



ارزیابی شاخص‌های تعلق مکانی ساکنان بافت قدیم شهر کاشان

محمدحسین سرایی: دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه یزد، یزد، ایران

امیر اشنویی*: دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه تهران، تهران، ایران

مجتبی روستا: دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه سیستان و بلوچستان، سیستان و بلوچستان، ایران

وصول: ۱۳۹۳/۸/۳ پذیرش: ۱۳۹۵/۴/۳۰، صص ۳۴-۱۷

چکیده

دلبستگی به مکان و احساس تعلق به آن، این انگیزه را در فرد ایجاد می‌کند که به احیا و نوسازی همه‌جانبه محیط‌های خانگی و محلی بپردازد و اجرای برنامه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی را در اجتماع محلی با توفیق چشمگیر همراه کند و کیفیت زندگی را بهبود بخشد. هدف اصلی این مقاله، سنجش عوامل مؤثر در احساس تعلق خاطر ساکنان بافت قدیم شهر کاشان است. روش پژوهش به کار رفته در این پژوهش، توصیفی-تحلیلی و پیمایشی با ابزار پرسشنامه خودساخته است. جمعیت بافت قدیم شهر کاشان، ۴۴۵۴۸ نفر بوده است و حجم نمونه بر طبق فرمول نمونه‌گیری کوکران، ۳۸۴ نفر محاسبه شد. برای تحلیل پرسشنامه‌ها از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های آماری تی و پیرسون استفاده شده است. نتایج به دست آمده، بیانگر آن است که بافت قدیم شهر کاشان در حال حاضر بیانگر هویتی نیست که از ابتدا برای آن تعریف شده و تصویر ذهنی و سیمایی که از این بافت در ذهن ساکنان این بافت‌ها نقش بسته است، به دلیل وضعیت نابسامان و برنامه‌ریزی نشده، بسیار آشفته است و خوانایی، ابعاد زیباشناختی، بافت، مقیاس، شکل بافت، ردیف پنجره‌ها، مصالح و غیره که از مشخصه‌های اصلی سازنده هویت است، در این بافت رعایت نشده است. بافت نه در عمل و نه در ذهن افراد، هویت شایسته‌ای ندارد و نتوانسته است حس تعلق خاطر و این‌همانی را با افراد برقرار کند.

واژه‌های کلیدی: تعلق مکانی، هویت، بافت قدیم، شهر کاشان

۱- مقدمه

۱-۱- بیان مسأله

امروزه، گسترش شهرنشینی و مشکلات خاص آن بیش از پیش توجه به راهبردها و چاره‌اندیشی‌های سودمند برای بهینه‌سازی زندگی شهروندان را ضروری ساخته است (ضرابی و قنبری، ۱۳۸۹: ۱). هدف اصلی برنامه‌ریزی شهری، ایجاد شهرهایی است که مکان مطلوب را برای زندگی مردم فراهم کنند (وارثی و قنبری، ۱۳۹۱: ۱۴۰). حس مکان از جمله مفاهیمی است که شناخت بیشتر آن به پژوهشگران و برنامه‌ریزان در زمینه‌های گوناگون یاری می‌رساند و در نهایت منجر به توسعه محیط می‌شود. حس مکان، به این معناست که استفاده‌کنندگان، ویژگی‌های معنایی محیط و شخصیت مکان را از محیط دریافت کنند. حسی که به وسیله ادراک ذهنی مردم از محیط دریافت احساسات آگاهانه یا ناآگاهانه آنها از محیط دریافت می‌شود و استفاده‌کننده را در ارتباطی تنگاتنگ با محیط قرار می‌دهد. حس مکان موجب ایجاد حس رضایتمندی در استفاده‌کننده می‌شود و با یادآوری فرهنگ یا تاریخ یک اجتماع و یا تجارب ذهنی گذشته فرد، بر مفهوم هویت تأکید می‌کند و کیفیت فضای ساخته‌شده را برای مخاطب ارتقا می‌بخشد. ویژگی‌های کالبدی محیط که شامل تعاملات اجتماعی و همچنین معانی هویتی و ذهنیت است، بر القای حس مکان تأثیرگذار است (رضویان و دیگران، ۱۳۹۳: ۸۸ به نقل از فلاحت و نوحی، ۱۳۹۰: ۳۲۰). تا پیش از دهه ۷۰ میلادی در مطالعات انجام‌شده در زمینه انسان و مکان، به دل‌بستگی به مکان، توجه نشده بود. در ۲۵ سال گذشته، عواملی مانند فضای شخصی، قلمروپایی، تراکم، معنای مکان و موضوعات مرتبط،

موضوع پژوهش در ارتباط با انسان و مکان بودند. اما افزایش رو به تزاید توجه تأثیر فرهنگ بر ترجیحات مکان، جابه‌جایی جمعیت در شهرها و لزوم تطابق با محیط جدید، علاقه روزافزون به نتایج اجتماعی مکان همانند طراحی برای سالخوردگان، کودکان، افراد بی‌خانمان و گروه‌های اجتماعی مختلف سبب شد تا احساس انسان در رابطه با مکان، محور بسیاری از پژوهش‌ها شود. اکنون مطالعات فراوانی در زمینه دل‌بستگی به مکان شکل گرفته است و مقیاس‌های مختلفی همچون خانه، محله، شهر و کشور و مکان‌های متفاوتی مانند محل کار، فضاهای آموزشی، فضاهای عمومی و تفریحی در این رابطه مطالعه شده‌اند (دانشپور و دیگران، ۱۳۸۸: ۳۸). مطالعات در زمینه دل‌بستگی برای نخستین بار، در ارتباط بین کادر درمان و کودک و اینکه چگونه کودکان در فرایند درمان، اعتماد خود را به کادر درمان توسعه می‌دهند، بررسی شد (Goldberg, 2000, Marris, 1996). دل‌بستگی به مکان یک بعد از کلیت حس مکان و وابستگی عاطفی مثبت است که بین فرد و مکان توسعه می‌یابد (Stedman, 2003: 674). این واژه مبین احساسات فرد نسبت به موقعیت جغرافیایی است که به‌طور حسی فرد را به آن مکان گره می‌زند؛ در واقع، یک تجربه مثبت از مکان (Rubinstein & Parmelee, 1992: 139) و نتیجه اعتقادات و احساسات مثبتی است که فرد در فرایند تعامل با مکان و معنابخشیدن به آن خلق می‌کند (Milligan, 1998: 1). در فرایند دل‌بستگی به مکان است که فضا برای فرد مبدل به مکان می‌شود؛ زیرا یک گروه یا یک فرد در برقراری ارتباط با مکان به آن معنا می‌بخشد (Rubinstein & Parmelee, 1992: 139) و در این

قدیم تبدیل به مناطق شهری با کیفیت پایین و مکانی برای سکونت افراد غیر بومی شوند که نتیجه آن مهاجرت آرام ساکنان اصلی است و کسانی که به این بافت‌ها تعلق خاطر دارند. بر همین اساس، این پژوهش می‌کوشد به سنجش عوامل مؤثر در احساس تعلق خاطر ساکنان بافت قدیم شهر کاشان بپردازد.

بنابراین پرسش‌های پژوهش بدین صورت است که تعلق مکانی ساکنان بافت قدیم شهر کاشان نسبت به محیط خود چگونه است؟ وضعیت شاخص‌های تعلق مکانی در بین ساکنان بافت قدیم تا چه حد متفاوت است؟ بدین منظور فرضیه‌های زیر بررسی می‌شود:

- بین میزان احساس تعلق به محله و میزان رضایت از امکانات رابطه وجود دارد.

- بین میزان احساس تعلق به محله و میزان تمایل به نوسازی و بهسازی رابطه وجود دارد.

- بین ویژگی‌های محیطی، ویژگی‌های اجتماعی و میزان تعلق خاطر به محله رابطه وجود دارد.

۱-۲- پیشینه پژوهش

اسماعیل سورینا آیدا و همکاران (۲۰۰۸) در مقاله‌ای با عنوان «ارزیابی از احساس هویت ساکنان در شهر جدید پوتراجایا (مالزی)» به دنبال کشف ارتباط بین عناصر و ویژگی‌های ساخته شده شهر جدید با هویت ساکنان آن بوده‌اند. ایشان با این اعتقاد که شهرهای جدید باید ترسیم‌کننده هویت متمایز خود، از طریق طراحی عناصر فیزیکی شان باشند، در نهایت به این نتیجه می‌رسند که حتی با طراحی منحصر به فردی که عناصر شهری (مثل خیابان‌ها، مساجد، مکان‌های عمومی و ...) پوتراجایا دارد، نتوانسته حس هویت را در ساکنان خود برانگیزد و این شهر با بحران هویتی روبه‌روست که ناشی از این موضوع است که ساکنان

فرایند، افراد ارتباط خود با سایر افراد و مکان را توسعه می‌دهند. علاوه بر این، بین میزان دلبستگی فرد به مکان و توجه او به آن، ارتباطی مستقیم وجود دارد؛ به این معنا که با افزایش دلبستگی فرد به یک مکان، میزان توجه و مراقبت فرد از آن نیز افزایش می‌یابد (Mesch & Manor, 1998: 509).

بیشتر شهرهای قدیمی ایران در بافت‌های قدیم خود دچار مشکلات فراوانی هستند که این مشکلات موجب عقب ماندگی این گونه بافت‌ها شده است. تغییرات سریع عصر اخیر در عناصر زندگی شهری و دگرگونی‌های گسترده در شیوه زندگی مردم، همراه با بی‌تجربگی جمعی در مراقبت از بافت‌های قدیمی و به روز داشتن آنها متناسب با نیازهای زندگی، موجب بروز ضعف‌ها و نارسایی‌هایی در موجودیت فیزیکی این بافت‌ها برای پاسخگویی به نیازهای زمان حاضر، و رکود یا تخلیه تدریجی آنها، همراه با فرسایش کالبدی و لطمات ساختمانی می‌شود. در این میان، مداخلات گاه و بیگاه مدیران شهری نیز بعضاً به تشدید و تعمیق شکل منجر شده است. از طرفی بافت‌های جدید شهری به تدریج و با گذشت زمان، نیازهای خود را از بافت‌های قدیمی جدا می‌کند و بافت‌های قدیمی به تدریج و ناخواسته تبدیل به گتوهای تاریخی می‌شود که توجه چندانی به آنها نمی‌شود؛ در نتیجه، این امر باعث زوال و از کارافتادگی آنها می‌گردد. بنابراین، بافت‌های جدید خود را جدا و برتر از بافت‌های قدیمی می‌دانند و این جدایی و حس برتری یک حس متقابل بیگانگی بافتی درون شهری را در بین بافت‌های جدید و قدیم به وجود آورده است. این حس جدایی طلبانه و برتری جویانه بافت‌های جدید باعث می‌شود بافت‌های

تغییرات دلبستگی به محله مسکونی را تبیین کرده‌اند. نتایج وارثی و قنبری (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی و تحلیل احساس تعلق خاطر و خدمات شهری در شهرهای جدید ایران (مطالعه موردی: شهر جدید بینالود)»، بیانگر نارضایتی شهروندان این شهر جدید از وضعیت خدمات شهری آن است و اکثریت جمعیت شهر جدید بینالود احساس تعلق خاطر بالایی نسبت به آن دارند. ایزدی و دیگران (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «سنجش ارزش‌های محیطی اثرگذار بر رضایتمندی از محل سکونت، موردشناسی: محدوده عالی‌آباد شیراز» به این نتیجه رسیدند که بیشتر افراد، رضایتمندی بالایی از محیط سکونت خود در محدوده پژوهش دارند و کیفیت آب و هوا و وجود مناظر طبیعی و باغ‌ها مهم‌ترین نقش را در این ارتباط داشته‌اند. رضویان و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «کیفیت محیط کالبدی و حس مکان موردشناسی: دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی تهران»، به این نتیجه رسیدند که متغیر موقعیت دانشگاه در بین متغیرهای پانزده‌گانه پژوهش، بیشترین تأثیر را بر حس مکان دانشجویان دارد و بالاترین رتبه را به خود اختصاص داده است. عناصر محیط کالبدی مانند فضای مناسب برای پیاده‌روی و فضای سبز مشجر نیز بعد از موقعیت دانشگاه، بالاترین رتبه را به خود اختصاص داده‌اند. عقیلی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «ارزیابی هویت اجتماعی در محلات شهری (نمونه موردی: محله اوین شهر تهران)» به این نتیجه رسیدند که از نگاه محله‌ای، بعد اجتماعی هویت پایه و اساس شکل‌گیری احساس تعلق مکانی است. هویت اجتماعی ساکنان محله اوین با قدمتی بیش از هزار سال و تمدنی اصیل در پهنه یک محیط شهری، تحت تأثیر شرایطی، دچار تحول شده است. کاهش

به سختی به عناصر فیزیکی در مرحله تشخیص یک مکان اعتماد می‌کنند. دانشپور و دیگران (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با عنوان «تبیین مدل دلبستگی به مکان و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن» به این نتیجه رسیدند که دلبستگی به مکان دارای ابعاد مختلف عاطفی، شناختی، عملکردی و رفتاری است و به‌علاوه این کیفیت بر پایه تعامل پنج عنصر اساسی شکل می‌گیرد که شامل انسان، مکان، مشارکت در فرایند طراحی مکان، نحوه تعامل انسان و مکان و عامل زمان است. وارثی و همکاران (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی و تحلیل مؤلفه‌های هویت شهری و رابطه آن با میزان تعلق مکانی ساکنان شهرهای جدید گلبهار» به این نتیجه رسیدند که میزان وجود مؤلفه‌های هویت شهری در شهر جدید گلبهار، ۹۱/۶ درصد متوسط به پایین است. همچنین نتایج این پژوهش بیانگر اثبات تأثیر گذر زمان بر هویت‌بخشی به ساکنان این شهر جدید است. رهنما و رزاقیان (۱۳۹۰) در مقاله خود با عنوان «نقش آمایش شهری در هویت‌یابی فضایی - کالبدی محور بلوار پیروزی مشهد»، سه سناریوی متفاوت همراه با الویت‌بندی و پیشنهادها برای محدوده مورد نظر ارائه داده‌اند. کافی و فتیحی (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر دلبستگی به محله مسکونی (مطالعه موردی: شهر کرمان)» به این نتیجه رسیده‌اند که متغیرهای پیوندهای اجتماعی محلی، دسترسی به امکانات و تسهیلات، احساس امنیت و نظم اجتماعی، تأثیرات معناداری بر دلبستگی به محله مسکونی دارند. همچنین، تأثیر غیرمستقیم متغیر مدت اقامت که از طریق پیوندهای اجتماعی محلی صورت می‌گیرد، بیش از تأثیر مستقیم آن بر متغیر وابسته است. در مجموع، نتایج تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد متغیرهای اصلی پژوهش، ۵۹ درصد از

اجتماعی، کالبدی آنها شکل گرفته است. این‌گونه علاقه‌ها، چارچوب هویتی فرد و جامعه را به وجود می‌آورد (رضازاده، ۱۳۸۵: ۲۳۸). بنیتو و همکارانش نیز دلبستگی به مکان را وابستگی عاطفی یا مکان خاص و تبدیل فرد به عنوان بخشی از هویت مکان تعریف می‌کند و ادعا می‌کند که این امر در چارچوب فرایند اجتماعی و روانشناختی بین فرد و مکان پدید می‌آید و نتیجه‌اش احساس و علاقه نسبت به مکان است (Bonaituo et al, 1998: 332). جیکوبز در این باره ضمن اشاره به دلبستگی به مکان به عنوان یک خصیصه انسانی عمیق می‌گوید: افراد در رویارویی با برخی از مکان‌ها ابراز می‌کنند «من به آن تعلق دارم» و به این وسیله به آن، مفهوم خانه می‌بخشند (Jacobs, 1995: 109).

۱-۳-۱- هویت

هویت برگرفته از صفات و مشخصات جوهری هر شیء یا شخص یا شهر است که به واسطهٔ وجوهی همچون تمایز و تشابه، تدوام و تحول، وحدت و کثرت، شخصیت پیدا می‌کند (شماعی و پوراحمد، ۱۳۹۲: ۹۳). فرهنگ فارسی معین، واژهٔ هویت را چنین تعریف کرده است: «آنچه که موجب شناسایی شخص باشد؛ یعنی آنچه که باعث تمایز یک فرد از دیگری باشد» (حیاتی، ۱۳۸۹: ۱۲). در فرهنگ آکسفورد، هویت از لحاظ معنایی برابر با همانندی، همسانی، این‌همانی و از لحاظ مفهومی برابر با شرایط مشخص شدن و تصریح اشخاص یا اشیاء است. شیخاوندی هویت را با تأکید بر «وجه تشخیص» تعریف می‌کند: «هویت مبین مجموعه‌خصایصی است که امکان تعریف صریح یک شیء یا یک شخص را فراهم می‌آورد» (شیخاوندی، ۱۳۸۰: ۹). مهم‌ترین مسأله شناخت هویت شهرها، نداشتن ابزار شناخت

هویت اجتماعی در محلهٔ اوین تحت تأثیر کاهش حس تعلق به گروه‌های محلی، کاهش تمایل به زندگی در جامعهٔ محلی و کاهش میزان مشارکت افراد در مراکز فرهنگی- اجتماعی و ورزشی محله است.

۱-۳-۲- مبانی نظری پژوهش

دربارهٔ هویت و تعلق مکانی، دانشمندان دیدگاه‌های مختلفی را ارائه کرده‌اند. بعضی از نظریه‌پردازان از جمله رلف از مفهوم بی‌مکانی استفاده می‌کنند. از نظر رلف، بی‌مکانی به کیفیت یکسان مکان‌ها اشاره دارد؛ یعنی مکان‌هایی که رویارویی با یکی از آنها به معنی رویارویی با همهٔ آنهاست و تفاوتی میان اینجا و آنجا وجود ندارد. رلف معتقد است که هویت در محیط، نتیجهٔ ارتباطات متقابل سه جزء است که در داخل یک مجموعه زندگی می‌کنند؛ اول ترکیب ظاهری و کالبدی نمادها در محیط؛ دوم عملکردها و فعالیت‌های قابل مشاهده در محیط؛ سوم مفاهیم نمادها در محیط (وارثی و قنبری، ۱۳۹۱: ۱۴۵؛ به نقل از براتی، ۱۳۷۳: ۴۲۶). حس مکان، احساس وابستگی انسان نسبت به مکانی است که در آن زندگی می‌کند (بدیعی و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۵۷). به تعبیر کوپر مارکوس، با گذشت زمان و ایجاد علاقهٔ فرد به محیط، محیط به یک لنگرگاه روانی تبدیل می‌شود و احساس تعلق مکانی شکل می‌گیرد (معلمی، ۱۳۸۶: ۹۱). جانستون معتقد است که متخصصان جغرافیای انسان‌گرا در دههٔ ۱۹۷۰ برای تمیز گرایش خود از جغرافیدانان پیرو مکتب تحصیلی پوزیتیویسم، بر روی حس جا یا ساخت یافتن محلی احساس تأکید کردند (پوراحمد، ۱۳۸۵: ۸۰). به بیان برون و پرکینز، تعلق مکانی شامل علاقه‌های مثبت تجربه‌شده‌ای است که طی زمان و گاه به صورت ناخودآگاه و بر اساس پیوندهای رفتاری، احساسی و شناختی بین اشخاص، گروه‌ها و محیط

دیگران، ۱۳۹۲: ۱۹۲؛ به نقل از نقی‌زاده، ۱۳۸۶: ۳۷). نیاز به هویت، نیازی فطری است و انسان‌ها تا زمانی که زنده‌اند، نیازمندند خود را متعلق به مکانی بدانند. این حس تعلق در لامکان شکل نخواهد گرفت و زمینه بروز آن فقط در مکانی است که مؤلفه‌های هویت‌ساز در آن نمایان باشد؛ بنابراین پرداختن به مؤلفه‌های هویت‌ساز در محله حایز اهمیت است. فقدان هویت محله، مشکلاتی را در هویت فردی ساکنان و تعاملات آنها با فضاهای درون‌بافت و ویژگی‌های کالبدی مکان‌ها به وجود می‌آورد. این عامل منجر به کاهش انواع فعالیت‌های فیزیکی و اجتماعی ساکنان در بافت می‌شود (سرایی و دیگران، ۱۳۹۱: ۳۰).

۱-۳-۲- تعلق مکانی

در بحث واژه‌شناسی، لغت‌نامه دهخدا، تعلق خاطر را علاقه‌داشتن، عشق به چیزی داشتن و میل به کسی داشتن معنی می‌کند. از نظر ابن‌خلدون تعلق خاطر داشتن، معادل تعصب تعریف می‌شود. حس تعلق که به منظور بهره‌مندی و تداوم حضور انسان در مکان نقش مهمی ایفا می‌کند؛ به گونه‌ای به پیوند فرد با بافت منجر می‌شود، در این صورت انسان خود را جزئی از بافت می‌داند و بر اساس تجربه‌های خود از نشانه‌ها، معانی، عملکردها و شخصیت، نقشی برای بافت در ذهن خود متصور می‌سازد، این نقش نزد او منحصر به فرد است و در نتیجه مکان برای او مهم و قابل احترام می‌شود. در این حالت است که می‌توان در دمیدن روح تازه به بافت از آن بهره جست و فضا را کیفیت بخشید و زیبایی آن را درک کرد. در کل باید در نظر داشت که اصلی‌ترین مرحله رابطه انسان و فضا، حس تعهد و تعلق شخص نسبت به فضا است. این حس از دو عامل مؤثر فضا و انسان به صورت توأمان ساخته شده است و تعبیرات هرکدام در میزان تعلق مؤثر

است که به‌طور بنیادی از درک غلط مفهوم هویت شروع می‌شود (بهزادفر، ۱۳۸۶: ۵۲). هویت و شخصیت شهر زمانی معنا پیدا می‌کند که شاخص‌های خاص شهر نمود یابند. شاخص‌هایی که ریشه در مکان و زمان دارند و با سنت، عقاید و به‌طور کلی با دانش و فرهنگ آن جامعه پیوسته‌اند. آنچه به شهر هویت می‌بخشد، وابسته به برداشت‌هایی است که ساکنان شهر از محیط اطراف خود دارند؛ بدین معنی که مفهوم هویت با کیفیت زندگی در شهر ارتباط دارد. همچنین هر شهر باید شخصیت و هویت خاص و بارز خود را داشته باشد (لطفی و محمدی، ۱۳۹۱، ۶۸-۶۲). همچنین هویت شهری وجه‌تمايز یک شهر از شهر دیگر بوده است و موجب حس تعلق مکانی شهروندان و مشارکت آنها در توسعه شهر می‌شود (کیانی و دیگران، ۱۳۸۹، ۲۲-۲۳). از چند دهه پیش و به‌ویژه در سال‌های اخیر، پرسش درباره هویت و چیستی شهر یکی از مهم‌ترین مسائل و بارزترین چالش‌ها در حوزه فرهنگ و تمدن ایرانی و اسلامی بوده است. «هویت» یکی از مهم‌ترین مسائل و چالش‌های پیش روی جوامع در حال توسعه است. دهکده جهانی ارتباطات، حجم گسترده اطلاعات و سرعت روزافزون در پیشرفت فناوری اطلاعات، فضایی را فراهم کرده است که ناگزیر به حضور در آن هستیم، بدون آنکه معیار سنجش و قدرت انتخاب و گزینش مشخصی داشته باشد. به این ترتیب، سازوکار حوزه‌های مختلف عملکرد جامعه، شهرهای ما را دچار نقصان و اختلال کرده و «بحران هویت» را پدید آورده است (رهنما و رزاقیان، ۱۳۹۰: ۵۲). بحران هویت یا احساس بی‌هویتی به‌عنوان یکی از بحران‌های زندگی انسان امروز در بسیاری از قلمروهای آن و غالب جوامع مشاهده می‌شود (جهانی‌دولت‌آباد و

روی انسان‌ها نشان می‌دهد، به گونه‌ای که اگر این احساس به خوبی سامان داده شود، تأثیرات بسیاری را در رابطه با بسترسازی، توسعه و مشارکت اجتماعی دارد. احساسی که در شهرسازی و برنامه‌ریزی شهری مدرن مغفول مانده و سبب ایجاد مکان‌های بی‌هویت و لامکان شده است که دارای کمترین رابطه با ساکنان خود است و کمکی در راستای تقویت احساس تعلق مکانی ندارند. اهمیت این موضوع تا به حدی است که مقام معظم رهبری نیز در راستای توجه به این عوامل کیفی، ذهنی و پنهان، بر مواردی تأکید کرده‌اند؛ نظیر این بیانات حضرت آقا در زمینه شهرسازی و برنامه‌ریزی شهری مطلوب که فرموده‌اند:

«وقتی که نمای شهری متوازن و زیباست، شهروند وقتی که عبور می‌کند از آنجا، اعصابش آرامش پیدا می‌کند، حالت مطلوب پیدا می‌کند. این در کارکرد او، در معاشرت او، اگر معلم است، اگر کارگر است، اگر کارمند اداری است، اگر کاسب است یا اگر عالم است، اثر می‌گذارد؛ بنابراین زیباسازی به معنای این نیست که می‌خواهیم یک کار تجملاتی انجام دهیم که بعضی بگویند آقا این هدر دادن است. نه این یک کار اصلی است. زیباسازی به معنایی، مثل سالم‌سازی مزاج مردم است. به معنای سالم‌سازی اعصاب مردم است. چشم‌نواز بودن، روح‌نواز بودن، دلنشین بودن، اینها چیزهایی است که در ساختن شهر یک معیار است».

۴-۱- روش پژوهش

روش پژوهش حاضر، توصیفی-تحلیلی است و شیوه گردآوری اطلاعات به دو صورت اسنادی و پیمایشی است. با استفاده از روش اسنادی، ابعاد مفهومی و نظری موضوع بررسی و از روش پیمایشی نیز برای بررسی چگونگی توزیع و روابط بین متغیرهای وابسته و مستقل استفاده شده است. در

است (مسعود و دیگران، ۱۳۹۱: ۷۷). در واقع، تعلق مکانی رابطه هم‌پیوندی است که میان انسان و محیط برقرار است. برخاسته از چنین تعاملی است که محیط به لنگرگاهی روانی بدل می‌شود؛ گاه این تعلق مکانی از سطح تجربه‌های احساسی-شناختی فردی می‌گذرد و با احساس مشترک جمعی در محدوده فضایی پهناورتر تا سطح یک کشور و برای یک ملت می‌گسترده. تعلق مکانی علایق خوشایند تجربه‌شده‌ای است که طی زمان و گاه به صورت ناخودآگاه و بر بنیاد پیوندهای رفتاری، احساسی و شناختی میان اشخاص یا گروه‌ها و محیط اجتماعی کالبدی آنها شکل گرفته است. این گونه علایق چارچوب هویتی فرد و جامعه را به وجود می‌آورد. به هر حال، تعلق به مکان سطحی فراتر از حس مکان است؛ زیرا در بهره‌مندی و دوام حضور انسان در مکان نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. تعلق مکان که بر پایه حس مکان پدید می‌آید، امری فراتر از آگاهی از استقرار در یک مکان است. این حس به پیوند فرد با مکان می‌انجامد و در آن انسان خود را جزئی از مکان می‌داند و بر اساس تجربه‌های خود از نشانه‌ها و عملکردها، نقشی برای مکان در ذهن خود متصور می‌شود و مکان برای او قابل احترام خواهد بود (کاویانی‌راد و فتاحی، ۱۳۹۱: ۳۴). اهمیت تعلق مکانی و نقشی که این حس پنهان بر سرنوشت یک مکان و فضا می‌گذارد را می‌توان به راحتی از روی چند بیت شعر از مولوی تشخیص داد. ابیاتی که به این مضمون است:

من از این خانه پرنور به در می‌نروم

من از این شهر مبارک به سفر می‌نروم

منم و این صنم و عاشقی و باقی عمر

من از او گر بکشی جای دگر می‌نروم

این ابیات به خوبی تأثیر عمیق تعلق مکانی را بر

برای تعیین روایی این پژوهش از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است (ساروخانی، ۱۳۸۲: ۱۵۱). در این پژوهش میزان آلفای محاسبه‌شده، اعداد مطلوبی است و می‌توان گفت که دقت لازم برای احراز پایایی سازه‌ها در پرسشنامه به‌کار گرفته شده است و گویه‌های طراحی‌شده برای سنجش متغیرها با یکدیگر همبستگی درونی دارند.

جدول ۲: ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

متغیر	احساس تعلق	رضایت از امکانات	ویژگی‌های محیطی	ویژگی‌های اجتماعی
ضریب آلفا	۰/۷۸	۰/۷۱	۰/۷۵	۰/۶۵

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۳

۱-۵- محدوده مورد مطالعه

محدوده بافت قدیم به شش محله قدیمی شهر کاشان شامل محلات پشت مشهد بالا، بازار، طاهر و منصور، سلطان امیراحمد و درب اصفهان، محتشم و مشت مشهد پایین قابل تقسیم است. مساحت بافت قدیم شهر کاشان، ۴۸۲/۵ هکتار با جمعیت ۴۴۵۵۲ نفر است که از شمال به خیابان‌های طالقانی و کاشانی، از جنوب به خیابان‌های یثربی و غیاث‌الدین جمشید، از غرب به خیابان ملاحسن و از شرق به خیابان ملامحسن محدود شده است. این محلات، تمامی شهر دوران قاجار و بخش عمده توسعه شهر تا سال ۱۳۰۰ را در بر گرفته است. از مهم‌ترین ویژگی‌های محلات قدیمی شهر که تقریباً در تمامی آنها مشترک است، می‌توان به شبکه ارگانیک، مصالح بومی (عمدتاً خشت و گل)، ارتفاع کم ابنیه، تعدد ابنیه واجد ارزش‌های معماری و میراث فرهنگی و ساختار سنتی محلات اشاره کرد. محدوده بافت قدیم کاشان از نخستین سال‌های قرن حاضر، مداخلات وسیع و بعضاً ویرانگری را تجربه کرده که در کنار تغییر مناسبات

روش پیمایشی، پس از گردآوری اطلاعات با استفاده از ابزار پرسشنامه و پردازش داده‌ها با نرم‌افزار SPSS، با توجه به سطح سنجش متغیرها از روش‌های آماری توصیفی (جداول توزیع فراوانی) و آماره‌های استنباطی (آزمون آماری تی و پیرسون) برای تجزیه و تحلیل اطلاعات استفاده شده است.

جامعه آماری ساکنان بافت قدیم شهر کاشان را ۴۴۵۴۸ خانوار تشکیل می‌دهد (مهندسین مشاور باغ اندیشه، ۱۳۸۹: ۳). حجم نمونه با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران^۱ و سهم اطمینان ۹۵ درصد، تعداد ۳۸۴ خانوار محاسبه و به‌صورت سهمیه‌ای و تصادفی بین آنها توزیع و جمع‌آوری شد. در جدول ۱، حجم نمونه برای محلات مختلف محاسبه شده است.

جدول ۱: جامعه آماری و حجم نمونه پژوهش

حجم نمونه	جمعیت	مساحت	محله
۹۳	۱۰۷۵۷	۹۹/۸	پشت مشهد بالا
۴۰	۴۶۳۳	۷۶/۴	بازار
۶۶	۷۶۳۷	۸۴/۶	طاهر و منصور
۷۰	۸۱۸۶	۹۴/۸	سلطان امیراحمد و درب اصفهان
۴۷	۵۴۸۴	۶۶/۹	محتشم
۶۸	۷۸۵۵	۶۰	پشت مشهد پایین
۳۸۴	۴۴۵۴۸	۴۸۲/۵	کل

منبع: مهندسین مشاور باغ اندیشه، ۱۳۸۹ و

محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۳

در پژوهش حاضر، برای افزایش درجه اعتبار، از روش صوری استفاده شده است (هومن، ۱۳۷۶: ۲۲۸). بدین‌منظور، پرسشنامه بعد از تدوین در اختیار صاحب‌نظران، متخصصان و استادان قرار گرفت و پس از جمع‌آوری نظرات آنها، اصلاحات لازم انجام شد.

1 - Cochran

بررسی باید گفت ۷۸ درصد مرد و ۲۲ درصد را زنان تشکیل دادند. از نظر وضعیت تأهل، ۶۰/۸ درصد متأهل و ۳۹/۲ درصد مجرد بودند. ۵۷/۶ درصد مدرک دیپلم و کمتر داشتند و فقط ۲۸ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی و بقیه بی‌سواد بودند. ۶۰/۸ درصد پاسخگویان کمتر از ۵۰۰ هزار و ۳۹/۲ درصد بیشتر از ۵۰۱ هزار تومان درآمد داشتند.

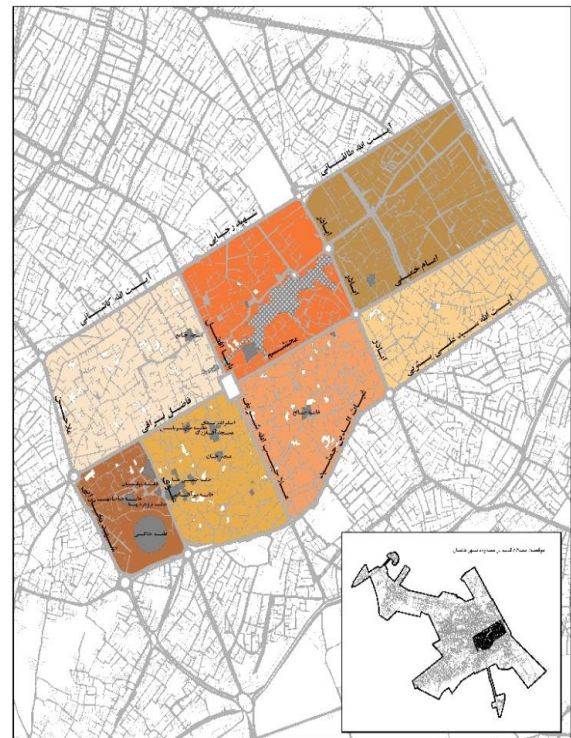
میزان احساس تعلق خاطر ساکنان به محل سکونت در جدول ۳ نشان داده شده است. ۴۸/۴ درصد پاسخگویان به میزان کم و خیلی کم به محل سکونت خود تعلق خاطر دارند، در حالی که ۲۲/۹ درصد به میزان زیاد و خیلی زیاد احساس تعلق دارد. نتایج آزمون تی نیز نشان می‌دهد، با توجه به میانگین ۲/۸۱ درصد، میزان تعلق خاطر در بین ساکنان با توجه به حد متوسط (عدد ۳)، از وضعیت مناسبی برخوردار نیست. بنابراین باید بگوییم که ساکنان دارای حس تعلق مکانی قوی نسبت به محل زندگی‌شان نیستند و علاقه چندان زیادی به زادگاه خود و منطقه محل سکونت خود ندارند.

جدول ۳: توزیع فراوانی و درصد میزان احساس تعلق به محل سکونت

احساس تعلق	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
فراوانی	۴۵	۱۴۱	۱۱۰	۱۸	۷۰	۲/۸۱
درصد	۱۱/۷	۳۶/۷	۲۸/۶	۴/۷	۱۸/۲	
آزمون تی	مقدار t	درجه آزادی	معناداری	اختلاف میانگین	پایین	بالا
	-۲/۹۶۴	۳۸۳	۰/۰۰۳	-۰/۱۹	-۰/۳۲	-۰/۰۶

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۳

اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ۵۰ سال اخیر و عدم معاصر سازی بافت، با توجه به ارزش‌های ذاتی و نیازهای زندگی امروزی، موجبات فرسودگی کالبدی و عملکردی آن را فراهم کرده است (مهندسین مشاور باغ اندیشه، ۱۳۸۹: ۳)



شکل ۱: محدوده بافت قدیم شهر کاشان

مأخذ: مهندسین مشاور نقش جهان پارس، ۱۳۸۹

۲- یافته‌های پژوهش

۲-۱- یافته‌های توصیفی

با توجه به نتایج به دست آمده، در مورد نمونه مورد

مؤسسات خیریه با میانگین ۱/۷۴ درصد و قهوه‌خانه و رستوران با میانگین ۱/۹ درصد است.

جدول ۴: توزیع فراوانی، درصد و میانگین متغیر رضایت از امکانات محل سکونت

طبق جدول ۴، بیشترین میانگین رضایتمندی در پاسخگویان از امکانات مربوط به مراکز خرید با میانگین ۳/۹۷ درصد، بازار با میانگین درصد ۳/۷۹ و انجمن‌های محلی با میانگین ۳/۱۹ درصد است؛ در حالی که کمترین میزان رضایتمندی در پاسخگویان از امکانات مربوط به سالن سینما با میانگین ۱/۶۹ درصد،

میزان امکانات						امکانات
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	
۲۲/۴	۲۶/۸	۳۶/۵	۱۱/۵	۲/۹	۲/۴۶	پارک و بوستان
۱۲/۵	۳۵/۲	۴۴	۶/۸	۱/۶	۲/۵	امکانات آموزشی فوق برنامه
۳۱/۸	۲۸/۹	۲۶/۶	۶/۳	۶/۳	۲/۲۷	کتابخانه
۵۳/۹	۲۷/۶	۱۵/۴	۱/۸	۱/۳	۱/۶۹	سالن سینما
۲۱/۴	۳۴/۱	۲۷/۶	۱۱/۷	۵/۲	۲/۴۵	خانه فرهنگ
۱۸/۸	۳۲/۶	۳۲	۱۰/۷	۶	۲/۵۳	زمین فوتبال
۱۲/۸	۲۸/۶	۲۳/۷	۲۶/۳	۸/۶	۲/۸۹	باشگاه ورزشی
۲۷/۶	۳۱/۸	۱۷/۷	۱۷/۴	۵/۵	۲/۴۱	مسجد
۳۷/۲	۳۴/۹	۱۴/۳	۱۳/۵	-	۲/۰۴	کافی‌شاپ و کافی‌نت، ویدیو کلوپ
۴۰/۶	۳۷/۸	۱۵/۴	۳/۱	۳/۱	۱/۹	قهوه‌خانه و رستوران
۲۶/۶	۴۷/۹	۱۷/۷	۶/۵	۱/۳	۲/۰۸	مدرسه
۲۷/۶	۴۴/۸	۱۹/۸	۳/۴	۴/۴	۲/۱۲	ایستگاه آتش‌نشانی
۳۰/۷	۳۹/۶	۲۱/۶	۴/۴	۳/۶	۲/۱۱	اتوبوس (وسایل حمل و نقل عمومی)
۵۵/۷	۲۶/۸	۹/۶	۲/۹	۴/۹	۱/۷۴	مؤسسات خیریه
۶/۳	۸/۳	۱۳/۳	۲۶/۸	۴۵/۳	۳/۹۷	مراکز خرید
۴/۴	۳/۶	۲۷/۳	۴۰/۹	۲۳/۷	۳/۷۹	بازار
۵/۵	۲۷/۶	۲۳/۴	۲۹/۲	۱۴/۳	۳/۱۹	انجمن‌های محلی
۱۵/۴	۲۷/۳	۱۷/۲	۲۹/۲	۱۰/۹	۲/۹۳	درمانگاه و کلینیک

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۳

معناداری برای دو متغیر ۰/۰۴۳ درصد است و چون این مقدار در سطح اطمینان ۰/۹۵ درصد از سطح خطای ۰/۰۵ درصد کمتر است، پس فرض متغیر احساس تعلق خاطر و میزان رضایت از امکانات

۲-۲- یافته‌های استنباطی

- بین میزان احساس تعلق به محله و میزان رضایت از امکانات رابطه معنادار وجود دارد. همان‌طور که در جدول ۵ ملاحظه می‌شود، سطح

- بین میزان تمایل به نوسازی و بهسازی محله و میزان احساس تعلق به محله رابطه معنادار وجود دارد. جدول ۶ میزان احساس تمایل به نوسازی محل سکونت را نشان می‌دهد. ۴۷/۱ درصد پاسخگویان به میزان کم و خیلی کم به تمایل به نوسازی محل سکونت دارند در حالی که ۲۴/۷ درصد به میزان زیاد و خیلی زیاد است. نتایج آزمون تی نیز نشان می‌دهد، با توجه به میانگین ۲/۵۵، میزان تمایل به نوسازی در بین ساکنان از وضعیت مناسبی با توجه به حد متوسط (عدد ۳) برخوردار نیست.

جدول ۶: توزیع فراوانی، درصد و میانگین متغیر تمایل به نوسازی

میانگین	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	تمایل به نوسازی
۲/۵۵	۱۵	۸۰	۱۰۸	۷۸	۱۰۳	فراوانی
	۳/۹	۲۰/۸	۲۸/۱	۲۰/۳	۲۶/۸	درصد
بالا	پایین	اختلاف میانگین	معناداری	درجه آزادی	مقدار t	آزمون تی
-/۳۳	-/۵۷	-/۴۵	/۰۰۰	۳۸۳	-۷/۴۰۲	

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۳

بهسازی را نیز افزایش داد (جدول ۷). به عبارت دیگر، دلبستگی به مکان و احساس تعلق به آن، در افراد این انگیزه را ایجاد می‌کند که به احیا و نوسازی همه‌جانبه محیط‌های خانگی و محله‌ای پردازند. جدول ۷: همبستگی پیرسون بین متغیر احساس تعلق خاطر و تمایل به نوسازی و بهسازی

تعداد	معناداری	ضریب همبستگی	تعلق
۳۸۴	/۰۱۲	/۱۱۴	نوسازی و بهسازی

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۳

- بین ویژگی‌های محیطی و میزان تعلق خاطر به

معنادار بوده است و فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. بدین معنی که با افزایش میزان رضایتمندی، میزان تعلق ساکنان به سکونت در این محله افزایش می‌یابد. افزایش کمی و کیفی امکانات در محلات مورد مطالعه، این انگیزه را در افراد ایجاد می‌کند که نسبت به محل زندگی خود احساس تعلق مکانی بیشتری داشته باشند.

جدول ۵: همبستگی پیرسون بین متغیر احساس تعلق خاطر و رضایت از امکانات

تعداد	معناداری	ضریب همبستگی	تعلق امکانات
۳۸۴	/۰۴۳	/۱۶۴	

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۳

به منظور بررسی رابطه دو متغیر احساس تعلق خاطر و تمایل به نوسازی و بهسازی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده کردیم. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، سطح معناداری برای دو متغیر ۰/۰۱۲ درصد است و چون این مقدار در سطح اطمینان ۰/۹۵ درصد از سطح خطای ۰/۰۵ درصد کمتر است، پس فرض متغیر احساس تعلق خاطر و تمایل به نوسازی و بهسازی معنادار بوده است و فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. بدین معنی که با ارتقای میزان تعلق خاطر ساکنان به محل سکونت میزان تمایل به مشارکت در نوسازی و

آسیب‌پذیر در برابر زلزله (۱/۸۹ درصد)، خدمات متنوع و کافی نیست (۲/۸۹ درصد)، حرکت و حمل و نقل در آن به سختی صورت می‌گیرد (۲/۹۷ درصد)، سیمای بصری نامناسب است (۳/۶۲ درصد) و کیفیت آسفالت معابر رضایت‌بخش نیست (۲/۷۳ درصد).

جدول ۸: توزیع درصد و میانگین ویژگی‌های

محیطی محل سکونت پاسخگویان

ویژگی‌های محیطی	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	میانگین
قدیمی بودن	۹/۱	۲۹/۴	۲۳/۴	۳۲/۳	۵/۵	۳/۰۵
قابل تحمل	۲/۹	۲۶/۸	۴۳/۵	۱۶/۹	۹/۹	۲/۹۶
خلوت و آرام	۲/۹	۱۶/۷	۴۷/۴	۲۹/۷	۳/۴	۲/۸۶
مقاوم در برابر زلزله	۰/۵	۸/۹	۱۵/۶	۲۹/۲	۴۵/۸	۱/۸۹
قابل امداد رسانی	۱/۸	۹/۴	۲۰/۶	۳۲/۳	۳۵/۹	۲/۰۹
معابر وسیع و مناسب	۱۳/۵	۴/۷	۳۲/۳	۲۶/۶	۱۷/۴	۲/۸۷
ساختمان‌های نوساز	۵/۵	۲۴	۱۹/۳	۱۹/۸	۳۱/۵	۲/۵۲
بومی‌نشین	۷/۸	۲۷/۳	۱۶/۱	۲۷/۳	۲۱/۴	۲/۷۳
نرخ بیکاری	۱۱/۵	۲۳/۷	۱۸	۲۹/۴	۱۷/۷	۲/۸۲
خدمات متنوع و کافی	۷/۸	۲۷/۶	۲۵/۸	۲۳/۷	۱۵/۱	۲/۸۹
آلودگی صوتی	۳۳/۳	۳۱/۵	۲/۱	۲۱/۹	۹/۴	۳/۶۳
کارهای خلاف قانون	۶	۱۳/۵	۲۷/۹	۳۶/۵	۱۶/۱	۲/۵۶
بزهکاری	۹/۴	۲۱/۶	۳۰/۷	۱۷/۷	۲۰/۶	۲/۸۱
محیطی ناامن	۶	۳۴/۴	۲۹/۴	۲۱/۴	۸/۹	۳/۰۷
حرکت (حمل و نقل) مشکل	۶	۲۱/۴	۴۴/۳	۲۱/۱	۷/۳	۲/۹۷
آلودگی محیطی (زیاله)	۴/۷	۲۱/۴	۴۲/۷	۲۷/۳	۳/۹	۲/۹۵
سیمای بصری نامناسب	۴۲/۷	۱۵/۱	۱۵/۱	۱۶/۴	۱۰/۷	۳/۶۲
کیفیت آسفالت معابر	۶/۳	۱۸/۵	۲۵/۵	۲۱/۴	۲۷/۹	۲/۷۳
ساختمان‌های مخروبه و متروکه	۲/۹	۸/۹	۲۰/۱	۴۶/۱	۲۲/۱	۳/۷۵

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۳

اطمینان ۰/۹۵ درصد از سطح خطای ۰/۰۵ درصد کمتر است، پس فرض متغیر احساس تعلق خاطر و

محل رابطه معنادار وجود دارد.

همان‌طور که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، پاسخگویان درباره ویژگی‌های محیطی محل سکونت خود معتقدند که سیمای بصری محل نامناسب (با میانگین ۳/۶۲ درصد)، آلودگی صوتی آن زیاد (۳/۶۳ درصد)، محله آنها بیشتر قدیمی است (۳/۰۵ درصد)، تقریباً غیر قابل تحمل (۲/۹۶ درصد)، بسیار زیاد

با توجه به جدول ۹، سطح معناداری برای دو متغیر ۰/۰۰۲ درصد است و چون این مقدار در سطح

رابطه وجود دارد.

جدول ۱۰ ویژگی‌های اجتماعی پاسخگویان در محل سکونت خود را نشان می‌دهد. بیشترین میانگین در بین ویژگی‌های اجتماعی مربوط است به ویژگی اهل مشارکت بودن با میانگین ۳/۶۲ درصد و کمترین میانگین مربوط به ویژگی سنتی بودن اهالی با میانگین ۲/۷۳ درصد است.

جدول ۱۰: توزیع فراوانی، درصد و میانگین پاسخگویان بر حسب ویژگی‌های اجتماعی

ویژگی‌های اجتماعی	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	میانگین
صمیمی	۱۶/۱	۳۶/۵	۲۷/۹	۱۳/۵	۶	۳/۴۳
سنتی	۶/۳	۱۸/۵	۲۵/۵	۲۱/۴	۲۷/۹	۲/۷۳
مذهبی	۶	۲۱/۴	۴۴/۳	۲۱/۱	۷/۳	۲/۹۷
قابل اعتماد	۴/۷	۲۱/۴	۴۲/۷	۲۷/۳	۳/۹	۲/۹۵
اهل مشارکت (جمعگرا)	۴۲/۷	۱۵/۱	۱۵/۱	۱۶/۴	۱۰/۷	۳/۶۲
قابل معاشرت	۲۸/۱	۲۱/۴	۲۵/۵	۱۸/۵	۶/۶	۳/۵۶
یارگیر	۲۱/۶	۲۱/۹	۱۴/۶	۱۹/۸	۲۲/۱	۳/۰۱

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۳

بیشتری به مشارکت در اداره امور محلی خواهند داشت. برعکس زمانی که شهروندان یک جامعه، اطمینان از اثرگذاری مشارکت خود بر هم‌نوعان خود را از دست بدهند، جامعه با پدیده بی‌اعتمادی روبه‌رو می‌شود. به‌طور کلی می‌توان گفت حس تعلق به مکان از طریق برانگیختن مشارکت شهروندان باعث اعتماد بیشتر شهروندان می‌گردد، داشتن جوامعی با سرمایه‌های اجتماعی بالا و مشارکت آگاهانه شهروندان مستلزم وجود حس تعلق به مکان، محله و شهر است.

ارتقای ویژگی‌های محیطی معنادار بوده است و فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. بدین معنی که با ارتقای ویژگی‌های محیطی می‌توان میزان تعلق خاطر ساکنان را افزایش داد.

جدول ۹: همبستگی پیرسون بین متغیر احساس تعلق خاطر و ارتقای ویژگی‌های محیطی

تعلق ویژگی‌های محیطی	ضریب همبستگی	معناداری	تعداد
	۰/۴۷۸	۰/۰۰۲	۳۸۴

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۳

- بین ویژگی‌های اجتماعی و میزان تعلق به محله

همان‌طور که در جدول ۱۱ ملاحظه می‌شود، سطح معناداری برای دو متغیر ۰/۰۲۹ درصد است و چون این مقدار در سطح اطمینان ۰/۹۵ درصد از سطح خطای ۰/۰۵ درصد کمتر است، پس فرض متغیر احساس تعلق خاطر و ارتقای ویژگی‌های اجتماعی معنادار بوده است و فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. بدین معنی که با ارتقای ویژگی‌های اجتماعی می‌توان میزان تعلق خاطر ساکنان را افزایش داد و برعکس. مردم در زمانی که به مسئولیت‌پذیری و پاسخگوبودن همدیگر اعتماد داشته باشند، تمایل

بر احساس تعلق خاطر ساکنان بافت قدیم شهر کاشان پرداخته شد. نتایج نشان می‌دهد ۴۸/۴ درصد پاسخگویان به میزان کم و خیلی کم به محل سکونت خود تعلق خاطر دارند. نتایج آزمون تی نیز نشان می‌دهد با توجه به میانگین ۲/۸۱ درصد میزان تعلق خاطر در بین ساکنان از وضعیت مناسبی با توجه به حد متوسط (عدد ۳) برخوردار نیست. بیشترین میانگین رضایتمندی در پاسخگویان از امکانات، مربوط به مراکز خرید (با میانگین ۳/۹۷ درصد)، بازار (۳/۷۹ درصد) و انجمن‌های محلی (۳/۱۹ درصد) است؛ در حالی که کمترین میزان رضایتمندی از امکانات، مربوط به سالن سینما (با میانگین ۱/۶۹ درصد)، مؤسسات خیریه (۱/۷۴ درصد) و قهوه‌خانه و رستوران (۱/۹ درصد) است. همچنین پاسخگویان درباره ویژگی‌های محیطی محل سکونت خود معتقدند که سیمای بصری محله نامناسب (با میانگین ۳/۶۲ درصد)، آلودگی صوتی آن زیاد (۳/۶۳ درصد)، محله آنها بیشتر قدیمی است (۳/۰۵ درصد)، تقریباً غیرقابل تحمل (۲/۹۶ درصد)، بسیار زیاد آسیب‌پذیر در برابر زلزله (۱/۸۹ درصد)، خدمات متنوع و کافی نیست (۲/۸۹ درصد)، حرکت و حمل و نقل در آن به سختی صورت می‌گیرد (۲/۹۷ درصد)، سیمای بصری نامناسب است (۳/۶۲ درصد) و کیفیت آسفالت معابر رضایت‌بخش نیست (۲/۷۳ درصد). در ادامه، بر اساس ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرها نتایج زیر به دست آمد: سطح معناداری دو متغیر احساس تعلق خاطر و رضایت از امکانات ۰/۰۴۳ درصد است؛ بدین معنی که با افزایش میزان رضایتمندی، میزان تعلق ساکنان به سکونت در این محله افزایش یافت. این میزان بین متغیرهای احساس تعلق خاطر و تمایل

جدول ۱۱: همبستگی پیرسون بین متغیر احساس تعلق خاطر و ارتقای ویژگی‌های اجتماعی

تعلق و ویژگی‌های اجتماعی	ضریب همبستگی	معناداری	تعداد
	۰/۲۳۴	۰/۰۲۹	۳۸۴

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۳

۳- نتیجه‌گیری

حس تعلق مکان به مفهوم حس مکان در 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 گونه‌ای که فهم و احساسات فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می‌شود. این حس، عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می‌شود. حس مکان و تعلق مکانی، علاوه بر اینکه موجب احساس راحتی از یک محیط می‌گردد، باعث دستیابی به هویت برای افراد می‌شود. حس تعلق مکانی و مکان‌دوستی طی فرایندها و تعادلی که بین انسان و محیط زیست و زادگاه انسان پدید می‌آید و نیز چیزهای مثبت و منفی که بین انسان و محیط رد و بدل می‌شود، ایجاد می‌گردد و مرتب در زندگی و فعالیت انسان‌ها انعکاس می‌یابد. تعلق مکانی به این معناست که مردم خود را به واسطه مکانی که در آن به دنیا آمده‌اند و در آن رشد کرده‌اند، تعریف می‌کنند. این احساس اگر به خوبی شناخته و تقویت شود، بر روی ماندگاری افراد در محل زیست و زادگاهشان تأثیر می‌گذارد و باعث افزایش آن می‌شود تا جایی که افراد حاضر می‌شوند برای دفاع از محل و مکانی که به آن تعلق دارند، فداکاری نیز بکنند. در همین راستا، در پژوهش حاضر به سنجش عوامل مؤثر

موردی: دانشجویان یاسوجی دانشگاه‌های تهران)، فصلنامه ژئوپلیتیک، سال چهارم، شماره ۲، صص ۱۷۵-۱۵۷.

براتی، ناصر (۱۳۷۳)، توسعه جدید شهری و شهرهای جدید (هویت جدید یا فقدان هویت)، مجموعه مقالات ارائه شده در کنفرانس بین‌المللی توسعه شهری و شهرهای جدید، چاپ اول، تهران، انتشارات شرکت عمران شهرهای جدید.

بهزادفر، مصطفی (۱۳۸۶)، هویت شهر نگاهی به هویت شهر تهران، نشر شهر، تهران.

پوراحمد، احمد (۱۳۸۵)، قلمرو و فلسفه جغرافیا، چاپ اول، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

جهانی‌دولت‌آباد، رحمان، علی شمعی و اسماعیل جهانی دولت‌آباد (۱۳۹۲)، سنجش میزان هویت محله‌ای با تأکید بر نقش نهادهای مردمی در منطقه ۷ تهران، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال سیزدهم، شماره ۳۱، صص ۲۱۰-۱۹۱.

حیاتی، عقیل (۱۳۸۹)، ارزیابی مؤلفه‌های هویت‌بخش محلات شهری، نمونه موردی: محله اوین شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس تهران.

دانشپور، سیدعبدالهادی، منصور سپهری مقدم و مریم چرخچیان (۱۳۸۸)، تبیین مدل دلبستگی به مکان و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۳۸، صص ۳۷-۴۸.

رضازاده، راضیه (۱۳۸۵)، رویکردی روان‌شناسانه و جامعه‌شناسانه به هویت مکانی در شهرهای جدید، مجموعه مقالات ارائه شده در کنفرانس بین‌المللی توسعه شهری و شهرهای جدید، چاپ اول، تهران، انتشارات شرکت عمران شهرهای جدید.

رضویان، محمدتقی، محمدکاظم شمس‌پویا و عبدالله ملاتبارلهی (۱۳۹۳)، کیفیت محیط کالبدی و حس

به نوسازی و بهسازی، ۰/۰۱۲ درصد بوده است و بدین معناست که با ارتقای میزان تعلق خاطر ساکنان به محل سکونت، میزان تمایل به مشارکت در نوسازی و بهسازی نیز افزایش می‌یابد. بین متغیر احساس تعلق خاطر و ارتقای ویژگی‌های اجتماعی سطح معناداری ۰/۰۲۹ درصد است؛ یعنی با ارتقای ویژگی‌های اجتماعی می‌توان میزان تعلق خاطر ساکنان را افزایش داد و برعکس. به‌طور کلی می‌توان نتیجه گرفت که بافت قدیم شهر کاشان در حال حاضر بیانگر هویتی نیست که از ابتدا برای آن تعریف شده است و تصویر ذهنی و سیمایی که از این بافت در ذهن ساکنان این بافت‌ها نقش بسته است، به دلیل وضعیت نابسامان و برنامه‌ریزی نشده، بسیار آشفته است و خوانایی، ابعاد زیباشناختی، بافت، مقیاس، شکل بافت، ردیف پنجره‌ها، مصالح و غیره که از مشخصه‌های اصلی سازنده هویت است، در این بافت رعایت نشده است و بافت نه در عمل و نه در ذهن افراد دارای هویت شایسته‌ای نیست و نتوانسته است حس تعلق خاطر و این‌همانی را با افراد برقرار کند.

منابع

امیرکافی، مهدی و شکوفه فتحی (۱۳۹۰)، بررسی عوامل مؤثر بر دلبستگی به محله مسکونی «مطالعه موردی: شهر کرمان»، بی‌جا، صص ۲۶-۲.

ایزدی، حسن، سپیده برزگر، عبدالرضا پاکشیر و خلیل حاجی‌پور (۱۳۹۲)، سنجش ارزش‌های محیطی اثرگذار بر رضایتمندی از محل سکونت، موردشناسی: محدوده معالی‌آباد شیراز، فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، شماره ۱۱، صص ۴۹-۶۶.

بدیعی، مرجان، موسی پناهنده‌خواه و راضیه مختاری (۱۳۸۷)، نقش حس مکانی در هویت بومی (مطالعه

ارتباط نمادهای شهری با هویت شهر، مطالعه موردی: شهر گنبد کاووس، فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال دوم، شماره ۲، صص ۶۱-۷۰.

مسعود، محمد، عیسی حجت و شهریار ناسخیان (۱۳۹۱)، زیبایی‌شناسی تطبیقی مؤلفه‌های حس مکان و حس تعلق در فضای شهری، نشریه پژوهش و هنر، سال دوم، شماره سوم، صص ۷۱-۸۶.

معلمی، محسن (۱۳۸۶)، هویت شهری، هویت مسکونی، مفاهیم گمشده امروزی، ماهنامه راه و ساختمان، شماره ۵۰.

مهندسین مشاور باغ اندیشه (۱۳۸۹)، طرم تفصیلی شهر کاشان.

نقی‌زاده، محمد (۱۳۸۶)، ادراک زیبایی و هویت شهر (در پرتو تفکر اسلامی)، اصفهان، انتشارات شهرداری اصفهان.

وارثی، حمیدرضا و محمد قنبری (۱۳۹۱)، بررسی و تحلیل احساس تعلق خاطر و خدمات شهری در شهرهای جدید ایران (مطالعه موردی: شهر جدید بینالود)، مجله جغرافیا و توسعه شهری، شماره ۲، صص ۱۶۱-۱۳۹.

وارثی، حمیدرضا، مهدی عامل‌بافنده و محمد محمدزاده (۱۳۸۹)، بررسی و تحلیل مؤلفه‌های هویت شهری و رابطه آن با میزان تعلق مکانی ساکنین شهرهای جدید، مطالعه موردی: شهر گلپه‌هار، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال اول، شماره دوم، صص ۳۶-۱۷.

Bonaiuto, M., Aiello, A., Perugini, M., Bonnes, M. and Ercolani, A.P. (1999), 'Multidimensional Environment quality and neighbourhood attachment', Urban Environment, 19, pp. 331-352..

Hashas, M. (2003), 'Residents' Attachment to New Urbanist versus Conventional Suburban Developments', PhD dissertation in Community and Environmental design, North Carolina State University.

Ismail, I. S, Shamsuddin. Sh & Bashri, S. A. (2008), an Evaluation of Residents

مکان موردشناسی: دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی تهران، فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، شماره ۱۰، صص ۸۷-۹۶.

رهنما، محمدرحیم و فرزانه رزاقیان (۱۳۹۰)، نقش آمایش شهری در هویت‌یابی فضایی - کالبدی محور بلوار پیروزی مشهد، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره ۱۷، صص ۴۹-۷۹.

سرایبی، محمدحسین، فریبا بهرامی و شیرین مهره‌کش (۱۳۹۱)، مؤلفه‌های هویت‌بخش محله‌های تاریخی شهر «بافت پیرامون مسجد جامع شهر اصفهان»، فصلنامه مطالعات شهر ایرانی - اسلامی، شماره ۸، صص ۳۸-۲۹.

شماعی، علی و احمد پوراحمد، (۱۳۹۲)، بهسازی و نوسازی شهری از دیدگاه جغرافیا، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ پنجم.

شیخاوندی، داور (۱۳۸۰)، ناسیونالیسم و هویت ایرانی، مرکز بازشناسی اسلام و ایران، تهران، صص ۳۱-۲۰.

ضرابی، اصغر و محمد قنبری (۱۳۸۹)، شهر سالم، مجموعه مقالات دومین همایش ملی شهر سالم، کد ۷۵.

عقیلی، اسماعیلی، کرامت‌اله زیاری و ابوالفضل مشکینی (۱۳۹۳)، ارزیابی هویت اجتماعی در محلات شهری (نمونه موردی: محله اوین شهر تهران)، مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی، در نوبت چاپ.

کاویانی‌راد، مراد و مصطفی فتاحی (۱۳۹۱)، تأثیر هویت مکانی بر همگرایی ملی، مجله برنامه‌ریزی و آمایش فضا، دوره شانزدهم، شماره ۱، صص ۴۱-۲۵.

کیانی، اکبر، فرضعلی سالاری و محمدصادق افراسیابی (۱۳۸۹)، بررسی هویت شهری در بهسازی و نوسازی بافت‌های تاریخی مطالعه موردی: شهر گور- فیروزآباد، مجله فضای جغرافیایی، سال دهم، شماره ۳۰، صص ۲۱-۴۳.

لطفی، صدیقه و عبدالحمید محمدی (۱۳۹۱)، بررسی

- Perception of Identity Putrajaya New Town, Journal Alam Bina, Jilid 13; No. 4.
- Jacobs, M. (1995), Sustainability and community: Environment, economic rationalism and sense of place, Australian Planner, 32 (2), pp. 109 - 115.
- Marris, P. (1996), The Politics of Uncertainty: attachment in private and public life, New York, Routledge.
- Mesch, G.S. and Manor, O. (1998), 'Social ties, environmental perception, and local attachment', Environment and Behavior, 30:4, pp. 504-519.
- Milligan, M.J. (1998), 'Interactional past and potential: the social construction of place attachment', Symbolic Interaction, 21:1, pp. 1-33.
- Rubinstein, R.L and Parmelee, P.A. (1992), 'Attachment to place and representation of the life course by the elderly', In I. Altman and S. M. Low (Eds.), Place Attachment, New York, Plenum Press.
- Stedman, R. C. (2003), 'Is it really a social construction? The contribution of physical environment to Sense of place', Society and Natural Resources, 16, pp.671-685.