



بررسی و سنجش میزان هویت محله‌ای شهروندان تهرانی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۷/۲۳ | تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۱/۹/۲۱

مهرداد نوابخش

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات

ابراهیم حاجیبانی

عضو هیئت علمی دانشگاه شاهد

سید محمدرضا بهلول

کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات

mr.bohloul@yahoo.com (مسئول مکاتبات)

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: هدف اصلی از پژوهش پیش روی، بررسی وضعیت هویت محله‌ای شهروندان تهرانی می‌باشد. هویت محله‌ای در گذشته‌های نه چندان دور تهران، در حد بالایی قرار داشته و گسترده‌گی روابط محله‌ای از بسیاری از آسیب‌ها و ناهنجاری‌های محیطی جلوگیری می‌نموده است. احساس عمیق تعلق محله‌ای سبب می‌گردد علاوه بر ایفای نقش‌های فراوان اجتماعی، فضای موجود بین ساکنین بسیاری از نیازهای عاطفی و روانی آن‌ها را نیز شامل شود. اما با توجه به تغییرات عمده کالبدی و اجتماعی شهر تهران، بررسی مجدد و عمیق هویت محله‌ای شهروندان تهرانی لازم و ضروری به نظر می‌رسد. شناخت سازوکارهای جدید هویت محله‌ای، برنامه‌ریزی‌های بهتر در این زمینه را منجر خواهد شد.

برای مبانی نظری این پژوهش از نظریه‌های نظریه‌پردازان کلاسیک، نظریه‌های هویت، نظریه‌های هویت مکانی و به طور خاص هویت محله‌ای استفاده شده است؛ لذا در این خصوص به نظریات زیمل، پارک، شامای، استرایکر و زایل توجه شده است.

روش پژوهش: روش انجام پژوهش، پیمایشی با ابزار پرسشنامه می‌باشد. جامعه آماری، کلیه افراد بالای ۱۸ سال شهروندان شهر تهران است که به وسیله مراجعه به منازل شهروندان، داده‌ها گردآوری شده است.

نتیجه‌گیری: مهم‌ترین نتایج این پژوهش عبارتند از: متغیرهای زمینه‌ای تأثیر چندانی در هویت محله‌ای شهروندان تهرانی ندارند. میزان هویت محله‌ای شهروندان تهرانی در وضعیت متوسطی قرار دارد.

واژگان کلیدی: محله، هویت محله‌ای، احساس تعلق، تعهد، شهروندان تهرانی

مقدمه

یک محله اتفاق می‌افتاد. محله‌ها کارکردهای اجتماعی مثبت زیادی نیز داشتند. ارتباطات و تعاملات انسانی در حد بالایی قرار داشت؛ اعتماد بین اهالی محله زیاد بود؛ مشارکت قابل توجهی در محله‌ها حاکم بود و همه این‌ها باعث امنیت محله‌ها شده و مردم در کنار یکدیگر احساس خوبی داشتند.

در مجموع، محله‌ها از نظر کالبدی و اجتماعی-فرهنگی مشخصاتی داشتند که هویت محله‌ای را در حد بالایی به وجود آورده بود.

و اما تهران کنونی مدرن (تقریباً مدرن) دست‌خوش تغییرات عمده‌ای شده است. محله‌های شهر تهران نیز به نظر می‌رسد از نظر جمعیتی، اجتماعی و کالبدی دگرگون شده‌اند. دیگر خبری از آن تفکیک‌های قومی، شغلی، فرهنگی و... در محله‌ها نیست. اوقات فراغت، تفریح، تحصیل، اشتغال، اقتصاد و... در محله‌ها محدود نیست و تعریف محله متفاوت از گذشته می‌باشد. تحقیقاتی که در این مورد انجام شده بیانگر آن است که هویت محله‌ای وضعیت مناسبی ندارد. در تحقیقی که با عنوان «نقش هویت محله‌ای در کاهش و کنترل ناهنجاری‌های اجتماعی» انجام شده، هویت محله‌ای در شهر تهران را دارای ضعف اساسی می‌داند (معیدفر و مقدم ۱۳۸۷). در تحقیق دیگری با عنوان «شناسایی وضعیت و ابعاد هویت اجتماعی شهروندان تهرانی و ارائه راه‌های ارتقای آن»، هویت محله‌ای ۵۰ درصد از شهروندان تهرانی را متوسط یا پایین نشان می‌دهد (مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران ۱۳۹۰).

در این بین مدیریت شهری در برنامه ریزی و فعالیت‌های خود محله را ملاک قرار داده و برنامه‌های محله محور را در دستور کار خود قرار داده است. از طرف دیگر آثار شهرگرایی مدرنی که شهر تهران به ارمغان آورده است، افسوس نسبت به کارکردهای مثبت محله‌های گذشته که در رأس آن مشارکت مردم در امور محله می‌باشد، مدیریت شهری را به فکر رونق دوباره هویت محله‌ای نموده است. اما سؤالی که در این جا مطرح می‌شود این است که با توجه به این تغییرات وسیع به وجود آمده در شهر تهران، هم اکنون چه عواملی در به وجود آمدن هویت محله‌ای موثر هستند؟ اصولاً در شهر به طور عام و به طور خاص شهر تهران هویت محله‌ای شکل می‌گیرد؟ هویت محله‌ای شهروندان تهرانی به چه میزان می‌باشد؟ پاسخ به این سؤالات می‌تواند مسئله هویت محله‌ای در تهران را روشن نماید و باعث برنامه ریزی‌های بهتر محله‌ای در شهر تهران شود.

پیدایش شهرها به عنوان سکونت‌گاه‌های زیست انسان قدمتی تاریخی دارند. این قدمت تاریخی بدان معناست که بر اساس اسناد و مدارک به جای مانده، قدمت نخستین شهرها به دوران باستان باز می‌گردد. شهرها همواره تمدن ساز بشری بوده‌اند و تمدن‌های بشری از شهرها آغاز شده است. در ایران می‌توان رشد شهرها را مربوط به دهه ۱۳۰۰ و هم‌زمان با تحول نظام اقتصادی و اجتماعی جامعه دانست (فرخ حسامیان ۱۳۸۵، ۲۱). اما شهر به دلیل سیال بودن و سرعت بسیار زیاد تغییرات در آن همواره مورد توجه بوده است. در غرب، پس از انقلاب صنعتی توجه ویژه‌ای به شهرگرایی شد و بعد از آن نیز، این نوع زندگی در دنیا در حال افزایش بوده و هست. آمارها نشان می‌دهند که نسبت شهرنشینی در جهان ۴۷ درصد، در کشورهای رشد یافته صنعتی ۷۶ درصد و در کشورهای در حال رشد ۴۱ درصد می‌باشد؛ این آمارها بیانگر روند رو به رشد شیوه زندگی شهری در آغاز هزاره سوم میلادی در جهان و نشانه چهره پرتوان و سیر رو به افزایش شهرنشینی در کشورهای در حال رشد می‌باشد (کارگر ۱۳۸۶، ۵).

در ایران نیز شهرنشینی رشد زیادی دارد؛ بر اساس آمار منتشر شده از سوی مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۰، ۷۰ درصد ایرانی‌ها در شهر زندگی می‌کنند.

زندگی در شهرهای مترکم و پیچیده با خود مسایل گوناگونی را به همراه دارد؛ از جمله موارد مهمی که در تغییرات شهرها و به جود آمدن شهرهای مدرن و جدید می‌باید مورد بررسی قرار بگیرد، مسایل اجتماعی و فرهنگی زندگی در شهر می‌باشد؛ یکی از مسایل شهری که می‌توان آن را از زوایای مختلف مورد مذاقه و کنکاش قرار داد، بحث هویت شهری و به طور خرد تر، هویت محله‌ای است.

محله‌ها در شهرهای ایرانی از اهمیت بسزایی برخوردار بوده‌اند. در شهر تهران نیز محله‌ها رونق داشته و زندگی مردم تهران بیشتر با توجه به محله‌ها تعریف می‌شده تا شهر تهران. در آن زندگی سنتی شهری محله‌ها کارکرد و عملکرد گوناگونی داشتند و در واقع هویت بخش محله‌ای ساکنان بودند و مردم بخشی از هویت خود را محله‌شان می‌دانستند.

در محله‌ها زندگی مردم به هم گره خورده بود؛ ساکنان محله همدیگر را می‌شناختند و بسیاری از اوقات خود را در کنار یکدیگر سپری می‌نمودند. اشتغال مردم در محله بود؛ تولد، رشد، ازدواج و فوت مردم معمولاً در

اهمیت و ضرورت تحقیق

هرگاه احساس تعلق در ساکنان یک محله مسکونی ظهور نماید و شهروندان خود را متعلق به آن بدانند در ارتقاء کیفی و کمی محله خود از هیچ کوششی دریغ نخواهند کرد. این امر سبب می‌گردد که ناهنجاری‌های اجتماعی و جرم از فضای محله به حداقل برسد. هر چه احساس تعلق ضعیف‌تر و کم‌رنگ‌تر باشد امکان تخلف در سطح محله بیشتر خواهد شد. رشد سلامت اخلاقی جامعه در گرو احساس تعلق شهروندان آن جامعه و حرکت به سوی دیگر خواهی، مشارکت و توجه به مسایل اجتماعی است. بنابراین یکی از عواملی که همواره باید در برنامه‌ریزی شهری در حوزه محلات به آن پرداخته شود احیاء این تفکر است که فرد همواره نوعی تعلق خاطر و دلبستگی نسبت به محله و شهر خویش داشته باشد (سرمدست ۱۳۴، ۱۳۸۹).

در ایران در خصوص هویت پژوهش‌ها و کارهای قابل توجهی انجام شده است؛ در شهر تهران نیز در خصوص هویت شهری و هویت محله‌ای کارهایی انجام شده است. تحقیقات انجام شده با موضوع هویت محله‌ای بیشتر از دیدگاه شهرسازی و معماری صورت گرفته است و نبود تحقیقات دقیق گسترده در خصوص هویت محله‌ای احساس می‌شود. اهمیت دیگر پرداختن به موضوع هویت محله‌ای از طریق سنجش میزان هویت محله‌ای شهروندان تهرانی که در کل شهر تهران به اجرا گذاشته شده است، عدم سوگیری نسبت به بود و نبود هویت محله‌ای در شهر تهران می‌باشد. در واقع این تحقیق بدون پیش داوری هویت محله‌ای را مورد سنجش قرار داده و سپس با توجه به داده‌های بدست آمده به تحلیل و بررسی خواهد پرداخت.

اهمیت و ضرورت پرداختن به این موضوع از آنجا بیشتر محسوس است که مدیریت شهری چند سالی است که برنامه ریزی‌های خود را در سطح محله انجام می‌دهد، نبود برآورد و تحلیل از هویت محله‌ای در شهر تهران می‌تواند باعث خسارت‌های فراوان اقتصادی و اجتماعی شده و برنامه‌ها را با شکست مواجه سازد. اگر با پیش فرض‌های از گذشته مانده در صدد جلب مشارکت‌های مردمی و هویت بخشی به محله‌های شهر تهران باشیم بدون آن که ساز و کارهای شهر گرای مدرن و زندگی نوین در محله‌های شهر تهران را بدانیم و بشناسیم، قطعاً به بیراهه خواهیم رفت.

اهداف تحقیق

- بررسی میزان هویت محله‌ای شهروندان تهرانی در سه بعد شناختی، احساسی و رفتاری.
- بررسی تأثیر عوامل زمینه‌ای (سن، جنس، وضعیت تأهل، قومیت، تحصیلات) در میزان هویت محله‌ای شهروندان تهرانی.
- بررسی تأثیر میان نوع مالکیت محل سکونت و میزان هویت محله‌ای شهروندان تهرانی.
- بررسی میان نوع ساختمان محل سکونت (آپارتمان، ویلایی) و میزان هویت محله‌ای شهروندان تهرانی.

ادبیات نظری

تعریف هویت

در فرهنگ لغات انگلیسی آکسفورد آمده است که معادل انگلیسی هویت identity از واژه لاتین identitas از ریشه idem به معنای مشابه و یکسان می‌آید. Identitas دو معنای اصلی دارد. اولین معنای آن بیانگر مفهوم تشابه مطلق است و معنای دوم آن تمایز است. بنابراین مفهوم هویت به طور هم زمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت برقرار می‌سازد؛ تشابه و تفاوت (جنکینز ۱۳۸۱، ۵).

کالن هویت را چنین تعریف می‌کند: توجه به شخصیت فردی هر محیط و پرهیز از یکنواختی و مشابهت در محیط‌های شهری.

از نظر «لالی» هویت فرد در ربط و نسبت با محیط بدست می‌آید (دانشپور ۱۳۸۳).

احمد گل محمدی در کتاب «جهانی شدن، فرهنگ و هویت» می‌نویسد، هویت (identity) به لحاظ لغوی از واژه indentitas مشتق شده و به دو معنای ظاهراً متناقض به کار می‌رود: همسانی و یکنواختی مطلق، و تمایز که دربرگیرنده ثبات یا تداوم در طول زمان (گل محمدی، ۱۳۸۱، ۲۲۲).

برخی معتقدند هویت تاریخی را می‌توان آگاهی و دانش نسبت به پیشینه تاریخی و احساس تعلق خاطر و دلبستگی به آن دانست (میرزایی ۱۳۸۷، ۵۷).

معنای هویت در شهر

از آنجایی که «هویت» مجموعه‌ای از صفات و مشخصاتی است که باعث «تشخص» یک فرد یا اجتماع از افراد و جوامع دیگر می‌گردد؛ شهر نیز به تبعیت از این معیار، شخصیت یافته و مستقل می‌گردد. به عقیده



بنابراین فاکتورهای طبیعی، اکولوژیکی و جغرافیایی اولین عناصر هویت بخش به یک شهر و عناصر درون آن تلقی می‌شوند. هویت کالبدی، آن عامل غالب هویتی است که بافت و ساختار و شکل شهر به آن هویت وابسته است.

مفهوم محله

محله مفهوم ثابت و ایستایی در مباحث شهرشناسی، جغرافیایی و سایر علوم از جمله برنامه ریزی شهری، علوم اجتماعی و علوم سیاسی در قرن گذشته نداشته است. بررسی اولیه تعاریف ارائه شده درباره این مفهوم، نشان از برخی تفاوت‌های آشکار در اینکه «محله به طور مطلق چیست» دارد. شناخت تاریخ تفکر پیدایش محله به عنوان عنصر شهر نیز می‌تواند در برداشت صحیح از این مفهوم نقش مهمی داشته باشد. بسیاری از پژوهشگران چشم اندازی کاملاً بوم شناختی را از محله ارائه داده‌اند؛ لذا برداشت‌ها و نگرش‌هایی که ناظر به مفهوم محله است بر روند، فرایند سرشت و سرنوشت شکل گیری و شکل دهی به محله در جامعه تأثیر بسزایی دارند. در زبان انگلیسی نیز محله در مفاهیم مختلفی مورد توجه قرار گرفته است. در این مورد نیز محله یک واحد اجتماعی و محل اجتماع سهمی از جمعیت به منظور سکونت و زندگی است. اصطلاح "community" به مفهوم جماعت یا گروهی که دارای وجوه مشترک می‌باشند (آریان پور ۱۳۶۳، ۱۰۷۸) و Neighborhood به معنی همسایگی و مجاورت، همسایگان یک در و دیوار، اهل محل مطرح است. محدوده‌ای را که ساکنان آن در ارتباط رودرو با یکدیگر زندگی کرده و در ارزش‌ها و هدف‌های ویژه، مشترک بوده و در علاقه‌ها و خواسته‌ها هم آهنگی دارند، یک مرکز اجتماعی گویند که مرکز استقرار شماری از ساختمان‌ها بوده و علاوه بر خانه‌ها دارای تأسیسات مورد نیاز عموم مانند مدرسه، مرکز خرید، تالار اجتماعات و تأسیساتی برای بهره‌گیری همگانی باشد (سیف‌الدینی ۱۳۷۸، ۸۳). بدیهی است که در تعریف محله، مهم‌ترین زمینه، وجوه اشتراک اجتماعی و فرهنگی ساکنان آن می‌باشد. شاید خصوصیات هم محله‌ای یا بچه محله بودن که در میان اقشار مختلف مطرح می‌شود بیانگر این وجوه مشترک و تعلق خاطر افراد در محیطی باشد که در آن زندگی می‌کنند یا بزرگ شده و رشد پیدا کرده‌اند. مفهوم محله از نظر تاریخی نیز استیلای وجوه مشترک اجتماعی آن را دارا می‌باشد. به عنوان مثال، در تاریخ ایران، محل سکونت گروه‌های ویژه اجتماعی و اصناف یا

«گیدنز» هویت در واقع همان چیزی است که فرد به آن آگاهی دارد. به عبارت دیگر هویت شخصی، چیزی نیست که در نتیجه تداوم کنش‌های اجتماعی فرد به او تفویض شده باشد. بلکه مفهومی است که فرد باید آن را به طور مداوم و روزمره ایجاد کند و در فعالیت‌های بازتابی خویش مورد حفاظت و پشتیبانی قرار دهد (گیدنز ۱۳۷۸، ۸۳ - ۸۲). هویت در شهر به واسطه ایجاد و تداعی خاطرات عمومی در شهروندان، تعلق خاطر و وابستگی را نزد آنان فراهم کرده و شهرنشینان را به سوی «شهروند شدن» که گستره‌ای فعال‌تر از ساکن صرف دارد؛ هدایت می‌کند. پس هرچند که هویت شهر خود معلول فرهنگ شهروندان آن است؛ لیکن در فراگردی مستمر فرآیند شهروندسازی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و باعث تدوین معیارهای مرتبط با مشارکت و قضاوت نزد ناظران و ساکنان خواهد شد.

هویت شهری را باید نوعی هویت جمعی به حساب آورد که البته با عنوان هویت محله‌ای و شهری زمانی معنی دار خواهد بود که تبلور عینی در فیزیک و محتوای شهر داشته باشد؛ به شرطی که هنجار هویت درست فهمیده شود.

هویت کالبدی شهر

کیومرث مسعودی پژوهشگر و جامعه‌شناس شهری معتقد است «اگر در مورد هویت شهری یا هویت معماری صحبت می‌کنیم، منظور در واقع یک نظام‌یافتگی ساختاری و کاربردی در شهر و یک انتظام در معماری شهر است»؛ بنابراین بدیهی است که این انتظام یا سازمان دارای ابعاد درونی خود باشد که در اینجا با عنوان عناصر هویتی شهر بدانها پرداخته می‌شود. عناصر هویتی یک شهر از آنجا که هر شهر دارای دو بعد کارکردی و کالبدی است، لذا ابعاد مختلف هویت وابسته به آن نیز دارای دو وجه مذکور خواهد بود. بنابراین در یک تقسیم بندی کلی ابعاد هویت شهری را می‌توان در قالب همین دو بعد مجزا ساخت: عناصر کالبدی یا سیمای شهری بدیهی است که اولین برخورد با هر شی، پدیده یا موجودی، سیما و کالبد ظاهری آن است؛ وجه‌های قابل ادراک که با حواس پنج‌گانه به راحتی قابل تشخیص و بازشناسی است. بنابراین اولین تفاوت میان دو موجود عینی نیز از طریق ظاهر آن معین می‌گردد. باید اذعان نمود که شناخت عناصر محیطی به عنوان بستر فعالیت‌های انسانی می‌تواند به درک و تحلیل بهتر اشکال مختلف زندگی و فعالیت‌های انسانی بینجامد.

محله جایی است که وقتی بدان می‌رسیم در ما احساس آرامش و ایمنی پدید می‌آید. خاطرات دوران مختلف زندگی‌مان را در کوچه و خیابان محله مان ضبط کرده‌ایم و در هر گوشه و جای آن نقش و اثری خاص در ذهنمان گذشته است و دوستی‌ها و دوستانمان را به یادمان می‌آورد. روزهای غم و شادی، روزهای اتفاق‌های مهم در نظرمان مجسم می‌کند. هر چند ممکن است هر یک از ما در طول عمر خود در چندین محله زندگی کرده باشیم ولی هر محله جایی خاص در زوایای ذهن و خاطراتمان دارد (عطاران، ۱۳۶۳).

رابرت پارک محله را کوچک‌ترین واحد محلی می‌داند که بدون یک سازمان رسمی در شهر موجودیت می‌یابد. ضیاء توانا در مورد تعریف محله چنین اظهار می‌دارد: محله بخشی از شهر است که عمدتاً مسکونی بوده و ساکنین آن با توجه با ارتباط و ساخت تاریخی شان وجه مشترک‌ها و اهداف اجتماعی، قومی، اقتصادی، مذهبی و سیاسی مشخصی را دارا می‌باشند (ضیاء توانا ۱۳۷۰، ۱۵۵).

از منظر عملکردی، «محله عبارت است از فضایی که در آن بخش مهمی از فعالیت‌های شغلی و معیشتی شهروندان به وقوع می‌پیوندد» (عبداللهی ۱۳۸۸). «محله منطقه وسیعی است که به دلیل برخورداری از برخی خصوصیات مشترک و خاص، قابل شناسایی است، به گونه‌ای که فرد به طور ذهنی ورود به آن را حس کند (چپمن ۱۳۸۴، ۱۹۰). به نظر مرلن، محله با جنبه‌های فیزیکی، ریخت‌شناسی، موقعیت در شهر، دوره ساخت، تیپولوژی ساختمان‌ها، کارکردها و گروه‌های اجتماعی مسلط و غیره مشخص می‌گردد (ربانی، ۱۳۸۱)».

تعریف واژه محله بر حسب خصوصیات اجتماعی

محله واحد اجتماعی درون شهر تعریف می‌گردد که ساکنین آن ممکن است بر حسب خصوصیات ویژه جمعیتی گردهم آمده باشند. موقعیت اقتصادی از قبیل نوع شغل، شرایط عمومی اجتماعی مانند سطح برخورداری و رفاه اقتصادی و نیز تفاوت‌های فرهنگی و نژادی از جمله خصوصیات است که ممکن است محله‌نشینان را از یکدیگر متمایز گرداند. مکنزی یکی از نویسندگان مکتب شیکاگو اصطلاح محله را در دو قلمرو فیزیکی و ارتباط اجتماعی تعریف می‌کند. از نظر مکنزی محله واحد نزدیک فیزیکی و محل ارتباط اجتماعی است (Blummer 1984, 1).

اقلیت‌های مذهبی، هر یک محله‌ی ویژه‌ای به وجود آورده است. در دوران متأخر نیز، مهاجران وارد شده به شهرها و از جمله تهران، محله خود را به وجوه مشترک اجتماعی خود موسوم ساخته‌اند (محله‌ی آذربایجانی‌ها، محله‌ی عرب‌ها، محله‌ی اصفهانی‌ها).

برخی از تعریف‌های محله در متون مختلف

شکویی محله را جایی می‌داند که از خانه‌های مجاور هم در یک مقیاس جغرافیایی تشکیل می‌شود و از تجمع، پیوستگی کم و زیاد، معاشرت نزدیک، روابط همسایگی محکم و اتحاد میان گروهی از مردم به وجود می‌آید که برای تشکیل آن، وجود شرایط زیر را ضروری است:

دارا بودن یک حوزه جغرافیایی مشخص، پیدایش و تکوین یک اجتماع کوچک گروهی از مردم شهر و وابستگی اجتماعی میان گروهی از مردم. معمولاً امکانات رفاهی موجود در آن فقط برای ساکنین محله می‌باشد و این استفاده مشترک به ساکنان آن امکان می‌دهد که خود را در یک محدوده، کاملاً مقید احساس کنند و تعلق بیشتری به آن پیدا نمایند (شکویی ۱۳۶۹، ۴۹).

محله یک گروه مجزا با مختصات فضایی است که با ویژگی‌های خاص منطقه و ویژگی‌های اجتماعی ساکنانش مجزا و شناخته می‌شود. (Glass 1948, 18) در آخرین تحقیقات صورت گرفته، هر محله همان چیزی است که ساکنانش فکر می‌کنند هست. حدود دقیق محله، توسط افرادی اعمال می‌شود که در آن زندگی می‌کنند، در آن کار می‌کنند، از آن خسته می‌شوند و به عضو از اجتماع خودشان بودن مباحثات می‌کنند. (us national research council 1975, 2)

لینچ محله را قسمت نسبتاً بزرگی از شهر می‌داند که واجد خصوصیات مشابه و یکدست باشد و ناظر بتواند به آن وارد شود. خصوصیتی که سیما و پیکر محله را مشخص می‌کند، عوامل خاص آن محله هستند که ممکن است اجزای بی‌شمار و متنوع داشته باشند. بافت محله، فضای آن، فرم و اجزای آن، نوع ساختمان‌ها و نوع استفاده از ساختمان‌ها، فعالیت‌ها، ساکنین و... عوامل خاص محله هستند. خلاصه یک محله را می‌توان از درون آن شناخت و گاه ممکن است وقتی ناظر از کنار آن می‌گذرد و یا به جانب آن می‌رود، از بیرون به شناسایی آید (لینچ ۱۳۷۴، ۱۲۶-۱۲۲).

شهر، در دانشگاه پوترا مالزی در سال ۲۰۱۰ به موضوع هویت مکانی پرداخته است.

این پژوهش متمرکز شده بر پیوستگی مکانی و تأثیر آن در هویت مکانی که با رجوع به خیابان اصلی مرکز خرید کوالالامپور مالزی انجام شده است. از نظر نویسنده هویت مکانی یعنی شور و احساس به یک مکان و چیزی که انسان را با مکان پیوند می‌دهد. در شهرهای جدید طراحی شهری تأثیر زیادی در هویت مکانی دارد. پژوهش فوق سعی دارد موضوعات مربوط به هویت مکانی را تشریح نماید. پیوستگی مکان می‌تواند به عنوان یک شاخص برای ارزشیابی و برآورد میزان احساس تعلق مکانی به حساب آید. این تحقیق با روش پیمایش و در سه مرکز خرید با نمونه ۳۳۰ نفری انجام یافته است.

پژوهشی در سال ۱۳۹۰ توسط مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران با عنوان «شناسایی وضعیت و ابعاد هویت اجتماعی شهروندان تهرانی و راه‌های ارتقای آن» به انجام رسیده است.

در این تحقیق، «هفت» بعد هویت جنسیتی، هویت خانوادگی، هویت محله‌ای، هویت اجتماعی شهری، هویت قومی، هویت ملی و هویت دینی برای هویت اجتماعی تعریف و مورد بررسی قرار گرفته است.

نمونه مورد بررسی ۶۶۰ نفر از شهروندان بالای ۱۵ سال ساکن مناطق ۲۲ گانه شهر تهران بودند که با استفاده از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه، داده‌های مورد نیاز گردآوری شده است.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که «جنسیت» و «رضایت از زندگی» مهم‌ترین متغیرهای مستقل موثر بر هویت جنسیتی، «رضایت از زندگی» و «رضایت از وضعیت مالی» مهم‌ترین متغیرهای مستقل موثر بر هویت خانوادگی، «ارزیابی از ناهنجاری‌های اجتماعی در محله» و «اعتماد به سایر شهروندان» مهم‌ترین متغیرهای مستقل موثر بر هویت محله‌ای، «رضایت اجتماعی» و «اعتماد اجتماعی» مهم‌ترین متغیرهای مستقل موثر بر هویت اجتماعی شهری، «تحصیلات» و «احساس نابرابری اجتماعی» مهم‌ترین متغیرهای مستقل موثر بر هویت قومی، «نگرش به غرب»، «تحصیلات» و «احساس امیدواری به آینده» مهم‌ترین متغیرهای مستقل موثر بر هویت ملی، و نیز مهم‌ترین متغیرهای مستقل موثر بر هویت دینی شهروندان نگرش به غرب و احساس امیدواری است.

آقای جهانی در سال ۱۳۹۰ جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد گسترش عمودی یا بلند مرتبه سازی در

محله به عنوان یک واحد اجتماعی، «مرکز تماس‌های هم‌جواری و همسایگی، اساس ساده‌ترین و ابتدایی‌ترین، شکل همکاری است که باید در سازمان زندگی شهری با آن روبرو شویم» (صالحی ۱۳۸۷، ۶۲). روث گلاس در تعریف محله می‌نویسد: محله قلمرو متمایزی است که تمایز آن به سبب ویژگی‌های کالبدی خاص آن و ویژگی‌های اجتماعی خاص ساکنانش پدید آمده است (گلاس ۱۹۶۸، ۸۸). محله به عنوان واحد اجتماعی از دیدگاه مکتب اکولوژیک در امریکا نشأت می‌گیرد و محله را محصول فرآیندهای طبیعی انتخاب و رقابت می‌داند (Perry 1985, 5).

جمع بندی تعاریف

در مجموع می‌توان گفت بافت شهری در تمام کشورها تقریباً از یک تعریف پیروی می‌کند. بنا بر آنچه که گفته شد چنین استنباط می‌شود که یک محله دارای یک فضای جغرافیایی است؛ گروه‌های انسانی با خصیصه‌های اجتماعی یا فرهنگی مشابه در آن ساکن می‌باشند؛ و روابط اجتماعی میان گروه‌های انسانی ساکن در هر محله یک رابطه صمیمی و دارای انسجام و وحدت است.

پیشینه تجربی پژوهش

در پژوهشی که هیدالگو و هرناندز در سال ۲۰۰۲ با عنوان تعلق مکانی: سؤالات مفهومی و تجربی، در تعریف اسپانیا انجام داده‌اند به موضوع هویت محله‌ای پرداخته‌اند. (journal of environmental psychology, 2001, 21 273-281)

آنها در این تحقیق هویت مکانی را در سه سطح ساختمان محل زندگی، محله و شهر مورد سنجش قرار داده‌اند؛ و هم هویت اجتماعی و هویت کالبدی به مکان را در نظر گرفته‌اند. نمونه گرفته شده آن‌ها ۱۷۷ نفر از اهالی تریف اسپانیا می‌باشد.

خلاصه یافته‌های پژوهش آنها این است که احساس تعلق به مکان در سطوح و ابعاد مورد سنجش متفاوت می‌باشند. از مهم‌ترین نتایج تحقیق این است که احساس تعلق به محله نسبت به سطوح دیگر (ساختمان و شهر) ضعیف‌تر می‌باشد؛ تعلق اجتماعی نسبت به تعلق کالبدی اهمیت بیشتری دارد؛ و متغیرهای سن و جنس در میزان تعلق مکانی تأثیر گذار می‌باشند.

نرسیده اوجانگ (Norsidah Ujang) در پژوهشی با عنوان احساس تعلق مکانی و پیوستگی هویت مکانی

در خصوص هویت محله‌ای انجام شده است عموماً ابعاد مختلفی را برای سنجش هویت محله‌ای به کار گرفته‌اند که البته در بیشتر این کارها به نظر می‌رسد که ابعاد هویت محله‌ای با ابعاد تأثیر گذار در هویت محله‌ای با هم مورد سنجش قرار گرفته و جمع شده‌اند.

مبانی و چارچوب نظری

زیمل از اندیشمندان کلاسیک جامعه‌شناسی می‌باشد که به تحلیل روانی انسان‌ها و ارتباطات آنها در شهرهای بزرگ و مدرن می‌پردازد و تأکید بر ویژگی از خود بیگانگی محیط‌های شهری در تمام عرصه‌های زندگی از جمله روابط و تعاملات اجتماعی بین اعضاء خانواده و شهروندان می‌کند. به نظر او زندگی به سبک شهرنشینی این‌گونه است که به خاطر تشدید محرک‌های عصبی که بین ساکنان به دلیل تقسیم کار تخصصی و فشارهای روانی حاکم است، ارتباطات تعارض‌آمیز و اختلافات فردی رو به گسترش است. در واقع در جامعه شهری، شهروندان با توجه به منافع حاکم بر زندگی‌شان برای برخی از ارتباطات انسانی اعتبار و اهمیت خاصی برخوردارند. این مسئله ناشی از عقلانیت حاکم بر زندگی شهری است که در شهرهای بزرگ و مدرن رو به گسترش است. با توجه به چنین پیامدهایی که در کلان‌شهرها وجود دارد باید در تحلیل ارتباط شهروندان به این توجه کرد که: (۱) وجود محیط اجتماعی و بسیار شلوغ شهر باعث شده که برخی از تعاملات و ارتباطات با محیط اطرافش را شهرنشینان فراموش کنند و یا از آن غفلت نمایند. (۲) وجود عقلانیت بر ساختار زندگی منجر به این شده که روابط عقلانی حاکم شود که در این نوع روابط آدمی شبیه یک شماره است؛ یعنی ارتباط شهرنشینان با یکدیگر ناشی از دقت و محاسبه‌گری شکل می‌گیرد (شارع‌پور ۱۳۸۳، ۱۲۲).

پدیدارشناسان حس مکان را مرتبط شدن با مکان به واسطه درک نمادها و فعالیت‌های روزمره می‌دانند و معتقدند که این حس می‌تواند در محل زندگی فرد به وجود آمده و با گذر زمان عمق و گسترش یابد. از نظر این گروه مهم‌ترین مفاهیم مرتبط در بیان حس مکان، مکان دوستی، تجربه مکان و شخصیت مکان است که با ویژگی غیر مادی، معنایی نزدیک به روح مکان دارد (فلاحت ۱۳۸۵، ۵۸). شامای از جمله پدیدار شناسانی است که ابعاد هویت محله‌ای را در سه بعد تعلق به مکان، دلبستگی به مکان و تعهد نسبت به مکان می‌داند. وی شاخص‌های احساس تعلق را تقدیر مشترک داشتن،

منطقه ۷ تهران را در ارتباط با هویت محله‌ای مورد بررسی و پژوهش قرار داده است. این تحقیق با روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه با حجم نمونه ۳۸۴ نفری انجام شده است. از نظر محقق نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بیشترین درصد پاسخگویان، هویت محله‌ای را در حد متوسط و پس از آن نیز بیشترین درصد مربوط به افرادی است که آن را در حد پایین دانسته و بقیه نیز شامل افرادی که به جنبه مثبت هویت تأکید کرده و بر هویت‌مندی محله خود اشاره کردند. با این توضیح می‌توان عنوان کرد که از نگاه پاسخگویان، هویت محله‌ای در منطقه مذکور دچار نقصان بوده و در بسیاری موارد در حد متوسط و حتی روبه زوال است.

معیدفر و مقدم در مقاله‌ای با عنوان نقش هویت محله‌ای در کاهش و کنترل گرایش به رفتارهای نابهنجار اجتماعی در شهر (مطالعه محله‌های شهر تهران) که بر گرفته از نتایج تحقیقی با همین عنوان است در سال ۱۳۸۷ انجام داده‌اند.

مقاله با اتخاذ رویکرد فضایی-اجتماعی با تلفیق نظریه‌های کنترل اجتماعی و نظریه‌های جامعه‌شناسی شهری به بررسی رابطه بین هویت محله‌ای و کنترل اجتماعی که در نهایت به کاهش نابهنجاری اجتماعی در شهر می‌انجامد، پرداخته است. این تحقیق با استفاده از روش پیمایش بر روی ۳۷۲ نمونه از ۶ محله تهران (زرگنده، شهرآرا، نارمک، شهرک راه آهن، امیریه، شهرک فردوس) انجام شده است.

یافته‌های تحقیق ضمن تایید وجود تفاوت معنادار هویت محله‌ای در محله‌های مختلف تهران، نشان می‌دهد هویت محله‌ای زمینه مناسبی برای رشد و ارتقای وابستگی، تعهد و مشارکت افراد در محله است و می‌تواند از طریق تقویت سه عنصر وابستگی، تعهد و مشارکت، احساس کنترل و نظارت اجتماعی را در محله بالا ببرد و مانع از گرایش افراد به ارتکاب رفتارهای نابهنجار در سطح محله شود. با وجود این یافته‌های کلی نشان می‌دهد، خود هویت محله‌ای در شهر تهران با ضعف اساسی روبرو است و به همین دلیل بدون داشتن برنامه روشن و بلند مدت نمی‌تواند زمینه ساز ایجاد همبستگی و کنترل اجتماعی غیر رسمی شود.

مرور ادبیات تجربی نشان می‌دهد که تحقیقات انجام شده را در چند گروه عمده می‌توان تقسیم نمود: برخی از تحقیقات به موضوع هویت اجتماعی شهر پرداخته‌اند؛ برخی هویت کالبدی را مد نظر قرار داده‌اند؛ و گروهی دیگر به هویت محله‌ای توجه نموده‌اند. پژوهش‌هایی که

در محیط زندگی خود دارند. عدم شناخت افراد از مکان‌های شهری، احساس ناامنی به وجود می‌آورد و در مقابل آگاهی محیطی، نوعی حس آرامش و اطمینان در انسان ایجاد می‌نماید؛ لذا در این تحقیق ابعاد هویت محله‌ای در سه سطح نگرشی، احساسی و رفتاری مورد سنجش قرار گرفته است.

با توجه به تعاریف و نظریه‌های مرور شده و دیدگاه محقق، هویت محله‌ای را می‌توان احساس تعلق و داشتن تعهد به محله مسکونی تعریف نمود. در بعضی از تعاریف و نظریات ابعاد دیگری نیز نام برده شده است که به نظر می‌رسد این ابعاد نیز می‌توانند زیر مجموعه این دو بعد قرار بگیرند؛ لذا در این پژوهش جهت سنجش هویت محله‌ای از این دو بعد استفاده کرده‌ایم.

فرضیه‌ها

- به نظر می‌رسد میان جنس و هویت محله‌ای رابطه معنا داری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد میان وضعیت تأهل و هویت محله‌ای رابطه معنا داری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد میان سن و هویت محله‌ای رابطه معناداری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد میان تحصیلات و هویت محله‌ای رابطه معنا داری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد میان قومیت و هویت محله‌ای رابطه معنا داری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد میان نوع ساختمان محل سکونت (ویلا، آپارتمانی) و میزان هویت محله‌ای رابطه وجود دارد.
- به نظر می‌رسد میان نوع مالکیت محل سکونت و میزان هویت محله‌ای رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

در این پژوهش برای سنجش میزان هویت محله‌ای شهروندان تهرانی از روش پیمایش استفاده شده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات نیز پرسشنامه محقق ساخته و جامعه آماری کلیه افراد بالای ۱۸ سال ساکن شهر تهران (شامل شهرستان تهران، شمیرانات و ری که مناطق بیست و دو گانه) می‌باشند. که بر اساس سرشماری سال ۱۳۸۵ حدود ۵۷۰۰۰۰ نفر است.

روش نمونه‌گیری در ایت تحقیق، تصادفی سیستماتیک می‌باشد. بیست و دو گانه تهران به عنوان

نمادهای مکان، ارتباط عاطفی با مکان، تجارب جمعی، منحصر بودن مکان و تفاوت با مکان‌های دیگر و دلبستگی به مکان می‌داند. او شاخص‌های داشتن تعهد را، نقش فعال فرد در اجتماع، حضور در مکان، فداکاری برای مکان، آمادگی برای رهایی از علایق فردی و جمع به خاطر علایق بزرگ‌تر نسبت به مکان، سرمایه گذاری مالی و صرف زمان می‌داند. (shamai 1991, 65)

استرایکر نیز بر مفهوم تعهد توجه داشت. این مفهوم به روابطی با دیگران اشاره دارد که به عنوان خدمت از روی انتخاب شکل گرفته؛ به قسمی که تغییر الگوی انتخاب، نیازمند تغییر الگوی روابط با دیگران است. به میزانی که روابط شخص با دیگران، به گونه‌ای از خاص بودن بستگی داشته باشد، شخص به آن گونه خاص بودن متعهد شده است. بدیهی است که تعهد به هویت‌ها به معنای ورود به روابطی است که نیازمند به حساب آوردن و پذیرفتن صفات موقعیتی است. تعهد به یک هویت را می‌توان به وسیله هزینه‌های گرد آمده پیرامون آن روابطی که به یک هویت وابسته‌اند، اندازه‌گیری کرد.

پارک معتقد بود که شهر نظامی است از افراد و نهادهای وابسته به هم که باید به مثابه یک نظام قطایی مورد مطالعه قرار بگیرد. در پهنه شهری ما با موزائیکی از گروه‌های بسیار متفاوت روبرو هستیم که هر یک دارای فرهنگ، تاریخچه و منافع خاص خود هستند و بر اساس فرآیندهای ویژه‌ای وارد رقابت‌های اقتصادی برای تملک و از آن خود کردن فضا می‌شوند. پارک بر این نکته تأکید داشت که در شهر ما با فرآیندهای دائم تقسیم فضا به پهنه‌های تفکیک شده روبرو هستیم. وی هویت مکانی را تعلق فرهنگی و تعلق اجتماعی عنوان نموده است.

به عقیده زایل به طور کلی با توجه به آنچه که در خصوص نقش نیاز به عنوان عامل انگیزشی انسانی گفته می‌شود نیازهای انسانی را می‌توان در سه سطح رفتاری، عاطفی و شناختی طبقه بندی نمود مراد از نیازهای رفتاری آن دسته از نیازهایی است که به چگونگی ارتباط انسان با محیط و شیوه واکنش او در قبال محرک‌های خارجی باز می‌گردد. مراد از نیازهای عاطفی، سطح واکنش‌های برخاسته از احساس مثبت و یا منفی در برابر موضوعات محیطی و یا فردی است. از نظر روانشناسی شخصیت و محیط لازم است میان عاطفه و عقل و منطق تعادل کافی برقرار شود در غیر این صورت رشد فوق‌العاده هر یک از آن‌ها بدون هماهنگی با دیگری خود عوارض منفی را در محیط سبب می‌گردد. در مورد نیازهای شناختی اینکه انسان‌ها نیاز به شناخت به ویژه

بعد	شاخص‌ها
تعلق به محله	میزان شناخت فرد از محله (تاریخی، جغرافیایی و...)
	دوست داشتن محله
	وجود ویژگی خاص در محله
	دوست داشتن اهالی محله
	غرور و افتخار نسبت به تاریخی بودن محله
	میزان تمایل به جابجایی محله

داشتن تعهد به محله

در این پژوهش داشتن تعهد به معنای مشارکت در امور محله و اقدام برای داشتن محله‌ای خوب می‌باشد که در سه سطح شناختی، احساسی و رفتاری با شاخص‌های زیر مورد سنجش قرار گرفته است.

بعد	شاخص‌ها
تعهد به محله	میزان شناخت از گروه‌های اجتماعی (غیر دولتی، نهادهای مردم نهاد و...) در محله
	اهمیت دادن به تمیزی محله
	سعی در برطرف کردن مشکلی در محله
	صرف هزینه مالی برای محله
	صرف وقت برای محله
	مشارکت در انتخابات محله‌ای

یافته‌های تحقیق

ویژگی‌های جمعیت شناختی

۵۰ درصد افراد مورد مصاحبه زن و ۵۰ درصد مرد بوده‌اند. از نظر سنی، ۲۷ درصد افراد (تا ۲۵ سال)، ۲۴ درصد (۲۶ تا ۳۵)، حدود ۱۹ درصد (۳۶ تا ۴۵)، ۱۵ درصد (۴۶ تا ۵۵) و ۱۶ درصد (۵۶ سال و بالاتر) بوده‌اند. از نظر وضعیت تأهل، ۶۱ درصد متأهل، ۳۴ درصد مجرد و پنج درصد نیز مطلقه و یا بیوه بوده‌اند. از نظر قومیت، ۶۰ درصد فارس، ۲۸ درصد ترک، چهار درصد لر بوده‌اند. سایر موارد نیز در جدول مشخص است. از نظر وضعیت اشتغال، ۳۶ درصد شاغل، ۳۰ درصد خانه دار، ۱۹ درصد محصل و دانشجو و ۱۰ درصد بازنشسته بوده‌اند.

۷۰ درصد مالک منزل محل سکونت خود بوده و ۲۸ درصد در منازل استیجاری زندگی می‌کرده‌اند. از نظر سطح تحصیلات، پنج درصد بی سواد، ۱۱ درصد در حد ابتدایی، ۱۲ درصد در حد ابتدایی، ۳۹ درصد در سطح متوسطه و دیپلم، هشت درصد فوق دیپلم، ۲۱ درصد لیسانس و شش درصد فوق لیسانس و بالاتر بوده‌اند.

خوشه‌هایی در نظر گرفته شده که در درون خود به خوشه‌های حوزه‌ها و سپس به خوشه‌های بلوک‌ها تقسیم می‌گردد. نمونه نهایی باید از درون بلوک‌ها انتخاب شود.

پرسشگر پس از حضور در بلوک‌های انتخاب شده از منطقه مورد نظر بر حسب تعداد نمونه مرد و زن و در گروه‌های سنی متفاوت، از شمال غرب بلوک کار خود را شروع کرد. او پس از انتخاب اولین فرد نمونه در اولین واحد مسکونی، نفر بعدی نمونه را بعد از شمارش ۳ واحد مسکونی انتخاب کرد. به این ترتیب از هر سه واحد مسکونی در بلوک مورد نظر، یک نفر انتخاب گردید. در صورت نبود فرد نمونه مورد نظر در بلوک اول، دو بلوک دیگر به عنوان بلوک‌های اصلی و جایگزین برای انتخاب افراد نمونه از پیش مشخص شده بودند تا پرسشگر ادامه فعالیت تکمیل پرسشنامه‌ها را در آن‌ها انجام دهد.

گردآوری داده‌های این پژوهش در تیرماه ۱۳۹۱ انجام شده است؛ قلمرو مکانی تحقیق نیز مناطق ۲۲ گانه شهر تهران می‌باشد.

ابعاد، شاخص‌ها، گویه‌ها و تعاریف هویت محله‌ای

همان طور که در مبانی و چهارچوب نظری گفته شد، در این تحقیق هویت محله‌ای با دو بعد احساس تعلق و داشتن تعهد نسبت به محله مورد سنجش قرار گرفته است.

در واقع در این تحقیق هویت محله‌ای یعنی داشتن احساس تعلق نسبت به محله و همچنین داشتن تعهد در قبال محله خود.

احساس تعلق

یعنی اینکه فرد خود را با محله و شهر خود یکی بداند. همچنین مجموعه طرز تلقی‌ها، نگرش‌ها و کنش‌های فرد در تعلق به محیط و محل زندگی خود و احساس تعهد به آن، می‌باشد که در حفظ و صیانت از آن از هیچ کوششی دریغ نمی‌کند (نعیمی، ۱۳۸۹: ۸۴).

نحوه سنجش

احساس تعلق به محله در سه سطح شناختی، احساسی و رفتاری با شاخص‌های زیر مورد سنجش قرار گرفته است.

هویت محله‌ای متوسطی بوده و تنها ۱۰ درصد مردم دارای هویت محله‌ای بالایی بوده‌اند.

همان طور که در جدول شماره ۲ ملاحظه می‌شود میانگین احساس تعلق در حد متوسط قرار دارد. بررسی سطوح سه گانه مربوط به این بعد نشان می‌دهد، سطح احساسی بیشتر از سایر سطوح بوده اما از نظر میزان در حد متوسط است. کمترین سطح مربوط به سطح رفتاری بوده که پایین‌تر از حد متوسط است. این نشان می‌دهد شهروندان دلبستگی نسبی به محلات خود دارند اما در مواجهه با واقعیات و شرایط عینی ترجیح می‌دهند مثلاً برای کسب منزلت بالاتر محله خود را جابجا کنند.

میانگین تعهد محله‌ای نیز کمی کمتر از حد متوسط است. بررسی سطوح سه گانه مربوط به این بعد نیز نشان می‌دهد، سطح احساسی (تمیز بودن محله) بسیار بیشتر از سایر سطوح بوده و از نظر میزان در حد بالا است. کمترین سطح مربوط به سطح شناختی بوده که بسیار پایین است. این نشان می‌دهد شهروندان از نظر احساسی در حد نسبتاً خوبی هستند اما در سطوح شناختی و رفتاری دچار نقصان و کاستی هستند.

قبل از بررسی تفاوت میانگین هویت محله‌ای در گروه‌های مختلف سنی، تحصیلی، قومی و... و برای استفاده از آزمون مناسب ابتدا لازم است بفهمیم توزیع داده‌های هویت محله‌ای نرمال و یا غیر نرمال است، لذا از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (KS) استفاده می‌کنیم؛ لذا با توجه به اینکه سطح معناداری بدست آمده بیشتر از پنج درصد است، لذا فرضیه صفر رد نشده و ادعای نرمال بودن توزیع هویت محله‌ای پذیرفته می‌شود.

۲۳ درصد پاسخگویان پنج سال و کمتر، ۱۶ درصد بین ۶ تا ۱۰ سال، ۱۴ درصد بین ۱۱ تا ۱۵ سال، ۱۴ درصد بین ۱۶ تا ۲۰ سال، نه درصد بین ۲۱ تا ۲۵ سال و ۲۵ درصد بیشتر از ۲۵ سال در محله اقامت داشته‌اند.

ارزیابی هویت محله‌ای

برای بررسی هویت محله‌ای از ۱۵ گویه مرتبط که به سنجش دو بعد تعلق و تعهد محله‌ای ساکنان می‌پردازد، توجه شد. نمرات بدست آمده از این ۱۵ گویه باهم جمع شده که حداقل نمره ۱۵ و حداکثر ۷۵ بدست آمد. در مرحله بعد نمرات در سه گروه پایین (۳۴-۱۵)، متوسط (۵۴-۳۵) و بالا (۷۵-۵۵) مطابق جدول شماره ۱ تقسیم شدند.

جدول ۱: طبقه بندی نمرات بدست آمده در مورد

ارزیابی هویت محله‌ای

فرآوانی	درصد	درصد معتبر
پایین	۱۲۸	۱۳/۷
متوسط	۷۱۱	۷۶/۲
بالا	۹۴	۱۰/۱
جمع	۹۳۳	۱۰۰/۰
بدون پاسخ	۲۶۵	۲۲/۱
کل	۱۱۹۸	۱۰۰/۰

یافته‌های بدست آمده نشان داد حدود ۱۴ درصد مردم هویت محله‌ای پایینی داشته، ۷۶ درصد دارای

جدول ۲: میانگین ابعاد و سطوح هویت محله‌ای

بعد	میانگین (از ۱ تا ۵)	سطح	میانگین (از ۱ تا ۵)
هویت محله‌ای	۳/۰۴	تعلق محله‌ای	۲/۸۴
	۲/۶۵	رفتاری	۳/۱۴
	۱/۹۷	شناختی	۲/۶۵
تعهد به محله	۲/۷۸	احساسی	۴/۵
	۲/۶۵	رفتاری	۲/۶۵

جدول ۳: بررسی تفاوت میانگین هویت محله‌ای افراد بر حسب جنسیت

ردیف	جنسیت	فرآوانی	میانگین	t	سطح معنی داری
۱	زن	۴۵۲	۴۲،۸۸۵۰	-۱،۸۱	۰،۰۷
۲	مرد	۴۸۱	۴۳،۸۷۵۳		

جدول ۴: بررسی تفاوت میانگین هویت محله‌ای افراد بر حسب وضع تأهل

ردیف	وضع تأهل	فراوانی	میانگین	t	سطح معنی داری
۱	متأهل	۵۷۰	۴۳/۶۸۴۲	۱/۳۰	۰/۱۹۲
۲	مجرد	۳۲۱	۴۲/۹۲۵۲		

جدول ۵: آنالیز واریانس (ANOVA) هویت محله‌ای افراد بر حسب قومیت

ردیف	قومیت	فراوانی	میانگین	F	سطح معنی داری
۱	ترک	۲۴۷	۴۳/۶۱۹۴	۱/۸۴	۰/۱۵۹
۲	فارس	۵۷۸	۴۲/۹۲۹۱		
۳	سایر	۸۹	۴۴/۶۰۶۷		

عمده‌ای وجود نداشته و همگی دارای هویت محله‌ای در حد متوسطی هستند. (جدول ۵)

با انجام آزمون t-test به بررسی تفاوت هویت محله‌ای افراد بر حسب نوع سکونت در محل پرداختیم. با توجه به نتایج بدست آمده مشخص شد، افراد محلی که مالک منزل خود هستند هویت محله‌ای بیشتری را نسبت به مستأجران ساکن در محل احساس می‌کنند. سطح معنی داری بدست آمده نشان می‌دهد این تفاوت از نظر آماری معنی دار است. (جدول ۶)

با آزمون آنالیز واریانس مشخص شد هرچند هویت محله‌ای افراد مسن بیشتر از بقیه است اما سطح معناداری بدست آمده نشان داد، بین میزان هویت محله‌ای افراد در سنین مختلف تفاوت عمده‌ای وجود نداشته و همگی دارای هویت محله‌ای در حد متوسطی هستند. (جدول ۸)

با انجام آزمون t-test به بررسی تفاوت هویت محله‌ای زنان و مردان می‌پردازیم. با توجه به جدول هر چند میانگین هویت محله‌ای مردان کمی بیشتر از زنان است اما سطح معنی داری بدست آمده نشان می‌دهد این تفاوت معنی دار نبوده و لذا می‌توان گفت زنان و مردان دارای هویت محله‌ای یکسانی هستند. (جدول ۳)

با انجام آزمون t-test به بررسی تفاوت هویت محله‌ای متأهلان و مجردان پرداختیم. با توجه به جدول هر چند میانگین هویت محله‌ای متأهلان کمی بیشتر از مجردان است اما سطح معنی داری بدست آمده نشان می‌دهد این تفاوت معنی دار نبوده و لذا می‌توان گفت هر دو گروه دارای هویت محله‌ای یکسانی هستند. (جدول ۴)

با آزمون آنالیز واریانس مشخص شد بین میزان هویت محله‌ای افراد با قومیت‌های مختلف تفاوت

جدول ۶: بررسی تفاوت هویت محله‌ای افراد بر حسب نوع سکونت در محل

ردیف	نوع سکونت	فراوانی	میانگین	t	سطح معنی داری
۱	ملکی	۶۵۲	۴۴/۰۹۳۶	۴/۰۱	۰/۰۰۰
۲	استیجاری	۲۵۹	۴۱/۶۷۹۵		

جدول ۷: آنالیز واریانس (ANOVA) هویت محله‌ای افراد بر حسب سن

ردیف	سن	فراوانی	میانگین	F	سطح معنی داری
۱	تا ۲۵ سال	۲۶۳	۴۲/۶۸۰۶	۳/۳۳	۰/۰۱
۲	۲۶ تا ۳۵ سال	۲۱۳	۴۲/۲۸۶۴		
۳	۳۶ تا ۴۵ سال	۱۷۷	۴۳/۷۴۵۸		
۴	۴۶ تا ۵۵ سال	۱۳۹	۴۴/۲۹۵۰		
۵	۵۶ سال و بالاتر	۱۴۰	۴۵/۰۶۴۳		

جدول ۸: آنالیز واریانس (ANOVA) هویت محله‌ای افراد بر حسب تحصیلات

ردیف	سن	فراوانی	میانگین	F	سطح معنی داری
۱	زیر متوسطه	۲۵۱	۴۳/۹۲۴۳	۱/۳۱	۰/۲۷۱
۲	متوسطه و دیپلمه	۳۵۸	۴۲/۸۸۵۵		
۳	بالتر از دیپلم	۳۱۹	۴۳/۶۴۲۶		

گذار می‌باشند. در این خصوص به نظر می‌رسد تعریف محله و سبک‌های زندگی متفاوت بین مکان انجام این پژوهش‌ها باعث عدم تایید نتایج آن تحقیق می‌باشد. یافته‌های تحقیق، بر اساس تحقیق سعید معیدفر و غلامرضا مقدم (۱۳۸۷) اینکه هویت محله‌ای در محله‌های مختلف تهران تفاوت معناداری دارد تایید می‌شود، لیکن به غیر از محله‌های اندکی، بیشتر محله‌ها از هویت محله‌ای متوسطی برخوردار هستند. اما نوع مالکیت در میزان هویت محله‌ای تأثیر دارد. یعنی مالکان در برابر مستأجرها از هویت محله‌ای بالاتری برخوردار هستند.

بر اساس یافته‌های این تحقیق می‌توان گفت که بالا نبودن هویت محله‌ای شهروندان تهرانی را نباید در تفاوت‌های سنی، جنسیتی و... جستجو کرد، بلکه به نظر می‌رسد علت‌های دیگری در میزان هویت محله‌ای موثرند. زندگی شهری به دنبال خود سبک‌های زندگی را به دنبال دارد که مانع شکل‌گیری هویت محله‌ای می‌شود. بررسی عوامل تأثیر گذار بر هویت محله‌ای مجال دیگری را برای بحث می‌طلبد اما در مجموع می‌توان گفت که هویت محله‌ای در شهر تهران همواره رو به نزول بوده و می‌باشد و هر چه سبک‌های زندگی تهرانی‌ها بیشتر مطابق با شهر گرایی نوین می‌شود، هویت محله‌ای کمتری را به ارمغان می‌آورد. هر چند که با توجه به فرهنگ ایرانی و تهرانی شهروندان، و بومی شدن خود به خودی شهر گرایی، هویت محله‌ای هیچ‌گاه از بین نخواهد رفت بلکه از میزان آن کاسته می‌شود. تقسیمات شهر تهران نیز که به صورت محله‌ای شکل گرفته است و در واقع خدمات رسانی در مقیاس محله به تهرانی‌ها داده می‌شود، لزوماً باعث شکل‌گیری هویت محله‌ای نخواهد شد بلکه برنامه ریزی در جهت تعاملات

آنالیز واریانس میانگین هویت محله‌ای افراد بر حسب تحصیلات و سطح معناداری بدست آمده نشان داد، بین میزان هویت محله‌ای افراد با تحصیلات مختلف تفاوت عمده‌ای وجود نداشته و همگی دارای هویت محله‌ای در حد متوسطی هستند. (جدول ۹)

با آزمون آنالیز واریانس مشخص شد بین میزان هویت محله‌ای و ساختمان محل سکونت افراد تفاوت عمده‌ای وجود نداشته و همگی دارای هویت محله‌ای در حد متوسطی هستند.

بحث و نتیجه گیری

هدف از این پژوهش بررسی وضعیت هویت محله‌ای شهروندان تهرانی بود که با توجه به مباحث نظری و برخی از پژوهش‌های انجام شده، برای سنجش میزان هویت محله‌ای از دو بعد تعلق محله‌ای و تعهد نسبت به محله استفاده شد؛ در هر کدام از این ابعاد نیز سطوح رفتاری، احساسی و شناختی مورد سنجش قرار گرفت. روش بکار رفته در این پژوهش پیمایشی بود که با نمونه ۱۲۰۰ نفری در شهر تهران و با استفاده از پرسشنامه و مراجعه به منازل انجام شد.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که هویت محله‌ای شهروندان تهرانی در وضعیت متوسطی قرار دارد. و تنها ۱۰ درصد از تهرانی‌ها هویت محله‌ای بالایی دارند. حدود ۸ درصد نیز از میزان هویت محله‌ای پایینی برخوردار هستند. این یافته‌ها، بخشی از نتایج جهانی (۱۳۹۰) را نیز تایید می‌کند. عوامل زمینه‌ای نیز تأثیر چندانی در میزان هویت محله‌ای شهروندان ندارند؛ این نتایج با یافته‌های هیدالگو و هرناندز (۲۰۰۲) در تناقض می‌باشد. بر طبق یافته‌های آن‌ها که در تئری اسپانیا انجام شده است، متغیرهای سن و جنس در میزان تعلق مکانی تأثیر

جدول ۹: آنالیز واریانس (ANOVA) هویت محله‌ای افراد بر حسب ساختمان محل سکونت

ردیف	تعداد واحد مسکونی	فراوانی	میانگین	F	سطح معنی داری
۱	ویلايي	۱۷۷	۴۴/۳۶۷۲	۱/۷۰	۰/۰۶
۲	۲ تا ۸ واحدی	۶۵۹	۴۲/۹۶۲۱		
۳	بیشتر از ۸ واحد	۸۸	۴۴/۶۸۱۸		

۱۰) لینچ، کوین. (۱۳۷۴). سیمای شهر. ترجمه منوچهر مزینی. تهران: نشر دانشگاه تهران.

۱۱) موسوی، سید یعقوب. (۱۳۸۲). بازسازی شهری با تکیه بر توسعه نظام محله‌ای. اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران.

۱۲) جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). هویت اجتماعی. ترجمه تورج یاراحمدی. تهران: انتشارات شیرازه.

۱۳) چپ من، دیوید. (۱۳۸۴). آفرینش محلات و مکان‌ها در محیط انسان ساخت. ترجمه شهرزاد فریادی و منوچهر طبیبیان، تهران، دانشگاه تهران.

۱۴) پیران، پرویز. (۱۳۸۴). هویت شهرها غوغای بسیار برای مفهومی پیچیده. فصلنامه آبادی، شماره سیزدهم دوره جدید.

۱۵) سرمست، بهرام. (۱۳۸۹). بررسی و تحلیل نقش مقیاس شهر در میزان حس تعلق به مکان (مطالعه موردی شهر تهران). مدیریت شهری، شماره ۲۶.

۱۶) فلاحت، محمد صادق. (۱۳۸۵). حس مکان و عوامل تشکیل دهنده آن. نشریه هنرهای زیبا. دانشگاه تهران.

۱۷) نعیمی، معصومه. (۱۳۹۰). تبیین عوامل اجتماعی موثر بر جلب مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

۱۸) شارع پور، محمود. (۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی و نقش آن در حیات اجتماعی و اقتصادی. مجله رشد آموزش علوم اجتماعی، دوره نهم، شماره ۱۶، ۲-۱۰.

۱۹) حسامیان، فرخ. (۱۳۸۵). شهرنشینی در ایران. نشر آگه.

20) Shamai, Shmuel (1991), Sence of place: An Empirical measurement, Geforum Volume 22, pp347-358

21) Kurpate E.- people in cities – Cambridge university press – 1985

22) Wheeler, Stephen M (2004), Planning for sustainability Routledge, London & New York.

23) Journal of environmental psychology, 2001,21 273-281 .

بیشتر اجتماعی شهروندان در محله می‌تواند باعث بیشتر شدن هویت محله‌ای گردد.

در تحلیل دیگر و از زاویه دیگری می‌توان گفت، به نظر می‌رسد در جامعه کنونی تقریباً مدرن شده تهران و کلاً در شهر گرایی (خصوصاً با وسایل ارتباط جمعی و... نوظهور) دیگر نباید انتظار داشت که شهروندان خود را در سطح محله تعریف نمایند بلکه به عنوان یک شهروند خود را با شهر خود تعریف نموده و تطبیق می‌دهند. در این بین می‌شود گروه‌های اجتماعی در سطح محله نیز تشکیل شود اما در نهایت این شهر است که به طور منسجم و عادلانه و یکپارچه شهروندان را در بر می‌گیرد نه محله. در این تحلیل بین محله و شهر رقابت وجود ندارد و بین محله‌ها نیز رقابت وجود ندارد بلکه در نهایت همه شهروندان خود را با شهر خود می‌شناسند نه محله خود و نباید انتظار داشت که هویت محله‌ای بالایی شکل بگیرد.

در بالا دو تحلیل از تحلیل‌هایی که می‌شود ارائه کرد آمد لذا با پژوهش‌های دیگری خصوصاً از نوع کیفی می‌توان بیشتر به موضوع پرداخت.

منابع و مأخذ

۱) ربانی، رسول. (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی شهری. اصفهان: دانشگاه اصفهان.

۲) شارع پور، محمد. (۱۳۸۳). بررسی مسایل اجتماعی ایران-ابعاد و کارکردهای اجتماعی و پیامدهای حاصل از فرسایش آن. تهران: انتشارات پیام نور.

۳) جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). هویت اجتماعی. تورج یار احمدی، تهران: نشر و پژوهش شیرازه.

۴) شکوئی، حسین. (۱۳۷۲). جغرافیای اجتماعی شهرها؛ اکولوژی اجتماعی. انتشارات جهاد دانشگاهی، ۱۳۷۲.

۵) حاجیانی، ابراهیم. (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی هویت ایرانی. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.

۶) حاجیانی، ابراهیم. (۱۳۸۹). هویت ۳ (مجموعه مقالات)، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.

۷) حاجیانی، ابراهیم. (۱۳۸۹). کنکاشی در هویت ایرانی (مجموعه مقالات). تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.

۸) گل محمدی، احمد. (۱۳۸۱). جهانی شدن فرهنگ و هویت. تهران: نشر نی.

۹) گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی. ترجمه منوچهر صبوری. چاپ شانزدهم. تهران: نشر نی.