



سال ششم - شماره ی هجدهم - بهار ۱۳۹۵
صص ۵۲-۲۳

نقش سرمایه‌های اجتماعی در دل‌بستگی به مکان در محلات سنتی (نمونه‌ی موردی: محلات شهر همدان)

اسدالله نقدی^۱، سلمان وحدت^۲، حسن سجاذزاده^۳

چکیده

سرمایه‌ی اجتماعی و دل‌بستگی مکانی از مفاهیم مهم و از دارایی‌های یک اجتماع محلی محسوب می‌شوند. ارزش‌های اجتماعی یک مکان می‌تواند حس تعلق و دل‌بستگی افراد به محل زندگی را بهبود بخشیده و از این طریق پایداری و هویت مندی محلات را تضمین کند. در این راستا و برای ارتقای ارزش‌های اجتماعی محلات شهری، در این مقاله سعی شده است نقش سرمایه‌ی اجتماعی در دل‌بستگی به مکان در محلات سنتی شهر همدان مورد بررسی قرار گیرد. در پژوهش حاضر از روش تحقیق، توصیفی - تحلیلی و از شیوه‌های مرور متون، منابع و اسناد تصویری در بستر مطالعات کتابخانه‌ای و همچنین از روش تحقیق موردی و شیوه‌ی تحقیق مشاهده در بستر مطالعات میدانی و از ابزار پرسش‌نامه بهره گرفته شده است. همچنین با توجه به اهداف و سوال‌های تحقیق برای محاسبه و تحلیل مقدار بارهای عاملی و ضریب همبستگی بین مؤلفه‌ها و شاخص‌های سرمایه‌ی اجتماعی و احساس دل‌بستگی به مکان از نرم افزارهای Spss و Lisrel استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که سرمایه‌های اجتماعی یک مکان تأثیر معناداری در فرآیند دل‌بستگی مکانی افراد نسبت به محله‌های مورد مطالعه دارد. در این روند و در فرآیند دل‌بستگی به مکان چهار عنصر انسان، مکان، ارزش‌های اجتماعی مکان و زمان، به عنوان بعد چهارم نقش موثری را می‌توانند در طراحی و ارتقای دل‌بستگی افراد به محلات شهری داشته باشند به طوری که زمان می‌تواند با عواملی چون گذشته تعاملی با مکان، خاطرات و رویدادها، طول مدت آشنایی افراد با یک مکان، میزان حضور و استفاده از آن و خاطره‌انگیزی مکان نقش مهمی در فرآیند دل‌بستگی به مکان داشته باشد.

کلیدواژه‌ها: سرمایه‌ی اجتماعی، فرآیند دل‌بستگی به مکان، محلات سنتی، اجتماعات محلی، همدان

naghdi@basu.ac.ir

salmanvahdat@yahoo.com

h.sajadzadeh@gmail.com

۱- دانشیار جامعه‌شناسی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان

۲- کارشناس ارشد طراحی شهری، دانشگاه بوعلی سینا، همدان

۳- استادیار شهرسازی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان

تاریخ پذیرش: ۹۴/۱۲/۱۰

تاریخ وصول: ۹۴/۰۹/۱۸

مقدمه

نیاز انسان به تعامل عاطفی، شناختی و رفتاری با مکانی که در آن زندگی می‌کند یا به عبارتی «دلبستگی به مکان» از جمله مهمترین ابعاد رابطه‌ی انسان و مکان است که باید مورد توجه معماران، طراحان و برنامه ریزان شهری قرار گیرد (پیر بابایی و همکاران، ۱۳۹۴: ۴۷). اهمیت دلبستگی به مکان از آن روست که نقش عمده‌ای در ایجاد و بالا بردن سطح مسئولیت پذیری، همکاری و خودیاری ساکنان مناطق مسکونی دارد و شیوه‌ی کارآمدتری را برای حل مسائل و بهبود شرایط زندگی ارائه می‌کند. به لحاظ اجتماعی، دلبستگی به مکان زمینه‌ی مساعدی را فراهم می‌کند تا ساکنان بر امور جاری و محلی نظارت بیشتری داشته باشند و با علاقه‌ی بیشتری به مسائل اجتماعی پیرامون خود پردازند (پرکینز و لانگ، ۲۰۰۲، ص ۱۲۴). در شرایط کنونی که محیط‌های شهری با فقدان دلبستگی به مکان و عدم تعلق شهروندان به محله‌های شهری مواجه هستند، تنها بررسی محصول محور ابعاد دلبستگی به مکان کافی نیست بلکه فرآیند دلبستگی به مکان یا دلبستگی مکانی به عنوان مفهومی چندبعدی که جنبه‌های مختلفی از پیوند مردم با مکان را در هم می‌آمیزد، می‌بایست با عوامل مختلفی از جمله معیارهای اجتماعی و پایداری در هم آمیزد و چارچوب نظری جدیدی را در ارتباط با ارتقای تعلقات مکانی ساکنان به محلات شهری در اختیار محققان قرار دهد. در این راستا، مفاهیم جدیدی شکل گرفته که ماهیتاً از تبار علمی چون جامعه‌شناسی حتی روانشناسی است و بدینسان زایش معنای میان رشته‌ای برنامه ریزی شهری را سبب گردیده است (خاکپور و دیگران، ۱۳۸۸: ۶۴)؛ از جمله‌ی این مفاهیم می‌توان به سرمایه‌های اجتماعی و حس تعلق مکانی اشاره نمود، به طوری که امروزه پیگیری رویکردهای مبتنی بر افزایش میزان سرمایه‌ی اجتماعی در جوامع و همچنین استفاده از آن در سطوح مختلف فعالیت‌های برنامه ریزی و طراحی شهری به عنوان یک راه حل موثر در کاهش هزینه‌های اجتماعی و در نتیجه ارتقای کیفیت زندگی شهری شناخته می‌شود (داداپور، ۱۳۹۱: ۳۲).

هدف از این پژوهش ارتقای ارزش‌های اجتماعی محلات شهری و همچنین بررسی نقش سرمایه‌ی اجتماعی در دلبستگی مکانی در محلات سنتی شهر همدان از دیدگاه ساکنان محلات مورد مطالعه است. بدین منظور در این تحقیق رابطه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی و دلبستگی به مکان و میزان تأثیر این عوامل در محلات شهری همدان با توجه به عوامل ضروری از جمله ایجاد همبستگی و ارتقای حس تعلق به مکان در میان ساکنان محلات، لزوم حفظ و ارتقای سطح پایداری محلات شهری و ارتقای امنیت و عوامل اجتماعی محلات؛ مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرد. همچنین روشن شدن ماهیت ارتباط بین دلبستگی به مکان و سرمایه‌ی اجتماعی به برنامه ریزان و تصمیم گیران محلی کمک می‌کند تا تصمیمات بهتری برای بهبود متغیرها اتخاذ کنند. برای تحقق اهداف تحقیق، پژوهش حاضر از روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی و از شیوه‌های مرور متون، منابع و اسناد تصویری در بستر مطالعات کتابخانه‌ای و همچنین از روش تحقیق موردی و شیوه‌ی تحقیق مشاهده در بستر مطالعات میدانی و از

ابزار پرسش نامه بهره گرفته است. با توجه به ماهیت تحقیق این پژوهش به دنبال پاسخگویی به سه سوال با این عناوین است:

- ۱- عوامل و معیارهای تأثیرگذار سرمایه‌ی اجتماعی در میزان دل‌بستگی به مکان در محلات سنتی کدامند؟
- ۲- میزان تأثیر عوامل و ضریب همبستگی مولفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی و دل‌بستگی به مکان در محله‌های مورد مطالعه به چه میزانی است؟
- ۳- آیا رابطه‌ی معناداری بین سرمایه‌ی اجتماعی و میزان دل‌بستگی به مکان در محلات سنتی وجود دارد؟

پیشینه‌ی تحقیق

بروکاتو^۱ (۲۰۰۶) در مطالعه‌ی ارتباط بین کیفیت و میزان رضایت از خدمات را با متغیر تعلق مکانی مورد بحث قرار داده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که عوامل محیطی، کیفیت و سطح رضایت از خدمات در میزان تعلق مکانی افراد تأثیرگذار است. پیتون^۲ (۲۰۰۳) تأثیر تعلق مکانی و سرمایه اجتماعی را بر عملکرد مدنی در ارتباط با حفظ و مدیریت منابع طبیعی مورد مطالعه قرار داده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ارتباط معناداری بین تعلق مکانی، سرمایه‌ی اجتماعی و عملکرد مدنی در ارتباط با حفظ و مدیریت منابع طبیعی وجود دارد؛ از این رو مدیران می‌توانند با توجه به تعلق مکانی و سرمایه‌ی اجتماعی بازدیدکنندگان و استفاده کنندگان از محیط‌های طبیعی برای طراحی و برنامه‌های مشارکتی شهروندی بهره ببرند. همچنین تعلق مکانی در میزان و نوع روابط بین افراد جامعه تأثیر می‌گذارد و این رابطه در گروه‌های اجتماعی که به مکان خاصی اختصاص دارند، باعث افزایش سرمایه‌های اجتماعی و اعتماد آنان می‌گردد (ایکز، ۲۰۰۹: ۲۶).

زنگنه و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه‌ی ای به بررسی تعلق مکانی و سرمایه‌ی اجتماعی بر بهسازی مشارکت محلات قدیمی سبزوار پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند که دو متغیر سرمایه‌ی اجتماعی و تعلق مکانی، تأثیر معناداری بر سطح مشارکت ساکنان در بهسازی محله دارند. رهنما و رضوی (۱۳۹۱) به بررسی تأثیر حس تعلق مکانی بر سرمایه اجتماعی و مشارکت در محلات شهر مشهد پرداخته‌اند؛ آن‌ها به این نتیجه رسیدند که در یک رابطه‌ی علی غیرمستقیم، تقویت حس تعلق مکانی باعث افزایش مشارکت و افزایش سرمایه‌ی اجتماعی می‌گردد. امیرکافی و فتحی (۱۳۹۰) در مطالعه‌ی ای به بررسی عوامل موثر بر دل‌بستگی افراد به محله مسکونی در شهر کرمان پرداخته‌اند؛ نتایج نشان داد متغیرهای پیوند اجتماعی محلی، دسترسی به امکانات و تسهیلات، احساس امنیت و نظم اجتماعی، اثرات معنا

1 Brocato

2 Payton

داری بر دل‌بستگی به محله مسکونی دارد. غیاثوند (۱۳۸۸) در مقاله‌ای به ارزیابی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کیفیت زندگی ساکنان محلات شهری پرداخته و با بررسی ارتباط متغیرهای چون رضایت کلی از محله و احساس علاقه به محله با میزان سرمایه اجتماعی، اینگونه نتیجه گرفته است که بین این دو متغیر رابطه مثبتی برقرار است. فلاحت (۱۳۸۵) با تعریف مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن نشان داده که محیط کالبدی از طریق تأثیرگذاری بر فعالیت‌ها و ایجاد معانی خاص بر احساس و رفتار افراد تأثیر می‌گذارد. با توجه به تحقیقات ذکر شده در این زمینه مشاهده می‌شود که هر یک از تحقیقات به بررسی سرمایه‌ی اجتماعی در ابعاد تعلق و مشارکتی شهروندان و همچنین روابط معنادار بین مولفه‌ها در مکان‌های شهری پرداخته‌اند. پس این پژوهش سعی در بررسی و تحلیل مولفه‌ها و شاخص‌های دل‌بستگی به مکان و سرمایه‌ی اجتماعی در محلات سنتی شهر همدان دارد. همچنین با توجه به مولفه‌ها و مدل استخراجی تحقیق، ارتباط بین سرمایه اجتماعی و دل‌بستگی به مکان در محلات شهری همدان را مورد ارزیابی قرار گرفته است.

روش تحقیق

روش تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه‌ی گردآوری اطلاعات، توصیفی و پیمایشی و از نوع تحلیلی و همبستگی و به طور مشخص مبتنی بر مدل معادلات ساختاری است. برای جمع‌آوری اطلاعات از تکنیک تکمیل پرسشنامه در نمونه‌های موردی استفاده شده است در ادامه با استفاده از نرم افزارهای Lisrel و Spss اطلاعات و داده‌های تحقیق برای تحقق اهداف و پاسخ به سوال‌های پژوهش مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است. مراحل پژوهش با توجه به اهداف و ماهیت تحقیق شامل مراحل زیر است:

۱- استخراج معیارها و شاخص‌های دل‌بستگی به مکان و سرمایه‌ی اجتماعی، براساس مطالعات کتابخانه‌ای - اسنادی و پیمایش در سطح شهر صورت گرفته است.

۲- پس از استخراج معیارها و شاخص‌ها، پرسش‌نامه‌هایی با هدف تعیین میزان تأثیر عوامل دل‌بستگی به مکان و سرمایه اجتماعی تهیه و توسط ساکنان محلات تکمیل گردید.

۳- اطلاعات و پرسش‌نامه‌های تکمیل شده توسط شهروندان در نرم افزارهای Lisrel و Spss برای پاسخگویی به سوالات تحقیق مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت.

۴- با توجه به مقدار بارهای عاملی و میزان تأثیرگذاری شاخص‌ها (به دست آمده از تحلیل اطلاعات) در لیزرل، پیشنهادهایی برای ارتقای ارزش‌های اجتماعی و تعلق به محله ارائه شده است. در مطالعه‌ی حاضر به منظور بررسی و تحلیل اطلاعات تحقیق، جامعه‌ی آماری از دو گروه کاربران فضا (ساکنان محلات) و مشاهدات مستقیم پژوهشگر مورد بررسی قرار گرفته است. گروه اول - کاربران فضا:

استفاده‌کنندگان از فضا هستند که به طور مستقیم در ارتباط با محلات مورد مطالعه قرار دارند. در این پژوهش برای بررسی مقدار تأثیر عوامل دل‌بستگی به مکان و سرمایه‌ی اجتماعی از دیدگاه شهروندان و افرادی که در محلات مورد مطالعه ساکن بودند استفاده شده است. در انتخاب جامعه‌ی آماری در این گروه، طیف‌های مختلف افراد به صورت نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب گردیدند. تعداد پرسش‌شوندگان بر اساس فرمول « کوکران » شامل ۳۲۹ نفر است که از این تعداد ۱۷۱ نفر مرد و ۱۵۸ نفر زن بودند که در طیف‌های سنی ۱۸ تا ۶۷ سال قرار داشتند. گروه دوم - مشاهده‌ی مستقیم: در راستای تدقیق معیارها در محل‌های مورد مطالعه و بررسی پیشنهادها و راهکارها برای تعیین اولویت رسیدگی از روش مشاهده‌ی مستقیم و برداشت‌های میدانی استفاده شده است.

مولفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی

سرمایه‌ی اجتماعی به دنبال رویدادهای اجتماعی مهم دهه‌های گذشته از جمله کاهش میزان همبستگی اجتماعی در کلان‌شهرهای جهان پدید آمد (اجتهادی، ۱۳۸۶). رسالت اصلی این مفهوم را می‌توان در دو کلمه‌ی «اهمیت و روابط» خلاصه کرد. مردم به واسطه برقراری ارتباط با دیگران و تداوم آن در طول زمان، قادرند به منظور دستیابی به اهداف خود با همدیگر مشارکت نمایند؛ اهدافی که به تنهایی قابل حصول نبوده یا اینکه با مشکلات و مشقت‌های زیاد به دست می‌آید. مردم معمولاً از طریق مجموعه‌ای از شبکه‌ها به یکدیگر مرتبط شده و در چارچوب این شبکه‌ها ارزش‌های مشترک را با دیگران سهیم می‌شوند. از این نظر، این شبکه‌ها منابع حقیقی و بالقوه‌ی جوامع را شکل داده و می‌توان آن‌ها را به عنوان سرمایه‌ی جامعه به شمار آورد (لین ۲۰۰۲، ۹۱). سرمایه‌ی اجتماعی بر خلاف دیگر شکل‌های سرمایه، از سرمایه‌ی فیزیکی و سرمایه‌ی انسانی گرفته تا سرمایه‌ی اقتصادی و سرمایه‌ی فرهنگی، «بی‌حضور دیگران» نه پدید می‌آید و نه ممکن است. بر این پایه پدیده‌ی سرمایه‌ی اجتماعی تنها زمانی شکل می‌گیرد که: اول- در یک محیط اجتماعی معین، انسان‌هایی در برابر یکدیگر قرار گرفته باشند و دوم - میان آن‌ها «رابطه‌ای» شکل گرفته باشد و جریان یابد؛ در درون رابطه است که سرمایه‌ی اجتماعی زاده یا تولید می‌شود. بنابراین سرمایه اجتماعی جزئی از رابطه اجتماعی و در ذات آن نهفته است (پاتنام، ۲۰۰۲، ۱۱۳). در دهه‌های گذشته تحقیقات متعددی در زمینه اندازه‌گیری سرمایه‌ی اجتماعی و پیامدهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی آن صورت گرفته است و هر یک از نظریه پردازان بسته به تعریفی که از سرمایه اجتماعی ارائه کرده‌اند، ابعاد و شاخص‌های متفاوتی را برای سنجش آن بیان نموده‌اند. جدول (۱) مهمترین ابعاد و شاخص‌های سرمایه‌ی اجتماعی را از دیدگاه اندیشمندان مختلف نشان می‌دهد.

جدول ۱: ابعاد و شاخص‌های سرمایه‌ی اجتماعی از دیدگاه اندیشمندان مختلف

اونیکس و بولن (۱۹۸۹)			
شرکت در اجتماع محلی	مشارکت مدنی	اعتماد و امنیت	ارتباط با خانواده و دوستان
مدارا و تحمل تفاوت‌ها		احساس اثرگذاری و کارایی	
پاتنام (۱۹۹۳)			
شبکه‌های اجتماعی		هنجارهای اعتماد	
میزان مشارکت در امور اجتماع محلی، زندگی سازمانی، مشارکت در امور عمومی (مثل رای دادن)، رفتار داوطلبانه، فعالیت‌های اجتماعی غیررسمی (مثل دیدار دوستان)		سطح بین افراد	
سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه (۲۰۰۱)			
مشارکت اجتماعی	حمایت اجتماعی	شبکه اجتماعی	مشارکت مدنی
لیدن و کوین (۲۰۰۳)			
پیوند همسایگی	شبکه‌ی اجتماعی	مشارکت مدنی	اعتماد اجتماعی
هومفریس و دینن (۲۰۰۷)			
ارزش‌ها		شبکه‌ها	هنجارهای همیاری
درون گروهی همگن		شناخت همسایه‌ها، تراکم شبکه‌ها (خانواده، دوستان و همسایه‌ها)	پذیرش و انجام، درخواست همسایگان، حمایت اجتماعی
برون گروهی غیر همگن		شرکت در سازمان‌های خصوصی غیر انتفاعی (به صورت غیر فعال)، شرکت در سازمان‌های خصوصی غیر انتفاعی (به صورت فعال)	آگاهی از سازمان‌های پیوند دهنده‌ی سرمایه اجتماعی، مشارکت در سازمان‌های پیوند دهنده سرمایه‌ی اجتماعی
اعتماد به مسئولان نهادهای محلی، اعتماد به سازمان‌های محلی			

اعتماد به نهادهای محلی، حکمروایی محلی	مشارکت در سازمان‌های پیوند دهنده	علاقه‌ی مدنی، فعالیت مدنی
شکوهی دولت آبادی و مسعود (۱۳۸۹)		
اعتماد و قابلیت اعتماد	هنجارها	شبکه‌ها
اعتماد غیر رسمی اعتماد رسمی اعتماد تعمیم یافته قابلیت اعتماد محیط احساس امنیت و ایمنی	تفاوت‌ها، احساس اثر گذاری و کارایی، وساطت اجتماعی، حمایت عاطفی - اقتصادی	مشارکت اجتماعی
کیفیت شبکه	انسیجام اجتماعی	
مرصوصی و خدادادی (۱۳۹۴)		
مشارکت	انسیجام	اعتماد
مشارکت مالی مشارکت در مراسمات مشارکت فکر و مشورتی	کاهش درگیری و نزاع تغییر ارزش‌های مشترک احساس مسئولیت	اعتماد به همسایگان اعتماد به شوراهای و مدیران اعتماد به مردم محلی
شبکه نهادی	ارتباط فکری با نهادها و تعاونی‌ها ارتباط بین مردم در محلات شهری همکاری با اعضای خانواده	

دل‌بستگی به مکان

پیوند عمیق و عاطفی با مکان، مفهومی هستی‌شناختی است که مفاهیم متعددی چون دل‌بستگی به مکان، عشق به مکان، درون‌بودگی، هویت مکانی و حس مکان را در برمی‌گیرد که تجمیع همه‌ی آن‌ها منشأ نظری مفهوم «مکان» است (لوپکا ۲۰۰۸: ۲۰۱۱). احساس تعلق و دل‌بستگی به مکان سطح بالاتری از حس مکان است که در هر موقعیت و فضا برای بهره‌مندی و تداوم حضور انسان در مکان، نقش تعیین‌کننده‌ای می‌یابد (پیر بابائی و سجادزاده، ۱۳۹۰: ۴). دل‌بستگی به مکان مبین احساسات عمیق فرد (چه مثبت و منفی) نسبت به یک موقعیت خاص جغرافیایی یا مکان خاص است که در فرآیند تعامل با مکان کالبدی و معنا بخشیدن به آن شکل می‌گیرد و به بروز احساساتی چون تعلق مکانی و ریشه داشتن

در مکان منجر می‌شود (التمن و لو، 1992:). در واقع دلبستگی به مکان، ارتباطی نمادین با مکان است که با دادن معانی عاطفی و حسی مشترک فرهنگی، توسط افراد به مکان خاص یا یک سرزمین شکل می‌گیرد و مبنای نحوه‌ی ادراک گروه یا فرد از مکان و نحوه‌ی ارتباط وی با آن می‌باشد. این پیوند عاطفی علاوه بر تأثیرپذیری از ابعاد کالبدی مکان، نتیجه سازوکار اجتماعی، روانی-احساسی پیچیده‌ای است که در تجربه‌ی بلندمدت و عمیق با مکان به وجود می‌آید و متأثر از تعامل با مکان و ابعاد تأثیری، شناختی و رفتاری در مکان است. این سازوکار بر پایه‌ی نگرش‌ها، ترجیحات، تجربیات، عقاید و قضاوت مکان چه به طور آگاهانه و چه ناآگاهانه در سطح فردی و اجتماعی باعث پیوند عاطفی میان انسان-مکان و یا انسان-انسان در بستر جغرافیایی خاص می‌شود (تلمن، ۱۹:۲۰۰۹).

ابعاد دلبستگی به مکان بر اساس دیدگاه‌های مختلف

واژه‌ی دلبستگی به مکان به تأثیر عاطفی یک مکان اشاره دارد که افراد از نظر حسی و فرهنگی جذب آن می‌شوند. تأثیر حسی، عاطفی و درونی مکان بر انسان؛ مرکز تفکر دلبستگی به مکان است، چراکه انسان‌ها می‌توانند به یک شیء، خانه، ساختمان، محله یا یک محیط طبیعی جذب شوند. مرور ادبیات موضوع بیانگر گستردگی واژه‌ها و رویکردهای مختلف تبیینی این احساس و معنای خاص محیطی است که علاوه بر آنکه نشانگر دامنه‌ی وسیع اطلاعاتی است، نوعی سردرگمی واژه‌ها و پیچیدگی ذهنی را نیز به همراه دارد که در تحقیقات بسیاری از محققان به آن اشاره شده است (هیدالگو و هرناندز، ۱۰۳:۲۰۰۱). علوم طراحی، طراحی شهری و روان‌شناسی محیط، عواملی چون طول مدت سکونت، ویژگی‌های کالبدی مکان، ویژگی‌های جمعیت شناختی چون سن، وضعیت اجتماعی، تحصیلات، تحرک پذیری، اندازه جامعه، قدرت روابط همسایگی و ویژگی‌های محیط انسان ساخت و طبیعی محله را در «دلبستگی به مکان» مؤثر می‌دانند (لویکا، ۲۲۰، ۲۰۱۱). اسکانر و گیفورد (۲۰۱۰)، دلبستگی به مکان را متشکل از چارچوب سازمان یافته‌ی سه بعدی شخص - فرایند - مکان (ppp۲) می‌دانند که بعد شخصی دلبستگی به مکان به معانی و مفاهیم تعیین شده‌ی فردی یا جمعی اشاره دارد. بعد فرایند، عناصر عاطفی (حسی)، شناختی و رفتاری دلبستگی را شامل می‌شود و بعد مکان، بر ویژگی‌های مکان شامل سطوح فضایی، خصوصیات ویژه و برجستگی عناصر فیزیکی یا اجتماعی تأکید دارد (جدول ۲).

1 Scannell and Gifford

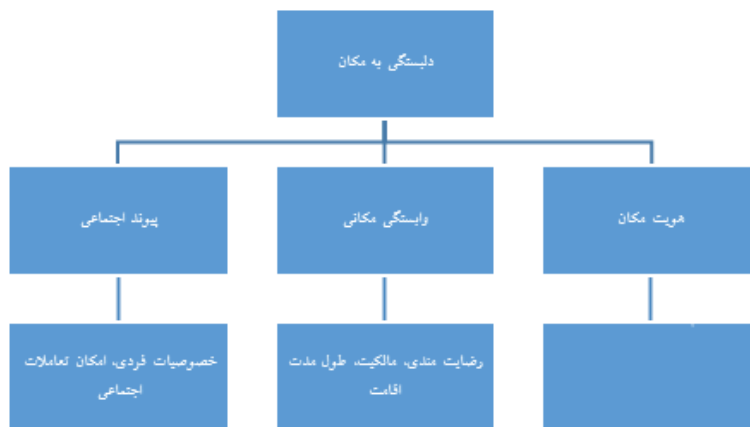
2 Person, Process, Place

جدول ۲: چارچوب سه بعدی دلبستگی مکانی

دلبستگی مکانی					
شخص		مکان		فرآیند	
فردی	فرهنگی / گروهی	اجتماعی	فیزیکی	رفتار	احساس شناخت

مأخذ: (اسکانل و گریفور، ۲۰۱۰)

کایل و همکاران^۱ (۲۰۰۵) دلبستگی به مکان را متشکل از ابعاد هویت مکانی و وابستگی مکانی و پیوندهای اجتماعی می‌دانند. در این مدل، هویت مکانی دارای مؤلفه‌هایی چون حس تمایز (حفظ تمایز شخصی و منحصر به فرد بودن)، حس تداوم (رابطه‌ی میان گذشته، حال و آینده)، حس عزت نفس (ارزیابی مثبت از خود در برابر ارزش‌های اجتماعی) و خودکارایی (باور به توانایی‌ها و ظرفیت‌های فردی) است. وابستگی مکانی نیز به عواملی چون حس رضایت، حس مالکیت و توانایی محیط کالبدی در تأمین نیازها و امکان وقوع طیفی از فعالیت‌های مورد نظر فرد در مکان اشاره می‌کند و پیوندهای اجتماعی که با توجه به خصوصیات فردی، امکان تعاملات اجتماعی را فراهم می‌آورد (شکل ۱).



شکل ۱. مدل کایل از دلبستگی به مکان مأخذ: (کایل و همکاران، ۲۰۰۵)

مطالعات انجام شده در زمینه‌ی دلبستگی به مکان به عوامل مختلفی در این رابطه اشاره دارند. با مروری بر متون و مطالعات مختلف انجام شده در این زمینه، می‌توان عوامل موثر در ایجاد یا ارتقای حس دلبستگی به مکان را در قالب برخی عناوین طبقه بندی نمود. در این راستا برای تدوین مدل و ابعاد مفهومی دلبستگی به مکان، نظریات اندیشمندان مختلف در این زمینه در قالب جدول (۳) ارائه می‌شود.

جدول ۳: ابعاد و شاخص‌های دلبستگی مکانی از دیدگاه اندیشمندان مختلف

چری بر (۱۹۸۱)			
عملکردی		عاطفی	
تیلور، ۱۹۹۶			
وابستگی اجتماعی		وابستگی کالبدی	
رابطه و تعامل با افراد و گروه‌های حاضر در مکان		قدمت مکان، آشنایی با مکان	
لاو و آلتمن، ۱۹۹۲			
نوع خاص مکان	هویت مکان	درونی بودن مکان	گونه مکان
ریشه داشتن در مکان	تجسم محیطی	احساس جمعی	اینمانی با نام
گیولیانی و فلدمن، ۱۹۹۳			
شناختی		عاطفی	رفتاری
ویلیامز و واسک، ۲۰۰۳			
عاطفی	عملکردی	رفتاری	شناختی
تعلق خاطر و احساس فرد در رابطه با مکان، خاطرات وی	وابستگی فرد نسبت به مکان، میزان مراجعه و حضور در مکان	تمایل به مشارکت در نگهداری مکان، رفتارهای پاسخگو	ویژگی‌ها و تمایزات کالبدی مکان
کایل و همکاران، ۲۰۰۵			
هویت مکان		وابستگی مکانی	پیوند اجتماعی
تمایز، تداوم، عزت نفس، خود کارایی		رضایت مندی، مالکیت طول مدت اقامت	خصوصیات فردی امکان تعاملات اجتماعی
اسکانل و گیفورد، ۲۰۱۰			
فرآیند		مکان	
احساس	شناخت	رفتار	شخص
		فیزیکی	اجتماعی
		فرهنگی / گروهی	فردی
لویکا، ۲۰۱۱			
ویژگی‌های کالبدی		ویژگی‌های جمعیت شناختی	
		سن، وضعیت اجتماعی، تحصیلات، تحرک پذیری، اندازهی جامعه، روابط همسایگی	
		ویژگی‌های محیط انسان ساخت و طبیعی	
دانشپور و همکاران، ۱۳۸۸			

عوامل کالبدی	عوامل اجتماعی	عوامل فرهنگی	عوامل فردی	خاطرات و تجارب
زمینه و بستر، وجود خدمات و تسهیلات، موقعیت قرار گیری مکان در زمینه شهری، ارتباط با پیرامون	ارتباطات اجتماعی، مشارکت مردم در مکان، میزان اشتغال به شبکه‌های اجتماعی، تعاملات فرهنگی	دودمان، ازدست دادن، مالکیت، زیارت و آیین‌ها	خصوصیات و ویژگی‌های فردی، گروه‌های مختلف، نحوه تعامل با مکان، تمایزات فردی، نیازها	خاطرات و رویدادهای مهم، گذشته تعاملی با مکان
رضایت مندی از مکان	عوامل فعالیتی و تعاملی	عامل زمان	مشارکت در طراحی مکان	
تسهیلات، تناسب مکان با عملکرد و زمینه‌ی پایداری، مشخصات بصری، مدیریت، بافت اجتماعی مکان، ویژگی‌های شهرسازانه و معمارانه	نوع فعالیت‌های مکان، رویدادها و مراسم دوره ای، جشن‌ها و فعالیت‌های ورزشی، فعالیت‌های اجتماعی	طول مدت سکونت، آشنایی با مکان		
سجادزاده، ۱۳۹۲				
بعد احساسی	بعد عملکردی	بعد معنایی		
شاخص‌های آسایش و آرامش، خاطره انگیزی، حس مردم‌واری و مباحث	شاخص‌های ارضای نیازهای روزانه، ارضای نیازهای زیست محیطی، امکان فضایی برای مکث	شاخص‌های هویت مندی فضا، موقعیت استقرار و کیفیت فضایی و معماری		
زنگنه و همکاران، ۱۳۹۳				
هویت مکانی	پیوند اجتماعی	وابستگی مکانی	تعلق عاطفی	سرمایه‌ی اجتماعی

مآخذ: نگارندگان، ۱۳۹۴

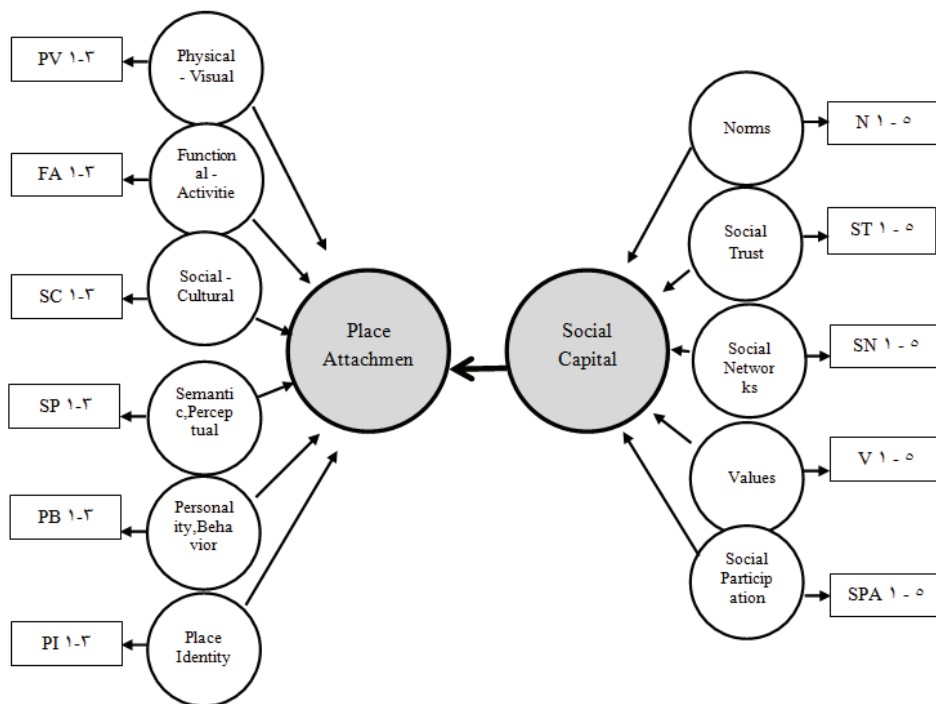
چارچوب نظری پژوهش

چارچوب نظری یک الگوی مفهومی مبتنی بر روابط تئوریک میان شماری از عوامل است که در مورد مسائل مورد پژوهش با اهمیت تشخیص داده شده‌اند. با توجه به تعاریف و معیارهای ارائه شده از دیدگاه اندیشمندان در این حوزه (جدول ۱ و ۳)، مدل مفهومی پژوهش حاضر به منظور بررسی ارتباط و تأثیرگذاری سرمایه‌ی اجتماعی در دل‌بستگی مکانی ساکنان محلات به شرح زیر ارائه می‌شود (جدول ۴). همانگونه که قابل مشاهده است، در این مدل دل‌بستگی به مکان متشکل از شش مؤلفه، عوامل کالبدی - بصری، عوامل عملکردی - فعالیتی، عوامل اجتماعی-فرهنگی، عوامل معنایی - ادراکی،

عوامل شخصی - رفتاری و هویت مکانی و ۱۸ شاخص و سرمایه‌ی اجتماعی شامل ۵ مؤلفه، هنجارها، اعتماد اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، ارزش‌ها، مشارکت اجتماعی، و ۲۵ شاخص است. با توجه به چارچوب نظری پژوهش مدل مفهومی تحقیق را می‌توان طبق شکل (۲) ارائه داد.

جدول ۴: چارچوب نظری پژوهش

شاخص‌ها					مؤلفه‌ها	ابعاد
ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها	وساطت اجتماعی	احساس اثرگذاری و کارائی	احساس تکلیف فردی	همکاری محله‌ای	هنجارها	معیارها و سنجش‌های ارزیابی سرمایه‌ی اجتماعی
قابلیت اعتماد محیط	اعتماد به نهادهای محلی	اعتماد به مردم محله	اعتماد به همسایگان	احساس امنیت و ایمنی	اعتماد اجتماعی	
فعالیت‌های اجتماعی	همکاری با اعضای خانواده	ارتباط بین اهالی محله	ارتباط فکری با نهادها	شناخت همسایه‌ها	شبکه‌های اجتماعی	
حمایت مالی	حمایت عاطفی، اقتصادی	اینترگرگی اجتماعی	پیوستگی اجتماعی	تعامل (تلفنی، ملاقات)	ارزش‌ها	
مشارکت عمومی	مشارکت مالی	مشارکت فکری و مشورتی	مشارکت در مراسمات	مشارکت در امور محلی	مشارکت اجتماعی	
مطلوبیت مشخصات بصری مکان		انطباق فضا با الگوهای رفتاری	ویژگی‌های شهرسازانه و معماری	عوامل کالبدی - بصری		معیارها و سنجش‌های ارزیابی دبستگی به مکان
برگزاری مراسم، رویدادها و جشن‌ها		ارضای نیازهای زیست محیطی	میزان مراجعه و حضور در مکان	عوامل عملکردی - فعالیتی		
بافت اجتماعی		مشارکت مردم در مکان	امکان تعاملات و ارتباطات اجتماعی	عوامل اجتماعی - فرهنگی		
خاطره انگیزی مکان		قدمت مکان و قابلیت تجسم	شاخص‌های هویت مندی فضا	عوامل معنایی - ادراکی		
گذشته تعاملی با مکان		طول مدت اقامت و حس مردم واری	آشنایی با مکان	عوامل شخصی - رفتاری		
نمادها و نشانه‌ها		خاطرات و رویدادهای مهم	عزت نفس	هویت مکانی		

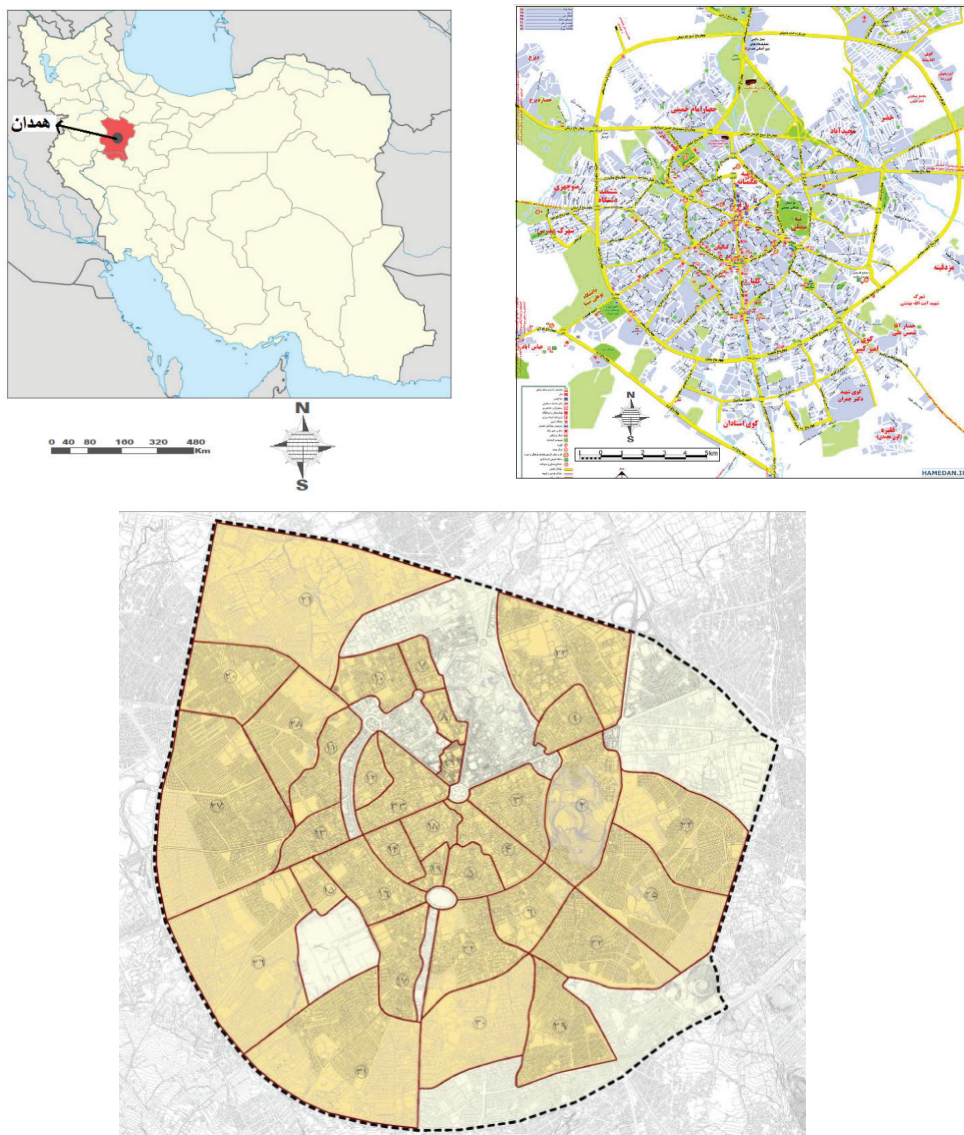


شکل ۲: مدل مفهومی پژوهش. مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۴

محدوده و قلمرو پژوهش

شهر همدان با داشتن پیشینه‌ای چندین هزار ساله، دارای محلات قدیمی و بناهای تاریخی ارزشمند است. این شهر از زمان‌های دور مکان اسکان اقوام مختلف بوده است. الگوی بافت شهر ترکیبی از دو الگوی شعاعی و رینگی است. که از زمان اولین طرح جامع آن در سال ۱۹۲۸ شکل گرفته است. در دوره‌ی قاجار شهر همدان متشکل از حدود پنجاه محله‌ی بزرگ و کوچک بوده که هریک از این محلات دارای حدود معینی بوده است. اما این محدوده توسط حصار یا موانع فیزیکی و کالبدی مشخص نمی‌شده، بلکه گذرگاه، تقاطع و یا مکان‌های معینی، محدوده‌ی هر محله را تعیین می‌کرده است (جعفری بهمن و خانیان، ۱۳۹۱: ۲۸۸). متأسفانه به مرور زمان و تغییر بافت شهری بسیاری از این محلات از بین رفتند و تنها چند محله هنوز بافت قدیمی خود را حفظ کرده‌اند. در این پژوهش سه محله کبابیان، کلپا و حاجی به عنوان محلات قدیمی شهر همدان که تا حدودی ساختار و کارکرد خود را حفظ کرده‌اند و انسجام گذشته را دارند؛ مورد بررسی قرار گرفته است. در این محلات عناصر کالبدی همچون مسجد و حمام و مغازه‌های تجاری برای رفع نیازها و مایحتاج روزانه مردم هنوز هم برقرار است و مرکز محلات و ارتباط سازمان فضایی محله به قوت خود باقی است. فضای سبز و

کوچه‌های این محلات حالت قدیمی خود را حفظ کرده‌اند به طوری که مردم آن می‌توانند از قدمت و خاطراتی که در دوران گذشته در این محلات دارند، سخن بگویند. شکل (۳) محلات مورد مطالعه را در سطح شهر همدان نشان می‌دهد.



شکل ۳: محدوده و محلات سنتی مورد مطالعه‌ی شهر همدان

یافته‌های تحقیق

سنجه‌ها و گویه‌های سرمایه‌ی اجتماعی و دل‌بستگی به مکان

در این تحقیق ابزار اصلی گردآوری اطلاعات پرسش نامه است که بر این اساس برای متغیرهای مورد بررسی به ترتیب برای سرمایه‌ی اجتماعی ۲۵ سوال و دل‌بستگی به مکان ۱۸ سوال در قالب طیف لیکرت مقادیر ۱ تا ۵ (کدهایی که بیانگر گزینه‌های خیلی کم تا خیلی زیاد باشند) تهیه و به پرسش گذاشته شد (جدول ۵ و ۶). سپس پرسش نامه‌های تکمیلی و داده‌های حاصل از آن از طریق مدل معادلات ساختاری برای تعیین میزان بارهای عاملی و ضریب همبستگی معیارها توسط نرم افزارهای LISREL و SPSS مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت.

جدول ۵: سنجه‌ها و گویه‌های سنجش دل‌بستگی به مکان

دل‌بستگی به مکان (Place Attachmen)						
معیارها	کالبدی - بصری	عملکردی - فعالیتی	اجتماعی - فرهنگی	معنایی - ادراکی	شخصی - رفتاری	هویت مکانی
کد	Physical - Visual	Functional - Activities	Social - Cultural	Semantic - Perceptual	Personality - Behavior	Place Identity
گویه ۱ تا ۳	PV1	ویژگی‌های شهرسازانه و معماری				
	PV2	انطباق فضا با الگوهای رفتاری				
	PV3	مطلوبیت مشخصات بصری مکان				
گویه ۴ تا ۶	FA1	میزان مراجعه و حضور در مکان				
	FA2	ارضای نیازهای زیست محیطی				
	FA3	برگزاری مراسم، رویدادها و جشن‌ها				
گویه ۷ تا ۹			SC1	امکان تعاملات اجتماعی		
			SC2	مشارکت مردم در مکان		
			SC3	باقت اجتماعی		
گویه ۱۰ تا ۱۲				SP1	شاخص‌های هویت مندی فضا	
				SP2	قدمت مکان و قابلیت تجسم	
				SP3	خاطره انگیزی مکان	
گویه ۱۳ تا ۱۵					PB1	آشنایی با مکان
					PB2	طول مدت اقامت و حسن مردم واری
					PB3	گذشته تعاملی با مکان
گویه ۱۶ تا ۱۸						PI1
						PI2
						PI3

جدول ۶: سنجه‌ها و گویه‌های سنجش سرمایه‌ی اجتماعی

سرمایه‌ی اجتماعی (Social Capital)					
مشارکت اجتماعی	ارزش‌ها	شبکه‌های اجتماعی	اعتماد اجتماعی	هنجارها	
Social Participation	Values	Social Networks	Social Trust	Norms	
مشارکت در امور محلی	تعامل (تلقینی، عملی)	فعالیت‌های اجتماعی	اعتماد به مردم محله	مشارکت عمومی	گویه‌ها
مشارکت در مراسمات	پوششگی اجتماعی	شناخت همسایه‌ها	اعتماد به همسایگان	همکاری محله‌ای	
مشارکت فکری و مشورتی	ایثارگری اجتماعی	ارتباط فکری با نهادها	اعتماد به مردم محله	احساس تکلیف درونی	
مشارکت مالی	حمایت عاطفی، اقتصادی	ارتباط بین‌المللی محله	اعتماد به نهادهای محلی	احساس اثرگذاری و کارایی	
مشارکت عمومی	حمایت مالی	همکاری با اعضای خیرخواه	قابلیت اعتماد محیط	مسئولیت اجتماعی	
SP۱	V۱	SN۱	ST۱	N۱	کد
SP۲	V۲	SN۲	ST۲	N۲	
SP۳	V۳	SN۳	ST۳	N۳	
SP۴	V۴	SN۴	ST۴	N۴	
SP۵	V۵	SN۵	ST۵	N۵	

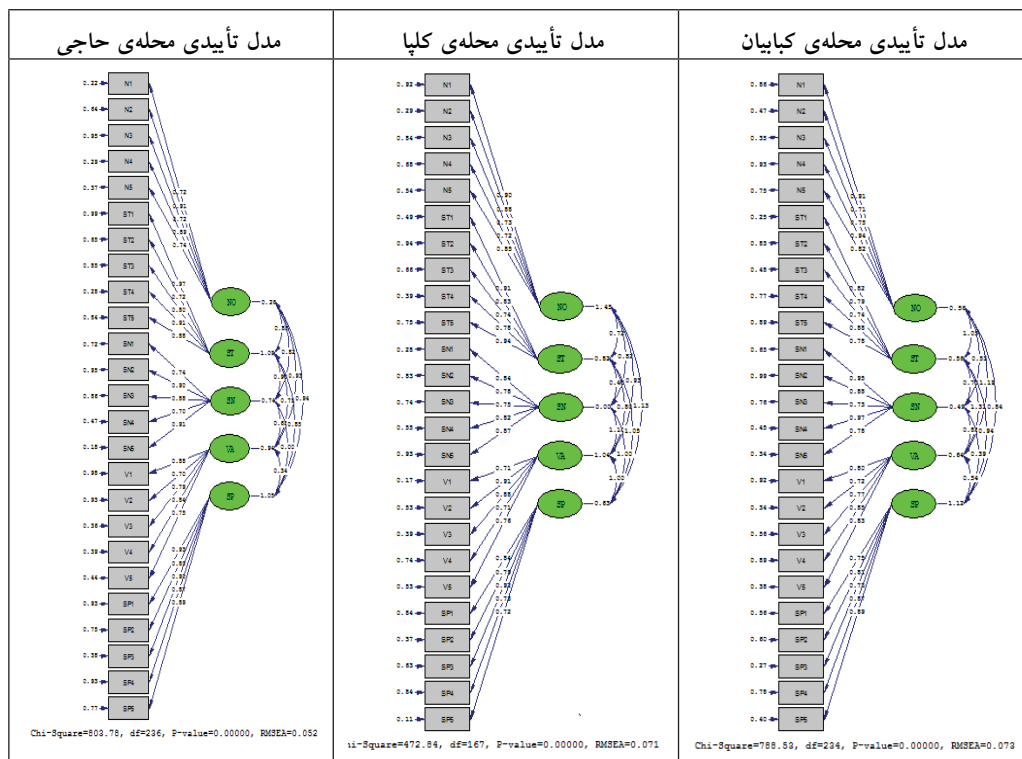
تحلیل مسیر با استفاده از شاخص‌های برازندگی الگوهای معادلات ساختاری

نرم افزار لیزرل ضمن آنکه ضرایب مجهول مجموعه‌ی معادلات ساختاری خطی را برآورد می‌کند؛ برای برازش مدل‌هایی که شامل متغیرهای مکنون، خطاهای اندازه‌گیری در هر یک از متغیرهای وابسته و مستقل، علیت دو سویه، هم‌زمانی و وابستگی متقابل است، طرح ریزی گردیده است. برای ارزیابی برازندگی الگوی معادلات ساختاری از چند شاخص استفاده می‌شود. این شاخص‌ها تعدادی بالغ بر ۳۲ شاخص هستند که به کمک آن‌ها می‌توان در باره‌ی کل مدل و قابل قبول بودن یا غیر قابل قبول بودن آن قضاوت نمود. اگر یکی از این شاخص‌ها قابل قبول نباشد دلیلی بر رد مدل نخواهد بود، بلکه نشان دهنده‌ی ضعف نسبی مدل است و این ضعف ممکن است ریشه در مسائل و مشکلاتی داشته باشد که از نمونه‌گیری، جمعیت نمونه یا عوامل دیگر نشأت گرفته است. در این پژوهش به منظور بررسی معناداری مدل، از سه شاخص مهم برازش استفاده شد؛ معنا داری کای اسکوئر (P) که مقدار کوچکتر از ۰/۰۵ آن نشان دهنده‌ی تأیید مدل اندازه‌گیری است؛ کای اسکوئر بهنجار شده (CMIN/DF) که مقدار بین ۱ تا ۵ آن، سبب تأیید مدل می‌شود؛ شاخص‌های برازش افزایشی (IFI)، توکر - لوئیس و برازش تطبیقی (CFI) که مقادیر بزرگتر مساوی ۰/۴ آن‌ها نشان دهنده‌ی قابل قبول بودن مدل است و در نهایت ریشه‌ی دوم مربعات خطای برآورد (RMSEA) که مقدار کوچکتر از ۰/۰۸ آن گویای معناداری مدل است (Vandenberg & Lance, ۲۰۰۰). همچنین از این شاخص‌ها برای بررسی برازش داده‌ها به مدل‌های ساختاری نیز استفاده شده است. جدول (۷) معنا داری مدل را بر اساس شاخص‌های ذکر شده نشان می‌دهد.

جدول ۷: بررسی معنا داری مدل

مدل	RMSEA	CMIN/DF	IFI	P	CFI
محله کبابیان	۰,۰۶۱	۴/۷۱	۰,۰۴۹	۰,۰۳۳	۰,۰۷۴
محله کلیا	۰,۰۴۹	۳/۴۹	۰,۰۵۷	۰,۰۲۶	۰,۰۶۵
محله حاجی	۰,۰۷۸	۴/۸۸	۰,۰۴۳	۰,۰۳۷	۰,۰۸۸

عوامل مؤثر و ضریب همبستگی شاخص‌های سرمایه‌ی اجتماعی در محلات مورد مطالعه نتایج تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های سرمایه‌ی اجتماعی نشان داد که مدل اندازه‌گیری عوامل این مولفه در سه محله‌ی کبابیان، کلیا و حاجی مناسب و کلیه‌ی اعداد و پارامترهای مدل معنادار است. همانگونه که مشاهده می‌شود کلیه‌ی گویه‌های سرمایه‌ی اجتماعی در محلات عددی بالاتر از ۰,۷۰ را کسب کرده‌اند و از لحاظ آماری معنادار بوده ($P > 0,05$) و دارای رابطه‌ی علی با معیارهای خود هستند که این معناداری پارامترها را تأیید می‌کند (شکل ۴).



شکل ۳: مدل تحلیل عاملی تأییدی و اندازه‌گیری عوامل مؤثر مؤلفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی در محلات مورد مطالعه

با توجه به داده‌های حاصل از مدل تأییدی و اندازه‌گیری مولفه‌های سرمایه اجتماعی (شکل ۴) می‌توان بارهای موثر و ضریب همبستگی معیارها را طبق جداول زیر ارائه کرد (جدول ۸ و ۹).

جدول ۸: بار گذاری عوامل مؤثر سرمایه‌ی اجتماعی در محلات سنتی شهر همدان

محلّه کلبیان			محلّه کلبا			محلّه حاجی		
معیار	شاخص‌ها	وزن	معیار	شاخص‌ها	وزن	معیار	شاخص‌ها	وزن
همبستگی	همکاری محلّه ای	۰,۹۱	همبستگی	همکاری محلّه ای	۰,۹۰	همبستگی	همکاری محلّه ای	۰,۷۲
	احساس تکلیف فردی	۰,۷۱		احساس تکلیف فردی	۰,۸۸		احساس تکلیف فردی	۰,۹۱
	احساس اثرگذاری و کارایی	۰,۷۵		احساس اثرگذاری و کارایی	۰,۷۳		احساس اثرگذاری و کارایی	۰,۷۲
	وساطت اجتماعی	۰,۹۴		وساطت اجتماعی	۰,۷۲		وساطت اجتماعی	۰,۸۹
	ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها	۰,۸۲		ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها	۰,۸۵		ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها	۰,۷۴
اعتماد اجتماعی	احساس امنیت و ایمنی	۰,۶۲	اعتماد اجتماعی	احساس امنیت و ایمنی	۰,۹۱	اعتماد اجتماعی	احساس امنیت و ایمنی	۰,۹۷
	اعتماد به همسایگان	۰,۷۹		اعتماد به همسایگان	۰,۸۳		اعتماد به همسایگان	۰,۷۲
	اعتماد به مردم محلّه	۰,۷۴		اعتماد به مردم محلّه	۰,۷۴		اعتماد به مردم محلّه	۰,۸۰
	اعتماد به نهادهای محلی	۰,۸۸		اعتماد به نهادهای محلی	۰,۷۸		اعتماد به نهادهای محلی	۰,۹۱
	قابلیت اعتماد محیط	۰,۷۸		قابلیت اعتماد محیط	۰,۹۴		قابلیت اعتماد محیط	۰,۸۸
شبکه‌های اجتماعی	شناخت همسایه‌ها	۰,۹۵	شبکه‌های اجتماعی	شناخت همسایه‌ها	۰,۸۵	شبکه‌های اجتماعی	شناخت همسایه‌ها	۰,۷۴
	ارتباط فکری با نهادها	۰,۸۸		ارتباط فکری با نهادها	۰,۷۸		ارتباط فکری با نهادها	۰,۹۰
	ارتباط بین اهالی محلّه	۰,۹۳		ارتباط بین اهالی محلّه	۰,۷۵		ارتباط بین اهالی محلّه	۰,۸۳
	همکاری با اعضای خانواده	۰,۹۷		همکاری با اعضای خانواده	۰,۸۲		همکاری با اعضای خانواده	۰,۷۰
	فعالیت‌های اجتماعی	۰,۷۵		فعالیت‌های اجتماعی	۰,۸۷		فعالیت‌های اجتماعی	۰,۹۱
ارزندی	تعامل (تلفنی، ملاقات)	۰,۵۰	ارزندی	تعامل (تلفنی، ملاقات)	۰,۷۱	ارزندی	تعامل (تلفنی، ملاقات)	۰,۸۸
	پیوستگی اجتماعی	۰,۷۲		پیوستگی اجتماعی	۰,۹۱		پیوستگی اجتماعی	۰,۷۰
	ایثارگری اجتماعی	۰,۷۷		ایثارگری اجتماعی	۰,۸۸		ایثارگری اجتماعی	۰,۷۹
	حمایت عاطفی، اقتصادی	۰,۸۵		حمایت عاطفی، اقتصادی	۰,۷۱		حمایت عاطفی، اقتصادی	۰,۸۴
	حمایت مالی	۰,۸۳		حمایت مالی	۰,۷۶		حمایت مالی	۰,۷۵

۰,۹۳	مشارکت در امور محلی	مشارکت در امور محلی	۰,۸۴	مشارکت در امور محلی	مشارکت در امور محلی	۰,۷۵	مشارکت در امور محلی	مشارکت در امور محلی
۰,۸۱	مشارکت در مراسمات		۰,۷۳	مشارکت در مراسم‌ها		۰,۸۱	مشارکت در مراسمات	
۰,۹۲	مشارکت فکری و مشورتی		۰,۹۲	مشارکت فکری و مشورتی		۰,۷۲	مشارکت فکری و مشورتی	
۰,۸۰	مشارکت مالی		۰,۷۸	مشارکت مالی		۰,۸۰	مشارکت مالی	
۰,۸۹	مشارکت عمومی		۰,۷۲	مشارکت عمومی		۰,۸۹	مشارکت عمومی	

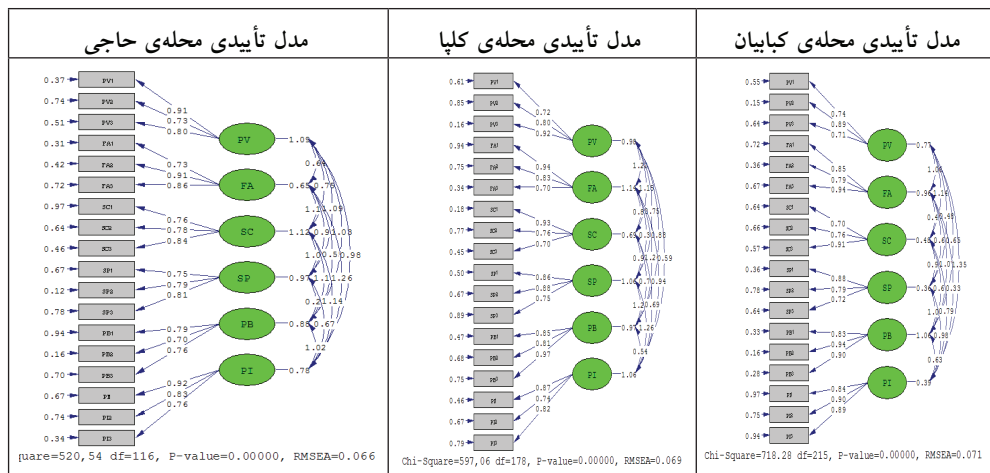
همانطور که در جدول بالا مشاهده می‌شود، شاخص‌های وساطت اجتماعی، اعتماد به نهادهای محلی، همکاری با اعضای خانواده، حمایت عاطفی و اقتصادی و مشارکت عمومی در محله‌ی کبایان و شاخص‌های همکاری محله‌ای، قابلیت اعتماد محیط، فعالیت‌های اجتماعی، پیوستگی اجتماعی و مشارکت فکری و مشورتی در محله‌ی کلپا و شاخص‌های احساس تکلیف فردی، احساس امنیت و ایمنی، فعالیت‌های اجتماعی، تعامل و مشارکت در امور محلی در محله‌ی حاجی بیشترین بار و وزن را نسبت به سایر شاخص‌های گروه خود در محله‌های مورد مطالعه داشته‌اند و از لحاظ آماری کلیه پارامترها معنادار بوده ($P > 0,05$) و دارای رابطه‌ی علی با معیارهای خود هستند. همچنین میزان ضریب همبستگی معیارهای اعتماد اجتماعی و ارزش‌ها با شدت همبستگی (۱,۲۱) در محله کبایان، معیار هنجارها با مشارکت اجتماعی (۱,۱۳) در محله‌ی کلپا و معیار اعتماد اجتماعی با شبکه‌های اجتماعی با شدت همبستگی (۰,۹۸) در محله‌ی حاجی بیش از سایر معیارها است (جدول ۹).

جدول ۹: شدت و ضریب همبستگی معیارهای سرمایه اجتماعی در محلات سنتی شهر همدان

محل	همبستگی معیارها	ضریب همبستگی	محل	همبستگی معیارها	ضریب همبستگی
محل	هنجارها - اعتماد اجتماعی	۰,۷۲	محل	هنجارها - اعتماد اجتماعی	۱,۰۱
	هنجارها - شبکه‌های اجتماعی	۰,۵۲		هنجارها - شبکه‌های اجتماعی	۰,۵۱
	هنجارها - ارزش‌ها	۰,۹۳		هنجارها - ارزش‌ها	۱,۱۴
	هنجارها - مشارکت اجتماعی	۱,۱۳		هنجارها - مشارکت اجتماعی	۰,۹۴
	اعتماد اجتماعی - شبکه‌های اجتماعی	۰,۴۰		اعتماد اجتماعی - شبکه‌های اجتماعی	۰,۷
	اعتماد اجتماعی - ارزش‌ها	۰,۵۱		اعتماد اجتماعی - ارزش‌ها	۱,۲۱
	اعتماد اجتماعی - مشارکت اجتماعی	۱,۰۵		اعتماد اجتماعی - مشارکت اجتماعی	۰,۸۴
	شبکه‌های اجتماعی - ارزش‌ها	۱,۱۱		شبکه‌های اجتماعی - ارزش‌ها	۰,۵۱
	شبکه‌های اجتماعی - مشارکت اجتماعی	۱,۰۰		شبکه‌های اجتماعی - مشارکت اجتماعی	۰,۳۹
ارزش‌ها - مشارکت اجتماعی	۱,۰۰	ارزش‌ها - مشارکت اجتماعی	۰,۵۴		
محل	هنجارها - اعتماد اجتماعی	۰,۵۱	محل	هنجارها - اعتماد اجتماعی	۰,۵۱
	هنجارها - شبکه‌های اجتماعی	۰,۵۷		هنجارها - شبکه‌های اجتماعی	۰,۵۷
	هنجارها - ارزش‌ها	۰,۹۳		هنجارها - ارزش‌ها	۰,۹۳
	هنجارها - مشارکت اجتماعی	۰,۹۴		هنجارها - مشارکت اجتماعی	۰,۹۴
	اعتماد اجتماعی - شبکه‌های اجتماعی	۰,۹۸		اعتماد اجتماعی - شبکه‌های اجتماعی	۰,۹۸
	اعتماد اجتماعی - ارزش‌ها	۰,۵۴		اعتماد اجتماعی - ارزش‌ها	۰,۵۴
	اعتماد اجتماعی - مشارکت اجتماعی	۰,۶۵		اعتماد اجتماعی - مشارکت اجتماعی	۰,۶۵
	شبکه‌های اجتماعی - ارزش‌ها	۰,۶۳		شبکه‌های اجتماعی - ارزش‌ها	۰,۶۳
	شبکه‌های اجتماعی - مشارکت اجتماعی	۰,۵۰		شبکه‌های اجتماعی - مشارکت اجتماعی	۰,۵۰
ارزش‌ها - مشارکت اجتماعی	۰,۳۴	ارزش‌ها - مشارکت اجتماعی	۰,۳۴		

عوامل موثر و ضریب همبستگی شاخص‌های دلبستگی به مکان در محلات مورد مطالعه

همانطور که در شکل ۴ نشان داده شده است، کلیه‌ی شاخص‌های مولفه‌ی دلبستگی به مکان در محلات مورد مطالعه معنادار بوده و عددی بالاتر از ۰,۷۰ را کسب کرده اند. همچنین از لحاظ معناداری کای اسکوئر (P) که مقدار کوچکتر از ۰,۰۵ آن نشان دهنده‌ی تأیید مدل اندازه گیری است؛ تمامی بارهای عاملی از لحاظ آماری معنادار بوده ($P > 0,05$) و دارای رابطه‌ی علی با معیارها هستند.



شکل ۵: مدل تحلیل عاملی تأییدی و اندازه‌گیری عوامل موثر دل‌بستگی به مکان در محلات مورد مطالعه. مأخذ: یافته‌های تحقیق ۱۳۹۴

با توجه به مدل‌های تحلیلی دل‌بستگی به مکان در محلات مورد مطالعه (شکل ۵)، مشاهده می‌شود که شاخص‌های انطباق فضا با الگوهای رفتاری با وزن (۰,۸۹)، برگزاری مراسم، رویدادها، جشن‌ها (۰,۹۴)، بافت اجتماعی (۰,۹۱)، هویت مندی فضا (۰,۸۸)، طول مدت اقامت و حس مردم‌واری (۰,۹۴) و خاطرات و رویدادهای مهم با وزن (۰,۹۰) در محله‌ی کبایان و شاخص‌های مطلوبیت مشخصات بصری مکان با وزن (۰,۹۲)، میزان مراجعه و حضور در مکان (۰,۹۴)، امکان تعاملات و ارتباطات اجتماعی (۰,۹۳)، قدمت مکان و قابلیت تجسم (۰,۸۸)، گذشته تعاملی با مکان (۰,۹۷) و عزت نفس با وزن (۰,۸۷) در محله‌ی کلپا و شاخص‌های ویژگی‌های شهرسازانه و معمارانه با وزن (۰,۹۱)، ارضای نیازهای زیست محیطی (۰,۹۱)، بافت اجتماعی (۰,۸۴)، خاطره‌انگیزی مکان (۰,۸۱)، شاخص آشنایی با مکان با وزن (۰,۷۹) و عزت نفس با وزن (۰,۹۲) بیشترین وزن را نسبت به محله‌های مورد مطالعه در بین گروه‌های خود کسب کرده‌اند (جدول ۱۰).

جدول ۱۰: بار گذاری عوامل مؤثر دل‌بستگی به مکان در محلات سنتی شهر همدان

محله کیبایان		محله کلیا		محله حاجی	
معیار	شاخص‌های کلیدی	وزن	معیار	شاخص‌های کلیدی	وزن
کابندی - بصری	ویژگی‌های شهرسازانه و معماری	۰,۷۴	کابندی - بصری	ویژگی‌های شهرسازانه و معماری	۰,۷۲
	انطباق فضا با الگوهای رفتاری	۰,۸۹		انطباق فضا با الگوهای رفتاری	۰,۸۰
	مطلوبیت مشخصات بصری مکان	۰,۷۱		مطلوبیت مشخصات بصری مکان	۰,۹۲
عملکردی - فعالیت	میزان مراجعه و حضور در مکان	۰,۸۵	عملکردی - فعالیت	میزان مراجعه و حضور در مکان	۰,۹۴
	ارضای نیازهای زیست محیطی	۰,۷۹		ارضای نیازهای زیست محیطی	۰,۸۳
	برگزاری مراسم، رویدادها	۰,۹۴		برگزاری مراسم، رویدادها	۰,۷۰
اجتماعی - فرهنگی	امکان تعاملات و ارتباطات اجتماعی	۰,۷۰	اجتماعی - فرهنگی	امکان تعاملات و ارتباطات اجتماعی	۰,۹۳
	مشارکت مردم در مکان	۰,۷۶		مشارکت مردم در مکان	۰,۷۶
	بافت اجتماعی	۰,۹۱		بافت اجتماعی	۰,۷۰
معنایی - ادراکی	هویت مندی فضا	۰,۸۸	معنایی - ادراکی	هویت مندی فضا	۰,۸۶
	قدمت مکان و قابلیت تجسم	۰,۷۹		قدمت مکان و قابلیت تجسم	۰,۸۸
	خاطره انگیزی مکان	۰,۷۲		خاطره انگیزی مکان	۰,۷۵
شخصی - رفتاری	آشنایی با مکان	۰,۸۳	شخصی - رفتاری	آشنایی با مکان	۰,۸۵
	طول مدت اقامت و حس مردم واری	۰,۹۴		طول مدت اقامت و حس مردم واری	۰,۸۱
	گذشته تعاملی با مکان	۰,۹۰		گذشته تعاملی با مکان	۰,۹۷
هویت مکان	عزت نفس	۰,۸۴	هویت مکان	عزت نفس	۰,۸۷
	خاطرات و رویدادهای مهم	۰,۹۰		خاطرات و رویدادهای مهم	۰,۷۴
	نمادها و نشانه‌ها	۰,۸۹		نمادها و نشانه‌ها	۰,۸۲

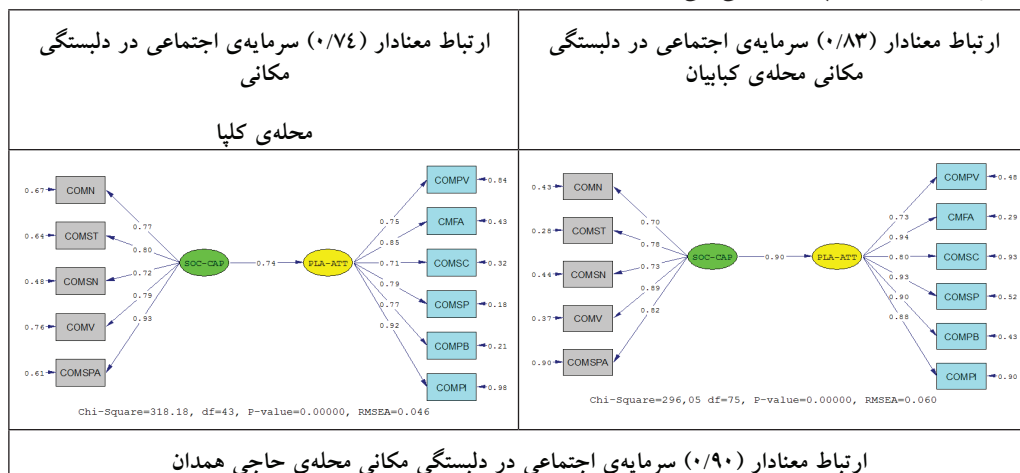
با توجه به مدل‌های عاملی تأییدی دل‌بستگی به مکان (شکل ۵)، مشاهده می‌شود که میزان ضریب همبستگی معیار کالبدی - بصری با هویت مکانی با شدت همبستگی (۱,۳۵) در محله کبایان، معیار معنایی - ادراکی با کالبدی - بصری (۱,۲۶) در محله کلیا و معیار اجتماعی - فرهنگی با هویت مکانی با شدت همبستگی (۱,۱۴) در محله حاجی بیش از سایر معیارها می‌باشد (جدول ۱۱).

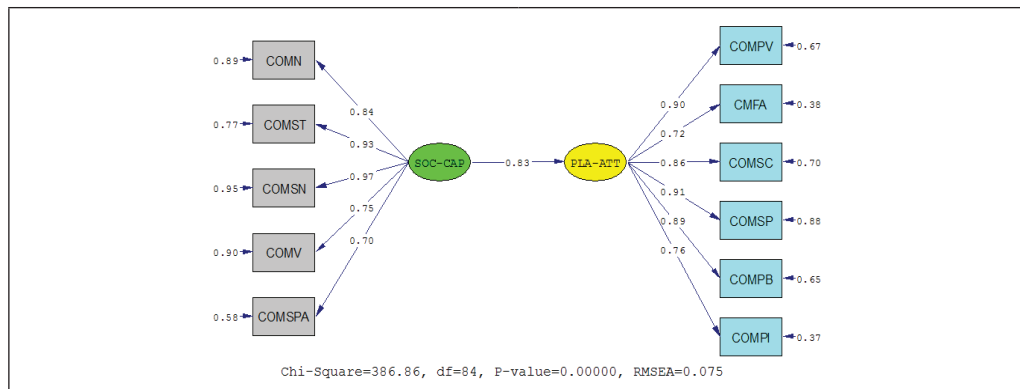
جدول ۱۱: شدت و ضریب همبستگی معیارهای مولفه دل‌بستگی به مکان در محلات مورد مطالعه

محل	همبستگی معیارها	ضریب همبستگی	محل	همبستگی معیارها	ضریب همبستگی	محل	همبستگی معیارها	ضریب همبستگی
محل کبایان	کالبدی - بصری با هویت مکانی	۱,۳۵	محل کلیا	معنایی - ادراکی با کالبدی - بصری	۱,۲۶	محل حاجی	اجتماعی - فرهنگی با هویت مکانی	۱,۱۴

تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی در دل‌بستگی به مکان در محلات سنتی

همانطور که در شکل (۶) نشان داده شده است. ضریب و میزان تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی در دل‌بستگی مکانی ساکنین محلات در محله‌ی کبایان برابر با (۰,۹۰)، در محله‌ی کلیا (۰,۷۴) و در محله‌ی حاجی برابر با (۰,۸۳) است. همچنین با توجه به میزان $RMSEA = 0,06$ و $RMSEA = 0,067$ و $RMSEA = 0,075$ ، رابطه بین سرمایه اجتماعی و دل‌بستگی مکانی در محلات مورد تأیید قرار گرفت. در واقع نمودارهای زیر حاکی از این است که بین سرمایه‌ی اجتماعی محلات و دل‌بستگی به مکان در محله‌ی کبایان، حاجی و کلیا رابطه علی و مستقیم وجود دارد، به طوری که با افزایش مقدار سرمایه‌ی اجتماعی و شاخص‌های آن در محلات شهری، دل‌بستگی به مکان نیز افزایش می‌یابد. این ارتباط در محله‌ی کبایان قویتر از دو محله کلیا و حاجی می‌باشد.





شکل ۶: مدل تحلیل عامل تاییدی و تعیین رابطه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی در دلبستگی به مکان در محلات سنتی شهر همدان

نتیجه گیری

در این پژوهش وضعیت سرمایه‌ی اجتماعی و دلبستگی مکانی و ارتباط سرمایه‌ی اجتماعی در دلبستگی به مکان در محلات قدیمی و سنتی شهر همدان مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌های تحقیق نشان دهنده‌ی وضعیت مناسب این محلات قدیمی از لحاظ شاخص‌های سرمایه‌ی اجتماعی و دلبستگی به مکان است. به طوری که این محلات با وجود گذشت زمان توانسته اند به عنوان محلاتی با هویت و متمایز از سایر محلات ماهیت خود را حفظ نمایند. در این محلات ساکنان نوعی احساس تعلق عاطفی و ابراز احساس خوشایندی از ساکن بودن در محلات مزبور را دارند و محلات و مکان زندگی خود را نسبت به سایر محلات ترجیح می‌دهند. در این محلات شاخص‌هایی چون همکاری محله‌ای، پیوستگی اجتماعی، مشارکت در امور محلی، احساس امنیت و ایمنی، اعتماد و تعامل، هویت مندی فضا، خاطرات و رویدادهای مهم، قدمت مکان و قابلیت تجسم، گذشته تعاملی با مکان، عزت نفس و آشنایی با مکان در حد بالایی قرار دارند. همچنین ضریب و شدت همبستگی معیارهایی اعتماد اجتماعی با ارزش‌ها (۱/۲۱)، معیار هنجارها با مشارکت اجتماعی (۱/۱۳) و اعتماد اجتماعی با شبکه‌های اجتماعی (۰/۹۸) در مؤلفه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی و معیارهای کالبدی - بصری با هویت مکانی (۱/۳۵)، معنایی - ادراکی با کالبدی - بصری (۱/۲۶) و معیار اجتماعی - فرهنگی با هویت مکانی (۱/۱۴) در مؤلفه‌ی دلبستگی به مکان بیشترین ضریب را نسبت به سایر معیارها داشته اند.

نتایج تحلیل نشان دهنده‌ی تأثیر معنادار سرمایه اجتماعی در دلبستگی به مکان در محلات مورد مطالعه است. در این محلات پیوندهای اجتماعی بین ساکنان محلات در حد بالایی قرار دارد و این ارتباط و تعامل اجتماعی سبب ارتقای دلبستگی و تعلق بالای ساکنان نسبت به محلات خود شده است. در سه محله‌ی مورد مطالعه مؤلفه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی ارتباط مستقیم و علی با مؤلفه‌ی دلبستگی به

مکان دارد؛ به طوری که با افزایش شاخص‌های سرمایه‌های اجتماعی محلات، دلبستگی مکانی ساکنان نیز در محلات مورد مطالعه افزایش می‌یابد. با توجه به این نکته می‌توان بیان داشت که برای داشتن محله‌هایی با هویت و یکپارچه مستلزم داشتن عوامل و سرمایه‌های اجتماعی نسبت به محله، مکان و فضاهاى شهری است. بنابراین در روند شکل‌گیری دلبستگی به مکان در محلات شهری دو عنصر اصلی انسان و مکان از طریق عنصر سوم ارزش‌های اجتماعی یک مکان، به لحاظ عاطفی و عملکردی، وارد یک فرآیند می‌گردند که در این فرآیند عامل چهارم یا زمان نیز قابل طرح می‌باشد. گذشته‌ی تعاملی با مکان، خاطرات و رویدادها، طول مدت آشنایی افراد با یک مکان، میزان حضور و استفاده از آن و خاطره‌انگیزی مکان از جمله عواملی هستند که می‌توان به نقش زمان در فرآیند دلبستگی به مکان اشاره کرد. با این اوصاف در فرآیند دلبستگی به مکان چهار عامل، انسان، مکان، ارزش‌های اجتماعی مکان و زمان به عنوان بعد چهارم تأثیر گذار هستند که می‌بایست در طراحی مکان‌ها و ارتقای دلبستگی مکانی افراد مورد توجه قرار گیرد.

منابع

۱. اجتهادی، مصطفی. (۱۳۸۶). سرمایه‌ی اجتماعی. فصلنامه‌ی علوم انسانی، شماره‌ی ۵۳، صص ۱۲-۱.
۲. امیرکافی، مهدی. فتحی، شکوفه (۱۳۹۰). بررسی عوامل موثر بر دلبستگی به محله‌ی مسکونی (مطالعه‌ی موردی: شهر کرمان). نشریه‌ی مطالعات اجتماعی ایران، دوره‌ی پنجم، شماره‌ی ۱.
۳. پیربائی، محمد تقی، قره بگلو، مینو، علی نام، زهرا. (۱۳۹۴). بررسی فرآیند دلبستگی به مکان در مطالعات شهری با رویکرد روان شناختی، فصلنامه‌ی تازه‌های علوم شناختی، سال هفدهم، شماره‌ی ۱.
۴. پیربایی، محمد تقی و سجادزاده، حسن. (۱۳۹۰). تعلق جمعی به مکان تحقق سکونت اجتماعی در محله‌ی سنتی، نشریه باغ نظر، شماره ۱۶.
۵. توسلی، غلام عباس. (۱۳۸۴). سرمایه‌ی اجتماعی، ثروت نامرئی، نشریه حیات اقتصادی.
۶. جعفری بهمن، محمد علی، خانیان، مجتبی (۱۳۹۱). مشکل یابی طرح‌های جامع از دیدگاه رفتاری و مقایسه آن با وضع موجود به روش چیدمان فضا (Space Syntax)، نمونه موردی محله کبایان شهر همدان. نشریه معماری و شهرسازی آرمان شهر، شماره ۹.
۷. خاکپور، براتعلی و دیگران. (۱۳۸۸)، نقش سرمایه‌ی اجتماعی در توسعه پایدار محله‌ای، مجله جغرافیا و توسعه‌ی ناحیه‌ای، شماره ۱۲، صص ۸۱-۵۵.
۸. دادپور، سارا. (۱۳۹۱). راهکارهای افزایش سرمایه‌ی اجتماعی در مقیاس خرد در انطباق با اهداف طراحی شهری، ماهنامه طاق، شماره ۶۳، صص ۳۲-۳۵.
۹. دانشپور، سید عبدالهادی. سپهری مقدم، منصور و چرخیان، مریم. (۱۳۸۸). تبیین مدل "دلبستگی به مکان" و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن. نشریه هنرهای زیبا، معماری و شهرسازی، شماره ۳۸، صص ۳۷-۴۸.
۱۰. رهنما، محمد رحیم. رضوی، محمد محسن. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر حس تعلق مکانی بر سرمایه اجتماعی و مشارکت در محلات شهر مشهد، نشریه هنرهای زیبا - معماری و شهرسازی، دوره ۱۷، شماره ۲، صص ۲۹-۳۶.
۱۱. زنگنه، یعقوب. حسین آبادی، سعید. روشندل، تکتیم و نبی پور، رضا. (۱۳۹۳). تأثیر تعلق مکانی و سرمایه اجتماعی بر بهسازی مشارکتی محلات قدیمی، نمونه موردی: محله سرده سبزوار، نشریه پژوهش و برنامه ریزی شهری، سال ۵، شماره ۱۹.
۱۲. سعادت، رحمان. (۱۳۸۵)، تخمین سطح و توزیع سرمایه‌ی اجتماعی استان‌ها، فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۲ صص ۱۹۷ - ۱۷۳.
۱۳. سجادزاده، حسن. (۱۳۹۲). نقش دلبستگی به مکان در هویت بخشی به میدان‌های شهری (نمونه‌ی موردی، میدان آرامگاه شهر همدان). نشریه باغ نظر، سال ۱۰، شماره ۲۵، صص ۷۹-۸۸.

۱۴. شکوهی دولت‌آبادی، محمود. مسعود، محمد. (۱۳۸۹). پیاده راه عاملی برای افزایش سرمایه‌ی اجتماعی، نشریه علمی - پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، شماره ۱.
۱۵. غیاثوند، الهام. (۱۳۸۸)، تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کیفیت زندگی ساکنان محلات شهری، فصلنامه مهندس مشاور، شماره ۴۵.
۱۶. فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹) پایان‌نظم، سرمایه‌ی اجتماعی و حفظ آن. ت: غلامعباس توسلی، تهران، انتشارات جامعه ایرانیان.
۱۷. فیروزآبادی، احمد و حسین ایمانی (۱۳۸۵)، سرمایه‌ی اجتماعی و توسعه. فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۲۳، صص ۲۲۴ - ۱۹۷.
۱۸. فلاحت، محمد صادق. (۱۳۸۵). مفهوم حس مکان و عوامل تشکیل دهنده آن، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۶، صص ۵۷ - ۶۶.
۱۹. مرصوصی، نفیسه و خدادادی، رضا (۱۳۹۴). نقش سرمایه‌های اجتماعی در توسعه‌ی شهری با تأکید بر کیفیت زندگی شهر زنجان، نشریه مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال ۶، شماره ۲۴، صص ۱۷۵-۱۹۲.

20. Altman, I. and Low, S. M.)1992(. Place Attachment: A Conceptual Inquiry, Plenum Press, New York.
21. Brocato, Elisabeth Deanne (2006). Place attachment: An investigation of environmentscontext, Dissertation Proposal Presented to the Faculty of the Graduate School of The University of Texas at Arlington in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy.
22. Eileen Humphreys and Donal A. Dinee (2007). Evaluation of Social Capital in Limerick City & Environs. Prepared for: Health Service Executive Mid-West Area and Limerick City Development Board. Limerick, January.
23. Giuliani, M.V. and Feldman, R. (1993), "Place Attachment in a Developmental and Cultural Vontext", Journal of Environmental Psychology, 13, 267-274.
24. Hidalgo MC, Hernandez B.)2001(. Place attachment: Conceptual and empirical questions. Journal of Environmental Psychology; 21:273-81.
25. ICCHS and Bradley Research & Consulting (BR&C). (2009). Sense of Place and Social Capital and the Historic Built Environment. London: International Centre for Cultural and Heritage Studies, Report of Research for English Heritage.
26. Kyle, G.; Graefe, A. & Manning, R.)2005("Testing the dimensionality of place attachment in recreational settings," Environment and Behavior, 37, 153-177.
27. Leyden, M. Kevin (2003) Social Capital and the Built Environment: The Importance of Walkable Neighborhoods, American Journal of Public Health, 93 (9): 1546-1551.

28. Lin, N. (2002) Social capital: A theory of social structure and action, Cambridge University Press.
29. Lewicka, M. (2011) "Place attachment: how far have we come in the last 40 years?" *Journal of Environmental Psychology*, 31, 207-230.
30. OECD (2001). *The Well-being of Nations: The Role of Human and Social Capital*. Paris, OECD.
31. Putnam, R. (1993). *The Prosperous Community: Social Capital and Public Life*. *American Prospect*: 35-42.
32. Putnam, R.D. (2002), *Democracies in Flux: The Evolution of Social Capital in Contemporary Society*, Oxford University Press, USA.
33. Payton, Michelle Angela Payton (2003), *Influence of Place Attachment and Social Capital on Civic Action: A Study at Sherburne National Wildlife Refuge*, master's thesis of Natural Resources Science and Management Program, University of Minnesota, June.
34. Perkins, Douglas D. and D. Adam Long (2002) "Neighborhood Sense of Community and Social Capital: A Multi-Level Analysis", in A. T. Fisher, C. C. Sonn and B. J. Bishop (Eds.), *Psychological Sense of Community*, New York: Kluwer Academic / Plenum Publishers: 291-318.
35. Trentelman, C. K. (2009) "Place Attachment and Community Attachment: A Primer Grounded in the Lived Experience of a Community Sociologist," *Society and Natural Resources: An International Journal*, 22(3), 191-210.
36. Taylor, Ralph B. (1996) "Neighborhood Responses to Disorder and Local Attachment: The Systemic Model of Attachment, Social Disorganization, and Neighborhood Use Value", *Sociological Forum*, 11 (1): 41-74.
37. Schreyer, R., Jacob, G., and White, R. (1981), "Environmental Meaning as a Determinant of Spatial Behavior in Recreation", In J. Frazier and B. Epstein (Eds.), *Proceedings of the Applied Geography Conferences*, Binghamton, Dept. of Geography, SUNY Binghamton, 294-300.
38. Vadenberg, R. Lance. C (2000) *A Review and Synthesis of the Measurement Invariance Literature: Suggestions, Practices, and Recommendations for Organizational Research*. *Organizational Research Methods*. January 2000, 3: pp 4-70.
39. Williams, D.R., and Vaske, J.J. (2003), "The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach", *Forest Science*, 49:6, 830-840.