

Identifying determinant factors of place attachment in the coastal city of Bandar-Anzali

Aliakbar Salaripour¹ - Department of Urban Planning, Faculty of Art & Architecture, University of Guilan, Rasht, Iran.

Zahra Seifreihani - Department of Urban Planning, Faculty of Art & Architecture, University of Guilan, Rasht, Iran.

Narges Taleb valialah - Department of Urban Planning, Faculty of Art & Architecture, University of Yazd, Yazd, Iran.

Received: 01 December 2022 Accepted: 15 July 2023

Highlights

- The present study endeavors to establish a comprehensive catalog of both positive and negative factors that impact the attachment to a specific place.
- These factors were examined across diverse locations and geographic scales.
- Aesthetic factors, positive memories, and emotions exert the most positive influence on the development of attachment to a place
- The inefficiency of urban management, negative sentiments, and economic recession exert the most adverse impact on the formation of attachment to a place.

Extended abstract

Introduction

The intricate relationship between individuals and their surroundings is a dynamic interplay of positive and negative factors that either foster or hinder attachment to a place. This study delves into the multifaceted nature of place attachment in the coastal city of Bandar-Anzali, seeking to establish a nuanced understanding of the factors at play.

Theoretical Framework:

The concept of "place" extends beyond physical spaces to encompass the meaningful connections people form through experiences and ideas. While spatial identity, attachment, and dependence are frequently discussed, there lacks a comprehensive exploration of the myriad factors influencing them across diverse places and geographical scales. This research bridges this gap by creating an extensive list of factors affecting place attachment.

Methodology:

Employing a qualitative-quantitative combined approach, this study utilized thematic analysis to scrutinize interview texts. The sample size, determined by theoretical saturation, involved 89 interviews conducted through purposive sampling. Participants were asked to provide photos of places to which they felt attached, forming the basis for individual in-depth interviews. Four key questions explored the detailed description of the place, the reasons for attachment, motivations for returning or not, and factors strengthening or weakening attachment. Thematic analysis was independently conducted by researchers, resulting in 23 positive and 7 negative factors.

Results and Discussion:

The research identified 23 positive factors, including memories, similarity, positive feelings, security, balance of city and nature, connection with nature, sensory richness, and aesthetic considerations. Negative factors encompassed

¹ Responsible author: salaripour@guilan.ac.ir

environmental damage, economic stagnation, inefficiency of urban management, loneliness, societal ignorance, neglect of cultural activities, and negative emotions. Recreational spaces, homes, neighborhoods, commercial places, object spaces, cultural-educational-administrative uses, and social places emerged as the most frequented locations. Aesthetic factors, memories, and positive emotions wielded the most positive influence, while inefficiency of urban management, negative emotions, and economic stagnation exerted the strongest negative impact on place attachment.

Conclusion:

This research identifies key factors influencing attachment to a place. Aesthetic elements, memories, and positive emotions positively impact attachment, while urban mismanagement, negative emotions, and economic stagnation have a negative influence. Recreational spaces, homes, and neighborhoods are the most frequented places. Aesthetic considerations are particularly emphasized in images of recreational and commercial spaces. Social places highlight memories, positive emotions, aesthetics, and age as significant factors. The inefficiency of urban management is evident in images from urban neighborhoods, while symbols of Bandar Anzali city dominate urban space photos. Ambient spaces, such as multi-story houses and seaside paths, are the most common settings, with aesthetics holding the highest frequency in environmental spaces. Despite increasing interest in place attachment, the study reveals a need for further exploration of these factors. This research serves as a foundational step for future investigations in this area.

Keywords:

Place attachment, Qualitative-quantitative combined method, Thematic analysis, Coastal city of Bandar-Anzali.



Citation: Salaripour, A., Seifreihani, Z., Taleb Valialah, N. (2024). Identifying determinant factors of place attachment in the coastal city of Bandar-Anzali, Motaleate Shahri, 13(49), 65–78. <https://doi.org/10.22034/urbs.2023.62798.90>.

Copyrights:

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to Motaleate Shahri. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.



تبیین عوامل شکل دهنده‌ی دل‌بستگی به مکان در شهر ساحلی بندرانزلی

علی اکبر سالاری پورا^۱ - دانشیار گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.
 زهرا سیف ریحانی - دانشجوی دکتری، گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.
 نرگس طالب ولی‌اله - دانشجوی دکتری، گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه یزد، یزد، ایران.

تاریخ دریافت: ۲۹ آذر ۱۴۰۱ تاریخ پذیرش: ۲۴ اسفند ۱۴۰۱

چکیده

همان‌طور که مؤلفه‌هایی هستند که از دل‌بستگی به مکان تأثیر می‌پذیرند، مؤلفه‌هایی هم وجود دارند که بر دل‌بستگی به مکان تأثیر می‌گذارند. پژوهش حاضر سعی بر آن دارد تا عوامل مثبت و منفی تأثیرگذار بر دل‌بستگی به مکان را تعیین نماید. به منظور دستیابی به هدف پژوهش، از روش ترکیبی کیفی-کمی بهره گرفته شده است. همچنین تصاویر گردآوری شده، بر اساس نوع مکان و مقیاس جغرافیایی دسته بندی شدند. در پژوهش حاضر، ۲۳ عامل مثبت (خاطرات، شباهت، نماد، احساسات مثبت، آرامش، راحتی، امنیت، تعادل شهر و طبیعت، ارتباط با طبیعت، بوی مطلوب، چشایی، لامسه، شنوایی، زیبایی شناختی، هویت منحصر به فرد، پشتیبانی از علایق، موقعیت مکانی، نوع مسکن، رشد شخصی، حفظ میراث گذشته، حریم خصوصی، قدمت و انسجام اجتماعی) و هفت عامل منفی (آسیب دیدن محیط زیست، رکود اقتصادی، ناکارآمدی مدیریت شهری، تنهایی، ناآگاهی و بی توجهی به جامعه، فراموش شدن فعالیت‌های فرهنگی و احساسات منفی) تأثیرگذار بر دل‌بستگی به مکان شناسایی شد. نتایج حاصل از پژوهش بیان می‌دارد که عوامل زیبایی شناختی، خاطرات و احساسات مثبت بیشترین تأثیر مثبت را بر دل‌بستگی به مکان و ناکارآمدی مدیریت شهری، احساسات منفی و رکود اقتصادی بیشترین تأثیر منفی را بر دل‌بستگی به مکان می‌گذارند. فضای تفریحی، خانه، محله، مکان تجاری، فضای شی، کاربری‌های فرهنگی، آموزشی، اداری و مکان اجتماعی، به ترتیب، بیشترین میزان فراوانی را کسب نمودند. فضای محیطی، رایج‌ترین نوع مکان بود که شامل مکان‌هایی مانند خانه چند طبقه، مسیر کنار دریا، بازار و غیره می‌شود. مدیریت شهری می‌تواند با مورد توجه قرار دادن عوامل مثبت و منفی، میزان دل‌بستگی شهروندان به شهر را افزایش دهد.

واژگان کلیدی: دل‌بستگی به مکان، روش ترکیبی کیفی-کمی، تحلیل موضوعی، شهر ساحلی بندرانزلی.

نکات برجسته

- پژوهش حاضر در جهت ایجاد لیستی جامع از عوامل مثبت و منفی تأثیرگذار بر دل‌بستگی به مکان اقدام کرده است.
- این عوامل برای طیف وسیعی از مکان‌ها و مقیاس‌های جغرافیایی مورد بررسی قرار گرفت.
- عوامل زیبایی شناختی، خاطرات و احساسات مثبت بیشترین تأثیر مثبت را بر دل‌بستگی به مکان می‌گذارند.
- ناکارآمدی مدیریت شهری، احساسات منفی و رکود اقتصادی بیشترین تأثیر منفی را بر دل‌بستگی به مکان می‌گذارند.

۱. مقدمه

یکی از مهم‌ترین مباحث حوزه روان‌شناختی رابطه فرد با محیط پیرامونی‌اش است که امروزه با توجه به تغییرات بنیادی شهرها همچون گسترش حمل و نقل، جهانی شدن و... اهمیت مفهوم دل‌بستگی به مکان شفاف‌تر می‌نماید. این مفهوم که به طور کلی به عنوان یک رابطه عاطفی بین یک فرد و یک مکان مشخص تعریف شده است (Hinojosa, et al., 2016: 310 Lewicka, 2011: 212 & al., 2022: 194). به عبارتی، ایجاد دل‌بستگی به مکان باعث هماهنگی فرد و محیط، بهره‌برداری بهتر از محیط، رضایت استفاده‌کنندگان و در نهایت احساس تعلق آنها به محیط، تداوم حضور و حتی سبب کاهش مهاجرت از آن مکان می‌شود. اما نتایج سرشماری‌های رسمی و آمارهای مهاجرتی در ایران حاکی از این است که با گذشت زمان سهم جمعیت شهرهای میانی و کوچک در کل جمعیت ایران رو به کاهش نهاده و بسیاری از این شهرهای کشور خالی از سکنه شده‌اند. همچنین به لحاظ اجتماعی، دل‌بستگی به مکان زمینه‌ساز مساعدی فراهم می‌کند تا ساکنان بر امور جاری و محلی نظارت گسترده‌تری داشته باشند، با علاقه و آفری به مسائل اجتماعی پیرامون خود بپردازند، برای حل آنها به عمل جمعی مبادرت کنند و با تهدیدات محیطی مقابله نمایند (Perkins Long, 2002: 294; Comstock, Scannell, & Gifford, 2010: 2; et al., 2010: 436). بنابراین دل‌بستگی علاوه بر ایجاد حس تعلق و معنا بخشیدن به زندگی فرد، سبب بروز رفتارهای پاسخگو و متعهد در قبال مکان می‌گردد و می‌تواند رفتارهای محیطی را نیز ارتقا بخشد (Korbin & Vask, 2001: 16). در نتیجه توجه به این نکته حائز اهمیت است که در روند شکل‌گیری دل‌بستگی به مکان همچنین خاطره انگیزی آن، دو عنصر انسان و مکان از طریق عنصر سوم تعامل انسان و مکان به لحاظ شناختی، عاطفی و عملکردی، وارد یک فرآیند می‌گردند که در این فرآیند زمان به عنوان عامل چهارم قابل طرح است. بر این منوال، مکان، آن هنگام معنا پیدا می‌کند که درکی حسی در بستری از عناصر کالبدی، ارتباطات و نیز زمان، از آن صورت گرفته و تصویری ذهنی از خود به جای گذاشته باشد. در این میان بندرانزلی یکی از شهرستان‌های میانی استان گیلان و مرکز آن شهر بندرانزلی است که به دلیل ارتباط با کشور شوروی سابق و نزدیکی به نقاط پرجمعیت و مراکز مهم تجاری و صنعتی ایران، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که ضمن تماس دریایی با بنادر شوروی در ساحل خزر، از راه کانال ولگا - دن و دریای سیاه با بنادر تجاری و بین‌المللی کشورهای مختلف اروپایی نیز ارتباط دارد. این در حالی است که امروزه بی‌توجهی به ابعاد و مؤلفه‌های مکانی و انسانی و در نتیجه غفلت از وابسته کردن مراکز شهری ساحلی باعث تقلیل میزان حضور، عدم وفاداری شهروندان، کاهش دل‌بستگی مکانی، کم‌رنگ شدن تصویر ذهنی و خالی شدن مکان‌ها از افراد شده و این موضوع تداوم حیات مراکز شهرهای ساحلی را با بحران روبه‌رو کرده است. بنابراین شناسایی و اکتشاف فاکتورهای اثرگذار در ایجاد و ارتقای دل‌بستگی به شهرهای ساحلی نظیر بندرانزلی می‌تواند به بهبود شرایط عاطفی، روحی و روانی شهروندان کمک نماید. همچنین لازم به یادآوری است که اکثر پژوهش‌های صورت گرفته با استفاده

از رویکرد کمی و اغلب به تبیین عوامل کالبدی اثرگذار بر دل‌بستگی و عموماً متوجه شهرها بوده‌اند. پژوهش حاضر با هدف واکاوی و یافتن عوامل مؤثر بر کاهش یا افزایش دل‌بستگی بر شهر بندرانزلی با استفاده از فن عکاسی و مصاحبه‌های عمیق و شناسایی کدهای اولیه و سپس محورهای مقوله‌ها پرداخته است. بنابراین می‌توان گفت پژوهش حاضر در راستای دستیابی به پاسخ سؤال کدام عوامل درک شده‌ای توسط شهروندان بندرانزلی بر دل‌بستگی آنان نسبت به شهرشان تأثیر گذار است؟ و این عوامل چگونه می‌توانند بر کاهش و یا افزایش حس دل‌بستگی به بندرانزلی ایفای نقش کنند؟

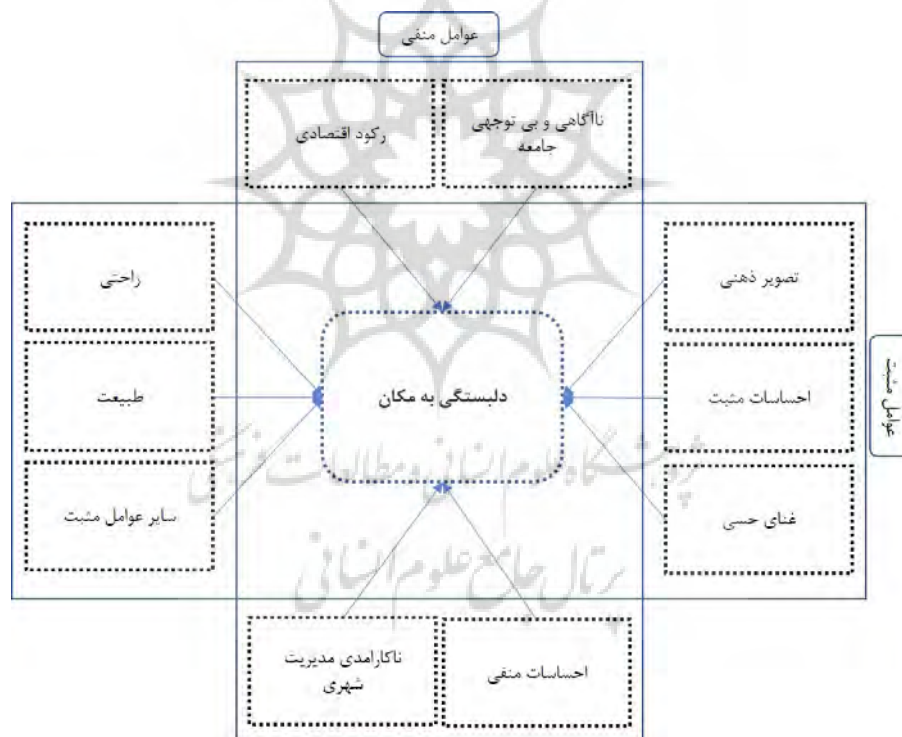
در ادامه بخشی از مطالعات خارجی و داخلی انجام شده در حوزه دل‌بستگی و عوامل تأثیرگذار بر آن مورد بررسی قرار گرفته است. در پژوهش‌های انجام یافته در حوزه عوامل مؤثر در ایجاد دل‌بستگی به مکان، فاکتورهای مختلفی همچون مؤلفه‌های کالبدی (Green, et al., 1991: 148; تجربه‌ها و خاطره‌ها، زمان (Bonaiuto, et al., 1991: 331); ویژگی‌های فردی، اجتماعی و فرهنگی (Rohe & Stegman, 1994: 173); عوامل فعالیتی (Altman & Low, 1992: 1); و تعاملی (Altman & Low, 1992: 1) مورد بررسی قرار گرفته‌اند. از نظر محققانی همچون تیلور، گاتفردسون و بروئر، وابستگی اجتماعی (قید و بندهای محلی و بومی) و وابستگی کالبدی (قدمت مکان و تاریخ آشنایی با آن) در به وجود آمدن احساس دل‌بستگی به مکان اثر دارند. تحقیقات ریموند، براون و وبر حاکی از وجود وابستگی محیطی، فردی و اجتماعی در ساکنان یک منطقه است. انسان‌ها نسبت به ابعاد فیزیکی و طبیعی محل و همچنین ابعاد اجتماعی و مردمی آن دل‌بستگی دارند (Raymond, et al., 2010: 422). ژو و همکاران، مطالعه‌ای انجام دادند که عمدتاً بر کمی کردن تأثیرات دل‌بستگی به مکان بر وفاداری گردشگر متمرکز است و به این نتیجه دست یافتند که هویت مکان قوی‌ترین تأثیر را بر وفاداری گردشگران در میان سایر ابعاد دل‌بستگی به مکان دارد (Zou, et al., 2022: 1). جهانگیری و همکاران در مقاله‌ای با عنوان فرآیند تبیین پدیدارنگاری ابعاد مفهوم دل‌بستگی مکانی به روش استخراج معانی تصویری خودنگار، به روش کیفی و با رویکرد پدیدار نگاری و بهره‌گیری از تکنیک استخراج معنایی تصویری خودنگار به بررسی شکل‌گیری ابعاد مفهوم دل‌بستگی مکانی در فضاهای ساحلی شهری پرداخته و مجموعه عواملی که در شکل‌گیری این مفهوم در یک فضای همگانی مانند نوار ساحلی شهری مؤثرند را مشخص نمودند (Jahangiri, et al., 2017: 277).

۲. چارچوب نظری

مفهوم مکان، یکی از مفاهیم اساسی در اندیشه جغرافیایی است و به عنوان بخشی از فضای جغرافیایی و بستر شکل‌گیری روابط اجتماعی است که توسط افراد جامعه شناخته، تفسیر و مدیریت می‌شود. این مفهوم در مدل کانتر از اشتراک سه مؤلفه فعالیت، تصورات و فرم تشکیل شده است (Canter, 1977). یکی از الزامات ادامه زندگی در شهر، محله و حتی خانه، داشتن حس دل‌بستگی به مکان است (Monsef, et al., 2021: 306). مباحث فراوانی در تعریف و تبیین مفاهیم مکان، هویت مکانی، دل‌بستگی مکانی و وابستگی مکانی و چگونگی ارتباط این مقوله‌ها با یکدیگر وجود دارد (Cutter, et al., 2008: 598). بنا

انگیزه‌های رفتاری افراد نیز بوده و هدفمندی رفتاری را برقرار می‌سازد، بنابراین فرد با رفتارها و کنش‌های خود در فضا، سعی در توجه و مراقبت بیشتر از آن را خواهد داشت (Sajjadzadeh, 2013: 73). بدان صورت که احساس دل بستگی به شهر سبب می‌شود که شهروندان تمایل داشته باشند تا در آینده شهرشان سهیم گردند؛ به عبارتی شهروندان برای محافظت و توسعه محل زندگی خود، تمایل به مشارکت بیش از پیش پیدا می‌کنند (Salaripour et al. 2023: 20). در واقع محققان با توجه به فلسفه عدالت زیستی احتمال می‌دهند که روابط عاطفی با مکان منجر به ایجاد انگیزه در افراد می‌شود تا در مورد موضوع‌های محیط زیستی محلی آگاه تر شوند و تصمیم‌هایی بگیرند که به نفع جوامع آنها است (Adams et al, 2010: 215). آلتمن نیز بر این باور است که دل بستگی به مکان در نحوه ادراک هویتی فردی و جمعی تأثیرگذار بوده و مبتنی بر فعالیت‌هایی است که افراد در قالب مقتضیات فرهنگی خود انجام می‌دهند. ریلی نیز معتقد است تجارب و خاطرات شخص از مکان، در ایجاد دل بستگی نقش مهمی دارند و با مشارکت فرد، مکان می‌تواند به عنوان نمادی از تجربه محسوب شود (Riley, 1992: 20). در نمودار شماره ۱ مجموعه عوامل مثبت و منفی شکل دهنده دل بستگی به مکان به صورت مدل مفهومی آورده شده است.

به نظر محققان سیر تکامل تدریجی مفاهیمی همچون مکان و دل بستگی مکانی از مسیر مشخصی پیروی می‌کند (Salaripour et al., 2021: 2). مفهوم دل بستگی مکانی در حوزه روان شناسی محیطی و مدیریت محیطی طی دو دهه اخیر بسیار مورد توجه بوده است؛ با این حال یک وفاق جمعی راجع به این مفهوم تا به حال وجود نداشته است (Scannell & Gifford, 2010: 1). اما به طور گسترده‌ای تصدیق شده است؛ دل بستگی 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 نحوه ادراک گروه یا فرد از مکان و نحوه ارتباط وی با آن است (Low & Altman, 1992: 5). توان، نخستین کسی بود که روش‌های اولیه معناداری به مکان توسط مردم را مورد بررسی قرار داد و در واقع مدل و پژوهش کلاسیک دل بستگی مکانی به مکان با تلاش‌های او شکل گرفت. او اشاره کرده بود آنچه که در ابتدای امر توسط مردم فضای تمایز ناپذیر دانسته می‌شود، بعد از تجارب محیطی به صورت مکانی برای آنها تعریف می‌یابد که ارزش‌های نهفته و منحصر به فرد خود را دارد (Ramyar & Zarghami, 2017: 41). دل بستگی به یک مکان، ضمن آن که منشعب از تجربه‌ها، رفتارها و سازمان اجتماعی و احساسی افراد است، محرک



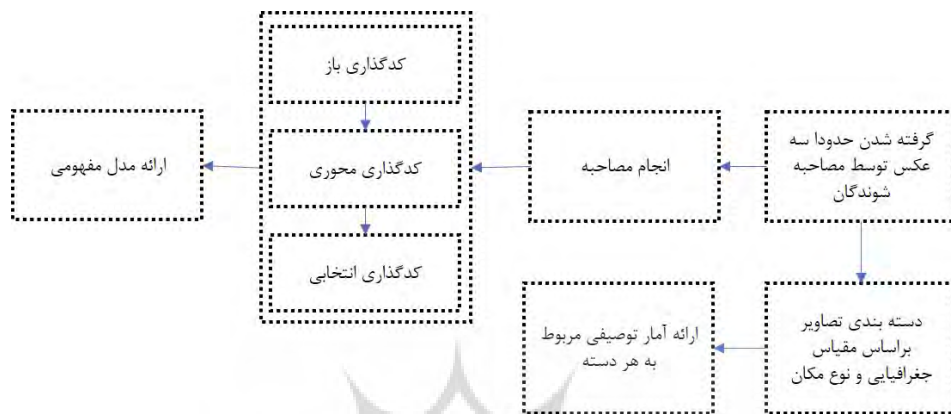
نمودار شماره ۱: مدل مفهومی پژوهش

نمونه‌گیری را می‌توان خاتمه داد (Vasileiou et al., 2018: 10). برخی از متخصصان در تحقیقات کیفی، از موضوع «چند مصاحبه کافی است؟» اجتناب می‌کنند. در واقع در آنچه به عنوان حداقل تعداد پیشنهاد می‌شود، تنوع وجود دارد. تعداد بسیار زیادی از مقالات و کتاب‌ها، تعداد پنج تا ۵۰ شرکت‌کننده را به عنوان تعداد شرکت‌کننده کافی،

۳. روش

پژوهش حاضر، پژوهشی کیفی- کمی بوده و برای تحلیل متن‌های مصاحبه، از روش تحلیل موضوعی بهره گرفته شد. تعیین اندازه نمونه بر اساس معیار «افزونگی اطلاعاتی» هدایت می‌شود؛ یعنی زمانی که هیچ اطلاعات جدیدی با به کارگیری واحد بیشتر استخراج نمی‌شود،

عکس هایی که تهیه کردند، یک مورد را انتخاب نمایند. در فرآیند مصاحبه، مصاحبه شوندهگان، در خصوص چهار سؤال ذیل مورد پرسش قرار گرفتند: (۱) این مکان را با جزئیات توصیف کنید. کجاست؟ چگونه است؟ (۲) چرا نسبت به این مکان احساس دل بستگی دارید؟ (۳) وقتی در این مکان نیستید، چه چیزی باعث می شود که بخواهید به آنجا بروید؟ اگر نمی خواهید به آنجا بروید، لطفاً دلیل آن را توضیح دهید. (۴) چه عواملی باعث تقویت و یا تضعیف دل بستگی شما به این مکان می شوند؟ فرآیند انجام پژوهش حاضر در نمودار شماره ۲ نمایش داده شده است.

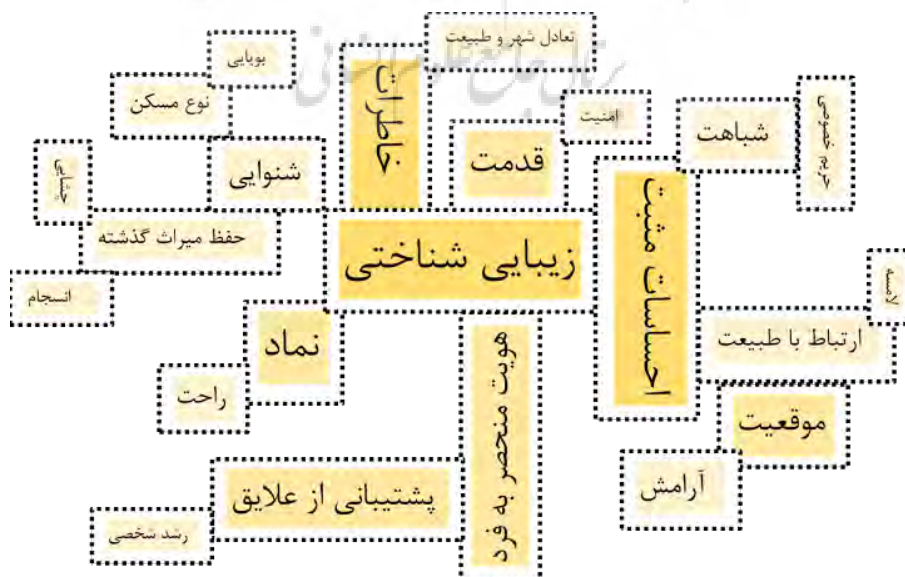


نمودار شماره ۲: فرآیند انجام پژوهش

بودند که خاطرات، شباهت و نماد را می توان با یکدیگر ادغام کرده و با مقوله تصویر ذهنی در نظر گرفت و مقوله های آرامش و امنیت را به ترتیب می توان در مقوله های احساسات مثبت و راحتی لحاظ نمود. از طرف دیگر حواس پنج گانه را می توان با مقوله غنای حسی لحاظ کرد. در پایان مؤلفه های تعادل شهر و طبیعت و ارتباط با طبیعت، با عنوان مقوله طبیعت مدنظر قرار گرفتند. بنابراین تعداد عوامل مثبت به ۱۴ دسته کاهش یافت. همچنین گفتنی است که تصاویر گرفته شده براساس نوع مکان و مقیاس جغرافیایی، دسته بندی شدند (جدول شماره ۱).

پیشنهاد می کنند. البته گفتنی است که در تعیین تعداد شرکت کننده، عوامل متعددی از جمله کیفیت داده ها، ماهیت موضوع، میزان اطلاعات مفید به دست آمده از هر شرکت کننده و غیره مهم هستند (Dworkin, 2012: 1319). در پژوهش حاضر، ملاک تعیین حجم نمونه دستیابی به اشباع نظری است که این هدف با انجام ۸۹ مصاحبه به طریق نمونه گیری هدفمند، تأمین گردید. از هر شرکت کننده خواسته شد تا حدوداً سه عکس از محیط هایی که به آنها دل بستگی دارند، تهیه نمایند. بعد از دریافت عکس ها، جلسات انفرادی مصاحبه عمیق برگزار شدند. گفتنی است که از مصاحبه شوندهگان خواسته شد تا از میان

پاسخ های شرکت کنندگان به چهار سؤال در مورد مکان های دل بستگی آن ها، کدگذاری شدند. کدگذاری به طور مستقل توسط هر پژوهشگر انجام شد که لیست های آنها با هم ادغام شدند. به دلیل بحث و بررسی های صورت گرفته، لیست ها به شدت همگرا بودند. بین نویسندگان، ۱۹ دسته مشترک بوده و چهار دسته منحصر به فرد بودند که در مجموع ۲۳ عامل مثبت حاصل شد. در خصوص عامل منفی نیز، پنج عامل مشترک بوده و دو عامل خاص بودند. ۲۳ عامل مثبت و هفت عامل منفی به تفصیل شرح داده شدند و با مثال هایی تکمیل گشتند (تصویر شماره ۱). فقط مضامینی که تصور می شد نشان دهنده مقوله های متمایز باشند، حفظ شدند. به عنوان مثال، نویسندگان بر این باور



تصویر شماره ۱: عوامل تأثیرگذار بر دل بستگی به مکان

جدول شماره ۱: عوامل مثبت و منفی تأثیرگذار بر دل‌بستگی به مکان

کد	عوامل مثبت	فراوانی	درصد
A	خاطرات	۳۵	۸٫۹۱
Y	شباهت	۸	۲٫۰۴
W	نماد	۳۲	۸٫۱۴
کل		۷۵	۱۹٫۰۸
C	احساسات مثبت	۳۴	۸٫۶۵
B	آرامش	۱۰	۲٫۵۴
کل		۴۴	۱۱٫۲۰
E	راحتی	۵	۱٫۲۷
M	امنیت	۲	۰٫۵۱
کل		۷	۱٫۷۸
HH	تبادل شهر و طبیعت	۲	۰٫۵۱
I	ارتباط با طبیعت	۵	۱٫۲۷
کل		۷	۱٫۷۸
R	بوی مطلوب	۱	۰٫۲۵
S	چشایی	۳	۰٫۷۶
T	لامسه	۳	۰٫۷۶
U	شنوایی	۶	۱٫۵۳
L	زیبایی شناختی	۷۸	۱۹٫۸۵
کل		۹۱	۲۳٫۱۶
CC	هویت منحصر به فرد	۱۵	۳٫۸۲
D	پشتیبانی از علایق	۱۴	۳٫۵۶
AA	موقعیت مکانی	۱۴	۳٫۵۶
EE	نوع مسکن	۴	۱٫۰۲
F	رشد شخصی	۱	۰٫۲۵
GG	حفظ میراث گذشته	۴	۱٫۰۲
K	حریم خصوصی	۳	۰٫۷۶
V	قدمت	۳۳	۵٫۸۵
Q	انسجام اجتماعی	۱	۰٫۲۵
کد	عوامل منفی	فراوانی	درصد
P	آسیب دیدن محیط زیست	۲	۲٫۲۵
O	رکود اقتصادی	۹	۱۰٫۱۱
X	ناکارآمدی مدیریت شهری	۴۹	۵۵٫۰۶
FF	تنهایی	۲	۲٫۲۵
DD	ناآگاهی و بی توجهی جامعه	۵	۵٫۶۲
BB	فراموش شدن فعالیت های فرهنگی	۱	۱٫۱۲
Z	احساسات منفی	۲۱	۲۳٫۶۰
کل		۸۹	۱۰۰٫۰۰

۴. بحث و یافته‌ها

تحلیل مصاحبه‌ها نشان می‌دهد عوامل مؤثر بر افزایش دل‌بستگی مکان در شهرهای ساحلی را می‌توان در قالب شش زمینه موضوعی تصویر ذهنی، احساسات مثبت، غنای حسی، راحتی، طبیعت و سایر عوامل طبقه‌بندی و توصیف نمود.

۴٫۱. تصویر ذهنی

این مقوله شامل سه کد دسته‌ای خاطرات، شباهت و نماد است. در واقع یکی از عواملی که می‌تواند بر دل‌بستگی به مکان تأثیر مثبتی بگذارد، خاطرات است که توسط ۸٫۹۱ درصد از شرکت‌کنندگان بیان شده است. بسیاری از شرکت‌کنندگان محل دل‌بستگی خود را اینگونه توصیف کردند که می‌توانند آنها را به گذشته متصل کنند یا خاطرات

را زنده نمایند. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این خصوص چنین بیان می‌دارد: «این منظره برای من خیلی انزلیچی‌های دیگه همش خاطره است. شاید خیلی از انزلیچی‌هایی که دیگه اینجا ساکن نیستن اولین جایی که به محض ورود به انزلی سر میزنن اینجا است. این تصویر برای ما یادآور خیلی خاطرات است. این مکان از نظر نقطه جغرافیایی مقدسه، اینجا برامون نقطه ثقل دنیاست». از طریق خاطرات، دل‌بستگی مکان می‌تواند نماد سنت‌های گذشته و حال نیز باشد. در نتیجه به موقعیت زمانی فرد کمک می‌کند. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این خصوص با اشاره به تصویر زیر (شماره ۲) چنین بیان می‌دارد: «دوران دبیرستان که بودیم و امتحانامون که تموم میشد از این مسیر میرفتیم بلوار و اینجارو که میبینم همه خاطراتم میاد جلو چشمم».



تصویر شماره ۲: یادآور خاطرات

قشنگ نیست، ولی چون سال‌های سال نماد انزلیه برام قشنگه». عامل تأثیرگذار دیگر که توسط ۲,۰۴ درصد از مصاحبه‌شوندگان معرفی شد، شباهت بود. در این خصوص شهروندان با دیدن بناهای خاصی مکان‌های مشابه حافظیه، پاریس و یا بافت شهری روسیه را تشخیص دادند. به گونه‌ای که یکی از شهروندان در این خصوص ضمن اشاره به تصویر شماره ۳ گفت: «من را به یاد خونه‌ای تو پاریس میندازه. خیلی از فضای انزلی دوره. به خصوص سنگ‌هایی که توش به کار رفته، شکل بالکنش... تو سطح شهر این شکلی کمه. شبیه خونه‌های ایده آله نه ساختمون‌هایی که الان مثل قارچ دراومده».

عامل دیگری که می‌تواند بر دل‌بستگی به مکان تأثیر مثبتی بگذارد، نماد است که توسط ۸,۱۴ درصد از شرکت‌کنندگان بیان شده است. عمده‌ترین دلیلی که افراد به نمادهای شهری اشاره کردند، امتزاج آن با خاطرات گذشته و نقش کلیدی این نمادها در هویت شهروندی آنها بود. فعالیت‌هایی که در داخل بنا و یا در حوالی آن انجام می‌شده، فارغ از نوع آن حس خاطره‌انگیزی شدیدی در شهروندان ایجاد کرده و وابستگی به بنا را تقویت نموده است. برای مثال شهروندی مناره را به عنوان نماد شهر این چنین معرفی می‌کند: «دوست داشتم از زاویه مناره عکس بگیرم که کسی نگرفته. اتفاقی هم شد. تو پاساژ بودم و سرمو بلند کردم و دیدم مناره بالا سرمه. مناره نماد شهرمونه. مناره به تنهایی برام



تصویر شماره ۳: شباهت با خانه‌ای در پاریس

از مصاحبه‌شوندگان در این خصوص چنین بیان می‌دارد: «حقیقتش علتی که این عکس رو گرفتم، آسایش و فرار از تجمع و شلوغی‌های شهری کنونی بود. خونه‌های یک طبقه، فضای سبز کافی. به نظرم آرامشش واقعاً عالی».

۴,۳. غنای حسی

انسان به عنوان کاربر اصلی فضا محسوب می‌گردد؛ بنابراین توجه به نیازها، مکانیسم و انگیزش‌های انسانی در طراحی محیطی، موجب

۴,۴. احساسات مثبت

در مقوله احساسات مثبت دو کد دسته‌ای با عنوان احساسات مثبت و آرامش تعریف شده است. مقوله احساسات مثبت توسط ۸,۶۵ درصد از مصاحبه‌شوندگان عنوان شد. همچنین حضور افراد در فرایند خلق مکان سبب می‌گردد که آنها احساس بهتری نسبت به آن مکان داشته باشند. این امر دل‌بستگی به مکان، توسعه ارتباطات اجتماعی، حفظ ریشه‌های تاریخی، احساس امنیت و «آرامش» را در پی دارد. مقوله آرامش نیز توسط ۲,۵۴ درصد از مصاحبه‌شوندگان بیان گردید. یکی

یکی از مصاحبه‌شوندگان «به زیبایی و خاص بودن غروب آفتاب در خیابان پاسداران و کنار دریا اشاره داشت» و یکی دیگر از شرکت‌کنندگان در تصویر شماره ۴ به طور مشابه به ارزش زیبایی شناختی دل‌بستگی او به پرسپکتیو خیابان سی متری اشاره کرد. «این یه پرسپکتیویه که همیشه وقتی داری قدم میزنی از این خیابان می بینی. این نرده های سی متری خیلی خطوط صاف و منظمی دارن، بعد در کنارش وقتی اون لامپ‌های گرد قرار گرفتن خیلی فضا رو لطیف کردن. مخصوصاً وقتی گرگ و میش میشه و لامپ‌ها روشن است فوق‌العاده برام زیباست».



تصویر شماره ۴: زیباشناختی پرسپکتیو

۴.۵. طبیعت

«ارتباط با طبیعت و حیوانات» و «تعادل شهر و طبیعت» از جمله عوامل مؤثر بر دل‌بستگی به مکان محسوب می‌شوند. از آنجایی که بندرانزلی به دلیل محیط زیست ویژه خود همواره پذیرای پرندگان مهاجر زیادی بوده‌است، حضور این پرندگان در فصول مختلف، زیبایی منحصر به فردی به شهر می‌بخشد. اما خود حیوانات مورد بحث شهروندان نبوده‌اند آنچه آنان اشاره داشته‌اند، برخورد انسان‌ها با این مخلوقات هستند. چند سالی است که شهروندان در حاشیه‌های ساحلی شهر به پرندگان غذا می‌دهند. این کار موجب خلق تصویر زیبایی می‌شود که برای بسیاری یک قاب عکس زیبا را تداعی می‌کند. به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان: «وقتی نون رو می‌ریزی و این کاکایا میان، صدای بال زدنشون و این صحنه، هیچ وقت برای آدم تکراری نمیشه. از طرفی دیگر مصاحبه‌شوندگان به ارتباط شهر و طبیعت توجه زیادی نشان داده‌اند. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این باره چنین اظهار کرد: «این ترکیب شدن شهر و دریا رو میبینی؟ خیلی شهر تو طبیعته، به طرف مردابه، یه طرف دریاست، به کوه نزدیکه...» به نظر می‌رسد این کد عامل کلیدی مثبت برای افزایش حس دل‌بستگی آنان بوده‌است.

۴.۶. سایر عوامل

مقوله سایر عوامل شامل نُه کد دسته‌ای با عنوان‌های «هویت منحصر به فرد»، «پشتیبانی از علایق»، «موقعیت مکانی»، «نوع مسکن»، «رشد شخصی»، «حفظ میراث گذشته»، «حریم خصوصی»، «قدمت» و «انسجام اجتماعی» است. در این کد دسته‌ای قدمت دارای بیشترین

ارتقای کیفیت فضایی، ایجاد و بهبود حس رضایت و در نهایت دل‌بستگی در شهروندان می‌شود. یکی از تأثیرگذارترین مکانسیم‌های انسان حواس است که موجب ارتباط دنیای درون و بیرون می‌شود و مطابق آنچه نخستین بار ارسطو عنوان نمود، حواس انسان در پنج دسته اصلی قابل طبقه‌بندی است؛ به عنوان مثال غنای حس بینایی که بسیاری از مصاحبه‌شوندگان مکان‌های خود را زیبا توصیف کردند، اما برخی افراد (یعنی ۱۹٫۸۵٪) به وضوح ارزش زیبایی شناختی مکان خود را به عنوان یک مزیت کلیدی دل‌بستگی به مکان معرفی کردند.

۴.۴. راحتی

در مقوله راحتی دو کد دسته‌ای راحتی و امنیت تعریف شده‌است که مقوله راحتی فراوانی بیشتری نسبت به امنیت داشته‌است. به طور کلی دل‌بستگی به یک موضوع مثل شیء، مکان، فرد و سایر موضوعاتی که فرد در زندگی روزمره خود با آن روبه‌روست، مبتنی بر تجارب قبلی زندگی، ساختارهای رفتاری، شناختی، حسی و اجتماعی فرد است. افراد بر این اساس طرح رفتاری، شناختی، حسی و اجتماعی از خود، ساخته و تمام تجارب و رویارویی‌های تازه خود با موضوعی نوراً برپایه این طرح، ادراک، ساماندهی و طبقه‌بندی کرده و به خاطر می‌سپارند. به علاوه این طرح از خود، محرك انگیزه‌های رفتاری فرد نیز هست، بنابراین در همان هنگام که خود ساخته می‌شود، نیازها و توقعات فرد نیز بنا شده و هنگامی که شیء یا موضوعی این نیازها را برآورده می‌کند، فرد احساس آسایش و امنیت کرده و به برآوردن نیازهایش به صورت عینی و ذهنی ادامه می‌دهد. بدین ترتیب طبق نظر مصاحبه‌شوندگان مقوله راحتی ۱٫۲۷ درصد و مقوله امنیت ۰٫۵۱ درصد بر دل‌بستگی به مکان تأثیر مثبت داشته‌است. در این رابطه یکی از مصاحبه‌شوندگان به احساس امنیت خود که از شناخت حاصل شده‌است، در مقابل احساس ترس اشاره داشت «انگار این عکس توش زندگی جریان داره. یه سری آدم‌ها هستن زندگیشون همون جاست. وقتی طرف لباسش رو اینجا آویزون کرده یعنی اینجا زندگی کرده. ممکنه تو بینی بگی این که مال یه سری کارتن خواب یا معتاده، ولی برای من اصلاً ترس نداره. به من اتفاقاً حس امنیت میده. این از شناختی که به شهر و مردم شهرم دارم میاد. به خاطر همین، عکس به نظرم طبیعیه و قشنگه».

حرف هاست. یعنی نقاشی ای هست که میتونه زیباتر بشه. رنگ آبی بکر دریا، رنگ قایق ها... بعد بیهو اون بوی ناخوشایند فاضلابی که به آب دریا میریزه. آدم غصه ش میگیره». می توان گفت که ذات طبیعت و مناظر آن به تنهایی توانسته اند نقش خوبی در زیبایی این شهر بازی کنند اما آنچه مشهود است سوء مدیریت یا بی تفاوتی برای پرورش این زیبایی هاست.

۴.۸. احساسات منفی

در مقوله احساسات منفی دو کد دسته ای با عنوان های احساسات منفی و تنهایی تعریف شده است. در این بین احساسات منفی دارای فراوانی بیشتری بود و تنهایی دارای فراوانی کمتر نسبت به احساسات منفی بود. به گفته یکی از مصاحبه شوندهگان: «انزلی برای من در عین کوچیک بودنش، نماد تک بودن و تنهایی داره. احساس می کنم با این که شهر گرمیه و همه کنار هم جمعن، اما وقتی وارد بافت شهر میشی و وارد زندگی روزمره آدم ها میشی یه تنهایی عجیبی وجود داره. حسی که احتمالاً تو تهران مثلاً من تجربه نمی کنم».

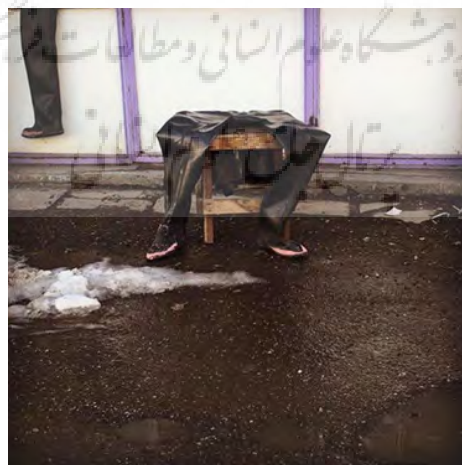
۴.۹. رکود اقتصادی

از آنجایی که بندرانزلی شهری دارای جاذبه های تفریحی است و بسیاری آن را برای مقصد تفریح و استراحت برمیگزینند، این فرهنگ در خود شهر هم ریشه دوانده است. در این مقوله به خونسردی شهروندان و کاسبان شهر اشاره شد. یکی از شرکت کنندگان در این خصوص با اشاره به تصویر شماره ۵ می گوید: «برام نشونی از مردای انزلی داره که ریلکسن. شد شد، نشد نشد. اصلاً وارد شهر که میشی همه نشستن مثل همین فوکا (لباس ماهیگیری). یا دارن تخته نردبازی می کنن یا دارن چایی میخورن، انگار هم روزیشون از همین راه می گذره.» همچنین مصاحبه شوندهگان به ضعیف بودن اقتصاد انزلی اشاره داشتند و این شهر را شهر بازنشسته ها و شهر را کد خطاب کردند.

میزان فراوانی است. مشخص است که قدمت انزلی و حضور افراد بومی، اندوخته های ذهنی مثبت گذشته مانند خاطرات و روابطی که در این شهر برقرار بوده، کاملاً خودنمایی می کند. پس از قدمت کد دسته ای هویت منحصر به فرد تأثیر مثبتی را در افزایش احساس دل بستگی داشته است. در واقع از نظر آنان وجود آب، کاکایی ها، ادغام شهر و طبیعت و جرقیل های کنار بندر انزلی نشانه های خاص هویت شهر انزلی هستند. پشتیبانی از علایق و موقعیت مکانی هر دو توسط ۳/۵۶ درصد از شرکت کنندگان بیان شده است. نوع مسکن و حفظ میراث گذشته نیز توسط ۱/۰۲ درصد از شرکت کنندگان معرفی شده است. حریم خصوصی توسط ۰/۷۶ درصد از شرکت کنندگان گفته شده است. به عنوان مثال ساحل به عنوان حریم خصوصی برای به آرامش رسیدن یا خلوت کردن شهروندان معرفی شده است. به تعبیر یکی از مصاحبه شوندهگان: «این جای پاهای ما، این که چند نفر رفتن، برای خلوت خودشون، برای خوشی... چه میدونم. هزارتا جای پا تو ساحل هست. میرن انگار دیگه برنمیگردن. اون خط افق برام آرامشه. انگار آدم ها میرن که به آرامش برسند». یکی دیگر از عواملی که شرکت کنندگان به آن اشاره داشتند، فعالیت خرده فروشی و دست فروشی شهروندان در بستر شنبه بازار انزلی بود. این بازار هر هفته دست فروشان را از خود بندرانزلی و روستاهای اطراف به دور هم می آورد تا کالاهای خود را برای فروش عرضه کنند. این عامل با عنوان کد انسجام اجتماعی توسط ۰/۲۵ درصد از شرکت کنندگان بیان شده است.

۴.۷. ناکارآمدی مدیریت شهری

تحلیل مصاحبه ها نشان می دهد ناکارآمدی مدیریت شهری عامل مؤثری بر کاهش دل بستگی مکان در بین شرکت کنندگان بوده است چنان که این مقوله ۵۵/۰۶ درصد را به خود اختصاص داد و دارای بیشترین میزان فراوانی است. یکی از مصاحبه شوندهگان از عدم رسیدگی به محیط شهری احساس تأسف کرد. وی در این باره چنین اظهار کرد: «بازم برام حسرته، برای شهری که لیاقتش بالاتر از این



تصویر شماره ۵: رکود اقتصادی

زند ناخواسته و از روی ناآگاهی به محیط زیست از طریق غذا دادن به کاکایی ها اشاره داشتند. یکی از مصاحبه شوندهگان گفت: «ما تازه فهمیدیم که نباید به این کاکایی ها غذا بدیم. چون انقدر مردم به این کاکایی ها غذا دادن تنبل شدن تو گرفتن ماهی و یک سری دیگه

۴.۱۰. ناآگاهی و بی توجهی به جامعه

در این زمینه موضوعی که ۵/۶۲ درصد را به خود اختصاص داد، یک دسته با عنوان آسیب دیدن محیط زیست جزو دسته مهم استخراج شده از مصاحبات است. به عنوان مثال شرکت کنندگان به آسیب

به راحتی قابل کنترل نیست و معمولاً برای تجربه کامل نیاز به حرکت دارند. این نوع فضا از جسم فرد بزرگتر اما از خانه کوچکتر است. به عنوان مثال، یک اتاق در یک خانه، یک دفتر، یا یک کافی شاپ ممکن است فضای شی غیرقابل کنترل در نظر گرفته شوند. فضای محیطی بزرگتر است، نیاز به حرکت دارد و دانش مسیر را در برمی گیرد که می تواند شامل داخل یک ساختمان، یک محله یا یک پارک باشد (Scannell & Gifford, 2017:260).

فضای محیطی رایج ترین نوع مکان بود که شامل مکان هایی مانند خانه چند طبقه، مسیر کنار دریا، بازار و غیره می شود. فضای غیرقابل کنترل دومین مقیاس متداول بود و از جمله نمونه های آن می توان به کافی شاپ اشاره نمود. فضای قابل کنترل که در جایگاه سوم قرار می گیرد، شامل اشیایی مانند صندلی است. از آنجا که اکثر مکان ها فضاهای محیطی بودند، اکثر عوامل گزارش شده نیز در این مقیاس قرار دارند. علاوه بر این، زیبایی شناختی، ناکارآمدی مدیریت شهری، خاطرات، احساسات مثبت، هویت منحصر به فرد، رکود اقتصادی، قدمت و نماد هشت عامل موجود در هر سه مقیاس هستند. کلیه عوامل یادشده در مقیاس فضای محیطی، در مقایسه دو نوع دیگر از فراوانی بیشتری برخوردارند. عامل زیبایی شناختی در مقیاس فضای محیطی و فضای غیرقابل کنترل بیشترین درصد را به خود اختصاص داده است. حال آن که در مقیاس قابل کنترل، عامل نماد از بیشترین فراوانی برخوردار است (جدول شماره ۲).

از گونه های حیوانا که باید اینها رو شکار کنن، نسلشون داره منقرض میشه. مردم از محبت بیش از اندازه دارن ناخواسته آسیب میزنن به محیط زیست». و یا یکی دیگر از مصاحبه شونده ها نیز به آسیب دیدن محیط زیست از طریق ناآگاهی شهروندان اشاره داشت. با این بیان که: «یعنی ماهی رو اول می گیرن و بعد میندازن دوباره تو آب. خب ماهی نمیتونه دیگه زندگی کنه و این من رو خیلی ناراحت می کنه». در نهایت به نظر می رسد این زمینه موضوعی در کاهش حس دلبستگی مکانی نقش قابل توجهی را ایجا کرده است.

۴.۱۱. مقیاس جغرافیایی

مقیاس جغرافیایی مکان دلبستگی، با استفاده از طبقه بندی فضاهای فروندچوه و اگنهوفر تعیین شد که یک فضای معین را بر اساس درجه کنترل آن (یعنی می توان نگه داشت، چرخاند یا جابه جا کرد)، سطح حرکت مورد نیاز برای تجربه فضا و محدودیت های اندازه بر تجربه فضایی طبقه بندی می کند. طبقه بندی شامل شش نوع فضاست: فضای قابل کنترل، فضای غیرقابل کنترل، فضای محیطی، فضای جغرافیایی، پانورامیک و فضای نقشه (Scannell & Gifford, 2017:259). در پژوهش حاضر سه دسته نخست مورد توجه قرار گرفته اند. فضای قابل کنترل، فضایی کوچک است که می توان آنها را کنترل کرد و بنابراین برای تجربه، به حرکت نیاز نیست که می تواند شامل یک صندلی یا یک میز باشد. فضای غیرقابل کنترل، فضای بزرگتر است که

جدول شماره ۲: مقیاس جغرافیایی

قابل کنترل		غیرقابل کنترل		محیطی		تعداد تصاویر
۷		۱۲		۷۰		درصد
۷,۸۷		۱۳,۴۸		۷۸,۶۵		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱۰,۵۳	۲	۷,۰۲	۴	۹,۲۴	۲۹	A
۰,۰۰		۳,۵۱	۲	۳,۸۲	۱۲	AA
۰,۰۰		۰,۰۰		۳,۱۸	۱۰	B
۱۰,۵۳	۲	۸,۷۷	۵	۸,۶۰	۲۷	C
۵,۲۶	۱	۳,۵۱	۲	۳,۸۲	۱۲	CC
۰,۰۰		۳,۵۱	۲	۳,۸۲	۱۲	D
۰,۰۰		۰,۰۰		۱,۵۹	۵	DD
۰,۰۰		۰,۰۰	۱,۵۹	۰,۰۰	۵	E
۰,۰۰		۰,۰۰		۱,۲۷	۴	EE
۰,۰۰		۰,۰۰		۰,۳۲	۱	F
۰,۰۰		۰,۰۰		۰,۶۴	۲	FF
۰,۰۰		۰,۰۰		۱,۲۷	۴	GG
۰,۰۰		۰,۰۰		۰,۶۴	۲	HH
۰,۰۰		۰,۰۰		۱,۵۹	۵	I
۰,۰۰		۰,۰۰		۰,۶۴	۲	K
۱۵,۷۹	۳	۲۱,۰۵	۱۲	۲۰,۰۶	۶۳	L
۰,۰۰		۰,۰۰		۰,۶۴	۲	M
۱۵,۷۹	۳	۵,۲۶	۳	۰,۹۶	۳	O
۰,۰۰		۰,۰۰		۰,۶۴	۲	P
۰,۰۰		۰,۰۰		۰,۳۲	۱	Q
۰,۰۰		۰,۰۰		۰,۳۲	۱	R
۰,۰۰		۰,۰۰		۰,۹۶	۳	S
۰,۰۰		۰,۰۰		۰,۹۶	۳	T
۰,۰۰		۰,۰۰		۱,۹۱	۶	U
۵,۲۶	۱	۱۰,۵۳	۶	۵,۱۰	۱۶	V
۲۱,۰۵	۴	۱۲,۲۸	۷	۶,۶۹	۲۱	W
۱۵,۷۹	۳	۱۰,۵۳	۶	۱۲,۴۲	۳۹	X
۰,۰۰		۵,۲۶	۳	۱,۵۹	۵	Y
۰,۰۰		۷,۰۲	۴	۵,۴۱	۱۷	Z
۰,۰۰		۱,۷۵	۱	۰,۰۰		BB
۱۰۰,۰۰	۱۹	۱۰۰,۰۰	۵۷	۱۰۰,۰۰	۳۱۴	کل

۴,۱۲. انواع مکان ها

از بیشترین درصد برخوردار است. براساس مصاحبه های صورت گرفته، در خصوص مکان های اجتماعی، خاطرات، احساسات مثبت، مسائل زیبایی شناختی، قدمت به عنوان مهم ترین عوامل تأثیرگذار بر دل بستگی به مکان شناسایی شدند. غالب مصاحبه شونده گانی که محله را مورد توجه قرار دادند، اذعان داشتند که ناکارآمدی مدیریت شهری می تواند تأثیر معکوسی بر دل بستگی به مکان داشته باشد. در خصوص فضای شی، نماد بیشترین میزان فراوانی را از میان عوامل تأثیرگذار بر دل بستگی به مکان کسب نمود (جدول شماره ۳).

بعد از بررسی تصاویر گرفته شده توسط مصاحبه شونده گان، هفت دسته فضای تفریحی، فضای شی، محله، خانه، مکان اجتماعی، مکان تجاری و کاربری های فرهنگی-آموزشی-اداری حاصل شد. همان طور که در جدول شماره ۳ نمایان است، فضای تفریحی، خانه، محله، مکان تجاری، فضای شی، کاربری های فرهنگی-آموزشی-اداری و مکان اجتماعی، به ترتیب، بیشترین میزان فراوانی را کسب نمودند. در بین افرادی که محل دل بستگی آنها، فضاهای تفریحی، خانه، مکان تجاری و یا کاربری های فرهنگی-آموزشی-اداری است، عامل زیبایی شناختی

جدول شماره ۳: انواع مکان ها

محل	مکان اجتماعی	فضای شیء	مکان تجاری	خانه	کاربری های فرهنگی آموزشی	فضای تفریحی	تعداد تصاویر
۸	۳	۶	۶	۱۰	۴	۵۲	درصد
۸,۹۹	۳,۳۷	۶,۷۴	۶,۷۴	۱۱,۲۴	۴,۴۹	۵۸,۴۳	کد
درصد	درصد	درصد	درصد	درصد	درصد	درصد	A
۷,۶۹	۱۳,۳۳	۱۰,۵۳	۸,۳۳	۶,۱۲	۱۴,۲۹	۹,۰۹	AA
۲,۵۶	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۸,۱۶	۷,۱۴	۳,۴۶	B
۷,۶۹	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۳,۰۳	BB
۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۴۳	C
۲,۵۶	۱۳,۳۳	۱۰,۵۳	۱۲,۵۰	۱۰,۲۰	۱۴,۲۹	۸,۲۳	CC
۰,۰۰	۶,۶۷	۵,۲۶	۴,۱۷	۶,۱۲	۰,۰۰	۳,۹۰	D
۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۷,۱۴	۵,۶۳	DD
۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۲,۰۴	۰,۰۰	۱,۷۳	E
۲,۵۶	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۱,۷۳	FF
۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۸۷	GG
۲,۵۶	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۲,۰۴	۷,۱۴	۰,۴۳	HH
۲,۵۶	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۴۳	I
۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۲,۱۶	K
۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۲,۰۴	۰,۰۰	۰,۸۷	L
۱۷,۹۵	۱۳,۳۳	۱۵,۷۹	۲۰,۸۳	۲۰,۴۱	۲۱,۴۳	۲۰,۸۷	M
۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۲,۰۴	۰,۰۰	۰,۴۳	O
۰,۰۰	۰,۰۰	۱۵,۷۹	۸,۳۳	۰,۰۰	۰,۰۰	۱,۷۳	P
۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۸۷	R
۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۴۳	S
۰,۰۰	۶,۶۷	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۸۷	T
۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۱,۳۰	U
۰,۰۰	۶,۶۷	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۲,۱۶	V
۱۰,۲۶	۱۳,۳۳	۵,۲۶	۱۲,۵۰	۶,۱۲	۰,۰۰	۴,۳۳	W
۱۲,۸۲	۶,۶۷	۲۱,۰۵	۱۲,۵۰	۴,۰۸	۷,۱۴	۶,۹۳	X
۲۳,۰۸	۶,۶۷	۱۵,۷۹	۱۲,۵۰	۱۶,۳۳	۱۴,۲۹	۹,۵۲	Y
۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۴,۱۷	۴,۰۸	۰,۰۰	۲,۱۶	Z
۰,۰۰	۶,۶۷	۰,۰۰	۴,۱۷	۸,۱۶	۰,۰۰	۶,۴۹	F
۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۷,۱۴	۰,۰۰	EE
۷,۶۹	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۲,۰۴	۰,۰۰	۰,۰۰	Q
۰,۰۰	۶,۶۷	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	کل
۱۰۰,۰۰	۱۰۰,۰۰	۱۰۰,۰۰	۱۰۰,۰۰	۱۰۰,۰۰	۱۰۰,۰۰	۱۰۰,۰۰	

۵. نتیجه گیری

در پژوهش حاضر بعد از انجام تحلیل موضوعی، ۲۳ عامل مثبت و هفت عامل منفی تأثیرگذار بر دل‌بستگی به مکان شناسایی شد. شهرهای ساحلی شمال کشور همچون بندر انزلی به دلیل برخورداری از طبیعت بکر و ساحل، در مقایسه با سایر شهرهای کشور، فرصت بیشتری را برای خلق خاطرات و ایجاد احساسات مثبت فراهم می‌کنند. از طرفی بندر انزلی دربردارنده عنصر شهری تاریخی است که توجه بسیاری از شهروندان و گردشگران را به خود جلب می‌کند. در مقابل، عدم بهره‌مندی از پتانسیل‌ها برای بهبود وضعیت اقتصادی شهر و کوتاهی مدیریت شهری در رسیدگی به امور شهری، زندگی در این شهر را با دشواری‌هایی همراه کرده و بسیاری از شهروندان را درگیر نوستالژی و حسرت نسبت به گذشته این شهر نموده است. نتایج حاصل از پژوهش حاضر نیز بیان می‌دارند که عوامل زیبایی‌شناختی، خاطرات و احساسات مثبت بیشترین تأثیر مثبت را بر دل‌بستگی به مکان می‌گذارند و ناکارآمدی مدیریت شهری، احساسات منفی و رکود اقتصادی بیشترین تأثیر منفی را بر دل‌بستگی به مکان می‌گذارند. فضای تفریحی، خانه، محله، مکان تجاری، فضای شی، کاربری‌های فرهنگی آموزشی-اداری و مکان اجتماعی، به ترتیب بیشترین میزان فراوانی را کسب نمودند. در تصاویر مربوط به فضاهای تفریحی، خانه، مکان تجاری و کاربری‌های فرهنگی-آموزشی-اداری، به عامل زیبایی‌شناختی بیش از سایر عوامل تأکید می‌شود. در عکس‌های مربوط به مکان اجتماعی، عوامل خاطرات، احساسات مثبت، مسائل زیبایی‌شناختی و قدمت بیش از سایر عوامل اثرگذار بر دل‌بستگی به مکان مورد تأکید قرار گرفتند. عامل ناکارآمدی مدیریت شهری در تصاویر ارائه شده از سوی شهروندان از محله‌های شهری و عامل نماد‌های شهر بندر انزلی در عکس‌های ارائه شده از فضای شهری، بیشتر از سایر عوامل مورد تأکید واقع شدند. این روابط نشان می‌دهد که برای مردم شهر بندر انزلی محله‌های شهری از اهمیت فراوانی از بعد هویت اجتماعی و دل‌بستگی به مکان برخوردار است؛ به گونه‌ای که ایشان عدم رضایتمندی خود از مدیریت شهری را بیش از هر چیز در خصوص وضعیت محله‌های شهری انعکاس می‌دهند. با این که در تمام شهرهای کشورمان جایگاه محله‌های شهری از لحاظ اجتماعی و حتی هویتی رو به افول است، چنین نتیجه‌ای در شهر بندر انزلی نشان می‌دهد برای بازآفرینی محله‌های شهری می‌توان از مشارکت و حمایت همه جانبه مردم در این زمینه بهره‌مند شد. همچنین از نظر دیگر نمادهای شهر بندر انزلی (که بیشترین توجه شهروندان در فضای شهری را به خود جلب می‌نماید) نشان می‌دهد که تاریخ بندر انزلی و اشتراکات اجتماعی که در این نمادها انعکاس می‌یابد، مهمترین عوامل شکل‌یابی هویت شهری در میان شهروندان این شهر است. هویتی که باعث همبستگی و انسجام اجتماعی بسیار بالای ساکنان شهر بندر انزلی با یکدیگر می‌گردد و این شهر را در این زمینه سرآمد می‌نماید. با وجود چنین انسجام اجتماعی و دل‌بستگی شهروندان به شهرشان، متأسفانه زمینه‌های مشارکت عمومی در ارتقای وضعیت کالبدی و اقتصادی شهر کمتر مورد توجه قرار گرفته که همین موضوع سبب ابراز سرخوردگی و احساسات منفی شهروندان نسبت به عملکرد مدیریت شهری شده و تأثیرگذاری معکوس آن بر دل‌بستگی به مکان‌های شهری

با وجود تحقیقات فزاینده در خصوص عوامل مؤثر بر دل‌بستگی به مکان، تحقیقات عموماً مفاهیم را در زمینه یک نوع مکان (مثلاً پارک‌ها یا محله‌ها) و نه چندین مکان، بررسی کرده‌اند و دامنه عوامل تأثیرگذار در ادبیات پژوهش محدود بوده است. پژوهش حاضر علاوه بر این که برخی از عوامل مؤثر بر دل‌بستگی به مکان را که قبلاً کشف شده‌اند را تأیید می‌کند و به تشریح آنها می‌پردازد، طیف وسیع‌تری از عوامل جدیدتر را نیز ارائه می‌کند. در این پژوهش، در خصوص عوامل مثبت و منفی تأثیرگذار بر دل‌بستگی به مکان، به ترتیب ۲۳ عامل مثبت (خاطرات، شباهت، نماد، احساسات مثبت، آرامش، راحتی، امنیت، تعادل شهر و طبیعت، ارتباط با طبیعت، بوی مطلوب، چشایی، لامسه، شنوایی، زیبایی‌شناختی، هویت منحصر به فرد، پشتیبانی از علایق، موقعیت مکانی، نوع مسکن، رشد شخصی، حفظ میراث گذشته، حریم خصوصی، قدمت، انسجام اجتماعی) و هفت عامل منفی (آسیب دیدن محیط زیست، رکود اقتصادی، ناکارآمدی مدیریت شهری، تنهایی، ناآگاهی و بی‌توجهی جامعه، فراموش شدن فعالیت‌های فرهنگی و احساسات منفی) مشخص شد. این نتایج با نتایج حاصل از پژوهش‌های پیشین همسو است. به عنوان مثال در خصوص مؤلفه زیبایی‌شناختی، چن و همکاران در پژوهش خویش مؤلفه پیاده‌مداری ادراک شده را متشکل از شاخص‌هایی همچون "فضای خیابانی با مقیاس انسانی"، "ویژگی‌های محیطی دل‌پذیر در طول پیاده‌رو" و "ساختمان با کیفیت خوب در طول پیاده‌رو" در نظر گرفتند و دریافته‌اند که پیاده‌مداری ادراک شده با دل‌بستگی به مکان ارتباط مثبت و معناداری دارد (Chen, et al., 2020: 4620). خاطرات یکی دیگر از عوامل رایج است و مطالعات نسبتاً کمی نقش خاطرات را بر دل‌بستگی به مکان بررسی کرده‌اند. این مسئله نشان می‌دهد که خاطرات در میان محققان دل‌بستگی به مکان نیازمند توجه بیشتر است. سومین عامل مثبتی که بیشترین فراوانی را کسب نمود، احساسات مثبت است. در این خصوص، هوسانی و همکاران در پژوهش خویش دریافته‌اند که احساسات مثبت و منفی به عنوان پیش‌بین‌های معنادار دل‌بستگی به مکان هستند (Hinojosa, et al., 2017: 1079). در خصوص عوامل منفی، ژنگ و همکاران در پژوهش خویش تأیید کردند که هر چه خطر ادراک شده قوی‌تر باشد، وابستگی به مکان ضعیف‌تر خواهد بود (Zheng, et al., 2019: 1). به عبارتی اگر مردم احتمال بیشتری از بلاای آینده را درک کنند، وابستگی عملکردی آنها به مکان مسکونی کاهش خواهد یافت. در مقابل، مشخص شد که خطر ادراک شده، تأثیر معنی‌داری بر هویت مکانی ندارد. رابطه بین عواطف منفی و وابستگی به مکان و رابطه بین عواطف منفی و هویت مکانی معنی‌دار نبود. در مجموع، نتایج پژوهش حاضر، اهمیت سه مؤلفه یادشده را در ارتقای دل‌بستگی به مکان تأیید می‌کند و برجستگی آنها را نسبت به سایر عوامل تأثیرگذار بر دل‌بستگی به مکان نشان می‌دهد. بنابراین آگاهی از عوامل تأثیرگذار بر دل‌بستگی مکانی و رواج نسبی آنها ممکن است انتخاب آیت‌های اندازه‌گیری را هدایت کند و همچنین زمینه‌های تحقیقات آتی را اولویت‌بندی نماید. اگرچه برخی از این ۲۳ عامل مثبت و هفت عامل منفی در تحقیقات قبلی مطرح شده‌اند، اما تاکنون پژوهشی در راستای ایجاد لیستی جامع از عوامل مثبت و منفی، برای طیف وسیعی از مکان‌ها و مقیاس‌های جغرافیایی مختلف انجام نشده است.

References:

- Adams, J. D., Ibrahim, S., & Lim, M. (2010). Invoking the ontological realm of place: A dialogic response. *Cultural studies and environmentalism: The confluence of ecojustice, place-based (science) education, and indigenous knowledge systems*, 215-228. DOI:10.1007/978-90-481-3929-3_17
 - Bonaiuto, M., Aiello, A., Perugini, M., Bonnes, M., & Ercolani, A. P. (1999). Multidimensional perception of residential environment quality and neighborhood attachment in the urban environment. *Journal of Environmental Psychology*, 19(4), 331-352. <https://doi.org/10.1006/jenvp.1999.0138>
 - Canter, D. (1977). *The psychology of place*. Architectural Press.
 - Chen, C., Luo, W., Kang, N., Li, H., Yang, X., & Xia, Y. (2020). Serial mediation of environmental preference and place attachment in the relationship between perceived street walkability and mood of the elderly. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(13), 4620. doi: 10.3390/ijerph17134620
 - Comstock, N., Dickinson, L. M., Marshall, J. A., Soobader, M. J., Turbin, M. S., Buchenau, M., & Litt, J. S. (2010). Neighborhood attachment and its correlates: Exploring neighborhood conditions, collective efficacy, and gardening. *Journal of Environmental Psychology*, 30(4), 435-442. DOI:10.1016/j.jenvp.2010.05.001
 - Cutter, S. L., Barnes, L., Berry, M., Burton, C., Evans, E., Tate, E., & Webb, J. (2008). A place-based model for understanding community resilience to natural disasters. *Global environmental change*, 18(4), 598-606. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2008.07.013>
 - Dworkin, S. L. (2012). Sample size policy for qualitative studies using in-depth interviews. *Archives of sexual behavior*, 41, 1319-1320. DOI: 10.1007/s10508-012-0016-6
 - Green, K. J., Virata, M. L. A., Elgart, G. W., Stanley, J. R., & Parry, D. A. (1992). Comparative structural analysis of desmoplakin, bullous pemphigoid antigen and plectin: members of a new gene family involved in organization of intermediate filaments. *International journal of biological macromolecules*, 14(3), 145-153. DOI: 10.1016/s0141-8130(05)80004-2
 - Hinojosa, L., Lambin, E. F., Mzoughi, N., & Napoléone, C. (2016). Place attachment as a factor of mountain farming permanence: A survey in the French Southern Alps. *Ecological Economics*, 130, 308-315.
- به شکل پیرنگ تری انعکاس می‌یابد. فضای محیطی، رایج ترین نوع مکان بود که شامل مکان هایی مانند خانه چند طبقه، مسیر کنار دریا، بازار و غیره می‌شود. عامل زیبایی شناختی در مقیاس فضای محیطی، بیشترین فراوانی را کسب نموده است. با توجه به افزایش پیوسته علاقه و توجه به دل بستگی به مکان، این که دامنه عوامل مثبت و منفی تأثیرگذار بر دل بستگی به مکان هنوز آن طور که باید مورد بررسی قرار نگرفته، تا حدودی تعجب آور است. این مطالعه نخستین گام در تعیین آن عوامل مثبت و منفی است و زمینه را برای تحقیقات آینده فراهم می‌کند. این پژوهش بینش مفیدی را در مورد نحوه تعامل دل بستگی به مکان و عوامل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، کالبدی و زیست محیطی ارائه می‌دهد. پژوهش های آتی می‌توانند مقوله های شناسایی شده در پژوهش حاضر را در قالب پژوهشی کمی با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری به انجام رسانند و عوامل را بر اساس ضرایب حاصله اولویت بندی نمایند. همچنین مطالعات آتی می‌توانند پژوهشی مشابه را در محیط شهری و روستایی به انجام رسانند و سپس به مقایسه عوامل تأثیرگذار بر دل بستگی بپردازند. از طرفی می‌توان به جای محیط شهری و روستایی، شهر کوچک و کلانشهر را مدنظر قرار داد. مدیریت شهری می‌تواند با مورد توجه قرار دادن عوامل مثبت و منفی، میزان دل بستگی شهروندان به شهر را افزایش دهد. به طور دقیق تر، در واقع مدیریت شهری می‌تواند با توجه به بیش از پیش برزیاسازی و خلق فرصت های ویژه برای انتقال احساسات مثبت و ایجاد خاطرات خوب در ذهن شهروندان، احساس تعلق خاطر آنها را نسبت به محیط زندگی شان افزایش دهد و از طریق بهره گیری از متخصصان شهرسازی و فراهم کردن شرایط مناسب برای مشارکت بیش از پیش شهروندان در امور شهری، گامی در جهت نتیجه بخش تر شدن اقدامات و افزایش میزان رضایت شهروندان از عملکرد مدیریت شهری بردارد.

- DOI:10.1016/j.ecolecon.2016.08.004
- Hosany, S., Prayag, G., Van Der Veen, R., Huang, S., & Deesilatham, S. (2017). Mediating effects of place attachment and satisfaction on the relationship between tourists' emotions and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 56(8), 1079-1093. <https://doi.org/10.1177/0047287516678088>
 - Jahangiri, A., Pakzad, J., Andalib, A. (2017). Phenomenography explain the meanings of the concept of place attachment extraction of video self-portrait. *Urban Management*, 16(47), 277-300. [in Persian]
 - Lewicka, M. (2011). Place attachment: How far have we come in the last 40 years?. *Journal of environmental psychology*, 31(3), 207-230. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.10.001>
 - Low, S. M., & Altman, I. (1992). Place attachment: A conceptual inquiry. In *Place attachment* (pp. 1-12). Boston, MA: Springer US.
 - Monsef, M., Salaripour, A., Azimi, N., Abizadeh, S., & Zali, N. (2021). Measuring Place Attachment and the Effect of Place Scale on It in Different Urban Fabrics; Case Study: Rasht City. *Armanshahr Architecture & Urban Development*, 14(35), 299-310. doi: 10.22034/aaud.2020.217274.2098 [in Persian]
 - Nori, V., Mahdavi, A., Mohammad Niae Qaraee, F. (2022). Investigating Factors Affecting Location by Meta-Analysis. *jgs 2022*; 22 (65) :193-205 [in Persian]
 - Oswald, F., & Wahl, H. W. (2001). Housing in old age: Conceptual remarks and empirical data on place attachment. *Bulletin on People-Environment Studies*, 19, 8-12.
 - Perkins, D. D., & Long, D. A. (2002). Neighborhood sense of community and social capital: A multi-level analysis. In *Psychological sense of community: Research, applications, and implications* (pp. 291-318). Boston, MA: Springer US. DOI:10.1007/978-1-4615-0719-2_15
 - Ramyar, R., & Zarghami, E. (2017). Place attachment influences on social capital in common neighborhood environment (The case study: Nor residential complex in Tehran). *Motaleate Shahri*, 6(23), 39-52. [in Persian]
 - Raymond, C. M., Brown, G., & Weber, D. (2010). The measurement of place attachment: Personal, community, and environmental connections. *Journal of Environmental Psychology*, 30(4), 422-434. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.08.002>
 - Riley, R. B. (1992). Attachment to the ordinary landscape. In *Place attachment* (pp. 13-35). Boston, MA: Springer US. DOI:10.1007/978-1-4684-8753-4_2
 - Rohe, W. M., & Stegman, M. A. (1994). The effects of homeownership: On the self-esteem, perceived control and life satisfaction of low-income people. *Journal of the American Planning Association*, 60(2), 173-184. DOI:10.1080/01944369408975571
 - Sajjadzadeh, H. (2013). Role of Place Attachment in Making Identity for Urban Squares (A Case Study: Avicenna Square, Hamedan). *The Monthly Scientific Journal of Bagh-e Nazar*, 10(25), 69-78. [in Persian]
 - Salaripour, A., Adewale, B. A., Seif Reihani, Z., & Taleb Valialah, N. (2023). Investigating the relationships between quality of life, attachment and participation in small towns (case study: Sangar Town). *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 1-24. <https://doi.org/10.1080/10911359.2022.2117255>
 - Salaripour, A., daneshpour, S. A., & Safaye Karpour, M. (2021). Exploring the concept of place attachment in phenomenology and psychometrics; identifying the capacity of reflective interaction for theoretical development. *Urban Planning Knowledge*, 5(2), 1-18. doi: 10.22124/upk.2021.16159.1434 [in Persian]
 - Scannell, L., & Gifford, R. (2010). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of environmental psychology*, 30(1), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2009.09.006>
 - Scannell, L., & Gifford, R. (2017). The experienced psychological benefits of place attachment. *Journal of environmental psychology*, 51, 256-269. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2017.04.001>
 - Vasileiou, K., Barnett, J., Thorpe, S., & Young, T. (2018). Characterising and justifying sample size sufficiency in interview-based studies: systematic analysis of qualitative health research over a 15-year period. *BMC medical research methodology*, 18, 1-18. DOI: 10.1186/s12874-018-0594-7
 - Zheng, C., Zhang, J., Guo, Y., Zhang, Y., & Qian, L. (2019). Disruption and reestablishment of place attachment after large-scale disasters: The role of perceived risk, negative emotions, and coping. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 40, 101273. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2019.101273>
 - Zou, W., Wei, W., Ding, S., & Xue, J. (2022). The relationship between place attachment and tourist loyalty: A meta-analysis. *Tourism Management Perspectives*, 43, 100983. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100983>.



نحوه ارجاع به مقاله:

سالاری پور، علی اکبر؛ سیف ریحانی، زهرا، طالب ولی اله، نرگس (۱۴۰۲) تبیین عوامل شکل دهنده‌ی دل‌بستگی به مکان در شهر ساحلی بندر انزلی، مطالعات شهری، ۱۳ (۴۹)، ۶۵-۷۸. <https://doi.org/10.22034/urbs.2023.62798.90>

Copyrights:

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to Motaleate Shahri. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

