

ارزیابی هویت محله‌های شهری با سنجش حس تعلق به مکان (مطالعه موردی: محله چای بوئی شهر گنبد کاووس)

محمد تقی رضویان^۱، عبدالحمید محمدی^{۲*}، مجتبی برغمندی^۳، محمد کاظم شمس پویا^۴

۱- استاد جغرافیا، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی

۲- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه مازندران

۳- دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران

۴- دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی

پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۱/۲۳

تأیید نهایی مقاله: ۱۳۹۳/۴/۱۴

چکیده

محله‌های شهری با ساختارهای کالبدی، اقتصادی و اجتماعی خاص خود به عنوان مکان‌های متمایز در دل شهرها مطرح بوده و می‌توانند باعث شکل‌گیری احساس تعلق به مکان برای شهروندان و تقویت هویت شهری شوند. لذا با هدف ارزیابی هویت محله چای‌بوئی شهر گنبد کاووس و سنجش حس تعلق به مکان، تحقیق پیش‌رو انجام گرفت. بر اساس ماهیت و روش، تحقیق حاضر از سنخ تحقیقات توصیفی-تحلیلی و پیمایشی می‌باشد. تعداد ۳۸۴ پرسشنامه در میان اهالی محله توزیع گردید و اطلاعات لازم جمع‌آوری شد. یافته‌های تحقیق حاضر ضمن شناسایی عناصر خاطره‌انگیز در محله مورد نظر، نشان‌دهنده میزان حس تعلق به مکان قوی در میان اهالی محله چای بوئی می‌باشد که باعث تقویت هویت محله‌ای شده است. با توجه به علاقمندی اهالی محله برای مشارکت در طرح‌های عمرانی و فرهنگی مربوط به محله می‌توان از این عامل جهت توسعه محیط جغرافیایی و تحقق‌پذیری طرح‌های توسعه محلی سود جست. طراحی، بهسازی و نوسازی مکان‌های عمومی و تلاش به منظور تقویت آن از جمله اقداماتی است که می‌تواند موجبات افزایش ماندگاری در محله، بالا رفتن حس تعلق به محله و در مجموع تقویت هویت محله‌ای را فراهم آورد.

واژه‌های کلیدی: حس مکان، شهر گنبد کاووس، عناصر خاطره‌انگیز، هویت محله‌ای

مقدمه

امروزه محله های شهری با ساختارهای کالبدی، اقتصادی و اجتماعی خاص خود، مکان های متمایزی در دل شهرها تشکیل داده و باعث شده افراد ساکن ضمن احساس علاقه به محله، به تأمین نیاز در داخل آن تمایل داشته باشند. چنین احساسی نسبت به محل زندگی « احساس تعلق به مکان » یا حس شهروندی نسبت به مکان گفته می شود (شعله، ۱۳۸۵). حس مکان موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری خاص برای افراد می گردد و یادآور تجارب گذشته و دستیابی به هویت است (فلاح، ۱۳۸۵).

استدمن، حس مکان را به عنوان مجموعه ای از مفاهیم نمادین، مؤلفه های دلبستگی و رضایتمندی تعریف می کند (هاشم زاده و همکاران، ۲۰۱۳ ب). حس مکان عاملی است که میان انسان و مکان ارتباط برقرار کرده و وحدت به وجود می آورد و فضا باید هویت قابل ادراک، شناسایی، به یاد ماندنی و نمایان داشته باشد تا حس مکان ایجاد کند. این نوع حس مکان می تواند احساس تعلق نیز به همراه داشته باشد (لینچ، ۱۹۸۱).

با توجه به اینکه از نظر اجتماعی شهرها مکان های مناسبی برای شکل گیری نهادهای اجتماعی و پاسداری از ارزش های انسانی و هویت های ملی و محلی هستند، می بایست ارزش های خاص هر فرهنگ و قومیت در فضاهائی که بوجود می آید متبلور شود (بحرینی، ۱۳۸۶).

هویت مکان "، به پیوندهای افراد با مکان ها اشاره دارد. از واژه هویت دو معنی دریافت می شود: تشابه (تداوم) و تمایز (یگانگی). پروشانسکی هویت مکان را به عنوان شیوه ای که افراد هویت شخصی - شان را با محیط کالبدی تعریف می کنند قلمداد می کند (لویکا، ۲۰۰۸).

یکی از مؤلفه های سازنده هویت، «معنی» می - باشد، بنابراین برای مشخص کردن نوع اثرات محله بر روی افراد ساکن بهتر است که ادراک و احساس شهروندان سنجیده شود. برای این امر می توان، با بازآفرینی تلقی شهروندان از عناصر مکان هویت مند، ضمن تقویت چنین عناصری به ایجاد آنها نیز اقدام کرد (سرمست و متوسلی، ۱۳۸۹).

یکی از شیوه هایی که هویت با مکان ارتباط پیدا می کند احساس تعلق به یک مکان می باشد (رز، ۱۹۹۵). حس تعلق به محله می تواند باعث تقویت هویت شهری و محله ای شود. در واقع هویت شهری و محله ای فرآیندی است از تعاملات، پیوندها، تعلقات محیطی و انسجام جمعی که در وضعیت مکانی و زمانی خاص، مجال تکوین پیدا می کند و باعث شکل گیری شخصیت، اصالت و در عین حال وحدت میان اجزاء یک شهر می شود (محمدی، ۱۳۸۹).

در سه دهه اخیر، جغرافی دانان انسان گرا به مطالعه پدیده حس لامکانی پرداخته اند که بارزترین آنها ادوارد رلف، جغرافی دان کانادایی است. رلف با الهام از هایدگر استدلال می کند که وجود معنا ناشی از تنوع مکانی است و در جهان مدرن از دست رفتن تنوع مکانی، نشانه ای است از فقدان معنا در مقیاس وسیع. وی اضافه می کند که رفتارها و طرز تلقی های اصلی که مولد «حس مکان» است به شکل عمده به وسیله رفتارها و طرز تلقی های «بدلی» و غیراصیل جایگزین شده است (شکویی و تبریزی، ۱۳۸۲).

"جانستون" نیز معتقد است که متخصصان جغرافیای انسان گرا در دهه ۱۹۷۰ برای - متمایز نمودن گرایش خود از جغرافی دانان پیرو مکتب پوزیتیویسم بر روی حس مکان یا ساخت یافتن محلی احساس تأکید کردند

اگرچه متهم به ذهنیت‌گرایی می‌شود که نمی‌توان آن را تعمیم بسیاری داد.

رویکرد اثباتی: تمرکز بر مطالعات رفتاری و نظریه-های کمیت‌گرا و مربوط به تجربیات شخصی از یک مکان و بررسی مؤلفه‌های کالبدی و کارکردی مکان

رویکرد انتقادی: بررسی ساختارهای اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی

عوامل شناختی معانی‌ای که مردم از یک مکان دریافت می‌دارند را شامل می‌شود. ویژگی‌های کالبدی (اندازه، مقیاس، مؤلفه‌ها، تنوع، بافت، رنگ، درجه حرارت، سر و صدا و...)، معانی مختلفی (احساسات، عقاید، کارکردها) که از یک مکان دریافت می‌شود، هویت، تاریخ، سر زندگی مکان و... نیز بر نحوه ارتباط افراد با مکان‌ها تأثیر دارد (هاشم‌زاده و همکاران، ۲۰۱۳ الف). کیفیت بالای طراحی نیز موجب بهبود زیست‌پذیری و ایمنی گردیده و در شکل‌گیری حس مکان و هویت نقش دارد و اثر مستقیمی بر ادراک و تجربه از یک مکان دارد (برنامه جامع وست‌مینستر، ۲۰۱۳).

مروری بر پیشینه حس تعلق به مکان نشان می‌دهد که این موضوع با طیفی از مقولات مورد بررسی واقع شده که می‌توان به بررسی حس تعلق اجتماعات محلی در ارتباط با بهداشت (رز، ۲۰۰۲) بررسی و تأیید نقش برخی مشخصات و ویژگی‌های چشم‌اندازهای محلی در حس مکان ساکنان محلی و گردشگران (کیانیکا و همکاران، ۲۰۰۶) اشاره کرد. همچنین می‌توان به پژوهشی که در کوالالامپور صورت گرفته اشاره کرد که احساس تعلق و دلبستگی شدید به خیابانهای سنتی خرید در مرکز شهر به تأیید پژوهشگران رسیده است (شوهانا و نورسیدا، ۲۰۰۸).

(پوراحمد، ۱۳۸۵). "کراس" عوامل مؤثر بر حس مکان را چگونگی رابطه با مکان و حس اجتماع می‌داند و رابطه با مکان را به صورت‌های زندگی-نامه‌ای، معنوی، عقیدتی، روایتی، مادی و وابستگی اجباری دسته‌بندی می‌کند که با عواملی مانند هویت، درونیت و رضایتمندی پنج تراز مختلف از حس مکان را ایجاد می‌کنند (کراس، ۲۰۰۱). "هاروی" و "مسی" نیز بعنوان جغرافی‌دانانی که درباره خودآگاهی از مکان در سال‌های اخیر مباحثی را مطرح کرده‌اند، هویت اجتماعی در محله شهری را ویژگی مهم و قابل شناسایی می‌دانند؛ از این نظر دیدگاه‌های آنان به جامعه‌شناسی بسیار نزدیک است. همین مسأله مورد نظر لوفور در کتاب تولید مکان بوده است (بلاکلند، ۲۰۰۳). در جمع‌بندی کلی می‌توان دریافت که دیدگاه‌های مربوط به مکان، نقش حیاتی احساس تعلق انسان-ها به مکان مربوط را نشان می‌دهند که سعی می‌کنند خود را از طریق یک احساس مکانی تعریف و آن را منشأ هویت خود بدانند (کرانگ، ۱۳۸۳).

تعامل بین انسان و مکان در شکل‌دهی به حس مکان از عوامل اساسی قلمداد می‌گردد. به طور کلی به طور کلی، تعامل بین انسان‌ها و مکان‌ها به سه شکل صورت می‌گیرد که عبارتند از: شناختی، رفتاری و احساسی. ویژگی‌های شناختی مربوط به جنبه‌های رسمی ادراک فضایی و همچنین به فرم می‌باشد. ویژگی‌های رفتاری مربوط به جنبه‌های کارکردی فعالیت‌ها و ارتباطات کارکردی بین مردم محیط زیست می‌باشد. ویژگی‌های احساسی مربوط به رضایتمندی افراد از یک مکان می‌باشد و همچنین دلبستگی که از آن حاصل می‌آید. همچنین رویکردهای مختلف مرتبط با مکان را می‌توان به شرح زیر طبقه‌بندی کرد:

رویکردهای پدیدارشناختی: اغلب مطالعات متأثر از رویکرد پدیدارشناختی هوسرل تأثیر گرفته‌اند.

آورد و حس تعلق مکانی را تقویت کند (شکویی و تبریزی، ۱۳۸۲).

در تحقیق دیگری نیز که در شهر خرم‌آباد صورت گرفته، ثابت شده است که حس تعلق به مکان در شهر خرم‌آباد دارای تأثیراتی بر هر محله بوده است، به طوری که در محلاتی که حس مکان در سطح بالاتری بوده، نظافت محله بیشتر رعایت شده، تجهیزات شهری بیشتر محافظت شده و کمتر صدمه دیده اند. در این گونه محلات افراد بیشتری اقدام به پرداخت مالیات نموده اند و مشارکت بیشتری در امور شهری توسط آنها انجام گرفته است (میرزاپور، ۱۳۸۸).

با توجه به اینکه در محله چای بوئی شهر گنبد کاووس شهروندانی از قومیت‌های مختلف (ترکمن، قزاق، افغان و...) در کنار هم زندگی می‌کنند ضرورت دارد برای دستیابی به توسعه پایدار شهری انسجام اجتماعی شهروندان و هویت محله‌ای ارزیابی و در صورت لزوم تقویت گردد. در این نوشتار این‌گونه استدلال شده است که بین عناصر خاطره‌انگیز محله و حس تعلق به مکان و همچنین بین حس تعلق به مکان و هویت محله-ای ارتباط وجود دارد. به نظر می‌رسد در محدوده مورد مطالعه تحقیق حاضر از جمله نخستین تحقیقات است.

مواد و روش ها

نوع تحقیق، کاربردی- توسعه‌ای و بر اساس ماهیت و روش می‌توان آن را از سنخ تحقیقات توصیفی - تحلیلی دانست. شیوه گردآوری اطلاعات و داده‌ها، کتابخانه‌ای و میدانی می‌باشد. محدوده جغرافیایی و مکانی پژوهش، محله «چای‌بوئی» در شهر گنبد کاووس می‌باشد. جامعه آماری پژوهش ۱۷۸۱ نفر ساکن در این محله می‌باشد. روش انتخاب نمونه‌ها در این تحقیق،

در تحقیق دیگری که در اسلوونی صورت گرفته است ارتباط بین حس ساکنین واحدهای همسایگی و مشخصات واحدهای همسایگی بررسی شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که تفاوت‌های ناچیزی بین شهرهای کوچک و بزرگ وجود دارد. حس ساکنین حومه‌های شهری نیز با مناطق روستایی شباهت دارد که برخلاف ادبیات موجود در این زمینه است که حومه‌ها اغلب با یک همبستگی اجتماعی پایین و با حس پایینی معرفی می‌شوند. این موضوع می‌تواند در ارتباط با شهرهای کوچک مقیاس اسلوونی و حس روستایی حومه‌ها باشد (فیلیپوویچ، ۲۰۰۶).

در کشورمان نیز در دهه های اخیر تحقیقات نسبتاً نوپایی درباره این موضوع صورت گرفته است از آن جمله می‌توان به پژوهش فلاحی تحت عنوان «مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن» اشاره نمود. وی در این تحقیق ابتدا به معنای حس مکان و مفهوم آن از دیدگاه‌های مختلف پرداخته و در نهایت سطوح مختلف و عوامل شکل‌دهنده آن را بیان داشته و در نهایت نیز مدلی برای نشان دادن چگونگی تأثیرات این عوامل ارائه داده است و نتیجه گرفته که مهمترین عوامل مؤثر بر حس مکان در دو دسته معانی و فعالیت‌ها قابل بررسی هستند (فلاحی، ۱۳۸۵).

در ادامه می‌توان به تحقیق شکویی و تبریزی تحت عنوان «تأثیر نوسازی شهری فن‌گرا بر ایجاد حس لامکانی» اشاره کرد که به صورت موردی بر روی پروژه نواب تهران متمرکز شده است. نتایج تحقیق نامبرده نشان می‌دهد که برنامه‌ریزی فن-گرا در ایجاد حس لامکانی مؤثر است. چنانچه برنامه‌ریزی صورت گرفته غیر فن‌سالارانه و مشارکتی بود و روابط و ارتباطات اجتماعی و محلی را ترغیب می‌کرد می‌توانست به جای ایجاد حس لامکانی محیطی مأنوس و مطلوب فراهم

اینصورت می باشد که « آیا ارتباطی میان دو مؤلفه هویت محله ای و حس تعلق به مکان وجود دارد؟» براین اساس فرضیه های تحقیق به این شرح می باشند.

فرضیه اول : بین عناصر خاطره انگیز در محله و حس تعلق به مکان رابطه معناداری وجود دارد
فرضیه دوم: بین حس تعلق به مکان و میزان هویت محله ای ارتباط معناداری وجود دارد.

محدوده مورد مطالعه: شهر گنبد کاووس با وسعت ۳۰ کیلومتر مربع، مرکز شهرستان گنبد کاووس واقع در شمال کشورمان می باشد. این شهر از نظر موقعیت ریاضی در مختصات ۳۷ درجه و ۱۵ دقیقه ی عرض شمالی و ۵۵ درجه و ۱۰ دقیقه طول شرقی قرار دارد (شکل ۱). محله چای بوئی نیز با وسعت ۱۰۵/۵ هکتار در جنوب غربی شهر گنبد قرار داشته و طبق سرشماری سال ۱۳۸۵ جمعیتی برابر با ۱۷۸۱ نفر در آن ساکن می باشد (محمدی، ۱۳۹۰).

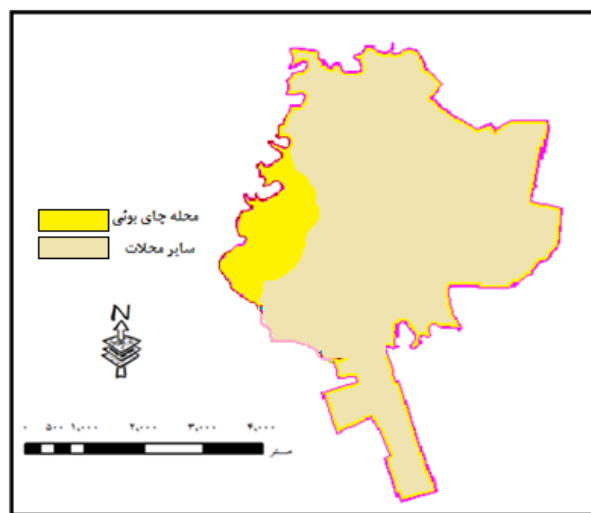
تصادفی و همچنین از طریق فرمول کوکران (رابطه ۱) حجم نمونه برآورد گردید و تعداد ۳۸۴ پرسش نامه تنظیم و تکمیل گردید.

$$n = \frac{t^2(pq)}{d^2} = 384 \quad (\text{رابطه ۱})$$

$$1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2(pq)}{d^2} - 1 \right)$$

تجزیه و تحلیل داده های این مطالعه در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی صورت گرفته است. در سطح آمار توصیفی با استفاده از شاخص های آماري نظیر فراوانی و درصد به تجزیه و تحلیل داده ها پرداخته شده است و در سطح استنباطی متناسب با سطح سنجش داده ها و مفروضات از آزمون های آماری فریدمن ویو- من - ویتنی استفاده گردید. از نرم افزار Spss برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و از نرم افزار GIS جهت ترسیم نقشه استفاده گردید.

با توجه به هدف تحقیق که ارزیابی هویت محله چای بوئی شهر گنبد کاووس و سنجش حس تعلق به مکان می باشد، سؤال اصلی تحقیق به



شکل ۱: موقعیت محله چای بوئی در شهر گنبد کاووس

نتایج

الف) آمار توصیفی: از ۳۸۴ نفر پاسخ دهنده به پرسشنامه ها ۴۸.۴ درصد مرد و ۵۱.۶ درصد زن هستند که از قومیت ترکمن (۷۱.۳۵ درصد)، قزاق (۱۹.۵۳ درصد) و مابقی (۹.۱۲ درصد) از قومیت های دیگر می باشند. پاسخ دهندگان در گروه سنی ۱۸ تا ۶۵ سال قرار دارند که اکثریت آنان در سن ۲۵ تا ۴۰ سال می باشند. بیش از نیمی از پاسخ دهندگان شغل های آزاد داشته و بسیاری از آنها

یعنی (۴۱.۶ درصد) دارای مدارک تحصیلی دوره متوسطه می باشند. یافته های پرسشنامه ها در مورد گویه ی اول: « این محله را دوست دارم و حاضر به ترک آن نیستم» نشان داد که ۳۹.۵۸ درصد از پاسخ دهندگان خیلی زیاد؛ ۲۴.۲۲ درصد زیاد؛ ۱۷.۷۰ درصد متوسط؛ ۱۳.۲۹ درصد کم و ۵.۲۱ درصد نیز خیلی کم موافق جمله فوق بودند (جدول ۱).

جدول ۱: ارزیابی میزان علاقمندی به محله

ردیف	میزان موافقت	فراوانی	درصد
۱	خیلی زیاد	۱۵۲	۳۹.۵۸
۲	زیاد	۹۳	۲۴.۲۲
۳	متوسط	۶۸	۱۷.۷۰
۴	کم	۵۱	۱۳.۲۹
۵	خیلی کم	۲۰	۵.۲۱
جمع کل	-	۳۸۴	۱۰۰

در مورد گویه ی دوم تحقیق: « از سر اجبار در این محله هستم و در صورت ایجاد شرایط بهتر از اینجا خواهم رفت» یافته های پژوهش نشان می دهد که ۸.۳۴ درصد پاسخگویان به گزینه ی

خیلی زیاد؛ ۱۳.۸۱ درصد زیاد؛ ۲۰.۵۷ درصد متوسط؛ ۲۲.۳۹ درصد کم و ۳۴.۸۹ درصد به گزینه ی خیلی کم پاسخ داده اند (جدول ۲).

جدول ۲: ارزیابی میزان اجبار برای ماندن در محله

ردیف	میزان موافقت	فراوانی	درصد
۱	خیلی زیاد	۳۲	۸.۳۴
۲	زیاد	۵۳	۱۳.۸۱
۳	متوسط	۷۹	۲۰.۵۷
۴	کم	۸۶	۲۲.۳۹
۵	خیلی کم	۱۳۴	۳۴.۸۹
جمع کل	-	۳۸۴	۱۰۰

در مورد گویه‌ی سوم تحقیق: « فرقی نمی‌کند که آدم در کدام محله از شهر زندگی کند» یافته‌های تحقیق نشان داد که ۷.۸۲ درصد خیلی زیاد؛ ۳۴.۱۱ درصد زیاد؛ ۲۱.۰۹ درصد متوسط؛ ۱۳.۸۱ درصد کم؛ ۲۳.۱۷ خیلی کم موافق سؤال سوم بودند (جدول ۳).

جدول ۳: ارزیابی تمایز در انتخاب محله

ردیف	میزان موافقت	فراوانی	درصد
۱	خیلی زیاد	۳۰	۷.۸۲
۲	زیاد	۱۳۱	۳۴.۱۱
۳	متوسط	۸۱	۲۱.۰۹
۴	کم	۵۳	۱۳.۸۱
۵	خیلی کم	۸۹	۲۳.۱۷
جمع کل	-	۳۸۴	۱۰۰

در مورد گویه‌ی چهارم تحقیق: « تمایل دارم در طرح‌های عمرانی و فرهنگی محله مشارکت داشته باشم» یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد که ۲۱.۸۷ درصد خیلی زیاد؛ ۲۵ درصد زیاد؛ ۳۳.۰۷ درصد متوسط؛ ۱۱.۹۷ درصد کم و ۸.۰۹ درصد خیلی کم تمایل به مشارکت در طرح‌های مختلف محله دارند (جدول ۴).

جدول ۴: تمایل به مشارکت در محله

ردیف	میزان موافقت	فراوانی	درصد
۱	خیلی زیاد	۸۴	۲۱.۸۷
۲	زیاد	۹۶	۲۵
۳	متوسط	۱۲۷	۳۳.۰۷
۴	کم	۴۶	۱۱.۹۷
۵	خیلی کم	۳۱	۸.۰۹
جمع کل	-	۳۸۴	۱۰۰

فرضیه عناصر خاطره انگیز در محله می باشد که عناصر در نظر گرفته شده در این تحقیق عبارتند از: مسجد، پارک، بازار هفتگی، سالن ورزشی، مدارس، مغازه‌ها و منزل خود یا اقوام و متغیر وابسته حس تعلق به مکان می باشد. این فرضیه مورد سنجش قرار گرفت و نتایج زیر بدست آمد (جدول ۵).

ب) آمار استنباطی: در این بخش پس از شناسایی متغیرهای اصلی تحقیق به تجزیه و تحلیل آنها پرداخته می شود تا نشان دهیم که کدامیک از متغیرهای مستقل با متغیر وابسته رابطه‌ی معناداری دارند.

فرضیه اول: «به نظر می رسد بین عناصر خاطره انگیز در محله و حس تعلق به مکان رابطه معناداری وجود دارد» متغیر مستقل در این

جدول ۵: فراوانی شاخص های عناصر خاطره انگیز در محله

میانگین رتبه ها	فراوانی داده های مشاهده شده					فراوانی شاخص
	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	
۱/۹۰	۵	۱۱	۹۸	۱۲۲	۱۴۸	مسجد
۴/۶۳	۵۱	۱۰۱	۱۱۸	۷۹	۳۵	پارک (پارک داریوش)
۲/۶۷	۲۳	۴۷	۹۷	۱۰۳	۱۱۴	بازار هفتگی (جمعه بازار)
۵/۸۱	۱۱۴	۱۳۲	۸۳	۲۱	۳۴	سالن ورزشی
۵/۳۵	۸۸	۴۳	۲۲۷	۱۶	۱۰	مدارس
۵/۶۰	۹۴	۷۰	۱۸۹	۲۲	۹	مغازه ها
۲/۰۴	۳	۷	۱۳۲	۱۰۸	۱۳۴	منزل خود یا اقوام

بنابراین از آزمون فریدمن جهت تأیید یا رد فرضیه استفاده شد و نتایج زیر حاصل گردید. همانطور که جدول ۶ نشان می دهد مقدار آماره کای دو (X^2) برابر ۱/۸۵۸، درجه آزادی برابر ۶ سطح معناداری ۰/۰۰۰ می باشد. لذا با توجه به مقدار (X^2) و درجه معناداری آن می توان نتیجه گرفت که فرضیه اول «به نظر می رسد بین عناصر خاطره انگیز در محله و حس تعلق به مکان رابطه معناداری وجود دارد» تأیید می گردد.

جدول ۶: آزمون فرضیه اول

متغیر	Chi-square	درجه آزادی Df	درجه معناداری Sig
شاخص های عناصر خاطره انگیز در محله	۱/۸۵۸	۶	۰/۰۰۰

فرضیه دوم: بر طبق فرضیه دوم «بین حس تعلق به مکان و میزان هویت محله ای ارتباط معناداری وجود دارد». در این تحقیق این نتیجه بدست آمد که بین عوامل: روابط خویشاوندی، روابط محله ای، انسجام اجتماعی و میزان هویت محله ای رابطه معناداری وجود دارد. به این صورت که با تقویت این عوامل میزان هویت محله ای نیز افزایش می یابد، درحالی که بین میزان هویت محله ای و عامل جنسیت رابطه معناداری مشاهده نگردید (جدول ۷ تا ۱۰).

جدول ۷: ارتباط میان هویت محله ای و روابط خویشاوندی (ضریب همبستگی)

متغیرها	ضریب همبستگی	سطح معناداری
میزان هویت محله ای و روابط خویشاوندی	۰/۳۸۴	۰/۰۰۱

همانطور که ملاحظه می شود $Sig=0/001$ و چون کوچکتر از ۵ درصد است، بنابراین بین میزان هویت محله ای و روابط خویشاوندی ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول ۸: ارتباط میان میزان هویت محله ای و روابط محله ای (ضریب همبستگی)

متغیرها	ضریب همبستگی	سطح معناداری
میزان هویت محله ای و روابط محله ای	۰/۲۷۵	۰/۰۰۳

از آنجا که $Sig=0/003$ و کوچکتر از ۵ درصد است، لذا بین میزان هویت محله‌ای و روابط محله-ای ارتباط معناداری وجود دارد. در جدول ۹ با توجه به اینکه $Sig=0/000$ و کوچکتر از ۵ درصد است، لذا بین میزان هویت محله‌ای و انسجام اجتماعی ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول ۹: ارتباط میان میزان هویت محله‌ای و انسجام اجتماعی (ضریب همبستگی)

متغیرها	ضریب همبستگی	سطح معناداری
میزان هویت محله‌ای و انسجام اجتماعی	۰/۵۴۱	۰/۰۰۰

جدول ۱۰: رابطه میان میزان هویت محله‌ای و عامل جنسیت (آزمون یو-من-ویتنی)

جنس	تعداد	میانگین رتبه‌ها
مرد	۱۸۶	۱۳/۵۰
زن	۱۹۸	۱۴/۲۶

یو-من-ویتنی	۸۰/۰۰۰
ویلکاکسون	۲۱۶/۰۰۰
آماره Z	۰/۰۰۰
سطح معناداری	۱/۰۰۰

است برای اهالی این محله خاطره انگیز می‌باشد. این در حالی است که بر خلاف تصور اولیه مدارس و سالن ورزشی برای ساکنان این محله کمتر خاطره انگیز است. همچنین طبق تحلیل آزمون-های آماری؛ بین حس تعلق به مکان و میزان هویت محله‌ای ارتباط وجود دارد. و روابط خویشاوندی، روابط محله‌ای و انسجام اجتماعی باعث تقویت هویت محله‌ای می‌گردد. عامل جنسیت نیز تأثیری بر شاخص هویت محله‌ای نداشت.

مستخرج از پرسشنامه‌ها؛ میزان علاقمندی به محله چای‌بوئی در میان ساکنان این محله در سطح نسبتاً بالایی قرار دارد و همچنین اهالی محله برای مشارکت در طرح‌های عمرانی و فرهنگی محله علاقمندی بالایی را از خود نشان دادند که می‌توان از این عوامل جهت توسعه محیط جغرافیایی و تحقق‌پذیری طرح‌های توسعه محلی سود جست. برای تقویت هویت در سطح محلات شهری می‌توان اقدامات گوناگونی انجام داد از آن جمله می‌توان به تشکیل NGO ها و-

براساس خروجی آزمون یو-من-ویتنی (جدول ۱۰) سطح معناداری بزرگتر از ۵ درصد است، بنابراین رابطه معناداری میان هویت محله‌ای و عامل جنسیت مشاهده نگردید. طبق یافته‌های تحقیق بین عناصر خاطره انگیز در محله و حس تعلق به مکان رابطه معناداری وجود دارد. در این میان عناصری مانند مسجد، منزل خود افراد که محل تولد و زندگی آنها بوده در کنار منزل خویشاوندان قرار دارد. بازار هفتگی یا همان جمعه بازار که محل تجمع و خرید و فروش اکثر ساکنان این محله و محله‌های دیگر شهر گنبد کاووس

بحث و نتیجه‌گیری

حس تعلق به محله یکی از مفاهیمی است که می‌تواند باعث تقویت هویت شهری و محله‌ای شود. در واقع هویت شهری و محله‌ای فرآیندی است از تعاملات، پیوندها، تعلقات محیطی و انسجام جمعی که در وضعیت مکانی و زمانی خاص، مجال تکوین پیدا می‌کند. در این تحقیق، هویت محله چای‌بوئی با سنجش حس تعلق به مکان مورد ارزیابی قرار گرفت. طبق اطلاعات

بخشی از این امر در گروه توجه به کالبد و عواملی است که موجب شکل گیری یک محله ای متمایز می گردد در این میان مکان هایی که موجب گردهمایی و تجمع مردم می گردند نقش مهمی در این رابطه بازی می کنند لذا با طراحی، بهسازی و یا نوسازی مکان های عمومی و مذهبی همچون مساجد، پارک و کتابخانه و... که محل تبلور تعاملات و پیوندهای اجتماعی می باشد و در کل با تمرکز ویژه بر حس تعلق مکانی می توان هویت محله ای را تقویت نمود.

CBO های محلی و برگزاری مناسبت های فرهنگی، مسابقات ورزشی، مسیرهای امن دوچرخه سواری و پیاده روی، تشکیل نمایشگاه های مختلف همچون صنایع دستی، غذاهای سنتی و عکس اقدام نمود. توجه به ایجاد امکانات فرهنگی و اجتماعی و تلاش برای معرفی پتانسیل ها و سرمایه های محیط نیز از دیگر اقدامات در این زمینه است. در مجموع می توان گفت که هویت محله ای با هویت کالبدی ارتباط برقرار می کند. تلاش برای ایجاد تصاویر ذهنی مناسب از محله نیز نقش مهمی در این زمینه ایفا می کند که

منابع

- کرانگ، م.، ۱۳۸۳. جغرافیای فرهنگی، ترجمه مهدی قرخلو، انتشارات سمت، ۲۷۲ ص.
- محمدی، ع.، ۱۳۹۰. ارزیابی نقش سکونتگاه های غیررسمی در گسیختگی فضایی ساختار شهری گنبد کاووس، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، استاد راهنما: رحیم بردی آنامراد نژاد، دانشگاه مازندران.
- محمدی، ع.، ۱۳۸۹. بررسی ارتقاء هویت شهری در محلات شهر تهران با اجرای دستورالعمل مشارکت های اجتماعی، اولین همایش شهروندی و مدیریت محله ای، حقوق و تکالیف. ناشر: سیویلیکا.
- میرزاپور، س.، ۱۳۸۸. مقایسه تطبیقی تعلق خاطر مکانی و تأثیرات فضایی- مکانی آن در محلات شهر خرم آباد، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، استاد راهنما: خدارحم بزی، دانشگاه زابل.
- بحرینی، ح.، ۱۳۸۶. فرآیند طراحی شهری، انتشارات دانشگاه تهران، ۴۸۲ ص.
- پورا احمد ا. و شمعی، ع.، ۱۳۸۵. بهسازی و نوسازی شهری از دیدگاه جغرافیا، انتشارات دانشگاه تهران، ۴۱۴ ص.
- سرمست، ب. و متوسلی، م. م.، ۱۳۸۹. بررسی و تحلیل نقش مقیاس شهر در میزان حس تعلق به مکان مطالعه موردی: شهر تهران، شماره ۲۶، ص ۱۴۶-۱۳۳.
- شکویی، ح. و تبریزی، ج.، ۱۳۸۲. تأثیر نوسازی شهری فن گرا بر ایجاد حس لامکانی: مطالعه موردی پروژه نواب»، فصلنامه مدرس، دوره ۷، شماره ۲، ص ۱۴۱-۱۶۲.
- شعله، م.، ۱۳۸۵. دروازه های قدیم در خاطره جمعی شهر معاصر، ریشه یابی رشته های خاطره ای، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۷، ص ۲۶-۱۷.
- فلاحت، م. ص.، ۱۳۸۵. مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۶، ص ۵۷-۶۶.

- Blockland, T., 2003. *Urban Bounds*, Translated by Lee K, Mitzman, Policy Press Cambridge, 256 p.
- Cross, J. E., 2001. What is Sense of Place, *Research on Place & Space*, p.1-14.
- Filipovic, M., 2006. Influence of Neighbourhood Characteristics on Sense of Neighbourhoods, Workshop 18 - Residential Environments and People Paper presented at the ENHR conference "Housing in an expanding Europe: theory, policy, participation and implementation" Ljubljana, Slovenia, 528 p.
- Hashemnezhad, H., Yazdanfar, S. A., Heidari, A.A. and Behdadfar, N., 2013 a. Between sense and attachment: Comparing the concepts of place in architectural studies, *GEOGRAFIA OnlineTM Malaysia, Journal of Society and Space*, v. 9(1), p. 96 – 104.
- Hashemnezhad, H., Heidari, A.A. and -Mohammad Hoseini, P., 2013 b. Sense of Place” and “Place Attachment”, (A Comparative Study), *International Journal of Architecture and Urban Development*, v.3, No.1, p. 5-12.
- Kianicka, S., Buchecker, M., Hunziker, M. and Müller, B.U., 2006. Locals and Tourists Sense of Place A case Study of a Swiss Alpine Village", *Mountain Research and Development*, v. 26(1), p. 55–63.
- Lewicka, M., 2008. Place attachment, place identity, and place memory: Restoring the forgotten city past, *Journal of Environmental Psychology*, v. 28, p. 209–231
- Lynch, K., 1981. *Good City Form*. Massachusetts: MIT Press Neuman,W, 528 p.
- Rose, G., 1995. Place and Identity: a sense of place, in: D.Massey and P.J (eds), *A place in the world? Places, cultures and Globalization*, oxford: the open University, p. 88-132.
- Ross, N., 2002. Community belonging and Health, *Health Reports, Statistics Canada Catalogue*, v. 13(3), p. 9-33.
- Shuhana, Sh. and Norsidah, U., 2008. Making places: The role of attachment in creating the sense of place for traditional streets in Malasia, *Habitat international*, v. 32, p. 399- 409.
- Westminster Comprehensive Plan., 2013. *City Identity and Design*, 1-28 p.