



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

زمان چاپ: ۱۴۰۳/۰۳/۲۵

شماره مجوز مجله: ۸۰۴۰۰

یافتن ساز و کار میان دلبستگی مکان و هویت مکان در یک نمونه موردی از فضای باز شهری (باغ ارم شیراز)

الهام قدمی

کارشناسی ارشد معماری

چکیده

امروزه مفاهیمی چون دلبستگی به مکان و هویت مکان موضوع مهم تحقیق در رشته های معماری و شهرسازی می باشد. این در حالی است که ساز و کار و تبیین مدلی بین این دو مفهوم تا کنون صورت نگرفته است. پژوهش حاضر پس از تعریف مفاهیم دلبستگی مکان و هویت مکان و بررسی عوامل تاثیرگذار بر آن ها، به ارائه مدلی پنج وجهی از اجتماع این دو مفهوم تحت عنوان مدل نظری پژوهش می پردازد. سپس مدل بدست آمده را در نمونه موردی باغ ارم واقع در شهر شیراز به آزمون می گذارد. به منظور گردآوری داده ها، از پرسشنامه بسته و مصاحبه حضوری استفاده گردید و جهت تحلیل پیمایش از نرم افزار SPSS بهره گرفته شد. یافته های پژوهش نشان از آن داشت که میان دلبستگی به مکان و هویت مکان رابطه معنا داری قوی وجود دارد. پارامترهایی چون احساسات فردی، پیکره و کالبد و زمان هم در دلبستگی مکان و هم در هویت مکان به ترتیب از بالاترین اهمیت برخوردارند. عامل خاطرات و رویدادها در دلبستگی مکان کمتر از عامل ابعاد اجتماعی در هویت مکان از اهمیت برخوردار است.

واژه های کلیدی: مکان، دلبستگی مکان، هویت مکان، مکان های باز شهری

مقدمه

یکی از مسائلی که در شهرهای معاصر مورد توجه است بحران هویت و پابین بودن سطح کیفی زندگی شهروندان است. بحران هویت در مکان که به عبارتی به معنای از دست دادن هویت مکان است باعث بوجود آمدن فضاهای شهری کسالت آور، بی کیفیت، غیر انسانی و بی معنی می شود که این مسأله همچنان در شهرهای مختلف به صورت کاملاً بی قاعده ظهور می نماید و از مشخصه های شهرهای امروزی است. امروزه توسعه نامناسب شهری باعث، تضعیف دلبستگی افراد به مکان و نیز احساس هویت آن ها نسبت به آن مکان ها شده که این امر در نهایت منجر به تغییر در احساس و تصور مردم نسبت به مکان زندگی آن ها شده است. با روند صنعتی سازی ساختمان ها و تبدیل الگوی سکونت از خانه های حیاط دار به واحد های آپارتمانی، بسیاری از مردم به منظور تفریح و گذراندن اوقات فراغت، به مکان هایی به جز محل سکونتشان می روند. هر چند در سطح شهر ها، کاربری های مختلفی چون ورزشی، تفریحی و فرهنگی برای گذراندن اوقات افراد در سنین متفاوت ایجاد شده است، با این حال فضاهای باز شهری به



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

ویژه پارک های شهری در ایفای این نقش از جایگاه خاصی برخوردار هستند. از این رو بررسی نیازهای انسانی، تأمین و ارتقای کیفی فضاهای باز شهری به مسأله ای مهم و قابل توجه برای طراحان و برنامه ریزان شهری تبدیل شده است. در این راستا، پژوهش حاضر اهمیت دلبستگی به مکان در شکل دهی به هویت را در بطن یک فضای باز عمومی، شهری فرهنگی و اجتماعی تشریح می کند. در این راستا، یکی از مکان های باز تاریخی، فرهنگی شهر شیراز که دارای ویژگی های کالبدی، اجتماعی، خاطره ای و احساسی است انتخاب شده تا ضمن بررسی شاخص های دلبستگی افراد به آن مکان و ارزیابی آن ها، بتوان الگوی مناسبی را جهت روش های طراحی و ساماندهی مکان های با هویت در شهر های معاصر پیشنهاد نمود. بنابراین بررسی عوامل تأثیرگذار بر دلبستگی و هویت بخشی به مکان های شهری و همچنین یافتن نحوه ارتباط میان این دو مفهوم از دیدگاه نظری و تجربی که بتواند تبلور حضور افراد در مکان را فراهم کند از اهداف این تحقیق است. بنابراین در این مقاله پس از ارائه تعاریف مختلف و بررسی عوامل تأثیرگذار در آن ها به ارائه مدل پژوهشی پرداخته و جهت بررسی و اثبات نحوه ارتباط میان این دو، مفاهیم به دست آمده را در نمونه موردی باغ ارم شیراز به آزمون میگذارد. در این راستا به یافتن پاسخ سؤالاتی چون شناخت و به کارگیری عناصر موثر بر دلبستگی مکان و هویت مکان کدام است؟، مهمترین عوامل دستیابی به دلبستگی مکانی و مکانی با هویت کدام است؟ و دلبستگی مکانی چیست و چه رابطه ای با هویت مکان دارد می پردازیم.

۱- ادبیات موضوع

در این بخش به بررسی تعاریف مکان، دلبستگی مکان و هویت مکان و عوامل تأثیر گذار بر هر کدام آن ها پرداخته می شود.

۱-۱- امکان

از دیدگاه پدیدارشناسانه، مکان چیزی بیش از یک محل انتزاعی است؛ مکان، کلیتی است که از اشیاء و چیزهای واقعی ساخته شده است و دارای مصالح، ماده، شکل، بافت و رنگ است. مجموعه این عناصر با هم کاراکننده محیطی مکان را تعریف می کنند. مکان زمینه ای برای فعالیت هاست و عموماً دارای هویت شناختی است که در بر گیرنده عوامل اجتماعی متنوع و نیز دارای تاریخی است که گذشته، حال و آینده را به هم می پیوند می دهد (پرتوی، ۱۳۸۲، ص ۴۲). مکان، عنصر اصلی هویت ساکنان آن است. انسان با شناخت مکان می تواند به شناخت خود نائل شود (حبیبی، ۱۳۸۷، ص ۳۹) و در آن ادراک کاملی از هستی و بودن خود دارد (داوودی، ۱۳۸۶). انسان از مکان های متفاوت تصویرهای متفاوتی در ذهن دارد. احساسات او می توانند بر روی ادراکاتش از محیط و شکل گیری تصویر ذهنی از مکان تأثیر گذار باشد. همین تصاویر ذهنی انسان هاست که به مکان هویت می دهد. علاوه بر ساختار کالبدی مکان، خاطرات افراد نیز در هویت بخشیدن به مکان مؤثر است. بحران مکان به مفهوم بحران معنی اجتماعی از فضا و زمان، از بارزترین مشکلات شهرسازی معاصر است، بحرانی که در ایجاد فضاهای شهری فاقد هویت، فاقد تاریخ و ارتباط تبلور یافته است (پرتوی، ۱۳۸۲، ص ۴۲).



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

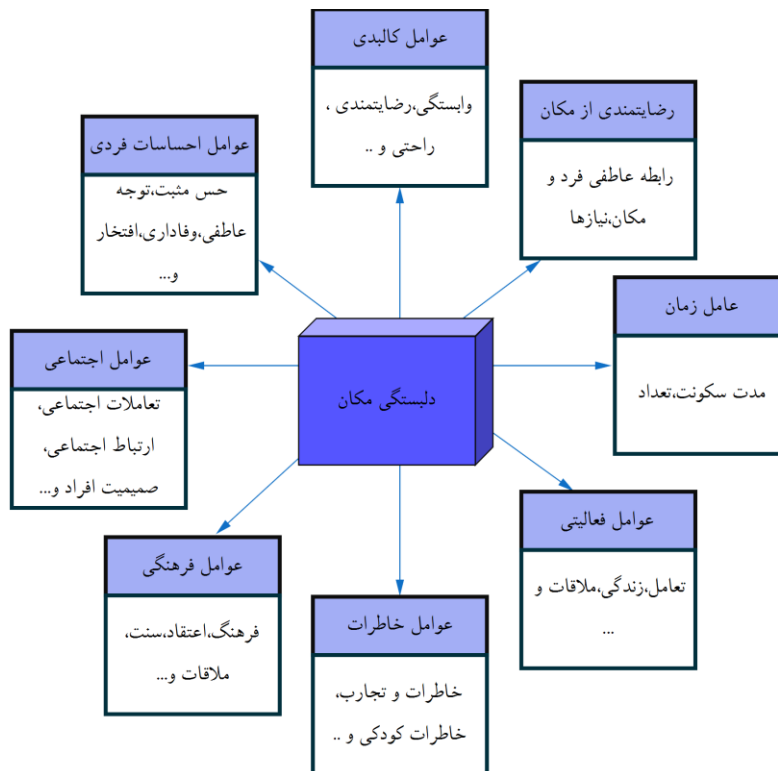
ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

۲-۱ دل‌بستگی مکان و عوامل شکل دهنده آن

در لغت نامه دهخدا از دل‌بستگی به معنای محبت، رغبت، دوستی، مودت، عشق و گرایش خاطر یاد می‌شود. دل‌بستگی به مکان به عنوان یک مفهوم، رابطه و نقطه اتصال بین مردم و مکان هاست. امروزه مفهوم دل‌بستگی به مکان، نقش مهمی را در مطالعات روان‌شناسی محیط بازی می‌کند. دل‌بستگی به مکان، زنجیره‌ای میان افراد و محیط‌های معنادار است.

(Giuliani, Ferrara, & Barabotti; Altman & Low, ۱۹۹۲) تحقیقات نشان می‌دهد که دل‌بستگی به مکان، نقش مهمی را در انگیزه حضور و مراقبت از فضاهای عمومی نظیر میدان‌ها و پارک‌های شهری ایفاء می‌کند (Moore & et al, ۲۰۰۴; Williams, et al, ۱۹۹۵; kyle, Graefe, ۱۹۹۴). دل‌بستگی به مکان مبنای ارتباط عاطفی مثبت انسان با فضا است و به واسطه خصوصیات فردی، جمعی، فرهنگی و اجتماعی ایجاد می‌شود (Altman & Low, ۱۹۹۲: ۵). برقراری این تعامل عاطفی، موجبات پیوند انسان با مکان و معنابخشی به آن را فراهم می‌کند (Rubinstein & Parmelee, ۱۹۹۲: ۱۳۹) و باعث علاقه بیشتر به مکان می‌شود (Bonaiuto, et al, ۱۹۹۹: ۳۳۲). همچنین، دل‌بستگی به مکان با تأثیر و تأثر متقابل کنش‌ها، اعتقادات، احساسات و آگاهی به مکان مرتبط است. (Proshansky, Fabian & Kaminoff, ۱۹۸۳: ۵۹). بر این اساس دل‌بستگی به مکان با ویژگی‌های اجتماعی و فردی مخاطبان، میزان ارتباطات افراد در مکان و میزان مشارکت در مراسم جمعی ارتباط مستقیم دارد (Brown & Werner, ۱۹۸۵: ۵۳۵). به این ترتیب، حضور افرادی با خصوصیات مشابه نظیر طبقه اجتماعی، قوم، مذهب، طبقه اقتصادی، سبک زندگی، درآمد مالی و تحصیلات در تداوم زمانی حضور فرد در مکان نقش بسزایی دارد. این احساس مثبت از تعاملات و ارتباطات اجتماعی، دل‌برییدن از مکان مورد نظر را سخت می‌کند (Fried, ۱۹۶۳). دل‌بستگی به مکان همان‌گونه که با طولانی شدن مدت سکونت و بازدید فرد در یک محل افزایش پیدا می‌کند، به تعامل فرد با دیگران در آن مکان نیز بستگی دارد.

(Relph, ۱۹۷۶: ۳۳) که تحت عنوان پیوندهای اجتماعی مطرح می‌گردد. افزون بر این، طول مدت اقامت نیز تأثیر مثبتی بر دل‌بستگی مکان دارد زیرا طول مدت اقامت معرف تجربیات بالقوه از مکان است و هر چه تجربه افراد از یک مکان بیشتر شود، میزان دل‌بستگی عاطفی آن‌ها نیز نسبت به آن مکان بیشتر می‌شود (Rubinstein and Parmelee, ۱۹۹۲) هراندز و همکاران (۲۰۰۷) در تعریف‌شان تأکید می‌کنند که مکان باید با احساس راحتی و امنیت پیوند یابد. (Florek, ۲۰۱۱; Hernandez et al., ۲۰۰۷) با توجه به بسیاری از مطالعات و ادبیات دل‌بستگی مکان می‌توان به نقش عوامل فردی، اجتماعی (low & Altman, ۱۹۹۲) عوامل کالبدی (Marcus & Sakissian, ۱۹۸۶) عوامل زمینه‌ای عامل زمان، تجارب (Florek, ۲۰۱۱; Hernandez et al., ۲۰۰۷) و عوامل فعالیتی و تعاملی اشاره کرد (Relph, ۱۹۷۶: ۳۳). (بر این اساس مؤلفه‌ها و شاخص‌های مهم در دل‌بستگی به مکان را می‌توان به صورت نمودار ۱ نشان داد.



تصویر ۱- عوامل موثر دل بستگی مکان_ مأخذ نگارنده

۳-۱- هویت مکان و عوامل شکل دهنده آن

نظریه هویت مکانی برای نخستین بار توسط پرو شانسکی و جمعی از همکارانش با طرح مسئله رابطه شهر و شخصیت، مطرح گردید. طبق این نظریه فضاهای تجربه شده بخشی از هویت مکانی را به دست می دهند که شخص طی زمان برای خود قائل می گردد. (رضا زاده ۱۳۸۰). هویت مکان یک زمینه میان رشته ای از روانشناسی محیط بوده و تمرکز آن بر رابطه ی بین افراد و محیط از زوایای مختلف می باشد. " حس دل بستگی به مکان " به عنوان احساساتی که ما را به سمت مکان هایی که آشنا به نظر می آیند و فضایی که به آن ها حس تعلق داریم تعریف شده است (Gifford, ۲۰۰۲). برخی محققان، ابعاد هویتی متصل به مکان را " هویت مکان " تعریف می نمایند. این اصطلاح از اواخر دهه هفتاد مورد استفاده می باشد (Proshansky, ۱۹۷۸). هویت مکان به عنوان تلفیق مکان یک فرد با تصویر ذهنی آن فرد از خود توصیف شده است (Proshansky, Fabian and Kaminoff, ۱۹۸۳). آنها هویت مکان را مخلوطی از خاطرات، مفاهیم، تفاسیر، ایده ها و احساسات مرتبط در مورد زمینه های فیزیکی خاص و همچنین نوع زمینه ها (۱۹۸۳, p. ۶۰) تعریف نمودند. دل بستگی به مکان بخشی از هویت مکان در نظر گرفته می شود، اما هویت مکان وسیع تر از حس دل بستگی می باشد. هویت مکان یک زیرساخت از هویت شخصی مانند جنسیت و طبقه اجتماعی است و



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

دربدارنده ی ادراک محیط می باشد. ادراک را می توان به دو دسته طبقه بندی نمود، یک نوع متشکل از خاطرات، افکار، ارزش ها و زمینه، و نوع دوم رابطه میان زمینه های مختلف (خانه، مدرسه، محله) می باشد (Proshansky & Fabian, ۱۹۸۷). هویت و هویت مکان به مثابه کودکان که تفاوت خود را با انسان های اطرافشان درمی یابند توسعه می یابد، و همین طور نیز هویت مکان به مانند کودکانی که یاد می گیرند خود را از محیط اطرافشان متمایز سازند رشد می کند. از میان تعیین کننده های هویت کودک، اولین تجارب او مانند اسباب بازی هایش، لباس هایش و اتاقش، تعیین کننده هویت او هستند. خانه محیطی با اهمیت اولیه است و محله و مدرسه بعد از آن قرار می گیرند. در اینجا مهارت های اجتماعی و محیطی و روابط یاد گرفته می شوند و نگاه کودک که از آن به بعد با آن مکان ها را می شناسد، ارزیابی می کند و ایجاد می نماید شکل می گیرد. تغییر هویت مکان در طول زندگی یک فرد روی می دهد (Proshansky & Fabian, ۱۹۸۷). در شکل گیری هویت مکانی دو مرحله وجود دارد؛ در مرحله نخست فرد محیط را شناسایی می کند که هویت مکان نامیده می شود در مرحله دوم فرآیند پیوند روانی با مکان صورت می گیرد و به شکل هویت مکانی تداوم می یابد (رضا زاده. ۱۳۸۰، ۶). دیدگاه لینچ یعنی حدی که شخص می تواند یک مکان را به عنوان مکان متمایزی از سایر مکانها شناخته و یا، بازنمایی نماید بطوری که شخصیتی مشخص، بی نظیر، یا حداقل مخصوص به خود را دارا شود. بسیاری تجربه مکان را نشأت گرفته از نحوه ارتباط بین شخص و محیط می دانند. پس شناخت مکان در لحظه حضور در آن صورت می گیرد که ساختار کالبدی با خصوصیاتش، تجارب فرد از مکان، خاطره ها و احساس های وابسته به مکان را برای وی زنده می کند و شناخت ما از مکان را ممکن می سازد. خصوصیات مکان در بافت های تاریخی که ما را به سوی درک هویت مکان رهنمون می سازد، به صورت سیما و چشم انداز، نظم فضایی، رویداد، خاطره، جهت گیری و یگانه پنداری قابل تفکیک است. اگر هر یک از این وجوه در مکان حضور نداشته باشد، وضوح و روشنی برای شهود ناظر از میان خواهد رفت و معنایی از پس این مکان به او متبادر نخواهد شد (پور جعفری دیگران، ۱۳۹۰: ۳ هنر و معماری). از طرفی ادبیات مربوط به هویت مکان که چرا مکان ها برای مردم مهم هستند و چگونه پیکره و سیما می تواند ابزاری برای ساخت مکان باشد، پس شناخت مکان در لحظه حضور در آن صورت می گیرد که ساختار کالبدی با خصوصیاتش، تجارب ما از مکان، خاطره ها و احساس وابسته به مکان را برای ما زنده می کند و شناخت ما از مکان را بیشتر میکند. هویت مکان به صورت سیما و چشم انداز، احساسات فردی، ابعاد اجتماعی، زمان و خاطرات قابل تفکیک است که اگر هر یک از این ها در مکان وجود نداشته باشد وضوح و روشنی مکان از بین خواهد رفت. ((در تعریف پروشانسکی، هویت مکانی مجموعه ای از شناخت هایی است که فرد نسبت به محیط کالبدی زندگی اش به دست آورده است؛ شامل خاطرات، ایده ها، احساس ها، نظرها، ارزش ها، معناها و تجربه هایی که به محیط کالبدی زندگی روزمره اش مربوط می شود. پروشانسکی تعبیر شناخت محیط مبنا را برای این نوع شناخت به کار می برد (Proshansky, ۱۹۸۳: ۵۹). روانشناسان محیطی محیط کالبدی را از دو طریق در ارتباط با مفهوم « هویت » مطرح کرده اند: از طریق مفهوم «این همانی مکان» و مفهوم «هویت مکانی» (Twigger-Ross, ۱۹۹۶: ۲۰۵) «این همانی با مکان» نیز عمدتاً در ارتباط با هویت اجتماعی مورد توجه قرار می گیرد. هویت اجتماعی به معنای هویتی است که از عضویت در گروهی اجتماعی ناشی می شود این «همانی با مکان» به معنای هویت ناشی از عضویت در گروهی است که مشخصه مکانی (محل مشخص) دارد. برای مثال فرد خود را عضوی از تهرانی ها، شمیرانی ها و... می داند. اما مفهوم « هویت مکانی » بر این امر دلالت دارد که خود مکان، گذشته از گروه اجتماعی، در فرایند شکل گیری هویت فرد نقش دارد. مکان ها همواره بخشی از « خود » فرد هستند؛ چه در وضعیت تعادل و چه عدم تعادل. مفهوم «هویت مکانی» را پروشانسکی (۱۹۸۳، ۱۹۸۷) مطرح کرده است. او جنبه هایی از هویت فرد را که به مکان مربوط می شود هویت مکانی می نامد. از



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

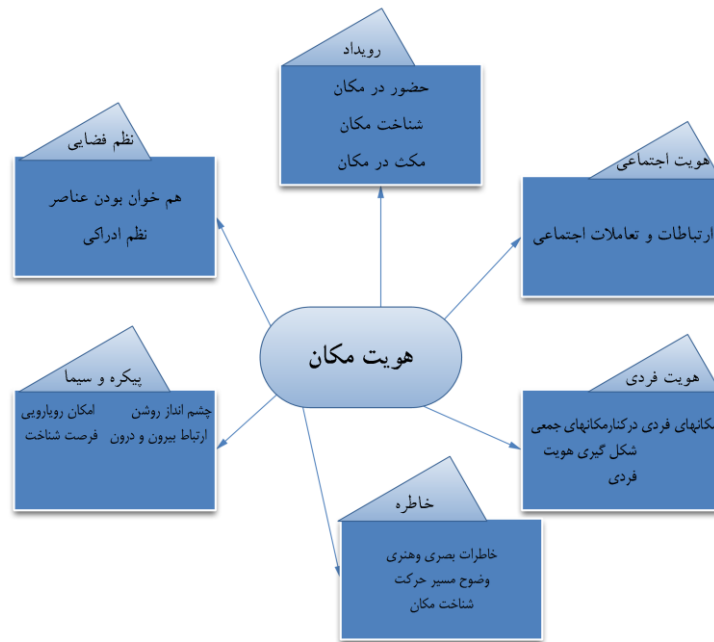
ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

نقطه نظر «دانشپور»، «سپهری مقدم» و «چرخچیان» هویت مکان، در قالب وابستگی و دلبستگی فرد و منتج از تعاملات عملکردی، عاطفی و شناختی به صورت آگاهانه و ناآگاهانه و در بستر زمان، پی ریزی میشود. از این رو و در ارتباط با شکل گیری هویت مکان در توسعه شهری جدید، میتوان بر چارچوب فرآیند اجتماعی و روانشناختی که میان فرد و مکان پدید آمده و تبدیل شدن فضا به مکانی خاص برای افراد و گروهها که نتیجه آن است متمرکز شد. این چنین، دو عنصر انسان و مکان از طریق عنصر سوم یعنی تعامل، وارد یک فرآیند میگردند که در آن، عامل چهارم یا زمان نیز قابل طرح است. بنابراین عامل زمان یا به عبارت دیگر مدت زمان سکونت، دارای ارتباطی قابل توجه با فرآیند یادشده است (دانشپور، سپهری مقدم ۳۷-۴۵، ۲۰۱۱). در پژوهش «رولرو» و «دی پیکولی»، هویت مکان مرتبط با دلبستگی و بعدی شناختی _ ادراکی و نیز احساسی مبنی بر دریافت خود به عنوان عضوی از یک فضای فیزیکی، تلقی میگردد. مشارکت (فعالیت)، ارتباطات اجتماعی و ارزیابی سکونتی از جمله معیارهای قابل توجه در این زمینه هستند. با چنین نظرگاهی، این پژوهش گویای آن است که مدت زمان سکونت، تأثیری ویژه بر شکل گیری هویت مکان دارد. بالاترین امتیازات مربوط به احراز و تشخیص هویت مکان، به ساکنان با مدت زمان سکونت بالا، اختصاص دارد. این به آن معناست که تداوم و پایداری سکونت، ارتقای هویت مکان را به دنبال دارد. این در حالی است که بر اساس نتایج تکمیلی، مدت زمان سکونت به صورت غیرمستقیم و به واسطه تأثیرگذاری بر ارتباطات اجتماعی و پی ریزی گروهها و پیوستگی های محلی، با دلبستگی به مکان نیز مرتبط و دارای همبستگی است (Rollero and De Piccoli, ۲۰۱۰, ۱۹۸-۲۰۴).

هویت مکان از نقطه نظر ساکنان با مدت زمان سکونت بالا در مقابل ساکنان با مدت زمان سکونت کم، متفاوت بوده و عمدتاً بر اساس ارتباطات و پیوندهای اجتماعی در مقابل کیفیتهای محیطی، پایه گذاری میشود. این در حالی است که سازگاری، ارتباطات اجتماعی، دلبستگی، ریشه داری، قدردانی، رضایتمندی و تشخیص، از جمله معیارهای مهم در این زمینه هستند (Soini, Vaarala and Pouta, ۲۰۱۲, ۱۲۵-۱۳۱).

هویت مکان به عنوان یکی از راههای ارتباط بین انسان و مکان، بیشتر متوجه ارضای ذهنی و عاطفی بشر است تا نیازهایی که مستقیماً با جسم او در ارتباط باشند. هویت مکان از ارزش های فردی و جمعی نشات میگیرد و با گذر زمان، عمق، گسترش و تغییر می یابد (Relph, ۱۹۷۶). شولتز مطالعه مکان را مطالعه رویدادها و حوادثی که در آن اتفاق می افتد، میدانند و معتقد است که مجموعهای از رخدادها، شکلها، رنگها و بافتها شخصیت یک مکان یا هویت آن را شکل میدهد. او ارتباطی بین معماری، مکان و هویت فرهنگی برقرار می کند و معتقد است تجربه مکان تجربه معنای مکان است (Norberg_schulz, ۱۹۸۱).

بسیاری تجربه مکان را از نحوه ارتباط بین شخص و محیط نشأت گرفته می دانند. پس شناخت یک مکان در لحظه حضور در آن صورت می گیرد که ساختار کالبدی با ویژگی هایش، تجارب ما از مکان، خاطرات و احساسات وابسته به مکان را زنده می کند و شناخت از مکان را ممکن می سازد. ویژگی های مکان که ما را به سوی درک هویت مکان رهنمون می سازد، به صورت سیما و چشم انداز، نظم-فضایی، رویداد، خاطره، جهت گیری و یگانه پنداری قابل تفکیک است. اگرهیک از این وجوه در مکان حضور نداشته باشد، وضوح و روشنی مکان برای شهود ناظر از میان خواهد رفت و معنایی از پس این مکان متبادر نخواهد شد.



تصویر ۲- عوامل شکل دهنده به هویت مکانی در مکان های باز (نگارندگان)

۲- چارچوب نظری پژوهش

آنچه تا کنون مورد بررسی قرار گرفت، ارائه مدل های مختلف پیرامون دل بستگی مکان و هویت مکان و عوامل تأثیر گذار بر این مفاهیم بود. جهت استخراج مدل نظری پژوهش، ابتدا در جدول ۱، معیارهای سنجش دل بستگی مکان و هویت به مکان مورد قیاس تطبیقی قرار گرفت. در این راستا عوامل هشت گانه دل بستگی به مکان با مجموعه عوامل شش گانه هویت مکان با یکدیگر تجمیع شده و در نهایت ۵ عامل استخراج گردید که مدل نظری پژوهش را شکل می دهد. (تصویر ۳) به این ترتیب که "عامل کالبدی" از دل بستگی مکان با عوامل "پیکره و سیما" و "نظم فضایی" از هویت مکانی تحت عنوان «عوامل پیکره و کالبد» دسته بندی شدند؛ «عوامل فرهنگی، اجتماعی و فعالیتی» از دل بستگی مکان با عامل "هویت اجتماعی" از هویت مکانی تحت عنوان «عوامل اجتماعی محیط» تبیین شدند؛ عامل "خاطرات" از دل بستگی مکان با عوامل "خاطره" از هویت مکان به عنوان عوامل «خاطره انگیزی» دسته بندی شدند. دو عامل "رضایتمندی از مکان" و "ویژگی های فردی" از دل بستگی مکان با عوامل "هویت فردی" تحت عنوان «احساسات فردی» تبیین شدند. و در نهایت عامل "زمان" از دل بستگی مکان با عامل "رویدادها" از هویت مکان تحت عنوان «عوامل زمان و رویداد» دسته بندی شدند. بنابراین از مجموع عوامل تأثیر گذار بر دل بستگی مکان و هویت مکان، پنج عامل شامل



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

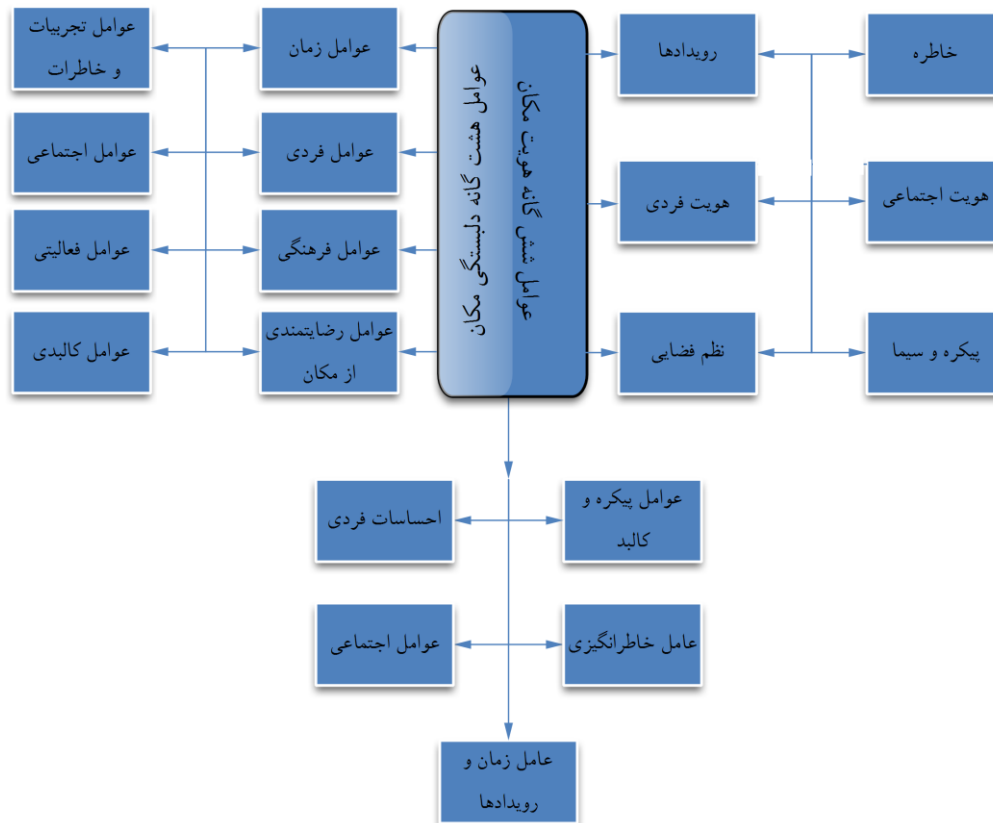


ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

عوامل «پیکره و کالبد»، «عوامل اجتماعی محیط»، «خاطره انگیزی»، «زمان و رویداد ها» و «احساسات فردی» به عنوان مدل نظری پژوهش استخراج شد.

جدول ۱- استخراج چارچوب نظری پنج گانه پژوهش از مجموعه عوامل موثر در دل بستگی مکان و هویت مکان

مدل پژوهش	هویت مکان	دلبستگی مکان		
عوامل پیکره و کالبد		⊗	عوامل کالبدی	۱
	⊗		پیکره و سیما	۲
	⊗		نظم فضایی	۳
عوامل اجتماعی		⊗	فرهنگی	۴
	⊗	⊗	اجتماعی	۵
		⊗	فعالیتی و تعاملی	۶
عوامل خاطرات و رویداد	⊗	⊗	خاطره	۷
	⊗		رویداد	۸
عامل احساسات فردی		⊗	رضایتمندی از مکان	۹
	⊗	⊗	فردی	۱۰
عامل زمان		⊗	زمان	۱۱



تصویر ۳- چارچوب نظری پژوهش

۳- روش تحقیق

پیش از آن که به تبیین روش تحقیق پرداخته شود، ضروری است مختصری پیرامون معرفی نمونه موردی پژوهش مطرح گردد. باغ ارم شیراز واقع در خیابان ارم شیراز است. تاریخ ساخت و بنیان گذار اولیه این باغ، به درستی مشخص نیست؛ ولی توصیف‌هایی از آن در سفرنامه‌های متعلق به قرن دهم و یازدهم هجری آمده است. این باغ در روزگار سلجوقیان و آل اینجو پا برجای مانده است. در زمان زندیه هم کریم‌خان زند در سازندگی و بهسازی این باغ کوشید. در زمان قاجاریه این باغ به مدت ۷۵ سال به دست سران ایل قشقایی افتاد. در این زمان عمارتی در این باغ ساخته شد. اما در زمان سلطنت ناصرالدین شاه قاجار عمارتی دیگر توسط حسین علی خان نصیرالملک پی ریزی شد که با مرگ وی خواهر زاده او ابولقاسم خان نصیرالملک امور باغ ارم را به دست گرفت و عمارت نیمه کاره را تکمیل کرد. این عمارت تا کنون پابرجاست. این باغ تنوع گیاهی بسیار بالایی دارد و گیاهان بسیاری از اقصا نقاط جهان در آن کاشته شده است؛ به شکلی که باغ در قالب یک نمایشگاه از انواع گل‌ها و گیاهان درآمدناست. در حال حاضر این



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

باغ در اختیار دانشگاه شیراز است؛ باغ گیاه‌شناسی آن در اختیار دانشکده کشاورزی و ساختمان باغ در اختیار دانشکده حقوق قرار دارد. در تاریخ ۶ تیرماه ۱۳۹۰ در سی‌وپنجمین اجلاس کمیته میراث جهانی یونسکو باغ ارم شیراز در فهرست میراث جهانی ثبت گردید. (تصاویر ۴ و ۵).



تصویر ۵- باغ ارم (عمارت)



تصویر ۴- باغ ارم (محوطه)

شیوه گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر، استفاده از پرسشنامه بسته و باز در قالب مصاحبه بود. که پرسشنامه شامل ۸ سؤال در ارتباط با سنجش هویت مکان و ۸ سؤال به منظور سنجش میزان دل‌بستگی افراد به مکان مورد نظر و پرسشنامه باز متشکل از یک سؤال بود که در آن انگیزه حضور افراد در باغ مورد پرسش قرار گرفت، تجزیه و تحلیل داده‌ها در بعد کمی با استفاده از نرم افزار SPSS انجام گرفت و در بعد کیفی از روش تحلیل محتوا استفاده گردید.

در ارتباط با جامعه آماری نیز با استناد به فرمول کوکران، تعداد ۱۶۸ پرسشنامه در بین جامعه آماری متشکل از بازدیدکنندگان طیف‌های مختلف سنی، جنسیتی، اجتماعی و منتشر گردید. پرسشنامه‌های مذکور به انضمام سؤالات مربوط به استخراج اطلاعات دموگرافیک جامعه آماری، متشکل از ۲۲ سؤال بود که در طیف پنج‌گانه لیکرت طراحی شد.

۵- داده‌های پژوهش و بررسی فرضیات

فرضیه اصلی این پژوهش که به نوعی هدف اصلی مقاله نیز به شمار می‌آید یافتن رابطه میان دل‌بستگی مکان و هویت مکان است. در قالب این هدف، فرضیه شماره ۱ در جدول شماره ۲ آورده شده است. ، به منظور تحلیل این فرضیه، پنج عامل چارچوب نظری (کالبدی، اجتماعی، خاطرات و احساسات و زمان) به صورت جداگانه در ارتباط با دل‌بستگی و هویت، مورد سنجش قرار گرفتند که این امر در قالب پنج فرضیه دو بخشی صورت پذیرفت که در جدول شماره (۳) نشان داده شده است. و برای عامل زمان گزینه تعداد بازدید از باغ مورد بررسی قرار گرفته که از تحلیل واریانس F استفاده گردیده است که در قالب فرضیه ۲ بخشی در جدول ۴ آورده شده است.

ردیف	فرضیه	آزمون همبستگی (پیرسون)	سطح معنی داری (sig)	رد یا تایید فرضیه



فرضیه ۱	میان دل‌بستگی مکان و هویت مکان رابطه معنی داری وجود دارد	+۰/۶۶۶	۰/۰۰۰۱	رد فرض H ₀ و تایید فرض H ₁
---------	--	--------	--------	--

جدول ۲- بررسی آزمون پیرسون و سطح معناداری عوامل ۵ گانه در دل‌بستگی و هویت مکان

ردیف	فرضیه	آزمون همبستگی (پیرسون)	سطح معنی داری (sig)	رد یا تایید فرضیه
فرضیه ۲	الف	+۰/۵۴۹	۰/۰۰۰۱	رد فرض H ₀ و تایید فرض H ₁
	ب	+۰/۶۱۵	۰/۰۰۰۱	رد فرض H ₀ و تایید فرض H ₁
فرضیه ۳	الف	+۰/۵۷۴	۰/۰۰۰۱	رد فرض H ₀ و تایید فرض H ₁
	ب	+۰/۴۶۲	۰/۰۰۰۱	رد فرض H ₀ و تایید فرض H ₁
فرضیه ۴	الف	+۰/۷۰۲	۰/۰۰۰۱	رد فرض H ₀ و تایید فرض H ₁
	ب	+۰/۶۲۷	۰/۰۰۰۱	رد فرض H ₀ و تایید فرض H ₁
فرضیه ۵	الف	+۰/۶۳۱	۰/۰۰۰۱	رد فرض H ₀ و تایید فرض H ₁
	ب	+۰/۶۳۰	۰/۰۰۰۱	رد فرض H ₀ و تایید فرض H ₁
	الف	۰/۷۸۲	۰/۰۰۰۱	رد فرض H ₀ و تایید فرض H ₁



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

			معنی داری و جود دارد		
فرض یه ۶	ب	میان عوامل زمان و رویداد و دل بستگی مکان رابطه معنی داری و جود دارد	۰/۷۴۷	۰/۰۰۰۱	رد فرض H ₀ و تایید فرض H ₁

جدول ۳- بررسی آزمون پیروسون و سطح معناداری عوامل در دل بستگی و هویت مکان به صورت تک تک

در ذیل به بررسی فرضیات به صورت جداگانه پرداخته می شود

فرضیه شماره ۱: در این فرضیه رابطه همبستگی میان دو مفهوم کلی دل بستگی به مکان و هویت مکان مورد بررسی قرار گرفته است. با توجه به داده های به دست آمده از آزمون همبستگی پیروسون، سطح معناداری در این ارتباط مقدار ۰/۰۰۰۱ به دست آمده است که با توجه به کوچکتر بودن این مقدار از ۰/۰۵ معنی دار بودن این ارتباط به اثبات رسیده است. از طرفی با مشاهده مقدار ضریب همبستگی در این آزمون معادل ۰/۶۶۶ این اصل استنباط می شود که میان این دو مفهوم ارتباط معناداری نسبتاً قوی وجود دارد. لذا فرضیه ۱ با سطح اطمینان به نسبتاً زیادی مورد تأیید قرار می گیرد. به بیانی دیگر، میان دو مفهوم دل بستگی به مکان و هویت مکانی، ارتباط معنا داری قوی وجود دارد.

فرضیه شماره ۲

این فرضیه در دو سطح به بررسی تاثیر عامل پیکره و کالبد محیط بر شکل گیری دو مفهوم دل بستگی به مکان و هویت مکان می پردازد. با توجه به داده های به دست آمده سطح معنا داری در ارتباط با هر دو متغیر به مقدار ۰/۰۰۰۱ به دست آمده است که این امر نشان از وجود ارتباط معنی داری میان پیکره و سیما محیط و هر کدام از مفاهیم هویت مکان و دل بستگی مکان دارد و از طرفی با بررسی میزان همبستگی میان این متغیرها مشاهده می شود که ضریب همبستگی عامل پیکره و کالبد محیط با شکل گیری احساس دل بستگی به آن مکان مقدار ۰/۵۴۹+ و ضریب همبستگی میان همین عامل و احساس هویت در مکان، مقدار ۰/۶۱۵ حاصل شده است. لذا میتوان چنین پنداشت که ضمن تأیید وجود ارتباط معنی دار میان عامل پیکره و کالبد محیط و شکل گیری احساس دل بستگی و هویت در افراد، این عامل در هویت مند ساختن فضا برای افراد، تأثیر بیشتری نسبت به شکل گیری احساس دل بستگی به مکان داشته است. به بیان دیگر افراد در تعامل با پیکره و کالبد باغ، بیش از آنکه احساس دل بستگی کنند، آن را بخشی از هویت خویش می دانند.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

فرضیه شماره ۳

این فرضیه به بررسی ساختار اجتماعی محیط و تأثیر آن بر شکل گیری احساس دلبستگی و هویت افراد به صورت جداگانه می پردازد. همانگونه که مشاهده می شود، سطح معناداری در هر دو مورد معادل $0/0001$ بدست آمده است که این امر نشان از وجود ارتباط نسبتاً قوی میان بعد اجتماعی محیط و این دو متغیر دارد. از طرفی مشاهده ضریب همبستگی میان آن ها این نکته را نمایان می سازد که جو اجتماعی محیط، با ضریب همبستگی $0/574$ تأثیر بیشتری بر روی شکل گیری دلبستگی به مکان نسبت به احساس هویت مندی آن با ضریب همبستگی $0/462$ داشته است. به بیانی دیگر، جو اجتماعی و ویژگی های اجتماعی افراد در باغ پیش از آنکه باعث شکل گیری احساس هویت نسبت به باغ شود، باعث شکل گیری احساس دلبستگی به آن مکان می شود.

فرضیه شماره ۴

این فرضیه به بررسی تأثیر خاطرات مختلف افراد در مکان بر هویت مندی و نیز شکل گیری دلبستگی به آن مکان می پردازد. داده های به دست آمده نشان از وجود رابطه معنادار میان این متغیر و هویت مکان و دلبستگی دارد. سطح معناداری در هر دو مورد معادل $0/0001$ بدست آمده است که این امر نشان از وجود ارتباط نسبتاً قوی میان بعد خاطرات محیط و این دو متغیر دارد. از طرفی مشاهده ضریب همبستگی میان آن ها این نکته را نمایان می سازد که تأثیر خاطرات افراد در محیط بر شکل گیری احساس دلبستگی آن ها با ضریب همبستگی $0/702$ تأثیر بیشتری نسبت به شکل گیری احساس هویت با ضریب همبستگی $0/607$ دارد. به بیانی دیگر، خاطرات افراد در باغ پیش از آنکه باعث شکل گیری احساس هویت نسبت به باغ شود، باعث شکل گیری احساس دلبستگی به آن مکان می شود.

فرضیه شماره ۵

این فرضیه بررسی احساسات فردی افراد بر میزان شکل گیری دلبستگی آن ها به مکان و نیز احساس هویت آن ها نسبت به آن مکان می پردازد. سطح معناداری در هر دو مورد معادل $0/0001$ بدست آمده است که این امر نشان از وجود ارتباط نسبتاً قوی میان بعد احساسات فردی و این دو متغیر دارد. از طرفی مشاهده ضریب همبستگی میان آن ها این نکته را نمایان می سازد که احساسات فردی افراد با ضریب همبستگی $0/631$ تأثیر بیشتری بر روی شکل گیری دلبستگی به مکان نسبت به هویت مندی آن ها با ضریب همبستگی $0/630$ داشته است. به بیانی دیگر، نوع احساسات افراد در باغ پیش از آنکه باعث شکل گیری احساس هویت نسبت به باغ شود، باعث شکل گیری احساس دلبستگی به آن مکان می شود.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

فرضیه شماره ۶

این فرضیه به بررسی تاثیر عامل زمان بر شکل گیری دلبستگی و هویت افراد نسبت به مکان می پردازد که در آن تعداد دفعات حضور افراد در طول سال مبنای سنجش قرار گرفته است. با توجه به ماهیت این متغیر به منظور سنجش این فرضیه از آزمون تحلیل واریانس (F) استفاده گردید که داده های آن در جدول شماره (۴) آورده شده است.

جدول ۴- آزمون تحلیل واریانس F عامل زمان در دلبستگی و هویت مکان

متغیر مستقل	متغیر وابسته	میانگین اکتسابی گروهها	F	سطح معناداری	اتا	مربعات اتا	رد یا تایید فرضیه
زمان	هویت	کمتر از ۲ بار در سال	۶۵/۸۵	۰/۰۰۰۱	۰/۷۸۶	۰/۶۱۸	ردفرض H_0 و تایید فرض H_1
		۲ تا ۳ بار در سال					
		۴ تا ۶ بار در سال					
		۷ تا ۱۰ بار در سال					
		بیشتر از ده بار در سال					
زمان	دلبستگی	کمتر از ۲ بار در سال	۵۱/۷۰	۰/۰۰۰۱	۰/۷۴۸	۰/۵۵۹	ردفرض H_0 و تایید فرض H_1
		۲ تا ۳ بار در سال					
		۴ تا ۶ بار در سال					
		۷ تا ۱۰ بار در سال					
		بیشتر از ده بار در سال					

۶ الف: در آزمون تحلیل واریانس F نیز چون مقدار sig در جدول ANOVA بزرگتر از ۰/۰۵ می باشد (یعنی: ۰/۰۰۰۱) بنابراین این فرضیه فوق رد می شود و می توان نتیجه گرفت که بین عامل زمان و دلبستگی مکان رابطه معناداری وجود دارد. میزان ضریب اتا Eta در جدول اتا برابر با ۰/۷۴۷ است که شدت بالایی را از رابطه بین دو متغیر گزارش می کند. و میزان Eta squared نیز



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

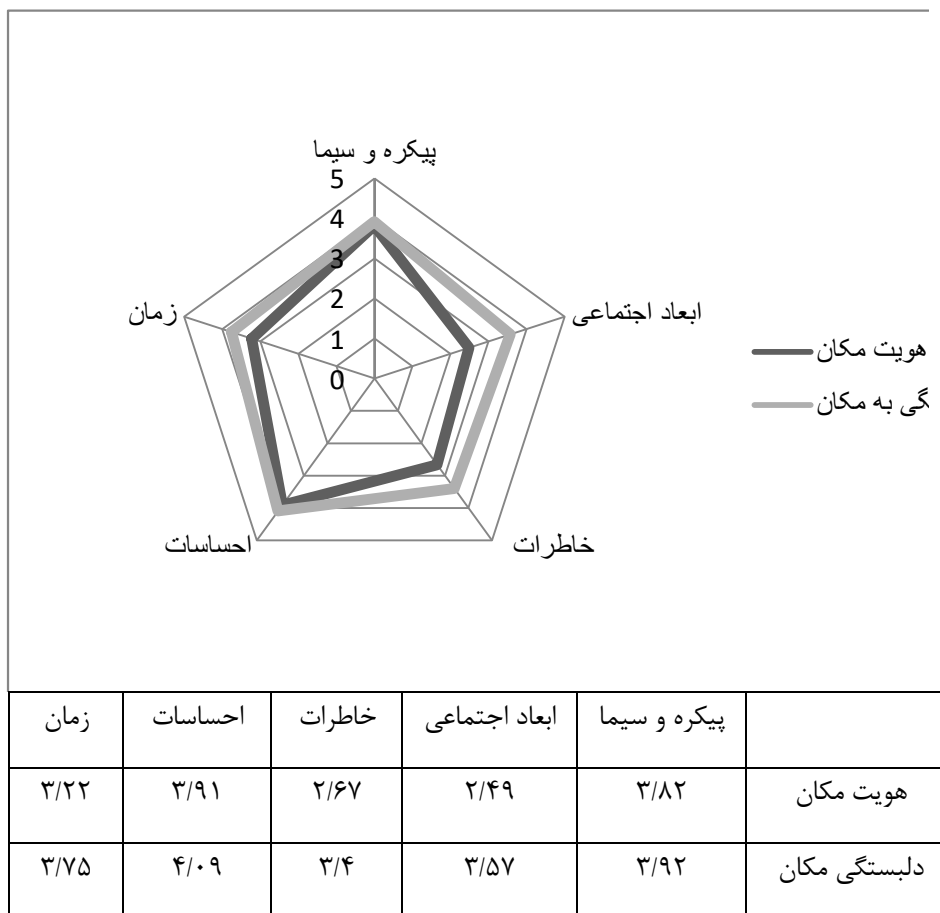
ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

بیانگر این است که ۰/۵۵۹ پنجاه و شش درصد از واریانس متغیر وابسته، توسط واریانس متغیر مستقل تبیین می شود. میانگین های اکتسابی در میزان مراجعه و عامل زمان بر دل بستگی می بینیم که: کمتر از ۲ بار در سال=۲/۷۹؛ ۲ تا ۳ بار در سال=۲/۵۱؛ ۴ تا ۶ بار در سال=۳/۸۸؛ ۷ تا ۱۰ بار در سال=۴/۳۱ و بالاتر از ۱۰ بار در سال=۴/۹۶. بنابراین هرچه تعداد مراجعات به باغ ارم بیشتر شده است میانگین های دل بستگی به مکان نیز افزایش یافته است.

۶ب: با توجه به آزمون فوق چون مقدار sig در جدول ANOVA بزرگتر از ۰/۰۵ می باشد (یعنی: ۰/۰۰۰۱) بنابر این فرضیه فوق رد می شود و می توان نتیجه گرفت که بین عامل زمان و هویت رابطه معناداری وجود دارد. میزان ضریب اتا Eta در جدول اتا برابر با ۰/۷۸۶ است که شدت متوسط و روبه بالایی را از رابطه بین دو متغیر گزارش می کند. و میزان Eta squared نیز بیانگر این است که ۰/۶۱۸ شصت و دو درصد از واریانس متغیر وابسته، توسط واریانس متغیر مستقل تبیین می شود. عبارتی می توان گفت که عامل زمان یکی از عوامل اصلی است که به میزان ۰/۶۱۸ بر هویتمندی افراد در باغ ارم تاثیر گذار است. میان اتا و مربعات اتا تاثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته را می سنجد و می توان ارزیابی نمود که متغیر وابسته ما تا چه اندازه تحت تاثیر متغیر مستقل است. در میانگین های اکتسابی در میزان مراجعه و عامل زمان بر هویت می بینیم که: کمتر از ۲ بار در سال=۲/۴۳؛ ۲ تا ۳ بار در سال=۲/۹۹؛ ۴ تا ۶ بار در سال=۳/۱۳؛ ۷ تا ۱۰ بار در سال=۳/۷۶ و بالاتر از ۱۰ بار در سال=۴/۵۸. بنابراین هرچه تعداد مراجعات به باغ ارم بیشتر شده است میانگین های هویت مکان نیز افزایش یافته است.

۶ - بحث:

آنچه از تحلیل و تفسیرهای فرضیات فوق بر می آید آن است که میان دو متغیر اصلی دل بستگی مکان و هویت مکان رابطه معنا دار قوی وجود دارد. همانگونه که از ادبیات نیز اشاره گردید، دل بستگی به مکان در اصل، پیوند عاطفی بین فرد و یک مکان خاص است (Hernandez et al., ۲۰۰۷; Hidalgo & Hernandez, ۲۰۰۱). این پیوند برای افراد، عمدتاً ابتدایی در نظر گرفته می شود زیرا به خرده هویتی می انجامد (Hernandez et al., ۲۰۰۷; Lalli, ۱۹۹۲) که آن را هویت مکان نیز می نامند (Proshansky et al., ۱۹۸۳) که بخش مهمی از هویت کلی فرد است. همانگونه که پیش از این مطرح گردید، در این پژوهش عوامل پنج گانه چارچوب نظری بر احساس هویت و دل بستگی افراد به صورت جداگانه مورد سنجش قرار گرفت و داده های به دست آمده نشان داد که میان دل بستگی مکان و هویت مکان رابطه معنا داری وجود دارد، دل بستگی و اشتیاق به مکان باعث تمایل بیشتر به آن مکان و تمایز و تفاوت آن با مکان های دیگر و تقویت و شکل گیری هویت مکان می شود این بدان معنی است که هویت مکان در طول و ادامه به دل بستگی مکان حادث می گردد (فرضیه ۱).



تصویر ۶- بررسی تاثیر عوامل ۵ گانه در دلبستگی و هویت مکان

همانگونه که در نمودار فوق نمایان است، به طور کلی تمام شاخص های پنج گانه مربوط به چارچوب نظری تحقیق، در ارتباط با احساس دلبستگی افراد نسبت به باغ ارم، دارای مقداری بیشتری نسبت به مقادیر مربوط به هویت مکان است. به این معنی که در کل احساس دلبستگی افراد نسبت به باغ ارم بیشتر از احساس هویت مندی آنان فضای برای افراد است، همچنین از نمودار فوق چنین بر می آید که عامل پیکره و سیما بیشترین تأثیری را هم برای دلبستگی افراد و هم بر روی احساس هویت آنها نسبت به مکان مورد نظر دارد. پوشش گاهی خاص این باغ و نیز شکل و سیمای منحصر به فرد این باغ نسبت به سایر باغات موجود در شیراز از جمله مواردی بود که افراد در مصاحبه خود در این خصوص اذعان داشتند. عامل احساسات فردی افراد، دئمین تأثیر را بر شکل گیری احساس دلبستگی افراد نیز احساس هویت مندی آنها نسبت به باغ ارم داشته است. احساساتی چون "آرامش"، "امنیت" و "نشاط" و "سر زندگی" از جمله مواردی بود که افراد در مصاحبه های خود در ارتباط با تبیین احساس دلبستگی شان به مکان تبیین نمودند و در مقابل، احساساتی چون "تفاخر"، "مباحث" در ریشه داری و "شکوه" از جمله مواردی بودند

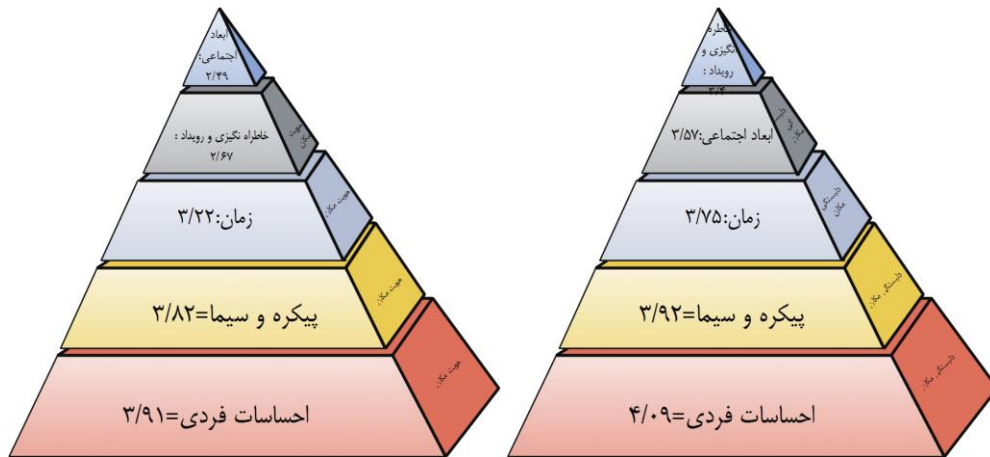


ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر



ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

که افراد در ارتباط تبیین احساس هویت مندی فضای باغ ارم ابزاری داشتند. یافته های پژوهش همچنین نشان داد که عامل زمان در مسؤلین رده از مجموعه عوامل تأثیر گذار بر شکل گیری احساس هویت مندی افراد و نیز احساس دل بستگی آنها نسبت به باغ ارم بوده است ، همانگونه که پیش از این نیز مطرح گردید ، منظور از عامل زمان ، تعداد دفعات مراجعه افراد در طول سال و نیز مدت زمان حضور آنها در طول هربار مراجعه است. مصاحبه های انجام گرفته از افراد نشان می داده که عموماً افرادی که نسبت به باغ هم احساس دل بستگی و هم هویت مندی داشتند ، در طول سال بیش از ۱۰ بار مراجعه داشتند و در هر مراجعه حداقل یک تا دو ساعت حضور را تجربه می کردند . چنین سطح افراد و مکان منجر به شکل گیری تجارب مختلف از مکان هم در ابعاد کالبدی و هم در ابعاد اجتماعی و هم در ابعاد فردی برای آنها می شود که این امر در نهایت بر شکل گیری احساس دل بستگی افراد نسبت به مکان و هم احساس هویت مندی بودن مکان برای آنها تأثیر گذار است. در ارتباط با چهارمین عامل تأثیر گذاری بر دل بستگی مکان و احساس هویت مکانی در باغ ارم ، داده های به دست آمده نشان از وجود یک متفاوت در این دو مفهوم دارند به این تربیت که در ارتباط با دل بستگی افراد به مکان ، عوامل اجتماعی محیط در چهارمین رده قرار گرفته است. این در حالی است که چهارمین عامل تأثیر گذار بر هویت مکان عوامل خاطره انگیزی است. که این دو عامل در پنجمین سطح تأگذاری بر دل بستگی به مکانی نیز به صورت متفاوت از هم ظاهر شده اند. به این معنی که پنجمین عامل تأثیر گذاری بر شکل گیری احساس دل بستگی به مکان ، عامل خاطره انگیزی است . در حالی که در ارتباط با شکل گیری هویت مکانی ، مجموعه عوامل اجتماعی در پنجمین رده از عوامل شکل دهنده آن قرار گرفته است . بررسی های انجام شده از مصاحبه های افراد ، حاکی از آن بود که جو اجتماعی محیط پارک و کنش های مختلفی که افراد در مقابل با یکدیگر در باغ ایجاد کننده درباره ای از موارد ، محدود به زبان خاص و با یک مکان خاص از باغ بوده است و در بسیاری از موارد این مقالات خاص به دفعات محدود شکل گرفته است که همین شکل گیری خاطرات را برای افراد فراهم آورده است . یادآوری این خاطرات برای افراد منجر به شکل گیری احساسی خوشایند برای آنها می شود که این امر از نظر عاطفی منجر به شکل گیری نوعی پیوند با آن مکان می شود که مبین احساس دل بستگی آنها به مکان مورد نظر میگردد. لذا به بیان دیگری می توان چنین پنداشت که مقالات اجتماعی میان اراد در یک محیط زمینه شکل گیری کنش های مختلف افراد در زمان خاص ایجاد نموده که این امر در نهایت منجر به شکل گیری خاطرات برای افراد می شود. لذا دل بستگی به مکان بیش از اینکه تابع خاطرات افراد در مکان باشد، متأثر از نوع کنش هایی است که میان افراد در مکان شکل می گیرد. در مقابل این موضوع نیز قابل ذکر است که جزئیات کنش های میان افراد تابع شرایط زمان و مکان است و لذا با گذشت زمان به فراموشی سپرده می شود ، این در حالی است که خاطراتی که افراد از مکان در ذهن دارند، ماندگاری بیشتری دارند و این امر منجر به شکل گیری تصویر های ذهنی مختلف از مکان در ذهن فرد می شود. بر این اساس می توان چنین پنداشت که خاطرات مختلفی که افراد از یک مکان دارند ، با گذشت زمان تبدیل به تصویر های ذهنی افراد از آن مکان می شود که این امر در نهایت منجر به شکل گیری احساس متعلق در سطح بسیار عمیق و در نتیجه احساس ریشه داری و یا به عبارتی هویت مندی نسبت به مکان می گردد.



تصویر ۹- ترتیب تاثیرگذاری ۵ عامل در دل‌بستگی مکان

تصویر ۱۰- ترتیب تاثیرگذاری ۵ عامل در هویت مکان

نتیجه گیری

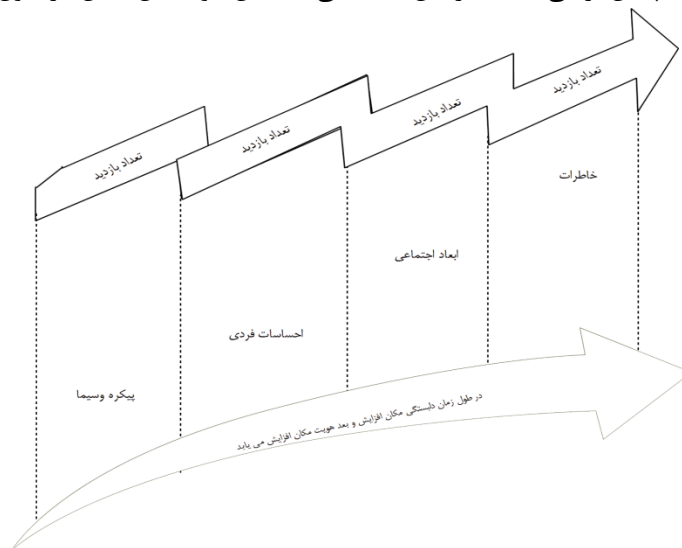
آنچه از تحلیل و تفسیرهای فرضیات فوق حاصل می شود آن است که میان دو متغیر اصلی دل‌بستگی مکان و هویت مکان رابطه معنا دار قوی وجود دارد. همانگونه که از ادبیات نیز بر می آید دل‌بستگی به مکان نوعی ارتباط عاطفی مثبت به یک مکان است. این امر مبتنی بر تجارب قبلی زندگی، احساسات فردی، اجتماعی و مدت زمان ارتباط با مکان است. از طرفی ادبیات مربوط به هویت مکان، بر شناخت هر مکان از لحظه حضور در آن مکان تأکید دارد که ساختار کالبدی آن، تجربه های فردی از مکان، احساس های وابسته به آن از عوامل مؤثر بر آن به شمار می رود و شناخت وی از مکان را ممکن می سازد. خصوصیات مکان که فرد را به سوی دل‌بستگی مکان رهنمون می سازد، به صورت عوامل کالبدی، اجتماعی، احساسی، خاطرات و زمان است و در هویت مکان به صورت سیما و چشم انداز، نظم فضایی، رویداد، خاطره و زمان قابل تفکیک است که اگر چنانچه هر یک از این ها در مکان وجود نداشته باشد، وضوح و روشنی مکان برای شهود ناظر از میان خواهد رفت. همچنین بر اساس این تعاریف می توان به رابطه میان این دو مفهوم دست یافت. یافته های پژوهش نشان داد ترتیب عوامل احساسات فردی، پیکره و کالبدو زمان در دو مفهوم دل‌بستگی و هویت به مکان تاثیر دارند. داده ها نشان می دهد که عامل خاطرات در دل‌بستگی مکان تاثیر کمتری نسبت به عامل اجتماعی در دل‌بستگی مکان دارد. و عامل خاطرات در هویت مکان تاثیر بیشتری نسبت به عامل اجتماعی دارد. همچنین فرد به هنگام ورود به مکان با روبرو شدن به ظاهر مناسب حس مثبتی پیدا می کند که این احساس به مرور زمان و رفت و آمد دیگران باعث ایجاد خاطرات از آن مکان و افزایش دل‌بستگی به مکان و تاثیر آن بر هویت مکان می باشد. هدف دیگر واصلی این پژوهش بررسی عوامل تاثیرگذار بر دل‌بستگی مکان و هویت مکان و مقایسه تاثیر گذاری هر یک از این عوامل بر این دو می باشد. نتایج حاکی از آن است که از میان عوامل پنج گانه ارائه شده در چارچوب نظری پژوهش، عوامل احساسات فردی و پیکره و کالبد بیشترین تاثیر را هم بر



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

دلبستگی مکان و هم هویت مکان داشته است. از دیگر نتایج این مقاله، بررسی عامل زمان با استفاده از رفت و آمدهایی که سالانه به این باغ دارند بوده است. این پژوهش نشان میدهد که بعد از عامل احساسات و پیکره و کالبد با افزایش بازدید از این باغ دلبستگی و هویت این مکان افزایش یافته است. بدیهی است که احساس مثبت (دلبستگی) و احساس تعلق فرد (هویت) در برخورد اولیه با پیکره و کالبد باغ که مناسب است به مرور کمتر از وقتی است که بیشتر به بازدید این باغ می آید چرا که با افزایش تعداد بازدید خاطر انگیزی از این مکان بیشتر شده و فرد تمایل به برقراری ارتباطات و تعاملات اجتماعی دارد. همچنین همه ی عوامل ۵ گانه به صورت تک تک تاثیر بیشتری در دلبستگی مکان تا هویت مکان دارد به این معنی که دلبستگی در یک مکان موجب هویت دادن به آن مکان می شود لذا چنین بر می آید با افزایش دلبستگی به مکان هویت آن مکان در طول زمان افزایش می



یابد. (تصویر ۱۱)

تصویر ۱۱- افزایش هویت مکان با دلبستگی مکان با افزایش طول بازدید

Reference list

- بهرام سرمست، محمد مهدی متوسلی، بررسی و تحلیل نقش «مقیاس شهر» در میزان «حس تعلق به مکان» نشریه مدیریت شهری شماره ۲۶ (۱۳۸۹)
- پورمند، حسن علی و محمد رضا ریخته گران (۱۳۸۵)
- حبیبی، سید محسن محسن (۱۳۸۲) چگونگی الگو پذیری و تجدیدی سازمان استخوان بندی محله ، نشریه هنر های زیبا، شماره ۱۳، تهران، دانشگاه تهران.
- محسن تابان، محمد رضا پور جعفر، حسنعلی پورمند، هویت و مکان ؛ رویکردی پدیدارشناسانه، نشریه هویت شهر شماره دهم ص ۹۰-۷۹ (۱۳۹۱)



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر



ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

رضازاده، راضیه، (۱۳۸۵)، رویکردی روانشناسانه و جامعه شناسانه به هویت مکانی در شهرهای جدید، مجموعه مقالات همایش بین المللی شهرهای جدید، انتشارات شرکت عمران شهرهای جدید، چاپ اول، تهران
علی اکبر حیدری، قاسم مطلبی، فاطمه نکویی مهر، بررسی نحوه ارتباط میان دو مفهوم حس مکان و دلبستگی به مکان در خوابگاه دانشجویان، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۱ ص ۲۲-۱۵ (۱۳۹۳)

حسن سجاذزاده، نقش دلبستگی به مکان در هویت بخشی به میدان های شهری باغ نظر ص ۸۸-۷۹ (۱۳۹۲)

Low, S. M & Altman, I (۱۹۹۲), Place attachment: a conceptual inquiry, In

.I. Altman, & S. M. Low (Eds.), Place attachment, New York, Plenum Press

Jorgensen, B & Stedman, R (۲۰۰۱), Sense of place as an attachment

Lakeshore owners attitudes toward their properties, Journal of Enviro

Altman and S. M. Low (Eds.), *Place Attachment*, New York, Plenum Press.

Sebastian Zenker ,Natascha Rütter , Is satisfaction the key? The role of citizen satisfaction, place attachment and place brand attitude on positive citizenship behavior, *Cities* ۳۸ (۲۰۱۴) ۱۱-۱۷

Brown, B.B. and Werner, C.M. (۱۹۸۵), 'Social cohesiveness, territoriality and holiday decorations', *Environment and Behaviour*, ۲۷, pp. ۵۳۹-۵۶۵.

Fried, M. (۱۹۶۳), 'Grieving for a lost home', In L. J. Duhl (Ed.), *The Urban Condition: People and Policy in the Metropolis*, New York, Simon and Schuster.

Giuliani, M.F. & Baraboti, S. (۲۰۰۳) *One attachment or more?* Ashland. OH: Hogrefe & Huber.

Harison, and Dourish, p. (۱۹۹۶), *Re-Place-ing*

Jacobs, M. (۱۹۹۵), Sustainability and community: Environment, economic rationalism and sense of place, *Australian Planner*, ۳۲ (۲), pp. ۱۰۹ - ۱۱۵.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر



ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

Kyle, G., Graefe, A., Manning, R. and Bacon, J. (۲۰۰۴), 'Effects of place attachment on users' perceptions of social and environmental conditions in a natural setting', *Journal of Environmental Psychology*, ۲۴, pp.۲۱۳-۲۲۵.

Proshansky, H.M., Fabian, A.K. and Kaminoff, R. (۱۹۸۳), 'Place-identity: physical world socialization of the self', *Journal of Environmental Psychology*, ۳, pp. ۵۷-۸۳.

Relph, E. (۱۹۷۶), *Place and placelessness*, London, Pion Limited.

Rubinstein, R.L and Parmelee, P.A. (۱۹۹۲), 'Attachment to place and representation of the life course by the elderly', In I.

Åshild Lappegard Hauge, **Identity and Place**