

تحلیل کیفیت محیط شهری با ادراک زیبایی‌شناسی و حس تعلق در فضاهای کلانشهر

تبریز (مطالعه‌ی موردی: میدان ساعت تبریز)

سولماز بابازاده اسکویی^۱

علی زینالی عظیم^{۲*}

al.zeymaly@gmail.com

فرانک عدلی فر^۳

منصوره جمشیدی^۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۹/۲۰

چکیده

هدف و زمینه: تلاش برای ادراک محیط و کیفیت فضاهای شهری در محیط زندگی از اساسی‌ترین مسائلی است که متفکران حوزه های شهری به دلیل افت کیفیت محیطی، بخصوص فضاهای شهری از بعد زیباشناسی و حس تعلق باید به آن توجه کنند، تا محیطی سرزنده و متناسب با روحیات و نیازهای کاربران خلق نمایند. با عنایت به این موضوع، هدف تحقیق حاضر تحلیل کیفیت محیط شهری با دلبستگی مکانی و ادراک زیبایی‌شناسی در فضاهای کلانشهر تبریز می‌باشد.

روش بررسی: روش تحقیق بصورت توصیفی- تحلیلی و از نوع پیمایشی می‌باشد. حجم نمونه ۳۸۴ نفر از بازدیدکنندگان میدان ساعت تبریز می‌باشد. برای مدل ساختاری از تحلیل عاملی مرتبه دوم (SEM) از نرم‌افزار Amos نسخه ۲۶ و SPSS استفاده شد.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان می‌دهد که در مدل ساختار نهایی دو مولفه زیباشناسی محیطی (مستقیم با ۰/۹۶ و غیر مستقیم ۰/۶۵) و حس تعلق هم به طور (مستقیم با ۰/۹۴ و غیر مستقیم با ۰/۷۸) در کل، با ۰/۹۳ در بهبود کیفیت محیطی در میدان ساعت تبریز تأثیرگذار بوده اند.

بحث و نتیجه گیری: بنابراین بین کیفیت محیطی فضاهای شهری با زیباشناسی و حس تعلق شهروندان رابطه مستقیم مثبت و معناداری وجود دارد که علت و معلول یکدیگر در ارتقا کیفیت محیطی و فضاهای شهری هستند. **بحث و نتیجه گیری:** همانگونه که نتایج این پژوهش نشان داد فعالیت‌های سازمان‌های ورزشی بر توسعه تمدن بوم شناختی و زیست محیطی در ورزش تأثیر فراوانی دارد.

واژگان کلیدی: کیفیت محیطی، فضای شهری، حس تعلق، زیباشناسی، کلانشهر تبریز

۱- استادیار گروه معماری، واحد اسکو، دانشگاه آزاد اسلامی، اسکو، ایران

۲- استادیار گروه معماری و شهرسازی، عضو باشگاه نخبگان و پژوهشگران جوان، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران* (نویسنده مسئول)

۳- دانشجوی دکتری رشته معماری، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران

۱- کارشناس ارشد معماری، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

Analysis of the quality of the urban environment with the perception of aesthetics and Place attachment in the spaces of Tabriz metropolis (Case Study of Tabriz Saat Square)

Solmaz Babazadeh Oskoui¹

Ali Zeynali Azim^{2*}

al.zeynaly@gmail.com

Farank Adlifar³

Mansoureh Jamshidi⁴

Received: December 11, 2021

Accepted: April 17, 2022

Abstract

Background and Aim: Trying to understand the environment and the quality of urban spaces in the living environment is one of the most basic issues that urban thinkers should pay attention to due to the decline in environmental quality, especially urban spaces in terms of aesthetics and sense of belonging, to a lively environment and create to suit the moods and needs of users. With regard to this issue, the purpose of this study is to analyze the quality of the urban environment with spatial attachment and aesthetic perception in the metropolitan areas of Tabriz.

Methods: The research method is descriptive-analytical and survey type. The sample size is 384 visitors to Tabriz Clock Square. For the structural model, second-order factor analysis (SEM) of Amos software version 26 and SPSS were used.

Results: The results show that in the final structure model, two components of environmental aesthetics (direct with 0.96 and indirect with 0.65) and sense of belonging directly (directly with 0.94 and indirect with 0.78 In total, with 0.93, they have been effective in improving the environmental quality in Tabriz Clock Square.

Discussion and Conclusion: Therefore, there is a direct positive and significant relationship between the environmental quality of urban spaces with aesthetics and the sense of belonging of citizens, which are the cause and effect of each other in improving the environmental quality and urban spaces.

Keywords: environmental quality, urban space, sense of belonging, aesthetics, Tabriz metropolis.

1- Assistant Professor of Architecture, Oskou Branch, Islamic Azad University, Oskou, Iran

2- Assistant Professor of Architecture and Urban Planning, Member of Elite and Young Researchers Club, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran *(Corresponding author)

3- PhD Student in Architecture, Ardabil Branch, Islamic Azad University, Ardabil, Iran

4- Master of Architecture, West Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

مقدمه

کیفیت محیطی واژه‌ای است که از فیزیولوژی محیط‌زیستی، وارد ادبیات شهری شده است با وجود این نقش بسیار مهمی در پردازش و تحلیل کیفیت زندگی شهروندان دارد (۱).

تنزل سطح زندگی و کاهش کیفیت محیطی شهرها، از جمله مسائل شهرنشینی شتابان در کشورهای در حال توسعه طی دهه‌های اخیر بوده است (۲). فقر، آلودگی محیطی، استانداردهای پایین زندگی عدم دسترسی به زیرساخت‌های مناسب، رشد بی‌قواره شهری و بد مسکنی از جمله مسائل ناشی از شهرنشینی شتابان در این کشورها است که به کاهش کیفیت محیط شهری در کشورهای در حال توسعه و توسعه نیافته، منجر شده است (۱). در این میان فضای شهری یک پدیده پیچیده در یک محیط شهری است که از عوامل متعدد تأثیرات تشکیل شده است (۳). فضای شهری اساساً به عنوان فضاهای عمومی در یک محله یا شهر به شمار می‌آید و به تمام انواع طبقه‌بندی‌های احتمالی چنین فضاهای اشاره می‌کند؛ میدانها، خیابان‌ها، پلها، مناطق خرید، بازارها، گره‌های حمل و نقل مانند ایستگاه‌های اتوبوس، امکانات اجتماعی، کیوسک‌های شهری، فضاهای چند منظوره، پارک‌ها و زمین‌های بازی (۴). چاپلا و همکاران، (۲۰۲۰) برای تعیین کیفیت محیطی این فضاها باید از شاخص‌هایی بهره ببریم که از نظر روحی و روانی در استفاده کنندگان موثر باشد. به طور کلی می‌توان نیازهای روانی انسان - محیطی مردم را به سه مقوله اصلی یعنی ادراک فضایی، احساس تعلق و احساس زیبایی تقسیم کرد (۵):

ادراک فضایی: شناخت محیط و احساس هویت فضایی

احساس تعلق: ایجاد دلبستگی و خاطره نسبت به محیط

احساس زیبایی: احساس لذت ذوقی و هماهنگی عاطفی با محیط

عوامل موثر در کیفیت محیط شهری بسیار متنوع و متعدد است که می‌توان آنها را به سه گروه اصلی کیفیت‌های فضایی تقسیم کرد. کارکردی، اجتماعی (حس تعلق و ...) و زیباشناختی

(۶). در ایران، به دنبال شهرنشینی شتابان طی نیم قرن اخیر، شهرها با افت کیفیت محیطی فضاهای شهری مواجه شده‌اند. از اینرو، انجام دادن اقدامات برنامه‌ریزی شهری، برای ارتقای کیفیت محیطی فضاهای شهری ضروری است که شهر تبریز هم از این قاعده مستثنی نیست و با مشکلات کیفیت محیطی در شهر مواجه است. بنابراین تحقیق حاضر دنبال پاسخگویی به این سوال است که مولفه‌های زیباشناسی و حس تعلق چقدر در ارتقا کیفیت محیطی فضاهای شهر تبریز موثر است؟

کیفیت محیطی فضاهای شهری

مفهوم کیفیت محیط شهری و مولفه‌های آن از اواسط قرن بیستم در بین محققین مطرح شده و بر اساس شرایط زمانی و مکانی تغییر کرده و تکامل یافته است. کیفیت محیط شهری واژه‌ای است که در برنامه‌ریزی، کاربرد بسیاری دارد، و به مجموعه پدیده‌هایی گفته می‌شود که انسان را در بر می‌گیرد. محیط از عوامل طبیعی و ساخته شده‌ی دست بشر تشکیل می‌شود (۷).

فضای شهری، عرصه‌ی عمومی تظاهرات اجتماعی- فرهنگی است؛ در فضای شهری است که فعالیت‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جریان می‌یابد، ترکیب کالبدی فضای شهری نیز تبلور انواع فعالیت‌هایی است که در آن جریان دارد و به عبارتی ساده، محیط شهری چیزی نیست جز فضای زندگی روزمره‌ی شهروندان که هرروز به صورت آگاهانه یا ناآگاهانه در طول راه، از منزل تا محل کار، ادراک می‌شود (۸). با مرور تحقیقات، می‌توان دیدگاه‌های موجود در زمینه بررسی و تحلیل کیفیت محیط شهری به سه دسته‌ی کلی تقسیم کرد:

الف: دیدگاه برنامه‌ریزی و سیاستگذاری: در این دیدگاه محقق با شناخت محیط و مقایسه‌ی آن با وضعیت مطلوب استاندارد وضعیت کیفیت محیط را مورد شناسایی و سنجش قرار می‌دهد

ب: دیدگاه شناختی- روانشناسی: این دیدگاه اصولاً بر نوع رابطه‌ی انسان و محیط تأکید می‌کند. رابطه‌ی انسان با محیط پیرامونش تحت تأثیر ویژگی‌های فردی و اجتماعی از یکسو و

ویژگی‌های محیط از سوی دیگر قرار می‌گیرد.

ج: دیدگاه تحقیقات تجربی: براساس این دیدگاه معیار کیفیت محیط شهری، میزان رضایتمندی ساکنان از محیط پیرامونی خود است. به عبارت دیگر مشاهده‌گران ساکنان محیط‌های شهری هستند که در مورد شرایط محیط سکونتی خود مورد سؤال قرار می‌گیرند (۹).

زیبایی شناسی در فضای شهری

زیبایی شهر یا ایجاد احساس زیبایی شهر در ذهن شهروند، منوط به نوع ارتباط و آگاهی شهروند از فضای شهری می‌باشد (۱۰). این ارتباط می‌تواند در فرد به تدریج و از طریق ایجاد خاطرات فردی یا جمعی در فضای شهری رخ دهد. زمانی که در افراد حس تعلق به فضا شکل می‌گیرد، فضای شهری دارای زیبایی ذاتی می‌گردد (۱۱). تا هنگامی که نگرش به شهر و فرهنگ نهادینه نشده و از حالت قانون مدون به عرف‌های جاری میان مردم تبدیل نگردد، تحقق این امر چندان موفق نخواهد بود (۱۲). در این راستا توجه شهرداری‌ها، سازمان‌های نظام مهندسی، وزارت مسکن و دیگر ارگان‌های موثر در زیباسازی شهری ضروری است.

عوامل پدیدآورنده زیبایی محیط را می‌توان در موارد زیر خلاصه نمود:

الف - تنوع و پیچیدگی

وجود تنوع و پیچیدگی و تضاد در محیط، مثل هر اثر هنری، باعث تحریک حواس، کنجکاوی و تخیل می‌گردد و بنابراین به احساس اشتیاق و لذت کشف منجر می‌شود.

ب- ترکیب بندی

ترکیب‌بندی چه در طبیعت و چه در آثار هنری از عوامل اصلی پیدایش کیفیت زیبایی و شکل زیبا است. چراکه از طریق ترکیب ویژه عناصر و اجزای پراکنده و بی‌معنا، واقعیت جدیدی آفریده می‌شود که برای حواس انسان قابل درک و معنادار می‌شود. بدیهی است که ترکیب بندی خود دارای معیارها و موازین مختلف مثل تناسب، هماهنگی، تعادل، مقیاس و... است

که هدف اصلی آن نظم بخشی به جهان بیرونی و تجلی آن در روان انسان است (۱۳).

در عرصه معماری و طراحی شهری، ترکیب‌بندی در مقیاس وسیع، به عنوان نحوه انتظام مجموعه عناصر کالبدی، انسانی، اجتماعی، فضایی، نمادین و... مطرح است. این همان فرآیندی است که به انسجام و کلیت شهر می‌انجامد و امکان خوانایی و تصویرپذیری کل شهر را پدید می‌آورد. در واقع از طریق ترکیب‌بندی است که دو اصل تنوع و وحدت باهم متحد می‌شوند.

ج- ابهام

ابهام یا راز آمیزی یکی از ویژگی‌های ادراک انسانی است، که تا حد معین، چه در عرصه طبیعت و چه اثر هنری موجب تحریک حواس، کنجکای و انگیزش عواطف می‌شود. در عرصه معماری و طراحی شهری، پدیده ابهام در متن خوانایی کل شهر تا آنجا که محل شناخت عمومی محیط نباشد، به جاذبه فضایی کمک می‌کند به همین دلیل فضاها و حجم‌های کاملاً روشن، صریح، قابل رویت، از نظر زیباشناسی چندان مطلوب نیست و بر عکس فضاهای تودرتو، پر سایه و قابل کشف، بیشتر بر ذهن و عاطفه ناظر تأثیر می‌گذارد (۱۴).

د- انگیزش تداعی و خاطره

یکی از قوانین و نیروهای مهم روان‌شناختی است که از طریق یادآوری و احیای خاطره‌ها میان انبوه تصاویر ذهنی و ادراکات حسی رابطه برقرار می‌کند، و باعث تحرک و خلاقیت در دنیای ذهنی آدمی می‌شود.

ه- معنا

بدون رسیدن به حس معنا در محیط و فضا، انسان احساس ناشناختگی، غریبگی و بی‌معنایی می‌کند و بنابراین نمی‌تواند به احساس لذت، اشتیاق و آرامش دست یابد (۱۲).

حس تعلق به مکان در فضاهای شهری

اصطلاح "حس تعلق به مکان" اغلب با اصطلاحاتی از قبیل "هویت مکان" و "حس مکان" به صورت متناوب به کار می‌رود. (۱۵) در

مرتبط شدن با مکان به واسطه درک نمادها و فعالیتهای روزمره است. این حس می‌تواند در مکان زندگی فردی بوجود آمده و با گذر زمان عمق و گسترش یابد (۲۴). حس مکان به مفهوم عاطفه، محبت، قضاوت و تجربه کلی مکان یا توانایی آن در ایجاد حس خاص یا تعلق در افراد است (۲۵). همچنین تعلق مکانی می‌تواند به طور معناداری سرمایه اجتماعی را پیش‌بینی کند (۱۶). حس مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه آنها از محیط خود است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می‌دهد، به طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می‌شود. ارزش‌های فردی و جمعی بر چگونگی حس مکان تأثیر می‌گذارد و حس مکان نیز بر ارزش‌ها، نگرش‌ها و به ویژه رفتار فردی و اجتماعی تأثیر می‌گذارد (۱۵). حس مکان نه فقط باعث هماهنگی و کارکرد مناسب فضای معماری و انسان است بلکه عاملی برای احساس امنیت، لذت و ادراک عاطفی افراد نیز می‌باشد و به هویت‌مندی افراد و احساس تعلق آنها به مکان کمک می‌کند (۱۶).

تعلق به مکان شاخصه های هویتی مکان

تعلق مکان از جنبه‌های روانشناسی و هویتی نیز قابل تفسیر است. در روان‌شناسی، تعلق مکانی به رابطه شناختی فرد با یک محیط یا یک فضای خاص اطلاق می‌شود و از لحاظ هویتی، تعلق مکان رابطه تعلق و هویتی فرد به محیط اجتماعی است (۲۶) که در آن زندگی می‌کند. در واقع دلبستگی به مکان رابطه نمادین ایجاد شده توسط افراد به مکان است که معانی احساسی، عاطفی و فرهنگی مشترکی به یک فضای خاص می‌دهد؛ بنابراین تعلق به مکان، چیزی بیش از تجربه عاطفی و شناختی بوده و عقاید فرهنگی مرتبط کننده افراد به مکان را نیز شامل می‌شود (۱۷).

فرهنگی بودن تعلق به مکان به معنای این است که در اکثر افراد تجزیه و تحلیل فضا به صورت نماد مشترک فرهنگی قابل تجربه است. در واقع، افراد مکان‌ها را به خصوصیات فرهنگی ربط

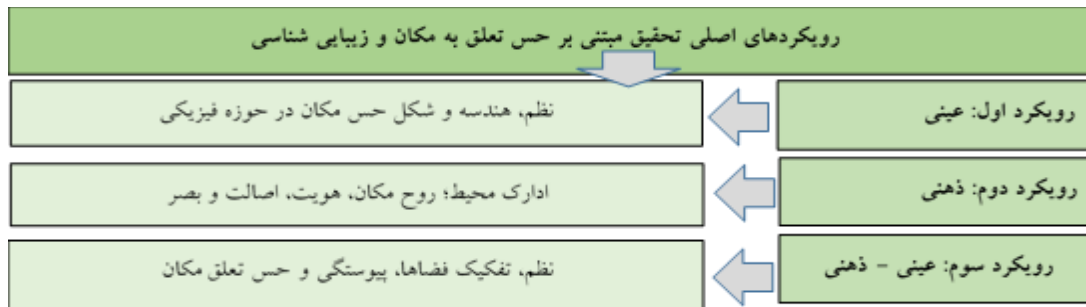
قلب هر یک از این مفاهیم، تمایل به درک روابطی که افراد با محیط خود دارند، به ویژه جنبه‌های عاطفی این روابط. (۱۶). بیشتر اندیشمندان و پژوهشگران از مفهوم عاطفی در مفهوم حس تعلق فضا آگاه هستند، اما آن نقطه‌ی گریزش است (۱۷). حس تعلق به مکان را می‌توان به معنای خاص و متمایز بودن، ثابت و پایدار ماندن و به جمع تعلق داشتن دانست (۱۸). حس تعلق به مکان این است که در دلبستگی فضا یک تجربه اتصال طولانی مدت به یک منطقه جغرافیایی خاص وجود دارد که از نظر منطقه معنی دارد. شخصی که مدت طولانی در یک منطقه خاص زندگی می‌کند، احساس محبت و احساس تعلق را افزایش می‌دهد یا منطقه را جزئی از هویت خود می‌کند. (۱۹) فضا به عنوان هویت شخصی نشانگر اهمیت محیط کالبدی و فیزیکی است، که خود هویت فرد را شکل می‌دهد. (۲۰). در ابتدا تئوری دلبستگی مکانی استاتیک در نظر گرفته می‌شود، اما با گذشت زمان این تئوری پویاتر در نظر گرفته و دائما آمیخته می‌شود. (۲۱). سالهاست که عناصر تشکیل دهنده پیوند مکان مورد توجه محققان قرار گرفته است. در تعیین عنصر تشکیل پیوند مکان در محل متشکله از سه معیار استفاده می‌شود: از درون شخص، تعامل شخص با دیگران و تعامل با طبیعت (۲۲). حس مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه آنها از محیط خود است که شخص را در ارتباط درونی با محیط قرار می‌دهد، به طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی پیوند خورده و یکپارچه می‌شود (۲۳).

حس مکان و تعلق مکانی

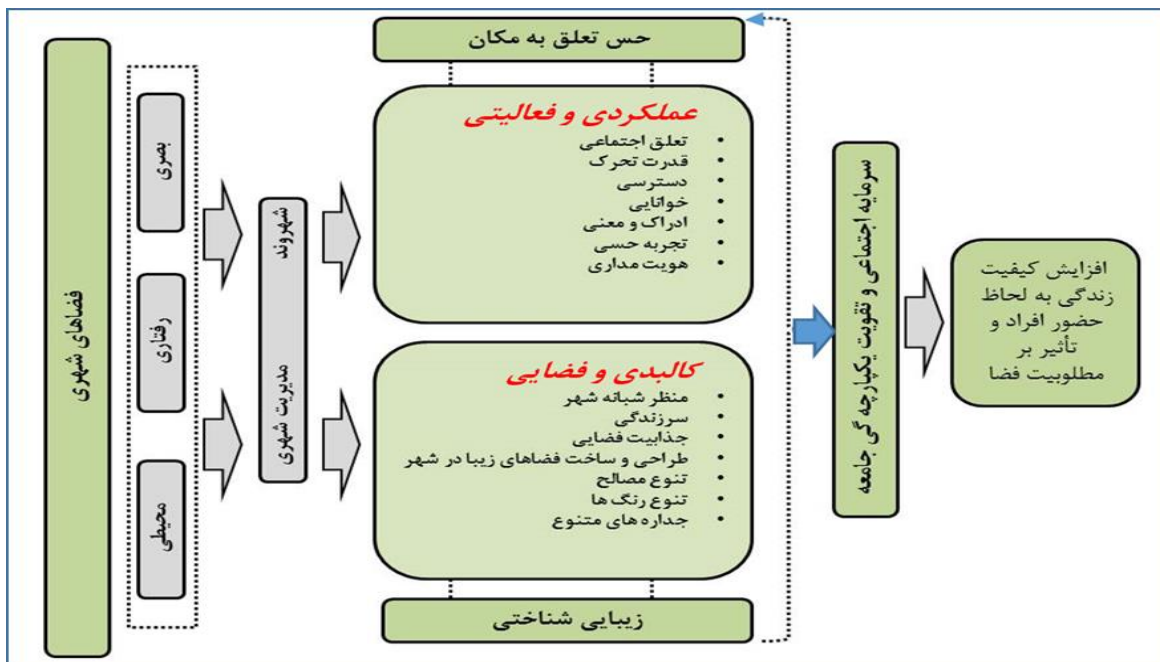
تعلق به مکان که بر پایه حس مکان بوجود می‌آید فراتر از آگاهی از استقرار در یک مکان است. این حس به پیوند فرد با مکان منجر شده و در آن انسان، خود را جزئی از مکان می‌داند و براساس تجربه‌های خود از نشانه‌ها، معانی، عملکردها و شخصیت، نقشی برای مکان در ذهن خود متصور می‌سازد و مکان برای او محترم می‌شود (۲۱). از نگاه پدیدارشناسان، حس مکان به معنای

طریق الگویی از عقاید، ترجیحات، احساسات، ارزش‌ها و اهداف بوجود و توسعه می‌یابد. این یک پدیده دینامیک و پویا و قابل تغییر در گذر زمان است که از طریق تجربیات زندگی بوجود می‌آیند و تبدیل می‌شوند (۲۱) با بیان مولفه‌ها و مفاهیم اشاره شده در شکل (۱)، در واقع تحلیل رابطه‌ی بین مولفه‌ی زیباشناسی شهری و حس دل‌بستگی به مکان در فضاهای شهری به سمت ارائه مکان‌هایی با کیفیت حضور بیشتر شهروندان و مطلوبیت بصری گام خواهد برداشت. از این رو مدل مفهومی پژوهش به صورت زیر (شکل ۲) ارائه می‌شود.

می‌دهند. به گونه‌ای که یک فضا می‌تواند محرک تجربه انسان و یادآور مفاهیم و معانی فرهنگی باشد (۱۸). از نظر پروشانسکی مفهوم هویت مکانی به آن دسته از ابعاد خویشتن اشاره دارد که هویت فردی اشخاص را در رابطه با محیط فیزیکی‌شان تعریف می‌کند. واژه هویت دو معنی می‌دهد: اول همسانی و دوم تمایز. بنابراین هویت مکانی باید هر دو جنبه را با هم ترکیب کند. در هویت مکانی، مکان وسیله‌ای است که فرد خودش را از دیگران (افراد خارج از مکان) متمایز می‌سازد و نیز حس همسانی خود را با افراد داخل مکان حفظ می‌کند (۱۹). هویت مکان عبارت است از آن ابعاد خویشتن که در ارتباط با محیط فیزیکی از



شکل ۱: رویکردهای اصلی تحقیق مبتنی بر حس تعلق به مکان و زیبایی شناسی (منبع: نگارندگان)



شکل ۲. مدل مفهومی پژوهش

پیشینه تحقیق

مشکینی و همکاران (۱۳۹۳) در ارزیابی حس تعلق به مکان ساکنان شهرهای جدید در شهر جدید هشتگرد، عنوان می‌کنند که یکی از معانی مهم و مؤثر در ارتقاء کیفیت محیط‌های انسانی، حس تعلق به مکان می‌باشد. این حس، عامل مهمی در شکل‌گیری پایه‌های ارتباطی استفاده‌کنندگان و محیط بوده و نهایتاً منجر به ایجاد محیط‌های با کیفیت خواهد گردید (۲۷).

همچنین، در تبیین نقش عوامل مؤثر بر قلمرویابی در ایجاد حس تعلق به مکان در مجموعه‌ی مسکونی اعتمادیه همدان، عوامل مؤثر در قلمرو پایی نظیر نظم بصری، تعادل در محیط، مرزبندی و نقش مهمی در شکل‌گیری محیط دارند. ایجاد قلمرو به وسیله‌ی علائم و نشانه‌های فیزیکی (مثل دیوار، نرده‌ی جداکننده، ...) به آن شکل می‌دهد و عامل مهم در ارتقاء حس تعلق به مکان در مجتمع مسکونی است و می‌تواند در ارتقاء این حس مؤثر باشد (۵۶، ۲۸). در تحلیل لایه‌ی ای‌علت‌های تغییر مفهوم محله در ارتباط با حس تعلق و آرایه‌ی سناریوهای بدیل، نتایج به آرایه‌ی چهار سناریوی محله‌ی هوشمند، محله‌ی جهانی، محله‌ی پایدار و محله‌ی منعطف‌امعطف شده است (۲۹).

کرمی و همکاران، (۱۴۰۰)، در تحلیل دل‌بستگی به مکان و متغیرهای وابسته به آن در مکان‌های سوم شهری در پارک ائل‌گلی تبریز به این نتیجه می‌رسند که مکان‌های سوم شهری (ائل‌گلی) در شکل‌گیری دل‌بستگی به مکان تأثیر داشته، دل‌بستگی مکانی هم در مشارکت، وفاداری، هویت بخشی مکان، پیوند اجتماعی و جذابیت در مکان سوم شهری (ائل‌گلی) بسیار مؤثر بوده‌اند (۳۰). سهرابیان و حبیب (۱۳۹۴) در بررسی تبیین مولفه‌های زیبایی‌شناختی منظر شبانه شهر، اشاره می‌کنند که یکی از مولفه‌های کیفی منظر شبانه شهر، مولفه‌ی زیبایی‌شناسی آن می‌باشد (۳۱). ایزدی و اکرمی (۱۳۹۵) در واکاوی مفهوم زیبایی در فضای شهری به روند ایجاد محیط و فضایی زیبا در شهر (طراحی و ساخت شهر زیبا یا زیبا کردن شهر) اشاره می‌کنند (۳۲). مهذب طلاب و همکاران (۱۳۹۷)، در مطالعه‌ی نگرش‌ها در

زیبایی‌شناسی منظر شهری، بیان می‌کنند زیبایی منظر شهری دارای ابعاد مختلف و معیارهای متعددی می‌باشد که عقاید و دیدگاه‌های متفاوتی نیز درباره آنها وجود دارد (۳۳).

دناردی (۲۰۱۷)، در مطالعه از طریق یک رویکرد کیفی و بصری، چشم‌انداز و احساس تعلق به مکان و ارتباط با مکان‌های روزمره در تجربه برخی از مهاجران ساکن شمال شرقی ایتالیا نشان دادند که رابطه آنها با محل زندگی، هم براساس اقدامات عملی و هم پاسخ‌های عاطفی استوار است. "بعد عاطفی" منبع اصلی حس تعلق به مکان به حساب می‌آید: این امر به ویژه با معانی نمادین چشم‌انداز (منظره)، عمدتاً از طریق خاطرات مهم، روابط اجتماعی و کیفیت زندگی تعیین می‌شود (۳۴).

مطالعات در رابطه با معنی مکان، احساس تعلق به مکان و شخصی‌سازی در بین دانشجویان دانشگاه ترکیه، که مبتنی بر نوع خصوصیات شخصی، اجتماعی و مکانی است، بر معانی و احساسات دانشجویان بر معنی در مکان و تفاوت‌های جنسیتی در مورد درک و ویژگی‌های مکان تأثیر گذاشته است (۳۵).

در مورد حس مکان و پایداری میراث فرهنگی در منطقه جورج تاون و ملاکا با استفاده از مفاهیم دل‌بستگی مکان، به بررسی عناصر "پیوند فرد-مکان" می‌پردازد (۳۶). الگوی انتخابی برای بررسی عوامل تعیین کننده حس تعلق به مکان برای شهرک‌سازی مهاجران روستایی و شهری در چین نشان داد که هویت اجتماعی نقش مهمی در تعیین تصمیمات اسکان مهاجران روستایی و شهری ایفا می‌کنند. علاوه بر این، دستمزد، تحصیلات و بهداشت همچنین بر تمایل کارگران مهاجر برای اسکان در منطقه معین تأثیر می‌گذارد. بنابراین، برای ارتقاء شهرنشینی و حس تعلق به مکان در شهرک‌ها، سیاست‌گذاران باید به خواسته‌های ذهنی و تصویری مهاجران روستایی و شهری توجه کنند. تبعیض هویتی و نژادی را از بین برند تا تمایل آنها برای اسکان در شهرها را ترغیب و حس تعلق به شهرک‌ها بیشتر شود (۳۷). تورسیچ (۲۰۱۹)، در ارزیابی شهر به عنوان یک فضای زیباشناختی، بیان می‌کند زیباشناسی مانند بسیاری دیگر از

کرونباخ تاثیر نامناسب داشت حذف شود. بر اساس پیش آزمون انجام شده مقدار آلفای کرونباخ برای ۰/۹۱۶ به دست آمد که در سطح قابل قبول و مناسبی می باشد. جدول شماره (۱) نتایج تحلیل روایی ابعاد متغیر وابسته و متغیر مستقل را نشان می دهد. همچنین آمارهای کلی گویه های پژوهش در جداول مشخص شده است.

جدول ۱. مربوط به پایایی پرسشنامه

پرسشنامه	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
حس تعلق مکانی	۷	۰/۸۹۹
زیباشناسی محیط	۷	۰/۹۲۲

باتوجه به اینکه میزان این ضریب بالاتر از ۰/۷ هست از پایایی بالایی برخوردار هستند. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از تحلیل عاملی مسیر شامل SEM با نسخه ۲۶ AMOS مجموعه نرم افزاری آماری SPSS استفاده شد. در جدول زیر متغیرهای تحقیق آمده است.

جدول ۲. متغیرهای تحقیق

شاخص اصلی	کد	زیر شاخص ها
حس تعلق	F1	تعلق اجتماعی
	F2	قدرت تحرک
	F3	دسترسی
	F4	خوانایی
	F5	ادراک و معنی
	F6	تجربه حسی
	F7	هویت مداری
محیطی فضای شهری	S1	منظر شبانه شهر
	S2	سرزندگی
	S3	جذابیت فضایی
	S4	طراحی فضاهای زیبا در میدان
	S5	تنوع مصالح
	S6	تنوع رنگ ها
	S7	جدارهای متنوع

پدیده های اجتماعی، پدیدار می شوند، بدین معنا که بصورت مقوله هایی با کیفیت های متفاوت در هر مقیاس، متفاوت ظاهر می شوند (۳۸).

روش بررسی

تحقیق حاضر از نوع کاربردی و به لحاظ روش، توصیفی تحلیلی می باشد. جهت گردآوری اطلاعات از دو روش اسنادی و مطالعه میدانی استفاده شد. در روش اسنادی داده ها از منابع مختلف کتابخانه ای و اسنادی (مدارک علمی، کتابها، مقالات داخلی و خارجی، سایت های اینترنتی و پایان نامه های کارشناسی ارشد و دوره دکتری مرتبط با تحقیق) استخراج شدند. مطالعه میدانی نیز جهت سنجش ویژگی های منطقه (که در منابع کتابخانه ای موجود نیست) به کار رفت. حجم نمونه با توجه به مشخص نبودن حجم جامعه آماری؛ فرمول کوکران از نوع جامعه نامحدود در نظر گرفته شده و حجم جامعه آماری با N شامل ۳۸۴ نفر از بازدیدکنندگان و استفاده کنندگان از میدان ساعت کلانشهر تبریز در نظر گرفته شد. توزیع این نمونه ها به شیوه احتمالی از نوع تصادفی ساده بوده است. در انتخاب نمونه سعی گردید از جهات اربعه میدان ساعت افراد مورد پرسشگری قرار گرفتند.

$$a = \frac{Z^2 pq}{d^2} \epsilon$$

پرسشنامه در مقیاس لیکرت ۵ گزینه ای تنظیم شده است. بررسی روایی پرسشنامه لاوشه با استفاده از دیدگاه های کارشناسان و متخصصان انجام گرفت. امتیاز CVR همه آیتها بالاتر از ۰/۷۹ داشته لذا مناسب تشخیص داده شدند. پایایی پرسشنامه به دو شیوه همسانی درونی و آزمون و پس آزمون تایید گردید. در این پژوهش قبل از گردآوری داده ها به منظور اطمینان از اعتبار و پایایی پرسشنامه مورد استفاده، با استفاده از پیش آزمون که با ۴۰ پرسشنامه انجام گرفته است، آزمون آلفای کرونباخ محاسبه گردید. میزان آلفای کرونباخ را در صورت حذف هر یک از سوالات به دست می آوریم تا اگر سوالی بر میزان آلفای

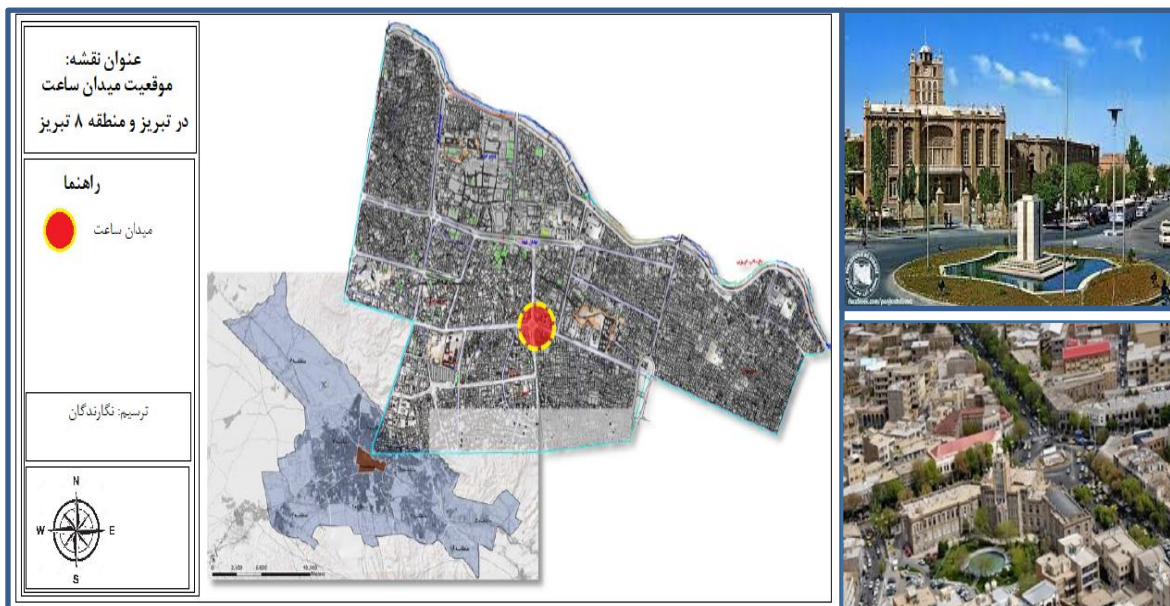
این مکان را بعنوان یکی از نقاط لنگرگاهی در شهر تبریز معرفی می‌کند. حضور ساختمان شهرداری و عناصر شهری و کاربری‌های متنوع و همجواری با پیاده راه تربیت و بافت تاریخی غنای تاریخی و ادراکی این مکان را دو چندان نموده است.

یافته‌ها

با توجه به یافته‌های پژوهش از کل حجم نمونه ۷۳ درصد را مردان و ۲۷ را زنان تشکیل داده‌اند. از نظر توزیع سنی، گروه سنی ۲۶-۳۵ سال با ۳۷ درصد بیشترین میزان پاسخگویی داشتند، از نظر تاهل، بیشتر پاسخگویان با ۲۷ درصد مجرد بودند. همچنین از نظر تحصیلات بیشتر نظر دهندگان با ۳۸ درصد لیسانس بوده، در رابطه با شغل هم بیشترین مربوط به افراد با شغل ثابت ۲۶ درصد و دانشجو ۲۲ درصد می‌باشد. همچنین از نظر وضعیت زندگی، رابطه با خانواده، سطح درآمد ماهیانه بترتیب: خانواده زندگی می‌کنم با ۸۸ درصد، خوب ۹۳ درصد، مابین ۲-۴ میلیون بیشترین درصد را به خود اختصاص داده‌اند.

محدوده‌ی مورد مطالعه

مطابق شکل (۳)، میدان ساعت تبریز در منطقه ۸ شهرداری کلان‌شهر تبریز قرار دارد. میدان ساعت، هسته مرکزی بافت تاریخی تبریز را شامل می‌شود که در طرح تفصیلی به عنوان محور تاریخی- فرهنگی در نظر گرفته شده است. این میدان در مقابل عمارت شهرداری معروف به "ساختمان ساعت"، واقع شده است. مردم اصطلاحاً به این میدان "ساعات قاباغی" (جلوی ساعت) می‌گویند. این میدان در تقاطع خیابان‌های ارتش جنوبی و امام خمینی قرار دارد. وجه تسمیه این میدان به سبب شهرت ساعت تعبیه شده بر روی عمارت شهرداری است. میدان ساعت تا سال ۱۳۲۴ به عنوان چهار راه مورد استفاده بود، و در زمان حکومت ملی آذربایجان میدان آن ساخته شد و تندیس نیم تنه باقرخان سالار ملی در آنجا نصب شد، این میدان از میادین اصلی شهر تبریز به شمار می‌رود. میدان ساعت تبریز علاوه بر اتصال بافت قدیم و میانی تبریز، بعنوان یکی از مراکز فعال شهری نقش مهمی در جریان‌ات اجتماعی و فرهنگی دارد. وجود ابنیه با ارزش و خاطره برانگیز از یک سو و تجربه نسل‌های مختلف از سوی دیگر

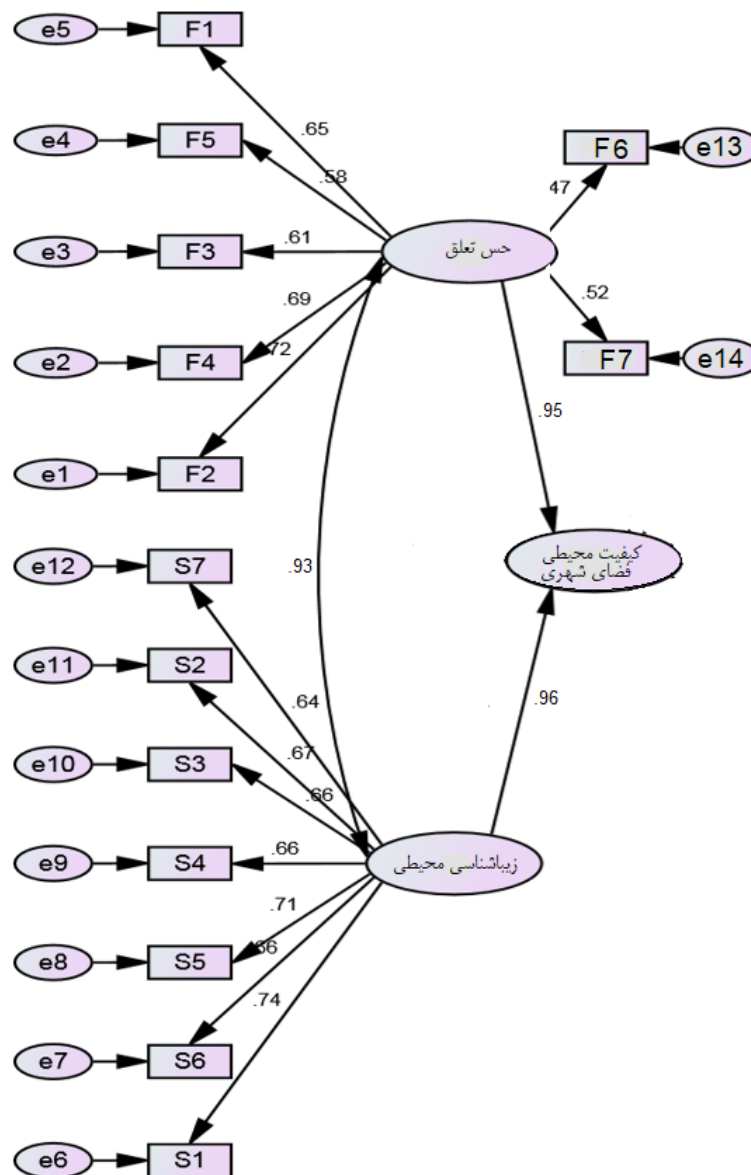


شکل ۳: موقعیت میدان ساعت در شهر تبریز و منطقه ۸. ماخذ: نگارندگان

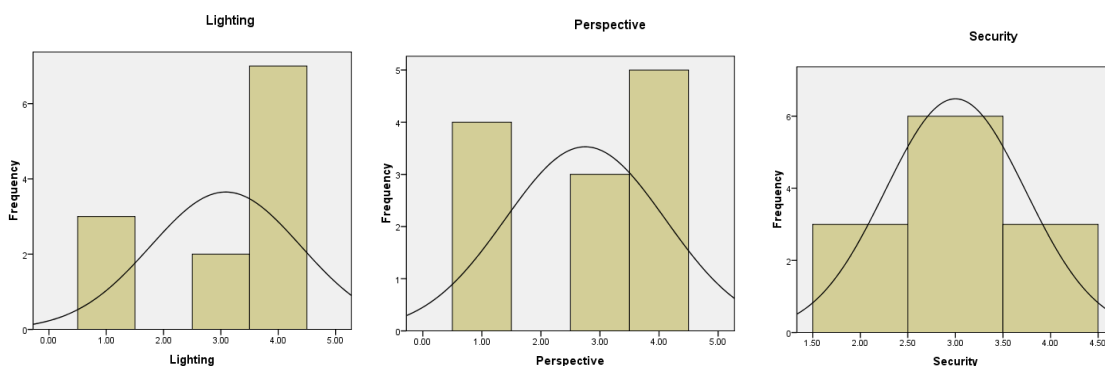
**بررسی رابطه سه معیار امنیت، منظرو نورپردازی شبانه در
تعلق به مکان**

براساس رگرسیون نمودارهای هیستوگرام در نرم افزار SPSS چنین به نظر می رسد که امنیت یکی از مهمترین فاکتورهای طراحی شهری است که می تواند بر تقویت جذب مخاطب تاثیر بسزایی بگذارد، آیتم بعدی منظره و روشنایی مناسب در طول شب است

که می تواند برای داشتن فضایی متناسب برای شهروندان باشد. در واقع به نظر می رسد در یک چارچوب طراحی شهری فضاهای عمومی که هدف آن ارتقا تجربه زیبایی شناسی محیطی شهروندان و تقویت حس تعلق ایشان به مکان است، به تحقق ویژگی های موجود در گزاره های پیش گفته بیش از ویژگی های دیگر باید توجه شود (شکل ۵).



شکل ۵: روابط علی استاندارد شده مدل نهایی پژوهش (منبع: نگارندگان)



شکل ۴: بررسی سه معیار اصلی تحقیق (روشنایی، منظره و امنیت) در میدان ساعت تبریز (منبع: نگارندگان)

جدول ۳: اندازه گیری متغیرهای حس تعلق و زیباشناسی

شخص اصلی	کد	زیر شاخص ها	میانگین	انحراف معیار
حس تعلق	F1	تعلق اجتماعی	۳/۱۰	۰/۸۸۹
	F2	قدرت تحرک	۳/۵۹	۰/۹۱۲
	F3	دسترسی	۳/۷۰	۰/۷۶۶
	F4	خوانایی	۳/۶۴	۰/۸۵۴
	F5	ادراک و معنی	۲/۸۸	۰/۸۱۶
	F6	تجربه حسی	۳/۰۸	۰/۸۵۸
	F7	هویت مداری	۳/۵۰	۰/۸۱۱
زیباشناسی	S1	منظر شبانه شهر	۳/۲۹	۰/۸۱۹
	S2	سرزندگی	۳/۵۸	۰/۸۰۲
	S3	جذابیت فضایی	۳/۴۸	۰/۷۶۵
	S4	طراحی فضاهای زیبا در میدان	۳/۰۲	۰/۷۵۲
	S5	تنوع مصالح	۳/۲۸	۰/۷۹۵
	S6	تنوع رنگها	۲/۶۹	۰/۸۹۸
	S7	جداره های متنوع	۳/۸۹	۰/۷۴۷

جدول ۴: تاثیر زیبایی‌شناسی محیطی بر حس تعلق به مکان

مقدار پی	آزمون تی	متغیرها	کد	زیباشناسی
۰/۰۸۹	۱/۷۰۸	منظر شبانه شهر	S1	
۰/۰۶۵	۱/۵۲۴	سرزندگی	S2	
۰/۰۶۳	۱/۸۶۶	جذابیت فضایی	S3	
۰/۰۳۵	۲/۱۲۵	طراحی فضاهای زیبا در میدان	S4	
۰/۰۳۰۳	۱/۰۳۲	تنوع مصالح	S5	
۰/۱۲۵	۲/۲۴۳	تنوع رنگها	S6	
۰/۰۶۵	۱/۸۵۰	جداره های متنوع	S7	

توجه: تفاضل میانگین در سطح ۰/۰۵ معنی دار است. (منبع: نگارندگان)

آمار استنباطی

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که میانگین نمرات تعلق اجتماعی، قدرت تحرک، دسترسی، خوانایی، ادراک و معنی، تجربه حسی و هویت مداری در حد متوسط بدست آمده است، با توجه به اینکه سطح معناداری (P-Value) در نمرات جذابیت و وفاداری بازدیدکننده کوچکتر از ۵ درصد ($p < 0/05$) و قدر مطلق تی محاسبه شده بزرگتر از تی (۱/۹۶) در سطح اطمینان ۹۵ درصد بدست آمده است..

توجه: تفاضل میانگین در سطح ۰/۰۵ معنی دار است. (منبع: نگارندگان)
 نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که نمرات حس تعلق، تعلق اجتماعی، قدرت تحرک و هویت مداری بازدیدکننده بالاتر از متوسط و نمرات دسترسی، خوانایی در حد متوسط بدست آمده است، با توجه به اینکه سطح معناداری (P-Value) در نمرات حس تعلق، تعلق اجتماعی، قدرت تحرک و هویت مداری دسترسی، خوانایی بازدیدکننده کوچکتر از ۵ درصد ($p < 0.05$) و قدر مطلق تی محاسبه شده بزرگتر از تی جدول (۱/۹۶) در سطح اطمینان ۹۵ درصد بدست آمد.

جدول ۶: همبستگی‌هایی برای مقیاس‌های جمع‌بندی شده

S	F	FS	متغیر	متغیر (تعداد ۳۸۴ نفر)
		۱	۲	کیفیت محیط (FS)
	۱	۰/۶۴۱	۷	حس تعلق (F)
۱	۰/۶۹۳	۰/۷۱۹	۷	زیباشناسی محیطی (S)

توجه: همبستگی در سطح ۰/۰۱ (۲-دنباله‌ای) معنادار است. (منبع: نگارندگان)

نتایج بیانگر تعلق اجتماعی، یعنی بعد اجتماعی حس تعلق بعنوان مهمترین عامل حس تعلق برای بازدید از میدان ساعت تبریز است، و بعد عملکردی حس تعلق یعنی قدرت تحرک و خوانایی تاثیر معناداری بر حس تعلق و تعلق اجتماعی ندارد. در ضمن، یکی از مشکلات پدید آمده در مطالعه این بود که پاسخ‌دهندگان تحصیل کرده پیوند اجتماعی کمتری با میدان ساعت تبریز گزارش دادند. بنابراین، برای تقویت حس تعلق بازدیدکننده، همه مکان‌های تفریحی و گذران اوقات فراغت، کافه‌ها، نمایشگاه‌ها، رستوران‌های مخصوص، هنری و ... باید برای برخوردهای اجتماعی با کیفیت بالا و با هدف رتبه‌بندی در بین میدان‌های شهری مورد علاقه بازدیدکنندگان از نظر طراحی و توسعه از وضع بهتری برخوردار باشد.

شاخص‌های برازندگی مدل معادلات ساختاری پژوهش

برای بررسی میزان اثرگذاری زیباشناسی محیطی در حس تعلق در میدان ساعت و اثرات هر دو مولفه بر کیفیت محیطی میدان ساعت تبریز، ساختارهای شناسایی شده با تحلیل عاملی و SEM را بررسی شد. همچنین رابطه معنادار بین زیباشناسی و حس تعلق نشان داد که اولی تاثیر مستقیم و مثبتی بر دومی داشته است. یعنی ارتباط این دو تاثیر خاصی بر کیفیت محیطی فضای میدان ساعت تبریز گذاشته است، یافته‌های پژوهش نشان داد که تعلق اجتماعی، نشان دهنده رابطه خوانایی و هویت مکانی نسبت به ادراک محیط است. جذابیت فضایی و طراحی فضای زیبا با یکدیگر رابطه قوی زیباشناسی را تشکیل دادند. این یافته‌ها نشان می‌دهد. میدان ساعت تبریز به عنوان یک فضای محیطی و شهری محبوب برای کاربران و گردشگران برای تفریح، گذران اوقات فراغت، بازدید و عکاسی است، فعالیت‌هایی که اهمیت معماری قدیمی آن، دکوراسیون ساختمانهای سنتی و طراحی مدرن تاسیسات آن را نشان می‌دهند و از این طریق بر حس تعلق عملکردی آن مکان اثر مثبتی می‌گذارند. در ضمن، میدان‌های شهری محل‌های اجتماعی برای تعاملات اجتماعی، مهمانی‌ها و دوست‌یابی است. در این معنی، فعالیت‌هایی از قبیل نمایشگاه‌های هنری، فستیوال‌ها و سمینارها بشدت تعاملات اجتماعی بازدیدکنندگان را افزایش می‌دهند و بر سازگاری بر پیوندهای زیباشناسی تاکید می‌کنند.

جدول ۵: تاثیر حس تعلق بر کیفیت محیطی میدان ساعت تبریز مشارکت در فعالیت و وفاداری بازدیدکننده

حس تعلق	کد	متغیرها	آزمون تی	مقدار پی
	F1	تعلق اجتماعی	۳/۳۲۱	۰/۰۰۴
	F2	قدرت تحرک	۳/۰۸۳	۰/۰۰۵
	F3	دسترسی	۲/۶۰۵	۰/۰۱۰
	F4	خوانایی	۰/۶۹۴	۰/۰۹۱
	F5	ادراک و معنی	۲/۵۹۰	۰/۰۱۰
	F6	تجربه حسی	۱/۲۷۹	۰/۲۰۲
	F7	هویت مداری	۱/۵۳۱	۰/۲۳۵

کای اسکور	درجه آزادی	کای دو/ درجه آزادی
۱۲۴۶/۹۲	۳۵۶	۳/۵۱

اسکور مدل معادلات، (منبع: نگارندگان)

جدول ۸: شاخص‌های برازش مدل نهایی

شاخص‌های برازش	معیارهای برازش	مدل نهایی برازش	برازش نهایی
SRMR	< 0.05	۰/۴۱۲	بله
CFI	> 0.90	۰/۹۳	بله
RMSEA	< 0.05 (برازش خوب)؛ $0.08 - 0.05$ (برازش منطقی)	۰/۰۴۱	بله
NFI	> 0.90	۰/۹۵	بله
CFI	> 0.90	۰/۹۶	بله
χ^2	$p > 0.05$	۳۰۱/۹۱۲ ($p = 0.000$)	خیر
$NC(\chi^2/df)$	$1 < NC < 3$	۱/۰۲۵	بله
CN	> 200	۲۵۶	بله
AIC	مدل اشباع شده < مدل پیش فرض < مدل مستقل < مدل پیش فرض	$456/902 > 600/000$ $478/902 < 3512/657$	بله

(منبع: نگارندگان)

جدول ۹: آثار مولفه‌های تاثیر گذار بر کیفیت محیط شهری

میدان ساعت تبریز

ردیف	نام مولفه	متغیر	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم
۱	حس تعلق	F	۰/۹۴	۰/۷۸
۲	زیباشناسی	S	۰/۹۶	۰/۶۵

بحث و نتیجه گیری

هدف تحقیق حاضر بررسی کیفیت محیطی فضاهای شهری با مولفه‌های زیبایی‌شناسی و حس تعلق شهروندان است که از طریق روشهای آماری و مطالعات اسنادی در یک نمونه موردی در یک میدان قدیمی تبریز مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج حاصله از این نظر اهمیت دارد که معماران و شهرسازان بعنوان موثرترین ابعاد شکل‌دهی به سکونتگاههای انسانی باید همواره مولفه‌های اجتماعی و ادراکی را بعنوان دستمایه تجربه کاربر از شهر مورد

ماتریس کوواریانس ورودی شامل ۳۰ متغیر بوده که شامل ۱۴ متغیر مشاهده شده و ۱۶ متغیر پنهان می‌باشد. این مدل دارای ۴۱۲ گشتاورهای نمونه متمایز و تعداد ۹۵ پارامتر متمایز که می‌بایستی برآورد شود، می‌باشد. بنابراین این مدل دارای ۳۵۶ درجه آزادی است و از این رو شاخص برازش کای اسکور نیز محاسبه شده است که در جدول (۷) مشاهده می‌گردد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که مدل به خوبی با داده‌ها برازش دارد. آزمون کای اسکور بیانگر برازش مناسب مدل با ماتریس واریانس - کوواریانس است، همچنین آماره‌های NFI , RFI , IFI , TLI و NFI که در جدول (۸) نشان داده شده است همگی در سطح خوب و نزدیک و یا بالاتر از ۰/۹ قرار دارند، همچنین مقدار $RMSEA$ کمتر از ۰/۱ بوده که همگی نشان از برازش بسیار خوب مدل با داده‌های پژوهش دارند.

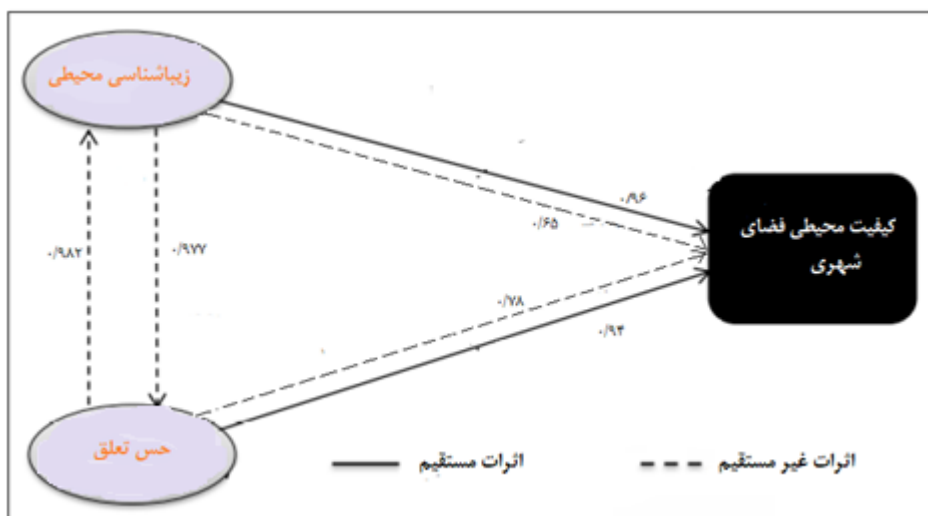
در نرم افزار Amos پنج شاخص (NFI , RFI , IFI , GFI) بر مبنای مقایسه کای اسکور مدل با کای اسکور مدل مبنا (CFI) گزارش می‌شود که همگی آن شاخص‌ها بین صفر و یک قرار دارند و هر چه مقدار آن‌ها به مقدار یک نزدیک‌تر شود حاکی از قابل قبول‌تر بودن مدل تلقی می‌شود.

یکی از شاخص‌های عمومی برای به حساب آوردن پارامترهای آزاد در محاسبه شاخص برازش، کای اسکور به هنجار یا نسبی است که از تقسیم مقدار کای اسکور بر درجه آزادی مدل محاسبه می‌شود. اغلب مقادیر بین ۲ تا ۳ را برای این شاخص قابل قبول می‌دانند.

شکل ۵ روابط علی استاندارد شده مدل نهایی را نشان داده و جدول (۹) و شکل ۶ ساختار نهایی مدل را ارائه می‌دهد و نشان می‌دهد که در مدل ساختاری نهایی دو مولفه زیباشناسی محیطی (مستقیم با ۰/۹۶ و غیر مستقیم ۰/۶۵) و حس تعلق هم به طور (مستقیم با ۰/۹۴ و غیر مستقیم با ۰/۷۸) در کل، با ۰/۹۳ در کیفیت محیط شهری در میدان ساعت تبریز تاثیرگذار بوده اند.

جدول ۷: شاخص کای ساختاری پژوهش

توجه قرار داده و آگاهی از تجارب شکست و خطاهای مدرنیته انگاری شهر باید ملاک تجربه مدیران شهری و دست اندرکاران



شکل ۹: مدل ساختار نهایی پژوهش (منبع: نگارندگان)

تغییر در دیگری است. اگر چه خلق فضاهای به ظاهر زیبا شهری زیبا را به تصویر می‌کشد با این حال شهر زیبا شهری مهربان نیست تا زمانی که مولفه‌های اجتماعی و انسانی و فرهنگی بعنوان بخشی از ادراک زیباشناختی مکان به تعلق مکانی و دلبستگی انسان معاصر منجر شود. تعلق به مکان آغاز مداخله انسان دوستانه در مکان و مقدمه مشارکت و حفاظت از مکان است.

با عنایت به یافته‌های تحقیق می‌توان به راهبردهای زیر در تحقق زیبایی‌شناسی و از آن طریق تعلق به مکان منجر شد و مکان‌های انسانی را محیطی آکنده از صمیمیت و کیفیت طراحی نمود:

۱. احیای زندگی شبانه و ارتقاء حضور در فضاهای شهری ضمن توجه به مفهوم انعطاف‌پذیری فضا در ساعات روز
۲. توجه به بعد امنیت و ایمنی و ارتقاء آسایش اقلیمی و حضورپذیری
۳. توجه به زیباسازی شهری منطبق با سنت‌های بومی و کاربست المان‌های شهری معرف فرهنگ و هویت مکان

باشد. اگر چه متغیرهای تعدیل کننده تحقیق سعی دارد قرائتی انسانی از فضا و ملاک‌های زیبایی فضا در اکولوژی انسانی و زیستی آن ارائه نمایند، یافته‌ها نشان می‌دهد که در مدل ساختاری نهایی دو زیباشناسی محیطی (مستقیم با ۰/۹۶ و غیر مستقیم ۰/۶۵) و حس تعلق هم به طور (مستقیم با ۰/۹۴ و غیر مستقیم با ۰/۷۸) در کل، با ۰/۹۳ در کیفیت محیط شهری در میدان ساعت تبریز تاثیرگذار بوده‌اند. پا به پای آن متغیرهای کالبدی تفسیری عینی و متغیرهای عملکردی تفسیری ذهنی از فضا را قرائت و ساختار اجتماعی و اقتصادی لایه های سیاسی و انسانی فضا را تاویلی متفاوت از جنس زمان و مکان می‌کنند. اگر چه نتایج و تفسیر یافته‌ها در یک رابطه ریاضی و کمی بسیاری از وابستگی‌ها را تبیین می‌کند با این حال هیبت و کلیت فضا نیز مصادیق آماری را جانی دوباره بخشیده و چهره عرفی و معقول به نتایج تحقیق می‌بخشد. امنیت و حضور شبانه و زیبایی محیط و از آن گذشته مولفه‌های عملکردی و کاربری‌ها همچنان با تاثیرگذاری‌های خود این نکته را متصور می‌سازد که مکان کلیدی بهم پیوسته از عناصری است که تغییر در هر کدام از آنها متضمن

۱. صرافی، مظفر، محمدی، علیرضا. سنجش کیفیت محیط شهری مطالعه موردی: محله‌های شهر برازجان. دانش شهرسازی، ۱۳۹۶، دوره ۱، شماره ۱، ۳۷-۵۳.
۲. ایراندوست، کیومرث، سکونتگاه‌های غیررسمی و اسطوره حاشیه‌نشینی، تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری، ۱۳۸۹.
3. Carmona, M., 2019, Principles for public space design, planning to do better. *Urban Des Int* 24, 47-59, <https://doi.org/10.1057/s41289-018-0070-3>.
4. Cabrera-Barona, P., & Merschdorf, H. 2018. A Conceptual Urban Quality Space-Place Framework: Linking Geo-Information and Quality of Life. *Urban Science*, 2(3), 73. doi:10.3390/urbansci2030073.
5. Chappell, E. N., Parkins, J. R., & Sherren, K. 2020. Climax thinking, place attachment, and utilitarian landscapes: Implications for wind energy development. *Landscape and Urban Planning*, 199, 103802. [://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2020.103802](https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2020.103802). www.elsevier.com/locate/geoforum.
6. Vihanninjoki V. (2019). Urban Places as Aesthetic Phenomena: Framework for a Place-Based Ontology of Urban Lifeworld. *Topoi*. doi:10.1007/s11245-018-9601-1.
7. Kudryavtseva, V. A. 2021. The modern urban environment: development trends and prospects. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 751(1), 012027. doi:10.1088/1755-1315/751/1/012027.
۸. خادم‌الحسینی، احمد، منصوریان، حسین و ستاری، محمدحسین، سنجش کیفیت زندگی در نواحی شهری (مطالعه‌ی موردی: شهر نورآباد استان لرستان)، جغرافیا و مطالعات محیطی، ۱۳۸۹، دوره ۱، شماره ۳، ۴۵-۶۰.
۹. شاهی آقبلاغی، عارف، زنگنه، یعقوب، خدابنده‌لو حسن، درودی‌نیا، عباس، سنجش شاخص‌های کیفیت محیط شهری (مطالعه‌ی موردی: مسکن مهر شهر سبزوار)، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۱۳۹۵، دوره ۷، شماره ۲۶، ۵۴-۷۲.
۴. احیای طبیعت و ارتقاء حضور عناصر طبیعی در مکان‌های شهری
۵. توجه به کاربری‌های جاذب جمعیت در توجه به ابعاد تفریح و فراغت مکان‌ها و کاربست مفهوم شفافیت و سیالیت فضا
۶. ایجاد فرصت‌های اجتماعی و کاهش آسیب‌های زمینه‌ساز اجتماع‌گریزی
۷. توجه به تردد پیاده و دسترسی ایمن به فضاها ضمن توجه به مفهوم سلسله مراتب
۸. کاهش آلودگی‌های صوتی و شنیداری
۹. استفاده از عناصر مقوم غنای حسی نظیر فواره‌ها و نور در طراحی منظر سبز
۱۰. تقویت کاربست نمادها و نشانه‌های بومی و هویتی در تزیینات و فرم‌ها ضمن توجه به اهمیت بخشی به بناها و مکان‌های تاریخی و خاطره برانگیز
۱۱. توجه به منظر زمین و احیای زیبایی آن در کنار توجه به ویژگی‌های کارکردی آن
۱۲. احیای حیات اجتماعی فضاها عمومی از طریق تدارک برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی
۱۳. توجه به تداوم حضور نسلی و همه شمولیت مکانها
۱۴. ارتقاء خوانایی مکان از طریق مرکزیت و تفوق عناصر مهم و خاطره‌انگیز
- تحقیق حاضر با توجه به محدودیتها و موانع موجود موارد تحقیق در میدانهای سنتی و جدید از منظر تعلق مکانی و وابستگی به مولفه‌های زیباشناختی، تفسیر زیبایی از منظر کودکان و بانوان و تفاوت آن در ادراک و تعلق و بررسی معیارهای زیبایی و تعلق از منظر اسلامی و فرهنگ بومی را بعنوان پایه‌های برای مطالعات بعدی پیشنهاد می‌نماید.

- framework for interdisciplinary research. *Ecosystem Services*, 36, 100907. <https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2019.100907>
۱۸. میرزا محمدی، احمد، باقرزاده کثیری شهره و زینالی عظیم علی، تحلیل طراحی و معماری مجتمع مسکونی پایدار با تاکید بر روان شناسی محیطی از بعد حس تعلق به مکان (مطالعه موردی: برج‌های آسمان تبریز)، اندیشه معماری، ۱۳۹۹، ۴(۸)، ۱۰۵-۱۱۹.
19. Escalera-Reyes, J. 2020. Place Attachment, Feeling of Belonging and Collective Identity in Socio-Ecological Systems: Study Case of Pegalajar (Andalusia-Spain). *Sustainability*, 12(8), 3388. doi:10.3390/su12083388.
20. Eaton, W. M., Eanes, F. R., Ulrich-Schad, J. D., Burnham, M., Church, S. P., Arbuckle, J. G., & Cross, J. E. 2019. Trouble with sense of place in working landscapes. *Society & Natural Resources*, 32(7), 827-840. <https://doi.org/10.1080/08941920.2019.1568653>.
21. Rajala, K., Sorice, M. G., & Thomas, V. A. 2020. The meaning(s) of place: Identifying the structure of sense of place across a social-ecological landscape. *People and Nature*, 2(3), 718-733. doi:10.1002/pan3.10112.
۲۲. صادقی، علیرضا، تبیین نسبت حس تعلق با زیبایی شناسی محیطی در فضاهای عمومی شهر ایرانی- اسلامی، رساله دکتری، شهرسازی، به راهنمایی: محمدرضا پورجعفر، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده هنر و معماری. تهران، ۱۳۹۳.
۲۳. پورجعفر محمدرضا، ایزدی، محمدسعید، خیرری، سمانه، دلبستگی مکانی؛ بازشناسی مفهوم، اصول و معیارها، هویت شهر، ۱۳۹۴، دوره ۹، شماره ۲۶، ۴۳-۶۴.
24. Relph, E. *Place and Placelessness*, Pion, London, 1976.
۲۵. سلطانی، یزدان؛ فیضی، محسن؛ فلامکی، محمدمنصور؛ محمودی زرنندی، مهناز، تبیین الگوی طراحی مسکن، بر مبنای معیارهای عینی حس تعلق به مکان از دیدگاه کاربران
10. Çelik, D, Açiksöz, S, 2017, Urban aesthetic and urban landscape design guides: A case study of Bartın-Turkey, *Journal of Environmental Biology*, 38, 893-901.
11. Ahmad Nia, H, Alpar Atun. R, Rahbarianyazd. R, 2017. Perception Based Method for Measuring the Aesthetic Quality of the Urban Environment: The Case of Famagusta. *Open house international*. 42(2). <https://www.researchgate.net/publication/312191981>
12. Ahmad Nia, H, Suleiman, Y. H, 2018, Aesthetics of Space Organization: Lessons from Traditional European Cities, *Journal of Contemporary Urban Affairs*, 2(1), 66-75, <https://doi.org/10.25034/ijcua.2018.3659>.
13. Evangelinos, C.; Tscharaktschiew, S. 2021, The Valuation of Aesthetic Preferences and Consequences for Urban Transport Infrastructures. *Sustainability*, 13, 4977. <https://doi.org/10.3390/su13094977>.
14. Al-Hinkawi. W. S, Al-Qaraghuli. A. S, 2017, Aesthetic values of the future cities, Some of the authors of this publication are also working on these related projects, See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/311583763>.
15. Spence, C. 2020. Senses of place: architectural design for the multisensory mind. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5(1). doi:10.1186/s41235-020-00243-4.
16. Marques, B., Freeman, C., Carter, L., & Pedersen Zari, M. 2020. Sense of Place and Belonging in Developing Culturally Appropriate Therapeutic Environments: A Review. *Societies*, 10(4), 83. doi:10.3390/soc10040083.
17. Ryfield, F., Cabana, D., Brannigan, J., & Crowe, T. 2019. Conceptualizing 'sense of place' in cultural ecosystem services: A

۳۲. ایزدی ملیحه، اکرمی مهسا، واکاوی مفهوم زیبایی در فضای شهری، راهبرد توسعه، ۱۳۹۵، شماره ۵۰، صص: ۶۶-۸۵
۳۳. مهذب طلاب، محمد؛ کریمی مشاور، مهرداد و سجاذاده، حسن، نگرش‌ها در زیبایی‌شناسی منظر شهری، برنامه‌ریزی توسعه شهری و منطقه‌ای، ۱۳۹۷، دوره ۳، شماره ۶، ۸۱-۱۱۱
34. DeNardi, A, 2017, Landscape and sense of belonging to place: the relationship with everyday places in the experience of some migrants living in Montebelluna (Northeastern Italy), *Journal of Research and Didactics in Geography (J-READING)*, 1(6), 61-72.
35. Dazkir, S. S, 2018, Place Meaning, Sense of Belonging, and Personalization Among University Students in Turkey, *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 46(3), 252-266.
36. Kian Tan, S, Hooi Tan, S, Sin Kok, Y, Wei Choon, Sh, 2018, Sense of place and sustainability of intangible cultural heritage e the case of George Town and Melaka, *Tourism Management*, 67, 376-387.
37. Liu, Z, Zhang, Y, Zheng, Y, Lan, J, Zhang, G, 2109, Sense of belonging and social identity on the settlement intentions of rural-urban migrants: evidence from China, *Ciência Rural*, 49(8), 1-12, <http://dx.doi.org/10.1590/0103-8478cr20190979>.
38. Tursić M, 2019 The city as an aesthetic space, *City*, 23:2, 205-221, doi:10.1080/13604813.2019.1615762.
- و طراحان (مطالعه موردی: شهر کرمانشاه)، مطالعات محیطی هفت حصار، ۱۳۹۸، شماره ۳۰، ۵-۱۶.
۲۶. حبیبی دینا، کسالایی افسانه، گرجی پور، فاطمه، توکلی مهرداد، تبیین حس تعلق به مکان و هویت در فضاهای شهری با تاکید بر بازارهای سنتی، معماری شناسی، ۱۳۹۷، دوره ۱، دوره ۳، ۸-۱۱
۲۷. مشکینی، ابوالفضل، قاسمی اکرم، حمزه نژاد مهدی، ارزیابی حس تعلق به مکان ساکنان شهرهای جدید (مطالعه موردی: شهر جدید هشتگرد)، فضای جغرافیایی، ۱۳۹۳، دوره ۱۴، شماره ۱، ۴۸، ۴۱-۵۶.
۲۸. بلالی اسکویی، آریتا، حیدری ترکمانی مینا، دیبا، فرید، تحلیل لایه‌ای علت‌های تغییر مفهوم محله در ارتباط با حس تعلق و ارایه سناریوهای بدیل، دانش شهرسازی، ۱۳۹۸، دوره ۳، شماره ۳، ۶۵-۸۱.
۲۹. کشاورزی، گلاره، جلالیان، سارا، تبیین نقش عوامل مؤثر بر قلمرویی در ایجاد حس تعلق به مکان در مجموعه‌های مسکونی (مطالعه موردی: مجموعه مسکونی اعتمادیه همدان؛ مطالعات محیطی هفت حصار، ۳۹۷، دوره ۷، شماره ۱، ۸۱-۹۱.
۳۰. اسلام کرمی، بصیری، مصطفی و زینالی عظیم، علی، تحلیل دل‌بستگی به مکان و متغیرهای وابسته به آن در مکانهای سوم شهری (نمونه موردی: پارک ائل گلی تبریز)، پژوهش‌های جغرافیایی برنامه ریزی شهری، ۱۴۰۰، دوره ۹، شماره ۳، ۷۳۵-۷۵۹.
۳۱. سهراییان، گودرز، و حبیب، فرح، بررسی تبیین مولفه‌های زیباشناختی منظر شبانه شهری، مدیریت شهری، ۱۳۹۴، شماره ۴۱، ۱۸۷-۲۰۴