

ارائه مدلی یکپارچه از تعریف و ابعاد هویت مکان و تعیین شاخص‌های سازنده هویت؛ نمونه مورد مطالعه: ساکنین شهر شیراز

مرجان قنبرپور^{۱*}، علی اکبر حیدری^۲، علی قنبرپور^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد معماری دانشگاه آزاد اسلامی یاسوج

۲- دکترای معماری، عضو هیئت علمی دانشگاه یاسوج

۳- کارشناسی ارشد معماری

m.ghanbarpour1987@yahoo.com

چکیده

مساله هویت از موضوعات مهم و چالش برانگیزی است که نه تنها تک تک افراد در دوران حیات خود با آن مواجه می‌شوند، بلکه از جمله موضوعاتی است که طیف وسیعی از متفکران به انحای مختلف با آن درگیرند. صورت مساله هویت و ضمايم مربوط به آن، همواره در کانون توجه علوم مختلفی همچون جامعه‌شناسی، فلسفه، روان‌شناسی و... قرار گرفته است. نکته‌ای که در تلاش‌های صورت گرفته در این حیطه به چشم می‌خورد این است که پژوهش‌های انجام شده در زمینه‌ی هویت مکانی، به واسطه اغتشاش در تعریف مفهوم هویت مکانی و نبود یک شرح یکپارچه از فرایندهای اجتماعی و تعریف مردم از مکان‌ها، دچار اختلال شده است. در پژوهش حاضر که در شهر شیراز بر روی تعداد ۱۳۸ نفر شرکت کننده با استفاده از پرسشنامه باز و بسته درباره مکان‌هایی که از دیدگاهشان باعث هویت بخشیدن به خود آنان و شهر شیراز می‌شود انجام گرفته است، سعی شده است با حذف شخصی سازی‌های صورت گرفته پیشین^۱، یک الگوی یکپارچه از تعریف هویت مکان ارائه شود. این پژوهش در دو سطح کیفی و کمی انجام گرفته و در آن از مدلسازی چند سطحی استفاده شده تا به کیفیت ابعادی و بیان تفاوت‌های درون فردی تعریف هویت مکان، در حوزه ادبیات انسان‌شناسی و روان‌شناسی بر اساس مطالعات و تحلیل‌ها و آنالیزهای انجام شده دست یابد. در راستای این هدف با مطالعه پژوهش‌های پیشین و یافته‌های محققان چهار بعد مشترک از میان نظریه‌ها در مورد هویت مکان استخراج و دامنه این ابعاد با مطرح کردن دو گروه از شاخص‌هایی که از لحاظ نظری برای تعیین هویت مردم از مکان‌ها ارائه گردیده بود بسط داده شد و به صورت سوالات سنجش پذیر؛ مطرح گردید و در اختیار مردم قرار گرفت. علاوه بر در نظر داشتن این شاخص‌ها، آیتم‌های دیگری نیز که می‌توانستند به عنوان شاخص در نظر گرفته شوند- که در گذشته لحاظ نشده بودند- آزموده شد و در پایان در مورد اثر بخشی هر یک با انجام تحلیل‌های آماری معتبر، نتیجه‌گیری گردید و شاخص‌هایی که روابط معناداری داشتند در یک دیاگرام کلی بیان شدند. در دیاگرام ارائه شده چهار بعد اصلی به سه بعد بهینه گردید و شاخص‌های جدیدی به مدل‌های پیشین اضافه گردید و دیاگرامی فراگیرتر در این راستا حاصل گردید.

واژگان کلیدی: هویت مکان، شاخص‌های هویت، شهر شیراز، پیوندهای اجتماعی، تناسب محیطی، نیازها، انگیزش

۱- پژوهش‌های صورت گرفته در گذشته عمدتاً با تعیین مکان‌های خاص و ارائه پرسش در مورد این مکان‌ها انجام شده است اما در این پژوهش هر فرد مکان مورد نظر خود را بیان داشته است.

۱- مقدمه

چه زمانی یک مکان از سوی فرد یا افراد هویت‌دار شناخته می‌شود؟ چه عناصری است که یک مکان را از نظر هویت بخشی از سوی افراد واجد شرایط یا فاقد شرایط می‌سازد؟ آن چه چیزی است که مردم را به هویت دادن یک مکان خاص، حتی دبدن این مکان‌ها به عنوان "بخشی از خودشان" می‌رساند؟ (Orestis Droseltis, Vivian L. Vignoles, 2010)

مکان مفهومی پیچیده و مرکب است. اطلاعاتی که از محیط کسب می‌شود، نمادین و معنابخش است. تجربیات گذشته در مکان، مبنای درک شرایط جدید است لذا آنچه مکان را متفاوت کرده، هویت مکان است (Ariel Windsong, Elena, 2010)

هویت یابی انسان با یک مکان این فرض را به وجود می‌آورد که مکان واجد شخصیت است، به این معنا که ویژگی‌هایی وجود دارد که یک مکان را از سایر مکان‌ها متمایز می‌سازد و به مکان، وجودی یکتا یا روح می‌بخشد (ابلی، ۱۳۸۷). بخشی از هویت افراد از طریق مکان بازیابی می‌شود و فضای بنای ساخته شده، باید با توجه به بستر و زمینه فرهنگی جامعه، شکل گرفته باشد. معماری فضا و مسکن باید با فرهنگ هر جامعه هم‌خوانی داشته باشد و این امر از طریق شناخت سلیقه‌های زیبایی‌شناختی مردم امکان‌پذیر است. چراکه مردم عناصر اصلی هستند که در فضا و معماری زندگی می‌کنند. (آنترمن، ۱۹۷۷) هویت مکانی بخشی از زیرساخت هویت فردی انسان و نتیجه شناخت‌های عمومی او درباره جهان فیزیکی است که در آن زندگی می‌کند؛ بنابراین رابطه متعادلی که بین هویت مکانی فرد و ویژگی‌های محیط پیرامون او شکل می‌گیرد، بسیار حائز اهمیت است (بهزاد فر، ۱۳۸۶)

از این رومی‌توان گفت، هویت مکانی یک ساختار مرکزی برای روانشناسان محیطی است، و پژوهش‌های انجام شده در طول دو دهه گذشته به سبب نبود رضایت و موافقت عمومی در مورد بنا کردن این ساختار و فرایندهای مربوط به آن، هنوز مختل شده است. (Manzo, 2003) این نکته امری است که پژوهش در این زمینه را تاحدی مشکل ساخته است. (در پژوهش‌های مختلف عناصر متعددی برای ساختار هویت در نظر گرفته شده و موضوع بحث بر روی این عناصر بسط یافته است، این عناصرگاهی در پژوهش‌ها مشترک بوده و بعضاً دچار افتراق فراوانی می‌باشد). در ضمن، پژوهش در دیگر زمینه‌های هویت به طور پیوسته و با تلاش رشد یافته است و یکپارچه‌تر شده است (Vignoles, V. L., Regalia, C., Manzi, C., Gollidge, J., & Scabini, E, 2006) و (McLaughlin-Volpe, T, 2004 & Ashmore, R. D., Deaux, K) این مقاله بر آن است تا به یک یکپارچگی بهتر در ادبیات هویت مکانی دست یابد. اول، به طور خلاصه به کیفیت ابعادی تعریف مکان و بررسی ابعاد و زیر ساخت‌های هویت ساز پرداخته؛ هر چند، هدف اصلی، آزمایش شاخص‌های تعریف‌کننده مردم از عوامل هویت ساز در حوزه ادبیات انسان‌شناسی و روان‌شناسی است. و سپس به ارائه یک مدل فضایی یکپارچه در ادبیات انسان‌شناسی و روان‌شناسی از عوامل سازنده هویت پرداخته خواهد شد.

۲- ادبیات موضوع

به منظور دستیابی به چشم‌اندازی موثر در خصوص موضوع مورد بحث ابتدا لازم است تا برخی از اصطلاحات اساسی موجود در این حیطه را معناشکافی نماییم. اصطلاحاتی مانند هویت، مکان، هویت مکانی و....

۳- تعاریف

۳-۱- هویت

« فرهنگ معین واژه هویت را چنین تعریف کرده است: (ه و ی) [ع. هویت] شخصیت، ذات، حقیقت چیز. آنچه موجب شناسایی شخص باشد و باعث تمایز یک فرد از دیگری باشد. دو چیز که در حقیقت و ذات یکی باشند هر چند در بعضی موارد بایکدیگر متفاوت باشند. حقیقت شی یا فرد که شامل صفات ذاتی اوست.» (معین، ۱۳۸۴). هویت مجموعه باورهای ذهنی است که سبب تفاوت گذاری میان خود و دیگری می‌شود و به عمل فردی یا اجتماعی بر اساس آن و با هدف حفظ تداوم و تقویت آن و یا در جهت تخریب و تضعیف هویت‌های دیگر دامن می‌زند. (فکوهی، ۱۳۸۰). علی‌رغم این واقعیت که هویت در "مشابهت" ریشه دارد، اما همواره به تفاوت

نیز

مربوط

می‌شود (Alsayyad, 2001) کاترین وودوارد نیز تعبیر مشابهی دارد "هویت از طریق تشابه معین می‌شود، یعنی از طریق تشابه با انسان‌هایی مثل ما، و از طریق تفاوت با آن‌هایی که مثل ما نیستند (Woodward, 2000) به نظر گیدنز هویت عبارت است از آنطوری که شخص از خودش تعریف می‌کند. انسان از طریق کنش متقابل با دیگران است که هویتش را ایجاد می‌کند و در جریان زندگی پیوسته آن را تغییر می‌دهد؛ هویت امر پایداری نیست، بلکه یک پدیده‌ی پویا و سیال و همواره در حال ایجاد شدن و عوض شدن می‌باشد (گیدنز، ۱۳۸۷) هویت به مثابه امری احساسی یا آگاهانه، واقعی یا خیالی، موجود یا جعلی معطوف به پاسخ به چیستی و کیستی انسان‌ها به صورت انفرادی و جمعی است. «خودشناسی» و «دیگر شناسی» به منزله دو محور عمده در بحث هویت با معیارهای مختلفی اعم از علمی یا غیر علمی، بی طرفانه یا مغرضانه، احساسی و سطحی یا آگاهانه و عمیق مورد سنجش قرار می‌گیرد. هویت مفهومی است که روان‌شناسی فردی و اجتماعی، جامعه‌شناسی، علم سیاست و دیگر علوم انسانی داعیه نسخه‌پیچی برای توصیف و تبیین آن دارند (احمدی پور و همکاران، ۱۳۸۹)

۳-۲- مکان

از آن‌جا که موضوع اصلی بحث این نوشتار را هویت مکان و هویت مکانی تشکیل می‌دهد، از این رو به درکی از چیستی مکان به عنوان عنصر اصلی تاثیرگذار در این مقوله از هویت نیاز است. مکان، فضایی است که به واسطه ادراکی که نسبت به آن ایجاد می‌شود؛ دارای هویت و معنا می‌گردد. از این رو مفهوم مکان رابطه‌ای جدانشدنی با هویت داراست. مکان عنصر اصلی هویت ساکنان آن است. انسان با شناخت مکان می‌تواند به شناخت خود نائل شود. یکی از علل سرگردانی انسان امروز نپرداختن به مفهوم مکان و پی نبردن به مفهوم هویت مکانی است. مکان جایی است که ما ادراک کاملی از هستی و بودن خود داشته باشیم. انسان از مکان‌های متفاوت تصاویر متفاوتی را در ذهن دارد. احساسات او می‌تواند بر روی ادراکاتش از محیط و شکل‌گیری تصویر ذهنی از مکان تأثیرگذار باشد. همین تصاویر ذهنی انسان‌هاست که به مکان هویت می‌دهد. (شکوفه میرزایی؛ سیاوش تیموری؛ سعیده نژادستاری، ۱۳۹۱) مکان به معنی داشتن یک نقطه امن است که می‌توان از آنجا به دنیا نگریست، یک اتصال قوی که انسان را در موضعش با سایر اشیاء مرتبط می‌سازد، و دستیابی و یا ارتباط روحی و روانی با یک نقطه مشخص است. (Relf, 1976). راپاپورت مکان را یکی از چهار عنصر تعریف‌کننده‌ی فضا معرفی می‌کند، که در ترکیب با معنی، زمان و ارتباطات، محیط انسان ساخت را شکل می‌دهد. دلمشغولی فرد یا گروه با فضا به آن معنای مکان می‌دهد، دست کم تا اندازه‌ای که آن را از سایر مکان‌ها جدا سازد. (راپاپورت، ۱۳۸۴) مکان مرکز ارزش محسوس است، که همواره با امنیت و پایداری نیازهای زیستی انسان را برآورده می‌کند. از دیدگاه شولتز، مکان فضایی است که احساس می‌شود، درک می‌شود و سپس با خاطره عجین می‌شود، بنابراین در حالات روحی و خاطرات هستمند بشری است که، "احساس نسبت به مکان" شکل می‌گیرد. در نتیجه چنین دیدگاهی است که شولتز مکان را فضایی می‌داند که انسان به حضور و وجود خود در آن ادراک و شناخت دارد. (شولتز، ۱۳۸۲) مکانی که شخص پیوندی تعاملی با آن دارد در شناخت وی از خود و نحوه معرفی خود به دیگران نقش دارد. یکی از ویژگی‌های ضروری این همانی با فضا (هویت مکانی) استمرار ارتباط با فضا در زندگی فرد است (پاکزاد، ۱۳۸۶) فرد در آن فضا احساس آسودگی میکند و اگر به دلایلی از آن فضا دور شود، احساس دل‌تنگی می‌کند. (ناصر فکوهی، مریم حسین یزدی، ۱۳۹۲) در حالت کلی مکان به دو صورت با هویت پیوند می‌خورد؛ هویت مکان و هویت مکانی. (فکوهی، انسان‌شناسی شهری، ۱۳۸۳)

۳-۳- هویت مکانی

هویت مکانی، شناخت و تشخیصی است که یک فرد در ارتباط/تعامل/حضور در یک مکان خاص برای خود قائل می‌شود. در اصطلاح هویت مکانی سه مفهوم نهفته است. مکان، هویت و قلمروهای (settings) مقوم و برساننده این دو مفهوم. مردم همواره خود را به شهر منطقه، و یا کشوری که در آن زندگی می‌کنند ارجاع می‌دهند. در واقع مردم خود را بیشتر به محیط‌های فیزیکی به مثابه مکان ارجاع می‌دهند تا محیط‌های اجتماعی. مکان‌های زیست، خود ویژگی‌های انسانی رفتاری را تا حدودی مشخص می‌کنند. بر عکسش هم صادق است، مکان‌ها بوسیله‌ی هویت‌های انسانی تحت تاثیر قرار می‌گیرند (Nasar, J. L. & Kang, J., 1999) هویت مکانی به سبب درهم تنیدگی محیط و انسان بوجود می‌آید. ما بخشی از محیط اطرافمان هستیم. همه چیز قسمتی از یک کل است و دنیا‌های انسانی و طبیعی همگی بخشی از یک تسلسل‌اند. (بل، ۱۳۸۶). هویت مکانی به این دلیل به کار گرفته شد که جریان‌های

اصلی و عمده مطالعات هویت، روانشناختی فردی و اجتماعی محیط‌های فیزیکی طبیعی و ساخته شده را به عنوان یک فاکتور مهم و پس زمینه نادیده گرفتند. بدین سان هویت مکانی برای تأکید بر اثرات محیط‌های فیزیکی بر هویت و درجه بالای وابستگی مکانی انسان توسط پروشانسکی و همکاران به کار گرفته شد. (Kaminoff, R., 1983 & Proshansky, H.M., Fabian, A.K.)

۳-۴- هویت مکان

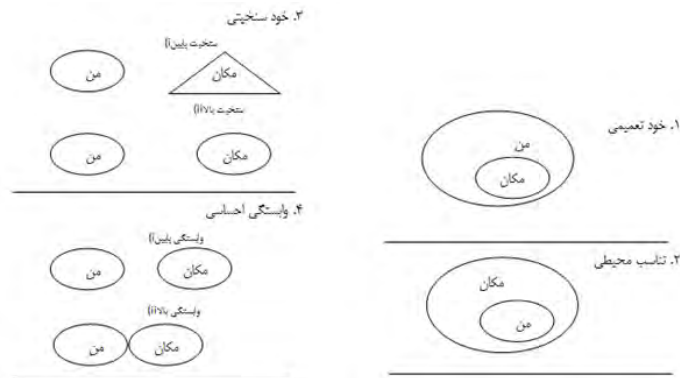
هویت مکان پنداری از مکان است که در فرد یا افراد در خصوص یک فضا/جای خاص شکل می‌گیرد. این پندار یا تشخیص هم می‌تواند از سوی فرد شکل بگیرد و هم اینکه جمعی از افراد هویتی را در مورد یک مکان قائل شوند. هویت مکان داخل مفهوم بزرگتری از خود (self) به صورت یک کل منسجم صورت می‌پذیرد (Proshansky, H.M., Fabian, A.K., & Kaminoff, R., 1983) و به وسیله‌ی آمیزه و ترکیبی از خاطرات، (memories) مفاهیم (conceptions) تفاسیر (interpretation) عقاید (ideas) و احساسات شکل گرفته در چارچوب قلمروهای فیزیکی خاص تعریف و تعیین می‌گردد (Altman, I. & Low, S.M., 1992) و از ارزش‌های فردی و جمعی نشأت می‌گیرد و با گذر زمان عمق، گسترش و تغییر می‌یابد (Relph, 1976).

۴- چارچوب نظری تحقیق

۴-۱- ابعاد تعیین هویت مکان

تعاریف هویت مکان بسیار متغیر است برای مثال، «لو و آلتمن» هویت مکانی را یک ساختمان یکتا تعریف کردند: "مفهومی یکپارچه... نه ترکیبی از بخش‌ها، اجزاء، ابعاد یا عوامل جداگانه یا مستقل (Low, S. M. & Altman, I., 1992) و «پراشانسکی» آن را به عنوان یک مجموعه و ساختمان چندبعدی تعریف می‌کند؛ که آن ساختار شامل: "آن ابعاد خویشتن است که هویت فردی شخص را در ارتباط با محیط فیزیکی؛ که توسط الگویی پیچیده از ایده‌های آگاهانه و ناخودآگاه، باورها، اولویت‌ها، احساسات، ارزش‌ها، اهداف [...] تمایلات رفتاری و مهارت‌ها است تعریف می‌کنند" (Proshansky, 1978). با مرور تعاریف بسیار و گاهی تار از هویت مکان در ادبیات، ما چهار تصور اصلی که باور داریم ارزش تمیز دادن در زمینه تئوری را دارند تعریف کرده ایم. (شکل ۱).^۱ اولین محور در ادبیات، تصور «خود توسعه یافته» بوده است - ایده‌ای که در آن مکان‌ها به عنوان شناخت "بخشی از خود" تجربه می‌شوند (Belk, 2000) (Proshansky, H. M., Fabian, A. K., & Kaminoff, R., 1983). می‌توان گفت که از نظر تجربی، اعتبار این تصور تقویت می‌شود. برای مثال، مردمی که قلمرو فضایی اشان توسط دزدی نقض شده است، از نظر کیفی برداشت مشابهی از پریشانی روانی را گزارش کرده‌اند، اگرچه با مقداری شدت کمتر، در مقایسه با مردمی که تجاوزهای بدنی مانند هتک ناموس و تجاوز را تجربه کرده‌اند. (Wirtz, P. W. & Harrell, A. V., 1987) و همچنین (Rempel, & Burris, C. T., 2004). هر چند، پروشانسکی و همکارانش (Proshansky, H. M., Fabian, A. K., & Kaminoff, R., 1983) از نظر تئوری ادعا کردند: "... که آنچه در مورد خودشناسی صادق است، در زیرساخت آن نیز صادق است"، هویت مکان هنوز باید به طور کامل بررسی شود. در اینجا ما از اصطلاح خود تعمیمی برای اشاره به حس معنا شناختی از یک مکان به عنوان بخشی از مفهوم خود توسعه یافته استفاده می‌کنیم. (Orestis Droseltis, Vivian L. Vignoles, 2010)

۱- آنچه این چهار تصور در اشتراک با هم دارند این است که هر کدام از آنها به حسی نسبت داده می‌شوند که در آن یک شخص می‌تواند بگوید که با یک مکان مشخص هویت دارد. به طور دقیق‌تر، یک فرد می‌تواند با این‌ها به عنوان ابعاد "هویت مکانی" نسبت داده شود. ما می‌دانیم که اصطلاح هویت مکان ممکن است کاملاً به گونه‌ای متفاوت از آنچه به هویت یک مکان نسبت داده می‌شود تصور شود- برای آگاهی، ویژگی‌های کیفی معنای نمادین آن برای مردمی که با آن در ارتباط هستند. در اصل هویت مکان ممکن است بازتاب هر تعداد از ابعاد معنا باشد و دلیل خاصی وجود ندارد که تصور شود که این ابعاد باید با هم دسته بندی شوند، و اینکه یک مجموعه عمومی از ابعاد برای توصیف هویت‌های انواع مختلف از مکان‌ها مناسب خواهد بود. در مقاله حاضر، تمرکز ما پیش بینی تعیین هویت با مکان هاست: با این وجود، تصدیق می‌کنیم که تعدادی از پیش بینی کننده‌ها در مطالعه ما ممکن است به عنوان اجزاء تعیین هویت مکان‌ها درک شوند.



شکل ۱- چهار بعد نظری تعیین هویت مکان

محور دوم پیرامون اندیشه «خویش بوم شناختی» می‌گردد. (Bragg, 1996)، که از مفهوم «هویت محیطی» (Clayton, S., & Opatow, S., 2003) برگرفته شده، که به وسیله آن در تک تک افراد احساسی ذهنی از مناسب بودن، یا بخشی از محیط فیزیکی اطرافشان بودن (خواه «طبیعی» باشد یا به شکلی دیگر) ایجاد می‌کند. بنابراین اگر بعد پیشین به احساس مکان به عنوان مناسب بودن در آن، یا تعلق به خود، نسبت داده شود، در این بعد از اصطلاح تناسب محیطی برای مشخص کردن حس بوم شناختی/محیطی از خویش، یا **تعلق به مکان** استفاده می‌کنیم. (Orestis Droseltis, Vivian L. Vignoles, 2010)

محور سوم اندیشه سنخیت بین خویشستن و مکان است، و بازتاب کننده این ایده است که مکان به گونه ای شبیه یا همتای، ارزش ها و شخصیت منحصر به فرد است (Sirgy, M. J., & Su, C., 2000). خود سنخیتی مکان نسبت به گزینه هایی چون مقصد مسافرت (Beerli, A., Meneses, G. D., & Gil, S. M., 2007)، وابستگی های ساکنین به ناحیه جغرافیایی اشان (Twigger-Ross, C. L., & Uzzell, D. L., 1996)، بافت طراحی معماری (Hull, 1992) قبلاً آزموده شده است. این بعد گاهی اوقات به عنوان یک همبستگی یا مرتبط کننده دیده شده است تا به عنوان بخشی از هویت مکان. با این حال، سنخیت، معنای حس تعادل بین خویش و مکان را می‌رساند، و شایسته آن است که به عنوان بخشی از تعریف مردم از مکان ها دیده شود، همانگونه که پژوهشگران هویت اجتماعی به همین شکل به تصور قالب بودن گروه به عنوان یک بعد مهم از تعریف مردم از گروه ها نگاه می‌کنند (لیچ، ۲۰۰۸). از اینرو ما خود سنخیتی مکان را به عنوان حس تصور یک فرد از مکانی که آن را شبیه یا سازگار با تصویری که فرد از شخصیتش به عنوان یک شخص دارد، معرفی می‌کنیم^۱ (Orestis Droseltis, Vivian L. Vignoles, 2010) چهارمین و آخرین رویکرد هویت مکان را برحسب وابستگی‌ها تصور کرده است (Twigger-Ross, C. L., & Uzzell, D. L., 1996) در ادامه کار اولیه جغرافی دانان بشری (Relph, 1976) و متخصصین انسان شناسی اجتماعی (Altman, I. & Low, S.M., 1992)، همانگونه که توسط ادبیات بر روی «وابستگی مکان» نشان داده شده اند، پیوندهای احساسی به مکان ها به عنوان یکی از تعیین کننده ترین جنبه های تضمین کننده مردم-مکان، تلقی شده اند. (Orestis Droseltis, Vivian L. Vignoles, 2010) با این حال، ارتباط بین هویت مکان و وابستگی بحث بر انگیز تر است. برای مثال، درباره این موضوعات که وابستگی های موثر و هویت مکان ساختارهای متمایزی هستند (Hernandez, B., Hidalgo, M. C., Salazar-Laplace, M., Hinds, J., & Sparks, P., 2010)، و نیز اینکه وابستگی های موثر به مکان، شامل هویت مکان می‌شوند (E., & Hess, S., 2010) (Hinds, J., & Sparks, P., 2008) و همچنین این که هم هویت مکان و هم وابستگی های موثر به مکان، شامل ساختار دیگری مانند حس مکان می‌شوند (Jorgensen, B. S., & Stedman, R. C., 2001) و (Pretty, G. H., Bramston, P., 2003 & Chipuer, H. M.) بحث هایی صورت گرفته است. به علاوه، تیرگی تفکیک معنایی بین وابستگی های احساسی و هویت مکان به میزان تیرگی این ساختارها (مانند، فلانو، ۲۰۰۴) به روشن نمودن ارتباط، تفسیر این دو اصطلاح تقریباً متبادل پذیر در عمل کمک نکرده است. ما در اینجا از اصطلاح وابستگی احساسی استفاده می‌کنیم تا انحصاراً به قیدهای نیرومند

۱- با توجه به این که خود سنخیتی مکان به گونه ای که در اینجا تعریف شد، کاملاً متمایز از مفهوم یکسان آوایی یا تجانس یا سازگاری محیط فرد است، آن را به عنوان میزانی که محیط در آن از عهده خرسندی نیازها و هدف های فردی بر می‌آید تعریف شده است (مانند، گیرنبرگ، استینبرگ و واکس، ۱۹۸۲؛ کاپلان، ۱۹۸۳؛ میر و ملامد، ۲۰۰۷). این مطلب ممکن است یک پیشگوی مهم از بهزیستی روانشناختی باشد، اما بعد تعیین هویت مکان نیست.

احساسی یا اثر مثبت به سوی مکان‌ها ارجاع دهیم، با وجود ازدیاد تعریف‌های متفاوت یا معنی‌هایی که به «وابستگی مکان» در ادبیات (ببینید هیدالگو و هرناندز، ۲۰۰۱) پیوست شده‌اند.

۴-۲- شاخص‌های تعیین هویت مکان

فراتر از نگرانی‌ها در مورد کیفیت ابعادی، هدف اصلی ما آزمون این امر بود که آیا پیشرفت‌های اخیر در فرایندهای مدل‌سازی متضمن ساخت دیگر حوزه‌های هویت (مانند، ویگنولز ات آل. در حال آماده‌سازی؛ ویگنولز ات آل، ۲۰۰۶) می‌توانست با موفقیت به حوزه هویت مکان ترانهاده شود. ما در اینجا دامنه شاخص‌هایی را که در مطالعات گذشته مطرح شده‌اند، با مطرح کردن دو گروه پهنور از شاخص‌هایی که از لحاظ نظری برای تعیین هویت مردم از مکان‌ها ممکن است به حساب آیند را بسط می‌دهیم: (۱) انگیزه‌ها و نیازهای فردی، و (۲) پیوندهای نمادین و اجتماعی مکان‌ها (ببینید جدول ۱ را). (Orestis Droseltis, Vivian L. Vignoles, 2010)

جدول ۱- آیتم‌های مورد استفاده در درجه بندی هویت مکان

ساختار	آیتم
ابعاد تعیین هویت	
خود گستردگی	من حس می‌کنم این مکان بخشی است از چیزی که من هستم. اگر این مکان دیگر وجود نداشته باشد، من حس می‌کنم بخشی از وجودم را از دست داده‌ام.
تناسب محیطی	من حس می‌کنم این مکانی است که من شایسته آن هستم. این مکان به من امکان می‌دهد تا با خودم ارتباط پیدا کنم.
خود سنخیتی مکان	این مکان نوع شخصی که من هستم را بازتاب می‌دهد. این مکان ارزش‌های فردی من را بازتاب می‌دهد.
وابستگی‌های احساسی	من احساس وابستگی احساسی به این مکان را دارم.
انگیزه‌ها و نیازهای روانشناختی	
احترام به نفس (احترام به خود)	این مکان باعث می‌شود احساس مثبتی نسبت به خودم داشته باشم.
پیوستگی	این مکان حس پیوستگی بین گذشته، حال و آینده در زندگی من را به من می‌دهد.
خود سودمندی	این مکان باعث می‌شود احساس سودمندی و شایستگی داشته باشم.
معنی داری	این مکان حس «معناداری» در زندگی را به من می‌دهد.
تمایز	پیوند داشتن با این مکان من را از دیگر مردم متمایز می‌سازد.
تعلق پذیری	این مکان به من احساس نزدیک شدن، یا پذیرفته شدن توسط دیگر مردم را می‌دهد.
کنترل	این مکان این حس را به من می‌دهد که من کنترل دارم.
امنیت	این مکان حس امنیت به من می‌دهد.
خشنودی مربوط به زیبایی شناسی	من این مکان را زیبا یافته‌ام.
پیوندهای اجتماعی به مکان‌ها	
پیوندهای نسبی	خاستگاه‌های من در این مکان است.
پیوندهای اقتصادی	این مکان اهمیت اقتصادی برای من دارد.
حس فقدان/جابجا شدگی	یک حس فقدان وجود دارد وقتی به این مکان فکر می‌کنم.
پیوندهای روایی	من داستان‌های فراوانی در مورد این مکان می‌دانم.
اهمیت‌های معنوی	این مکان اهمیت‌های معنوی برای من دارد.
پیوند‌های به وقایع خاص	این مکانی است برای رفتن در موقعیت‌های خاص.
توجه: تمام گفته‌ها در مقیاس ۵-نقطه ارزیابی شد. لنگرهای مقیاس ۰= به هیچ وجه در مورد این مکان صحیح نیستند؛ و ۵= کاملاً برای این مکان صحیح هستند.	

۴-۳- انگیزه‌ها و نیازهای شخصی

اولین گروه، از شاخص‌های روانشناسی شخصیتی و اجتماعی مشتق می‌شود و بر ساخت انگیزه‌های هویت (Breakwell, 1988) و نیازهای اساسی انسان (Maslow, A. H., 1970) تمرکز دارد.

تئوری فرآیند هویت (Breakwell, 1988) بیان می‌کند که فرایندهای هویت توسط چهار اصل هدایت می‌شوند: مردم هویتشان را می‌سازند و از آن دفاع می‌کنند به گونه‌ای که وضعیت‌های نهایی مطلوب احترام به نفس، پیوستگی، تمایز بخشی و سودمندی، را حفظ نمایند. بر طبق این نظریه، این «قوائد هویت» یک ویژگی احساسی یا نیازمانند دارند: در هنگامی که احساس احترام به نفس، پیوستگی، تمایز یا سودمندی قابل دستیابی نیست، یک «تهدید» برای هویت بوجود می‌آید و ممکن است مردم یک طیف گسترده از استراتژی‌های سازشکارانه را به منظور بازگرداندن رضایت بپذیرند. حتی در نبود چنین تهدیدی، می‌توان گفت مردم آن جنبه‌های مرکزی و خود تعریف هویتشان را که چهار اصل هویت را راضی می‌کند درک خواهند کرد. (Vignoles, V. L., Chryssochoou, & Breakwell, G. M., 2002)

این چهار اصل هویت در دو مطالعه پیشین در مورد هویت مکان و وابستگی‌ها آزموده شده است، با اینکه هیچ یک به ویژگی‌های انگیزشی‌اشان توجهی نکرده‌اند، و با آنها بیشتر به عنوان اجزاء تا پیشگوه‌های هویت مکانی رفتار کرده‌اند. در مصاحبه‌ای در مقیاس کوچک، مطالعه در مورد وابستگی‌های منطقه داکلند لندن، این نکته یافت شد که شرکت کنندگانی که وابستگی‌های با میزان بالا را به منطقه گزارش می‌کنند بیشتر علاقه دارند تا در منطقه با احساس‌های احترام به نفس، پیوستگی، تمایز و سودمندی شریک شوند. (Twigger-Ross, C. L., & Uzzell, D. L., 1996). کنز (Knez, 2005) نتایج مشابهی را در بررسی در مقیاس بزرگ در مورد وابستگی به شهر گوتنبرگ یافت. در مطالعه او، احساس‌های احترام به نفس، پیوستگی، تمایز و سودمندی به گونه‌ای معنی دار با وابستگی مکان مشترک بودند، اما او اینکه هر انگیزه به گونه‌ای یکتا در شاخص‌های وابستگی به مکان شرکت دارد را نیازمندی پس از آن، ویگنولز ات آل (Vignoles, V. L., Regalia, C., Manzi, C., Golledge, J., & Scabini, E., 2006) با پیشنهاد اینکه انگیزه‌ها برای احترام به نفس، پیوستگی، تمایز، سودمندی، تعلقات^۱ و معناداری مستلزم ساخت هویت‌های فردی، خویشاوندی و جمعی است تئوری فرآیند هویت را بسط داده است. در یک سری از مطالعات با استفاده از روش‌های طول همبستگی و احتمال، نشان داده شد که هر شش انگیزه در ساختار هویت شرکت دارند؛ هر چند، هر انگیزه یک نمایه متفاوت از اثرات در کلیت ابعاد ساختار هویت و اثر مربوط به هویت را نمایش می‌دهد. مطالعات بیشتر تأثیرات این شش محرک هویت بر ساختار خویشتن‌های محتمل ترسان یا مطلوب (ویگنولز، مانزی، رگالیا، جمولو، و اسکابینی، ۲۰۰۸) همانند شناسایی مردم از مالکیت‌های کالا (ویگنولز ات آل، در حال آماده سازی) و برندهای مصرفی (کروزباتر، ویگنولز، و چو، ۲۰۰۸) را کاوش نموده است.

با وجود کاربرد آن در سرتاسر حوزه‌های متنوع هویت، در گذشته هیچ پژوهشی به صورت مستقیم «مدل بسط یافته ساختار هویت انگیزشی» ویگنولز و همکاران را در پیش بینی شناخت مردم از مکان‌ها به کار نبرده است. با تکیه بر نقش بالقوه محرک تعلق در فرایندهای هویت مکان، پژوهش نشان داده است که کیفیت ارتباط با همسایگان یکی از قویترین شاخص‌ها از وابستگی مردم به مکانی که در آن زندگی می‌کنند؛ می‌باشد (Bonaiuto, M., Aiello, A., Perugini, M., Bonnes, M., & Ercolani, A. P., 1999). با اینکه بر عدم وجود مدرک تجربی برای این موضوع آگاهیم، از راه درک مستقیم احتمالی به نظر می‌رسد که مردم به ویژه با مکان‌هایی که به آنها حس معناداری در زندگی‌شان را می‌دهند، قویاً احراز هویت خواهند کرد. علاوه بر این، ویگنولز (Vignoles, V. L., Regalia, C., Manzi, C., Golledge, J., & Scabini, E., 2006) بحث می‌کند که لیست انگیزه‌های هویت آنان الزاماً فراگیر نبوده است. ما سه انگیزه ممکن برای هویت مکان را در اینجا مطرح کرده ایم، منتج شده از نظریه پردازی روانشناسی درباره نیازهای اساسی و بالاتر انسان، همچنین مطالعات در مورد مزایای تجدیدپذیر ارتباط مردم-مکان.

ما احساس کردیم که مکان‌ها از این نظر که نیازهای اساسی انسان چون امنیت و کنترل را بر آورده می‌کنند ممکن است مهم باشند (Deci, E. L., & Ryan, R. M., 2000) (Maslow, A. H., 1970)، که در مدل انگیزش هویت ویگنولز و همکاران

^۱ در تقابل با چشم انداز ما، (Knez, 2005) صریحاً این چهار بعد را به عنوان نتایج بیش از پیش گوه‌های وابستگی مکان، نظریه پردازی کرده است. در تمامی این احتمالات، اثرات واقعی دو سویه هستند، اما این فرایندهای پیچیده با استفاده از رویکردهای همبستگی کنز و یا در مطالعه پیش رو نمی‌توانند حل شوند.
^۲ توجه شود که تعلق در اینجا به شمول و پذیرش اجتماعی و نه به احساس «تعلق به مکان»، که بخشی از تعریف ما از شایستگی محیطی است، نسبت داده می‌شود.

پوشش داده نشده بود. برخی مدارک اظهار می‌کند که مردم احساسات امنیت و کنترل را به عنوان پی آمد تماسشان با محیط طبیعی و مکان‌های مطلوب، و احساسات ناامنی و نبود کنترل را به عنوان پی آمد تماس با مکان‌هایی که ترجیح می‌دهند از آنها اجتناب کنند بیان می‌دارند (Korpela, 1989) (Korpela, K. M., Hartig, T., Kaiser, F. G., & Fuhrer, U., 2001) (Hartig, T., Mang, M., & Evans, G., 1991)

ما همچنین به این نکته توجه داشتیم که چون مکان‌ها نیازهای زیبایی‌شناسانه مردم را برآورده می‌کنند ممکن است برای آنها مهم باشند (Maslow, 1996) و (Averill, J. R., Stanat, P., & More, T. A., 1998). اگر چه به مفهوم نیازهای زیبایی‌شناسانه توجه تجربی یا نظری نظام مند بسیار کمی در پژوهش‌های روانشناسی شده است (به استثناء (Sirgy, M. J., Efraty, M. J., Wikstrom, D., Siegel, P., & Lee, D.-J., 2001))، از این لحاظ حس می‌شود که معقول‌تر است تا نیازهای زیبایی‌شناسانه را نیز در لیست انگیزه‌های ممکن متضمن تعیین هویت مکان قرار دهیم، و اهمیت بدیهی تعیین شده‌ی بعد زیبایی‌شناسانه را هم به عنوان اصل مرکزی طراحی معماری و هم به عنوان یک بخش کلیدی از واکنش‌های مردم به محیط‌های طبیعی و مصنوع را مشمول نماییم. (Orestis Droseltis, Vivian L. Vignoles, 2010). *بونایوتوات آل* (Bonaiuto, M., Aiello, M., Perugini, M., Bonnes, M., & Ercolani, A. P., 1999) در مطالعه‌ای در مورد وابستگی مکان در میان ساکنان شهر رم دریافت که خوشایندی زیبایی‌شناسانه درک شده، یک شاخص منحصر به فرد معنادار و معتبر از وابستگی به همسایگی محلی یک فرد، حتی پس از کنترل تاثیرات متنوع دیگر خصیصه‌های زمینه‌ای و اجتماعی می‌باشد.

۴-۴- پیوندهای اجتماعی و نمادین به مکان‌ها

دومین گروه شاخص‌های آزموده شده در زمینه هویت مکان، از ادبیات انسان‌شناسی اجتماعی نشأت می‌گیرد. با بازبینی این ادبیات، "لو" شش راه متفاوت که در آنها افراد و اجتماع ممکن است به صورت اجتماعی و/یا نمادین با مکان‌های قابل توجه، پیوند یابند را مشخص کرد. پیوندهای نسب‌شناسانه‌ای (مانند، پیوند به خانواده، مکان‌ها و خاستگاه)؛ نبود یا ویرانی اجتماع (مانند، مکان‌هایی که به سبب مهاجرت یا بلایا از بین رفته‌اند)؛ پیوندهای اقتصادی (مانند، دارا بودن مایملک، فضای کاری)؛ پیوندهای کیهان‌شناسی از طریق ارتباط مذهبی، معنوی و اساطیری (مانند، مکان‌های مقدس از قبیل ماچو پیچو، پرستشگاه‌های مذهبی، یا استونهنج)؛ رویدادهای فرهنگی جشنواره‌ای یا زیارتی (مانند، مکه و یا حتی استادیوم‌ها و تالارهای کنسرت از قبیل بارگاه ارل یا میدان ویملی در لندن)؛ و در پایان پیوندهای روایی از طریق داستان‌گویی، برنامه‌گذاری مکان (مانند، داستان‌های میانه‌درباره شهر نیویورک، در میانه زمین تولکین و از این دست) (Low, S. M., & Altman, I., 1992).

هر یک از پیوندهای اجتماعی و نمادین - به استثناء بحث «فقدان یا ویرانی» - ممکن است برای پرورش حسی روانشناختی از تعیین هویت با مکان در موضوع بحث مورد انتظار باشد. (Orestis Droseltis, Vivian L. Vignoles, 2010) با این حال، مطالعات تجربی مربوط به گونه‌شناسی لو (Low, S. M. & Altman, I., 1992) در ادبیات روانشناسی بسیار کمیاب می‌باشند و تمایل دارند که حول نقش معنویت تمرکز یابند. برای مثال، *مازومدار و مازومدار* (Mazumdar, S., & Mazumdar, S., 1993)، نقش معنویت در وابستگی مکان را مطرح می‌کند و بحث می‌کند که مکان‌های مقدس، بیان و رشد هویت را آسان می‌کنند. به همین شکل، وست (West, 2003) نشان می‌دهد که چگونه تجربه آگاهانه از مکان‌ها می‌تواند به کیهان‌شناسی مکان و بهزیستی در فرهنگ سنتی بومیان آمریکایی مربوط باشد. از این رو، یک شکاف قابل ملاحظه در ادبیات گذشته برای کاوش نظام‌مند ارتباط این شش نوع مختلف از قیده‌های نمادین و اجتماعی مردم-مکان با تعیین هویت مکان وجود دارد.

۵- مطالعه حاضر

با توجه به تعداد و تنوع شرح‌های مختلف در باره هویت مکان، فرض شده است که بزرگترین چالش در پژوهش هویت مکان، یکپارچه‌سازی موفقیت‌آمیز تمامی دیدگاه‌ها و چشم‌اندازهای گذشته خواهد بود (Giuliani, M. V., & Feldman, R., 1993) و (Lalli, 1992). بنابراین، ما تلاشی تازه را برای یکپارچه‌سازی زوایای پژوهش‌های گذشته در مورد پژوهش هویت مکان، آغاز نمودیم.

بیشتر مطالعات موجود در مورد هویت مکان بر روی تحلیل در سطح فردی تمرکز دارند. با آزمودن تفاوت های بین تعیین هویت کننده های قوی تر و ضعیف تر و یا بین شرکت کنندگان کم یا بسیار وابسته. این پژوهش ها عموماً در ارتباط با یک مکان خاص که توسط پژوهشگران تعیین شده، انجام گرفته است. با وجود سازگاری با رویه معمول در پژوهش روانشناسی، پی بردن از این مطالعات به هر چیز جامع درباره فرایندهای هویت مکان به چند دلیل، می تواند مشکل ساز باشد. اولاً، نتیجه ممکن است توسط ویژگی های خاص مکان های انتخاب شده برای مطالعه رنگین^۱ شده باشد. دوم اینکه، تمرکز بر روی تفاوت های فردی با توضیح اصول روانشناسی قانونی، عمومی به خوبی تطبیق داده نشده است: برای مثال، آیا تعیین کننده های پایین تر در یک مطالعه معین، مردمی هستند که به طور کلی قویاً با مکان تعیین هویت نکرده اند، یا اینکه آنها تعیین هویت کرده بودند اگر پژوهشگران، مطالعه را بر روی مکانی متفاوت که بیشتر برای آنها آشنا بود متمرکز می کردند؟

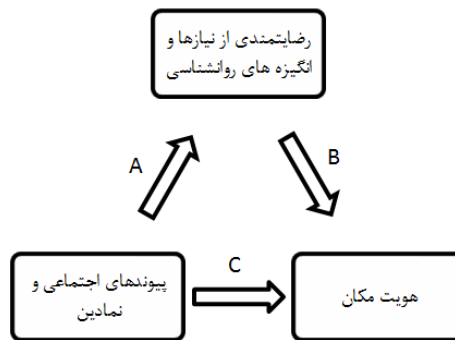
در اینجا ما یک رویکرد بسیار متفاوت، با تمرکز بر روی اختلافات درون فردی در تعیین هویت با مکان های مختلف، که توسط خود شرکت کنندگان انتخاب شده اند را به کار برده ایم. از این رو، تمرکز مطالعه ما بر روی پیشگویی اینکه چه کسی شدیدتر یا ضعیف تر با یک مکان معین، تعیین هویت خواهد کرد نبوده، بلکه بر روی پیشگویی اینکه برای تعیین هویت یک فرد چه مکان هایی را، در میان مکان هایی که برای او در دسترس و مناسب هستند قوی تر یا ضعیف تر جستجو خواهد کرد بوده است. ما از شرکت کنندگان خواستیم که نمونه مکان های مورد نظر خود را از تمام مکان های شهر شیراز در یک شکل بی انتها مشخص کنند، از این رو نمونه برداری گسترده ای را از میان تنوع مکان هایی که مردم ممکن است یا ممکن نیست که با آنها تعیین هویت نمایند، انجام دادیم. با تمرکز بر روی اختلاف درون فردی، ما قادر بودیم که تمایلات آماری که ممکن است شرکت کنندگان در کل داشته باشند را بیازماییم. از این رو اولویت های تعیین هویت مردم را مشخص ساختیم.

اولین هدف ما این بود که به دقت آیت های ساختاری را برای اندازه گیری چهار جزء هویت مکان که به صورت نظری تعیین کرده بودیم را توسعه دهیم، به این منظور که ببینیم، آیا آن ها از نظر تجربی می توانند به عنوان منظرهای مجزای ساخت هویت مکان تشخیص داده شوند. سپس برای تعیین بهترین شاخص ها از هر منظر بر اساس ادبیات روانشناسی و انسان شناسی که شامل خصیصه های گونه شناسی تهیه شده توسط (Low, S. M., & Altman, I., 1992)، انگیزه های نظریه پردازی شده هویت توسط (Vignoles, V. L., Regalia, C., Manzi, C., Golledge, J., & Scabini, E., 2006)، و نیاز به امنیت، کنترل و خشنودی زیبایی شناسانه (Deci, E. L., & Ryan, R. M., 2000)، (Korpela, K. M., Hartig, T., Kaiser, F. G., & Fuhrer, U., 2001)، (Maslow, A. H., 1970)، شروع به جستجو کردیم.

دو مدل ممکن از الگوی اصلی ارتباط بین این ساخت های مختلف را مورد ملاحظه قرار دهیم (شکل ۲). یک امکان این بود که نیاز روانشناسی خشنودی ها به میزان زیادی اثرات پیوندهای اجتماعی بر هویت مکان را مورد مداخله قرار خواهد داد: به گفته ای دیگر، راه های خاص نسبت دادن به مکان ها، رضایتمندی نیازهای روانشناسی خاص را خواهد پذیرفت، که در عوض منجر به نمودهایی از تعیین هویت مکان خواهد شد (مسیر A و B در شکل). یک امکان دیگر این بود که پیشگویی انسان شناسی و روان شناسی، تا حد زیادی هم بخشی های مستقل و مجزا برای هویت مکان خواهند داشت (مسیر B و C در شکل).^۲

^۱ منظور از رنگین شدن در اینجا یعنی ایجاد جهت دهی در نگرش و نظریات فرد یا افراد

^۲ ما همچنین موقعیت زمانی مکان ها را سنجیدیم، که گذشته، حال و آینده خواهد بود، و اینکه مکان های خواسته شده واقعی یا تخیلی بودند. ما این ارتباط زمانی و کیفیت ابعادی حقیقت در برابر خیال را بر اساس آنچه پروشانسکی ات آل (۱۹۸۳) بحث کرده بود که وضعیتی است با ملاحظه به «محیط گذشته» (ص ۵۹) به عنوان سازه اصلی ادراکات مربوط به مکان (همچنین ببینید کایل ات آل، ۲۰۰۴). این همچنین مرتبط است به بحث لو (۱۹۹۲) که «وابستگی مکان می تواند در مورد مکان های اساطیری به کار برده شود که فرد هیچ گاه تجربه نمی کند» (ص ۶۶؛ همچنین ببینید کایل ات آل، ۲۰۰۵) و فرضیه میلیگان (۱۹۹۸) که وابستگی مکان یک کارکرد هم گذشته تعاملی و هم پتانسیل تعاملی است که با مکان ها هم پیوند است.



شکل ۲- ارتباطات جامع ممکن بین سه گروه درجه بندی های هویت مکان، پیوندهای اجتماعی و نمادین، و نیازها و انگیزه‌ها

۶- شیوه پژوهش

برخلاف پژوهش‌های دیگر انجام شده در زمینه هویت مکان که مکانی خاص را از منظر هویت مندی و ایجاد هویت بررسی می‌کردند و شرکت کنندگان را وادار به پاسخ دادن در خصوص میزان هویت‌مندی و شاخص‌های آن در این مکان‌های ثابت می‌نمودند - که ممکن بود برای برخی از افراد این مکان‌ها حتی ناشناخته باشد و یا شناخت کمی از آن داشته باشند و یا خود در آن حضور پیدا نکرده باشند- در پرسشنامه‌های ارائه شده در این پژوهش از شرکت کنندگان خواسته شد تا فاکتورهای تعیین شده را در مورد مکان‌هایی که خود تعیین می‌کنند امتیاز دهی نمایند. با این روش میزان تسلط هر شرکت کننده نسبت به مکانی که در مورد آن اظهار نظر می‌نماید به حد اکثر افزایش می‌یابد و این احتمال نیز که شخصی در مورد مکانی که آن را نمی‌شناسد مجبور به بیان فاکتورهایی گردد که اطلاع دقیقی از آن ندارد، از بین خواهد رفت.

این پژوهش از طریق بررسی و تحلیل متون نوشتاری در زمین ادبیات هویت مکان و مدل‌های مختلف موجود در این زمینه و همچنین انجام مصاحبه‌های حضوری و پرسشنامه‌های نوشتاری و الکترونیکی در بین ۱۳۸ تن از افراد مختلف، به یکپارچه سازی و به روز سازی این مدل‌ها پرداخته و عوامل بدست آمده از این موارد را در تحلیل‌های کیفی و کمی بررسی نموده است.

در پرسشنامه‌ها از افراد خواسته شد تا ابتدا ۷ مورد از مکان‌هایی را از نظر آنان باعث ایجاد هویت در خودشان و یا شهرشان (شیراز) می‌گردد را تعیین نمایند. سپس از آنان خواسته شد تا در مورد هر یک از این مکان‌ها به فاکتورهای ارائه شده که به صورت پرسش‌هایی ساده‌سازی شده بودند که هر یک معرف شاخصی از شاخص‌های تعیین هویت مکان بود؛ میزانی را نسبت دهند (خیلی کم، کم، گاهی، زیاد، خیلی زیاد). سپس این اطلاعات به همراه فرضیات مطرح شده؛ در بسته نرم افزاری spss مورد تحلیل قرار گرفت تا میزان معناداری این فرضیات تعیین گردد.

۶-۱- مصاحبه‌ها و پرسشنامه‌ها

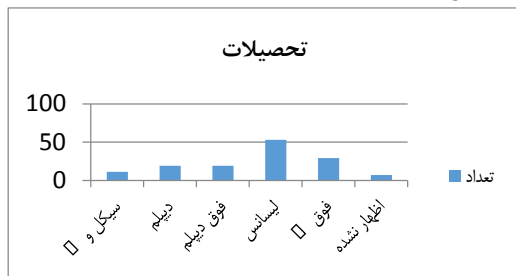
پرسشنامه‌ها به دو صورت کتبی و دیجیتالی در اختیار شرکت کنندگان قرار داده شد. در مرحله اول، سوالاتی مطرح و در اختیار تعداد معدودی از شرکت کنندگان قرار گرفت تا کیفیت سوالات و نقایص و کاستی‌های آن بررسی گردد. سپس نسبت به رفع این کاستی‌ها و ایجاد پرسشنامه‌های جدید اقدام گردید و این پرسشنامه‌ها در اختیار کل شرکت کنندگان قرار داده شد.^۱

۶-۲- شرکت کنندگان و روش کار

از شرکت کنندگان (تعداد= ۱۳۸) پرسشنامه در قالب باز و بسته از طریق حضوری و تاکتیک اسنوبال [بیشتر شدن با سرعت تساعدی] جمع آوری شد (از دریافت کنندگان ایمیل خواسته شده بود که پرسشنامه‌ها را برای افراد موجود در لیست مخاطبینشان ارسال کنند). در ابتدای پرسشنامه، از شرکت کنندگان خواسته شد که برخی جزئیات فردی مربوط به سن، جنسیت، شغل، مدت

۱- در مورد تعدادی نیز که در ابتدا با پرسشنامه‌های ابتدایی مورد سوال قرار گرفتند سوالات تکمیلی یا ارسال گردید و یا به صورت شفاهی (تلفنی و یا حضوری) مطرح و اطلاعات استخراج گردید تا این پرسشنامه‌ها نیز قابلیت تحلیل در یک کلیت واحد را با دیگر پرسشنامه‌ها دارا شوند.

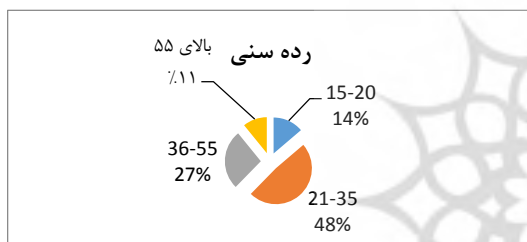
اقامت و میزان تحصیلات^۱ خود را را بیان دارند. از ۱۳۸ نفر مصاحبه شونده، ۸۷ نفر را زنان و ۵۱ نفر را مردان تشکیل می دادند. دامنه رده سنی افراد مورد مصاحبه را افراد از ۱۵ تا بالای ۵۵ سال تشکیل می داد.^۲ که عموماً در رده سنی بین ۲۱ تا ۳۵ سال (۶۷ نفر ۴۸/۵ درصد) قرار داشتند.^۳ از نظر سطح تحصیلات، شرکت کنندگان را افراد دارای مدرک سیکل تا دکترا تشکیل می دادند که اکثریت این افراد دارای مدرک لیسانس و فوق لیسانس (۸۲ نفر ۵۹/۴ درصد) بودند.^۴ از نظر وضعیت شغلی، ۴۱ تن از شرکت کنندگان خود را به عنوان دانشجو معرفی کرده اند، ۲۵ تن عنوان کردند که شغل آزاد دارند و اکثریت شرکت کنندگان (۷۲ نفر، ۵۲ درصد) خود را کارمند معرفی کرده اند. از نظر مدت اقامت در شهر شیراز، ۸۷ شرکت کننده مدت اقامت خود را بیش از ۱۵ سال معرفی کرده اند (۶۳ درصد)، ۳۱ نفر مدت اقامت خود را ۵-۱۰ سال اعلام کردند (۲۲/۴۶ درصد)، ۹ نفر ۱۰-۱۵ سال (۶ درصد) و بقیه (۱۱ نفر ۷/۹ درصد) بین ۲ تا ۵ سال در شیراز اقامت داشتند (۲۸/۷ درصد).



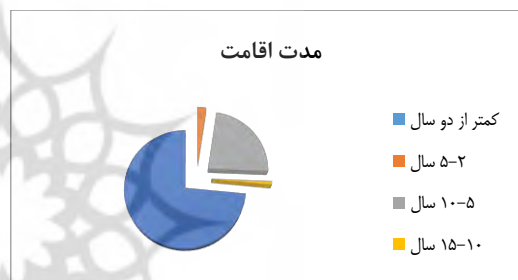
شکل ۴- نسبت شرکت کنندگان به تفکیک تحصیلات



شکل ۳- نسبت شرکت کنندگان به تفکیک جنسیت



شکل ۶- نسبت سنی شرکت کنندگان در پژوهش



شکل ۵- نسبت مدت اقامت در شهر شرکت کنندگان

۳-۶- لیست کردن مکان های خود-وابسته

سپس از شرکت کنندگان خواسته شد که آزادانه ۷ مکان در شهر شیراز که در نظرشان نسبت به آن مکان ها، احساس هویت دارند را مشخص کنند. تمامی سنجش های متعاقب در ارتباط با این ۷ مکان انجام گرفت. پاسخ های شرکت کنندگان بسیار متنوع بود، و پاسخ ها شامل: خیابان ها، کافی شاپ ها و رستوران ها، باشگاه های ورزشی، خانه های سنتی، دانشگاه ها، مکان های تاریخی و حتی خانه های شخصی خودشان و ایستگاه های اتوبوس و بسیاری دیگر می شد.

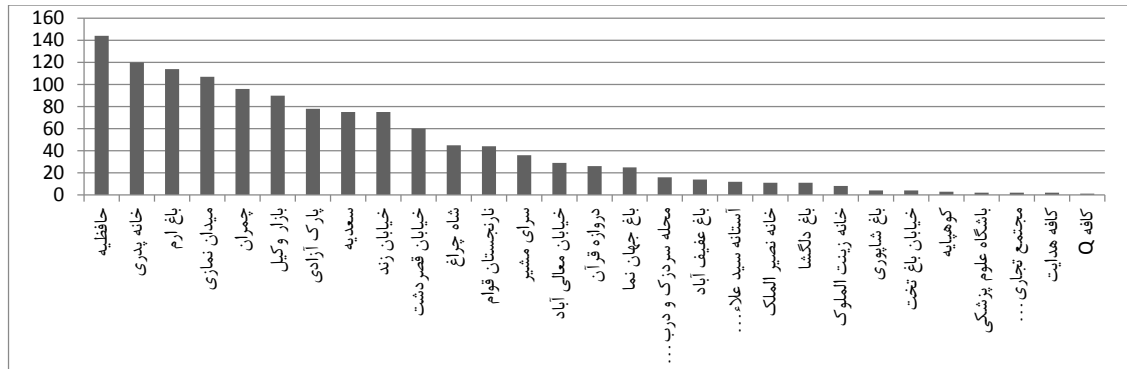
۴-۶- درجه بندی مکان ها

سپس از شرکت کنندگان خواسته شد که هر کدام از مکان های لیست شده خود را در برابر ۲۲ توضیحی که بازتاب کننده ساختار نظری تعیین هویت مکان، خشنودی از نیازها و انگیزه ها، و پیوندهای اجتماعی/نمادین به مکان ها است درجه بندی کنند، و تمامی درجه بندی ها از طریق استفاده از مقیاسی از ۰ (به هیچ وجه درباره این مکان صحیح نیست) تا ۵ (کاملاً در مورد این مکان صحیح است) انجام گرفت. به این ترتیب هر شرکت کننده به تعداد ۱۵۴ سوال پاسخ دادند (۲۲*۷).

۱- این عوامل، آیتم هایی بودند که گمان می رفت ممکن است رابطه معناداری با پاسخ های ارائه شده داشته باشند.
 ۲- از انجام مصاحبه با افراد کمتر از این رده سنی به علت عدم درک کافی از مقوله هویت و فهم تعریف آن صرف نظر گردید.
 ۳- ۱۵ تا ۲۰ سال ۱۹ نفر، ۲۱ تا ۳۵ سال ۶۷ نفر، ۳۶ تا ۵۵ سال ۳۷ نفر، بالاتر از ۵۵ سال ۱۵ نفر
 ۴- ۷ نفر نیز میزان تحصیلات خود را اظهار نداشتند.
 ۵- ساختار بندی دقیق این عبارات در جدول ۱ دیده می شود

۷- تحلیل

در ابتدا فاکتورهای موجود در پرسشنامه‌ها استخراج و دسته‌بندی گردید و سپس به منظور تحلیل آماری در نرم افزار spss وارد گردید.^۱ با توجه به رویه پیش گرفته شده در این مقاله^۲ دامنه مکان‌های ارائه شده از سوی شرکت کنندگان بسیار وسیع تر از نمونه‌های مشابه در پژوهش‌های پیشین شکل گرفت. در ادامه به بررسی کیفی و کمی داده‌های پژوهش پرداخته خواهد شد.



شکل ۷- فراوانی مکان‌های مطرح شده از سوی شرکت کنندگان در پژوهش

نکاتی که در مورد این نمودار در نگاه اول به نظر می‌رسد تنوع مکان‌های بیان شده است و این که در این لیست مکان‌هایی به چشم می‌خورد که پیش از انجام تحقیق مورد انتظار نبود. مکان‌هایی مانند کافه، خانه پدری، باشگاه و... نکته جالب توجه دیگر این نکته بود که عموماً افرادی در مورد خانه پدری به عنوان یک مکان هویت بخش برای شهر نام می‌بردند که سن بالاتری داشته و مدت اقامت طولانی تری در شیراز داشتند. علت این امر می‌تواند به دلیل گستردگی کمتر شهر در دوران کودکی این افراد و شاخص تر بودن محله‌ها و خانه‌های شاخص قدیمی باشد. چرا که عموماً این افراد علاوه بر نام بردن خانه پدری ایشان از محله‌های قدیمی محل زندگی خود نیز نام برده‌اند. افرادی نیز که مدت اقامت کمتری در شهر داشته‌اند، عموماً مکان‌های شاخص و شناخته شده شهر در سطح کشوری را بیان می‌کنند. این نکته می‌تواند به علت عدم شناخت کامل شهر توسط آنان به دلیل مدت زمان کوتاه سکونت در شهر و یا نداشتن خاطره جمعی از محلات و گذرهای شهری باشد. افراد کم سن و سال تر نیز در لیست خود گرایشی به بیان نام مکان‌های جدیدتر و دارای شور و سرزندگی داشته‌اند. مکان‌هایی مانند مجتمع‌های تجاری شاخص، کافه‌های شاخص و... گویی این افراد هویت خود را در این مکان‌ها که عموماً دارای قشری از هم سن و سالانشان است؛ جستجو می‌کنند. در قشر تحصیلکرده عمده مکان‌های بیان شده را ساختمان‌های تاریخی شاخص شهر و محلات قدیمی موجود در بافت تاریخی تشکیل می‌دهد. این امر می‌تواند به علت آشنایی بیشتر این قشر با ساختار شهری و ارزش‌های تاریخی در زمان تحصیلات عالی باشد.

در مورد تاثیر جنسیت در مورد مکان‌های ارائه شده نیز می‌توان به این نکته اشاره کرد که زنان عمدتاً از مکان‌هایی به عنوان مکان‌های هویت بخش نام برده‌اند که فعالیت‌های تفریحی و خرید را در بر می‌گیرد (سرای مشیر، بازار وکیل، خیابان چمران که یک فضای تفریحی و تعاملی است، باغ ارم، مجتمع تجاری و...) و مردان عمدتاً مکان‌های قدیمی با حس نوستالژیک را نام برده‌اند. محلات قدیمی، محلات قدیمی زندگی خودشان، خانه پدری و... این امر می‌تواند ریشه در تفاوت نگرش در دو جنس نسبت به مطلوبیت فضای زندگی، خواسته‌ها و اولویت بندی میان دو مقوله آسایش و آرامش در بین دو جنس داشته باشد. محدوده امتیاز دهی زنان به آیتم‌های ردیف‌های ۱۱ تا ۲۰ که در بردارنده شاخص‌های وابستگی و انگیزه‌ها و نیازهای روانشناسی است بیشتر و در مردان نیز این موضوع در مورد آیتم‌های ردیف‌های ۲۱ تا ۲۶ صادق است.

در تحلیل انجام شده با نرم افزار spss نیز رابطه معناداری میان نوع جنسیت و اهمیت شاخص‌های تعیین هویت مکان مشاهده گردید که فرضیه مطرح شده را قوت می‌بخشد. به این معنی که زنان درصد بالاتری از ایجاد هویت را از طریق شاخص‌های

^۱ در این پژوهش از نرم افزار 19 spss statistics استفاده شده است.

^۲ هر فرد مکان مورد پرسش را خود انتخاب می‌نماید.

خودتعمیمی، وابستگی احساسی و انگیزه ها و نیازهای روانشناسی در مورد یک مکان دریافت می دارند و مردان بیشتر این هویت را از طریق شاخص های ارزش های اجتماعی و نمادین درک می کنند.

در بررسی انجام شده و تحلیل آماری صورت گرفته با نرم افزار spss رابطه معناداری میان شغل افراد و نوع مکان های ارائه شده و میزان هویت مند سازی در سطوح مختلف آن مشاهده نگردید. نکته مورد توجه دیگری که در این پاسخ ها به چشم می خورد این است که عموماً افرادی که میزان بالایی از هویت مندی را در آیتم های ردیف ۵ و ۶ جدول که در بردارنده فاکتورهای خودتعمیمی است بیان کرده اند، در مورد آیتم ۱۱ که مربوط به وابستگی احساسی به مکان است نیز همین میزان را ذکر کرده اند و به گفته دیگر این دو آیتم از دید شرکت کنندگان یک موضوع واحد دیده شده اند.

۸- نتایج تحلیل

در این مقاله برای آزمودن اینکه آیا درجه بندی های ما با موفقیت بین چهار بعد هویت مکان که در زمینه های نظری تشخیص داده بودیم، انجام شده است یا نه، یک سری از عوامل تأییدی چند سطحی را با استفاده از بسته نرم افزاری (Muthén, Mplus) (L. K., & Muthén, B. O.) و همچنین به کمک نرم افزار spss به اجرا در آوردیم. از آنجا که تمرکز تجربی ما در مطالعه حاضر بر روی مدل سازی اختلاف درون فردی در میان مکان های مختلف می باشد، ما مدل های ساختاری را در سطح درونی با هم مقایسه کردیم. بر اساس ابعاد نظری تعریف شده در شکل ۱ (خودتعمیمی، تناسب محیطی، سنخیت و وابستگی احساسی) ابتدا یک مدل با این ۴ عامل مجزا را در سطح فردی آزمودیم. بر اساس این آزمون تخمین زده شد که بین دو عامل وابستگی احساسی و خودتعمیمی همبستگی وجود دارد که نمی توان این دو عامل را از هم متمایز کرد. بنابراین، مدلی تجدید نظر شده را با سه عامل نهفته مجزا خودتعمیمی/وابستگی، تناسب محیطی و خود سنخیتی مکان ارائه دادیم. (شکل ۸)

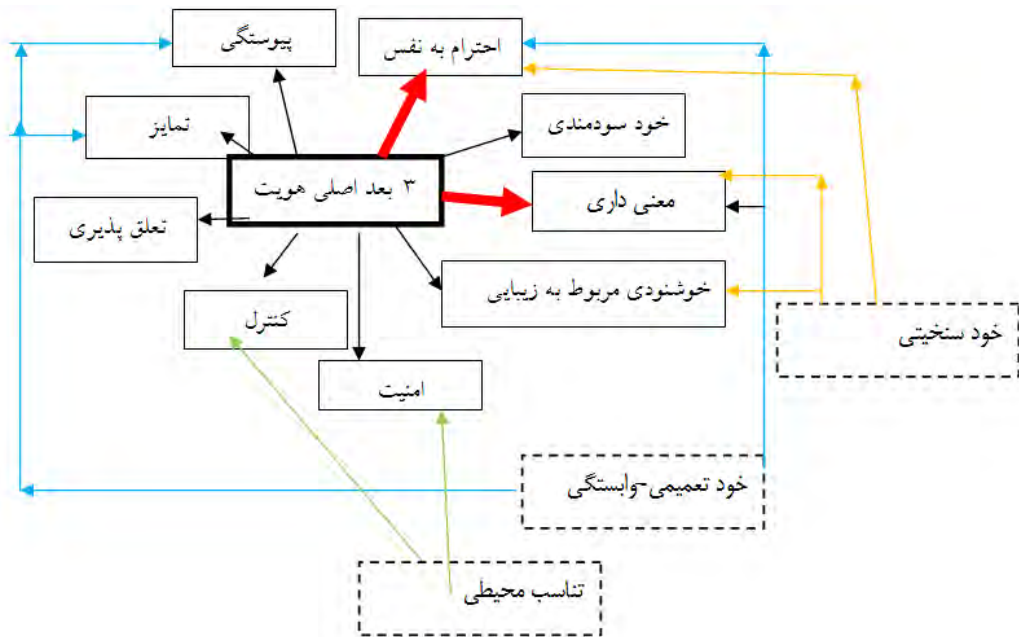


شکل (۱): مدل تجدید نظر شده از ۴ بعد اصلی هویت مکان

شکل (۲): بسط ابعاد اصلی هویت با دو مدل پیوندهای

اجتماعی و نیازها و انگیزه های روانشناختی

در سنجش ابعاد اصلی هویت با مدل نیازها و انگیزه های روانشناختی این نتایج حاصل شد: در هر سه بعد اصلی هویت مکان، شرکت کنندگان با آن مکان هایی که مقدار بیشتری حس احترام به خود و معناداری را احساس کرده بودند، تعیین هویت کردند.



شکل ۱۰- سنجش ابعاد اصلی هویت با نیازها و انگیزه های روانشناختی

همچنین به طور انحصاری بعد خود تعمیمی/وابستگی با عواملی چون احساس احترام به نفس، پیوستگی، تمایز، و معناداری پیوند خورد. بعد خود سنخیتی مکان توسط احترام به نفس، معناداری و خوشنودی زیبایی شناسانه هویتمند تر و معنا دار تر شد. و بعد تناسب محیطی توسط احساس های کنترل و خوشنودی زیبایی شناسانه، اما نه توسط تمایز، معنا مند شد و ارتباط پیدا کرد. این بار سه بعد اصلی هویت را با مدل پیوندهای اجتماعی/ نمادین سنجدیدیم و نتیجه زیر حاصل شد:

تعیین هویت با آن مکان‌هایی که توسط شرکت کنندگان با اقتصاد، روایت و پیوندهای اجتماعی، و موقعیت های خاص پیوند داده شده بودند بالاتر بود.



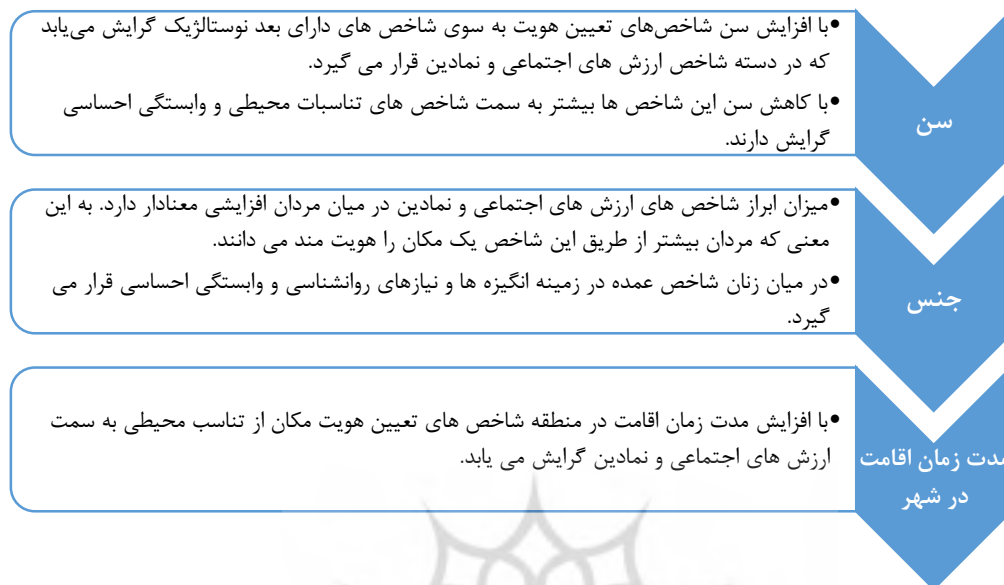
شکل ۱۱- مدل برگرفته از تطابق ابعاد اصلی هویت با مدل پیوندهای اجتماعی-نمادین

در ادامه بعد از سنجش این دو مدل ارایه شده با سه بعد اصلی هویت مکان و مقایسه و سنجش این دو مدل با یکدیگر بر اساس پاسخ شرکت کنندگان یک مدل ترکیبی ارایه دادیم.

درون این مدل، تمامی اثرات مدل نیازها و انگیزه ها معنا دار باقی ماند، که این گفته نشان دهنده این نکته است که نیازها و انگیزه های روانشناسی یک هم بخشی مستقیم قابل توجه و معنا دار در پیشگویی تعیین هویت مکان را دارند، حتی اگر پیوندهای اجتماعی به مکان ها کمرنگ شوند. در مقابل، بیشتر تاثیرات مدل پیوندهای اجتماعی در مدل ترکیبی دیگر معنی دار نبودند.

۹- نتیجه گیری نهایی

در تحلیل های انجام شده روابط معناداری میان شاخص های فردی مورد تحقیق مانند سن، جنس و مدت زمان اقامت در شهر با شاخص های تعیین کننده هویت مکان مشاهده گردید. از این رو می توان از این شاخص های فردی به عنوان عوامل تاثیرگذار بر تعیین هویت مکان نام برد.



شکل (۳): تاثیر شاخص های فردی بر شاخص های تعیین کننده هویت مکان

در مورد شاخص فردی تحصیلات، رابطه معناداری مشاهده نگردید^۱، از این رو این عامل نمی تواند یک شاخص فردی تاثیرگذار بر تعیین هویت مکان باشد. در مدل ترکیبی حاصل شده از تحلیل مدل های پیشین، تمامی اثرات مدل نیازها و انگیزه ها معنادار باقی ماند، که این گفته نشان دهنده این نکته است که نیازها و انگیزه های روانشناسی یک هم بخشی مستقیم قابل توجه و معنا دار در پیشگویی تعیین هویت مکان را دارند؛ حتی اگر پیوندهای اجتماعی به مکان ها کمرنگ شوند. در مقابل، بیشتر تاثیرات مدل پیوندهای اجتماعی در مدل ترکیبی دیگر معنی دار نبودند.

۱۰- ارتباط بین پیشگوهای و روانشناسی و انسان شناسی

هدف اصلی پژوهش ما، کاوش ارتباط بین، شاخص های انسان شناسی و روان شناسی ابعاد تعیین هویت مکان بود. در ابتدا، هدف ما کاوش دو سناریوی نظری ممکن بود: آیا نیازها و انگیزه های روانشناسی، اثرات روی تعیین هویت مکان از پیوندهای نمادین و اجتماعی که مردم با مکان ها دارند را میانجی گری خواهند کرد یا پیوندهای نمادین/اجتماعی با مکان ها و نیازها و انگیزه های روانشناسی، تاثیرات نسبتاً مستقلاً بر تعیین هویت مکان نشان خواهند داد. در واقع، به نظر می رسد نتیجه در جایی بین این دو احتمال اصلی قرار گیرد. به نظر می رسد که تاثیرات پیوند اجتماعی و وقایع خاص بر روی تعیین هویت مکان کاملاً پاسخگو باشد تا حدی که این نوع پیوندها با رضایتمندی از تنوعی از انگیزه ها و نیازهای روانشناختی مربوط گردند. به نظر می رسد که پیوندهای روایی، معنادار معنوی و نسبی، نیز تعیین هویت مکان را از طریق انگیزه ها و نیازهای روانشناسی تحت تاثیر قرار دهند، اما تاثیرات مستقیم بر روی برخی ابعاد تعیین هویت مکان هنوز پس از نیازهای روانشناسی به حساب می آیند. در پایان، مردم با مکان هایی که با آنها از طریق حسی از فقدان مرتبط هستند، قوی تر تعیین هویت کرده اند، صرفنظر از خشنودی از انگیزه ها و نیازهای روانشناختی - یا حداقل کسانی که ما در اینجا سنجیده ایم.

^۱ براساس تحلیل های انجام گرفته با نرم افزار spss

جدول (۲) مسیرهای غیرمستقیم معنادار از پیوندهای اجتماعی/نمادین تعیین هویت مکان

منظر هویت	انگیزه/نیاز	پیوندهای اجتماعی/نمادین
خود تعمیمی / وابستگی	→ پیوستگی	→ نسبی
خود تعمیمی / وابستگی	→ پیوستگی	→ اقتصادی
خود تعمیمی / وابستگی	→ پیوستگی	→ روایی
خود تعمیمی / وابستگی	→ پیوستگی	→ معنوی
خود تعمیمی / وابستگی	→ معناداری	→ اقتصادی
خود تعمیمی / وابستگی	→ معناداری	→ معنوی
خود تعمیمی / وابستگی	→ معناداری	→ وقایع خاص
خود تعمیمی / وابستگی	→ تعلق	→ اقتصادی
خود تعمیمی / وابستگی	→ تعلق	→ روایی
خود تعمیمی / وابستگی	→ تعلق	→ معنوی
خود تعمیمی / وابستگی	→ تمایز	→ معنوی
تناسب محیطی	→ امنیت	→ نسبی
تناسب محیطی	→ امنیت	→ اقتصادی
تناسب محیطی	→ امنیت	→ روایی
تناسب محیطی	→ امنیت	→ معنوی
تناسب محیطی	→ کنترل	→ اقتصادی
تناسب محیطی	→ کنترل	→ معنوی
تناسب محیطی	→ معناداری	→ اقتصادی
تناسب محیطی	→ معناداری	→ معنوی
تناسب محیطی	→ احترام	→ اقتصادی
تناسب محیطی	→ احترام	→ معنوی
تناسب محیطی	→ احترام	→ وقایع خاص
تناسب محیطی	→ تعلق	→ اقتصادی
تناسب محیطی	→ تعلق	→ روایی
تناسب محیطی	→ تعلق	→ معنوی
تناسب محیطی	→ زیبایی شناسی	→ معنوی
تناسب محیطی	→ زیبایی شناسی	→ وقایع خاص
خود سنخیتی مکان	→ احترام	→ اقتصادی
خود سنخیتی مکان	→ احترام	→ معنوی
خود سنخیتی مکان	→ احترام	→ وقایع خاص
خود سنخیتی مکان	→ معناداری	→ اقتصادی
خود سنخیتی مکان	→ معناداری	→ معنوی

منابع

- ۱- ابل، ک. (۱۳۸۷). معماری و هویت. تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات، مترجم: فرح حبیب.
- ۲- احمدی پور، ز. و همکاران. (۱۳۸۹). تحلیل قومیت و هویت قومی در ایران؛ جهت امنیت پایدار. فصلنامه علمی- پژوهشی انتظام اجتماعی، ۳۵-۶۹.
- ۳- بل، س. (۱۳۸۶). منظر؛ ادراک، الگو، فرایند. انتشارات دانشگاه تهران، ترجمه ی بهناز امین زاده، چاپ دوم.
- ۴- بهزاد فر، م. (۱۳۸۶). هویت شهر (نگاهی به هویت شهر تهران). تهران: موسسه نشر شهر.

- ۵- پاکزاد، ج. (۱۳۸۶). سیر اندیشه ها در شهرسازی (از آرمان تا واقعیت). تهران: شرکت عمران شهرهای جدید، ۱۰۴.
- ۶- راپورت، ا. (۱۳۸۴). معنی محیط ساخته شده: رویکردی در ارتباط غیر کلامی. (ف. حبیب، مترجم) تهران: انتشارات پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
- ۷- شکوفه میرزایی، سیاوش تیموری، سعیده نژادستاری. (۱۳۹۱). معنا در مکان و آفرینش هویت؛ فصلنامه مطالعات ملی؛ ۵۰، سال سیزدهم، شماره ۲.
- ۸- شولتز، ن. ک. (۱۳۸۲). معماری: معنا و. (و. نوروز برزجانی، مترجم) تهران: نشر جان جهان.
- ۹- شولتز، ن. ک. (۱۳۸۱). معماری: حضور، زبان و مکان. موسسه معمار نشر.
- ۱۰- فکوهی، ن. (۱۳۸۳). انسان شناسی شهری. تهران: نی.
- ۱۱- فکوهی، ن. (۱۳۸۰). بررسی رابطه میان الگوهای جهانی ملی و قومی و پیامدهای اجتماعی و راهکارهای مقابله اش با اثرات سوء آن در لرستان. نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۳.
- ۱۲- گیدنز، آ. (۱۳۸۷). تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. (ت. ن. موفقیان، مترجم) تهران: تهران: نشر نی، چاپ پنجم.
- ۱۳- معین، م. (۱۳۸۴). فرهنگ فارسی معین. تهران: انتشارات ساحل، چاپ دوم.
- ۱۴- ناصر فکوهی، مریم حسین یزدی. (۱۳۹۲). هویت مکانمند و بی‌هویتی در فضای شهری: مطالعه موردی دو مجتمع مسکونی در شهر تهران. پژوهش‌های انسان شناسی ایران دوره ۳، شماره ۲، ۷-۲۴.
- 15- Alsayyad, N. (2001). Hybrid culture/ Hybrid urbanism: Pandora's box of the third place in: Nezar Alsayyad (Ed) Hybrid urbanism on the identity discourse and the built environment. Praeger Publishers.
- 16- Altman, I & Low, S.M. (1992). Place attachment, USA. Plenum Press.
- 17- Ariel Windsong, Elena. (2010). There is no Place Like Home: Complexities in Exploring Home and place Attachment. The Social Science Journal, No. 47, USA, 200-215.
- 18- Ashmore, R. D., Deaux, K & McLaughlin-Volpe, T. (2004). An organizing framework for collective identity: articulation and significance of multidimensionality. Psychological Bulletin, 130, 80-114.
- 19- Averill, J. R., Stanat, P., & More, T. A. (1998). Aesthetics and the environment. Review of General Psychology, 2, 153-174.
- 20- Beerli, A., Meneses, G. D., & Gil, S. M. (2007). Self-congruity and destination choice. Annals of Tourism Research, 34, 571-587.
- 21- Belk, R. (2000). Arewewhat we own? In A. Benson (Ed.), I shop therefore I am: Compulsive buying and the search for self. London/New York: Jason Aronson, 76-104.
- 22- 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, 332-352.
- 23- Bragg, E. A. (1996). Towards ecological self: deep ecology meets constructionist self theory. Journal of Environmental Psychology, 16, 93-108.
- 24- Breakwell, G. M. (1988). Strategies adopted when identity is threaten. Revue Internationale de Psychologie Social, 189-203.
- 25- Burris, C. T & Rempel, J. K. (2004). It's the end of the world as we know it: threat and the spatial-symbolic self. Journal of Personality and Social Psychology, 86, 19-42.
- 26- Clayton, S., & Opatow, S. (2003). Introduction: identity and the natural environment. In S. Clayton, & S. Opatow (Eds.), Identity and the natural environment: The psychological significance of nature. Cambridge, MA: MIT Press, 1-24.
- 27- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: human needs and the self-determination of behavior. Psychological Inquiry, 11, 227-268.
- 28- Giuliani, M. V., & Feldman, R. (1993). Place attachment in a developmental and cultural context. Journal of Environmental Psychology, 13, 267-274.
- 29- Hartig, T., Mang, M., & Evans, G. (1991). Restorative effects of natural environmental experiences. Environment and Behavior, 23, 3-26.

- 30- Herna ´ndez, B., Hidalgo, M. C., Salazar-Laplace, M. E & ,Hess, S.(2010) place attachment and place identity in natives and non-natives .Journal of Environmental Psychology, 27 , 310-319
- 31- Hinds, J., & Sparks, P.(2008). Engaging with the natural environment: the role of affective connection and identity. Journal of Environmental Psychology, 28 , 109-120.
- 32- Hull, R. B .(۱۹۹۲).Image congruity, place attachment and community design .Journal of Architectural and Planning Research, 9.۱۹۲-۱۸۱ , ,
- 33- Jorgensen, B. S.,&Stedman, R. C.(2001). Sense of place as an attitude: lakeshoreowners attitudes toward their properties. Journal of Environmental Psychology, 21 , 233-248.
- 34- Knez, I .(۲۰۰۵).Attachment and identity as related to place and its perceived climate .Journal of Environmental Psychology, 25.۲۱۸-۲۷۷۷ , ,
- 35- Korpela, K. M.(1989). Place-identity as a product of environmental self-regulation. Journal of Environmental Psychology, 9, , 241-256.
- 36- Korpela, K. M., Hartig, T., Kaiser, F. G., & Fuhrer, U.(2001). Restorative experience and self-regulation in favorite places. Environment and Behavior, 33, , 572-589.
- 37- Kyle, G., Graefe, A., & Manning, R.(2005). Testing the dimensionality of place attachment in recreational settings. Environment and Behavior, 37 , 153-177.
- 38- Lalli, M.(1992). Urban-related identity: theory, measurement, and empirical findings. Journal of Environmental Psychology, 12 , 285-303.
- 39- Low, S. M & ,Altman, I .(۱۹۹۲).Place attachment: a conceptual inquiry. In I. Altman &S. M. Low(Eds.), Place attachment .New York: Plenum Press. ۱۲-۱ , ,
- 40- Low, S. M., & Altman, I.(1992). Place attachment: a conceptual inquiry. In I. Altman,& S. M. Low(Eds.), Place attachment. New York: New York: Plenum Press.
- 41- Manzo, L. C .(۲۰۰۳).Beyond house and haven: toward a revisioning of emotional relationships with places .Journal of Environmental Psychology, 23.۶۱-۴۷ , ,
- 42- Maslow, A. H .(۱۹۰۰).Motivation and personality(2nd ed .(New York: New York: Harper &Row.[Original work published 1954.]
- 43- Maslow, A. H.(1996). Our aesthetic needs: exploratory notes. In E. Hoffman(Ed.),Future visions: The unpublished papers of Abraham Maslow. Thousand Oaks, CA: Sage. , 42-44.
- 44- Mazumdar, S & ,Mazumdar, S .(۳۹۹۳).Sacred space and place attachment .Journal of Environmental Psychology, 13.۲۴۲-۲۱۱ , ,
- 45- Muthe ´ n, L. K., & Muthe ´ n, B. O.(n.d.). Mplus user’s guide. Los Angeles: Author.
- 46- Nasar, J. L & .Kang, J .(۱۹۹۹).House style preference and meaning across taste cultures, Landscape and urban Planning,vol.۴۲-۳۳ .
- 47- Orestis Droseltis, Vivian L. Vignoles .(۲۰۱۰).Towards an integrative model of place identification: Dimensionality and predictors of intrapersonal-level place preferences . Journal of Environmental Psychology 30.۳۴-۲۳ , ,
- 48- Pretty, G. H., Chipuer, H. M & ,Bramston, P .(۲۰۰۳).Sense of place amongst adolescents and adults in two rural Australian towns: the discriminating features of place attachment, sense of community and place dependence in relation to place identity .Journal of Environmental Psychology, 23.۲۸۷-۲۷۳ , ,
- 49- Proshansky, H. M .(۱۹۷۸).The city and self-identity. Environment and Behavior, 10-۱۴۷ , , ۱۶۹
- 50- Proshansky, H. M., Fabian, A. K., & Kaminoff, R.(1983). Place-identity:physical world socialization of the self. Journal of Environmental Psychology, 3, , 57-83.
- 51- proshansky, H.M., Fabian,A.K & ,Kaminoff,R .(۳۹۸۳).place-identity: physical world socialization of the self .,environmental psychology, 3.۸۳-۵۷ , ,
- 52- Relf, E .(۱۹۷۶).place and pacelessness .pion: London.
- 53- Relph, E .(۱۹۷۶).place and placelessness, pion .london.
- 54- Sirgy, M. J., & Su, C.(2000). Destination image, self-congruity, and travel behavior:toward an integrative model. Journal of Travel Research, 38 , 340-352.

- 55- Sirgy, M. J., Efraty, D., Siegel, P., & Lee, D.-J.(2001). A new measure of quality of work life(QWL) based on need satisfaction and spillover theories. *Social Indicators Research*, 55, 241-302.
- 56- Twigger-Ross, C. L., & Uzzell, D. L.(1996). Place and identity processes. *Journal of Environmental Psychology*, 16, 205-220.
- 57- Vignoles, V. L., Chryssochoou, X & ,Breakwell, G. M .(۲۰۰۶).Evaluating models of identity motivation: self-esteem is not the whole story .*Self and Identity*, 1, ۲۱۸-۲۰۱ , ,
- 58- Vignoles, V. L., Regalia, C., Manzi, C., Gollidge, J., & Scabini, E.(2006). Beyond selfesteem:influence of multiple motives on identity construction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 17, 251-268.
- 59- West, R. A .(۲۰۰۳).Place psychological experience: a native American perspective . *Dissertation Abstracts International*, 63, ۳۳-۱۰ ,
- 60- Wikström, B.-M.(2002). Nurses' strategies when providing for patients' aesthetic needs: personal experiences of aesthetic means of expression. *Clinical Nursing Research*, 11, 22-33.
- 61- Wirtz, P. W & ,Harrell, A. V .(۱۹۸۷).Assaultive versus nonassaultive victimization:a profile analysis of psychological response .*Journal of Interpersonal Violence*, 2, ۶۶۴-۶۷۷ , ,
- 62- Woodward, K.(2000) .Questions of identity in: Kath Woodward(Ed) *Questioning identity, gender, class,nation*.Routledge.

