تعمیم داد. خانه فضای احساسی را نشان می‌دهد که با اولین تجربه‌های روان‌شناختی ما ارتباط نزدیک دارد و خاطرات دوران کودکی، ارتباط با خانواده اصلی و ریشه‌های فرهنگی و قومی را به همراه دارد.

خانه یک پدیده پیچیده است که شامل عناصر و تجارب قدرتمند فردی است، اما به طور هم‌زمان در بسیاری از زمینه‌های بزرگ‌تر مانند شهر، جامعه و فرهنگ، خود را نشان می‌دهد و همچنین تحت تأثیر سایر پدیده‌های اجتماعی قرار دارد. مفاهیم وابستگی به مکان و تعلق به طور گسترده‌ای در تجزیه و تحلیل آنچه یک مکان را خانه می‌کند و چه عواملی و فرآیندهایی باعث ایجاد حس خانه و تعلق به محله می‌شوند، به کاررفته است (Njwambe et al, 2019: 418). منظور از حس مکان بیشتر به فرد مربوط می‌شود، نه به مکان و یک مفهوم پیچیده و چندبعدی است که توسط احساسات، اعتقادات و رفتارهایی که انسان را با یک مکان مرتبط می‌سازد، شکل گرفته است (Acedo et al, 2018: 4).

پانتر (۱۹۹۱) و مونتگمری (۱۹۹۸) بر عوامل حیاتی شکل‌دهنده حس مکان در فضاهای عمومی شهری متمرکز شده‌اند. پانتر این عوامل را شامل عناصر فیزیکی، فعالیت و معانی می‌داند. مونتگمری، طی مطالعه‌ای مشابه این عوامل را مشتمل بر فرم، فعالیت و تصویر ذهنی می‌داند. بر اساس نظر کرمونا و همکارانش (۲۰۱۰)، هر دو نظریه پرداز وام‌دار دیدگاه رلف (۱۹۷۶) هستند. همان‌طور که بیان شد، حس مکان درک ذهنی افراد از محیط و احساس آگاهانه آنها نسبت به مکان است. بنابراین حس مکان مشتمل بر جنبه توصیفی و

احساسی از تجربیات محیط است. این به این معنی است که مفهوم حس مکان، هم مفهومی روان‌شناختی و فیزیکی است.

به گفته استیل (۱۹۸۱)، تعلق به مکان که بر پایه حس مکان به وجود می‌آید، فراتر از آگاهی از استقرار در یک مکان است. شخص بر اساس تجربه‌های خود از نشانه‌ها، معانی، عملکردها و شخصیت، نقشی برای مکان در ذهن خود متصور می‌سازد و مکان برای او قابل احترام می‌شود (حیبی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۳). احساس مکان، تجربه همه چیزهایی است که مردم به مکان‌ها القا می‌کنند. بنابراین عواملی که در ایجاد حس مکان مؤثر هستند به دو دسته عوامل شناختی و ادراکی و ویژگی فیزیکی تقسیم می‌شوند (Steele, 1981: 47). در جدول زیر عوامل و شاخص‌های مدنظر هر یک از نظریه‌پردازان، ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، تمامی نظریه‌پردازان، عوامل حس مکان را تقریباً یکسان می‌شمارند، اما آن را به شیوه خود بیان کرده‌اند. این پژوهش، با پذیرش کلی دیدگاه مونتگمری، معیارهای دیگری را نیز مدنظر قرار می‌دهد، برای مثال عامل ویژگی‌های فردی.

جدول ۱- عناصر مکان و عوامل مؤثر بر حس مکان

نظریه‌پرداز	کانتر (۱۹۷۷)	پاتنر (۱۹۹۱)	مونتگمری (۱۹۹۸)
عوامل	فرم	عناصر کالبدی (سیمای شهری) / فرم ساخته‌شده / نفوذپذیری / منظر / مبلمان	فرم (مقیاس / فشردگی / نفوذپذیری / نشانه / سطح اشغال / قلمرو عمومی)
	فعالیت	فعالیت (کاربری اراضی / جریان حرکت پیاده / رفتار / الگو / جریان حرکت سواره / سروصدا و بو)	فعالیت (تنوع / سرزندگی / حیات خیابانی / تماشای مردم / فرهنگ کافه / رویداد و سنت‌های محلی / عدم محدودیت زمانی / جریان / نقاط جاذب / تبادل / خرده‌فروشی)
	تصور	معنا (خوانایی) / ویژگی‌های فرهنگی / جذابیت و عملکرد دریافتی / ارزیابی‌های کیفی	تصویر ذهنی (شناخت، دریافت و اطلاعات) (نمادگرایی و خاطره) / تصویرپذیری و خوانایی / تجربه حسی / دانش‌پذیری / پذیرش / پیچیدگی / ترس / رویکرد روان‌شناختی

در این میان، پایین‌ترین سطح حس مکان، حس لامکانی یا بی‌مکانی است. ادوارد رلف (۱۹۷۶) در کتاب خود این حس این‌گونه شرح می‌دهد: طرز تلقی و رفتار غیر اصیل نسبت به مکان‌ها از طریق چند فرآیند، یا شاید دقیق‌تر از طریق وسیله‌هایی منتقل می‌شود که مستقیماً یا به‌طور غیرمستقیم، حس لامکانی را ایجاد می‌کنند؛ یعنی تضعیف هویت مکان‌ها تا نقطه‌ای که آن‌ها نه تنها شبیه به هم به نظر می‌آیند، بلکه مثل هم نیز حس می‌شوند و امکانات یکسانی را برای تجربه در اختیار می‌گذارند. این وسیله‌ها شامل وسایل ارتباط جمعی، فرهنگ توده‌ای، بنگاه‌های بزرگ تجاری، حاکمیت مرکزی قدرتمند و سیستم اقتصادی است. حس لامکانی به ژرف‌ترین سطوح مکان بازمی‌گردد. ریشه‌ها را می‌برد، نمادها را می‌فرساید، تنوع را با یکسانی و یک‌شکلی و نظم تجربه شدنی را با نظمی مفهومی جایگزین می‌کند. این حس در ژرف‌ترین سطح مشتمل بر بیگانگی عمیق و شاید غیرقابل برگشت از مکان به‌عنوان خانه انسان است. (Relph, 1976: 91)

دووی (۲۰۱۶)، در مقاله خود مکان و لامکان را به‌عنوان مفهوم مخالف در نظر نمی‌گیرد، بلکه بیشتر به‌عنوان ویژگی‌های درهم‌تنیده همان چیز در نظر می‌گیرد. سایت‌هایی مانند پارکینگ، رستوران‌ها، برج‌ها و مراکز خرید اغلب لامکان توصیف می‌شوند، زیرا فاقد احساس ریشه‌ای هویت و اصالت هستند؛ آن‌ها بی‌رمق و ناشناس هستند. اگر مفهوم مکان را معادل احساس مثبتی از شناسایی مکان‌های ارزشمند در نظر گرفته شود، لامکانی فاقد این ویژگی است. اگر حس مکان را به‌عنوان یک شرایط هستی‌شناختی برای زندگی مدنظر قرار گیرد، نقطه‌مقابل آن لامکانی نیست بلکه کمبود آن است. آنچه برای برخی از افراد لامکانی است، برای دیگران شاید این‌گونه به نظر نرسد (Dovey, 2016: 257).

۲-۳- رابطه حس مکان و تعلق مکانی

در اینجا لازم است تا از خلال بررسی مبانی نظری، رابطه میان حس مکان و تعلق مکانی روشن شود. بر اساس نظریه پرتی و همکاران، سه بعد (دل‌بستگی مکانی^۱، هویت مکان^۲ و وابستگی به مکان^۳) وجود دارد که دل‌بستگی مکان، دیدگاه عاطفی نسبت به مکان را پوشش می‌دهد، هویت مکان، مکان و هویت شخصی فرد را مرتبط می‌کند و سرانجام، وابستگی به مکان، برخورد و رفتارهایی که انسان نسبت به مکان دارد را پوشش می‌دهد (Acedo et al, 2018: 4). هامن (۱۹۹۲) در تحقیقات خود، انواع مختلفی از حس‌های مکانی را شناسایی نمود که مشتمل بر ریشه‌داری، بیگانگی، وابستگی و بی‌مکانی است. وی بیان نمود که رضایت، شناسایی و دل‌بستگی افراد به جوامع باعث ایجاد انواع مختلفی از حس مکان در افراد می‌شود (Hummon, 1992: 253). مطالعه دیگری که توسط کراس انجام شد، نشان داد که حس مکان ترکیبی از رابطه با مکان و فعالیت‌های اجتماعی است. کراس (۲۰۰۱) ارتباط با مکان را مرتبط با زندگی شخصی، معنوی، ایدئولوژیکی، روایی، کالایی شده و وابسته می‌داند (شعبان‌زاده نمینی و همکاران، ۱۳۹۶: ۵). شامای (۱۹۹۱)، سه اصل مشتمل بر حس تعلق مکانی، دل‌بستگی مکانی و تعهد مکانی را تعیین نمود و همچنین در ادامه هفت سطح را شناسایی نمود (Shamai, 991: 49-350). بر مبنای تعاریف ارائه‌شده، رابطه تعلق مکانی و حس مکان، به دو صورت ارائه شده است. در برخی از تعاریف، تعلق مکانی، بالاتر از حس مکان تعریف شده است. تعلق به مکان، بر پایه حس مکان به وجود می‌آید و فراتر از آگاهی از استقرار در مکان است، این حس به پیوند فرد و مکان منجر شده و بدین ترتیب، انسان خود را جزئی از مکان می‌داند. هم‌چنین به استناد تعاریف دیگر، مانند دسته‌بندی شامای (۱۹۹۱)، تعلق مکانی یکی از

-
1. place attachment
 2. place identity
 3. place dependence

سطوح حس مکان تعریف شده که پس از بی تفاوتی نسبت به مکان و احساس حضور در مکان قرار می‌گیرد. در این پژوهش نگاه دوم، مورد توجه قرار گرفته است.

جدول ۲- سطوح گوناگون حس مکان بر اساس دو دیدگاه مختلف

پرتی و همکاران (۲۰۰۳)	شامای (۱۹۹۱)	حس تعلق مکانی	
دل‌بستگی مکانی	فداکاری برای مکان	کراس (۲۰۰۱)	هامن (۱۹۹۲)
هویت مکان وابستگی به مکان	درگیری با مکان شناسایی اهداف مکان وابستگی مکانی	ریشه‌داری فراگیر ریشه‌داری فردی	ریشه‌داری وابستگی
	حس تعلق مکانی	بیگانگی وابستگی	بیگانگی بی‌مکانی
	فهم قرارگیری در مکان بی‌توجهی به مکان	بی‌مکانی	

۲-۴- تعلق مکانی

تعلق مکانی در اصطلاح، به معنای تعلق به مکانی خاص است؛ مکانی مانند خانه که برای فرد اهمیت دارد و او برای آن ارزش زیادی قائل است. این حس را باید از تعلق مکانی به گروه نژادی و مذهبی و... تفکیک کرد. بین تعلق مکانی و تعلق به سایر گروه‌ها، تفاوت‌ها و شباهت‌هایی وجود دارد. یکی از شباهت‌های آن‌ها این است که هر دو برای فرد راحتی و امنیت ایجاد می‌کند (مبارکی و اصلاحی، ۱۳۹۲: ۲۸۱ به نقل از: Hung Ng et al, 2005). تعلق به مکان که بر پایه حس مکان به وجود می‌آید، فراتر از آگاهی از استقرار در مکان است. این حس به پیوند فرد با مکان منجر می‌شود و در آن انسان خود را جزئی از مکان می‌داند و بر اساس تجربه‌های خود از نشانه‌ها، معانی، عملکردها و شخصیت، نقشی برای مکان در ذهن خود متصور می‌سازد و مکان برای او قابل احترام می‌شود (قشقایی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۶۳).

حس تعلق، نقش مهمی در تداوم حضور انسان در مکان دارد، به گونه‌ای که به پیوند فرد با کالبد منجر می‌شود، در این صورت انسان خود را جزئی از کالبد می‌داند و بر اساس تجربه‌های خود از نشانه‌ها، معانی، عملکردها و شخصیت، نقشی برای کالبد در ذهن خود متصور می‌سازد، این نقش نزد او منحصر به فرد بوده و در نتیجه مکان برای او مهم و محترم شمرده می‌شود. در این مرحله است که می‌توان از آن برای دمیدن روح تازه به کالبد کمک گرفت و فضا را کیفیت بخشید و زیبایی آن را درک کرد. در این مرحله رابطه انسان و فضا، حس تعهد و تعلق شخص نسبت به فضا است. این حس، از دو عامل فضا و انسان به صورت توأمان ساخته شده و تغییرات هر کدام در میزان تعلق، مؤثر است (علی نیا و جباریان، ۱۳۹۳: ۳).

تعلق به مکان مانند تعلق به گروه اجتماعی، مفهومی پیچیده است. این مکان ممکن است خانه اجدادی یا محل تولد فرد یا مکانی باشد که او هم‌اکنون در آن زندگی می‌کند؛ حتی ممکن است مکان به فضاهای ملموسی مانند کوچه، واحد همسایگی، محله، منطقه شهر یا گسترده‌تر از آن دلالت کند. تعلق مکانی، باعث افزایش حس تعهد و مسئولیت فرد به محل سکونتش می‌شود. کاهش این تعلق نیز باعث کاهش احساس مثبت فرد نسبت به محیط می‌شود (عرفانی و دشتی تهرانی، ۱۳۹۵: ۴). با توجه به پذیرش این نکته که بر اساس دیدگاه شامای (۱۹۹۱)، حس تعلق سطحی از حس مکان می‌باشد. لذا شاخص‌های حس مکان نیز باید قابلیت استفاده در سنجش حس تعلق را داشته باشند. دسته‌بندی‌های گوناگونی برای شاخص‌های حس تعلق وجود دارد به‌طور مثال احمدی و مهدوی (۱۳۹۳) ابعاد حس تعلق را در چهار بعد روان‌شناسی، سیاسی و اقتصادی، تاریخی و جغرافیایی و اجتماعی و فرهنگی مطرح کردند اما در این پژوهش به‌منظور تدقیق بیشتر شاخص‌ها، شاخص‌های سنجش حس تعلق در پژوهش‌های ایرانی را بر اساس دسته‌بندی پذیرفته شده مونته‌گمری که اصولی جهانی است، ارائه می‌دهد.

جدول ۳- عوامل مؤثر بر حس تعلق

عامل	سنجه	نظریه پرداز
حس	- اندازه شهر محل اقامت قبلی	وارثی و همکاران (۱۳۹۰)
	- فضاهای بنا شده شهری	
	- کیفیت سازگاری فرم شهری با کاربری‌ها، شبکه پیاده، سواره	قاسمی اصفهانی (۱۳۸۴)
	- کیفیت اقلیم خرد فضاهای شهری مانند: آفتاب‌گیری و...	
	- کیفیت ایمنی محیط برای فعالیت‌ها	
	- کیفیت اصوات، بو و رایحه محیط و...	
	- کیفیت طراحی شهری پایدار مانند: بازدهی مصرف منابع طبیعی، تعادل اکوسیستم‌ها و تقلیل آلودگی هوا و...	
	- کیفیت محیط کالبدی-فضایی شامل استخوان‌بندی فضایی، سازمان کالبدی و...	
	- شرایط اقلیمی و آب‌وهوایی	
	- توپوگرافی و شیب زمین	
	- زمین‌شناسی مانند: جنس خاک رویین و لایه‌های زیرین زمین و گسل	
	- ایمنی	Mohammadi et al., (2016)
	- تراکم و تعداد طبقات	Jannat Pour et al. (2018)
	- فضای سبز	
- منطقه بندی		
- دسترسی		
- تعادل بین فضای باز و فضای بسته		
فعالیت	- رضایت از دسترسی به خدمات شهری	مشکینی و همکاران (۱۳۹۳)
	- تعاملات اجتماعی	اسماعیل پور (۱۳۸۴) Mohammadi et al. (2016)
	- عملکرد فرا منطقه‌ای	اسماعیل پور (۱۳۸۴)
	- سرزندگی	ابراهیمی و سعیدی رضوانی (۱۳۹۵)
	- دسترسی به حمل و نقل عمومی	
	- انعطاف پذیری	Mohammadi et al. (2016) مشکینی و همکاران (۱۳۹۳)
	- ارتباط و تداوم فعالیت پذیری	

	- سپری کردن زمان در فضا	Mohammadi et al. (2016)
	رویدادپذیری	
	توجه به آداب و رسوم	
	- کیفیت فیزیکی و امکانات	Jannat Pour et al. (2018)
	- حوزه‌های عمومی چندمنظوره	
	- عناصر به یادماندنی، مکان‌های تجمع	
	- آسایش	
	- کیفیت قرارگاه‌های رفتاری	قاسمی اصفهانی (۱۳۸۴)
	- فرهنگ	اسماعیل‌پور (۱۳۸۴)
	- کیفیت محیط ادراکی - حسی و ذهنی	قاسمی اصفهانی (۱۳۹۴)
	- کیفیت امنیت محیط برای فعالیت‌ها	
	- احساس امنیت	مشکینی و همکاران (۱۳۹۳)
	- تاریخ	اسماعیل‌پور (۱۳۸۴)
	- رضایت، برابری در استفاده از میادین عمومی محله	Jannat Pour et al., (2018)
	- شفافیت	
- نشاط و کیفیت بصری		
- وضوح ظاهری، ارتباط معانی		
- امنیت، خوانایی، منطقه بندی، نظارت بر محله		
- هویت، علائم، نمادهای تاریخی، فرهنگی و طبیعی	وارثی و همکاران (۱۳۹۰)	
- سمبل و نشان شهر	Mohammadi et al. (2016)	
- درک طراحی		
- کنترل محدوده و قلمرو		
- درک مسیرها		
- خوانایی		
- دریافت حس		
- جهت‌یابی		
- نشانه و علائم		
- احساس حریم شخصی		
- معنا		
- تجربه و خاطره		

ویژگی‌های فردی	- ارتباط احساسی	Mohammadi et al. (2016)
	- نشانه‌های فرهنگی	
	- باورها	Mohammadi et al. (2016)
	- حالت	
	- مجاورت	
	- خاطره	
	- هیجان	
	- انتظارات و آرزو	Mohammadi et al. (2016) ابراهیمی و سعیدی رضوانی (۱۳۹۵) وارثی و همکاران (۱۳۹۰)
	- سن	
	جنسیت	وارثی و همکاران (۱۳۹۰)
	- میزان تحصیلات	
	- مدت زندگی	
	- اشتغال و امنیت شغلی	
	- مالکیت	اسماعیل پور، (۱۳۸۴)

۲-۵- چارچوب مفهومی پژوهش

در بسیاری از پژوهش‌های بررسی شده، معنای حس مکان مورد توجه بوده و بر رابطه مستقیم روابط اجتماعی و محیط‌های کالبدی با دل‌بستگی و معانی مکان تمرکز شده است. در روانشناسی، مکان به‌عنوان یک ساختار اجتماعی-کالبدی متشکل از مؤلفه‌های کالبدی، اجتماعی و شخصی/ فردی در نظر گرفته شده است. با این حال، مقالات کمی در مورد ویژگی‌های حس مکان و رابطه ویژگی‌های محیط در ارتباط با ویژگی‌های فردی مشاهده شده است (Raymond et al, 2017: 5). برای تدوین چارچوب مفهومی ضمن بهره‌گیری از مدل‌های مطرح در رابطه با مکان و حس مکان، از شاخص‌های ذکر شده در دیگر پژوهش‌های انجام شده در حوزه حس تعلق، بهره برده شده است. هم‌چنین مشکلات عمومی و رایج شهرهای جدید که در بخش قبل جمع‌بندی شدند، نیز در تدوین مدل لحاظ

شده تا مدلی جامع و قابل‌سنجش برای شهرهای جدید به دست آید. در معرفی شاخص‌های چارچوب مفهومی تنها استناد به آراء نظریه‌پردازان بخش قبل یعنی کانتر، پانتر و مونتگمری نشده و بنابراین ضمن دسته‌بندی شاخص‌ها در دسته‌های کلی‌تر مربوط به حس تعلق، دسته‌بندی سه سطحی: فاکتور، شاخص و زیر شاخص ارائه شده است. ویژگی‌های کالبدی به ۳ دسته دسترسی‌پذیری، زیبایی عینی و آرامش تقسیم شده‌اند. هم‌چنین فعالیت به دسته‌های مشارکت، تعامل اجتماعی، انعطاف‌پذیری فعالیت و تنوع کاربری‌ها تقسیم شده و درعین حال، معنی با عوامل خوانایی، امنیت و خاطره‌پذیری سنجش شده است. فاکتور ویژگی‌های فردی نیز در سه دسته ویژگی‌های فردی، شرایط فردی و طبقات اجتماعی بررسی شده‌اند.



تصویر ۱- چارچوب مفهومی پژوهش

۳- روش پژوهش

با توجه به اینکه قلمرو مکانی این پژوهش در ارتباط با شهرهای جدید است، ابتدا به تعریف و بررسی اجمالی آن و برخی از مشکلات این شهرها و همچنین موضوع تعلق مکانی در پژوهش‌های پیشین در این شهرها پرداخته می‌شود. در حال حاضر، ۱۸ شهر جدید دولتی در حاشیه کلان‌شهرهای ایران در حال احداث هستند که به شهرهای نسل اول شناخته می‌شوند که بر پایه وابستگی به مادر شهر اصلی ایجاد شده‌اند. هم‌چنین مقرر است، ۱۱ شهر جدید دیگر نیز تأسیس شود که شهرهای جدید نسل دوم، شناخته می‌شوند و بر پایه عدم وابستگی به مادر شهر و خوداتکایی اقتصادی برنامه‌ریزی شده‌اند. در مجموع جمعیت تخمین زده شده برای ۲۹ شهر جدید، ۴,۹۰۴,۰۰۰ نفر است (شرکت مادر تخصصی عمران شهرهای جدید، ۱۳۹۸). هدف شهرهای جدید نسل اول مشتمل بر: توزیع متناسب جمعیت و اشتغال در سطح کشور، محدودیت منابع آب، خاک و انرژی در کلان‌شهرها، ایجاد مناطق مسکونی برای کارکنان، یک یا چند فعالیت جدیدالاحداث اقتصادی، کمک به اجرای کمی و کیفی برنامه‌های توسعه مسکن و ایجاد تعادل در بازار مسکن، بوده است.

جدول ۴- شهرهای جدید نسل اول و دوم (شرکت مادر تخصصی عمران شهرهای جدید، ۱۳۹۸)

شهرهای جدید نسل دوم	شهرهای جدید نسل اول				استان
	نام شهر جدید		نام مادر شهر		
خوارزمی	اندیشه	پردیس	پرند	تهران	تهران
-	فولادشهر	مجلسی	بهارستان	اصفهان	اصفهان
-		بینالود	گلبهار	مشهد	خراسان رضوی
پارس	سیراف		عالیشهر	بوشهر	بوشهر
	تیس		رامشار	زابل	سیستان و بلوچستان
مکران	کوشک		علوی	بندرعباس	هرمزگان
-		امیرکبیر	مهاجران	اراک	مرکزی
-		رامین	شیرین شهر	اهواز	خوزستان
	تابناک		صدرا	شیراز	فارس

	-			سهند	تبریز	آذربایجان شرقی
	حورا				-	همدان
	ایوانکی				-	سمنان
	-			هشتگرد	کرج و تهران	البرز
	سنندج				-	کردستان
	سمنگان				-	کرمان

طبق مصوبه هیئت وزیران در سال ۱۳۶۴، به منظور توزیع بهینه جمعیت و مهار رشد بی‌رویه کلان‌شهر تهران، ایجاد شهرهای جدید هشتگرد^۱، پرنده، پردیس و اندیشه در دستور کار وزارت مسکن و شهرسازی قرار گرفت. به دنبال این امر، محل استقرار شهر جدید اندیشه، توسط وزارت مسکن و شهرسازی، قبل از مکان‌یابی سه شهرهای جدید دیگر انتخاب شد و مساحت آن در مطالعات مقدماتی ۱۴۹۵ هکتار برآورد شد. بر اساس مصوبه دی‌ماه ۱۳۶۸ شورای عالی شهرسازی و معماری ایران، سقف جمعیتی شهر ۴۰ هزار نفر تعیین گردید و مجدداً بر اساس مصوبه آذرماه ۱۳۷۱ این شورا، سقف جمعیتی به ۶۰ هزار نفر افزایش یافت؛ و سرانجام در تاریخ فرودین ماه ۱۳۷۹، طرح توسعه و عمران اندیشه با جمعیت ۱۰۳۵۰۰ نفر و وسعت ۱۴۰۰ هکتار تصویب گردید. شهر جدید اندیشه در ۷ کیلومتری جنوب غربی تهران احداث شد.

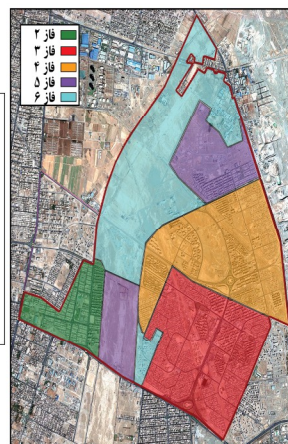
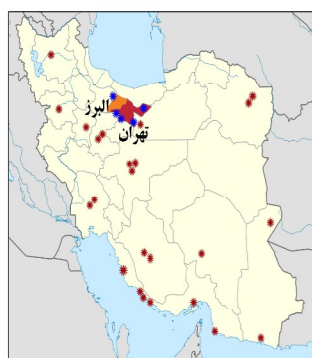
طبق سرشماری سال ۱۳۹۵، جمعیت شهر جدید اندیشه، ۱۱۶۰۶۲ نفر بوده و این شهر یکی از پرجمعیت‌ترین شهرهای جدید کشور و اطراف کلان‌شهر تهران است و توانسته در مقایسه با سه شهر دیگر حاشیه تهران در دستیابی به هدف جمعیتی پیش‌بینی شده خود موفق‌تر باشد. در ایران اکثر پروژه‌های شهرهای جدید هنوز به‌طور کامل تکمیل نشده‌اند و

۱- در جلسه هیئت دولت در تاریخ بهمن‌ماه ۱۳۸۸ لایحه تأسیس استان البرز تصویب و به مجلس شورای اسلامی فرستاده شد. در ادامه با تصویب نمایندگان مجلس شورای اسلامی در تاریخ مهرماه ۱۳۸۹ استان البرز به‌طور رسمی شکل گرفت. تا آن تاریخ استان تهران شامل محدوده‌ای است که اکنون به دو استان البرز و تهران تقسیم شده است بود لذا شهر جدید هشتگرد که هم‌اکنون جز استان البرز می‌باشد در زمان تصویب لایحه تأسیس آن به‌عنوان شهری جدید برای سرریز جمعیت تهران پیشنهاد شد.

بیشتر آن‌ها جمعیت کمی دارند که بررسی و ارزیابی نتایج به‌دست‌آمده از عملکرد شهرهای جدید نشان‌دهنده عدم موفقیت و یا موفقیت نسبی این شهرها در زمینه جذب جمعیت است. با این وجود با توجه به جدول زیر، به نظر می‌رسد شهر جدید اندیشه، نمونه موفق در جذب جمعیت باشد.

جدول ۵- وضعیت شهرهای جدید اطراف تهران (سازمان آمار ایران، ۱۳۹۵)

هشتگرد	پرنده	اندیشه	پردیس	شهرهای جدید
۱۳۶۹	۱۳۶۹	۱۳۷۰	۱۳۷۰	سال شروع عملیات اجرایی
۳۴۰۹۹	۱۴۸۲۳	۲۳۹۰۶	۲۷۱۶۳	تعداد واحدهای مسکونی در حال ساخت و تکمیل شده تا پایان سال ۱۳۸۵
۴۷۳۶۳	۲۹۱۹۶	۲۴۰۵۶	۳۹۲۹۹	تعداد واحدهای مسکونی در حال ساخت و تکمیل شده تا پایان شش‌ماهه اول سال ۱۳۸۷
۱۵۶۱۹	۵۷۹۱	۷۵۵۹۶	۲۵۳۶۰	جمعیت ساکن در سال ۱۳۸۵
۵۱۹۵۳	۲۸۱۳۳	۹۶۸۰۷	۳۷۲۵۷	جمعیت ساکن در سال ۱۳۹۰
۵۵۶۴۰	۹۷۴۶۴	۱۱۶۰۶۲	۷۳۳۶۳	جمعیت ساکن در سال ۱۳۹۵



تصویر ۲- تصویر سمت چپ موقعیت شهرهای جدید ایران و استان تهران و البرز، تصویر میانی موقعیت شهرهای جدید حاشیه شهر تهران، تصویر سمت راست نقشه شهر اندیشه و فازهای آن

انتخاب فاز ۳ اندیشه برای محدوده مطالعاتی این پژوهش، به دلایل متعددی صورت گرفته است، از جمله: ۱- شکل گیری تقریبی محدوده و قدمت آن، ۲- قرارگیری در مرکز شهر اندیشه (عدم انفصال جدی همچون فاز ۲)، ۳- تنوع الگوی سکونت، ۴- بالاتر بودن سرانه‌های خدماتی، ۵- بالاترین قیمت املاک در شهر و ۶- نزدیکی به مراکز اداری و تجاری شهر اندیشه. همان‌طور که گفته شد بیشتر پژوهش‌هایی که در سال‌های اخیر صورت انجام پذیرفته، با استفاده از روش پرسشگری بوده، اما این پژوهش با رویکرد پژوهش میدانی و روش پرسش‌گری انجام شده است. پرسشنامه طراحی شده دارای ۳۱ پرسش بوده و ساکنان گروه هدف، دارای ویژگی‌های زیر بوده‌اند:

- سکونت در فاز ۳
 - سکونت دائمی در شهر اندیشه
 - داشتن حداقل سابقه سکونت بیش از دو سال
 - سن بالای ۲۰ سال
 - زن و مرد (توزیع برابر جنسیتی)
- پرسشنامه ابتدا توسط گروه متخصصین (۱۰ نفر) ارزیابی و اعتبار پرسش‌نامه‌ها تأیید شد. حجم نمونه نیز با استفاده از مدل کوکران، تعداد ۳۸۲ پرسشنامه، برای رسیدن به ضریب اطمینان ۰/۹۵، تعیین شد. بدین ترتیب ۴۰۰ پرسش‌نامه در محدوده تکمیل شد که پس از حذف تعدادی از پرسش‌نامه‌های غیرقابل اتکا، ۳۸۵ پرسشنامه تأیید و مورداستفاده قرار گرفت. همچنین پس از تکمیل پرسشنامه توسط ساکنان، پایایی کلی پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس. و با استفاده از آلفای کرونباخ سنجیده شد که با توجه به مقدار عددی ۰/۷۸۸، پایایی پرسش‌نامه‌ها، مطلوب ارزیابی شد.

۴- تحلیل داده‌ها

وضعیت کلی مشارکت کنندگان در جدول زیر خلاصه شده است. به‌طور کلی بیش از ۸۰٪ پاسخ‌دهندگان، کمتر از ۵۰ سال سن داشتند و حدود ۶۰٪ آن‌ها متأهل بودند. همچنین

حدود ۶۰٪ کل پاسخ‌دهندگان شاغل یا در حال تحصیل بودند و حدود نیمی از زنان مشارکت‌کننده نیز خانه‌دار بوده‌اند. حدود ۶۵٪ مالک واحد مسکونی خویش هستند. ۴۲٪ پاسخ‌دهندگان، سابقه سکونت بین ۲ تا ۵ سال در شهر اندیشه داشته‌اند. ۲۲٪ نیز سابقه سکونت بین ۵-۱۰ سال داشته‌اند که این امر نشان از ماندگاری کوتاه‌مدت افراد در این شهر و یا موج جدیدی از مهاجرت به این شهر در سال‌های اخیر دارد.

جدول ۶- ویژگی‌های فردی پرسش‌شوندگان

متغیر	پاسخ	درصد	متغیر	پاسخ	درصد
وضعیت تأهل	متاهل	۵۹,۳٪	وضعیت مالکیت	مالک	۶۵,۱٪
	مجرد	۴۰,۷٪		مستأجر	۳۳,۷٪
سن	کمتر از ۳۰ سال	۴۶٪	شغل	شاغل	۳۷,۲٪
	بین ۳۰ تا ۵۰ سال	۳۶٪		در حال تحصیل	۲۴,۴٪
	بیش از ۵۰ سال	۱۰٪		بیکار	۴,۷٪
	۲ تا ۵ سال	۴۱,۹٪		بازنشسته	۴,۷٪
مدت اقامت	۵ تا ۱۰ سال	۲۲,۱٪	خانه‌دار		۲۷,۹٪
	۱۰ تا ۱۵ سال	۱۹,۸٪			
	۱۵ تا ۲۰ سال	۱۶,۳٪			

تحلیل‌های اکتشافی این بخش با آزمون‌های نرم‌افزار آماری انجام شده است. به علت امکان وجود درک غیر صحیح شهروندان از مفهوم تعلق مکانی، پرسش‌های غیرمستقیمی مبنی بر ارزیابی تعلق مکانی در پرسشنامه مدنظر قرار گرفته است. در ابتدا همبستگی سه

پرسش اصلی (پرسش مرتبط با هویت، پرسش مرتبط با مطلوبیت محدوده (فاز) و پرسش مرتبط با رضایت از محل سکونت) با پرسش‌های دیگر مورد بررسی قرار گرفته است. متغیر مطلوبیت محله، عددی بین ۱ تا ۲۰ می‌باشد که برای بررسی به چهار دسته تقسیم شده‌اند. در ادامه به منظور مشخص شدن مطلوبیت کلی محله از نظر ساکنین، پاسخ‌های مربوط به این پرسش آورده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، امتیاز مطلوبیت محله از نگاه شهروندان، در سطح متوسط رو به بالا ارزیابی شده است.

جدول ۷- نتیجه تبدیل امتیاز مطلوبیت محله

پاسخ				متغیر
۲۰-۱۷	۱۶-۱۴	۱۳-۱۱	۱۰ تا ۱	امتیاز مطلوبیت
۴۰	۷۴	۳۰	۲۸	محله
%۲۳,۳	%۴۳	%۱۷,۴	%۱۶,۳	

با استفاده از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس. میزان معناداری شاخص‌ها با سه سؤال اصلی بررسی شد. نتایج نشان می‌دهد، متغیر «مطلوبیت محله» رابطه معناداری با بسیاری از شاخص‌ها دارد. متغیر «هویت محله» با شاخص‌های اجتماع‌پذیری، مشارکت، تعامل اجتماعی، امنیت، خوانایی و خاطره‌پذیری رابطه معناداری را نشان می‌دهد. همچنین «رضایت از محل سکونت» رابطه معناداری با شاخص‌های تنوع‌پذیری، فضاهای شهری و امنیت محله دارد و در کل این متغیر، رابطه معنادار کمتری به نسبت دو متغیر دیگر با شاخص‌های مورد پرسش دارد. از دیگر سؤال‌های مهم، تمایل به مهاجرت از اندیشه می‌باشد که رابطه معنی‌دار با هر سه متغیر اصلی دارد. در این پژوهش، نظر ۱۰ متخصص شهری در رابطه با اهمیت و اولویت زیرشاخص‌ها در ایجاد تعلق مکانی پرسیده شد که در جدول زیر میانگین اولویت هر یک از زیر شاخص‌ها از بین ۱ تا ۵ مشاهده می‌شود (جدول ۸).

جدول ۸- میزان رابطه سه متغیر اصلی با دیگر شاخص‌ها

اولویت گروه متخصص (۱ تا ۵)	نوع رابطه	متغیر			نوع آزمون	شاخص‌ها		
		رضایت از محل سکونت	هویت محله	مطلوبیت محله				
		میزان معنی‌داری ^۱						
۵	مستقیم	۰,۰۰۰		۰,۰۰۰	کانتی جنسی ^۲	تمایل به مهاجرت از اندیشه		
۳,۱	مستقیم		۰,۰۴۲		کرامر وی ^۳	وجود پاتوق در محله	دسترس‌پذیری	فرم
			۰,۰۲۸	۰,۰۰۹	کندال بی ^۴	رضایت از میزان و کیفیت فضاهای باز در محله		
		۰,۰۰۲		۰,۰۱۷	کندال بی	میزان سکوت و آرامش محیطی		
		۰,۰۰۰	۰,۰۴۳	۰,۰۰۰	کندال بی	میزان پاکیزگی محله		
		۰,۰۱۰	۰,۰۲۹	۰,۰۰۷	کندال بی	زیبایی ساخت‌وساز و ابنیه		
۳,۵۵	مستقیم		۰,۰۰۷	۰,۰۴۴	کندال بی	تنوع و تعدد سیستم حمل‌ونقل	تنوع‌پذیری	فعالیت
		۰,۰۰۰		۰,۰۰۰	کندال بی	تنوع و تعدد خدمات ورزشی		
		۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۲	کندال بی	تنوع و تعدد خدمات فرهنگی		
		۰,۰۰۰		۰,۰۰۰	کندال بی	تنوع و تعدد خدمات درمانی و بهداشتی		
		۰,۰۸۹		۰,۰۰۰	کندال بی	تنوع و تعدد خدمات تجاری		
۴,۱۲	مستقیم	۰,۰۰۰		۰,۰۰۰	کندال بی	تنوع و تعدد خدمات آموزشی		

1. significance
2. Contingency coefficient
3. Cramer's V
4. Kendall's tau_b

۳,۲۵	مستقیم	۰,۰۰۰		۰,۰۰۰	کنندال بی	تنوع و تعدد پارک‌ها و فضای سبز		
۴,۲۳	مستقیم	۰,۰۰۱	۰,۰۳۸		کرامر وی	تعامل همسایگان	تعامل اجتماعی	
۳,۸۶	مستقیم		۰,۰۱۲	۰,۰۳۲	کرامر وی	داشتن مشکل با همسایه		
۳,۵۵	مستقیم		۰,۰۹۶		کنندال بی	احساس نزدیکی فرهنگی، عقیدتی و قومیتی با همسایگان		
۲,۹۵	مستقیم		۰,۰۱۸	۰,۰۰۴	کنندال بی	نقش مردم در برگزاری مراسم‌های مذهبی و مناسبتی در محله	مشارکت	
۲,۳	مستقیم	۰,۰۹۳	۰,۰۴۲	۰,۱۰۵	کنندال بی	نقش مردم در حل مشکلات ساکنان محله		
۳,۲	مستقیم		۰,۰۰۰		کرامر وی	گم شدن افراد جدید در محله	خوانایی	
۴,۱۲	مستقیم		۰,۰۰۰		کرامر وی	داشتن خاطره از فضاها شهری و نام محلات		
۳,۸	معکوس		۰,۰۰۱	۰,۰۵۷	کنندال بی	مقدار فعالیت مجرمانه در سطح محله	امنیت	تصویر ذهنی
۳,۹۵	مستقیم	۰,۰۵۹	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	کنندال بی	امنیت محله در شب		
۳,۴۵	مستقیم			۰,۰۱۷	کنندال بی	امنیت محله در روز		
۳,۰۳	مستقیم		۰,۰۰۷۹	۰,۰۶۷	کرامر وی	اطلاع از حضور ناشناس در محله		
۳,۹۶	مستقیم		۰,۰۰۲۹	۰,۰۳۱	کرامر وی	دلیل اصلی مهاجرت به اندیشه	شرایط سکونت و فردی	ویژگی‌های فردی
۳,۵۶	مستقیم	۰,۰۲۴	۰,۰۰۴۲		کنندال بی	مدت اقامت		
۳,۷۵	مستقیم	۰,۰۰۰	۰,۰۰۷۲		کرامر وی	مالکیت واحد مسکونی		
۲,۵۷	مستقیم	۰,۰۰۰	۰,۰۱۰		کنندال بی	متراژ واحد مسکونی		
۱,۸	معکوس			۰,۰۹۳	کنندال بی	تحصیلات	همگنی طبقات اجتماعی	

با بهره‌گیری از نظر گروه متخصص شهری در رابطه با اهمیت و اولویت سه پرسش اصلی در ایجاد احساس تعلق مکانی، متغیر کشش فضایی تعریف شد. فرمول و ضرایب در نظر گرفته شده برای تعریف این متغیر بر اساس نظر متخصصین به این صورت است که: متغیر مطلوبیت با ضریب ۱,۸۳، با دو متغیر دیگر با ضریب ۱,۱۵ و ۰,۹۷، با هم جمع شده و در نهایت بر ۳,۹۵ تقسیم شده‌اند. در ادامه رابطه این متغیر با شاخص‌ها، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این بررسی که مدل اولیه پژوهش را آزمون می‌کند، در جدول زیر ارائه شده است. در این جدول، ضمن مشاهده آزمون آماری، میانگین نظر متخصصین در رابطه با اهمیت شاخص و تأثیرگذاری آن بر متغیر کشش فضایی، ارائه شده است.

$$\frac{f(D \text{ of } N) * 1.83 + f(I \text{ of } N) * 1.15 + f(RS) * 0.97}{3.95} = SA$$

جدول ۹- بررسی معنی‌داری رابطه میان متغیر کشش فضایی با شاخص‌های حس تعلق

نوع رابطه	میزان معنی‌داری	نوع آزمون	عامل		
مستقیم	۰,۰۰۲	کانتی جنسی	تمایل به مهاجرت از اندیشه		
مستقیم	۰,۰۱۸	کندال بی	رضایت از میزان و کیفیت فضاهای باز در محله	دسترسی‌پذیری	فرم
مستقیم	۰,۰۰۰	کندال بی	میزان سکوت و آرامش محیطی	فضاهای شهری	
مستقیم	۰,۰۰۰	کندال بی	میزان پاکیزگی محله	زیبایی شهری	
مستقیم	۰,۰۰۱	کندال بی	زیبایی ساخت‌وساز و ابنیه	زیبایی عینی	فعالیت
مستقیم	۰,۰۱۸	کندال بی	تنوع و تعدد سیستم حمل‌ونقل	تنوع‌پذیری	
مستقیم	۰,۰۰۰	کندال بی	تنوع و تعدد خدمات ورزشی		
مستقیم	۰,۰۰۰	کندال بی	تنوع و تعدد خدمات فرهنگی		
مستقیم	۰,۰۰۰	کندال بی	تنوع و تعدد خدمات درمانی و بهداشتی		
مستقیم	۰,۰۰۱	کندال بی	تنوع و تعدد خدمات تجاری		
مستقیم	۰,۰۰۰	کندال بی	تنوع و تعدد خدمات آموزشی		
مستقیم	۰,۰۰۰	کندال بی	تنوع و تعدد پارک‌ها و فضای سبز		

مستقیم	۰,۰۰۱	کانتی جنسی	تعامل با همسایگان	تعامل اجتماع	
مستقیم	۰,۰۰۱	کندال بی	نقش مردم در برگزاری مراسم‌های مذهبی و مناسبتی در محله	مشارکت	
مستقیم	۰,۰۲۴	کندال بی	نقش مردم در حل مشکلات ساکنان محله		
مستقیم	۰,۰۳۴	کانتی جنسی	گم شدن افراد جدید در محله	خوانایی	تصویر ذهنی
معکوس	۰,۰۰۶	کندال بی	مقدار فعالیت مجرمانه در سطح محله	امنیت	(شناخت، دریافت و اطلاعات)
مستقیم	۰,۰۰۰	کندال بی	امنیت محله در شب		
مستقیم	۰,۰۰۰	کندال بی	امنیت محله در روز		
مستقیم	۰,۰۰۱	کندال بی	مدت اقامت	شرایط سکونت	ویژگی‌های فردی
مستقیم	۰,۰۳۴	کانتی جنسی	مالکیت واحد مسکونی	و فردی	
معکوس	۰,۰۴۳	کندال بی	تحصیلات	همگنی طبقات اجتماعی	

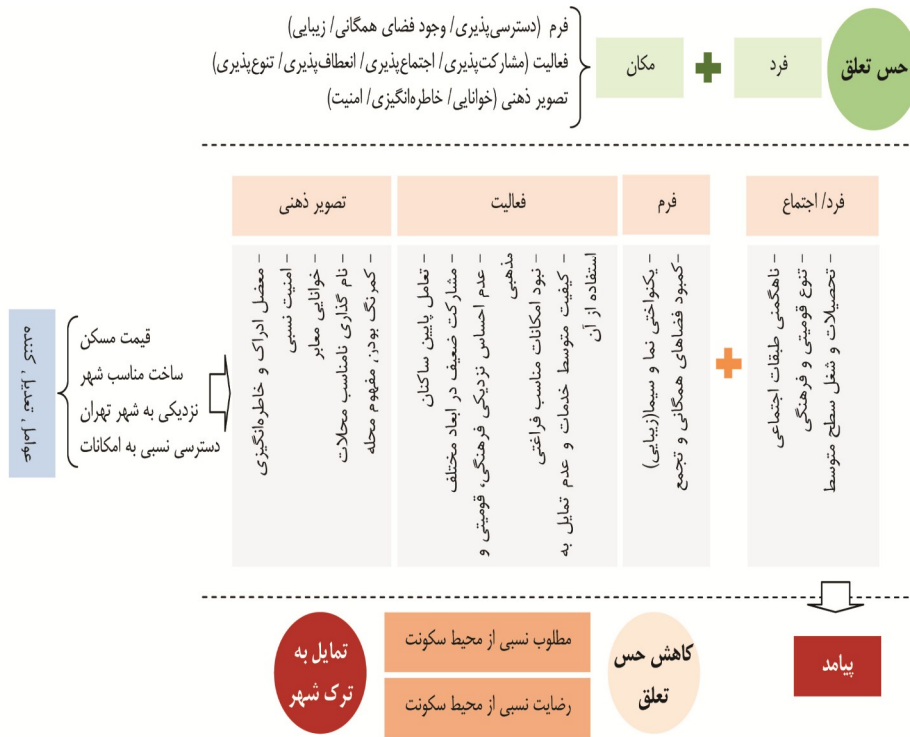
۵- بحث

در این پژوهش مشخص شد که علاوه بر شاخص‌های کالبدی و فعالیتی، شاخص‌های اجتماعی با تعلق مکانی رابطه معناداری دارند؛ بدین معنا که با افزایش یا کاهش یکی، دیگری تغییر می‌کند. پیرو آنچه بیان شد، مطالعه انجام شده نشان می‌دهد، از نظر متخصصین به‌طور میانگین تأثیر شاخص‌های مرتبط با عامل فرم ۳,۶۴، شاخص‌های عامل اجتماعی ۳,۵۳، شاخص‌های عامل تصویر ذهنی ۳,۵۹ و شاخص‌های ویژگی‌های فردی ۳,۱۲ می‌باشد. از نظر ساکنین نیز متوسط معناداری سه متغیر اصلی (مطلوبیت محله، هویت محله و رضایت از محل سکونت) با شاخص‌های عامل فرم ۹۸,۳٪، شاخص‌های عامل اجتماعی ۹۷,۳٪، شاخص‌های عامل تصویر ذهنی ۹۷,۲٪ و شاخص‌های ویژگی‌های فردی ۹۶,۷٪ می‌باشد، در نتیجه به‌طور تقریبی تأثیر هر یک از شاخص‌های فرم، فعالیت و ذهن از دید متخصصین و ساکنین یکسان می‌باشد. نظرات متخصصین و ساکنین تقریباً درباره تأثیر هر یک از عوامل نیز یکسان است. بنابراین متخصصین باید توأمان در طراحی و برنامه‌ریزی

شهرهای جدید به آن‌ها توجه نمایند. درعین حال نتایج نشان داد که شهر جدید اندیشه در زمینه همبستگی و تعامل اجتماعی در وضعیت ضعیفی قرار دارد. در زمینه خوانایی محله، معابر و تقاطع‌ها در شهر، از ویژگی خاصی برای ساکنین برخوردار نیستند.

در ادامه در تصویر زیر، عوامل مؤثر بر کاهش حس تعلق مکانی به شهر جدید اندیشه ارائه می‌شود. همان‌طور که بیان شد، حس تعلق مکانی از پیوند انسان با مکان حاصل می‌شود و مؤلفه‌های سازنده مکان نیز مشتمل بر ابعاد فرم، فعالیت و تصویر ذهنی هستند، چنانچه در هر دو لایه مشکلاتی وجود داشته باشد، حس تعلق مکانی کاهش یافته و بنابراین پیامدهای ناشی از آن بروز می‌کند. بر اساس نتایج، در شهر جدید اندیشه، به دلیل ناهمگنی طبقات اجتماعی و تنوع قومیتی و فرهنگی، ساکنان نتوانسته‌اند ارتباط مناسبی با یکدیگر برقرار نمایند و ارتباطات و انسجام اجتماعی کم‌رنگ گزارش شده است. همچنین عامل کم بودن مدت سکونت در کاهش این حس مؤثر بوده و میزان تحصیلات و شغل ساکنان شهر نیز بر کاهش حس تعلق مردم به شهر جدید تأثیر دارد.

در این میان در سطح لایه‌های مکان نیز، عواملی چون کمبود فضای همگانی، یکنواختی نما و سیما در لایه فرم، عواملی چون کاهش مشارکت‌پذیری و تعامل اجتماعی، کمبود تنوع فعالیتی و فراغتی و متوسط بودن سطح خدمات در لایه فعالیت و عواملی چون کاهش خوانایی، خاطره و امنیت در لایه تصویر ذهنی بر کم شدن حس تعلق مکانی منجر شده است. این حس خود را در قالب رضایت و مطلوبیت متوسط رو به پایین در بین ساکنان نشان می‌دهد و منجر به وجود تمایل ساکنین به ترک شهر جدید اندیشه شده است. هرچند عوامل تعدیل‌کننده توانسته‌اند اندکی بر کم‌رنگ شدن این حس تأثیرگذار باشند. این عوامل مشتمل بر قیمت پایین مسکن، ساخت نسبتاً مناسب شهر، نزدیکی به شهر تهران و دسترسی به امکانات نسبی هستند.



تصویر ۳- عوامل مؤثر بر کاهش حس تعلق به شهر جدید اندیشه از دید ساکنان

۶- نتیجه گیری

همان طور که در مبانی نظری بیان شد، حس مکان نوعی احساس مردم به مکانی خاص است که با تعامل مکان و شخص شکل می گیرد. انسان در برخورد با یک مکان فیزیکی و مشاهده عملکرد آن با توجه به دانش خود در مورد معانی غالب فضا، رابطه احساسی با مکان ایجاد می کند، به نوبه خود، این احساس پایه ای برای تعریف شرایط فرد در مکان، نیاز بوده و توصیف کننده شخص است. عوامل مختلفی مانند سن، جنسیت، تحصیلات، تجربیات، فرهنگ و گرایش ها در شکل گیری این حس نقش مهمی دارند. بنابراین، مجموعه ای از این عوامل در مکان های مختلف، احساس و واکنش های مختلفی در فرد ایجاد می کنند و این حواس ممکن است مثبت یا منفی باشند. اگر مردم نسبت به مکانی احساس منفی داشته باشند،

ممکن است نسبت به آن مکان بی‌تفاوت باشند یا ممکن است از آن اجتناب کنند، درحالی‌که وقتی مردم نسبت به مکانی احساس مثبت می‌کنند، این به آن معنی است که آن مکان را دوست دارند و می‌خواهند آنجا باشند و با آن ارتباط برقرار کنند.

بنابراین سرنوشت مکان برای آنها مهم می‌شود و آنها نسبت به آن مکان احساس مسئولیت می‌کنند. واضح است که اگر شخصی زمان زیادی را در مکان خاص بگذراند و ارتباط بیشتری برقرار کند، احساس عاطفی او نسبت به مکان افزایش می‌یابد و در این حالت تعلق مکانی ایجاد می‌شود. این توضیحات نشان می‌دهد که لایه‌ی ویژگی‌های فردی بر کاهش یا افزایش حس تعلق مکانی تأثیر دارد. در این میان لایه‌ی مکان با سه مؤلفه‌ی پیش‌گفته نیز در شکل‌گیری این حس مؤثر است. به‌طور کلی به نظر می‌رسد، لازم است که در تمامی مراحل، از تصمیم‌گیری برای احداث شهرهای جدید تا مکان‌یابی و مدیریت آنها، به مبحث هویت شهری توجه شود تا از بحران بی‌هویتی و بحران تعلق مکانی کاسته شده و به ابعاد روحی و روانی ساکنان شهرهای جدید توجه شود.

پیش از ارائه‌ی پیشنهادها، بر اساس یافته‌ها، پاسخ پرسش‌های مطرح‌شده ارائه می‌شود. با استناد به نتایج، عواملی که در ارتقاء یا کاهش تعلق مکانی در شهرهای جدید مؤثر هستند یک عامل نبوده، و ایجاد هویت در شهرهای جدید، اقدامی است که منحصر به دخالت در یک جنبه نمی‌شود، بلکه جنبه‌های مختلف محیطی، کالبدی، اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی را شامل می‌شود. از این‌رو جهت ایجاد هویت در شهرهای جدید و از جمله شهر جدید اندیشه، شناخت ابعاد و عناصر هویت هر شهر بر اساس پتانسیل‌ها و داشته‌های یک شهر، یکی از اولین اقدامات در این زمینه است. این قابلیت‌ها می‌تواند ویژگی طبیعی، فرهنگی، اجتماعی و یا منظر منحصربه‌فرد شهر باشد. بر اساس یافته‌ها، در پاسخ به پرسش موفقیت شهر جدید اندیشه در ایجاد تعلق مکانی، می‌توان گفت تعلق مکانی قوی در ساکنین شهر جدید اندیشه ایجاد نشده و این شهر در زمینه همبستگی و تعامل اجتماعی در وضعیت ضعیفی قرار دارد. در بعد تصویر ذهنی هم وضعیت مناسبی نداشته و ساکنین این شهر تمایل نسبی به ترک این شهر دارند.

پیشنهاد می‌شود به‌جای اینکه حس مکان را تنها به‌عنوان یک عاملی که ساخت یا بازنمایی اجتماعی را نشان می‌دهد؛ به‌عنوان ویژگی که رابطه بین ادراک-رفتار و فرآیندهای ساخت اجتماعی را نشان می‌دهد، در نظر گرفت. در این راستا بهتر است محققان در پژوهش‌های آتی روابط بین معانی مکان که دفعتاً درک می‌شوند و سایر اشکال معنای مکان که در فرآیندهای طولانی ساخته می‌شوند را به‌طور مستقل و با هم ارزیابی کنند و بهتر است تا به‌جای تمرکز بر توسعه و اندازه‌گیری مفهوم، کاملاً مبتنی بر رویکرد ساخت اجتماعی، به جستجوی یک فرآیند چندگانه که درک درستی از پویایی روابط ادراک مکان را فراهم می‌کند، پردازند. بر این اساس برخی از توصیه‌ها و راهکارهای مؤثر بر ارتقا تعلق مکانی ساکنین شهر جدید اندیشه در لایه‌های سازنده آن ارائه می‌شود:

پیشنهادها در لایه فرم

- از آنجاکه فرم مشتمل بر عناصری چون الگوی دسترسی، الگوی ابنیه و الگوی بلوک است، لازم است تا با توجه به عواملی چون بستر طبیعی، زمینه اجتماعی و اقلیمی، فرمی مطلوب را پیشنهاد داد. چنانچه فرم در انطباق با عوامل مؤثر بر آن باشد، در مقیاس‌های مختلف هویت فرمی-کالبدی محقق می‌شود.
- برای تقویت هویت کالبدی در مقیاس خرد نیز توجه بر عامل تمایز و تفاوت حائز اهمیت است. ایجاد تفاوت‌های فیزیکی در گونه شناسی شکل ساختمان‌ها، الگوی مبلمان شهری و... می‌تواند مانع از یکنواختی شهر شود.
- دسترسی‌پذیری و نفوذپذیری فیزیکی دو معیار کیفی مهم و مرتبط با فرم فیزیکی شهر هستند، بنابراین طراحی فرم شهر به شیوه‌ای که این دو معیار کیفی در سطوح مختلف در مقیاس شهر، ناحیه و محله تأمین شوند، بر مطلوبیت کارکرد فرمی شهری تأثیر دارد.
- موضوع وجود فضاهای همگانی، به‌عنوان یک عنصر فرمی که به نسبت مناسب رابطه توده و فضا منجر می‌شود و مانع از فشردگی بیش‌ازحد می‌شود، نه تنها از حیث فرمی مهم است و به تولید فرم پایدار منجر می‌شود، بلکه از الزامات ساخت شهرهای جدید است

که تنوعی از گروه‌های اجتماعی را در خود اسکان می‌دهد. این فضاها در مقیاس‌های مختلف چون محله و شهر، بستر حضور و فعالیت ساکنان شهر بوده و ضمن ایجاد حس مثبت به مکان و ارتباط فعالیتی آنها به فضا، به برقراری ارتباط اجتماعی میان قومیت‌ها و فرهنگ‌های مختلف منجر می‌شود.

پیشنهادها در لایه فعالیت

- ایجاد فضای مشارکت بین ساکنین در سطوح مختلف، نه تنها مشارکت در امور محلی چون برگزاری مراسم، بلکه مشارکت با سازمان‌ها و نهادها می‌تواند، در ایجاد حس تعلق اجتماعی مؤثر باشد. در واقع شنیده شدن و نقش داشتن در تغییر و بهبود مشکلات فضاها، که منجر به مدیریت مردم محور فضاها در کنار مدیریت دولت‌محور می‌شود، بستری برای برقراری ارتباط مؤثر با محیط فراهم می‌آورد. هرچند مهارت مشارکت نیز بسیار مهم است و بنابراین باید از طریق آموزش و روش‌های خلاقانه، بستر مشارکت طلبی و نه مشارکت‌گزیزی را فراهم نمود.

- همان‌گونه که در رابطه با اهمیت فضاها همگانی در لایه فرم گفته شد، ایجاد فضاها عمومی و تأکید بر مناسبت‌ها و مراسم می‌تواند بستر فضایی و اجتماعی را برای افزایش تعامل و ارتباط میان ساکنان شهر فراهم آورده و ضمن ایجاد پیوندهای اجتماعی به ارتقا تعلق مکانی منجر گردد.

- وجود کاربری‌ها و عملکردهای انعطاف‌پذیر، بستری برای حضور و فعالیت است. در واقع در برنامه‌ریزی کاربری اراضی ضمن تأمین سرانه‌های مناسب و تأمین عدالت توزیعی، لازم است تا با تأکید بر برخی از کاربری‌ها، بستر برند سازی شهری را نیز فراهم نمود و از این منظر بر ارتقا هویت فعالیتی تأثیر گذارد.

- در همین ارتباط نباید این امر را فراموش نمود که خرده فعالیت‌ها از عوامل مؤثر بر ارتقا سرزندگی و اجتماع‌پذیری منتج از آن هستند، بنابراین تأکید بر فعالیت‌هایی که منجر به حضور فعال افراد در سطح شهر و محله می‌شود، توأمان بر ارتباطات اجتماعی پایدار نیز

تأثیر می‌گذارد. این امر در کنار برنامه‌ریزی کاربری، بر طراحی فضاهای عمومی اجتماع‌پذیر تأکید نموده و از طریق ایجاد لبه‌های فعال‌فعالیتی، بر حضور و وابستگی عملکردی افراد به فضا تأثیر مثبت می‌گذارد.

- درعین حال توجه به الگوهای فراغتی و نیازمندهایی گروه‌های مختلف ساکن در فضا لازم است تا در برنامه‌ریزی کاربری مورد توجه قرار گیرد. در واقع وابستگی افراد به فضا به واسطه تأمین عملکرد می‌تواند آنها را به فضا پیوند داده و بستر حضور و فعالیت آنها را در فضاها ممکن سازد. این نگاه منتج از رویکردی است که شهر جدید را به مثابه شهر مستقل و غیر وابسته تعریف می‌کند.

- تنوع و اختلاط کاربری از مهم‌ترین معیارهای کیفی فضاهای موفق است. به همین دلیل لازم است تا در کنار برنامه‌ریزی اراضی شهرهای جدید و معیارهای عددی مربوط به کاربری، به جنبه‌های کیفی بعد فعالیت تأکید شود. تنوع کاربری‌ها ضامن، اقتصاد پویاتر، سرزندگی بالاتر و پویایی است؛ بنابراین توصیه می‌شود که اختلاط کاربری‌ها را در سطوح مختلف فضاهای محلی تا شهری با مطالعه خواست و نیاز شهروندان مدنظر قرار داد.

پیشنهادها در لایه تصویر ذهنی

- از متداول‌ترین روش‌های ارتقا خوانایی و تشخیص‌پذیری فضاها، استفاده از عناصر و نمادهای هویت‌بخش در شهر و محلات است و بنابراین توصیه می‌شود که برای ارتقا ادراک و تصویرپذیری ذهنی، از نمادها و المان‌ها بهره برد.

- ارتباط میان نمادها و المان‌ها با فرهنگ‌ها و قومیت‌ها ساکنان شهرهای جدید می‌تواند، در ادراک‌پذیری فضا و ایجاد خاطره مؤثر باشد.

- خوانایی فضا نه تنها از طریق مسیرها، بلکه از طریق نشانه‌ها و گره‌ها تأمین می‌شود. در ارتباط با راه‌ها، عموماً استفاده از شبکه شطرنجی در توسعه‌های جدید شهری که تفکیک را آسان‌تر می‌کند و اقتصادی‌تر است، بر کاهش خوانایی مؤثر است، به همین دلیل توصیه می‌شود تا حداقل در مسیرهای ساختاری در سطوح شهر تا محله از طریق

دیگری چون استقرار فعالیت‌های خاص، نشانه‌ها و پوشش گیاهی آنها را خواناتر نمود. موضوع خوانایی ورودی‌ها نیز از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر ادراک‌پذیری است، لذا لازم است تا تمامی ورودی‌های شهر جدید با طراحی مناسب، خوانا بوده و حس دلپذیری، تشخیص و پذیرندگی را القا نماید. گره‌ها نیز باید به صورتی طراحی شوند که درون‌گرا نبوده و با الگویی برون‌گرا جهت‌یابی و خوانایی را تأمین نمایند.

- محله محوری و ایجاد محلیت از طریق برنامه‌ریزی و طراحی مراکز محلی در مقیاس محلی، در وابستگی افراد به محله تأثیر دارد.

- نام‌گذاری فضاها و محلات به شیوه‌ای مناسب و منتج از هویت ساکنان، در ارتباط ذهنی فرد با محیط مؤثر است. در واقع فضاهایی که با نام‌های عمومی و تکراری یا منطبق بر عدد نام‌گذاری می‌شوند، نمی‌تواند در ایجاد ارتباط فرد با محیط مؤثر باشند.

- ایجاد امنیت محیطی در شب و روز از طریق تأمین روشنایی و فراهم کردن بستر حضور افراد چون ایجاد لبه‌های فعال و تأمین نظارت اجتماعی باید مدنظر قرار گیرد.

منابع

- ابراهیمی، مهدیس و سعیدی رضوانی، نوید. (۱۳۹۵)، بررسی عوامل کالبدی مؤثر بر ایجاد تعلق به مکان در شهرهای جدید (نمونه موردی: شهر جدید پرنده). اولین مسابقه کنفرانس بین‌المللی جامع علوم مهندسی در ایران.
- احمدی، علی و مهدوی، مسعود. (۱۳۹۳)، «رابطه کیفیت زندگی و حس تعلق مکانی در روستاهای درحال توسعه مطالعه موردی: شهرستان زرنديه»، پژوهش‌های روستایی، دوره ۵، شماره ۴: ۸۴۸-۸۲۷.
- اسماعیل‌پور، فاطمه. (۱۳۸۴)، شهرهای جدید و خاطرات جمعی (مورد: شهر جدید مهاجران)، مجموعه مقالات همایش بین‌المللی شهرهای جدید، تهران: انتشارات شرکت عمران شهرهای جدید.
- بهزادفر، مصطفی؛ صادقی، صادق و زیاری، یوسفعلی. (۱۳۹۸)، «شناخت و ارزیابی مؤلفه‌های کیفیت محیطی مؤثر بر هویت و حس تعلق شهروندان (مورد پژوهی: شهر اهواز)»، فصلنامه علوم اجتماعی (دانشگاه آزاد شوشتر)، شماره ۴۷: ۳۹-۵۸.
- جان‌پولاد، افشین و کریم زاده، علی. (۱۳۹۹)، «شاخصه‌های تأثیرگذار المان‌ها بر هویت شهری از دیدگاه شهروندان (مورد پژوهش: منطقه یک شهرداری شیراز)»، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، شماره ۴۲: ۸۳-۹۴.
- حبیبی، داوود؛ حبیبی، دینا؛ کسالایی، افسانه؛ گرجی پور، فاطمه و توکلی، مهرداد. (۱۳۹۷). «تبیین حس تعلق به مکان و هویت در فضاهای شهری با تأکید بر بازارهای سنتی»، معماری شناسی، شماره ۳: ۱۰-۱۸.
- حیدری افشار، سمیه و واحدی، افشار. (۱۳۹۸). ایجاد رویکردی جدید در خانه صیادی جزیره هرمز با خلق مکان سوم در راستای جذب گردشگران. اولین همایش بین‌المللی و پنجمین همایش ملی معماری و شهر پایدار، تهران.
- خلیلی، احمد و دهقانی، مصطفی. (۱۳۹۹)، «سنجش و تحلیل فضایی هویت شهری در مقیاس نواحی شهر جدید هشتگرد»، فصلنامه پژوهش‌های معماری اسلامی، شماره ۲۸: ۶۹-۸۵.

- دانشپور، عبدالهادی و ماستیانی، مهدی. (۱۳۹۳). تدوین راهبردهای طراحی مبادی ورودی شهرها با رویکرد کیفیات ادراکی-بصری (نمونه مورد مطالعه: ورودی جنوب شرقی کلان‌شهر تهران). معماری و شهرسازی ایران، شماره ۷: ۲۲-۵.
- ربانی، رسول؛ کریمی زاده اردکانی، سمیه و نظری، جواد. (۱۳۸۹)، «بررسی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی شهرهای جدید - مطالعه موردی شهر پردیس تهران»، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۴۳: ۱۰۱-۱۲۸.
- رضا طبع، سیده خدیجه؛ اصغری، حسین و تیموری، ایرج. (۱۳۸۴)، «ارزیابی نقش عوامل طبیعی در هویت شهر جدید اندیشه با استفاده از تکنیک GIS»، مجموعه مقالات همایش بین‌المللی شهرهای جدید، تهران: انتشارات شرکت عمران شهرهای جدید.
- سازمان آمار ایران. (۱۳۹۶)، اطلاعات آماری سال ۱۳۹۰-۱۳۹۵، سازمان آمار ایران.
- شرکت عمران شهر جدید اندیشه. (۱۳۹۶)، مراحل شکل‌گیری، از لینک شرکت عمران شهر جدید اندیشه: <http://andisheh-ntoir.gov.ir>
- شرکت مادر تخصصی عمران شهرهای جدید. (۱۳۹۸)، بازیابی از شرکت مادر تخصصی عمران شهرهای جدید: <https://www.ntoir.gov.ir>
- شعبان‌زاده نمینی، رضا؛ احمدی‌نژاد، سمیه؛ خیرخواه، مرضیه. (۱۳۹۶)، تحلیل نقش عناصر تاریخی هویت‌ساز در تقویت حس تعلق مکانی شهروندی (مورد مطالعه: شهر گنبد کاووس)، سومین کنفرانس سالانه پژوهش‌های معماری، شهرسازی و مدیریت شهری. شیراز.
- شعبانی، فاطمه؛ سجادی، ژیلا و توکلی‌نیا، جمیله. (۱۳۹۹)، «زوال هویت در روند تغییر و گسترش پراکنده روئی شهری»، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۸۳: ۱۰۵-۱۲۲.
- عرفانی، دل آرام و دشتی‌تهرانی، مهران. (۱۳۹۵)، نقش تعلق مکانی در دستیابی به اهداف پایداری اجتماعی، کنفرانس بین‌المللی نخبگان عمران، معماری و شهرسازی. تهران.
- علی‌نیا، فاطمه و جباریان، فاطمه. (۱۳۹۳)، بررسی تعلق مکانی به مکان در خیابان چهارباغ اصفهان با رویکرد پدیدارشناسی، ششمین کنفرانس ملی برنامه‌ریزی و مدیریت شهری با تأکید بر مؤلفه‌های شهر اسلامی، مشهد.

- فاضلی، زهرا؛ نادری، احمد و اکبری گلزار، مهدی. (۱۳۹۸)، «حافظه جمعی و تأثیر آن بر شکل‌گیری هویت شهری (مورد مطالعه: محله وحدت اسلامی و شهرک غرب)»، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره هشتم، شماره ۳: ۵۳۳-۵۵۶.
- فلاحت، محمدصادق. (۱۳۸۵)، «مفهوم حس مکان و عوامل شکل‌دهنده آن»، هنرهای زیبا، شماره ۲۶: ۵۷-۶۶.
- قاسمی اصفهانی، مروارید. (۱۳۸۴)، بررسی حس مکان در شهرهای جدید (نمونه موردی: شهر جدید اندیشه)، مجموعه مقالات همایش بین‌المللی شهرهای جدید، تهران: انتشارات شرکت عمران شهرهای جدید.
- قشقایی، رضا؛ موحد، خسرو و محمدزاده، حجت‌اله. (۱۳۹۵)، «ارزیابی حس تعلق به مکان با تأکید بر عوامل کالبدی و محیطی در سواحل شهری مطالعه موردی: ساحل بوشهر»، پژوهش‌های جغرافیای برنامه‌ریزی شهری، دوره ۴، شماره ۲: ۲۶۱-۲۸۲.
- کاظمی، سمیرا. (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر تعلق مکانی بر ارتقاء رضایتمندی سکونتی ساکنان محله (مطالعه موردی محله جمشیدآباد شهر عجب‌شیر). اولین کنفرانس سالانه علمی-تخصصی مهندسی عمران، معماری، شهرسازی و علوم جغرافیا در ایران باستان و معاصر.
- لطفی، غلامرضا، فیضی چشمه‌گلی، قاسم و باجلال، راحله. (۱۳۹۴)، «تیین و ارزیابی شاخص‌های مؤثر در هویت شهری (نمونه موردی محله نوغان در شهر مشهد)»، پژوهشنامه خراسان بزرگ، دوره ۶، شماره ۲۰: ۲۵-۴۲.
- مبارکی محمد، سمیه صلاحی. (۱۳۹۲)، «کیفیت خدمات شهری، تعهدات شهروندی و حس تعلق اجتماعی»، رفاه اجتماعی، دوره ۱۳، شماره ۵۰: ۳۱۵-۲۷۵.
- محمدابراهیمی، مهدی؛ محمدی، حدیثه؛ رمضی، میثم و عبدی، علی. (۱۳۹۸)، «نقش برند سازی و کارآفرینی شهری در هویت بخشی شهرهای جدید: مطالعه موردی: شهر جدید پردیس»، فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری، دوره پنجم، شماره ۱: ۱۲۲-۱۳۵.
- مدنی‌پور، علی. (۱۳۷۹)، طراحی فضای شهری: نگرشی بر فرآیندی اجتماعی و مکانی، ترجمه فرهاد مرتضایی، تهران: انتشارات شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهر.
- مهاجری، فاطمه؛ یعقوب، زنگنه و حمیدیان، علیرضا. (۱۳۹۷)، «تحلیلی بر عناصر هویت‌بخش شهر سبزوار با تأکید بر دیدگاه شهروندان»، تحقیقات جغرافیایی، دوره ۳۳، شماره ۲: ۱۵۸-۱۷۴.

- مشکینی، ابوالفضل؛ قاسمی، اکرم و حمزه نژاد، مهدی. (۱۳۹۳)، «ارزیابی تعلق مکانی به مکان ساکنان شهرهای جدید (مطالعه موردی: شهر جدید هشتگرد)»، فصلنامه علمی- پژوهشی فضای جغرافیایی، شماره ۴۸: ۴۱-۵۶.
- نوابخش، مهرداد و ظهیری، هوشنگ. (۱۳۹۰)، «بررسی جامعه‌شناختی رابطه هویت و شهر»، مطالعات مدیریت شهری، شماره ۵: ۲۱-۳۲.
- وارثی، حمیدرضا؛ علی زاده، جابر و صالحی، مریم. (۱۳۹۰)، «تحلیل و ارزیابی احساس هویت ساکنین در شهرهای جدید (نمونه موردی: شهر جدید فولادشهر)»، مجله علمی تخصصی برنامه‌ریزی فضایی: ۳۷-۶۲.
- Acedo, Albert; Marco Painho; Seven Casteleyn, and Stephane Roche. (2018). "Place and City: Toward Urban Intelligence." *International Journal of Geo-Information*, 9(346), 1-24.
- Carmona, Matthew; Steven Tiesdell; Tim Heath, and Toner Oc. (2010). *Public places urban spaces: The dimensions of Urban Design*. Oxford: Architectural Press, London, UK.
- Dovey, Kim. (2016). Place as Multiplicity, in R. Freestone and E. Liu (eds.), *Place and Placelessness Revisited*. Abingdon: Routledge 257-268.
- Haapala, Arto. (2003). *The Urban Identity: The City as a Place to Dwell*. Retrieved from: http://www.eki.ee/km/place/pdf/kp3_01_Haapala.pdf
- Hummon, David M. (1992). *Community Attachment: local sentiment & sense of place*. In Place Attachment, edited by I. Altman and S. Low. New York: Plenum Press: 253-278.
- Huang, Xu; Bo-Ying Zhao; Ye Liu, and Desheng Xue.. (2019). Belonging to a Place: An Analysis of the Perceptions of Rural-to-Urban Migrants in China. *Geographical Review*, 110, 406-424.
- Jannat pour, Niloufar; Amir Reza Karimi Azeri, and Hossein Safari. (2018). "Simulations of urban pedestrians and pedestrian impact analysis on creating sense of belonging to place using space syntax method (Case study: Rasht urban pedestrian)". *Journal of Geography and Spatial Development*, 1(1), 19-32.
- Kourtit, Karima; Peter Nijkamp, and Marie Wahlström. (2020). "How to make cities the home of people – a 'soul and body' analysis of urban attractiveness". *Land Use Policy*, No 104.
- Lipovac, Nenad. (1997). *Space and Place*. Izvorni znanstveni clanak, Poster.

- Logan, John R., and Harvey Molotch. (1987). *Urban Fortunes: The Political Economy of Place*, University of California Press: Berkeley.
- Mohammadi, Bahar; Abduk-Hamid Ganbaran and, Ali Sharghi. (2016). “Semantic Factors: Students’ Sense of Belonging to Outdoor School Spaces”. *International Journal of Architecture and Urban Development*, 43-50.
- Montgomery, John. (1998). “Making a city: Urbanity, vitality and urban design”. *Urban Design*, 16-93, (1)3.
<http://dx.doi.org/10.1080/13574809808724418>.
- Njwambe, Avela;Michelle Cocks and, Susanne Vetter. (2019). “Ekhayeni: Rural–Urban Migration, Belonging and Landscapes of Home in South Africa”. *Journal of Southern African Studies*, 45(2), 413-431.
- Pretty, Grace; Heather Chipuer M. and, Paul Bramston. (2003). “Sense of Place amongst Adolescents and Adults in Two Rural Australian Towns: The Discriminating Features of Place Attachment, Sense of Community and Place Dependence in Relation to Place Identity”. *Journal of Environmental Psychology*, 23 (3), 273–287.
- Punter, John. (1991). “Participation in the design of urban space”. *Landscape Design*, 200(1), 24–27.
- Relph, Edward. (1976). *Place and Placelessness*, Pion: London.
- Raymond, Christopher M.; Marketta Kytta and. Richard Stedman. (2017). “Sense of Place, Fast and Slow: The Potential Contributions of Affordance Theory to Sense of Place”. *Frontiers in Psychology*, 8, 1-14.
- Shamai, Shmuel. (1991). “Sense of place: An empirical measurement, Isreal”. *Geoforum*, 22, 347- 358.
- Steele, Fritz. (1981). *The sense of place*. CBI publishing company, Boston.
- Yıldız, Esra; Dicle Aydın, and Suheyly Buyuksahin Sıramkaya. (2013). “Loss Of City Identities In The Process Of Change: The City Of Konya-Turkey”. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* (Elsevier Ltd) 221-233.