

بازشناسی عوامل اجتماعی موثر بر هویت‌مندی در محلات قدیمی
ایرانی (مطالعه موردی محله شنبدی بوشهر)



سیده میترا کاظمینی *

کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان

میترا غفوریان **

دکتری معماری، استادیار و عضو هیئت علمی دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه علم و صنعت ایران (نویسنده‌ی مسئول)

الهام حساری **

کارشناسی ارشد معماری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز

تاریخ دریافت مقاله: ۹۷/۱۱/۲۴ تاریخ پذیرش نهایی: ۹۹/۰۲/۰۲

چکیده:

محلات به عنوان مکان زندگی انسان، علاوه بر آنکه بر محیط تاثیرگذار هستند؛ بلکه باعث بهبود کیفیت زندگی اجتماعی و شکل‌گیری احساس هویت در ساکنان می‌گردند. امروزه به دنبال توسعه کالبدی شهرها و گسترده‌شدن ارتباطات انسانی در آن‌ها، توجه به محلات مسکونی به عنوان یکی از مسائل ضروری در ساماندهی شهرها بیش از پیش مورد توجه می‌باشد. یکی از راهکارهای اصلی در این مقوله ارزیابی میزان هویت‌مندی ساکنان در محلات مسکونی است که طیف گسترده‌ای از عوامل را در بر می‌گیرد. پژوهش حاضر با هدف بازشناسی عوامل اجتماعی مداخله‌گر بر احساس هویت‌مندی ساکنان در محلات مسکونی قدیمی ایرانی تدوین شده است. پژوهش حاضر با روش توصیفی-تحلیلی صورت پذیرفته است. بدین منظور با بهره‌گیری از مطالعات کتابخانه‌ای نخست عوامل تأثیرگذار استخراج شده‌اند. در گام بعدی متغیرهای موثر بر هویت‌مندی محلات از طریق پرسشنامه‌ای که توسط ۱۳۰ نفر از ساکنین محله شنبدی بوشهر با استفاده از فرمول کوکران و به روش تصادفی ساده انتخاب شده‌اند؛ تکمیل و مورد سنجش قرار گرفته است. در ادامه اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه‌ها با استفاده از روش‌های آماری تحلیل عاملی و آزمون همبستگی پیرسون تحلیل شده‌اند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که احساس تصویر ذهنی، آرامش و احساس تعلق خاطر دارای رابطه قوی و معنادار با هویت‌مندی ساکنان در محلات قدیمی ایرانی می‌باشند و همچنین احساس آرامش بالاترین همبستگی را با هویت‌مندی در این سکونت‌گاه دارا می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: هویت، عوامل اجتماعی، محلات قدیمی ایرانی، بوشهر.



۱. مقدمه

یکی از مسائلی که در شهرهای امروزی مورد توجه قرار گرفته، بحران هویت و پایین بودن سطح کیفی زندگی شهروندان است. این بحران هویت، یا به عبارتی دقیقتر بحران هویت مکان، ناشی از نبود مکان به معنای واقعی آن می‌باشد. مکانی که انسان را در ارتباط با لایه‌های دیگر وجود خویش قرار می‌دهد و این لایه‌ها به شناخت انسان از محیط پیرامون و خویشتن خود کمک می‌کنند. شناخت از محیط خویشتن باعث ایجاد معانی و تصاویر گوناگون از مکان‌های متفاوت در ذهن انسان می‌شود (معانی و تصاویر ذهنی که ناشی از ادراک و احساس است) که معانی و تصاویر ذهنی مذکور، به مکان هویت می‌دهند (کاشی و بنیادی ۱۳۹۳، ۴۴). طبق مطالعات و پژوهش‌هایی که از سوی رفتارشناسان محیطی و نظریه پردازان از اواخر دهه هفتاد میلادی صورت گرفته است؛ هویت مکان بر کیفیت رابطه انسان-مکان و شکل-گیری هویت مکانی و در پی آن هویت فرد موثر است. این امر لزوم بازنگری و توجه معماران، طراحان و برنامه‌ریزان شهری را به مفهوم مکان و عوامل دخیل در شکل‌گیری هویت آن افزایش می‌دهد. چرا که از این منظر شاید بتوان یکی از علل سرگردانی انسان امروز و بحران هویتی او را در غفلت و بی‌توجهی نسبت به هویت و شناخت‌شناسی فضاهای زیستی به عنوان ظرف زندگی او دانست (لویکا^۱ ۲۰۱۸، ۲۱۲). در پژوهش حاضر تلاش گردیده است که به یکی از مقولات هویت مکان یعنی هویت در محلات قدیمی ایرانی پرداخته شود. در گذشته هریک از محلات شهری بستری برای گردآمدن افراد با ویژگی‌های قومی، نژادی، مذهبی، اقتصادی، اجتماعی و... مشترک بوده‌اند؛ به دنبال تجمع بیشتر افراد با ویژگی‌های مشترک در یک محله، آن بخش از شهر دارای هویت خاص و شناخته شده‌ای می‌شد که سبب تمایز آن از دیگر بافت‌های اطراف می‌گردید. اما در چند دهه اخیر، با تغییرات وسیع در شیوه زندگی، ساختار محلات نیز در مسیر تحول، فرآیند رشد و شکل‌گیری نوین خود و به تبع تحولات و جریان‌های ناشی از اندیشه جهانی شدن پدیده‌ها، دستخوش تغییرات و دگرگونی‌های اساسی گردیده است (وحیدا و نگینی ۱۳۹۱، ۳۷). این سیر نادرست و

حرکت‌های معیوب آن چنان وضعی را بوجود آورده است که در بافت‌های جدید شهری، ویژگی‌های سنتی محله همچون تعلق خاطر، آرامش، تصویر ذهنی و... کمرنگ شده و یا از بین رفته و ارتباط میان انسان و محیط زندگی او را فاصله و شکاف بزرگی موجب گردیده است (غفوریان و حصارى ۲۰۱۶). حال محله شنیدی در بوشهر - که یکی از محلات کهن ایرانی و نمونه مورد مطالعه در این تحقیق می‌باشد - با گذشت زمان و عدم بروزرسانی دچار فرسودگی‌های مختلفی از قبیل فرسودگی کالبدی و همچنین کارکردی شده؛ همچنان توانسته است تا حدی هویت مکان خود را حفظ کند؛ اما این هویت روز به روز رو به افول می‌گذارد. از این رو، هدف پژوهش حاضر تبیین و بازشناسی عوامل اجتماعی مداخله‌گر بر هویت‌دهی به محلات ایرانی قدیمی است تا پس از درک ادبیات دانشی و وجوه مشترک دیدگاه‌های نظریه‌پردازان به شناخت این معیارهای اجتماعی پرداخته شود. سپس در جهت تائید فرضیه تحقیق، میزان تاثیرگذاری هریک از عوامل اجتماعی بر هویت‌مندی در محله شنیدی در استان بوشهر مورد آزمون و بررسی قرار گرفته است.

۲. ادبیات موضوع

۲-۱. هویت

مفهوم هویت در چند دهه گذشته، صاحب‌نظران عرصه‌های علوم انسانی از جمله روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی، مطالعات فرهنگی و هنر را به خود مشغول ساخته است (رستم‌پور و همکاران ۱۳۹۳، ۱۲). هویت در نظریه‌های جامعه‌شناسان، ساخته و پرداخته ظرف زمان و مکان است و در نظریه‌های روانشناسان اجتماعی، فرآیندهای روانی شخص نقش ضروری در ساخت و پرداخت هویت اجتماعی او ایفاء می‌کنند. در روانشناسی نیز داشتن شخصیت به مثابه داشتن احساس هویت در فرد تلقی می‌شود (بهزادفر ۱۳۹۷، ۱۲). استوارت هال در تعریف خود، هویت را یک روند در حال رشد می‌داند که شناسنامه و عامل شناخته شدن است. در واقع براساس این دیدگاه، هویت مربوط به افرادی است که مشابه هم فکر می‌کنند و از احساسات مشابه برخوردار هستند و همچنین عامل شناسایی فرد از افراد، شی از اشیا و گروه از سایر گروه‌ها به حساب می‌آید. چارلز جنکز معتقد





نزدیک‌ترین راه تشکیل جامعه را فراهم می‌آورده است، اهمیت خود را کم از دست داده است. نقشی که محله در این عصر بازی می‌کند؛ تغییر کرده و قضیه‌ای که یک مکان با هویت محله‌ای قوی و محکم باعث تضمین جامعه‌ای قوی می‌شود؛ مستلزم بازبینی مجدد شده است. هویت محله‌ای دیگر خیلی کمتر از آجرها و مصالح به کار رفته در ساختمان‌ها مشتق می‌شود (فوٹ^۶ ۲۰۱۴، ۸-۹).

۲-۳. هویت اجتماعی

هویت اجتماعی مقوله‌ای در چارچوب مفهوم هویت است و به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ویژگی‌ها، خصوصیات افراد و گروه‌های اجتماعی از جایگاه بااهمیتی برخوردار است. تاجفل^۷ در دهه ۱۹۸۰ نظریه هویت اجتماعی را مطرح کرده است. تاجفل و ترنر این بحث را پیش کشیدند که دسته‌بندی اجتماعی افراد در این پارادایم، حداقل هویتی اجتماعی برای آنان ایجاد می‌کند. به عبارت دیگر، آنان عضویت در دسته اجتماعی مشخص را به‌عنوان تعریف خود پذیرفتند. هویت اجتماعی به‌عنوان جنبه‌ای از خودانگاره شخصی مبنی بر عضویت مفهوم‌سازی شد؛ به این معنا که هویت اجتماعی تعریف شخص از خود است؛ براساس برخی از عضویت‌های گروه اجتماعی و با ملاحظات ارزشی و احساسی مقارن آن. بنا بر نظریه تاجفل، هویت اجتماعی به‌عنوان آگاهی فرد از تعلق به یک گروه اجتماعی معین و ارزش و اهمیت عاطفی این عضویت برای فرد مفهوم‌سازی شده است. در نتیجه، با تعلق افراد به گروه‌های متفاوت است که آن‌ها به هویت اجتماعی معرف وضعیت به‌خصوصشان در جامعه دست می‌یابند. اما تعلق به یک گروه معین، فقط در صورتی به مشارکت در یک هویت اجتماعی مثبت می‌انجامد که مشخصات آن گروه بتواند به‌طور جانب‌دارانه‌ای با دیگر گروه‌ها مقایسه شود. در این مقایسه، افراد به داوری به نفع خود گرایش دارند (تنهایی^۸، ۱۳۹۸، ۲۹). باقریان فر و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی هویت اجتماعی را این‌گونه بیان می‌کنند که هویت اجتماعی به‌طور طبیعی خلق نمی‌شود؛ بلکه با ساخت اجتماعی مرزها خلق می‌شود. مرزها، تمایز بین درون و برون، غریبه و آشنا، خویشاوند و غیرخویشاوند، دوست و دشمن، فرهنگ و طبیعت و تمدن و بربر را بنیان می‌نهند. هویت

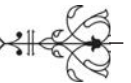
است «هویت طبقه‌بندی اشیا و افراد و مرتبط ساختن خود با چیزی یا کسی دیگر است». به بیانی دیگر، هویت محملی برای برقراری مشمولات می‌باشد و می‌توان از آن به‌عنوان لایه ورود پدیده‌ها به شامل شدن در یک اجتماع یاد کرد (بمانیان^۹، ۱۳۸۹، ۱۱۵).

در بیانی دیگر تطبیق محیط با تواناییهای احساسی، ذهنی و ساختار فرهنگی را هویت گویند. هویت تأثیر مثبتی بر اعتماد به نفس و توانایی‌های ساکنان آن دارد و ساکنان هر سکونتگاه را از غیر آن مشخص و متمایز می‌کند و محله با هویت به محله‌ای گویند که از سایر مکان‌ها و محله‌ها قابل تمایز می‌شود (کاشی و بنیادی^{۱۰}، ۱۳۹۳، ۴۵).

۲-۲. هویت مکان و محلات مسکونی

هویت مکان به‌عنوان یکی از راه‌های ارتباط بین انسان و مکان، بیشتر متوجه ارضای ذهنی و عاطفی بشر است تا نیازهایی که مستقیم با جسم او در ارتباط باشند (حبیبی و روحانی^{۱۱}، ۱۳۹۴، ۱۷). 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 در هم می‌آمیزد و نوعی سازندگی دوسویه پیدا می‌کند؛ توجه ویژه‌ای می‌کنند (سوانسون^{۱۲}، ۲۰۱۵، ۱۴۴). در واقع این رابطه، عمیق‌تر از صرف بودن و یا تجربه کردن آن مکان است. در این راستا سواپان^{۱۳} مطرح می‌کند که این تنها هویت یک مکان نیست که حائز اهمیت است؛ بلکه هویتی که یک فرد یا گروه با آن مکان دارد، نیز مهم است. به ویژه اینکه آیا افراد، مکان را به‌عنوان یک غریبه یا آشنا تجربه می‌کنند (سواپان و دیگران^{۱۴}، ۲۰۱۷). در تعریفی دیگر، پروشانسکی^{۱۵}، هویت مکان را براساس باورها، ترجیحات، احساس‌ها، ارزش‌ها، اهداف، تمایلات رفتاری و مهارت‌های فردی و در رابطه با مکان به صورت آگاهانه و ناآگاهانه تبیین می‌کند و معتقد است در عین آنکه وابسته به فرد، تجارب خاص و نحوه اجتماع‌پذیری اوست؛ انعکاس‌دهنده افراد و گروه‌هایی است که در آن مکان خاص زندگی می‌کنند (حصاری^{۱۶} و دیگران^{۱۷}، ۲۰۱۹، ۲۱). ولیکن، از زمان اختراع ابزار مدرن حمل و نقل و ارتباطات جهانی، روابط همسایگی (جدا از روابط خانوادگی و خویشاوندی) که مناسب‌ترین و





ریمون لودرو در بحث شخصیت شهر خود، نوعی تداوم تاریخی را می‌بیند که به محلات قدیمی نمایان است. قدیمی بودن به اعتقاد او نوعی احساس امنیت به شهروند می‌دهد که حاصل تداوم در زمان است. بر طبق مطالعات وی، قدمت تاریخی یک شهر یا محله در افراد ساکن در آن با خاطرات جمعی آن مکان پیوند زده و احساس هویت‌مندی بالاتری را القا می‌کند که این احساس هویت‌مندی همراه با حس تعلق خاطر و امنیت است (فکوهی ۱۳۹۸، ۲۱۵). در مطالعه ای دیگر توسط بارتون^۶ (۲۰۰۳)، نتایج حاکی از آن بود که هرچه یک محله از صفات طبیعی و جغرافیایی بهتری برخوردار باشد؛ احساس تعلق بیشتری را در ساکنان خود بوجود خواهد آورد. قدمت و سابقه تاریخی یک محله نیز در احساس غرور و افتخار آفرینی ساکنان آن موثر بوده است (بارتون ۲۰۰۳، ۶۱). لینچ (۱۳۹۸) نیز در کتاب تئوری شکل خوب شهر خصوصیات یک محله با هویت را، خیابان‌های آرام و ایمن و خدمات روزانه که به راحتی و سهولت در دسترس قرار گیرد؛ ذکر می‌کند. در واقع، اساس تفکر لینچ از ایده تصویر ذهنی آغاز می‌شود. لینچ اهمیت تصویر ذهنی را در شناسایی و احساس آرامش شهروندان می‌داند. وی عوامل سازنده تصویر ذهنی شهر را برای داشتن درکی خوانا و روشن از محیط را ۵ عامل می‌داند که از طریق آن یک تصویر کلی به منظور جهت‌یابی، شناخت و افزایش حس تعلق در ذهن خود ایجاد می‌کنند (لینچ ۱۳۹۸، ۲۹). در تعریفی دیگر، رلف تصویر ذهنی و خاطره‌های مردم را موثرترین عامل در هویت مکان می‌داند. وی مطرح کرده است «تا زمانی که معنای مکان‌ها در ساختار فیزیکی و فعالیت‌هایی که در آن رخ می‌دهد جستجو شود؛ چیزی یافت نمی‌شود؛ بلکه باید معنا را در تصویرهای ذهنی و تجربه‌های انسان‌ها از مکان جستجو کرد» (سادات حبیبی ۱۳۸۷، ۴۳). صادق^{۱۰} ۲۰۱۹ بیان می‌کند که برنامه‌ریزان شهری باید نسبت به این موضوع که سیمای یک محله به عنوان جایی که مردم در آن زندگی و کار می‌کنند به جذابیت شهر می‌انجامد؛ توجه کنند (صادق ۲۰۱۹، ۸). در پژوهشی دیگر پاکزاد (۱۳۹۸) مراد از هویت یک محله را انطباق عینیت مزبور با تصویر ذهنی آن و امتداد این انطباق در آینده دانسته است؛ چرا که هر فضا با

اجتماعی و آگاهی اجتماعی همانند بیشتر حوزه‌های حیات اجتماعی بر ساخته‌الگوهای نظم فرهنگی و اجتماعی و کدها و چارچوب‌های عام هستی‌شناختی‌اند که در چارچوب آنها پنداشت‌ها و تصورات رایج در باب نظم اجتماعی، حوزه‌های عمده تعامل اجتماعی، ساختار ترجیحات و مرزبندی‌های هویتی تعریف و تصریح می‌شوند. بر این اساس الگوهای نظم فرهنگی و اجتماعی در نهایت با فرایندهای منازعه و رقابت بر سر کنترل و تخصیص منابع و منازعه بر سر هژمونی گفتگمانی در ارتباط است (باقریان فر و همکاران ۱۳۹۷، ۸۱). برناردو^۸ (۲۰۱۶) در زمینه هویت مکان اظهار می‌دارد که ناحیه و مکان جغرافیایی که شهروندان در آن قرار دارند؛ تاثیر بسزایی بر طبقه‌بندی اجتماعی افراد دارد. مکان زندگی فرد بر روی تصویر ذهنی فرد از خود و اطرافیانش تاثیر می‌گذارد. مکان یک فرد می‌تواند بر روی احساسات، افکار و عمل شخص تاثیر بگذارد. محله مسکونی یک شخص می‌تواند جزئی از هویت آن شخص تلقی شود و این هویت از طریق مقایسه محله یک نفر با محلات مرتبط با آن شکل می‌گیرد (برناردو ۲۰۱۶، ۲۴۲).

در مجموع تعریف جامعی که می‌توان از شکل‌گیری هویت اجتماعی داشت این است که هویت اجتماعی افراد در جوامع سنتی بر اساس ویژگی‌های انتسابی آن‌ها تعیین می‌شود؛ اما در جوامع مدرن عمدتاً عوامل دیگری برای چگونگی شکل‌گیری هویت اجتماعی تشخیص داده شده است که شامل طبقه، قشر اجتماعی و سبک زندگی می‌شود. طبقه اجتماعی مفهومی است که جایگاه و موقعیت فرد را در نظام تولید نشان می‌دهد.

۴-۲. عوامل اجتماعی در محلات مسکونی

عوامل اجتماعی موثراتی هستند که در شکل‌گیری محله‌ها و وجود روح حیات در آنها - که لازمه پایایی آن می‌باشد - نقش عمده‌ای را ایفا می‌کنند. در بازشناسی معیارهای اجتماعی که به لحاظ هویتی به محلات مسکونی شکل می‌دهند؛ از دیدگاه‌های مطرح صاحب‌نظران علوم گوناگون در این زمینه استفاده شده است. در ادامه، با معرفی این دیدگاه‌ها و جمع‌بندی آنها در جدول ۲، چهار عامل اجتماعی موثر بر هویت محلات مسکونی معرفی شده‌اند.





اجتماعی که در هویت محلات موثر هستند؛ می‌توان به تفاوت‌هایی که در دیدگاه‌های اندیشمندان مختلف وجود دارد؛ پی برد که هر کدام از آنها بر ابعاد مختلفی از موضوع تاکید کرده‌اند. در جدول ۱ عوامل اجتماعی مطرح شده در پژوهش‌های گوناگون به عنوان معیارهای اصلی این تحقیق انتخاب و معرفی شده‌اند. بر این اساس داشتن احساس تعلق خاطر، امنیت و آرامش برای ساکنین محلات در تعریف هویت مکانی محلات اثرگذار است. همچنین تصویر ذهنی آنان از محیط زندگی شان عامل موثری بر این متغیر خواهد بود.

آنکه یک موجود مستقل خارجی است ولی در فرآیند ادراک تبدیل به یک پدیده ذهنی می‌شود. در واقع تشخیص هویت نوعی ارزش‌گذاری است که در ارتباط کامل با اندوخته‌های ذهنی فرد از تجربیات مستقیم گرفته تا فرهنگ و سنت او دارد. از این رو، اطمینان و تسلط ذهنی ناشی از این فرآیند باعث آسودگی خاطر و احساس تعلق می‌گردد (پاکزاد ۱۳۹۸، ۲۱). همچنین قاسمی (۱۳۹۷) توقعات موضوعی از مکان سکونت را برای هویت‌بخشی به محله مسکونی حس آسایش، آرامش، امنیت، دنجی بودن و حس تعلق به مکان برشمرده است (قاسمی ۱۳۹۷، ۲۴).
با بررسی نظریات و دیدگاه‌های مطرح شده در زمینه عوامل

جدول ۱. معیارهای موثر بر هویت محلات مسکونی (مأخذ: نگارندگان)

ردیف	معیارها	نظریه‌پرداز	تعریف
۱	تصویر ذهنی	لینچ (۱۳۹۸)، پاکزاد (۱۳۹۸)، سادکو (۲۰۱۹)	بازتاب محیط در ذهن فرد که ناشی از تجربه‌های شخصی و اجتماعی در برخورد با دیگران که پس از مدتی این تجارب و عینیت‌ها تبدیل به ذهنیت شده و به صورت قالب‌هایی در ذهن شکل می‌گیرند.
۲	تعلق خاطر	فکوهی (۱۳۹۸)، بارتین (۲۰۰۳)، پاکزاد (۱۳۹۸)، فوث (۲۰۰۴)، قاسمی (۱۳۹۷)	علاقه و احساسی که ساکنان یک محل نسبت به محل زندگیشان دارند و به اتفاقاتی که در آن می‌افتد؛ بی‌تفاوت نمی‌باشند.
۳	امنیت	قاسمی (۱۳۹۷)	احساسی که فرد خود را از صدمات فیزیکی، محیطی، جسمی و روانی در امان می‌بیند. همان طور که از تعریف مشخص می‌شود؛ امنیت احساسی است همه‌جانبه یعنی در همه ابعاد فیزیکی، اجتماعی، روانی و... و نه فقط جلوگیری از تظاهر عینی جرم و جنایت.
۴	آرامش	لینچ (۱۳۹۸)، قاسمی (۱۳۹۷)	احساسی که فرد جریان زندگیش را در مسیر پاسخگویی به نیازهای طبیعی و انسانی خود می‌بیند و در واقع جریان داشتن زندگی در یک روال عادی و طبیعی است.

۳. هدف و فرضیات تحقیق

با توجه به آنکه هدف پژوهش حاضر بازنمایی عوامل اجتماعی و مورد آزمون قرار دادن نقش آنها در روند هویت محلات مسکونی شهرهای قدیمی ایرانی است؛ بر این اساس فرضیات به قرار زیر می‌باشند:
- با ارتقای تصویر ذهنی در افراد می‌توان هویت اجتماعی را در محله شنیدی بوشهر ارتقا داد.
- معیار تعلق خاطر رابطه مستقیم و معناداری با هویت اجتماعی در محله شنیدی دارد.

- معیار امنیت بر ارتقای هویت اجتماعی در محله شنیدی تأثیرگذار است.
- ارتقای حس آرامش باعث تقویت هویت اجتماعی در محله شنیدی می‌شود.

۴. معرفی محدوده مورد مطالعه

شهر بوشهر به صورت شبه جزیره‌ای از سه طرف محصور در آب است که این موقعیت شرایط اقلیمی ویژه‌ای را موجب گشته و مسلماً تأثیرات فراوانی بر شکل‌گیری





شنبدی قرار گرفتن بازار در قسمتی از محدوده‌ی آن است. به همین جهت بسیاری از مهاجرین جذب بازار می‌شدند و یا کار تجاری یا اداری را پیشه‌ی خود می‌ساختند (غلامزاده ۱۳۹۲، ۷۱). تصویر یک موقعیت قرارگیری محله شنبدی را در میان محلات چهارگانه بافت بوشهر نشان می‌دهد.

بافت شهر داشته است. محله شنبدی با قرارگیری در بافت تاریخی بوشهر، یکی از قدیمی‌ترین محلات چهارگانه بافت تاریخی بوشهر می‌باشد که وجه تسمیه آن از نام شنبید جد بزرگ خاندان آل عصفور گرفته شده است که قبل از این خاندان در بوشهر اقامت گزیدند. یکی از ویژگی‌های محله



محله بهبهانی محله شنبدی
 محله دهشتی محله کوتی

تصویر ۱. محل قرارگیری محلات چهارگانه در بافت تاریخی (مأخذ: آرشیو میراث فرهنگی بوشهر ۱۳۹۴)

پیمایشی تحقیق حاضر از ابزار پرسشنامه استفاده شده است که هدف آن بازشناسی عوامل اجتماعی مورد بررسی در محلات قدیمی ایرانی و کشف میزان صحت و اولویت‌بندی آنها از دید ساکنان می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، شامل ساکنان محله شنبدی بوشهر که در حدود ۵۱۲۱ جمعیت

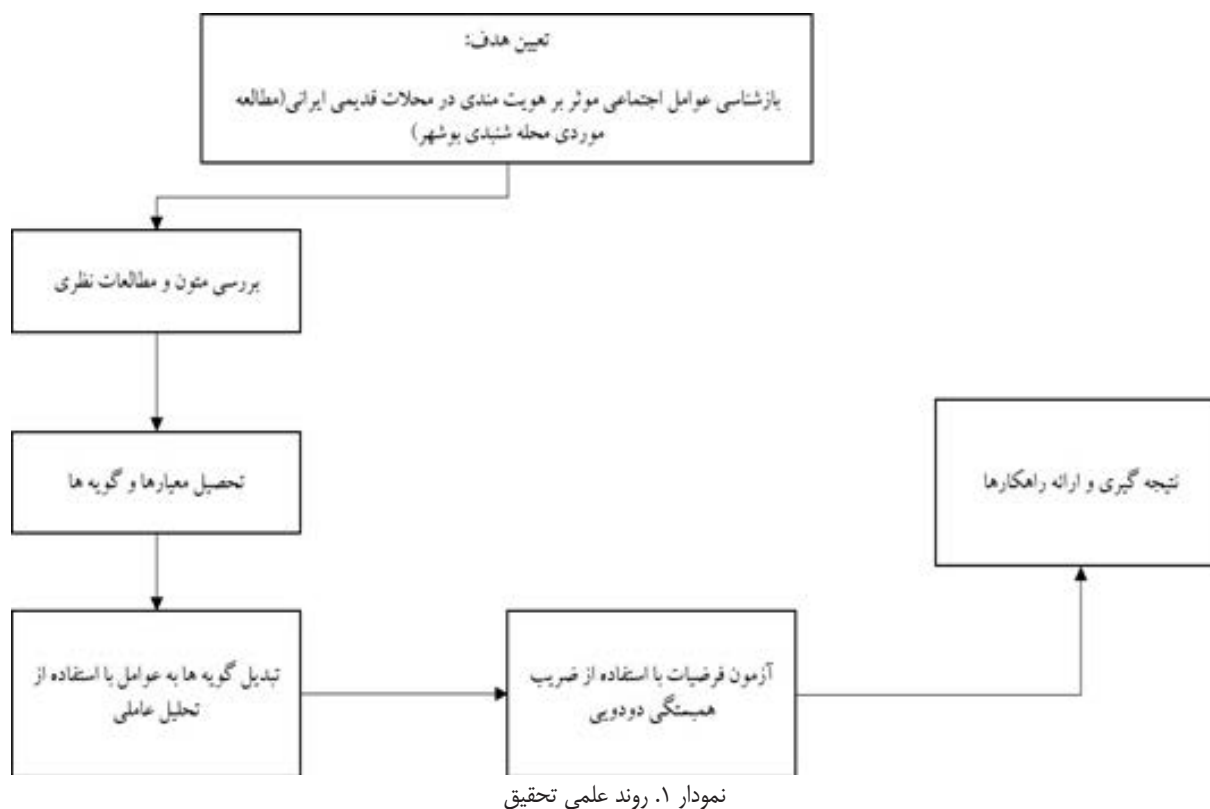
۵. روش تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی می‌باشد. از این رو، ابزار پژوهش در بخش نخست، مطالعه اسنادی مهم‌ترین منابع کتابخانه‌ای مانند کتب، مجلات، مطالعه اسناد و مدارک مکتوب می‌باشد. به علاوه در بخش



حذف گردید و به همین جهت حجم نمونه در گویه‌های مختلف با توجه به تعداد پاسخ‌ها متفاوت است. به منظور آزمون فرضیات ابتدا گویه‌ها با استفاده از تحلیل عاملی به عوامل مشخصی تبدیل شدند و در نهایت با استفاده از ضریب همبستگی دودویی فرضیات آزمون می‌شوند. نمودار ۱ روند تحقیق را نمایش می‌دهد.

دارد و بدین ترتیب نمونه موردی با ۱۳۰ پرسشنامه با استفاده از فرمول کوکران بدست می‌آید. روش نمونه‌گیری با توجه به پراکندگی بافت محله به صورت تصادفی ساده می‌باشد. پرسشنامه دارای ۲۰ گویه بوده و به صورت طیف لیکرتی ساخته می‌شود و آیتم‌ها از کاملاً موافقم به کاملاً مخالفم رتبه‌بندی شدند. با توجه به مخدوش بودن برخی از پرسشنامه‌ها، بعضی از آن‌ها در جهت پاسخ به گویه‌ها



جدول ۲. خصوصیات جمعیتی جامعه آماری (ماخذ: نگارندگان)

متغیر	سطح	تعداد	درصد (%)
جنسیت	مرد	۴۱	۴۰,۷۴%
	زن	۵۹	۵۹,۲۶%
وضعیت تاهل	مجرد	۳۲	۳۱,۸۵%
	متاهل	۶۸	۶۸,۱۵%
تحصیلات	دیپلم و کمتر	۴۳	۴۲,۹۶%
	تحصیلات دانشگاهی	۵۷	۵۷,۰۴%

۶. اطلاعات توصیفی تحقیق

خصوصیات دموگرافیک پاسخ‌دهندگان نشان می‌دهد که تعداد ۴۱ (۴۰,۷۴%) پرسشنامه توسط مردان و ۵۹ (۵۹,۲۶%) توسط بانوان پر شده است. از لحاظ سنی، بیشترین گروه سنی بین ۱۸-۲۵ و ۴۱-۶۰ سال بودند. پاسخ‌گویان شامل ۶۸ (۶۸,۱۵%) نفر متاهلین و ۳۲ (۳۱,۸۵%) نفر مالکین خانه بودند. با توجه به تعداد سال‌های سکون بیشترین تعداد پاسخ‌دهندگان بین ۱۱ تا ۲۰ (۳۶,۳۰%) سال در محله شنیدی اقامت دارند (جدول ۲).



جدول ۳. آزمون بارتلت (مأخذ: نگارندگان)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		۸۴۲.
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	۱۲۴۲,۴۷۵
	Df	۱۲۹
	Sig.	...

۲-۷. تجزیه و تحلیل یافته‌ها

به منظور تحلیل پرسشنامه‌ها، نخست از روش تحلیل عاملی استفاده شد. روش تحلیل عاملی شامل چهار مرحله است که به ترتیب محاسبات آن بر روی داده‌ها انجام می‌شود. مرحله اول شامل تعیین تعداد عامل‌ها است؛ پس از انتخاب روش تحلیل مولفه‌های اصلی، برگزیدن مقدار یک به عنوان مقدار ویژه، بررسی نمودار سنگریزه و در نهایت چرخاندن عامل‌ها به روش واریماکس می‌باشد (سبحانی فرد ۱۳۹۴، ۱۰۸). از میان ۲۰ متغیر این تحقیق، ۴ عامل استخراج شده است. جدول ۴ به نامگذاری هر عامل یا معیار پژوهش و تعداد سوالات آن پرداخته است. همچنین در جدول ۵ هر یک از زیرمعیارها به همراه بارهای عاملی آنها آمده است.

جدول ۴. معیارهای اجتماعی موثر بر هویت‌مندی (مأخذ: نگارندگان)

شماره معیار	عنوان معیار	شماره سوالات
اول	احساس تعلق خاطر	۱۱-۱۲-۱۳-۱۴-۱۵
دوم	تصویر ذهنی	۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰
سوم	احساس آرامش	۱۰-۹-۸-۷-۶-۵
چهارم	احساس امنیت	۴-۳-۲-۱

۱۹	سال ۷-۱۰	۱۹.26%	سابقه سکونت در محله
۳۶	سال ۱۱-۲۰	36.30%	
۳۴	سال ۲۱-۳۰	34.05%	
۱۱	بیش از ۳۱ سال	10.37%	
۲۸	سال ۱۸-۲۵	28.15%	سن
۳۴	سال ۲۶-۴۰	34.07%	
۲۸	سال ۴۱-۶۰	28.15%	
۱۰	بالای ۶۱ سال	9.63%	
۶۸	مالک	68.15%	وضعیت مالکیت
۳۲	مستاجر	31.85%	

۷. سنجش و بررسی

۷-۱. روایی و پایایی پرسشنامه

مفهوم اعتبار به این پرسش پاسخ می‌دهد که ابزار اندازه‌گیری تا چه حد خصیصه مورد نظر را می‌سنجد. به عبارتی دیگر آیا نتایج پژوهش پاسخگوی سوال‌های پژوهش است. روایی پرسشنامه با استفاده از نظر پنج تن از اساتید شهرسازی اثبات شد و به منظور بررسی پایایی تحقیق و برای اطمینان از مناسب بودن داده‌های پژوهش برای تحلیل عاملی، از آزمون بارتلت استفاده شد (جدول ۴). آزمون بارتلت این فرضیه را که ماتریس همبستگی‌های مشاهده شده متعلق به جامعه‌ای با متغیرهای ناپسته است؛ را می‌آزماید. برای آنکه یک مدل عاملی بتواند مفید و دارای معنا باشد؛ لازم است تا متغیرها همبسته باشند. همچنین آزمون بارتلت هنگامی معنادار است که احتمال وابسته به آن کمتر از ۰,۰۵ باشد (سبحانی فرد ۱۳۹۴). با توجه به جدول ۴ احتمال وابسته پژوهش حاضر صفر است. از سوی دیگر، KMO یکی از روش‌های مناسب برای تعیین و تشخیص مناسب بودن داده‌ها می‌باشد که مقدار آن همواره بین ۰ و ۱ می‌باشد. در صورتی که این مقدار کمتر از ۰,۵۰ باشد؛ داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهد بود و اگر مقدار آن بین ۰,۵۰ تا ۰,۶۹ درصد باشد؛ می‌توان با احتیاط بیشتری به تحلیل عاملی پرداخت اما در صورتی که این مقدار بیشتر از ۰,۷۰ درصد باشد، همبستگی موجود میان داده‌ها برای تحلیل مناسب خواهد بود (دواس ۱۳۹۴، ۲۵۶). با توجه به جدول ذیل این مقدار در این تحقیق ۰,۸۴۲ می‌باشد و چون این مقدار بزرگتر از ($>0,70$) بود، در نتیجه جواب تست صحیح است و همبستگی میان داده‌ها مناسب می‌باشد.



جدول ۵. زیرمعیارهای پژوهش به همراه بار عاملی (ماخذ: نگارندگان)

Component				زیرمعیارها
۴	۳	۲	۱	
۰,۷۳۱				۱. احساس امنیت والدین نسبت به حضور کودکان در فضا
۰,۷۵۹				۲. امن بودن طراحی مسیرها جهت عدم تداخل پیاده و سواره
۰,۶۹۱				۳. احساس امنیت افراد هنگام حضور در فضا
	۰,۴۲۳			۴. همکاری هم‌محلله‌ای‌ها در برقراری امنیت در شرایط اضطراری
	۰,۶۷۶			۵. عدم وجود سرو صدا و سلب آرامش ساکنان توسط کودکان
	۰,۷۱۷			۶. عدم وجود سرو صدا و سلب آرامش گروه همسایگی
	۰,۶۵۴			۷. وجود شرایط مناسب جهت پیاده‌روی، ورزش و صحبت کردن
	۰,۷۳۵			۸. وجود فضایی باز جهت آرامش خاطر و کاهش خستگی روزانه
	۰,۵۱۳			۹. آرامش به جهت عدم وجود ازدحام جمعیتی
	۰,۴۵۲			۱۰. وجود قلمروگرایی و حفظ حریم خصوصی در سطح مرکز محله
			۰,۸۵۵	۱۱. خاطره‌انگیز بودن زندگی در محله نشانه سابقه سکونت در فضا
			۰,۸۵۷	۱۲. احساس تعلق به مرکز محله و نگرش به ساکنان محل به عنوان گروه دوستان
			۰,۸۲۱	۱۳. علاقه به اماکن خاص (گذران اوقات فراغت در فضای محله)
			۰,۸۱۲	۱۴. وجود افراد مورد اعتماد در محله جهت صحبت و هم‌نشینی
			۰,۷۲۵	۱۵. اطمینان از وجود همیاری و کمک ساکنان در هنگام بروز مشکل
		۰,۶۱۳		۱۶. وجود نشانه و گره اجتماعی مختص کودکان (زمین خاکی موجود در محل جهت بازی)
		۰,۵۲۴		۱۷. تداعی معنا (وجود نشانه‌های قدمگاه، حمام‌ها و مساجد با قدمت بالا در سطح محله)
		۰,۷۸۸		۱۸. وجود گره (جاذب بودن مرکز محله و ساختمان‌های مجاور)
		۰,۶۶۱		۱۹. خاطره (وجود نشانه و گره اجتماعی مسجد ملک و حسینیه در مرکز محله)
		۰,۷۲۳		۲۰. تجربه حسی (تمایل به مکث در مجاورت درختان کهنسال، بناهای تاریخی محله)

باشد. به عبارتی دیگر این چهار عامل بر یکدیگر تاثیر مستقیم دارند؛ اما معیار احساس امنیت تنها با معیار احساس آرامش رابطه قوی دارد. همچنین این عامل، دارای رابطه متوسط با معیارهای تصویر ذهنی و هویت و رابطه مستقیم بسیار ضعیفی با حس تعلق دارد (جدول ۶).

در مرحله بعد، به بررسی و تحلیل دوبعدی معیارها با استفاده از آزمون پیرسون پرداخته می‌شود. هدف از این تحلیل، بررسی ارتباط هر یک از معیارها با معیار دیگر و یافتن ارتباط معنا دار میان معیارهای بدست آمده با هویت‌مندی می‌باشد. جدول ۶ تعیین‌کننده رابطه معیارها و میزان عددی تاثیر آنها بر یکدیگر است. همان طور که مشاهده می‌شود میان معیارهای احساس آرامش، احساس تعلق خاطر، تصویر ذهنی و هویت رابطه قوی برقرار می‌





جدول ۷. بررسی ضریب همبستگی معیار به صورت دو به دو (ماخذ: نگارندگان)

		امنیت	آرامش	حس تعلق خاطر	تصویر ذهنی	هویت
امنیت	F1 Pearson Correlation Sig (2-tailed) N	۱ ۱۱۶	**۰,۶۱۸ ۰,۰۰۰ ۱۰۶	**۰,۲۹۱ ۰,۰۰۲ ۱۱۱	**۰,۴۰۹ ۰,۰۰۰ ۱۱۰	**۰,۴۱۴ ۰,۰۰۰ ۱۱۶
آرامش	F2 Pearson Correlation Sig (2-tailed) N	**۰,۶۱۸ ۰,۰۰۰ ۱۰۶	۱ ۱۰۹	**۰,۵۰۰ ۰,۰۰۰ ۱۰۷	**۰,۶۹۴ ۰,۰۰۰ ۱۰۶	**۰,۵۸۲ ۰,۰۰۰ ۱۰۹
حس تعلق خاطر	F4 Pearson Correlation Sig (2-tailed) N	**۰,۲۹۱ ۰,۰۰۲ ۱۱۱	**۰,۵۰۰ ۰,۰۰۰ ۱۰۷	۱ ۱۱۵	**۰,۶۳۴ ۰,۰۰۰ ۱۱۱	**۰,۵۳۴ ۰,۰۰۰ ۱۱۵
تصویر ذهنی	F5 Pearson Correlation Sig (2-tailed) N	**۰,۴۰۹ ۰,۰۰۰ ۱۱۰	۰,۶۹۴** ۰,۰۰۰ ۱۰۶	۰,۶۳۴ ۰,۰۰۰ ۱۱۱	۱ ۱۱۴	**۰,۵۶۷ ۰,۰۰۰ ۱۱۴
هویت	F5 Pearson Correlation Sig (2-tailed) N	**۰,۴۱۴ ۰,۰۰۰ ۱۱۶	**۰,۵۸۲ ۰,۰۰۰ ۱۰۹	**۰,۵۳۴ ۰,۰۰۰ ۱۱۵	**۰,۵۶۷ ۰,۰۰۰ ۱۱۴	۱ ۱۲۰

این نتیجه رسید ارتقای حس آرامش باعث تقویت هویت اجتماعی در محله شنیدی می شود.

۸. بحث و نتیجه گیری

نتایج پژوهش نشان داد که سه عامل تعلق مکانی، آرامش، تصویر ذهنی در جامعه محلی بر هویت‌مندی ساکنان دارای رابطه معنادار و قوی می باشند. ولیکن عامل امنیت در جامعه محلی دارای رابطه متوسط با معیار هویت می باشد. احساس تعلق خاطر عاملی است که با ضریب ۰,۵۳۴، دارای همبستگی با عامل هویت می باشد. اغلب تعلق مکانی از سطح تجربه‌های حسی-شناختی و فردی می گذرد و با احساس مشترک جمعی در محدوده‌های فضایی وسیع تر گره می خورد. از جمله معیارهای فرعی که با احساس تعلق محله رابطه تنگاتنگی دارد و باعث تشخیص و تمایز یک محله از محله دیگری می شود؛ «سابقه سکونت» افراد است که بستگی کامل به عامل «قدمت محله» دارد. همانطور که نتایج نشان داد؛ حدود ۶۶ درصد افراد این محله را به دلیل سابقه سکونت در آن خاطره‌انگیز می دانند.

با توجه به جدول بالا آزمون فرضیات به شرح ذیل می باشد.
- با توجه به ضریب همبستگی پیرسون ۰,۵۶۷ و خطای صفر بین تو متغیر هویت اجتماعی و تصویر ذهنی می توان به این نتیجه رسید که با ارتقای تصویر ذهنی در افراد می توان هویت اجتماعی را در محله شنیدی بوشهر ارتقا داد.

- با توجه به ضریب همبستگی پیرسون ۰,۵۳۴ و خطای صفر بین تو متغیر هویت اجتماعی و حس تعلق خاطر می توان به این نتیجه رسید معیار حس تعلق خاطر رابطه مستقیم و معناداری با هویت اجتماعی در محله شنیدی دارد.

- با توجه به ضریب همبستگی پیرسون ۰,۴۱۴ و خطای صفر بین تو متغیر هویت اجتماعی و امنیت می توان به این نتیجه رسید معیار امنیت بر ارتقای هویت اجتماعی در محله شنیدی تأثیر گذار است.

- با توجه به ضریب همبستگی پیرسون ۰,۵۸۲ و خطای صفر بین تو متغیر هویت اجتماعی و آرامش می توان به





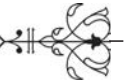
برای افراد «تداعی‌کننده معانی» گوناگون می‌باشد. فلذا می‌توان مطرح نمود که این عامل با تجربه حسی در مکان، شکل گرفتن خاطرات و معنی یافتن آنها با گذشت زمان و رجوع چندباره به مکان رخدادها پررنگ‌تر می‌شود که در نتیجه آن، هویت با خاطرات و تصویر ذهنی مردم پیوند می‌خورد. در محله شنبدی نیز به دلیل برگزاری مراسم روزهای خاص همچون اعیاد و ماه‌های عزاداری محرم و صفر در قلب مرکز محله، خاطرات حرکت دسته‌ها و مردم در شبکه‌های داخلی محله، صداها، نمایش‌ها و صرف غذاهای دسته‌جمعی در سطح محله و همچنین وجود کلیسای گریگوری، خانه‌های تاریخی و بازی‌های دسته‌جمعی ساکنین و... در جهت شک‌گیری خاطرات، حافظه جمعی، الگوهای رفتاری اهالی و در نتیجه پیوند عامل هویت با تصاویر ذهنی و خاطرات مردم موثر است. این عامل با توجه به نتایج آزمون پیرسون تاثیر مستقیم معناداری بر احساس تعلق ساکنان، ایجاد آرامش در فضا و همچنین هویت مندی هر چه بیشتر فضا دارد.

آرامش، عاملی است که با ضریب ۰٫۵۸۲، دارای قوی‌ترین رابطه همبستگی با عامل هویت می‌باشد. در واقع آرامش یکی از ارزش‌های کلان در سطح محله به حساب می‌آید که نقش موثری بر هویت محله مسکونی را با خود به همراه دارد. به نظر می‌رسد که یکی از کلیدی‌ترین واژه‌های ارزیابی این محله را می‌توان در آرامش نسبی آن جستجو کرد. آرامش در ساختار محله نشانه‌ای از برقراری جریان زندگی در یک روال عادی و طبیعی است. وجود قلمروگرایی در بافت و عدم ازدحام گروه‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین دلایل وجود آرامش در محله شنبدی است. در واقع وجود محوطه‌های باز در سطح مرکز محله و همچنین وجود کانون‌هایی مذهبی فضایی را برای مشورت ساکنین در جهت امور محله، عدم وجود ازدحام گروه‌های اجتماعی در سطح محله و تمایل به اقامت ساکنین و در ایجاد هویت‌مندی آنان بسیار موثر می‌باشد. همچنین آرامش برآیند مجموعه‌ای از عملکردها و رویدادها در زندگی روزمره در محله است. به عبارتی دیگر، آرامش در ساختار کالبدی یک محله به معنای سکوت و یا رفت و آمد کم

همچنین ۶۸ درصد از افراد نسبت به اماکن خاص در سطح محله علاقه‌مندی نشان می‌دهند. توجه به تنوع فعالیت‌های فرهنگی و مذهبی نیز می‌تواند به عنوان عاملی برای علاقه‌مندی ساکنان به محله و ایجاد احساس تعلق مکانی به این محله موثر باشد. تائید فرضیه فوق موید نظریه بارتون ۱۱ (۲۰۰۳) است که «قدمت و سابقه تاریخی یک محله را در ایجاد حس غرور و افتخارآفرینی ساکنان و در نتیجه در پیوند اهالی یک محله موثر دانسته است». از سوی دیگر، «علاقه به محل زندگی» نیز باعث تشدید احساس تعلق به محله می‌شود. زیرا انسان نمی‌تواند به جایی تعلق داشته باشد که آنجا را دوست نداشته باشد. همچنین می‌توان گفت که ۷۵ درصد از پاسخ‌دهندگان از مشارکت در بهبود کیفیت زیستی اطمینان حاصل کردند و همنشینی و ارتباطی که میان افراد محل وجود دارد؛ به همراه ایجاد کاربری‌های خاص در سطح محله و انجام فعالیت‌های اجتماعی در مساجد و حسینیه محله زمینه احساس تعلق در این محله را نسبت به بسیاری از محلات دیگر شهر بالا نگه داشته است. نتیجه یافته تاثیر تعلق خاطر به مکان بر هویت‌مندی با نتایج یافته‌های قبلی در سایر گروه‌های مطالعاتی همچون وحیدا و نگینی (۱۳۹۱)، سزایی و همکاران (۱۳۹۴) و مشکینی و زیاری (۱۳۹۴) و غفوریان و حصار (۲۰۱۸) همخوانی دارد. از سوی دیگر، با توجه به آزمون پیرسون مشاهده شد که احساس تعلق خاطر با ضریب همبستگی ۰٫۶۳۴ با معیار تصویر ذهنی نیز رابطه مستقیم و قوی دارد؛ به این مفهوم که وجود نشانه‌ها و گره‌های اجتماعی که خود موجب تنوع فعالیت‌های فرهنگی و مذهبی گشته‌اند؛ توانسته تاثیر زیادی بر احساس تعلق ساکنین در این فضا داشته است.

دومین عامل اجتماعی که دارای همبستگی با هویت می‌باشد؛ تصویر ذهنی با ضریب ۰٫۵۶۷ شناخته شد. در واقع تصویر ذهنی، بازتاب محیط در ذهن فرد می‌باشد که ناشی از تجربه‌های شخصی و اجتماعی در برخورد با دیگران است که به صورت قالب‌هایی در ذهن شکل می‌گیرند. این طرحواره‌ها تحت تاثیر نظام انقذاتی که از گذشته تاکنون در ذهن فرد در مورد واقعیتی شکل گرفته





در برقراری امنیت در شرایط اضطراری، آرامش در فضای محله را بدنبال دارد و به این ترتیب می‌تواند به‌عنوان معیاری شناخته شده که تاثیری مستقیم هر چند متوسط بر هویت‌مندی محلات بگذارد.

از این رو، با توجه به موارد مطروحه می‌توان عنوان کرد؛ توجه به شکل‌گیری یک محیط اجتماعی مطلوب و آرام و وجود یک بستر برای برقراری ارتباطات و شکل‌گیری خاطرات در سطح محله می‌تواند در شکل‌گیری هویت در میان ساکنان موثر باشد. همچنین شناخت و تصویر ذهنی مردم از محدوده محله، نقاط کلیدی و نشانه‌های مهم مذهبی، تاریخی و فرهنگی آن مشخص می‌کند. هنگامی که مردم محدوده محله خودشان را خوب بشناسند؛ آنها مرزهایی را برای محله در نظر می‌گیرند که به تجربه و در ذهن خود ساخته‌اند و در محدوده آن زندگی می‌کنند.

ساکنین نیست؛ بلکه توجه به «عدم وجود سروصداها و مزاحم» ناشی از صدای افراد و کودکان، همسایگان و ساخت‌وسازهای غیرمتعارف در سطح محله و عواملی از این قبیل نیز قابل تعریف می‌باشد.

تاثیر عامل امنیت در جامعه محلی بر هویت‌مندی ساکنان نیز به‌عنوان فرضیه تحقیق در نظر گرفته شده بود. ولیکن، یافته‌های پژوهش حاضر رابطه معنادار و وجود همبستگی بین امنیت و هویت‌مندی را به میزان متوسط با ضریب همبستگی ۰,۴۱۴ تأیید نمود. این درحالی است که در بسیاری از پژوهش‌ها نظیر وحیدا و نگینی (۱۳۹۱) و سرابی و همکاران (۱۳۹۴) وجود رابطه قوی بین این دو عامل تأیید شده است. همچنین نتایج نشان داد که معیار امنیت دارای همبستگی قوی (۰,۶۱۸) با عامل آرامش می‌باشد. با توجه به این نتایج می‌توان مطرح نمود که همواره احساس امنیت ساکنان محله و همچنین همکاری هم‌محله‌ای‌ها

پی‌نوشت

۱. Lewicka
۲. Swanson
۳. Swapan
۴. Proshansky
۵. Hesari
۶. Foth
۷. Tajfal
۸. Bernardo
۹. Barton
۱۰. Sadeque
۱۱. Barton

منابع

۱. آرشیو اداره میراث فرهنگی و گردشگری استان بوشهر. ۱۳۹۴. بوشهر: اداره صنایع دستی و گردشگری استان بوشهر.
۲. باقریان‌فر، مصطفی، علی سیادت، و یعقوب لهرابی. ۱۳۹۷. تبیین مولفه‌های هویت اجتماعی دانشجویان بر اساس استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی (مورد مطالعه دانشجویان کارشناسی دانشگاه اصفهان). *جامع‌شناسی کاربردی* ۲۹ (۴): ۷۹-۹۸.
۳. بمانیان، محمدرضا، محمد جواد مهدوی‌نژاد، و ندا خاکسار. ۱۳۸۹. هویت معماری؛ تبیین معنای هویت در دوره‌های پیشامدرن، مدرن و فرامدرن. *هویت شهر* ۴ (۷): ۱۱۳-۱۲۲.
۴. بهزادفر، مصطفی. ۱۳۹۷. نگاهی به هویت شهر تهران. تهران: شهر.
۵. پاکزاد، جهان‌شاه. ۱۳۹۸. *میانی نظری و فرایند طراحی شهری*. تهران: شهیدی.
۶. تنهایی، احمد. ۱۳۹۸. *نظریه‌های جامعه‌شناسی*. تهران: قلم.

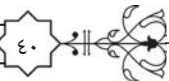


۷. حبیبی، کیومرث، و الهام روحانی چولانی. ۱۳۹۴. ارزیابی کیفی تغییر عناصر شهرکهن ایرانی به شهر مدرن در جهت احیای مکان‌های شهری با هویت ایرانی-اسلامی. *مطالعات شهر ایرانی اسلامی ۶* (۲۱): ۵-۱۸.
۸. دواس، دی. ای. ۱۳۹۴. پیمایش در تحقیقات اجتماعی. ترجمه‌ی هوشنگ نایی. تهران: نی.
۹. رستم‌پور، کاوه، غزال مسافزاده، و حسن نظیف. ۱۳۹۳. تحول هویت اجتماعی، پیامد معماری و شهرسازی نوگرا در شهرهای نفتی خوزستان. *باغ نظر ۱۱* (۲۹): ۱۱-۲۲.
۱۰. حبیبی، رعنا سادات. ۱۳۸۷. تصویرهای ذهنی و مفهوم مکان. *هنرهای زیبا (۳۵)*: ۳۹-۵۰.
۱۱. سبحانی‌فرد، یاسر. ۱۳۹۴. تحلیل آماری پیشرفته با SPSS و Amos. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق.
۱۲. سرایی، محمدحسین، مجتبی روستا، و امیر اشنویی. ۱۳۹۴. ارزیابی هویت محله‌ای در شهر جهرم. *پژوهش‌های جغرافیای برنامه‌ریزی شهری (۱)*: ۶۹-۸۴.
۱۳. غفوریان، میترا، و الهام حصار. ۱۳۹۵. بررسی عوامل و متغیرهای زمینه‌ای موثر بر رضایتمندی ساکنین از محیط مسکونی. *مطالعات شهری (۱۸)*: ۹۱-۱۰۰.
۱۴. غلامزاده، فراز. ۱۳۹۲. معماری بو شهر در دوره زند و قاجار. تهران: آبادبوم.
۱۵. فکوهی، ناصر. ۱۳۹۸. *انسان شناسی شهری*. تهران: نی.
۱۶. قاسمی، مروارید. ۱۳۹۷. *اهل کجا هستیم؟ (هویت‌بخشی به بافت‌های مسکونی)*. تهران: روزبه.
۱۷. کاشی، حسین، و ناصر بنیادی. ۱۳۹۳. تبیین مدل هویت مکان-حس مکان و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن (نمونه موردی: پیاده‌راه شهر ری). *هنرهای زیبا ۱۸* (۳): ۴۳-۵۲.
۱۸. لینچ، کوین. ۱۳۹۸. *تئوری شکل شهر*. ترجمه‌ی سید حسین بحرینی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۹. مشکینی، ابولفضل، زبیری، کرامت‌اله. ۱۳۹۴. *ارزیابی هویت اجتماعی در محله‌های شهری (مطالعه موردی: محله اوین شهر تهران)* ۴۷ (۴): ۵۸۹-۶۰۷.
۲۰. وحید، فریدون. و سمیه نگینی. ۱۳۹۱. ساخت و اعتباریابی مقیاس هویت محله‌ای. *مطالعات شهری (۲)*: ۳۵-۵۸.

References

1. Archive of Bushehr Cultural Heritage and Tourism Department. 2015. Bushehr: Bushehr Handicrafts and Tourism Department.
2. Bagherian Far, Mostafa, Ali Siadat, and Yaghoub Lohrabi. 2017. Explaining Students Social Identity Indices Based on Using Mobile Messenger Apps (Case Study: Isfahan Undergraduate Students). *Applied Sociology 29* (4): 79-98.
3. Barton, Hugh. 2003. *Shaping Neighborhoods*. New York: Spon Press.
4. Behzadfar, Mostafa. 2018. *A Glance at the Identity of Tehran*. Tehran: Shahr.
5. Bemanian, Muhammadreza, Mohammad Javad Mahdavejad, and Neda Khaksar. 2010. Architecture and Identity-Explanation of the Meaning of Identity in Pre-Modern, Modern and Post-Modern Eras. *Hoviatshahr (7)*: 113-122.
6. Dowas, D. E. 2015. *Survey in Social Research*. Translated by Hooshang Naebi. Tehran: Ney.
7. F. Bernardo, J.-M. Palma-Oliveira. 2016. *Journal of Environmental Psychology (45)*: 239-251.
8. Fakoohi, Naser. 2019. *Urban Anthropology*. Tehran: Ney.
9. Foth, Marcus. 2014. *Designing Networks for Sustainable Neighborhoods (A Case Study of a Student Apartment Complex)*. <http://eprints.Qup.edu.ac/archive/foth.pdf>: pp.8-9.
10. Ghafourian, Mitra, and Elham Hesari. 2016. Studying the background Variables and Factors Affecting the Satisfaction of the Residents in the Residential Environment. *Urban Studies (18)*: 91-100.
11. Ghafourian, M., and E. Hesari. 2018. Evaluating the Model of Causal Relations Between Sense of Place and Residential Satisfaction in Iranian Public Housing (The Case of Mehr Housing in Pardis, Tehran). *Social Indicators Research 139* (2): 695-721.
12. Ghasemi, Morvarid. 2018. *Where am I from (Identification of Residential Tissues)*. Tehran: Roozbeh.
13. Gholamzade, Faraz. 2013. *Bushehr Architecture in the Zand and Qajar Eras*. Tehran: Abadboom.
14. Habibi, Kiumars, and Elham Ruhani Chulaee. 2015. Qualitative Evaluation of the Change of Elements of the Iranian Urban City to The Modern City in Order to Revive Urban Places with Iranian-Islamic Identity. *Studies On Iranian Islamic City 6* (21): 5-18.
15. Habibi, Rana Sadat. 2008. Images and The Meaning of Place. *Honar-ha-ye-Ziba (35)*: 39-50.
16. Hesari, E., M. Peysokhan, A. Havashemi, D. Gheibi, M. Ghafourian, F. Bayat. 2019. Analyzing the Dimensionality of Place Attachment and Its Relationship with Residential Satisfaction in New Cities: The Case of Sadra. Iran. *Social Indicators*





Research 142 (3): 1031- 1053.

17. Lewicka, M. 2018. Place Attachment, Place Identity, and Place Memory: Restoring the Forgotten City Past. *Environmental Psychology* (28): 209- 231.

18. Pakzad, Jahanshah. 2019. *Theoretical Foundations and Process of Urban Design*. Tehran: Shahidi.

19. Proshansky, Harold M. 1978. The City and Self Identity. *Environment and Behavior* 10(2): 147-169.

20. Rostampour, Kaveh, Mosaferzadeh Ghazal, and Hassan Nazif. 2014. Transformation in Social Identity, the Outcome of Modern Architecture and Urbanism in Khuzestan Oil Towns. *Bagh-e Nazar II* (29): 11- 22.

21. Saalem Sadeque, et al. 2019. *Journal of Business Research*. [https://doi.org/10.1016/j.jbusres: 1-11](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.11)

22. Sobhani Fard, Yaser. 2015. *Advanced statistical analysis with SPSS and Amos*. Tehran: Imam Sadiq University Press.

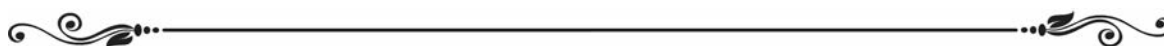
23. Saraei, Mohammad Hossein, Mojtaba Rusta, and Amir Oshnooi. 2015. Evaluation of Community Identity in Jahrom City. *Geographical Urban Planning Research* (1): 69- 84.

24. Swanson, K. 2015. Place Brand Love and Marketing to Place Consumers as Tourists. *Journal of Place Management and Development* 8(2), 142–146.

25. Swapan, M. S. H., A. U. Zaman, T. Ahsan, and F. Ahmed. 2017. Transforming Urban Dichotomies and Challenges of South Asian Megacities: Rethinking Sustainable Growth of Dhaka, Bangladesh. *Urban Science* 1(4): 1–31.

26. Tajfal, Henry. 1981. *Human Groups and Social Categories*. Cambridge: Cambridge University Press.

27. Tanhaee, Ahmad. 2019. *Sociological Theories*. Tehran: Ghalam.





Recognizing Social Variables affecting on the sense of identity in the neighborhoods of Iranian- Islamic Cities- Case Study: Shanbedi Neighborhood, Bushehr

Seyedeh Mitra Kazemini*

Master of Urban Design, Islamic Azad University of Zanjan Branch.

Mitra Ghafourian **

Associate professor in urban design. Iran science and technology university(IUST)

Elham Hesari ***

Associate professor in urban design. Iran science and technology university(IUST)

Received: 09/06/2020

Accepted: 22/06/2020

Abstract

Identity has become one of the most fundamental and important issues in various aspects of people's lives in today society, especially in countries like Iran. It seems that people living in the modern society have multiple identities that should be well recognized. Identity of a place is one of the aspects understood as a way of communication between people and places through culture, history, collective memory, the type and nature of technology, performances, signs, forms and symbols of the city and visual and physical features. In this study, one of the categories of place identity, identity in the neighborhoods of Iranian cities, was investigated. Existence of neighborhoods in the structure of historical cities in Iran, as a key element of the body of the city, balanced social life in cities. Neighborhoods as places of human life not only could affect the environment, but also improved the quality of social life. Hence, the aim of this study is to recognize the social variables affecting the identity of the neighborhoods in Islamic-Iranian's cities.

In this study, both qualitative and quantitative methods were used. In order to do so, first, the concept of identity was investigated through studying experts' ideas and social variables affecting identity were extracted. Then, the variables identified by questionnaires through random sampling among 100 residents of Shanbedi neighborhood in Bushehr were evaluated and reviewed. The results of the evaluation and analysis via factor analysis and Pearson correlation indicated that there is a strong, significant and meaningful relationship between the variables including sense of belonging, peace and image of identity. It was also found that factors affecting the

* mitra9121@gmail.com

** ghafourian_m@iust.ac.ir



idea of neighborhood and peace had the strongest correlation with identity. Furthermore, the criterion of security is a variable which had a moderate to significant correlation with identity.

Keywords: Identity, Social Variables, Historic Iranian Neighborhoods, Bushehr.

