

نشریه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال ۹، شماره پیاپی ۳۳، تابستان ۱۳۹۷

شاپا چاپی: ۵۲۲۹-۲۲۲۸ - شاپا الکترونیکی: ۳۸۴۵-۲۴۷۶

<http://jupm.miau.ac.ir>

تأثیر هویت مکانی بر ایجاد حس وابستگی و نقش آن در شکل‌گیری منظر شهری (مطالعه موردی: شهر یاسوج)

مهرداد کریمی مشاور؛ استادیار گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

فرشاد نگین تاجی: دانشجوی دکتری معماری، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

پذیرش: ۱۳۹۷/۲/۱۰

صص ۸۴-۶۹

دریافت: ۱۳۹۶/۱۱/۲۰

چکیده

هویت مکان، مفهومی کلی و پیچیده از احساسات انسان نسبت به محیط است که در اثر انطباق و استفاده انسان از مکان به وجود می‌آید. در واقع داشتن تعلق خاطر و ایجاد هویت مکانی - فضایی، از مفاهیم مهم در حس وابستگی شهروندان نسبت به محیط‌های شهری و همچنین زمینه ساز طراحی پایه های ادارکی و محتوایی برای شکل‌گیری منظر شهری در نقشه ذهنی و عینی شهروندان است. پژوهش حاضر در برخورد با مسأله تضعیف پیوند انسان-مکان، در تلاش است تا تأثیر هویت مکانی شهر یاسوج، بر حس وابستگی شهروندان نسبت به محیط زندگی خود را مورد سنجش و ارزیابی قرار دهد و در نهایت نقش هویت مکانی را در شکل‌گیری منظر شهری در بین شهروندان شهر یاسوج مورد کندوکاش قرار دهد. جامعه آماری پژوهش، کل شهروندان شهر یاسوج بوده که از این تعداد، ۳۸۳ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. روش پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی و میدانی و برای تجزیه و تحلیل آمار و اطلاعات از نرم-افزار *SPSS*، *AMOS* و مدل واسپاس استفاده شده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که در بین نواحی ۴ گانه شهر یاسوج، شهروندان ساکن در ناحیه ۴، کمترین تعلق خاطر و هویت مکانی نسبت به شهر یاسوج و شهروندان ساکن در ناحیه ۲ با وزن ۰/۳۷۲۹، بیشترین تعلق خاطر و هویت مکانی نسبت به شهر یاسوج را دارا می‌باشند و نواحی ۳ و ۱ شهر یاسوج به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در واقع شهروندان شهر یاسوج، تعلق خاطر و ارتباط هویتی زیادی (با میانگین ۳/۲۶) و حس وابستگی بالایی (با میانگین ۳/۷۳) و شکل‌گیری منظر شهری بسیار زیادی (با میانگین ۴/۰۸) نسبت به محل زندگی خود دارند. همچنین بین دو متغیر هویت مکانی و میزان وابستگی شهروندان شهر یاسوج و هویت مکانی و منظر شهری، همبستگی بالایی به ترتیب با میزان بتای ۰/۹۲۰ و ۰/۱۰۲ درصد وجود دارد. همچنین نتایج مدل نهایی برازش شده نشان داد، که هویت مکانی به ترتیب با میزان بتای ۰/۶۵ و ۰/۳۱ درصد به صورت مستقیم باعث افزایش حس وابستگی شهروندان نسبت به شهر یاسوج و شکل‌گیری نقشه ذهنی و عینی منظر شهری آنها خواهد شد.

واژگان کلیدی: هویت مکان، حس وابستگی، منظر شهری، شهر یاسوج.

۱. نویسنده مسئول: Mkmoshaver@yahoo.com ۰۹۱۲۶۰۵۹۱۳۸

۲. این مقاله مستخرج از رساله دکتری فرشاد نگین تاجی در دانشگاه بوعلی سینا همدان به راهنمایی دکتر مهرداد کریمی مشاور است.

بیان مسأله:

امروزه دل‌بستگی به یک موضوع مثل اشیاء، مکان، فرد و سایر موضوعاتی که فرد در زندگی روزمره خود با آن رو به روست؛ مبتنی بر تجارب قبلی زندگی، ساختارهای رفتاری، شناختی، حسی و اجتماعی فرد می‌باشد. چرا که افراد بر اساس طرح رفتاری، شناختی، حسی و اجتماعی از محیط، هویتی مکانی ساخته و تمام تجارب و رویارویی های تازه خود با موضوعی نو را بر پایه این هویت مکانی، ادراک، ساماندهی و طبقه‌بندی نموده و به خاطر می‌سپارند (دانش‌پور و همکاران، ۱۳۸۸: ۸). در این میان یکی از مهم‌ترین موضوعاتی که می‌تواند، منجر به دل‌بستگی و وابستگی شهروندان شهری شود و تأثیر زیادی در احساس تعلق خاطر شهروندان داشته باشد، هویت مکان شهری شهروندان خواهد بود. لذا اهمیت روان‌شناسی مکانها، اغلب بر این استوار است که فعالیت‌ها و معانی، مهم‌ترین مفاهیم در خلق حس مکان برشمرده می‌شوند. زندگی روزمره افراد، محدود به فضاهای مختلفی چون شهر، خیابان، بنا و اتاقی است که در آن زندگی می‌کنند. این مکانها بخش مرئی زندگی فرد هستند. در حالی‌که وی از آن آگاه نیست. مکانها خلق می‌شوند و معنا می‌آفرینند ولی افراد از کنار آن می‌گذرند (Dovey, 1999). امروزه بسیاری از انسانها به دلیل عدم وابستگی به مکان زندگی‌شان دائماً در حال جابجایی و تغییر مکان از جایی به جای دیگر هستند. یکی از دلایل عمده این امر، عدم احساس تعلق و نداشتن هویت به مکانی خاص می‌باشد که از نبود هویت در محیط نشأت می‌گیرد. ایجاد هویت در مکان زندگی باعث می‌شود که شخص به مرور زمان ارتباط نزدیکی با محل زندگی برقرار کرده و در نهایت خود را متعلق به محیط و جزئی از آن بداند. این هویت به واسطه دو عامل ایجاد می‌شود، در ابتدا عناصر کالبدی و بصری محیط از جمله عناصر پدیداری که یک مکان را از مکان‌های دیگر متمایز میکنند و سپس مجموعه‌ای از عوامل ادراکی که شامل دیده‌ها، خاطره‌ها، احساسات و تجربیات شخص از مکان می‌باشد. این دو عامل سبب ایجاد تصویر ذهنی و به دنبال آن هویت مکانی می‌شود (زارع، ۱۳۹۴: ۴). لذا با ایجاد هویت و حس مکانی، مفهومی کلی و پیچیده از احساسات انسان نسبت به محیط در شخص شکل می‌گیرد که در اثر انطباق و استفاده انسان از مکان به وجود می‌آید و از مفاهیم مهم در ارتقاء کیفیت محیط‌های انسانی و شکل‌گیری پایه‌های ارتباطی استفاده‌کننده گان از محیط است (دانش پایه و همکاران، ۱۳۹۶: ۴).

دل‌بستگی به مکان، نقطه تلاقی عناصر کالبدی، فعالیت‌ها و مفاهیم ذهنی نسبت به مکان است. این حس دل‌بستگی موجب تبدیل فضا به مکانی با ویژگیهای حسی و رفتاری خاص برای افراد میشود. لذا هویت مکانی با ابعاد مختلف معنایی، کارکردی و کالبدی می‌تواند نقش مهمی در ایجاد و ارتقاء کیفی فضاهای شهرهای امروز ایفا کند (سجاذاده، ۱۳۹۲: ۱). لذا با توجه با آنچه که گفته شد، امروزه هویت مکانی شهروندان شهر، از زندگی مسائل بسیار مهم زندگی شهری در ایران و جهان است. عناصر و عوامل مختلفی می‌توانند در زمینه هویت مکانی شهروندان اثرگذار باشد، که یکی از مهم‌ترین آنها، منظر شهری است (گرچی پور، ۱۳۹۲: ۵). از این‌رو تأثیر هویت مکانی مناطق شهری، نقش مهمی بر حس وابستگی شهروندان دارد، بطوری‌که افزایش تعلق مکانی و ایجاد هویت مکانی شهروندان می‌تواند نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری منظر شهری داشته باشد. در واقع یکی از علت‌های مهم کاهش احساس تعلق ساکنان، عدم حضور افراد در فضاهای جمعی است. کیفیت منظر شهری سطح پایین و فقدان محیط مناسب در فضای شهری، می‌تواند زمینه ساز کاهش حضور شهروندان در فضاهای جمعی باشد. به نظر می‌رسد طراحی مناسب فضاهای شهری و افزایش کیفیت منظر شهری، بتواند منجر به افزایش حضور ساکنان در سطح شهر گردد. افزایش حضور شهروندان، افزایش احساس تعلق و هویت مکانی آنان را در پی خواهد داشت. کیفیت منظر شهری به عنوان عاملی در جهت افزایش شور و نشاط اجتماعی و فرهنگی جامعه دارای اهمیت است (محمودی، ۱۳۸۵: ۵۹). به طور کلی امروزه، در شهرها، با شکل‌گیری فضاهای جدید، که با ساخت پل و مداخله در بافت‌ها شکل گرفته‌اند، اغلب شاهد

کاهش احساس تعلق و هویت مکانی شهروندان هستیم. در این فضاها به صورت متعدد شاهد ایجاد نامکان ها و فضاهای خشک و بی روح هستیم و می توان گفت مسیرهای رفت و آمد عابران پیاده در فضاهای عمومی شهر با غلبه حرکت سواره کاهش یافته است (پاکزاد، ۱۳۸۶: ۶). در حالی که در طراحی فضاهای شهری باید به کارکرد فیزیکی و اجتماعی و نیاز افراد توجه داشت. تا با ایجاد هویت مکانی، حس وابستگی را در شهروندان افزایش داد و منجر به ایجاد فضاهای شهری مطلوب در سطوح شهری و محله ای شد. به بیان دیگر در طراحی محیط های شهری نیاز است که در عین فراهم نمودن حداکثر کارایی، به افزایش احساس رضایت و ایجاد حس تعلق و هویت مکانی شهروندان نیز توجه گردد (سیاف زاده و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۰). به طور کلی در شهرهای ایران نیز علی رغم تهیبه و تدوین انواع طرح های متنوع توسعه شهری، مقوله هویت مکانی و شکل گیری منظر شهری از نظر برنامه ریزان و طراحان شهری پنهان مانده و جایگاه واقعی آن به درستی تعریف و مشخص نشده است. در پژوهش حاضر تلاش می شود با "کاربست هویت مکانی"، تأثیر هویت مکانی شهر یاسوج را بر حس وابستگی شهروندان شهر مورد بررسی و نقش هویت مکانی شهر را در شکل گیری منظر شهری یاسوج مورد آزمون و تحلیل قرار داد. مهم ترین اهداف پژوهش شامل موارد زیر می باشند:

- تأثیر هویت مکانی بر حس وابستگی شهروندان در مقیاس عملکردی شهر یاسوج می باشد.
- تأثیر هویت مکانی در مقیاس عملکردی شهر یاسوج بر شکل گیری منظر شهری شهروندان
- ارائه راهبردها و استراتژی های برای بالا بردن احساس تعلق مکانی در بین شهروندان شهر یاسوج

مفاهیم و مبانی نظری:

هویت: مقوله "هویت" ابتدا حوزه هایی مانند فلسفه، منطق و روانشناسی را در برمی گرفت، ولی با توجه به تحولات علمی چند دهه اخیر دامنه آن به محیط های انسان ساخت نیز کشیده شده است (آتشین بار، ۱۳۸۸: ۶). واژه هویت یا "Identity" ریشه در زبان لاتین "Identitas" دارد و از *Idem* یعنی "مشابه و یکسان" مشتق شده که دارای دو معنای اصلی است. اولین معنای آن بیانگر مفهوم تشابه مطلق است، معنای دوم آن به معنای تمایز است که با مرور زمان سازگاری و تداوم را فرض میگیرد (محرمی، ۱۳۸۳: ۶۶). به این ترتیب هویت، به مفهوم شباهت، از دو زاویه مختلف قابل بررسی است و به طور همزمان میان افراد و اشیاء دو نسبت محتمل برقرار میسازد؛ شباهت و تفاوت. مقوله هویت برای پاسخگویی به پرسش "چیستی یا کیستی" در همه علوم، قدمتی همپای تمدن بشر دارد (صالحی امیری، ۱۳۸۷: ۵). هویت مکان ابعادی از «خود» است که هویت فردی شخص را در ارتباط با مکان، براساس باورها، ترجیحات، احساسات، ارزشها، اهداف، تمایلات رفتاری و مهارتهای وی در رابطه با مکان به صورت آگاهانه و ناآگاهانه تبیین میکند. هویت مکان در عین آنکه وابسته به فرد، تجارب خاص و نحوه اجتماع پذیری اوست، انعکاس دهنده افراد و گروه هایی است که در آن مکان خاص زندگی می کنند (سجاذاده، ۱۳۹۲: ۵). فرهنگ فارسی معین، واژه هویت را چنین تعریف کرده است: آنچه که موجب شناسایی شخص باشد؛ یعنی آنچه باعث تمایز یک فرد از دیگری باشد (حیاتی، ۱۳۸۹: ۵).

مکان: امروزه معنای مکان یکی از مهم ترین موضوعاتی است که، در حوزه های روانشناسی، جامعه شناسی، معماری، شهرسازی و طراحی منظر، پژوهش های زیادی را به خود اختصاص داده است. رلف در کتاب مکان و بی مکانی، با نگاهی پدیدارشناسانه در پی چگونگی و چرایی معنی دار شدن مکان ها برای مردم است (Relph, 1976: 3). وی مکان را در سه وجه تعریف می کند: کالبد، فعالیت و معنا. رلف معتقد است که از میان این سه وجه، معنا نسبت به دو وجه دیگر از اهمیتی بیشتر برخوردار است و دشوارتر از بقیه به دست می آید (Tuan, 1997: 5). به طور کلی و به صورت علمی تر، مکان یکی از مفاهیم بنیادی در جغرافیا

است که به طور مکرر بکار برده می‌شود اما معنای دقیقی از آن وجود ندارد. مویر معتقد است ادبیات جغرافیا درباره مکان غالباً غیر قابل فهم، مبهم و گیج کننده است. بخشی از این مشکل از این حقیقت ناشی می‌شود که جغرافیدانان می‌کوشند تا معنای تخصصی دقیقی را برای واژه‌های مربوط به مکان پیدا کنند. واژه‌هایی که به طور همزمان مورد استفاده عموم مردم نیز قرار می‌گیرد (مویر، ۱۳۷۹: ۳۰). واژه‌هایی مانند محیط، موقعیت، مکان، ناحیه، شهر، کشور و مانند آنها. از نظر دانکن، مکان جغرافیایی، صرفاً زمانی و در صورتی مهم است که تأثیرات مکان جغرافیایی بخشی از گروه علی تشریح کننده هر رویداد باشد و چه بسا مکان جغرافیایی اصلاً مهم نباشد (جانستون، ۱۳۷۹: ۸۱). لینچ در کتاب تئوری شکل شهر، معنای مکان را حاصل رابطه بین عناصر فضا با ساختارهای ذهنی مشاهده گر می‌داند. الگوهای ذهنی در تعریف لینچ در برگیرنده تمام مفاهیم و ارزش‌هایی است که شامل فرهنگ، منش، موقعیت، تجربه و ... استفاده کنندگان از فضا است. وی معنای مکان را معادل مفهوم هویت تعریف می‌کند و معتقد است که هویت یعنی حدی که شخص می‌تواند یک مکان را به عنوان مکانی متمایز از سایر مکان‌ها شناخته و یا بازشناسی نماید، به طوری که شخصیتی مشخص، بی نظیر و حداقل مخصوص به خود را دارا باشد (لینچ، ۱۳۸۷: ۵). در واقع حس مکان مفهومی کلی و پیچیده از احساسات انسان نسبت به محیط است که در اثر انطباق و استفاده انسان از مکان به وجود می‌آید و از مفاهیم مهم در ارتقاء کیفیت محیط‌های انسانی و شکل‌گیری پایه‌های ارتباطی استفاده کنندگان از محیط است (دانش پایه و همکاران، ۱۳۹۶: ۵). حس مکان وابستگی‌های مردم و پیوستگی آنها با مکان‌ها و یا آنچه برخی آن را ساختار احساس نامیده‌اند، را در بر می‌گیرد. از این‌رو حس مکان، زمینه ساز دلبستگی و وابستگی به مکان و محیط‌های مختلف از جمله مناطق شهری را فراهم می‌کند.

دلبستگی به مکان: در حوزه‌های مطالعاتی مورد بحث دلبستگی مکانی، مباحث زیادی به توصیف و تبیین ارتباط میان فرد و محیط فضایی پرداخته‌اند از جمله حس مکان، دلبستگی مکانی، دلبستگی جامعه، دلبستگی به محله و ارتباط با طبیعت مورد بحث قرار می‌گیرند که در این میان دلبستگی مکانی حوزه گسترده تری را به خود اختصاص داده است (بقالی و همکاران، ۱۳۹۴: ۹). هنگامی که فرد در مکانی حضور دارد، شروع به دریافت نشانه‌ها و پیام‌هایی کرده و گاهی وابسته به آن مکان می‌شود و ارتباط حسی برقرار می‌کند. بررسی چگونگی و مراتب ایجاد این حس، مورد مداخله دلبستگی مکانی است. دلبستگی به مکان به واسطه علاقه، شناخت و تجربه فرد نسبت به مکان، براساس ویژگی‌های فردی، گروهی و فرهنگی مختلف و ارتباطات اجتماعی بین آنها ساخته می‌شود (9: Altman et al, 1992). منظور از دلبستگی مکانی، پیوندی است که فرد با مکان دارد. از نظر جغرافیای انسانی، پیوند با فضای پرمعنی یا حس مکان، رابطه مؤثر همگانی است که نیازهای اساسی انسان را تأمین میکند. برخی نویسندگان حس مکان را شامل سه زیر مفهوم هویت مکان، دلبستگی مکان و وابستگی مکان می‌دانند. دلبستگی مکان، یعنی پیوند عاطفی میان شخص و یک مکان ویژه است (5: Williams et al. 2003). دلبستگی مکان، یعنی محدوده‌ای که مکان مجموعه‌ای از عینیات را در مقایسه با دیگر محیط‌های متفاوت تسهیل می‌بخشد (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۱: ۵). دلبستگی به یک موضوع مثل شی، مکان، فرد و سایر موضوعاتی که فرد در زندگی روزمره خود با آن روبه‌رو است مبتنی بر تجارب قبلی زندگی، ساختارهای رفتاری، شناختی، حسی و اجتماعی فرد است. دلبستگی مکانی متشکل از یک چهارچوب سازمان یافته سه گانه (شخص- فرایند- مکان) است که بعد فردی دلبستگی مکانی به معانی و مفاهیم تعیین شده فردی یا جمعی بر می‌گردد. بعد روانشناسی، عناصر حسی یا عاطفی، شناختی و رفتاری دلبستگی را شامل می‌شود و بعد مکانی بر ویژگی‌های مکان شامل سطح فضایی، خصوصیات ویژه و برجستگی عناصر فیزیکی یا اجتماعی تأکید دارد (6: Scannell et al, 2010).

منظر شهری: منظر، گونه‌ای دیگر از مکان (منصوری، ۱۳۸۹: ۳۱-۳۳) و محصول تعامل انسان و محیط در فضای بیرونی است (برک، ۱۳۸۷: ۵). منظر دارای ماهیت مکان و محصول تجربه انسان در فضا و پدیده‌های است عینی-ذهنی، پویا و نسبی که در تعامل با تاریخ و طبیعت شکل می‌گیرد (منصوری، ۱۳۸۳: ۹). منظر شهری به عنوان مجموعه‌ای از عناصر طبیعی و مصنوع اعم از کالبد و فضاهای شهری، انسان ها، رفتارها، فعالیت های آنها، و... به عنوان نخستین جلوه از شهر، آینه تمام نمای ویژگی-های تاریخی، فرهنگی، اقتصادی و طبیعی شهر قلمداد می شود (پاکزاد، ۱۳۸۵: ۱۰). منظر شهری مانند نمای ظاهری و پوسته بیرونی هر شهر است که نگاه هر بیننده‌ای را در وهله اول متوجه خود می‌کند. این پوسته بیرونی ضمن آنکه خود برگرفته، ساخته و پرداخته عوامل درونی جامعه است، به نوعی نشان دهنده معنویات درونی آن نیز می‌باشد و به عبارت دیگر صورتی است که نشانگر سیرت است. در شکل گیری این پوسته بیرونی عوامل متعدد محیطی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی تأثیرگذارند. منظر شهری هر جامعه بر اساس مجموعه‌ای از عوامل فوق شکل گرفته و خود نیز نشانه و نمادی برای بازخوانی این شرایط می باشد و می‌تواند بر شکل گیری ویژگی‌های اجتماعی هر جامعه تأثیرگذار باشد (انصاری، ۱۳۸۸: ۹). منظر شهری بخشی از شکل شهر است که ناظران آن را دریافت می‌کنند. به عبارتی شکل شهر در لایه منظر شهری به کیفیتی مستقیماً محسوس تبدیل می شود، یعنی منظر شهر عینیت قابل ادراک و فضای مورد ادراک ما از واقعیت موجود شهر پیرامون ما است (حیبی، ۱۳۷۸: ۱). حس خوشایندی که فرد از زندگی در محیط شهری دارد به طبع، با جانمایی صحیح کلیه عوامل و فضاها و عناصر کالبدی به وجود می آید. این عوامل در قالب منظر شهری معنا می یابند (محمودی، ۱۳۸۵: ۵۵).

مواد و روش پژوهش:

تحقیق پیش رو، پژوهشی بنیادی-کاربردی است. روش تحقیق، از نوع توصیفی-تحلیلی و در بستری پیمایشی-قیاسی و با استفاده از شیوه‌های تحقیق مرور متون و منابع و اسناد تصویری در بستر مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی و از روش‌های تحقیق پیمایشی و موردی و شیوه‌های تحقیق مصاحبه، پرسش نامه و بازنمایی در بستر مطالعات میدانی سود جسته است. برای انجام فعالیت‌های گرافیکی از نرم‌افزار *GIS* و برای تجزیه و تحلیل اطلاعات کتابخانه‌ای و میدانی از نرم افزار آماری *SPSS* و مدل *Waspas* استفاده شده است. جامعه ی آماری پژوهش، کل شهروندان شهر یاسوج (۱۴۰،۰۰۰ نفر) می‌باشد و حجم نمونه از طریق فرمول کوکران ۳۸۳ نفر به دست آمد.

جدول ۱- جمعیت ۱۳۹۳ و برآورد تعداد پرسشنامه مورد نیاز در هر ناحیه

ناحیه	جمعیت سال ۱۳۹۱	درصد جمعیت هر ناحیه به کل جمعیت	تعداد پرسش نامه مورد نیاز
۱	۲۸۸۵۴	۲۵/۲۹	۹۶
۲	۳۰۶۳۹	۲۶/۸۵	۱۰۲
۳	۱۷۰۰۰	۱۴/۹۸	۶۳
۴	۳۷۶۰۷	۳۲/۹۷	۱۲۲
جمع	۱۱۴۰۰۰	۱۰۰	۳۸۳

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۶.

برای طبقه‌بندی و ارزش‌گذاری شاخص‌ها از طیف لیکرت استفاده شده است. به منظور سنجش روایی، گویه‌های پرسش نامه توسط تعدادی از کارشناسان و اعضای هیئت علمی مورد تأیید قرار گرفت. همچنین پایایی پرسش نامه که با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۹۳۶ محاسبه شده، نشان از انسجام درونی پرسش نامه دارد. لذا به منظور سنجش و ارزیابی میزان

هویت مکانی شهروندان شهر یاسوج نسبت به محیط زندگی خود از مؤلفه های مانند هویت مکانی، وابستگی مکانی، منظر شهری و هم چنین ۶۴ زیر معیار استفاده شده است. (جدول شماره ۲).

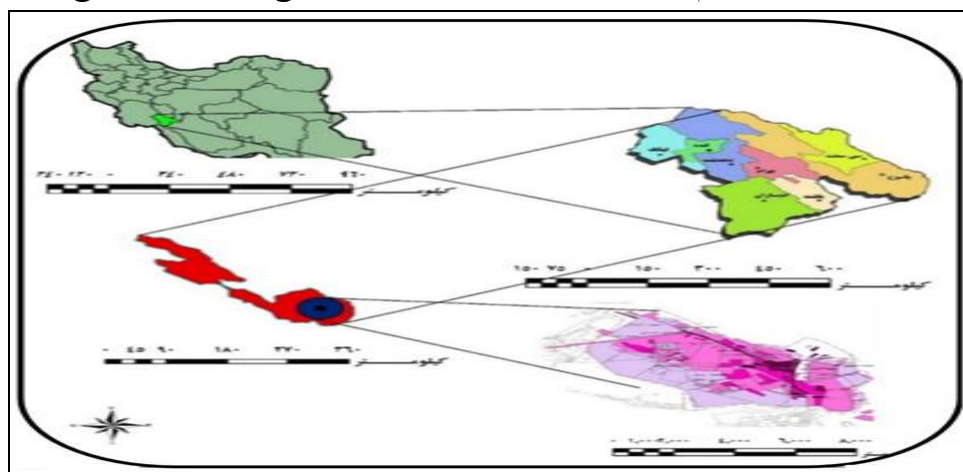
جدول ۲- متغیرها و شاخص های پژوهش

متغیرها	شاخص
<p>$x1$: تناسبات $x2$: فرم و اندازه قطعات شهری $x3$: بافت و تزیینات مکان $x4$: روابط و چیدمان $x5$: درجه محصوریت مکان $x6$: رعایت فواصل انسانی $x7$: فواصل و رنگ $x8$: امنیت مکان $x9$: عوامل تاریخی (وقایع و آداب و رسوم) $x10$: نمادها و نشانه ها $x11$: کیفیت مصالح $x12$: کیفیت دید و چشم انداز.</p>	مؤلفه کالبدی
<p>$x13$: هویت و اصالت $x14$: زیبایی و ابعاد ادراکی $x15$: جذابیت و سبزیگی $x16$: خاطرات و تعلقات قبلی $x17$: ارزش $x18$: توقع از مکان $x19$: بو و صدا $x20$: بافتهای تاریخی و ارزشمند $x21$: خوانایی $x22$: قابلیت دسترسی.</p>	مؤلفه ادراکی
<p>$x23$: تنوع رفتاری $x24$: تعاملات اجتماعی $x25$: حس اجتماع $x26$: نظارت $x27$: فعالیت ها و رفتارها $x28$: مشارکت $x29$: سرزندگی مکان $x30$: سلامت مکان $x31$: میزان تماس و صمیمیت افراد $x32$: آسایش $x33$: جذابیت مکان $x34$: تعصب و غرور $x35$: شادی و نشاط $x36$: رضایتمندی $x37$: تعلق.</p>	مؤلفه اجتماعی
<p>$x38$: فعالیت های عملکردی $x39$: کاربری ها $x40$: تسهیلات $x41$: خدمات و امکانات.</p>	مؤلفه عملکردی
<p>عدم ترک مکان- وابسته بودن به مکان- لذت بردن از دوستی و رابطه با همسایگان- تأمین نیاز های ضروری خود از مکان- دفاع از مکان- مشارکت- مدت سکونت در مکان- احساس رضایت و خوشحالی از مکان.</p>	وابستگی مکانی
<p>تأثیر هویت مکان در شکل گیری ذهنی و عینی رنگ مکان- بافت- مصالح- شکل/فرم- مقیاس انسانی- زیبایی و چشم نوازی- یادمان گرای- اسطوره ای- خاطره انگیزی- بازتاب هویتی- معانی و مفاهیم- نمادهای فرهنگی- حس لذت و شگفتی- پیام ها.</p>	منظر شهری

مأخذ: سجاد زاده، ۱۳۹۲: ۵.

قلمرو مکانی پژوهش:

یاسوج یکی از شهرهای جنوبی ایران و مرکز استان کهگیلویه و بویراحمد است. این شهر همچنین مرکز شهرستان بویراحمد است، که در شمال شرقی استان واقع شده است. در سر شماری سال، ۱۳۹۱ جمعیت این شهر ۱۱۴،۱۰۰ برآورد گردیده است و این تعداد جمعیت در ۴ ناحیه سکنی گزیده اند. در بین نواحی شهر یاسوج، ناحیه ۴ با ۳۷۶۰۷۷ پرجمعیت ترین ناحیه و ناحیه ۱ با ۱۷۰۰۰ نفر جمعیت کم جمعیت ترین ناحیه به شمار می رود (طرح تفصیلی شهر یاسوج، ۱۳۹۱).



شکل ۱- موقعیت فضایی شهر یاسوج

یافته های تحقیق:

ارزیابی تفاوت هویت مکانی در نواحی شهری یاسوج: برای سنجش و ارزیابی میزان هویت مکانی در نواحی چهار گانه شهر یاسوج، از مدل واسپاس استفاده شده است. در ابتدا وزن های نهایی تمام شاخص های هویت مکانی در نواحی چهار گانه شهر یاسوج، سنجش و مورد ارزیابی قرار گرفت. (جدول ۳).

جدول ۳- وزن شاخص های مورد بررسی

معیار	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
وزن	۰/۰۱۰۹	۰/۰۴۷۹	۰/۰۶۲۳	۰/۰۲۲۳	۰/۰۰۴۸	۰/۰۳۶۸	۰/۰۶۳۵	۰/۰۴۳۱	۰/۰۳۳۰	۰/۰۲۰۵	
معیار	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	
وزن	۰/۰۲۰	۰/۰۲۷۹	۰/۰۴۰۹	۰/۰۱۹۵	۰/۰۱۵۳	۰/۰۰۸۱	۰/۰۲۶۶	۰/۰۱۵۷	۰/۰۰۷۰	۰/۰۴۵۸	
معیار	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	
وزن	۰/۰۲۳۵	۰/۰۱۵۷	۰/۰۰۹۸	۰/۰۰۲۰	۰/۰۰۴۲	۰/۰۲۳۸	۰/۰۲۰۳	۰/۰۱۹۵	۰/۰۱۹۷	۰/۰۲۳۷	
معیار	X31	X32	X33	X34	X35	X36	X37	X38	X39	X40	X41
وزن	۰/۰۴۳۵	۰/۰۰۱۷	۰/۰۱۳۷	۰/۰۱۷۲	۰/۰۲۰۵	۰/۰۳۰۴	۰/۰۷۹۲	۰/۰۰۴۳	۰/۰۱۴۰	۰/۰۱۲۹	۰/۰۲۶۳

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۶.

در مرحله بعد، بعد از ارائه و بدست آوردن وزن ابتدایی شاخص ها، مقادیر استاندارد شده شاخص ها، برای تمام متغیرها و گویه ها بدست آمد. در این مرحله هر وزن بدست آمده برای شاخص ها، به عدد ۱ نزدیکتر باشد، از وضعیت استاندارد و مطلوبیت بهتری در زمینه هویت مکانی برخوردار می باشد. همچنین هر چه اعداد به دست آمده، از طیف برازش شده (۱) کمتر باشد، تعلق هویت مکانی شهروندان دارای وضعیت ضعیف تری می باشد. (جدول شماره ۴).

جدول ۴- مقادیر استاندارد شده شاخص ها

معیار	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
ناحیه ۲	۰/۵۷۱۴	۰/۴۸۱۱	۰/۸۹۵۵	۰/۷۴۶	۰/۵۶۴۱	۰/۸۵۴۷	۰/۶۳۵	۰/۶۵۵۶	۰/۲۰۶۳	۰/۲۶۳۱	
ناحیه ۴	۰/۲۸۵۷	۰/۰۹۶۲	۰/۳۹۸	۰/۴۶۶۳	۰/۴۰۲۹	۰/۰۹۴۹	۰	۰/۳۷۴۶	۰/۵۱۵۷	۰/۵۲۶۲	
ناحیه ۳	۰/۲۸۵۷	۰/۸۶۶	۰/۱۹۹	۰/۴۶۶۳	۰/۶۴۴۷	۰/۱۸۹۸	۰/۱۲۷	۰	۰/۱۰۳۱	۰/۱۷۵۴	
ناحیه ۱	۰/۷۱۴۳	۰/۰۹۶۲	۰	۰/۰۹۳۳	۰/۳۲۳۲	۰/۴۷۴۶	۰/۷۶۲	۰/۶۵۵۶	۰/۸۲۵۱	۰/۸۸۹۴	
معیار	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	
ناحیه ۲	۰/۱۷۵۴	۰/۱۰۵۴	۰/۵۰۲۵	۰/۶۳۶	۰/۷۱۳۷	۰/۶۰۸۲	۰/۵۷۷۴	۰/۷۷۴۶	۰/۶۶۴۴	۰/۷۴۴۸	
ناحیه ۴	۰/۷۸۹۴	۰/۸۴۳۳	۰/۷۰۳۵	۰/۴۲۴	۰/۳۹۶۵	۰/۴۵۶۲	۰/۰۸۲۵	۰/۱۷۲۱	۰/۲۴۹۱	۰/۳۳۱	
ناحیه ۳	۰/۲۶۳۱	۰/۴۲۱۶	۰/۵۰۲۵	۰/۶۳۶	۰/۵۵۵۱	۰/۶۰۸۲	۰/۷۴۲۳	۰/۴۳۰۳	۰/۴۹۸۳	۰	
ناحیه ۱	۰/۵۲۶۲	۰/۳۱۶۲	۰	۰/۱۰۶	۰/۱۵۸۶	۰/۲۲۸۱	۰/۳۲۹۹	۰/۴۳۰۳	۰/۴۹۸۳	۰/۵۷۹۳	
معیار	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	
ناحیه ۲	۰/۶۴۴۷	۰/۶۳۳۲	۰/۶۸۱	۰/۴۷۲۹	۰/۳۳۴۸	۰/۳۸۸۵	۰/۲۰۷۴	۰/۲۸۸۷	۰/۱۶۰۱	۰/۳۶۹۸	
ناحیه ۴	۰/۴۰۲۹	۰/۴۲۲	۰/۵۹۵۹	۰/۶۳۰۵	۰/۶۰۲۷	۰/۴۸۵۶	۰/۶۲۲۲	۰/۲۸۸۷	۰/۳۲۰۳	۰/۰۹۲۵	
ناحیه ۳	۰/۰۸۰۶	۰/۱۴۰۷	۰/۲۵۵۴	۰/۴۷۲۹	۰/۶۰۲۷	۰/۷۷۷	۰/۷۲۵۹	۰/۸۶۶	۰/۴۸۰۴	۰/۵۵۴۷	
ناحیه ۱	۰/۶۴۴۷	۰/۵۳۳۲	۰/۳۴۰۵	۰/۳۹۴۱	۰/۴۰۱۸	۰/۰۹۷۱	۰/۲۰۷۴	۰/۲۸۸۷	۰/۸۰۰۶	۰/۷۳۹۶	
معیار	X31	X32	X33	X34	X35	X36	X37	X38	X39	X40	X41
ناحیه ۲	۰/۳۶۵۶	۰/۵۶۴۴	۰/۵۷۱۴	۰/۶۵۱۲	۰/۵۹۳۴	۰/۱۵۲۵	۰/۹۷۲۸	۰/۴۵۵۸	۰/۵۳۳۶	۰/۵۲۸۳	۰/۰۶۸۴
ناحیه ۴	۰	۰/۳۷۶۶	۰/۲۸۵۷	۰/۶۵۱۲	۰/۷۱۲۱	۰/۷۶۲۵	۰/۰۸۴۶	۰/۳۴۱۹	۰/۲۱۴۴	۰/۱۷۶۱	۰/۳۴۵۵
ناحیه ۳	۰/۶۵۸۱	۰/۴۷۰۴	۰/۲۸۵۷	۰/۱۴۴۷	۰/۱۱۸۷	۰/۶۱	۰/۲۱۱۵	۰/۶۸۳۸	۰/۷۵۰۵	۰/۷۰۴۴	۰/۷۷۷۵
ناحیه ۱	۰/۶۵۸۱	۰/۵۶۴۴	۰/۱۴۲۹	۰/۳۶۱۸	۰/۳۵۶	۰/۱۵۲۵	۰/۰۴۲۳	۰/۴۵۵۸	۰/۳۲۱۶	۰/۴۴۰۲	۰/۵۱۸۳

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۶.

در گام بعدی از نرمال سازی جهت بی مقیاس سازی داده ها استفاده شده است. نرمال سازی در تکنیک تصمیم گیری چند معیاره و اسپاس به معنای بی مقیاس سازی است و امکان مقایسه داده ها با معیارهای سنجش متفاوت را میسر می کند. لذا در این مرحله، واریانس مقادیر معیارهای نرمالیزه شده اولیه در ۴۱ شاخص برای نواحی ۴ گانه شهر یاسوج محاسبه گردید.

جدول ۵- واریانس مقادیر معیارهای نرمالیزه شده اولیه

معیار	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
ناحیه ۲	۰/۰۰۰۸	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۲۰	۰/۰۰۱۴	۰/۰۰۰۸	۰/۰۰۱۸	۰/۰۰۱۰	۰/۰۰۱۱	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۲	
ناحیه ۴	۰/۰۰۰۲	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۰۷	۰/۰۰۰۷	
ناحیه ۳	۰/۰۰۰۲	۰/۰۰۱۹	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۱۰	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۱	
ناحیه ۱	۰/۰۰۱۳	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۱۵	۰/۰۰۱۱	۰/۰۰۱۷	۰/۰۰۱۶	
معیار	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	
ناحیه ۲	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۱۰	۰/۰۰۱۳	۰/۰۰۰۹	۰/۰۰۰۸	۰/۰۰۱۵	۰/۰۰۱۱	۰/۰۰۱۴	
ناحیه ۴	۰/۰۰۱۶	۰/۰۰۱۸	۰/۰۰۱۲	۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۲	۰/۰۰۰۳	
ناحیه ۳	۰/۰۰۰۲	۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۱۰	۰/۰۰۰۸	۰/۰۰۰۹	۰/۰۰۱۴	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۰۰	
ناحیه ۱	۰/۰۰۰۷	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۰۸	
معیار	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	
ناحیه ۲	۰/۰۰۱۰	۰/۰۰۱۰	۰/۰۰۱۲	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۲	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۳	
ناحیه ۴	۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۰۹	۰/۰۰۱۰	۰/۰۰۰۹	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۱۰	۰/۰۰۰۲	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰۰	
ناحیه ۳	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۲	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۰۹	۰/۰۰۱۵	۰/۰۰۱۳	۰/۰۰۱۹	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۰۸	
ناحیه ۱	۰/۰۰۱۰	۰/۰۰۱۰	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۲	۰/۰۰۱۶	۰/۰۰۱۴	
معیار	X31	X32	X33	X34	X35	X36	X37	X38	X39	X40	X41
ناحیه ۲	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰۸	۰/۰۰۰۸	۰/۰۰۱۱	۰/۰۰۰۹	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۲۴	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۰۷	۰/۰۰۰۷	۰/۰۰۰۰
ناحیه ۴	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۰۸	۰/۰۰۱۱	۰/۰۰۱۳	۰/۰۰۱۵	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۳
ناحیه ۳	۰/۰۰۱۱	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۰۸	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۹	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۱۲	۰/۰۰۱۴	۰/۰۰۱۲	۰/۰۰۱۵
ناحیه ۱	۰/۰۰۱۱	۰/۰۰۰۸	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۰۷

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۶.

در مدل، واریانس نرمالیزه شده، از روی داده ها پیش از شروع تحلیل نهایی، داده ها را به بزرگترین مقدار متناظرشان تقسیم شدند تا به مقدارهای بین صفر و یک مقیاس (نرمالیزه) شوند. این مهم بیانگر اثر مقیاس واقعی کمینه می باشد تا همه ورودیها تقریباً در یک دامنه باشند.

در گام پنجم و ششم، مقادیر لاندا و کیو محاسبه شدند تا رتبه بندی نهایی شاخص ها در نواحی ۴ گانه شهر یاسوج مورد پردازش قرار بگیرد. نتایج حاصل از پژوهش نشان می دهد که، در بین نواحی ۴ گانه شهر یاسوج، شهروندان ساکن در ناحیه ۴، کمترین تعلق خاطر و هویت مکانی نسبت به شهر یاسوج را دارند. و شهروندان ساکن در ناحیه ۲ با وزن ۰/۳۷۲۹، بیشترین تعلق خاطر و هویت مکانی نسبت به شهر یاسوج را دارا می باشند. (جدول ۶).

جدول ۶- مقادیر Q و λ و رتبه بندی نهایی شاخص ها

رتبه	$Q2Q2$	$Q2Q1$	Q_i	λ	محاسبه λ و Q_i
۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۵۰۲	۰/۳۷۲۹	ناحیه ۲
۴	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۳۴۵۲	۰/۵۵۰۸	ناحیه ۴
۲	۰/۰۰۲	۰/۰۰۰	۰/۳۸۲۴	۰/۵۰۴۹	ناحیه ۳
۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۳۶۳۵	۰/۴۲۱۹	ناحیه ۱

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۶.

بررسی ابعاد توصیفی هر یک از ابعاد پژوهش:

برای بررسی ابعاد توصیفی شاخص های اصلی پژوهش، از آزمون $T-Test$ تک نمونه ای استفاده شده است. از این رو در پژوهش حاضر، هر چقدر میانگین هر یک از این متغیرهای پژوهش از حد واسط، بیشتر باشد، ناظر بر وضعیت نامطلوب شاخص های مؤثر بر ایجاد هویت مکانی شهروندان، وابستگی شهروندان و شکل گیری منظر شهری خواهد بود. از سوی دیگر هر چه میانگین هر یک از این متغیرها، کمتر از حد واسط باشد، بیانگر وضعیت مطلوب شاخص های مؤثر بر ایجاد هویت مکانی شهروندان، وابستگی شهروندان و شکل گیری منظر شهری خواهد بود. در آزمون تی - تست تک نمونه ای، اگر مقدار سطح معناداری کمتر از ۵ درصد باشد، نشان از این مهم دارد که می توان میانگین نمونه را به کل جامعه مورد نظر نسبت داد. نتایج پژوهش نشان می دهد که در بین مؤلفه های تشکیل دهنده هویت مکانی شهروندان، مؤلفه اداری مانند خاطرات و تعلقات قبلی، هویت و اصالت، جذابیت و سبزیگی، ارزش، بو و صدا و غیره با میانگین (۳/۵۱)، تأثیرگذارترین عامل را در ایجاد هویت مکانی در بین شهروندان شهر یاسوج داشته اند. مؤلفه اجتماعی مانند تنوع رفتاری، تعاملات اجتماعی، حس اجتماع، فعالیت ها و رفتارها، مشارکت، میزان تماس و صمیمیت افراد، تعصب و غرور، شادی و نشاط، رضایتمندی از مکان، و غیره با میانگین (۳/۳۴)، در رتبه بعدی قرار دارد. همچنین مؤلفه کالبدی مانند کیفیت دید و چشم انداز، عوامل تاریخی (وقایع و آداب و رسوم)، بافت و تزئینات مکان و غیره با میانگین ۳/۲۸، در رتبه سوم قرار دارد. در نهایت کم تأثیرگذارترین عامل در بین مؤلفه ایجاد کننده هویت مکانی شهروندان نسبت به شهر یاسوج، مؤلفه عملکردی با میانگین (۲/۹۳)، می باشد. (جدول شماره ۷).

جدول ۷- آزمون $T-Test$ شاخص هویت و ابعاد آن در نواحی شهر یاسوج

شاخص	مقدار تست=۳						
	میانگین	آماره t	سطح معناداری	درجه آزادی	اختلاف میانگین	سطح اطمینان ۰/۹۵	
						حد پایین	حد بالا
مؤلفه کالبدی	۳/۲۸	۰/۰۶۹۴	۰/۰۰۰	۳۸۰	۰/۲۸۳۹	۰/۱۹۲۳	۰/۳۷۵۶
مؤلفه اداری	۳/۵۱	۱۰/۰۲۵	۰/۰۰۰	۳۸۰	۰/۵۱۳۳	۰/۴۱۲۶	۰/۶۱۴۰
مؤلفه اجتماعی	۳/۳۴	۶/۸۲۴	۰/۰۰۰	۳۸۰	۰/۳۴۳۶	۰/۲۴۴۶	۰/۴۴۲۶
مؤلفه عملکردی	۲/۹۳	-۰/۲۴۴	۰/۰۰۰	۳۸۰	-۰/۰۶۷۲	-۰/۱۷۳۵	۰/۰۳۹۰
هویت مکان	۳/۲۶	۵/۴۸۴	۰/۰۰۰	۳۸۰	۰/۲۶۸۴	۰/۱۷۲۲	۰/۳۶۴۶

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۶.

به طور کلی، شهروندان شهروندان شهر یاسوج نسبت به مکان زندگی خود، احساس تعلق خاطر و ارتباط هویتی بالایی دارند (میانگین ۳/۲۶). به منظور ارزیابی تأثیر فضایی - مکانی شهر یاسوج بر حس دلبستگی به حیث زندگی خود، پرسش ها

در قالب هشت شاخص دل‌بستگی طراحی شد و بر اساس آن، آزمون موردنظر به عمل آمد. تمایل به تکرار بازدید و استفاده از فضاهای مکانی شهر یاسوج، عمدتاً به واسطه ویژگیهای معنایی، احساسی و عملکردی در نظر گرفته شده است. از این رو نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که شهروندان شهر یاسوج، وابستگی معنایی بالایی با مکان و فضای زندگی خود دارند (میانگین ۳/۷۳). (جدول شماره ۸).

جدول ۸- آزمون T -Test شاخص وابستگی شهروندان در نواحی شهر یاسوج

شاخص	مقدار تست = ۳						
	میانگین	آماره t	سطح معناداری	درجه آزادی	اختلاف میانگین	سطح اطمینان ۰/۹۵	
						حد بالا	حد پایین
وابستگی	۳/۷۳	۱۸/۳۰۵	۰/۰۰۰	۳۸۰	۰/۷۳۴۶	۰/۶۵۵۷	۰/۸۱۳۶

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۶.

همچنین نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که، شهروندان شهر یاسوج تمایل بسیار زیادی نسبت به شکل‌گیری منظر شهری در مکان زندگی خود دارند. به طوری که ایجاد، طراحی و شکل‌گیری منظر شهری، نشان از تمایل آنها به ارتقاء کیفیت محیط‌های انسانی و شکل‌گیری پایه‌های ارتباطی استفاده‌کنندگان از محیط زندگی خود دارد. (جدول ۹).

جدول ۹- آزمون T -Test شاخص منظر شهروندان در نواحی شهر یاسوج

شاخص	مقدار تست = ۳						
	میانگین	آماره t	سطح معناداری	درجه آزادی	اختلاف میانگین	سطح اطمینان ۰/۹۵	
						حد بالا	حد پایین
منظر	۴/۰۸	۳۶/۲۸۰	۰/۰۰۰	۳۸۰	۱/۰۸۱	۱/۰۲۳۲	۱/۱۴۰۵

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۶.

بررسی میزان اثرگذاری هر یک از ابعاد پژوهش:

برای بررسی میزان تأثیر گذاری شاخص هویت مکان شهر یاسوج بر میزان وابستگی شهروندان شهر یاسوج، از تحلیل رگرسیون استفاده شده است. نتایج حاصل از برازش مدل نشان می‌دهد که مقدار R برابر است با ۰/۹۲۰، که به همبستگی ساده بین دو متغیر اشاره دارد و به عبارتی شدت همبستگی بین دو متغیر را نشان می‌دهد. همان‌طور که از مقدار R (همبستگی پیرسون بین دو متغیر) نمایان است، بین دو متغیر هویت مکانی و میزان وابستگی شهروندان شهر یاسوج، همبستگی در حد خیلی قوی وجود دارد. مقدار R^2 نشان می‌دهد که چه مقدار از متغیر وابسته یعنی وابستگی شهروندان به شهر یاسوج، می‌تواند توسط متغیر مستقل یعنی هویت مکانی، تبیین شود. در این مثال متغیر هویت مکانی می‌تواند ۰/۸۴ درصد از تغییرات متغیر وابستگی شهروندان به محیط زندگی خود را تبیین کند، که در واقع مقدار چشم‌گیری است. (جدول شماره ۱۰).

جدول ۱۰- میزان تبیین تغییرات متغیر وابسته به وسیله شاخص‌های مستقل و وابسته

تبیین	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تبیین	ضریب تبیین تصحیح شده	اشتباه معیار
اعداد	۰/۹۲۰	۰/۸۴۶	۰/۸۴۵	۰/۳۰۸۸

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۶.

معنا داری آماری مدل رگرسیون در جدول (۱۱)، نشان می دهد که چنان چه میزان به دست آمده کمتر از ۰/۰۵ باشد، نتیجه می گیریم که مدل به کار رفته، پیش بینی کننده خوبی برای متغیر هویت مکانی شهروندان است. میزان معنا داری در مثال ما کمتر از میزان ۰/۰۵ است که بیان گر این است که مدل رگرسیونی معنا دار است.

جدول ۱۱- تحلیل واریانس مدل رگرسیونی پژوهش

سطح معنا داری	F کمیت	میانگین مربعات	درجه آزادی	جمع مربعات	تحلیل واریانس
۰/۰۰۰	۲۰۹۰/۳۲۰	۱۹۹/۳۴۲	۱	۱۹۹/۳۴۲	اثر رگرسیونی
		۰/۰۹۵	۳۸۰	۳۶/۳۳۴	باقیمانده
			۳۷۹	۲۳۵/۶۷۵	کل

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۶.

پس از تعیین معنا دار بودن مقدار ثابت و متغیر هویت، ستون *Standardized Coefficients* بیانگر ضریب رگرسیونی استاندارد شده یا مقدار بتا است. ضریب رگرسیونی استاندارد شده یا *Beta* برابر شده است با ۰/۹۲۰، که نشان گر میزان تأثیر متغیر مستقل (میزان هویت مکانی شهر یاسوج) بر متغیر وابسته (حس وابستگی شهروندان شهر یاسوج) است.

جدول ۱۲- آماره های ضرایب مدل رگرسیونی متغیرهای مستقل پژوهش

متغیرها	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد شده	T	سطح معنا داری
	B	خطا B	بتا		
<i>constant</i>	۱/۲۷۰	۰/۰۵۶		۲۲/۵۹۹	۰/۰۰۰
هویت مکان	۰/۷۵۴	۰/۰۱۶	۰/۹۲۰	۴۵/۷۲۰	۰/۰۰۰

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۶.

نتایج حاصل از پژوهش نشان می دهد که، بین شاخص هویت مکانی و شکل گیری منظر شهری شهروندان رابطه وجود دارد که برابر است با ۰/۱۰۲. همچنین مقدار معناداری شاخص هویت مکانی و شکل گیری منظر شهری در بین شهروندان شهر یاسوج ۰/۰۰۰ می باشد که نشان از این مهم دارد که متغیر هویت مکانی شهر یاسوج پیش بینی کننده مطلوبی برای شکل گیری منظر شهری در بین شهروندان شهر یاسوج دارد. لذا متغیر مستقل (میزان هویت مکانی شهر یاسوج) تأثیر زیادی بر متغیر وابسته (یعنی شکل گیری منظر شهری در بین شهروندان شهر یاسوج) دارد. (جدول شماره ۱۳).

جدول ۱۳- آماره های ضرایب مدل رگرسیونی متغیرهای پژوهش

اشتباه معیار	ضریب تبیین تصحیح شده	ضریب تبیین	ضریب همبستگی چندگانه	تبیین اعداد		
۰/۹۵۴۰	۰/۰۰۸	۰/۰۱۰	۰/۱۰۲			
سطح معنا داری	F کمیت	میانگین مربعات	درجه آزادی	جمع مربعات	تحلیل واریانس	
۰/۰۰۰	۴/۰۰۱	۳/۶۴۲	۱	۳/۶۴۲	اثر رگرسیونی	
-	-	۰/۹۱۰	۳۸۰	۳۴۶/۷۹۶	باقیمانده	
-	-	-	۳۷۹	۳۵۰/۴۳۸	کل	
سطح معنا داری	T	ضرایب استاندارد شده		ضرایب غیر استاندارد		متغیرها
		بتا	خطا B	B	B	
۰/۰۰۰	۴/۴۹۷	۰/۱۰۲	۰/۰۵۶	۲/۵۸۵	<i>constant</i>	
۰/۰۰۰	۲/۰۰۰		۰/۰۸۴	۰/۱۶۷	هویت مکان	

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۶.

تحلیل مدلسازی معادلات ساختاری پژوهش: جهت ارایه یک مدل تجربی، ابتدا مدل تحلیل عامل تأییدی (CAF)، مرتبه اول مربوط به شاخص‌های پژوهش ترسیم شد و در ادامه مدل‌های مذکور اعتبار سنجی شده‌اند. نتایج اجرای مدل حاکی از مناسب بودن مدل مفهومی پژوهش و معناداری تحلیل عاملی مرتبه اول داده‌های ۳ شاخص کلی پژوهش است. از این رو تمامی سؤالات متغیر برون سپاری از بار عاملی بالاتر از ۰/۳ می‌باشند که از مقادیر مورد قبولی برخوردارند و برای سنجش شاخص هویت مکانی، حس وابستگی و منظر شهری، شاخص‌های مناسبی محسوب می‌شوند. میزان خروجی معادلات (χ^2) به (df) در تمام مؤلفه‌ها کمتر از عدد سه می‌باشد که مقدار مطلوبی است. در واقع میزان خروجی RMSEA که کمتر از ۰/۰۸ می‌باشد، بیانگر این مهم است که مدل از برازش مطلوب‌تری برخوردار است. از این رو وضعیت کلیه مؤلفه‌ها با مقادیر مطلوب سازگاری و انطباق مناسبی داشته و در مجموع می‌توان چنین عنوان کرد که ۳ مدل اندازه‌گیری ترسیم شده شرایط و اعتبار لازم را برای طراحی مدل نهایی، عوامل تأثیر گذار بر تأثیرگذاری هویت مکانی شهر یاسوج را دار می‌باشند. شاخص‌های برازش مطلق در پژوهش حاضر، شاخص‌هایی هستند که بر مبنای تفاوت واریانس‌ها و کوواریانس‌ها مشاهده شده بر مبنای پارامترهای مدل از طرف دیگر محاسبه می‌شود. شاخص‌های برازش تطبیقی، مدل پژوهش را با مدلی که در آن متغیرها از همدیگر مستقل هستند مورد مقایسه قرار می‌دهد. به بیان دیگر در این حالت مدل مفهومی پژوهش با مدلی مورد مقایسه قرار می‌گیرد که در آن هیچ رابطه‌ای بین متغیرها تعریف نشده است. در واقع بررسی برآورد پارامترهای اولیه نیز می‌تواند به تعیین نقص در مدل یا مدل بد تدوین شده کمک کند. لذا در این مورد برآورد اولیه پارامترها به عنوان مقادیر اولیه مورد استفاده قرار می‌گیرند.

جدول ۱۴- شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

شاخص	CMIN ^v	DF ^v	CMIN/D ^v	CFT ^v	RMSEA ^v	HOELTER ^v
هویت مکانی	۸۹/۰۲	۴۱	۲/۲۵۰	۰/۹۹	۰/۰۸۶	۱۳۰
حس وابستگی	۷۵/۲۵	۲۹	۴/۳۴	۰/۹۷	۰/۰۷۱	۱۵۳
منظر شهری	۳۶/۸۸	۱۷	۲/۳۰	۰/۹۸	۰/۰۷۳	۱۹۸
مقادیر پیشنهادی	-	-	<۵	>۰/۹	<۰/۰۸	>۷۵

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۶.

مدل نهایی معادلات ساختاری پژوهش:

تحلیل نتایج مربوط به تبیین نقش هویت مکانی شهر یاسوج در حس وابستگی شهروندان شهر یاسوج نسبت به محیط زندگی خود، نشان داد که، بین دو متغیر هویت مکانی و حس وابستگی شهروندان شهر یاسوج رابطه معناداری وجود دارد. روابط معناداری که در مجموع با میزان بتای ۰/۶۵ درصد به صورت مستقیم باعث تعلق خاطر شهروندان شهر یاسوج نسبت به محیط زندگی خود شده‌اند. در حالی که متغیر هویت مکانی با میزان ۰/۳۱ در شکل پری منظر شهری نقش داشته است. (شکل ۲).

۲. شاخص هلنر

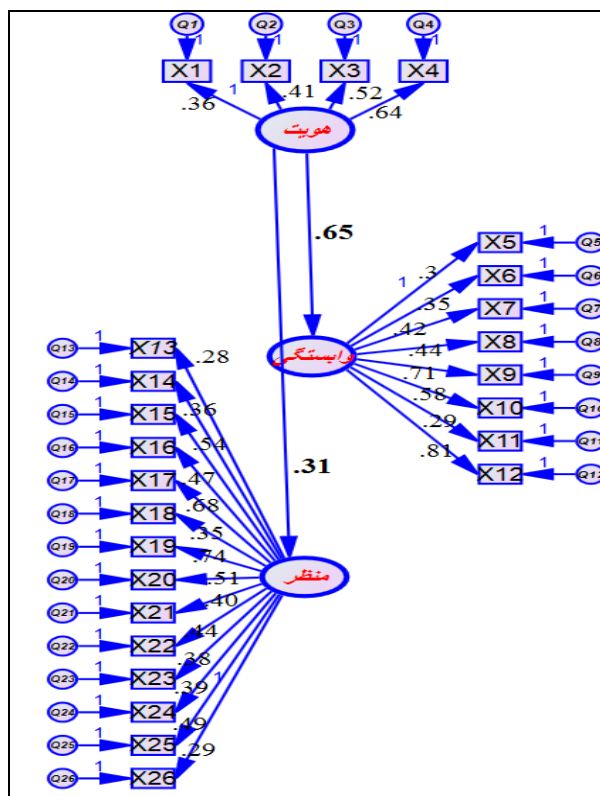
۳. ریشه میانگین مربعات خطای برآورد

۴. برازش تطبیقی

۵. کای اسکوتر نسبی

۶. درجه آزادی

۷. کای اسکوتر



شکل ۲- مدل نهایی ارتباط بین هویت مکانی، حس وابستگی و منظر شهری - منبع یافته های پژوهش، ۱۳۹۶.

همانطور که در جدول شماره ۱۵ مشاهده می شود پردازش داده های کلیه ی معیارهای برآورد شده با مقادیر مطلوب همخوانی مناسبی داشته و در مجموع تمام شاخص های تحلیل بار عاملی دوم شرایط و اعتبار لازم را دارا می باشند. از این رو هویت مکانی در مقیاس شهر یاسوج تأثیر زیادی در افزایش حس وابستگی شهروندان شهر یاسوج نسبت به محیط زندگی خود دارند. و با افزایش حس تعلق خاطر و هویت مکانی در شهروندان، شکل گیری منظر شهری و مبلمان شهری در ادراک ذهنی و فهم عینی آنها روند مطلوب تری به خود می گیرید.

جدول ۱۵- شاخص های برازندگی مدل نهایی اصلاح شده

شاخص	دامنه مورد قبول	مقدار	نتیجه
X^2	$P > 0/05$	۱۱/۰۸	تأیید
Df	-	۴	-
X^2/df	۳-۵	۳/۴۱	تأیید
$RMSEA$	$RMSEA < 0/08$	۰/۰۶۶	تأیید
GFI	$GFI > 0/90$	۰/۹۸	تأیید
$AGFI$	$AGFI > 0/90$	۰/۹۳	تأیید
NFI	$NFI > 0/90$	۱	تأیید
CFI	$CFI > 0/90$	۱	تأیید
IFI	$IFI > 0/90$	۱	تأیید

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۶.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها:

هویت و تعلق خاطر نسبت به مکان، نقطه تلاقی عناصر کالبدی، فعالیت‌ها و مفاهیم ذهنی نسبت به مکان و محیط زندگی است. این حس دل‌بستگی موجب تبدیل فضا به مکانی با ویژگی‌های حسی و رفتاری خاص برای افراد می‌شود. هویت مکانی - فضایی با ابعاد مختلف معنایی، کارکردی و کالبدی می‌تواند نقش مهمی در ارتقای کیفی فضاهای شهرهای امروز ایفا کند. در این میان، توجه به عوامل هویتی مؤثر در دل‌بستگی افراد به مناظر شهری می‌تواند نقش مؤثری در هویت و مطلوبیت شهرها داشته باشد. از این رو هدف پژوهش حاضر، تأثیر هویت مکانی بر حس وابستگی شهروندان و نقش آن در شکل‌گیری منظر شهری می‌باشد. جامعه آماری پژوهش کل شهروندان شهر یاسوج و نمونه آماری ۳۸۳ نفر از شهروندان یاسوج می‌باشد. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که شهروندان ساکن در ناحیه ۴، کمترین احساس هویت و تعلق خاطر را نسبت به شهر یاسوج (با وزن ۰/۵۵۰) و شهروندان ساکن در ناحیه ۲ شهر، بیشترین تعلق خاطر را نسبت به شهر یاسوج دارند (۰/۳۷۲). و نواحی ۳ و ۱ با اوزان (۰/۵۰۴) و (۰/۴۲۱) به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در بین مؤلفه‌های تشکیل دهنده هویت مکانی شهروندان، مؤلفه ادراکی با میانگین (۳/۵۱)، تأثیرگذارترین عامل را در ایجاد هویت مکانی در بین شهروندان شهر یاسوج، مؤلفه اجتماعی با میانگین (۳/۳۴)، در رتبه بعدی، مؤلفه کالبدی با میانگین ۳/۲۸، در رتبه سوم و در نهایت کم تأثیرگذارترین عامل در بین مؤلفه ایجاد کننده هویت، مؤلفه عملکردی با میانگین (۲/۹۳)، می‌باشد. همچنین نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که، بین دو متغیر هویت مکانی و حس وابستگی شهروندان شهر یاسوج و همچنین دو متغیر هویت مکانی و شکل‌گیری منظر شهری، همبستگی در حد خیلی قوی وجود دارد و به ترتیب با میزان بتای ۰/۹۲۰ و ۰/۱۰۲ درصد نشان‌گر میزان تأثیر متغیر مستقل (میزان هویت مکانی شهر یاسوج) بر متغیر وابسته (حس وابستگی شهروندان و شکل‌گیری منظر شهر یاسوج) است. همچنین روابط معناداری که در مجموع با میزان بتای ۰/۶۵ درصد به صورت مستقیم باعث تعلق خاطر شهروندان شهر یاسوج نسبت به محیط زندگی خود شده‌اند. در حالی که متغیر هویت مکانی با میزان ۰/۳۱ در شکل‌گیری منظر شهری نقش داشته است. در پایان پیشنهادهای برای بالابردن روحیه هویت مکانی شهروندان شهر یاسوج برای افزایش حس وابستگی آنها و خلق منظر شهری یاسوج پیشنهاد می‌شود:

- خلق المان‌ها و فضاهای خاطره‌انگیز با توجه به پیشینه تاریخی و رویدادها و حوادث مهم (از جمله با اجرای برنامه‌ها و نمایش‌های جمعی در مرکز محلات شهر یاسوج از طریق تأثیر روحیه زیباشناختی و انتقال پیام و مفهوم بر مخاطب (خاطره)
- ارتقاء سطح آگاهی و دانش تاریخی مردم درباره گذشته محیط زندگی خود با کمک رسانه‌ها و ایجاد جلسات مشارکت اجتماعی در بالا بردن سطح آگاهی مردم از این مکان‌های باارزش تاریخی (دانش)
- فراهم کردن عناصر کالبدی محیط از طریق تناسب بین فرم و عملکردها، تمایز کالبدی، خوانایی، تداعی معنایی، واسطه بصری در ایجاد ارتباط ذهنی بین استفاده‌کنندگان از مکان (رویکرد کالبدی)
- تقویت مبلمان شهری، تزریق و توسعه فضاهای جمعی و فضای سبز در سطوح عملکردی شهر یاسوج (پراکنش فضایی)
- رعایت اصول زیباشناسانه در تمام نقاط شهری مبتنی بر روحیه نوآورانه و خلاقیت شهری

منابع و مأخذ:

۱. آتشین بار، محمد (۱۳۸۸): «تداوم هویت در منظر شهری»، فصلنامه باغ نظر، دوره ۶، شماره ۱۲، صص ۴۵-۵۶.

۲. انصاری، مجتبی (۱۳۸۸)، بازشناسی انگاره های نظام بصری در محلات بافت فرسوده شهری (نمونه موردی: محله عباسی تهران)، نامه معماری و شهرسازی، شماره ۲، صفحات ۷۱-۹۱.
۳. برک، آگوستین (۱۳۸۷): منظر، مکان، تاریخ؛ ترجمه: مریم منصوری، انتشارات باغ منظر.
۴. بقالی، عاطفه، قاسم زاده، بهنام و سمانه محمدی (۱۳۹۴): «بررسی ارتباط بین دلبستگی و رضایت مکانی بازدیدکننده گان از منظر تاریخی طبیعی روستای کندوان»، مجله مسکن و محیط روستا، شماره ۱۵۵.
۵. پاکزاد، جهانشاه (۱۳۸۶): مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری، انتشارات شهیدی، تهران.
۶. جانستون، رونالد (۱۳۷۹): مسئله جا و مکان جغرافیایی؛ تخصصی در جغرافیای انسانی، دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی، تهران.
۷. حیاتی، عقیل (۱۳۸۹): ارزیابی مؤلفه های هویت بخش محلات شهری (نمونه موردی: محله اوین تهران)، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: بوالفضل مشکینی، استاد مشاور: کرامت الله زیاری، دانشگاه تربیت مدرس تهران، تهران.
۸. حبیبی، سید محسن (۱۳۷۸): «فضای شهری، حیات واقعه ای و خاطره های جمعی»، نشریه علمی صفا پژوهشی، شماره ۲۸، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده معماری و شهرسازی، تهران.
۹. دانش پایه، نسار، حبیب، فرح و شیرین طغیانی (۱۳۹۶): «تدوین شاخص های کالبدی موثر بر خلق حس مکان در توسعه جدید شهری»، نشریه مدیریت شهری، شماره ۴۷، صص ۱۳۰-۱۱۹.
۱۰. دانش پور، سید عبدالهادی، سپهری مقدم، منصور و مریم چرخچیان (۱۳۸۸): «تبیین مدل «دلبستگی به مکان» و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن»، نشریه هنرهای زیبا-معماری و شهرسازی، دوره ۱، شماره ۳۸، صص ۴۸-۳۷.
۱۱. رحیمی، لایلا، رفیعیان، مجتبی و محمد باقری (۱۳۹۱): تبیین مؤلفه های «دلبستگی به مکان» در مقیاس محله و شهر و تحلیل تعمیم پذیری آن (نمونه موردی: محله تاریخی سرخاب تبریز)، مجله معماری و شهرسازی آرمان شهر، شماره ۱۷، سال دوم.
۱۲. زارع، لایلا (۱۳۹۴): «هویت بخشی به فضای شهری برای رسیدن به حس تعلق مکانی»، دومین کنفرانس ملی معماری و منظر شهری پایدار، تهران.
۱۳. سجاد زاده، حسن (۱۳۹۲): «نقش دلبستگی به مکان در هویت بخشی به میدانهای شهری (نمونه موردی: میدان آرامگاه شهر همدان)»، فصلنامه علمی - پژوهشی مرکز پژوهشی هنر معماری و شهرسازی نظر، شماره ۲۵، سال دهم.
۱۴. سیاف زاده، علیرضا، میره ای، محمد و مرتضی نوده فراهانی (۱۳۹۲): «نقش کیفیت منظر شهری در ایجاد حیات اجتماعی و هویت مکانی شهروندان (مطالعه موردی: بزرگراه نواب)»، فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی، شماره ۱۱، صص ۲۹-۳۹.
۱۵. صالحی امیری، سیدرضا و امیر عظیمی دولت آبادی، (۱۳۸۷): «جهانی شدن و سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه متین. زمستان، شماره ۴۱، صص ۹۴-۶۹.
۱۶. طرح تفصیلی شهر یاسوج (۱۳۹۱): مهندسین مشاور راهه، اداره کل راه و شهرسازی کهگیلویه و بویر احمد، وزارت راه و شهرسازی.
۱۷. گرجی پور، پریا و کورش لطفی (۱۳۹۲)، «بررسی هویت مکانی شهروندان با توجه به نقش کیفیت منظر شهری (مطالعه موردی منطقه هفت اهواز)»، دومین کنفرانس شهرسازی، مدیریت و توسعه شهری، شیراز.
۱۸. لینچ، کوین (۱۳۸۷): تئوری شکل شهر؛ ترجمه: سید حسین بحرینی، دانشگاه تهران، تهران.
۱۹. محمودی، محمد مهدی (۱۳۸۵): «تأثیر بزرگراه های درون شهری در تغییر منظر شهری تهران»، فصلنامه هنرهای زیبا، شماره ۱۲، پردیس هنرهای زیبا دانشگاه تهران، تهران.

۲۰. محرمی، توحید (۱۳۸۳): هویت ایرانی - اسلامی ما در هویت ایران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، تهران.
۲۱. مویر، ریچارد (۱۳۷۹): درآمدی نو بر جغرافیای سیاسی؛ ترجمه: دره میرحیدر و یحیی صفوی، سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، تهران.
۲۲. منصور، سید امیر (۱۳۸۳): نقدی بر بیانیه همایش سیما و منظر شهری، مجله باغ منظر.
۲۳. منصور، سید امیر (۱۳۸۹): چیستی منظر شهری؛ بررسی تاریخی تحولات مفهومی منظر شهری در ایران، مجله منظر، دوره ۹، سال ۲.

24. Altman, I., Low, S. (1992): *Place Attachment*. New York, Plenum Press.
25. Dovey, K. (1992): *framing places: Mediating Power in Built Form*, London, Routledge.
26. Relph, E. (1976): *Place and placelessness*. London: Pion Limited.
27. Scannell, Leila., Gifford, Robert. (2011), *Defining place attachment: A tripartite organizing framework*”, *Journal of Environmental Psychology*, 30, pp.1-10.
28. Tuan, Y.F. (1977): *Space and Place: Th Perspective of Experience*. London: Edward Arnold.
- Relph, E. (1976), *Place and placelessness*. London: Pion Limited.
29. Williams, D.R., Vaske, J.H. (2003), *The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach*, *Forest Science*, 49(6), 830-840.