



تدوین مدل مطلوب هویت مکانی در شهرهای جدید (مورد مطالعه شهر جدید پرند)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۶/۱۲ | تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۶/۳۱

مریم صوفی

دانش آموخته مدیریت و برنامه ریزی واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
maryam.soufi@gmail.com

فاطمه عزیزآبادی فراهانی

دانشیار گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
f.a.farahani@srbiau.ir (نویسنده مسئول)

ابراهیم حاجیانی

دانشیار و عضو هیات علمی وزارت علوم، تحقیقات و فن آوری. ebhajiani@gmail.com

سید رضا صالحی امیری

دانشیار گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
r-salehisrbiau.ac.ir

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: مکان‌ها سازنده بخشی از هویت افرادند. هویت مکان بر کیفیت رابطه انسان- مکان مؤثر است. شهرهای امروزی، متأثر از شهرنشینی و سیستم شهرسازی جدید کارکرد هویتی خود را از دست داده‌اند و به محیط‌هایی تهی از هویت منبعث از مکان تبدیل شده‌اند. هدف اصلی این پژوهش، شناسایی مدلی هویت‌یابی مکانی در شهر جدید پرند است.

روش پژوهش: برای انجام این پژوهش از روش آمیخته استفاده شده است. به این ترتیب که روش کیفی اساس کار بوده و روش کمی (استفاده از یافته‌های میدانی از جمله پرسشنامه، برای تکمیل اطلاعات کیفی) در کنار آن استفاده شده است.

یافته‌ها: اطلاعات حاصل از پرسشنامه و مصاحبه‌های عمیق، نشان دادند که شهر پرند اگرچه به لحاظ مولفه‌های هویت‌دهنده طبیعی دارای وضعیت مناسبی است؛ به لحاظ مولفه‌های هویت‌دهنده اجتماعی و مصنوعی، دارای ناهمخوانی و عدم تجانس فراوانی است.

نتیجه‌گیری: بحران و یا فقدان هویت منبعث از مکان به شکل نگرفتن فرهنگ مشترک و عدم ارتباط با محیط شهری و نهایتاً پایین بودن احساس تعلق مکانی، همبستگی و مشارکت اجتماعی، کاهش انگیزه ساکنان برای ادامه سکونت و تأثیر در عدم تحقق اهداف جمعیتی در بین ساکنان شهر جدید پرند منجر شده است. در پایان مدل پیشنهادی (مطلوب) پژوهش جهت برنامه ریزی و رفع مشکلات در این زمینه ارائه شده است.

واژگان کلیدی: هویت، هویت مکان، بحران هویت، شهر جدید، پرند

مقدمه

شهر پدیده ای بوم شناختی (اکولوژیک) است که از کار جمعی انسا نها پدید آمده و رشد کرده و با محیط اطراف خود هماهنگ شده و متاثر از عوامل طبیعی نیست و تمام عناصر و فضای کالبدی و سایر اجزاء آن در حال تحرک و پویایی و دارای کارکرد و استمرارند. شهرها معمولاً در مقایسه با سایر سکونت گاه های انسانی از بزرگی و وسعت بیشتری برخوردار است و جمعیت بالایی دارد. شاخصه هایی مانند وجود سازمان های اداری و مقر حاکمیت و اعمال قدرت، احساس آزادی، امکان رشد خلاقیت و استعداد های ساکنان، محل از خود بیگانه شدن، اختلاط عام و خاص از هر نوع مقام و منزلت، اشتغال به کارهای غیر کشاورزی، مأمّن خانواد های هسته ای از دیگر ویژگی های آن است (پیران، ۳۰: ۱۳۸۴)

کمتر از یک قرن پیش، بیش از دو سوم جمعیت جهان در نقاط روستایی زندگی می کردند. اما با ظهور انقلاب صنعتی و آشکار شدن پیامدهای آن همچون تغییر شیوهی زیست از کشاورزی به صنعت و خدمات، رشد کمی شهرها و نقاط شهری و هجوم روستائیان به شهرها آغاز شد. از آنجا که شهرها گنجایش این میزان جمعیت تازه وارد را نداشتند و از سوی دیگر نگرانی هایی در مورد پیامدهای اجتماعی و کالبدی شرایط زیست در شهرهای بزرگ و وجود انواع مشکلات چون شرایط نامناسب مسکونی، ازدحام، کمبود فرصت های شغلی، کیفیت بد محیطی، شکل گیری سکونت گاه های غیررسمی در حاشیه شهرهای بزرگ و کیفیت نامناسب زندگی در این سکونت گاه های برنامه ریزی نشده و خودرو، موجب شد که در کشورهای مختلف جهان، سیاست تمرکز زدایی از شهرهای بزرگ با ایجاد شهرهای برنامه ریزی شده و خودکفا از نظر فرصت های شغلی و قابلیت پذیرش کلیه گروه های جامعه، مورد پذیرش قرار گیرد. در حقیقت دولت ها به عنوان نماینده نظام اجتماعی، در پی فراهم نمودن نیازهای ساکنین از جمله نیاز به مسکن، به فکر ایجاد شهرهای جدید افتادند. شهرهای جدید در نیم قرن گذشته به عنوان یک ضرورت در جهت سرریز جمعیت شهری به منظور تمرکز زدایی جمعیت و اشتغال در جهان ایجاد شدند (آتش، ۱۳۸۲: ۱۷).

اما رویکردی که در ساخت شهرهای جدید وجود داشت رویکردی تک بعدی بود که در آن به شهر صرفاً به عنوان فضایی برای اقامت و استراحت، اشتغال و یا مکانی برای جذب سرریز جمعیت کلان شهرها نگاه می شد و

برای دولتمردان و شهرسازان صرفاً مسائل مالی، اداری، توجیهات اقتصادی آن اولویت داشت. زندگی در چنین شهرهای متراکم و پیچیده ای با خود مسائل گوناگونی را به همراه داشت (امین زاده گوهر ریزی و تقی زاده، ۱۳۸۳: ۴۱).

هدف از ساخت شهرهای جدید همواره این بوده که محیط زیست مناسب و عاری از مشکلات شهرهای بزرگ شکل گیرند. این در حالی است که شهرهای جدید دنیا با وجود دستاوردهایی چند، در طول دوران توسعه خود، با مشکلات و تهدیدهایی روبرو بوده اند. این مشکلات ابعاد گوناگونی دارند و در طول زمان ماهیت آن ها تغییر کرده است. مشکلاتی که شهرهای جدید در آغاز و سال های نخستین توسعه به آن دچار می شدند، با مشکلات دوران بلوغ آن ها متفاوت است. یکی از نیازهای اساسی انسان تعلق او به فضای زیستن اوست. اگر این نیاز اساسی مورد توجه قرار نگیرد، ارتباط انسان و مکان زندگی به سمت بی اعتنائی خواهد رفت و حس تعلق به مکان در او از دست خواهد رفت. در روی دیگر اگر حس مکان و احساس تعلق به محیط اطراف شکل گیرد، مکان برای انسان زیست پذیرتر و دوست داشتنی تر خواهد شد و شهر در جهت توسعه انسان مدار پیش خواهد رفت و فعالیت های متنوع تری در شهر رخ خواهد داد (رلف، ۱۹۹۷)

در کشور ما، ایجاد شهرهای جدید دو رویکرد متفاوت را طی نموده است؛ پیش از انقلاب، شهرهای جدید پذیرای جمعیتی بودند که از قبل، شغل ساکنان آن در نزدیکی همان شهر تعریف گردیده و در قالب شهرک های صنعتی، نظامی، نفتی و یا اداری شکل گرفته بودند (آیتی و وکیلی، ۱۳۹۱: ۷) اما امروزه شهرهای جدید با هدف تمرکززدایی از شهرهای بزرگ، جذب مازاد جمعیتی آنها، انتقال برخی از صنایع از شهرهای بزرگ و تأمین مسکن کارکنان کم درآمد شکل گرفته اند (زیاری ۲۰۰۶: ۴۱۲ به نقل از آیتی و وکیلی، ۱۳۹۰: ۳). به بیان دیگر، پیش از انقلاب، شهرهای جدید در محل استقرار صنایع و پادگان های نظامی ساخته شدند اما «بنیانگذاری شهرهای جدید در سال های پس از انقلاب، مهم ترین تدبیر برای هدایت شهرنشینی و ساماندهی زندگی شهرنشینی بوده» (زیاری، ۱۳۹۲: ۱۱۰) و امید می رفته است که پس از ایجاد شهرهای جدید، با انتقال صنایع و بخش های تولیدی به این شهرها بتوان برای ساکنین شغل ایجاد نمود.

لذا هدف کلی این مطالعه شناسایی مدلی مطلوب هویت یابی مکانی در شهر جدید پرند است که در این میان اهداف دیگری به شرح ذیل دنبال می‌شود:

- (۱) شناسایی مولفه‌های وضعیت موجود هویتی شهر جدید پرند
- (۲) طراحی مولفه‌های وضعیت مطلوب هویتی شهر جدید پرند
- (۳) ارائه راه‌های وصول و بازیگران اصلی دستیابی به وضعیت مطلوب هویتی شهر جدید پرند

پیشینه تجربی

در زمینه هویت شهرها و از جمله شهرهای جدید تاکنون کارهای ارزنده‌ای در قالب‌های مختلف صورت گرفته است. علاوه بر کتاب‌های موجود همایش‌های مختلفی در این رابطه صورت گرفته که مقالات ارائه شده در آنها، به صورت چندین مجموعه مقالات به چاپ رسیده است. لازم به ذکر است طی بررسی‌های صورت گرفته مطالعات بسیار محدودی به بررسی مولفه‌های مدیریت فرهنگی و اجتماعی بعنوان یکی از عوامل مؤثر بر هویت یابی مکانی پرداخته شده است.

در مجموع، مرور و مطالعه حدود ۱۰۰ پژوهش انجام شده در خصوص شهرهای جدید از سال ۱۳۸۵ تا به امروز این نتیجه را بدست داد که بیشترین تعداد مطالعات، متمرکز بر تأثیر متغیرهایی چون مدت زمان سکونت در شهر جدید، دسترسی به خدمات شهری و حمل و نقل عمومی، نما و منظر شهری، سرزندگی و نشاط شهری، و شکل‌گیری آنهاست. این پژوهش‌ها بیشتر به روش کمی و با استفاده از داده‌های آماری صورت گرفته‌اند.

به طور کلی می‌توانیم بگوییم هیچ یک از مقالات به ارائه مدلی جدید و متناسب با شهرهای جدید کشور ما منتج نشده‌اند و به عبارتی پژوهش‌بنیادی در این خصوص صورت نگرفته است. هر چند برخی محققین، پیشنهادهایی در خصوص رفع مشکل عدم احساس هویت منبعت از شهر جدید به عنوان مکان زندگی ارائه شده است اما پیشنهادها، یکسان و بسیار عمومی هستند و در نهایت فاقد پیشنهادها مشخص و راهکارهایی برای جذب و پایداری جمعیت شهرهای جدید و ایجاد تغییر مثبت در آینده آنها هستند. همچنین سیر نزولی پژوهش‌های مرتبط با هویت در شهرهای جدید در سال‌های اخیر به وضوح قابل مشاهده است. بر همین اساس با توجه به شرایط کنونی شهرهای بزرگ به لحاظ

آن چه در بررسی‌های اولیه این پژوهش در مورد شهرهای جدید مشخص شد، این بود که یکی از اصلی‌ترین مشکلات این شهرها که به دوره بلوغ آنها برمی‌گردد، فقدان مدل هویتی مناسب در آنها است. به عبارتی، هویتی که شهر جدید (مکان) دارد، آنقدر انسجام بخش، مشارکتی و هم‌دلانه نبوده که بتواند یکپارچگی مناسب را در ساکنین خود ایجاد کند. نکته بسیار اساسی که در واقع مهمترین مانع بر سر راه آنها در تبدیل شدن به شهر متعارف است، نگرشی است که شهرهای جدید را به عنوان خوابگاه شهرهای بزرگ تعریف کرده‌اند. این موضوع محدودیت رشد شهرهای جدید را دائماً باز تولید کرده است و در واقع به مانع اصلی توسعه متعارف شهرهای جدید و در نتیجه هویت یابی آنها تبدیل گردیده است.

اهمیت و ضرورت تحقیق

مردم هر شهری - هر چند با جمعیت و قدمت نه چندان زیاد- به لحاظ روانی نیاز دارند که شهرشان دارای سیمای منحصر به فرد، نمادها و شاخص‌های متمایز کننده، عناصر فرهنگی و تاریخی، خاطره ساز، سرزنده و با نشاط، زمینه ساز اتفاقات و رویدادهای اجتماعی و همبستگی‌های اجتماعی باشد. در آن صورت است که از زندگی در این شهر لذت برده، در آن احساس اعتبار نموده، برای مکان زیست خود احترام قائل آمده، جهت بهبود فضای زندگی مشارکت کرده و تمایلی جهت ترک شهر نمی‌نمایند.

هر چند که شهر جدید نیز مانند سایر شهرها، برای کسب هویت به وقت و زمان احتیاج دارد، لکن سیاستگذاران و تصمیم‌گیران می‌توانند برای شکل‌گیری، تسریع و کمک به انجام این فرایند با برنامه ریزی و اتخاذ رویکردی مدیریت مشارکتی (از پائین به بالا و با حضور و تام و تمام مردم در تمامی سطوح تصمیم‌گیری)، زمان رسیدن به مطلوب را کوتاهتر نمایند. بر همین اساس در این مقاله تلاش شده است تا با شناسایی ابعاد و مؤلفه‌هایی که شهرهای جدید (مکان) و در پی آن ساکنین این شهرها را، واجد هویت می‌نماید و در پی آن با پیشنهاد مدلی مطلوب هویت یابی مکانی شهرهای جدید، (شهر جدید پرند) به سیاستگذاران، تصمیم‌گیرنده‌گان و شهرسازان، آنها را در اجرای برنامه‌های آتی یاری نماییم.

انسانی بینجامد 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 مکان:

مقصود از مکان جایی است با مشخصات فیزیکی و مادی که محدوده و مرز آن از راه احساسات ناظر و بیننده تعیین می‌شود. جای خاصی است در سطح زمین که محدود به موقعیتی است با هویت و شناسایی‌شدنی که ارزش‌های ویژه و معینی با خود دارد (هاگت، ۱۶ : ۱۳۷۳). مکان واحدی از فضا است: یک شهر، یک استان، و یک کشور. گاهی هم مکان به بخش خاصی از فضا که انسان اشغال کرده گفته می‌شود، نظیر مکان سکونتی یا مکان گذران اوقات فراغت (شکویی، ۲۷۵ : ۱۳۷۵). بر اساس دیدگاه گیرین مکان می‌تواند اتاق، ساختمان، روستا، شهر، شهرستان، حومه، ناحیه کلان شهر، استان، منطقه، کشور، قاره، سیاره زمین، جنگل، کنار دریا، و قله کوه باشد. بدین ترتیب، مکان عبارت است از پیوند اشیا و فضا در درون محدوده و مرزی مشخص که بر اساس آن‌ها تفاسیر و ارزش‌هایی را به خود می‌گیرد (O'Toole & Were, 2008: 618). مکان موضعی است از سطح زمین که انسان تغییراتی در آن به‌وجود آورده و در نتیجه خصیصه فرهنگی به خود گرفته است. خصیصه‌های فرهنگی شامل بخش گسترده‌ای از مظاهر و پدیده‌های مکانی همچون شهرها، مسکن‌ها، روستاها، مزارع، راه‌ها است که در ارتباط با فرهنگ تحول و تکامل یافته‌اند. زیست‌بوم‌ها زندگی انسانی و فرهنگی خاصی دارند که در آن الگوهای کشاورزی، الگوهای حمل‌ونقل، و الگوهای سکونتگاهی گوناگونی شکل گرفته است. شناخت چنین الگوهای فضایی، چگونگی شکل‌گیری آن‌ها و تفاوت‌ها و شباهت‌های فضای انسانی از اولویت‌های مطالعات فرهنگی است.

مفهوم هویت مکان و حس مکان:

اغلب پژوهشگران هنگامی که عبارت «هویت مکان» را مورد استفاده قرار می‌دهند از این مفهوم فراتر می‌روند و به کنش بین یک فرد و یک مکان به نحوی که هویت هر دو درهم می‌آمیزد و نوعی سازندگی دو سویه پیدا می‌کند، توجه ویژه ای می‌کنند. این بودن و یا تجربه کردن آن مکان است. در رابطه، عمیق‌تر از صرف این

متغیرهایی چون جمعیت، محیط زیست، اشتغال و غیره که بر ایجاد هویت مکانی تأثیرگذارند، نیاز به مطالعات کاربردی در این خصوص دارند.

مفاهیم و مبانی نظری

مفهوم هویت:

هویت عبارت است از مجموعه خصوصیات و مشخصات فردی، اجتماعی، احساسات و اندیشه‌های مربوط به آن‌ها که فرد آن‌ها را از طریق توانایی کنش متقابل با خود و با یافتن تصوراتی از خود به دست می‌آورد و در جواب سؤال «من کیستم؟» ارائه می‌دهد. هویت یک فرد می‌تواند فردی و جمعی باشد. هویت فردی به خصوصیات و مشخصاتی اشاره دارد که فرد به عنوان یک شخص منحصر به فرد و متفاوت از دیگر افراد جامعه، آن‌ها را به خود منتسب می‌کند. در هویت فردی «من» در مقابل «دیگران» قرار می‌گیرد. هویت اجتماعی یک فرد به خصوصیات و مشخصات و تفکراتی اشاره می‌کند که فرد آن‌ها را از طریق اشتراکات اجتماعی، عضویت در گروه‌ها و مقوله‌های اجتماعی کسب می‌کند. این گروه‌ها و مقوله‌ها شامل نژاد، مذهب، قومیت، ملیت، جنسیت و احزاب سیاسی می‌شود. زمانی که یک فرد عضو یک گروه می‌شود، یک سری خصوصیات و ویژگی‌هایی را از آن به دست می‌آورد که در بین گروه یا مقوله مورد نظر مشترک است. با گرفتن این خصوصیات، فرد نسبت به آن گروه احساس تعلق پیدا می‌کند. هویت اجتماعی یک فرد باعث ایجاد «ما» در برابر «آن‌ها» می‌شود. برخی معتقدند هویت تاریخی را می‌توان آگاهی و دانش نسبت به پیشینه تاریخی و احساس تعلق خاطر و دلبستگی به آن دانست (میرزایی، ۱۳۸۴)

مفهوم هویت شهری:

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. سیمای شهری بدیهی است که اولین برخورد با هر شی، پدیده یا موجودی، سیما و کالبد ظاهری آن است؛ وجهی 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

مفهوم شهر جدید:

مفهوم شهر جدید برای اولین بار در اواخر قرن ۱۴ توسط ابنز هوارد^۱ در خصوص باغشهرهای انگلستان به منظور اهداف سیاسی مطرح گردید. او با مشاهده مشکلات مادر شهرهای دوران صنعت با شرایط ناسالمی که برای زندگی عرضه میداشتند و با زشتی و رشد بی قاعده خود، ایده ایجاد شهرهای جدید را ارائه کرد (باراحمدی، ۱۳۷۸: ۱۲۵). شهر جدید شهری است اجتماعی و برنامه ریزی شده، با اهداف معین از پیش تعیین شده و برخوردار از تمام تسهیلات لازم برای یک محیط مستقل. معمولاً شهرهای جدید برای تمرکز زدایی کالبدی، اقتصادی و اجتماعی در ناحیه شهری شهرهای بزرگ طراحی می‌شوند تا با وجود جاذبه‌های نزدیکی به شهرهای بزرگ جمعیت، به خروج از مادر شهر تشویق شوند تا اسکان همراه اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی - اجتماعی فراهم آید. ماده یک قانون ایجاد شهرهای جدید، شهر جدید را نقاط جمعیتی می‌داند که در چارچوب طرح مصوب شورای عالی شهرسازی و معماری ایران در خارج از محدوده قانونی و حریم استحفاظی برای اسکان حداقل سی هزار نفر به اضافه ساختمان‌ها و تأسیسات مورد نیاز عمومی، خدماتی، اجتماعی و اقتصادی ساکنان آن پیش‌بینی می‌شود (دبیرخانه شورای عالی شهرسازی و معماری، ۱۳۸۸: ۲۰۱).

مبانی و چارچوب نظری

عوامل و اجزای مشترک تشکیل دهنده هویت مکان و حس مکان بر اساس نظریات مختلف و در قالب مطالعه اسنادی انجام شده به شرح جدول ۱ استخراج شده است. دیدگاه‌های مختلف، چه در سطح خرد و چه در سطح کلان و تلفیق گرابی، (دیدگاه صاحب نظران کلاسیک (امیل دورکیم، اگوست کنت، جورج زیمل، ماکس وبر)، دیدگاه صاحب نظران تضادگرا (کارل مارکس، لویی آلتوسر، نیکولاس پولانزاس)، دیدگاه صاحب نظران کنش متقابل نمادین (چارلز کولی، جورج هربرت مید، موریس روزنبرگ، ریچارد جنکینز، پیتر برگر و توماس لاکمن)، دیدگاه صاحب نظران رفتارگرایی اجتماعی (جورج هومنز و پیتر بلاو) و دیدگاه صاحب نظران تلفیق‌گرا (آنتونی گیدنز، ایمانوئل کاستلز و یورگن هابرماس)) همه به نوعی به تغییر و تحول اجتماعی

راستا رلف می‌گوید: «این تنها هویت یک مکان نیست که حایز اهمیت است، بلکه هویتی که یک فرد یا گروه با آن مکان دارد نیز مهم است به ویژه این که آیا افراد، مکان را به عنوان یک غریبه یا آشنا تجربه می‌کنند» (رلف، ۱۹۷۶: ۴۵).

مفهوم هویت مکانی:

هویت مکانی بخشی از زیرساخت هویت فردی انسان و حاصل شناخت‌های عمومی وی درباره جهان فیزیکی است که در آن زندگی می‌کند، می‌توان گفت بخشی از شخصیت وجودی هر انسان که هویت فردی وی را می‌سازد، مکانی است که خود را با آن می‌شناسد و به دیگران معرفی می‌نماید. (هارولد پروشانسکی، ۱۹۷۶)

مفهوم بحران هویت:

از دست رفتن تنوع مکانی در دنیای مدرن، حاصل از دست رفتن معانی و مفاهیم بزرگتری است که تنوع مکانی بر آنها اشارت داشته است. رلف از محورهای توسعه یافته تجاری و شهرهای جدید به عنوان نمونه‌های بی مکان یاد کرده است. قرارگیری شهرهای جدید در ردیف فضاهای بی مکان بر فقر کلی فرهنگی و معنایی این فضاها اشاره دارد. هنگامی که تنوع مکان‌ها از بین برود حس بی مکانی و لامکانی شکل می‌گیرد و این بزرگترین تهدید در ایجاد احساس تعلق مکانی است. (رلف، ۱۹۷۶)

مفهوم شهر:

شهر به عنوان سکونتگاه انسانی، تبلور عینی و کالبدی برنامه ریزی، مدیریت و سازماندهی عقلانی غرایز طبیعی انسان، یعنی فرهنگ است. شهر تبلور کالبدی فرهنگ، وجدان جمعی و حیات ذهنی یک جامعه است. برخی از متفکران و اندیشمندان آن را با مدنیت و تمدن یکسان می‌پندارند و خاستگاه هر تمدنی را با ظهور شهر به شکل ابتدایی و اولیه آن قرین می‌دانند. اگر شهر را با تمدن و فرایند مدنیت یکی بدانیم، می‌توانیم آنرا قلمرو عینی فرهنگ مادی و قلمرو مفهومی و ذهنی آن را مساوی فرهنگ غیرمادی بدانیم. از این منظر شهر یک پدیده فرهنگی است؛ یک پدیده فرهنگی تام. ترکیب وجوه عینی و ذهنی فرهنگ به شکل فضایی خود یعنی شهر دارد. با نظامی از نمادها و نشانه‌ها و معانی دانست که در این رویکرد شهر به متنی تقلیل می‌یابد که از سوی ساکنان آن خوانده می‌شود. (Olsen, 1986).

جدول ۱: پیشینہ پژوهش

صاحب نظر	مؤلفہ	شاخص‌های کیفیت فضای شهری
جین جیکوبز (1965)		ملحوظ داشتن فعالیت‌های مناسب پیش از توجه به نظم بصری محی / استفاده از کاربری مختل / توجه به عنصر خیابان / نفوذ پذیری / اختلاط اجتماعی و انعطاف پذیر بودن فضاها
کوبن لینچ (۱۹۸۱)	هویت مکان	سرزندگی / معنی / تناسب یا سازگاری / دسترسی / نظارت و کنترل
یان بنتلی و همکاران (۱۹۸۵)		نفوذپذیری / گوناگونی / خوانایی / انعطاف پذیری / تناسبیات بصری / غذای حسدی / رند تعدد / کارایی انرژی / حفاظت از اکوسیستمها / پاکیزگی محی
آلن جیکوبز و داندل اپلیارد (۱۹۸۷)		سرزندگی / هویت و کنترل / دسترسی بده فرصت‌ها، تخیدش و شدادی / اصداالت و معندا / زندگی اجتماعی و همگانی / خود اتکایی شهری / محیطی برای همه
فرانسیس تیبالدز -۱۶۹۹- (۱۶۶۱)		پیش بینی فضا قیش از ساختمانها / داشتن تواضع، آمدوختن از گذشدته / ترکیب کداری / مقیداس انسانی / تشوی به آزادی حرکت / مشارکت / محی خوانا / سداختن بدرای بقدا / اجنتداب از تغییردر بسیار زیاد مقیاس در یک لحظه / افزایش پیچیدگی، لذت و ایجاد خوشایند بصری
فریتز استیل (۱۹۸۱)، سالوسن (۲۰۰۲)، بناپوتو و همکاران (۲۰۰۲) لنسینگ و همکاران (۱۹۷۰) پروشانسکی (۱۹۷۶)	هویت مکان هویت مکان	اندازه مکان - درجه محصوریت - تضاد - مقیاس و تناسب - مقیاس انسانی - تنوع بصری - موقعیت، منظر و درهم تنیدگی فردی - بی حوصلگی و یکنواختی ساختمان ها - وسایل رفاهی و طبیعت مانند آب، گیاهان، آسمان، خورشید و فضاهای خصوصی و جمعی - زمینه و بستر، وجود خدمات و تسهیلات، موقعیت قرارگیری مکان در زمینه شهری و نحوه ارتباط با پیرامون
ترنر (۲۰۰۶) رلف (۱۹۷۶) کارمونا (۲۰۰۷)		تعامل‌های اجتماعی مرتبط با مکان (بین انسان - مکان و انسان - انسان)، روشهایی که مکان‌ها در طول زمان به وسیله آن اداره شده و کنترل می‌شوند. ترکیبی از فعالیت‌های در ارتباط با هم از نظر کارکرد، این ترکیب نیاز به تنوعی گسترده از مواد تشکیل دهنده ای دارد که به نوبه خود به وجود میزان کافی از تقاضا برای حفظ فعالیت‌های اقتصادی گسترده، وابسته است.
رلف (۱۹۷۶)	هویت مکان	درون مکانی بودن تعلق به مکان همزاد پنداری با مکان
جان پانتر	حس مکان	معنا و عمل - کالبد، فعالیت و تصورات
نوربرگ شولتز (۱۹۷۱)		دانستن این که کجائید مشارکت احساسی درگیر بودن با مکان تعهد کامل و ناخودآگاه به مکان
شامای (۱۹۹۱)	حس مکان	تعلق، دل بستگی، یکی شدن با اهداف، مشارکت و در نهایت حس فداکاری تعهد عمیق نسبت به مکان
هیومن کراس (۱۹۹۲)	حس مکان	ریشه داری منسجم، ریشه داری تقسیم شده، بیگانگی با مکان، بی مکانی نسبی و بی مکانی مطلق
جنیفر (۲۰۰۱)	حس مکان	رابطه با مکان و حس حضور در اجتماع
جنیفر (۲۰۰۱)	دل بستگی مکانی	زندگینامه ای، معنوی، ایدئولوژیک، داستانی، مطلوب و وابسته دسته
یان زو (۱۹۹۵) مونگومری (۱۹۹۸)	ادراک و حس مکان	عوامل احساسی و معنی بخش (خاطرات، تجارب و روابط، ویژگی‌های مشترک و مفاهیم ضمنی، نام مکان، حکایات مربوط به مکان، تجربه‌های مکان و پیوندهای معنوی)

ارتباط ای برقرار می‌شود که در ذهن فرد جای می‌گیرند و زمینه ساز برداشت ذهنی او از محیط اطراف می‌گردد (طاهری و بهزادفر، ۱۳۸۶-۱۳۸۱). هنگامی که فرد در مکانی حضور دارد، شروع به دریافت نشانه‌ها و پیام‌ها می‌کند و گاهی وابسته به آن مکان می‌شود و ارتباط حسی برقرار می‌کند. بررسی چگونگی و مراتب ایجاد این حس، مورد مداخله هویت مکانی است.

۳) مولفه های مصنوع یا دست ساخت

ساخته‌های بشری و عناصر کالبدی مصنوع، با تمام ویژگی‌های حاکم بر آن همچون فرم، ابعاد، اندازه و تناسبات به عنوان تبلور کالبدی ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و طبیعی، محیطی که تحت عناوین هویت انسانی و هویت طبیعی از آن یاد شد، یکی از عوامل اصلی شکل‌گیری هویت شهری می‌باشند. هویت مصنوع، ابعاد مختلف ساخت و استخوان بندی اصلی شهر مشتمل بر مشخصات کالبدی، مشخصات عملکردی، مشخصات فضایی و بصری را در بر می‌گیرد. (طاهری و بهزادفر، ۱۳۸۶-۱۳۸۱).

روش تحقیق

در مقاله حاضر از دو سطح اکتشافی و توصیفی به شیوه تفسیری بهره برده‌ایم^۲ به این ترتیب که از روش ترکیبی «کیفی و کمی» جهت جمع‌آوری اطلاعات و ترسیم مدل‌های موجود و مطلوب و از ابزارهای مشاهده، مصاحبه، مصاحبه‌های گروهی، پیمایش (جهت ترسیم وضعیت موجود و مدل جاری) استفاده کردیم. با عنایت به آنکه درصدد شناخت و ارائه مدلی مطلوب هویت مکانی در شهر جدید پرند بودیم، استفاده از مدلی مدلی جاری/واقعیت موجود ← فرایند روش شناختی تدوین مدل ← مدلی مطلوب یا آرمانی بسیار راهگشا بود.^۳

بر همین اساس ابتدا مفاهیم کلی نظری این حوزه بر اساس دیدگاه‌های مختلف استخراج شد و سپس مدل وضع موجود ترسیم و نهایتاً وضعیت و مدلی مطلوب و آرمانی بر اساس مدل دیدگاهی نظری و مدلی وضع موجود ترسیم و تدوین شد. در نهایت نیز برنامه‌هایی جهت دستیابی به مدلی مطلوب ارائه شد. نظر به روش تحقیق مورد استفاده و جامعه آماری پژوهش (شهر جدید پرند) نمونه‌ها به دو دسته افراد هستند؛ گروه اول شامل شهروندان شهر جدید است که تعداد ۲۰۰ نفر بعنوان نمونه انتخاب شد (پرسشنامه این گروه شامل ۲۸ سوال بسته و یک سوال با ۱۹ گویه). گروه دوم شامل

به صورت پویا اعتقاد دارند و متناسب با این تغییر و تحول، جوامع ساده و ابتدایی (سنتی) به جوامع پیچیده (مدرن) تغییر می‌یابند و در این چارچوب تشابه‌پذیری جوامع سنتی جای خود را به تفاوت‌پذیری می‌دهند و نقش‌های محول به نقش‌های محقق تحول می‌یابند و در این رابطه هویت جمعی افراد نیز از حالت خاص گرایانه به عام گرایانه و نهایتاً عام‌ترین سطح خود (همنوع) اعتلا می‌یابد. این فرآیند با دگرگونی جوامع از حالت ابتدایی (سنتی) به پیچیده و اجتماعات بزرگ‌تر (مدرن)، تقسیم کار اجتماعی ساده به تقسیم کار پیچیده، رخ می‌دهد. با توجه به مجموع نظریات فوق، مؤلفه‌های هویت مکانی در شهر جدید پرند از سه جنبه بررسی شد:

۱) عناصر طبیعی

مقر شهر که همان نشستگاه شهر است، مکانی است که به مقتضای توپوگرافی محل به اشغال انسانها در آمده و نطفه شهر همانجا تکوین یافته، ریشه دوانده و بالاخره توسعه پذیرفته است (فرید، ۱۳۷۱: ۵۱). این مکان و مقر شهر دارای ویژگی‌های طبیعی خاصی است که بخشی از هویت شهر را به تصویر می‌کشد که در غالب هویت طبیعی شهر قابل توصیف است (یزدانی و یاری، ۱۳۸۶: ۲۲۰). نوع اقلیم، کوهها، رودها، دریاچه‌ها، پوشش گیاهی و گونه‌های جانوری مختص نقاط ویژه و سایر عوامل طبیعی که به عنوان نماد اصلی یک شهر در می‌آیند و خود را به عنوان عناصر اصلی هویت بخشی در شهر معرفی می‌کنند، نقش مهمی را در شناخته شدن شهر و ساکنین آن ایفا می‌نمایند و نشانه‌هایی آشنا برای افراد شهر می‌باشند و این نشانه‌ها با افراد و ساکنین و شهروندان ارتباط برقرار می‌کند و جزئی از وجود و خاطره آن‌ها می‌شود (طاهری و بهزادفر، ۱۳۸۶-۱۳۸۱).

۲) مولفه های اجتماعی

مبحث هویت شهری علاوه بر جنبه‌های کالبدی - جغرافیایی، با مباحث اجتماعی - انسانی نیز در آمیخته است و بدون در نظر گرفتن این جنبه‌ها مفهوم مشخصی را در بر نمی‌گیرد. به طور کلی بافت‌های شهری و به ویژه بافت تاریخی صرفاً واجد ارزش‌های کالبدی نیست و نمی‌توان آن را تنها از جنبه کالبدی تحلیل کرد و مسائل و مشکلات آن را تنها از این دیدگاه بررسی نمود. حضور فرد در یک فضا و یا مکان شهری تنها به برداشت کالبدی وی از فضای شهری منجر نمی‌شود، بلکه عموماً بین فرد و مکان یا کالبد فضایی



گستره‌ای از پیمانکاران ساخت شهرهای جدید، مدیران شهرهای جدید، اعضای شورای اسلامی شهر، کارشناسان ادارات دولتی، فرمانداری و یا بخشداری، نماینده مردم منطقه در مجلس شورای اسلامی، مطلعین و ریش سفیدان، صاحبان کار و پیشه، که تعداد ۲۷ نفر مورد مصاحبه عمیق با ۸ سوال نیمه باز قرار گرفتند. از طرفی، محقق به منظور تکمیل داده‌ها، از روش‌های مکمل دیگری چون مشاهده تغییرات کالبدی در آنها و... استفاده کرده است. داده‌های جمع آوری شده از طریق مصاحبه‌ها با استفاده از روش تحلیل تماتیک (که یکی از متعارف‌ترین و پرکاربردترین روش‌های تحلیل داده‌های کیفی به شمار می‌رود)، دسته بندی و در ترسیم مدلهای جاری و مطلوب بهره گیری شده است. همچنین به منظور سنجش و ارزیابی میزان شاخص هویت مکانی شهر جدید پرنده، مؤلفه‌های زیر مورد سنجش قرار گرفت. (جدول شماره ۲)

محدوده و قلمرو پژوهش

شهر جدید پرنده؛ شهر آسمان آبی

پرنده، شهری تازه تأسیس در شهرستان رباط کریم، استان تهران است که با عنوان مسکن مهر گسترش یافت و باعث رشد جمعیتی و رفاهی این شهر شد، شهر پرنده ۶ فاز دارد. فازهای ۰ و ۱ اکثراً شخصی ساز و همواره گرانقیمت‌تر از سایر فازهای مسکونی پرنده است. میدان استقلال مرکز شهر پرنده است و مرکز خرید و پاساژها و بازار اصلی هم در میدان استقلال واقع شده که در فاز ۲ پرنده قرار دارند. مرکز خرید بزرگ و شیک های-سی هم در میدان چمران واقع در فاز ۳ پرنده قرار دارد. این شهر در ۳۰ کیلومتری جنوب غربی تهران و در مسیر آزادراه تهران ساوه واقع شده است. این شهر در ۳۰ کیلومتری جنوب غربی تهران و در مسیر آزادراه تهران ساوه واقع شده است. نزدیکی به تهران سبب شده تا پرنده، در

فهرست اولویت‌های انتخاب سکونت گاه جدید و ارزان در اطراف تهران قرار گرفته و شهرهای مهاجر فرست به تهران، از این شهر برای اقامت بلند مدت استفاده کنند. احداث نیروگاه پرنده در سال ۱۳۸۳ توسط شرکت مپنا شروع شد و آخرین واحد آن در سال ۱۳۸۵ سنکرون گردید. این شهر دارای خط مستقل راه آهن بوده و روزانه ۱۴ قطار شهری تا ایستگاه راه آهن تهران تردد می‌نماید. متروی شهر پرنده هم به زودی افتتاح خواهد شد و واحد آن در سال ۱۳۸۵ سنکرون گردید. این شهر دارای خط مستقل راه آهن بوده و روزانه ۱۴ قطار شهری تا ایستگاه راه آهن تهران تردد می‌نماید. متروی شهر پرنده هم به زودی افتتاح خواهد شد جمعیت شهر پرنده در سرشماری سال ۱۳۹۵ برابر با ۹۷۰۴۶۴ نفر (۳۱۰۶۹۳ خانوار) می‌باشد که از این تعداد ۴۸۰۹۷۷ نفر مرد و ۴۸۰۴۸۸ نفر زن می‌باشند. این شهر در سال ۱۳۹۰ دارای ۲۸۰۷۳۳ نفر جمعیت (۸۱۰۷ خانوار) بوده است، که از این تعداد شامل ۱۴۰۹۹۳ نفر مرد و ۱۳۰۷۴۰ نفر زن می‌شده است. جمعیت شهر پرنده در سال ۱۳۸۵، ۵۰۷۹۱ نفر (۱۶۰۳ خانوار) و در سال ۱۳۹۸ حدود یک میلیون جمعیت بوده است

جمعیت بوده است

ویژگی‌های شهر پرنده

- نزدیکی به تهران
- نزدیکی با شهرستان زرنديه استان مرکزی
- احداث نیروگاه پرنده با مشارکت شرکت مپنا
- رونق کارگاه‌های عمومی و تخصصی صنعتی و خدماتی در سال‌های آینده

- میزان بارندگی ۲۰۰ میلیمتری
- ارتفاع از سطح دریا حدود ۱۱۰۰ متر
- شیب زمین کم‌تر از ۵ درصد
- توسعه زیر ساخت‌های ارتباطی و حمل و نقل که زیست ارزان نزدیک تهران را خلق می‌کند.

جدول ۲: مؤلفه‌های هویت مکانی شهر جدید پرنده

شاخص	مؤلفه‌ها	متغیرها
هویت مکانی	مؤلفه‌های هویت مصنوع	خدمات و امکانات - تسهیلات - کاربری‌ها - چیدمان - تناسبات - کیفیت مصالح نمادها و نشانه‌ها - فرم - نمادهای شهری
	مؤلفه‌های طبیعی	سبزی هویت بخش و طراوت - بافت‌های تاریخی ارزشمند - بو و صدا
	مؤلفه‌های هویت بخش اجتماعی	تعاملات اجتماعی - مشارکت - عدم ترک مکان - وابسته بودن به مکان - لذت بردن از دوستی و رابطه با همسایگان - تأمین نیازهای ضروری خود از مکان - دفاع از مکان - مشارکت و نظارت - مدت سکونت در مکان - احساس رضایت و خوشحالی از مکان تنوع رفتاری تنوع قومی



یافته ها

وضعیت موجود مؤلفه‌ها

با استفاده از یافته‌هایی که از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شدند پرداخته و سپس داده‌های کیفی و به توصیف وضع موجود خواهیم پرداخت نهایتاً نتیجه‌گیری خواهیم کرد. به لحاظ جنسی تعداد پاسخگویان، برابر بودند. عبارتی نیمی از جامعه نمونه را خانمها و نیمی دیگر آقایان در بر گرفتند. به لحاظ سنی، ۲۵ درصد معادل یک چهارم زیر ۲۵ سال، ۲۳ درصد بین ۲۵ تا ۳۵ سال، حدود ۴۰ درصد تا ۵۵ سال و مابقی (۵ درصد) بیش از ۵۵ سال داشتند. همچنین حدود دو سوم متاهل بودند و به لحاظ وضعیت اشتغال، ۱۵ درصد در بخش دولتی بعنوان کارمند و مدیر فعالیت داشته، یک سوم دارای شغل آزاد بوده و یک سوم بیکار و مابقی بازنشسته بودند. درآمد ماهیانه قریب به یک سوم پاسخگویان کمتر از ۱,۵ میلیون تومان بود و دو سوم بین ۱,۵ تا ۳ میلیون تومان درآمد ماهیانه داشتند.

از لحاظ محل تولد، قریب به دو سوم افراد شرکت‌کننده در این پژوهش متولد شهرهای کوچک، ۱۱ درصد روستا و یک چهارم متولد مراکز استانهای کشور بودند. همچنین ۶۰ درصد مالک منازل مسکونی و ۴۰ درصد مستاجر بودند. از میان مالکان، بیش از یک چهارم حاضر به فروش منازل خود و بازگشت به موطن خود بوده و سه چهارم مابقی اعلام کردند چاره‌ای جز ماندن و ساختن ندارند. از لحاظ قومی حدود ۶۰ درصد فارس، ۲۴ درصد ترک، ۱۰ درصد لر و حدود همین میزان نیز کرد بودند. به لحاظ تعلق طبقه‌ای، قریب به ۶۰ درصد خود را متعلق به طبقه متوسط رو به پایین و پایین می‌دانند، حدود ۴۰ درصد متوسط و مابقی (کمتر از ۵ درصد) خود را متعلق به طبقه متوسط رو به بالا می‌دانند. جالب آنکه هیچ کدام خود را به طبقه بالا متعلق نمی‌دانند. در همین رابطه بیش از یک سوم آنها اعلام کردند دوستانشان متعلق به طبقه متوسط رو به پایین و پایین بوده، قریب به نیمی متوسط و کمتر از ۱۵ درصد دوستان خود را متعلق به طبقه متوسط رو به بالا می‌دانند.

۱) مؤلفه‌های هویت بخش اجتماعی

در این پیمایش، در پاسخ به این سوال که چه تعداد از اقوام و فامیل شما در شهر تهران زندگی می‌کنند، دو سوم از کل پاسخگویان اعلام کردند تمامی فامیلهایشان در تهران ساکن هستند و مابقی بیان داشتند که تعداد

کمی یا هیچ کدام از فامیلهایشان در تهران ساکن هستند. (احتمالاً بخشی از این افراد حاضر به فروش منازل خود و بازگشت به موطن خود هستند). در ادامه از تعداد خویشاوندانی که در همان شهر جدید (پزند) ساکن هستند پرسش شد. در پاسخ به این سوال با سه گروه از افراد روبه‌رو بودیم. گروهی که بصورت دسته‌جمعی و خانواده‌گی در شهر جدید ساکن شده بودند و تمایل چندانی به جایجایی نداشتند (۱۰ درصد پاسخگویان) این افراد به دلیل شبکه اجتماعی قوی که داشتند از همبستگی اجتماعی بیشتری نسبت به سایر گروه‌ها برخوردار بودند و توانسته بودند ارزش‌های غیررسمی خود را در آنجا غالب کنند. ۴۶ درصد از پاسخگویان اظهار کردند که تعداد کمی از اقوام، دوستان و آشنایانشان در این شهر ساکن هستند (این افراد احتمالاً در حال ایجاد کلونی بوده‌اند) و ۴۳ درصد هیچ خویشاوند و دوستی در شهر جدید پزند نداشتند و به تبع آن عضو هیچ گروه رسمی و غیررسمی نبودند، هیچ گونه پیوند و شبکه‌ای ایجاد نکردند و هیچ گونه احساس تعلق و مسئولیتی در قبال محل سکونت خود نداشتند.

سرمایه اجتماعی در سه سطح خرد (روابط میان فردی)، سطح میانی (انجمن‌ها و سازمان‌های غیر رسمی) و سطح کلان (نهادهای اجتماعی) تعریف می‌شود این نکته نشان‌دهنده ضعف سرمایه اجتماعی در سطح خرد است که به واسطه آن شبکه‌های ارتباطی و تعاملی مابین افراد و گروه‌ها براساس ارزش‌های مشترک به خوبی شکل نگرفته است. شبکه و پیوندهای اجتماعی که موجب جلب و حفظ اعتماد افراد نسبت به اجتماعاتی چون خانواده، دوستان و همسایگان می‌شود.

از آنجا که سرمایه اجتماعی دربرگیرنده ارزش‌ها و هنجارهای مشترک لازم برای رفتار اجتماعی است که در روابط شخصی افراد، در اعتماد آنان به یکدیگر و در حس مشترک مسئولیت‌های مدنی منعکس شده است. امری که جامعه را چیزی بیشتر از جمع افراد می‌سازد (پیرس، ۱۹۹۳) و در شرایطی که جامعه شهری هویت و انسجام داشته باشد و ارتباط مستمر میان شهروندان در هویت‌های محلی، صنفی، شغلی، مدنی و در فضاهای عمومی برقرار باشد. و از این طریق سرمایه اجتماعی آن شهر ارتقا یابد، همه در صدد تقویت ارکان شهر خواهند بود. ولی وقتی این فضای تعاملی از بین برود، هر کسی ممکن است برای نیل به اهداف شخصی خودش آسیبی به جامعه شهری برساند. بنابراین فساد هم یکی از محصولات جامعه‌ها هم گسیخته است.

منتخب و حامی خود نمی دانستند که این نشان از عدم دل‌بستگی و پیوستگی و تعلق به شهر و عدم تمایل به مشارکت در امور مختلف مربوط به شهر دارد. در ادامه در خصوص میزان رضایت از وضعیت فیزیکی، فرهنگ موجود و احساس آرامش آنها در شهر سوال شد که نتایج حاکی از آن است که اکثریت قریب به اتفاق آنها (۸۵ درصد) اعلام کردند فرهنگ غالب و موجود در این شهر با فرهنگی خانوادگی و یا شهر محل تولدشان در حد متوسط و کمی ارتباط داشته و همسو است، کمی بیش از دو سوم در همین حد فرهنگ موجود در شهر را می‌پسندند و تنها نیمی از افراد آن هم در حد متوسط و کمی در این شهر جدید احساس آرامش و آسایش می‌کنند.

۲) مولفه‌های هویت بخش طبیعی

به لحاظ مولفه های طبیعی هویت‌بخش می‌توان گفت که این شهر در خارج از محدوده شهر تهران و محیطی بیابانی یا دشت قرار گرفته و به دلیل قرار گرفتن در دامنه کوه دارای هوای خنک و باد خیز بوده و به لحاظ آب و هوایی عاری از آلودگی و همچنین محیطی آرام و ساکت، هوای صاف، آسمان آبی، دارای شیب مناسب و چشم اندازهای زیبا است. همانطور که پیشتر گفته شد، این عوامل طبیعی می‌توانند به عنوان نماد اصلی شهر در آیند و خود را به عنوان عناصر اصلی هویت بخشی در شهر معرفی و نقش مهمی را در شناخته شدن شهر و ساکنین آن ایفا نمایند.

۳) مولفه‌های هویت بخش مصنوع

شهر پزند به دو بخش ویلایی و آپارتمانی تقسیم شده است و دارای سیستم خیابان های اصلی و فرعی منظم و ساختارمند شهری است، شهر اگر چه دارای شاخصهای کانونی و نقطه ای شهری و میادین مختلف است اما چون بلحاظ جغرافیایی در مرکز قرار ندارد (به دلیل شکل موزی و هلالی شهر) و دسترسی مناسبی ندارد، خانه‌ها هم در مصالح بکار رفته و شکل بیرونی و هم چینش داخلی بسیار شبیه به هم هستند و کمترین بهره را از تنوع زیستگاه و فرهنگ اقوام بسیاری که در آن ساکن هستند نبرده است که متأسفانه این امر به ویژه در شهرهای جدید رواج دارد و ساختمانهایی در آن‌ها سر از خاک برآورده اند که غفلت از فرهنگ، هم منجر بی قواره گی و ملال انگیز بودنشان شده و هم فضای اجتماعیشان به شدت منفعلی را ایجاد کرده است. چالش هایی که در

حدود ده درصد از پاسخگویان اعلام کردند به هر آنچه در زندگی می‌خواستند یا آرزو داشتند، دست پیدا کردند، ۴۰ درصد تاحدودی و مابقی اظهار کردند که به هیچ یک از خواسته‌های خود نرسیدند. این گروه که از شرایط موجود ناراضی هستند ابایی از هر گونه اقدام حتی خارج از طبقه و قشر خود ندارند. دقیقاً به همان علت که هومنز معتقد است، به تناسب کاهش عدالت توزیعی در جامعه، افراد احساس تبعیض و محرومیت می‌کنند و در این چارچوب به هویت‌های خاص گرایانه روی می‌آورند، در صورتی که عدالت توزیعی در جامعه (شهر/مکان) وجود داشته باشد و افراد احساس تبعیض و محرومیت نکنند به هویت جمعی عام گرایش پیدا می‌کنند.

عضویت و شرکت حدود یک سوم از پاسخ دهنده گان در فعالیتهای اجتماعی و فرهنگی، هیأت‌های عزاداری و صندوقهای خانگی و همسایه ای جهت اخذ وام، نشان از سطح پائین سرمایه اجتماعی و فرهنگی در سطح میانی (عضویت در انجمن‌ها و سازمان‌های رسمی و غیر رسمی) داشت. اعتماد، اختیار و تعهد لازمه این سطح از سرمایه اجتماعی است. حدود یک سوم پاسخگویان اعلام کردند تمایل کمی به زندگی در این شهر جدید را دارند. به همین میزان نیز تمایل به فروش خانه‌های خود و نقل مکان به شهرهای قبلی خود داشتند. کمتر از نیمی از آنها خودشان را متعلق به این شهر نمی دانستند و بعبارتی احساس تعلق به مکان و محل زندگی خود نداشتند و به همین میزان نیز پیشتر اعلام کرده بودند نقل مکان و زندگی در شهرهای جدید را به هیچ کسی پیشنهاد نمی‌کنند. در ادامه قریب به دو سوم در حد متوسط و کمی برای خود و خانواده آینده روشنی را در شهر متصور بودند. همین میزان نیز اعلام کردند در حد کمی احتمال دارد فرزندان‌شان در این شهر زندگی کنند. بعبارت دیگر این تعداد ساکنین که بخش قابل توجه و اکثریت را شامل می‌شود علاوه بر آنکه علقه و دل‌بستگی به دلیل عدم وابستگی هویتی به محل سکونت خود ندارند، بعنوان جمعیتی شناور که هر لحظه امکان جابجایی دارد تلقی شده و ویژگی‌های آن نیز مترتب آنها می‌باشد که در ادامه به آن پرداخته خواهد شد.

کمتر از یک سوم از پاسخگویان خود را متعهد حفظ نظم و پاکیزگی شهر می‌دانستند و حاضر به پرداخت هزینه برای بهبود زندگی در شهر نبودند، این افراد به زندگی در این شهر افتخار نمی‌کنند. بیش از دو سوم از پاسخگویان نمایندگانه مجلس و اعضای شورای شهر را

مهمترین مسائل شهرهای جدید، موضوع جذب و تثبیت جمعیت و جلوگیری از شناور بودن جمعیت است. در همین زمینه ایجاد تعلق مکانی به منظور حفظ جمعیت یکی از مهمترین موضوعاتی است که ذهن مدیران شهرهای جدید و متخصصان و برنامه ریزان شهرسازی و پژوهشگران حوزه‌های مختلف شهرسازی و علوم اجتماعی را به خود مشغول کرده است.

بطوریکه در شهر جدید، فرد بیشتر از آنکه شهروند باشد، ساکن است. او به گونه ای ارادی یا غیر ارادی از سر اجبار یا میل، سکونت در شهر جدید را اختیار کرده است. او در مکانی سکنی گزیند که هیچ نشانه یا شناسه ای در آن جا وجود ندارد، در کنار فرد یا افرادی زندگی می‌کند که تا امروز آنها را نمی‌شناسد و با روحيات آنها آشنا نیست و هیچ رمز و راز و یا استعاره و تمثیلی را با آنان سراغ ندارد. او در مکانی ساکن شده است که هیچ خاطره ای از قبل از آن را در ذهن ندارد. شهر نیز، خاطره ای از خود به یاد ندارد چون در جایی استقرار یافته است که قبل از او فضایی باز و گسترده در دامن طبیعت بوده، این فضا با استقرار مردم به مکان تبدیل شده که بی خاطره قبلی و بی هویت قبلی است. پس هم شهر و هم ساکنان شهر از پی یک مقصود، اولی در پی اعلام هویت مکانی و دومی در پی اعلام هویت شهروندی روان می‌شوند. یعنی دو امر متقابلی که یکی بدون دیگری ناممکن است. در همین امر متقابل است که هم شهر در حافظه شهروندان می‌نشیند و هم شهروند مکانی را باز می‌شناسد که مهر و نشانه خود را بر آن زده است و آن را از آن خود کرده است و از آن خاطره‌ها در ذهن دارد.

در مجموع، نتایج نشان داد که شهر جدید پرنده دچار اختلال هویت ناشی از مؤلفه‌های هویت مصنوع و هویت اجتماعی است. پائین بودن کیفیت زندگی در پرنده به علت نبود امکانات خدماتی، حمل و نقل عمومی و گذراندن اوقات فراغت و محدودیت شغل در شهرهای جدید (دور بودن محل کار از محل زندگی)، که ساکنین پرنده در مصاحبه‌ها بسیار به آن اشاره می‌کردند، پرنده را شهری فاقد هویت مکانی برای ساکنان و تجربه شهرسازی را در آن شکست خورده می‌نماید. برای جبران آنچه اتفاق افتاده و نیل به اهداف تعیین شده، لازم است مدلی واقع بینانه برای برنامه ریزی فرهنگی مختص به این نوشهرها ارائه شود و چشم انداز و ماموریت‌های اجتماعی و فرهنگی به طور خاص برای آن‌ها تدوین گردد. لذا باید تغییراتی در رویکردهای موجود در این

شکل دادن به فضاهای اجتماعی در شهرهای جدید وجود دارد، اندک توفیقات آن‌ها را در بخش شهرسازی و ساختمان سازی تحت تأثیر قرار داده است لذا آن‌ها نتوانسته نقش خود را بدرستی ایفا کند و فاقد شاخص های خطی - نقطه ای، تاریخی و کالبدی و تک بناهای شاخص شهری، فضاهای شاخص شهری آنگونه که در شهرهای کهن می‌بینیم، می‌باشند.

نتیجه گیری

شهر با هویت، شهری است که مردم در آن حضور فعال، مستمر و با نشاط داشته باشند و زندگی در آن را موقتی و به مثابه دوره گذار تلقی نکنند. در خصوص ابعاد سه گانه هویت مکانی (طبیعی، مصنوع و اجتماعی) که پیشتر گفته شد؛ پژوهش نشان داد که عدم توجه دست اندرکاران، مدیران و شهرسازان به هریک از این مؤلفه ها، پیامدهایی از قبیل عدم تمایل شهروندان به زندگی در شهر جدید و یا سکونت بالااجبار فاقد هر گونه احساس تعلق را به دنبال خواهد داشت.

به نظر می‌رسد در هیچ یک از فرآیند ایجاد شهر جدید اعم از مکانیایی، برنامه ریزی، طراحی و اجرا، این موضوع در نظر گرفته نشده است و در نتیجه ساکنین، به دلیل نبود مولفه های هویت بخش اجتماعی- فرهنگی، هیچ گونه احساس تعلق و مسئولیتی در قبال محل سکونت خود نداشته و هیچ گونه پیوند و شبکه ای ایجاد نکردند و بعنوان جمعیتی شناور که هر لحظه امکان جابجایی دارد تلقی می‌شوند. این شهر لحاظ مولفه های هویت بخش اجتماعی- فرهنگی وضعیت مناسبی ندارد.

بطوریکه برخی معتقدند ارزیابی موفقیت یا عدم موفقیت پروژه هایی چون شهرهای جدید معمولاً به زمان طولانی نیاز دارد و به عوامل گوناگون متکی است و بحث هویت یابی در این شهرها هم از این موضوع جدا نیست. در همین راستا چندین مسئله در کندی فرآیند هویت یابی در شهرهای جدید دخالت دارند. از مهم ترین این عوامل، ضعف تنوع اقدامات و فعالیتهای اجتماعی و اقتصادی در بین ساکنان شهرهای جدید است. نکته بسیار اساسی که در واقع مهمترین مانع بر سر راه آنها در تبدیل شدن به شهر متعارف است، نگرشی است که شهرهای جدید را به عنوان خوابگاه شهرهای بزرگ تعریف کرده است. این موضوع محدودیت رشد شهرهای جدید را دائماً باز تولید کرده است و در واقع به مانع اصلی توسعه متعارف شهرهای جدید و در نتیجه هویت یابی آن‌ها تبدیل گردیده است. همچنین یکی از

شهر باید شامل ابعاد انسانی باشد و در سیاست‌ها و اقدامات خود اهمیت مقیاس‌های انسانی برای شهرسازی را درک کنند (گل، ۱۳۹۴).

در ادامه ضمن ارائه مدلی از وضع موجود هویت مکانی پزند، مدل پیشنهادی پژوهش که با توجه به مؤلفه‌های اجتماعی- فرهنگی سازنده هویت و با رویکرد مدیریتی از بالا به پائین و با مشارکت حداکثری مردم اجرا می‌شود، ارائه خواهد شد. این مدل بر همین اساس تم‌ها و دسته‌بندی‌های اصلی و کلی تحقیق و به عبارتی مدل کلی تحقیق (که در بخش مبانی نظری آمد) به شرح ذیل ارائه می‌شود.

بین صورت گیرد تا با جلب نظر و مشارکت مردم به عنوان مخاطب و بهره بردار اصلی شهر، شاهد رشد، توسعه و نشاط شهر باشیم و از هدر رفت انرژی و سرمایه بیش از این جلوگیری شود. واقعیت آن است که تحقق یک شهر مطلوب امری آهسته و پیوسته است. تمدن شهری را باید از منظر توسعه تدریجی در ابعاد مختلف در نظر گرفت و دیدن آن به عنوان یک پروژه امری خطاست. باید سیاستگذاران و مدیران شهرهای جدید مساله جامعیت شهر را درک کرده و از خطای تقلیل شهر به مسکن، محل کار و حمل و نقل، خطای تقدم برنامه‌ریزی کالبدی بر برنامه‌ریزی اجتماعی بپرهیزند. توجه آنها به



و مدل مطلوب و آرمانی هویت مکانی در شهر جدید پزند بر مبنای یافته‌ها و مبانی نظری ترسیم شده است.



سیاستها و راهبردها (حرکت از وضع موجود به وضع مطلوب) در اینجا سیاستها و برنامه‌هایی جهت حرکت از وضع موجود به وضع مطلوب با توجه به منابع و ظرفیت‌های موجود پرند و مولفه‌های ذکر شده شده، ارائه می‌شود.

در خصوص مولفه‌های هویت‌بخش طبیعی با توجه به مختصات جغرافیایی و اظهار شهروندان شهر پرند در موقعیت مطلوبی به سر می‌برد و مدیران به خوبی می‌توانند از این مزیت رقابتی جهت جذب جمعیت پایدار بهره‌برداری کنند.

اما در خصوص مولفه‌های هویت مصنوع شرایط کمی متفاوت بوده و به نظر می‌رسد با عنایت به آنکه ساکنین این شهر از قومیتها و مناطق مختلف کشور هستند، می‌توان از سرمایه عظیم انسانی به خوبی استفاده کرد و با نصب المانها و نمادهای آنان در جای جای شهر جدید، انتخاب نام خیابانها، کوچه‌ها، میداين و محله‌ها بر اساس متفکرین و مفاخر شهرهای کشور، برگزاری جشنها، مناسبت‌های آئینی، نمایشگاه‌های فرهنگی و مصنوعات محلی، بازیها و مسابقات ورزشی محلی و ... جهت بالا بردن حس تعلق بهره‌برد. فضاهای دلنشین و خودمانی در محله ارتباطات انسانی را به وجود آورده و می‌توانند حس نزدیکی و همسایگی را در ساکنان یک شهر ایجاد کنند. این فضاها به استفاده‌کنندگان امکان نظارت اجتماعی و کنترل رفتار دیگران را فراهم می‌کند که این خود خاطرات و تجربیات مثبت را به وجود می‌آورد. هر چه این خاطرات بیشتر و قوی‌تر باشد، هویت شهر یا انسان کامل‌تر می‌گردد. این فضاها می‌توانند سنتی و مدرن باشند لکن عامل مهم، چگونگی سازماندهی آنها است که ایجاد یک پاتوق و همبستگی اجتماعی را ایجاد نماید. رویدادها و اتفاقات روزانه نیز در تشکیل خاطرات شهر و انسان مؤثر است. برگزاری مسابقات، گردهمایی‌های محلی، منطقه‌ای و ملی، نمایش‌های خیابانی، عزاداری‌ها از جمله رویدادهایی است که در حافظه شهر می‌ماند و شهر خاطره‌انگیز می‌گردد. شهر با خاطره، علقه فرد با محیط زندگی را به وجود می‌آورد. تأثیر دادن آرا و نظریات مردم در برنامه‌ریزیها و طراحی‌های شهری از دیگر ابزار ایجاد زمینه هویت در بافتهای شهری و شهرهای جدید است. در صورت مشارکت شهروندان در امور شهری، این تفکر به وجود خواهد آمد و شهرنشینان را به سوی شهروندشدن که گستره‌ای فعال‌تر از ساکن شدن صرف دارد، هدایت می‌کند.

در خصوص مولفه‌های هویت انسانی باید از تمرکز بر رویکرد مدیریت متمرکز، فرمایشی و از بالا به پایین، به سمت رویکرد مشارکتی و از پایین به بالا متمرکز شویم. بطوریکه با ایجاد بسترها و زمینه‌های مناسب اجتماعی و فرهنگی امکان ایجاد و گسترش شاخصهای سرمایه اجتماعی و فرهنگی از جمله اعتماد، پیوند و انسجام، مشارکت بین فردی تا کلان محلی، حس همدلی و پیوستگی با همسایه‌ها و کل جامعه محلی و ... فراهم گردد. با این اقدامات به نظر می‌رسد ضمن افزایش احساس تعلق به شهر و محل زندگی، شرایطی جهت افزایش انسجام محلی و نهایت امکان ایجاد، حفظ و تعمیق و تعمیم هویت مکانی فراهم گردد. در آن صورت افراد از زندگی در شهری که خودشان را در سرنوشت آن سهیم می‌دانند لذت برده و برای آن احترام قائل هستند. همین موضوع می‌تواند باعث کاهش انواع آسیبها و مشکلات این شهر شود.

تلفیق ابعاد فیزیکی و اجتماعی

بخشی از مشکلات شهرهای جدید با خوانش و درک درست از شهر و توانایی درک کامل ظرفیت شهرهای جدید برطرف می‌شود. زمانی که سخن از یک شهر می‌شود، ساده انگاری است اگر منظور را به یک مکان خاص یا همان کالبدشهر خلاصه کنیم. منظور از یک شهر، یک کیفیت زندگی و فهم از مدنیت است. (به نقل از عباس آخوندی، ویژه نامه دنیای اقتصاد) این اندیشه که شهری را در بیابان شکل دهند و چند ملیون جمعیت سرریز شهرهای مادر را در آن جای دهند بدون آنکه ابعاد اجتماعی شهر، سازمان اجتماعی و روحیات انسانی شهروندان را مدنظر قرار دهند، همانا از اساس شکست خورده است. ساختن شهر انسان محور، نیازمند تغییرات بنیادین در نگاه به شهر و تلفیق مؤلغهای فیزیکی و اجتماعی است.

بعد اقتصادی

فعالیت‌های اقتصادی نیز می‌توانند به عنوان شاخص هویت بخش فضاهای شهری مطرح شوند. چه بسیارند فعالیت‌هایی که به طور ویژه در مکان‌ها و یا شهرهای خاصی وجود دارد و به عنوان یکی از ارکان هویتی شهر خود نمایی می‌کنند و چه بسیارند ویژگی‌ها و فعالیت‌های اقتصادی که ریخت شهری را تحت تأثیر قرار می‌دهند. از آن رو که شهرهای جدید اغلب به منظور اسکان شاغلان طیف خاصی از جامعه مکان‌یابی و

۱۳) شناسایی و بهره مندی از ظرفیت افراد اثرگذار محلی در اراده امور مربوط به شهر
۱۴) تعامل با دانشگاه‌ها و مراکز علمی در خصوص حل و فصل مسائل مربوط به شهر
۱۵) حمایت از استارت آپ‌های فعال در حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی مرتبط با شهرهای جدید
۱۶) توسعه فن اوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و تلاش در جهت هوشمند سازی شهر
۱۷) و در پایان، شهرهای جدید تاریخ و گذشته ای ندارند اما سعی شود از حال، تاریخی برای آیندگان ساخته شود تا در آینده خاطرات جمعی نقاط هویتی شکل بگیرد.

منابع و مأخذ

آتش، فرهاد، ابراهیم زاده، عیسی (۱۳۸۲)، تحلیلی بر شهرنشینی و جایگاه شهرهای جدید در ایران (شهرهای جدید و آینده شهرنشینی در ایران)، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی شهرداری ها، شماره ۷۵. امیر یار احمدی، محمود (۱۳۷۸). به سوی شهر سازی انسانگرا. تهران: شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری
امین زاده گوهر ریزی، بهرام و تقی زاده، محمد (۱۳۸۳)، شهرهای جدید: بستر مناسب تجلی ارزش‌های مهجور، مجموعه مقالات شهرهای جدید، فرهنگی جدید در شهرنشینی
بهزادفر، مصطفی، پاکزاد، جهان‌شاه. (۱۳۸۶). هویت شهر نگاهی به هویت شهر، سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، انتشارات شهر.
پیران، پرویز (۱۳۸۴) شهرهای جدید بی تاریخ و بدون فرهنگ: مساله هویت یابی. همایش بین‌المللی شهرهای جدید.
حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۸)، جامعه شناسی هویت ایرانی، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک تهران.
حاجیانی، ابراهیم. (۱۳۹۵) و روش شناسی طراحی و تدوین مدلی مطلوب در پژوهشهای راهبردی فصلنامه راهبرد شماره ۷۸.
شکوئی، حسین. (۱۳۸۸). اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا: فلسفه‌های محیطی و مکتب‌های جغرافیایی. جلد دوم، تهران: انتشارات گیتاشناسی.
طاهری، حمید رضا (۱۳۸۱)، حفظ هویت شهری در نوسازی بافت مرکزی شهر مشهد، پایان نامه

طراحی شده اند نوع فعالیت تجلی اقتصادی در ریخت شناسی، سیمای شهر و سایر عناصر شهری، می‌تواند به شکل گیری حس و هویت مکان کمک نماید. همچنین به عنوان مثال، تقویت فعالیت‌های ویژه و بومی منطقه، صنایع دستی و گردشگری از نمونه‌های عینی این بخش از ابعاد هویت شهری است که می‌تواند علاوه بر بعد اقتصادی، جنبه‌های مختلف بعد اجتماعی را نیز تقویت کند.

پیشنهادات

با توجه به مؤلفه‌های مطرح شده و دانشی که از شناسایی وضع موجود و ترسیم وضع مطلوب هویت مکانی در شهر جدید پرند حاصل شد، پیشنهادات ذیل مطابق با ابعاد و مؤلفه‌های هویت مکانی که در قالب فعالیتها و سیاستهای مدیریت فرهنگی قابل پیاده سازی ارائه خواهد شد.

- ۱) توجه به مؤلفه‌های اجتماعی-فرهنگی سازنده شهر (و نه صرفاً ساخت تعدادی دیوار به نام مسکن) و جلب مشارکت و اخذ نظرات و سلايق شهروندان به عنوان بهره برداران اصلی شهر
- ۲) ارتقاء سطح آگاهی و دانش مردم در خصوص مدیریت مشارکتی با استفاده از تسهیل گران
- ۳) فراهم کردن عناصر کالبدی محیط از طریق تناسب بین فرم و عملکردها، تمایز کالبدی، خوانایی، تداعی معنایی، واسطه بصری در ایجاد ارتباط ذهنی بین استفاده کنندگان از مکان
- ۴) تقویت مبلمان شهری، تزریق و توسعه فضاهای جمعی و فضای سبز در سطوح عملکردی شهر
- ۵) رعایت اصول زیباشناسانه در تمام نقاط شهری مبتنی بر روحیه نوآورانه و خلاقیت شهری
- ۶) ایجاد و بهبود زیرساختهای لازم جهت ایجاد شغل و کارآفرینی و توسعه صنایع خلاق
- ۷) برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی و هنری با توجه به تنوع قومی مثل جشنواره اقوام
- ۸) برگزاری هفته‌های فرهنگی استان‌ها به منظور معرفی ویژگی‌های فرهنگی و آداب و رسوم نقاط مختلف
- ۹) تلاش در جهت ایجاد حس امنیت محیطی
- ۱۰) ایجاد برندینگ شهری
- ۱۱) ایجاد دفاتر توسعه محلی
- ۱۲) احیا مفهوم محله و ایجاد سراهای محله در تمامی محله ها

- Proshansky, H. (1978), "The city and self-Identity, Environment and Behavior", vol10.
- Qazimi, Shukran (2014), Sense of Place and Place Identity, Epoka University, European Journal of Social Sciences Education and Research, Vol 1, No 1, Faculty of Civil Engineering and Architecture, Department of Architecture, Tirana/Albania.
- Relph, E. (1976), Place and Placelessness, Pion Limited, London.
- Relph, E. (2007), Spirit of Place and Sense of Place in Virtual Realities, *Techne*, 10(3), 17-25.
- Richardson, Stephen A, Dobrenwend, Barbara Snell. Interviewing and Its Forms and Functions. Basic Books, INC Publisher, New York London.
- Shamai, S. (1991), Sense of place: an empirical measurement, *Israel, Geoforum*, Vol.22, pp: 347-358.
- Steele, F (1981), The Sense of Place, Boston, CBI Publishing Company.
- Turner, P., & Turner, S. (2006). Place, sense of place, and presence, *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 15 (2), 204-217.
- Twigger, Clare L. Uzzel, David L. (1996), Place and Identify Processes, *Journal of Environmental psychology*, No 16, Academid Press Ltd, University of Surrey, pp 205-220.
- کارشناسی ارشد شهرسازی، به راهنمایی مصطفی عباس زادگان، دانشگاه علم و صنعت ایران.
- فرید، یدالله. (۱۳۷۱). جغرافیا و شهر شناسی، انتشارات دانشگاه تبریز، دوم چاپ تبریز
- میرزایی، حسین. (۱۳۸۴). هویت شهری و عناصر ساختاری آن.
- <http://ugeography.persianblog.ir/post/84>
- یزدانی، محمود. (۱۳۸۶). هویت، شهر و جغرافیا، فصلنامه اندیشه جغرافیایی، شماره ۱.
- Bonaiuto, M. Fornara, F. and Bonnes, M (2002), Indexes of perceived residential environment quality and neighborhood attachment in urban environments: a confirmation study on the city of Rome, *Landscape and Urban Planning*, 988, 1-12.
- Carmona, M., Heath, T. Oc, T. and Tiesdell, S. (2003), *Public Places- Urban Spaces*, Architectural Press, Oxford.
- Carmona, M. Tiesdell, S. (2007), *Urban design reader*, Architectural Press, Oxford.
- Dougherty, Dana Lyn, (2006), "Embodinyng the city: Identity and use in urban public space", Virginia.
- Gospodini, Aspa (2002), *European cities and place-identity*, University of Thessaly, Dept. of Planning and Regional Development, Discussion Paper Series, 8 (2): 19-36, Greece.
- Kaltenborn, B.P. (1998), Effects of sense of place on responses to environmental impact: a case study among residents in an Arctic community, *Applied geography*, 169-89 18 (2).
- Lalli, M, (1988), "Urban Identity. In *Environment Social Psychology*", Dordrecht: Kluwer.
- Lansing, J. B., Marans, R.W. and Zehner, R. B. (1970), *Planned residential Environments*, Ann Arbor, University of Michigan, Survey Research Center.
- Mack, Natasha. Woodsong, Synthia. Macqueen, Kathleen. Guest, Greg. Namey, Emily (2005), *Qualitative Research Methods: A Data Collector FIELD GUID*, Published By family health international.
- Montgomery, J (1998), Making a city: Urbanity, vitality and urban design, *Urban Design*, no. 1, 93-115.
- Nasr, T. (2013), *Components of the Physical Identity of Iranian Cities*, (Ph.D) Theses in Urban Planning, Tehran: Islamic Azad University, Science and Research Branch.

یادداشت‌ها

¹ Ebenezer Howard

^۲ با توجه به اکتشافی بودن موضوع و محتوای این مطالعه، مدل ما تفسیری- کیفی و فاقد فرضیه هستیم.

^۳ جهت مطالعه بیشتر به مقاله روش شناسی طراحی و تدوین مدلی مطلوب در پژوهش‌های راهبردی نوشته ابراهیم حاجیانی فصلنامه راهبرد سال ۱۳۹۵ شماره ۷۸ مراجعه شود.