

Research Paper

Evaluation of Factors Affecting Citizens' Sense of Belonging to Urban Spaces a Case Study the Enghelab Square of Bushehr Port

Sayyed Nouroddin Amiri ^{a*}, Mohammad Hosein Rostami ^a, Samaneh Danaeifar ^b

^a. Department of Urban Planning, Faculty of Art and Architecture, Persian Gulf University, Bushehr, Iran

^b. Department of Urban Design, Faculty of Architecture and Urban Planning, Isfahan University of Arts, Isfahan, Iran

ARTICLE INFO

Keywords:

Sense of Belonging,
Urban Spaces,
Exploratory Factor Analysis,
Enghelab Square of Bushehr
Port.



Received:

26 March 2022

Received in revised form:

2 June 2022

Accepted:

28 July 2022

pp.149-164

ABSTRACT

The role of the sense of belonging in increasing environmental qualities in today's cities, which has been neglected and lack of active and effective participation of citizens, is very important. The purpose of this research is to evaluate the effective factors in the citizens' sense of belonging to urban spaces and to determine the effective indicators in strengthening the sense of belonging to urban spaces and the degree of realization of these indicators in Bandar Bushehr Revolution Square. The type of research is based on the applied nature and based on the survey descriptive research method, and the location of the research is the Revolution Square (6th Bahman) in Bushehr Port, which is one of the oldest squares in Bushehr. The research community consists of two fixed groups (shopkeepers) and floating groups (passers-by), and the data collection tool in this research is a questionnaire whose reliability and validity have been scientifically measured. Then, using the exploratory factor analysis method, the indicators have been evaluated. The results of the research show that 20 spatial indicators affecting the factors affecting citizens' sense of belonging to urban spaces are divided into 6 factors: "memorability/local belonging", "accessibility and legibility", "visual beauty and spatial diversity", "providing activities", "inclusiveness" and "interactivity/presence" are categorized. Finally, solutions such as redesigning the furniture and atmosphere of El-Enghelab Square (6th of Bahman), allocating booths of native and local products on a seasonal basis in order to increase activities to attract as many people as possible, expanding local celebrations of the region and street performances, as well as using appropriate local and traditional elements It has been presented with the old texture of Bushehr, which can improve the sense of place and the identity of the place in the Revolution Square (6th Bahman).

Citation: Amiri, S. N., Rostami, M. H., Danaeifar, S. (2022). Evaluation of Factors Affecting Citizens' Sense of Belonging to Urban Spaces a Case Study the Enghelab Square of Bushehr Port. *Journal of Geographical Urban Planning Research*, 10 (1), 149-164.

 <http://doi.org/10.22059/JURBANGEO.2022.337599.1653>

*. Corresponding author (Email: n.amiri@pgu.ac.ir)

Copyright © 2022 The Authors. Published by University of Tehran. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Extended Abstract

Introduction

From the beginning of creation, human beings have had a mutual relationship with their living environment, taking advantage of it to satisfy their needs. Urbanization has created a new type of human-environment interaction. An investigation of human behavior in the environment can help get a good grasp of such a relationship and especially the emotional attachment people have to the environment. If human needs are pinpointed and basic factors of citizenship culture and citizens' behavior in urban spaces are identified, their sense of belonging and attachment to the natural and artificial environment can be manifested straightforwardly. Global experience shows that public urban spaces can be an important means for identity formation and the development of human sustainability. An important and effective theme in improving the quality of the human environment is the sense of belonging to places, which is an important factor in shaping the communication between users and the environment and will ultimately contribute to the creation of quality environments. The value of the living environment for residents is not confined to functional and economic reasons. Part of this value seems to be wrapped up with the characteristics of the place in symbolic meanings, which in turn contribute to the identity of the place. Bushehr is one of the important commercial ports in Iran, which has inherited a special identity and culture from the past, with an outstanding commercial stance and special interactions with neighboring countries. The main squares of the city act as main access points for the residents. Therefore, in this study, in an attempt to identify urban spaces to assess the sense of belonging to urban spaces, factors affecting the citizens' sense of belonging to Enghelab Square (6 Bahman) in Bushehr port were investigated.

Methodology

The study is evaluative and applied in terms of purpose and nature, and is descriptive in terms of research method. The research study area was Enghelab Square in

Bushehr. Library and field study methods were used simultaneously to collect the data required for this study. The data collection instrument was a questionnaire. Moreover, in the library method, the collected data related to the theoretical expressions were obtained from internal and external sources. In this study, qualitative components were used to study and explore the relationship of factors affecting identity. In the literature review, factors such as the sense of belonging, vitality, access, and social interactions were discussed. This study evaluated the factors effective in promoting the citizens' sense of belonging to Enghelab Square of Bushehr. Different methods were used to determine the sample size. The research population included two groups. The fixed population of shopkeepers was 95 people and the floating population of passers-by was 80 people (average visitors to the square during busy day and night hours)/ the sample size was determined using Cochran's formula and simple random sampling. Of the total fixed and floating population (175 people), 140 individuals were selected as the sample size who completed 140 questionnaires. Data analysis was carried out in the form of tables and images and hypotheses were tested using factor analysis in SPSS software.

Results and Discussion

The total cumulative variance of the final extracted factors must be higher than 60. The third condition is that the explained variance of each factor alone must be higher than 10 so that the relevant factor is recognized as a factor affecting the sense of belonging. In urban studies, the third condition is not met. After determining the variance of each factor explaining the sense of belonging to urban spaces, the factor matrix was rotated so that each of the relevant indicators had the highest relationship with the relevant factors and the conditions for naming and identifying the relevant factors, which facilitate the score of each indicator of the factor. After creating the rotated matrix of factors and using the position of 20 indicators explaining the sense of belonging in urban

spaces in the six factors, the factors should be interpreted and named. The naming is the same matrix whose factors were extracted by principal component analysis and rotated by the varimax rotation method, which is mentioned in the six factors. The first factor plays the most important role in explaining the sense of belonging to Enghelab Square in Bushehr. This factor is called "reminiscence / spatial belonging" with the variables "the effect of the square on the vitality and dynamism of the old texture, the effect of the sense of belonging to the field in recalling individual and collective memories, the memorization of the square for citizens and the degree of holding traditional and historical ceremonies" being the most relevant. The second factor called "accessibility and legibility" were highly related to the variables "accessibility of pedestrian and pedestrian paths to the square, the degree of human scale of the walls, the level of security (social), the degree of readability and the role of the field in becoming a symbol or sign of identity". The third factor called "visual beauty and spatial diversity" was most related to the variables "the proportion of the design of the square with the old texture of Bushehr, the degree of visual attractiveness in the design of the square and the effectiveness of the square in creating collective and interactive spaces." The fourth factor called "supply of activities" was mostly related to the variables "the rate of citizens' use of the space (daily, weekly, monthly), and the role of the space in shopping, entertainment, employment, etc.". The fifth factor called "inclusion" had the highest level of relationship with the variables "the presence of different population groups (children, middle-aged, disabled, etc.) in the space, and also the index of the presence of

citizens during mourning". The sixth factor, called "interactivity / presence", was mostly related to the variable "the degree of diversity of activities (music, street performances, etc.) and people's participation in the space."

Conclusion

It should be noted that improving the quality of urban squares is a multidimensional endeavor and includes factors such as social, cultural, and physical aspects and economic vitality. Promoting the sense of belonging to urban squares is a solution that can increase most of their urban qualities because it has a direct impact on the presence of citizens and establishes social interactions that result in social and cultural vitality. The increased presence of citizens creates an environment of saving in terms of demand and has a significant impact on the economic quality of space. Finally, solutions have been proposed to promote the sense of belonging to urban spaces (especially Bushehr Enghelab Square).

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.

ارزیابی عوامل مؤثر بر حس تعلق شهروندان به فضاهای شهری مطالعه موردی: میدان انقلاب بندر بوشهر

سید نورالدین امیری^۱ - گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران
محمدحسین رستمی - گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران
سمانه دانائی فر - گروه طراحی شهری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران

چکیده

اطلاعات مقاله

نقش حس تعلق در افزایش کیفیت‌های محیطی در شهرهای امروزی که مورد بی‌توجهی و عدم مشارکت فعال و تأثیرگذار شهروندان قرار گرفته است، بسیار حائز اهمیت می‌باشد. آنچه مورد نظر این پژوهش می‌باشد، ارزیابی عوامل مؤثر در حس تعلق شهروندان به فضاهای شهری و تعیین شاخص‌های مؤثر در تقویت حس تعلق فضاهای شهری و میزان تحقق این شاخص‌ها در میدان انقلاب بندر بوشهر است. نوع تحقیق با توجه به ماهیت کاربردی و بر اساس روش تحقیق توصیفی پیمایشی می‌باشد و مکان پژوهش نیز میدان انقلاب (ششم بهمن) بندر بوشهر، از قدیمی‌ترین میدان‌ها بوشهر است. جامعه تحقیق از دو گروه ثابت (مغازه‌داران) و شناور (رهگذران) تشکیل می‌گردد و ابزار گردآوری داده‌ها در تحقیق حاضر پرسشنامه می‌باشد که پایایی و اعتبار آن به روش علمی سنجیده شده است. سپس با استفاده از روش تحلیل عامل اکتشافی، شاخص‌ها ارزیابی گردیده‌اند. نتایج پژوهش نشانگر آن است که ۲۰ شاخص مکانی تأثیرگذار بر عوامل مؤثر در حس تعلق شهروندان به فضاهای شهری به ۶ عامل «خاطره‌انگیزی/تعلق مکانی»، «دسترسی و خوانایی»، «زیبایی بصری و تنوع فضایی»، «تأمین فعالیت‌ها»، «همه‌شمولی» و «تعامل‌پذیری / حضور پذیری» دسته‌بندی می‌گردد. در نهایت راهکارهایی مانند بازطراحی مبلمان و فضای میدان انقلاب (ششم بهمن)، اختصاص دادن غرفه‌های محصولات بومی و محلی به صورت فصلی در جهت افزایش فعالیت‌هایی برای جذب هر چه بیشتر افراد، گسترش جشن‌های بومی منطقه و اجراهای خیابانی و همچنین استفاده از المان‌های بومی و سنتی متناسب با بافت قدیم بوشهر که می‌تواند حس مکان و هویت مکان در میدان انقلاب (ششم بهمن) ارتقا دهد، ارائه گردیده است.

واژگان کلیدی:

حس تعلق، فضاهای شهری، تحلیل عاملی اکتشافی، میدان انقلاب بوشهر



تاریخ دریافت:

۱۴۰۱/۰۱/۰۶

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۱/۰۳/۱۲

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۱/۰۵/۰۶

صص. ۱۶۴-۱۴۹

استناد: امیری، سید نورالدین؛ رستمی، محمدحسین و دانائی فر، سمانه. (۱۴۰۱). ارزیابی عوامل مؤثر بر حس تعلق شهروندان به فضاهای شهری مطالعه موردی: میدان انقلاب بندر بوشهر. *مجله پژوهش‌های جغرافیای برنامه‌ریزی شهری*، ۱۰ (۱)، ۱۶۴-۱۴۹.

 <http://doi.org/10.22059/JURBANGEO.2022.337599.1653>

مقدمه

از عوامل مهم در ارزیابی ارتباطات انسانی و محیطی حس تعلق است که بیانگر گونه‌ای از ارتباط عمیق فرد با محیط بوده و در آن، فرد نوعی هم ذات‌پنداری بین خود و مکان را احساس می‌کند (معصومی و طالقانی، ۱۳۹۴: ۸). بیش از هر زمان دیگری مهم است که فضاهای عمومی به‌عنوان مقاصد موردنظر شناخته شوند، جایی که مردم می‌توانند در آن جمع شوند، معاشرت کنند و بخواهند در آن‌ها بمانند. در شرایط کاهش کارکردهای سودگرایانه که در فضاهای عمومی باز شهری برگزار می‌شود، این امر زمانی امکان‌پذیر است که این مکان‌ها به‌عنوان مقاصد مثبت و مطلوب در نقشه‌های ذهنی کاربران حضورداشته باشند (Watson & Nikšič, 2017: 860). تجربه‌های جهانی نشان می‌دهند که فضاهای عمومی در شهرها می‌توانند بستری مناسب برای نمایش ارزش‌های فرهنگی و تعاملات و توسعه اجتماعی باشند و همچنین بستری برای هویت‌پذیری شهروندان و هویت‌سازی اجتماعی و توسعه پایدار انسانی محسوب گردند (حبیبی و دیگران، ۱۳۹۷: ۲).

امروزه معنامندی فضایی از مهم‌ترین راهکارهای کیفیت‌بخشی به فضای معماری است. حس مکان متأثر از «معانی» و بسیاری از قراردادهای روانی-رفتاری اجتماع است. بر مبنای دیدگاهی که پدیدارشناسان مطرح می‌کنند، حس مکان با درک نمادها و فعالیت‌های روزمره و ارتباط با مکان معنا می‌یابد (بهرامی و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۴۴). تغییرات محیط کالبدی شهر نیز باعث تغییر حافظه شهری می‌شود. به گفته روسی^۱ (۱۹۸۲)، شهر خود حافظه جمعی مردم ساکن در شهر و کانون حافظه جمعی است. مفهوم مکان توسط روسی به‌عنوان "رابطه بین یک مکان خاص و ساختمان‌های درون آن" تعریف شده است و به‌عنوان "هم منفرد و هم جهانی" توصیف می‌شود. روابط اجتماعی در مکان به‌طور مستقیم بر هویت و شخصیت آن مکان تأثیر می‌گذارد. در این چارچوب، ساختمان‌ها، خیابان‌ها و سایر اجزای فیزیکی شهر، همراه با یک حافظه شهری درون مکان، شکل‌گیری هویت شهری را فراهم می‌کنند.

نوربرگ شولتز (۱۹۸۴) می‌گوید هر اقدامی که در یک مکان رخ می‌دهد، بدون وابستگی به محل آن، قابل ارزیابی نیست. بر اساس دیدگاه نوربرگ-شولتز، مکان جزئی جدایی‌ناپذیر از وجود است و علاوه بر یک موقعیت انتزاعی، با فرم، بافت، رنگ و سایر مواد خود، به آن محل شخصیت می‌دهد (Zeybek, 2020: 188). امروز به دلیل توسعه نامناسب، تضعیف حس مکان و دل‌بستگی به آن موجب تغییر در احساس و تصور مردم از مکان شده است. در اغلب موارد، تغییرات در محیط فیزیکی، نوع کاربری و فعالیت‌ها، موجب از بین رفتن ارزش‌ها و معناها شده است، مخصوصاً برای کسانی که مدت طولانی به یک محیط وابسته شده‌اند. از آنجایی که معنا و دل‌بستگی، از خواص مکان است، فقدان آن، موجب ضعیف شدن حس مکان و هویت آن می‌شود (جلالی مقدم، ۱۳۹۵: ۴). کارمونا و همکاران^۲ (۲۰۱۰) استدلال می‌کند که ویژگی اجتماعی-فرهنگی محله در یک دوره زمانی معین از طریق یک تجربه که در آن نقش مهمی از فرآیند اجتماعی وجود دارد که شامل تعامل اجتماعی و همسان‌سازی فرهنگی است، تقویت می‌شود. فضای عمومی این فرآیند را در ارائه یک محیط فیزیکی مناسب تسهیل می‌کند. بنابراین فضای عمومی یک قلمرو اجتماعی معنادار است و مردم به خاطر نقشش در یکپارچگی اجتماعی به آن معنا می‌بخشند. این یک ویژگی مهم برای طراحی یک محله است که پتانسیل عرضه معنا و دل‌بستگی مکان را به استفاده‌کنندگان از فضا دارد. و نشان می‌دهد که طراحی محیط فیزیکی باید تدارک بهتر فضای عمومی را در نظر بگیرد تا تعامل اجتماعی را از طریق استفاده از آن تشویق کند و در نتیجه، معنایی از مکان بسازد (Chitrakar, 2016: 4). در مجموع، به نظر می‌رسد که ساکنان برای محیط‌زیست خود ارزشی بسیار بیشتر از

1 . Rossi

2 . Carmona

دلایل صرفاً عملکردی و اقتصادی دارند. بخشی از این ارزش به نظر می‌رسد در معانی نمادین با ویژگی‌های مکان و سهمی که این معنا در هویت مکان می‌کند پیچیده شده است. این کیفیت محیط در یک معامله نامشهود بین مردم و مکان وجود دارد (Bruce Hull et al., 1994: 117).

وجود بحران در حس تعلق به فضاهای شهری سبب به وجود آمدن مشکلات متعددی در آینده خواهد شد لذا ارزیابی میزان عوامل مؤثر حس تعلق شهروندان به فضاهای شهری، امری ضروری در شهرها محسوب شود. از این رو این پژوهش با بررسی عوامل مؤثر بر حس تعلق شهروندان به فضاهای شهری و به‌طور خاص میدان، سعی دارد در افزایش کیفیت‌های محیطی فضاهای شهری قدم بردارد.

شهر بوشهر از جمله بندرها تجاری مهم کشور است که مانند دیگر شهرهای تاریخی دارای ویژگی‌های فرهنگی مخصوص به خود است، نمود مشخص این هویت و فرهنگ در نحوه استفاده و حس تعلق خاطر ساکنین این بندر از میدان‌ها اصلی شهر قابل دریافت است بنابراین بندر بوشهر با گذشت زمان و هم سو شدن با فرهنگ جهانی با تحولات معنایی در فضاهای شهری خود به‌ویژه میدان‌ها تاریخی خود همراه بوده است. کمرنگ شدن هویت و کنش‌های اجتماعی میدان‌ها که محور اصلی شکل‌دهنده فضای عمومی است، امروزه مسئله اصلی فضاهای شهری، میدان‌ها است. مسئله مطرح در این پژوهش ارزیابی عوامل مؤثر بر حس تعلق شهروندان به فضاهای شهری به‌طور ویژه میدان است. در همین خصوص در این پژوهش در پی هویت‌یابی فضاهای شهری به ارزیابی حس تعلق خاطر شهروندان به فضاهای شهری، به بررسی عوامل مؤثر در حس تعلق خاطر شهروندان به میدان انقلاب (ششم بهمن) بندر بوشهر پرداخته شده است.

مبانی نظری

ارتباط انسان و محیط، ارتباطی دوطرفه می‌باشد که به‌گونه‌ای بر هم اثر می‌گذارند و از هم تأثیر می‌پذیرند. انسان با توجه به ارزش‌های فرهنگی که در محیط خود وجود دارد، به برخی از رویدادها، محرک‌ها و فضاها معنا می‌دهد و رفتار خود را بر طبق آن‌ها انجام می‌دهد. محیط و رفتار به‌قدری در هم تلفیق شده‌اند که تفکیک آن‌ها از هم به‌سختی صورت می‌گیرد (باطنی خسروشاهی و بلیلان اصل، ۱۳۹۸: ۳).

پژوهش‌های انجام‌شده در خصوص ابعاد گوناگون حس تعلق به مکان، عمدتاً بر تعریف مکان به‌عنوان محیط اجتماعی تأکید دارند، بنابراین عمدتاً و در بیشتر اوقات، تعلق به مکان هم به تعلق از محیط‌های اجتماعی تعبیر می‌گردد (معصومی و طالقانی، ۱۳۹۴: ۳). ابن‌خلدون حکیم مسلمان در کتاب المقدمه به ویژگی‌ها و خصوصیات شهر، شهرنشینی، اخلاق شهروندی و رابطه انسان با شهر و تأثیر مردم در روند رشد و توسعه شهر اشاره می‌کند. با مطالعه دقیق کتاب، این نتیجه حاصل آمد که از مهم‌ترین صفات شهر مطلوب از دیدگاه ابن‌خلدون توجه به مشارکت‌های مردم و تعلقات اجتماعی افراد نسبت به محل زیست خود و دیگران است (نقی‌زاده و امیری، ۱۳۹۴: ۷۳). با توجه به دیدگاه پدیدارشناسان، درک کردن نمادها و فعالیت‌های روزمره مرتبط با مکان، به‌عنوان یکی از معانی حس مکان محسوب می‌گردد که این حس قادر است در مکان زندگی انسان به وجود آید و طی گذر زمان، گسترش پیدا کند (علی‌نیا و جباریان، ۱۳۹۳: ۲). حس ساخت مکان نمایانگر حوزه‌های عاطفی (یعنی احساسات و عواطف)، همبستگی (یعنی تعهدات و نیت رفتاری) و شناختی (یعنی باورها و ادراکات) نسبت به یک مکان است. حس مکان بر اساس معانی نمادینی است که توسط یک فرد به محیط نسبت داده می‌شود. بنابراین، حس مکان ذاتی محیط فیزیکی نیست، بلکه بیشتر در تفاسیر محیط توسط یک فرد است که از تجربه او در جامعه ایجاد می‌شود (Kylie Smith, 2011: 62).

یک تجربه و مفهوم مشترک برای همه فرهنگ‌ها در طول تاریخ بشریت، چیزی است که جامعه غربی معاصر آن را

حس مکان نامیده است. با این حال اگرچه یک پدیده رایج است، اما به نظر می‌رسد که تجربه هر فرد از حس مکان منحصر به فرد است (Spittles, 2015: 104). رلف^۱ هم به دیدگاه لوکرم^۲ (۱۹۶۴) در مورد مکان و تحلیل آن اشاره کرده است. از بین شش مؤلفه‌ای که لوکرم راجع به مکان ارائه می‌کند، "معنا" مهم‌ترین مؤلفه است. مکان‌ها معنادارند و با اعتقادات و باورهای مردم مشخص می‌شوند. بر این اساس، لوکرم می‌گوید که مکان‌ها به‌عنوان ترکیب پیچیده‌ای از طبیعت و فرهنگ پیش‌از این توسعه یافته‌اند و یا در موقعیت‌های ویژه در حال توسعه هستند. رلف همچنین ادامه می‌دهد که یک مکان فقط یک نقطه نیست بلکه وجودی منسجم است که به‌عنوان یک پدیده یکپارچه و معنادار ایفای نقش می‌کند (Abbaszadeh et al., 2015: 24).

دل‌بستگی مکانی به‌عنوان ایجاد پیوند عاطفی یا پیوند بین افراد یا افراد و مکان‌های خاص تعریف می‌شود و از طریق تأثیر متقابل عواطف، دانش و باورها و رفتار و اعمال بیان می‌شود (Ujang, 2009: 157). بر این اساس می‌توان گفت تنها پدیده‌ای که دغدغه هویت دارد، انسان است. به گفته سارتر^۳، در مورد انسان وجود بر ماهیت تقدم دارد (بهزادفر، ۱۳۸۶: ۲۵). نظریه فرآیند هویت بر سه فرآیند اساسی تمرکز دارد؛ «فکر، عمل و تأثیر» (Shukran Qazimi, 2014: 308). هویت مکان بر حسب ارتباط شناختی بین یک فرد و محیط فیزیکی او مفهوم‌سازی می‌شود. این شامل ابعادی است که هویت یک فرد را در رابطه با محیط فیزیکی او مشخص می‌کند. محیط تعامل اجتماعی را تنظیم می‌کند و همچنین به فرد اجازه می‌دهد تا خود را ایجاد و حفظ کند. هویت مکان به رابطه فرد با یک مکان اشاره دارد، نه هویت خود مکان (Kylie M. Smith, 2011: 64). هویت مکان با معانی و ادراک افراد در ارتباط با محیطشان مرتبط است. از دست دادن هویت، عمق معنا، دل‌بستگی و تنوع تجربه مکان را تضعیف می‌کند. عارفی (۱۹۹۹) این را با مفهوم غیر مکان مرتبط می‌کند. این نشان‌دهنده عدم ارتباط مناظر فیزیکی با معانی مکانی است که در یک زمینه فیزیکی، فرهنگی و عاطفی گسترده‌تر وجود دارد (Ujang, 2009: 157).

بر این اساس، می‌توان گفت حس تعلق به مکان از ارتباط سه مفهوم اصلی «فرد، محیط و دیگران» ایجاد می‌گردد که در طراحی‌های محیطی با در نظر گرفتن فعالیت‌ها و عناصر کالبدی و همچنین با احتساب سطوح گوناگون از نیازهای انسانی، این سه مفهوم نقشی اساسی را ایفا می‌کنند (معصومی و طالقانی، ۱۳۹۴: ۷). به‌طور کلی و با توجه به پژوهش‌های مختلفی که صورت گرفته است، می‌توان دودسته بندی را برای حس تعلق به مکان اشاره کرد (جوان فروزنده و مطلبی، ۱۳۹۰: ۳۲). یک دیدگاه در مورد تعلق، به اصطلاح «تعلق انتخابی» است که با انتخاب مکان زندگی و علاقه اندک به عضویت در جامعه محلی مشخص می‌شود. بسیار مهم است که این مکان امکان اتصال به مکان‌های دیگر را فراهم کند و برای زندگی روزمره راحت باشد (Jørgensen, 2010: 8). دیدگاه دیگر در مورد «تعلق اجتماعی» است که در محیط بر اساس کنش‌ها و تعامل‌های اجتماعی انجام می‌شود و بر پایه نظریه محیط اجتماعی تشکیل یافته و محیط نیز نوعی از تعلق و مجموعه‌ای از عنصرهای اجتماعی را در اختیار دارد که فرد در آن تعلق خاطر خود را جستجو می‌کند. همچنین بی‌توجهی به ابعاد اجتماعی و توجه صرف به ابعاد کالبدی و فرمی بدون اشاره به مؤلفه‌های معنایی از سوی طراحان شهری، از عوامل مهمی است که در محیط‌های شهری وجود دارد و در نتیجه، ضرورت شناسایی و بررسی این تفاوت بین طراحان شهری و استفاده‌کنندگان از فضاها و محیط‌های شهری را نمایان می‌کند (حیدرنتاج و علوی، ۱۳۹۴: ۱-۲).

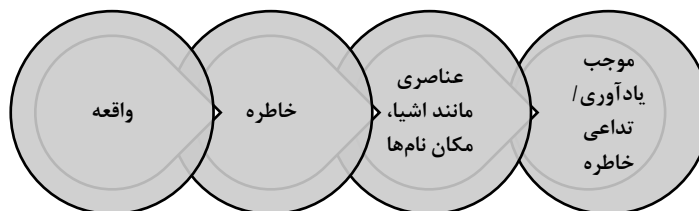
برای ایجاد مکان‌های به‌یادماندنی و معنادار، باید تجربه و درک افرادی که از مکان‌های درون شهر استفاده می‌کنند و

1 . Relph

2 . Lukermann

3 . Sartre

در آن زندگی می‌کنند، شناسایی شود (Ujang, 2009: 157). خاطره‌ها به زندگی ما معنی داده و ابعاد زمانی و فضایی زندگی ما را جهت‌دار می‌کنند. به همان اندازه که تعداد افراد درگیر در یک واقعه بیشتر باشد، درجه اهمیت آن نیز افزایش پیدا می‌کند و همچنین فضاها و اشیایی که از یک واقعه به‌جامانده‌اند، دارای اهمیت و ارزش می‌باشند. بدین ترتیب، فرآیند شکل‌گیری خاطره به‌صورت واقعه/خاطره و عناصری مانند اشیاء، مکان‌ها، نام‌ها/یادآوری و تداعی خاطره به‌صورت تصویر (۱) می‌تواند شامل شود (پوراکبر و عباس زاده، ۱۴۰۰: ۹۲).



شکل ۱. فرآیند شکل‌گیری خاطره؛ منبع: (پوراکبر و عباس زاده، ۱۴۰۰: ۹۲)

دل‌بستگی به مکان به افراد امکان می‌دهد هویت بسازند زیرا آریه‌ای از معنای نمادین که در طول فرآیند دل‌بستگی بر روی آن کشیده می‌شود، فراهم می‌کند (Kaylene A. Sampson And Colin G. Goodrich, 2009: 209). دل‌بستگی مکانی را می‌توان به‌عنوان تجربه یک پیوند عاطفی طولانی‌مدت به یک منطقه جغرافیایی خاص و معنای نسبت داده‌شده به چنین پیوندی که در طول زمان تغییر می‌کند، تعریف کرد. این تجربه حس تعلق را در افراد ایجاد می‌کند که مکانی را به لنگر هویت آن‌ها تبدیل می‌کند. همان‌طور که بی بی بروون^۱ و دی دی پرکینز^۲ خاطرنشان می‌کنند: «دل‌بستگی مکانی شامل پیوندهایی با تجربه مثبت است که گاهی اوقات بدون آگاهی اتفاق می‌افتد، و در طول زمان از پیوندهای رفتاری، عاطفی و شناختی بین افراد و یا گروه‌ها و محیط اجتماعی-فیزیکی آن‌ها ایجاد می‌شود. (Javier Escalera-Reyes, 2020: 5).

فضای شهری تا حدودی به مفهوم "فضای جمعی" مربوط می‌شود که به فضایی اشاره دارد که در آن گروه‌های مختلف در کنار هم زندگی می‌کنند و بر مبنای رقابتی با هم تعامل دارند، مفهومی که اولین بار توسط معمار اسپانیایی سولا مورالس^۳ پیشنهاد شد (Cho et al., 2015: 149). مفهوم فضاهای باز عمومی شهری از نظر تاریخی عمدتاً مبتنی بر حمایت از نیازهای اقتصادی و اجتماعی مردم بوده است زیرا این فضاها نقشی وجودی در زندگی روزمره مردم داشته‌اند. مردم از آن‌ها برای به دست آوردن نیازهای اولیه زندگی، تبادل اطلاعات، تجلی اراده سیاسی خود یا قرار گرفتن در مرکز فعالیت‌های شهری استفاده می‌کردند. تغییرات در عملکرد اجتماعی-اقتصادی بسیاری از محیط‌های تاریخی در طول زمان منجر به تغییر الگوهای استفاده از آن‌ها شد. حضور فیزیکی در فضاهای باز عمومی دیگر از اهمیت حیاتی برخوردار نیست. بسیاری از کارکردهای اصیل مانند تجارت، جشنواره‌های مردمی، رویدادهای فرهنگی و غیره که در طول تاریخ در فضاهای عمومی و باز شهری رخ می‌دادند، توسط مراکز خرید، مراکز فرهنگی و تفریحی تصاحب شده‌اند، درحالی‌که برخی از کارکردهای دیگر به دنیای مجازی مهاجرت کرده‌اند. تبادل آنلاین اطلاعات، خرید، بازی و غیره باین‌حال، تمایل انسان برای حضور در فضاهای باز عمومی شهری همچنان ادامه دارد. برخی از مطالعات نشان می‌دهد که این از نیاز اساسی انسان برای معاشرت و شرکت در برخوردهای برنامه‌ریزی نشده و خودبه‌خود ناشی می‌شود

1 . B.B. Brown

2 . D.D. Perkins

3 . Sola`-Morales

(Watson & Nikšič, 2017: 859).

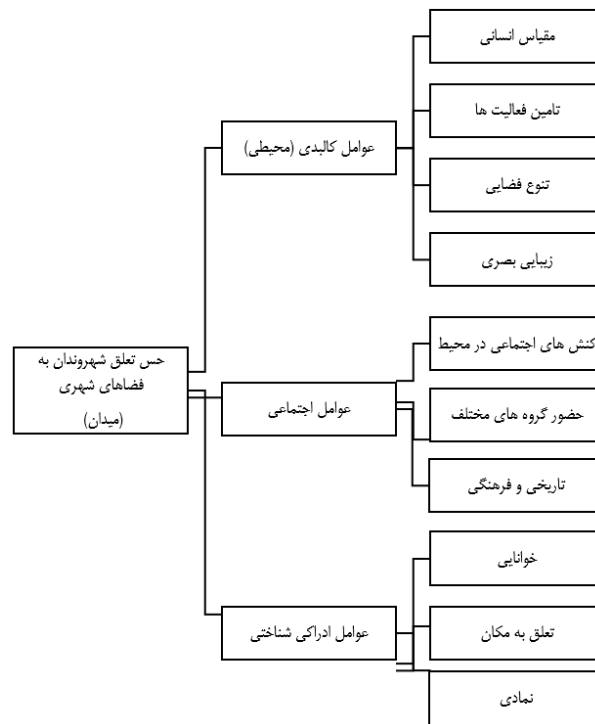
شهر را می‌توان میدانی دانست که در آن معانی بناها، فضاها، ترافیک و رفتار درهم‌آمیخته می‌شود. جایی که ایدئولوژی‌ها و روابط قدرت به یک‌باره در نماد نگاری شهری و زندگی روزمره حک می‌شوند. در بسیاری از شهرهای غربی، رابطه دیرینه‌ای بین فضای عمومی و دموکراسی وجود دارد که ریشه آن در آگورا یونان به‌عنوان محل بحث عمومی است. آرنِت^۱ (۱۹۸۶) از این سنت کنش در فضای عمومی استفاده می‌کند تا قدرت را بر حسب ظرفیت کنش جمعی تعریف کند (Dovey, 2001: 267). با حرکت در فضای شهری، ما رابطه خود را با آن تقویت می‌کنیم و می‌آموزیم که فضای اجتماعی یک کل ساختاری منظم است که با روال زندگی روزمره زمان-مکان همگام شده است. تأثیرات حسی و تعاملات اجتماعی ناشی از شیوه‌های پیاده‌روی روزمره ما، حس تعلق، آشنایی، وابستگی عاطفی و افکار را برای مکان‌های شهری خاص پرورش می‌دهد (Wunderlich, 2008: 136).

در شهرهای ایرانی، میدان معمولاً به‌عنوان جایگاهی برای جمع شدن مردم شهر و حومه آن، محلی برای تبادلات اقتصادی، برگزار نمودن ورزش و تفریحات جمعی، محل اطلاع‌رسانی به مردم، مکانی برای رژه سپاهیان و گهگاه نیز به‌منظور تنبیه مجرمان و خاطیان مطرح بوده و مورد استفاده قرار می‌گرفته است (ابراهیمی، ۱۳۸۸: ۱۱۱). با بررسی نظام سنتی شهرهای ایران و توجه به سلسله‌مراتب خاص موجود در آنها، احتمالاً می‌توان ادعا نمود که دو نوع اصلی میدان در فرهنگ سنتی ایران وجود داشته است. میدان‌های محلی و میدان‌های رسمی تشریفاتی، به‌عنوان مردمی‌ترین و عمومی‌ترین فضاها و بازارهای محلی نقش داشته‌اند و همچنین میدان اصلی شهر یا میدان ارگ، نیز که جنبه تشریفاتی آن بیشتر بوده، در اختیار نهادها و سازمان‌های حکومتی و مسئولین شهر قرار داشته است (پاکزاد و دیگران، ۴۳). میدان شهری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر در قلب شهر صحنه و واحه‌ای برای زندگی شلوغ شهری ماست که توسط ساختمان‌ها قاب شده است و با ویژگی‌های طراحی تزئین شده و توسط عموم مردم به صحنه می‌رود. یک میدان ایده‌آل برای مردم به‌منظور استراحت، برقراری ارتباط، دیدن دیگران و دیده شدن است (yang & kang, 2007: 61).

بنابراین، به‌منظور دستیابی به شاخص‌های حس تعلق به فضای شهری ابتدا از رابطه انسان و محیط که رابطه‌ای دو سویه است آغاز می‌کنیم که بتوانیم در وهله اول از ماهیت نوع پیوند انسان و محیط آگاه شویم. انسان و محیط هر دو به‌نوعی برهم تأثیرگذارند و از هم متأثر می‌شوند، درواقع انسان متناسب با شرایط محیطی رفتار می‌کند و رفتار را نمی‌توان مستقل از رابطه درونی آن با محیط درک نمود. با استناد به تئوری‌های کنترل، می‌توان نتیجه گرفت که محیط نقشی اساسی در تشکیل احساس ارزش‌ها و توانمندی افراد و گروه‌های گوناگون دارد. تعلق به مکان که بر پایه حس مکان به وجود می‌آید ولی سطحی بالاتر از حس مکان است و نتیجه این حس تعلق پیوند انسان با محیط است و نکته حائز اهمیت در مطالعات تعلق مکان این است که تعلق به مکان عمدتاً تعلق به محیط‌های اجتماعی تعبیر می‌شود که نشان‌دهنده پررنگ بودن بُعد اجتماعی در این حس تعلق به مکان می‌باشد.

همان‌طور که توضیح داده شده است هویت با سه مقوله مکان (جغرافیایی)، فضا (شبکه‌ها و روابط اجتماعی) و زمان (تاریخ) پیوند دارد و از ویژگی‌ها و تحولات این سه مقوله متأثر می‌شود، همچنین سه عامل؛ کالبدی (محیطی)، اجتماعی (فردی و جمعی) و ادراکی شناختی، شکل‌دهنده حس تعلق به مکان یا به‌طور خاص فضای شهری هستند و همچنین سه ویژگی اصلی میدان‌ها شهری که به تفصیل مورد بررسی قرار گرفته شد شامل «سرزندگی، تعیین فضایی و انعطاف» می‌باشد. از جمع‌بندی مطالعات صورت گرفته، به عوامل زیر به‌عنوان شاخص‌های حس تعلق به فضای شهری (میدان)

دست‌یافته شد که به‌قرار زیر است:



شکل ۲. چارچوب مفهومی پژوهش

روش پژوهش

تحقیق موردنظر از نوع هدف و ماهیت، ازجمله پژوهش‌های ارزیابی-کاربردی و بر اساس روش در دسته تحقیقات توصیفی قرار می‌گیرد. محدوده مطالعاتی پژوهش میدان انقلاب واقع در شهر بوشهر می‌باشد. به‌منظور گردآوری اطلاعات موردنیاز این پژوهش نیز به‌طور هم‌زمان از دو شیوه کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش به‌صورت پرسشنامه انجام می‌شود و در روش کتابخانه‌ای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به بیان‌های نظری تحقیق که با منابع داخلی و خارجی به‌دست‌آمده است. در تحقیق پیش رو مؤلفه‌های کیفی مدنظر قرار گرفته شده است. به این صورت که روابط عوامل تأثیرگذار و تأثیرپذیر بر هویت مورد مطالعه و کندوکاو قرار گرفته‌اند. در جریان بررسی ادبیات تحقیق عواملی چون حس تعلق، سرزندگی، دسترسی و تعاملات اجتماعی و ... مورد توجه قرار گرفت. این پژوهش به ارزیابی عوامل مؤثر در ارتقای حس تعلق شهروندان به میدان انقلاب بندر بوشهر می‌پردازد. برای تعیین حجم نمونه در تحقیقات از روش‌های مختلفی استفاده می‌شود. جامعه آماری این پژوهش از دو گروه؛ جامعه آماری ثابت مغازه‌داران برابر با ۹۵ نفر و جامعه آماری شناور رهگذران برابر با ۸۰ نفر (متوسط مراجعه‌کنندگان به میدان در ساعات پر رفت‌وآمد شبانه‌روز) تشکیل می‌شود که با استفاده از فرمول کوکران و بر اساس روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، تعداد ۱۴۰ نفر از کل تعداد جامعه آماری ثابت و شناور (۱۷۵ نفر) به‌عنوان حجم نمونه انتخاب می‌شود و در ادامه تعداد ۱۴۰ پرسشنامه نیز تکمیل گردیده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها در قالب جدول و تصویر صورت گرفته است و تحلیل و آزمون فرضیه‌ها نیز از روش تحلیل عاملی در نرم‌افزار SPSS انجام می‌شود.

ویژگی‌های عمومی مغازه‌داران واقع در منطقه به‌قرار زیر است:

جدول ۱. ویژگی‌های عمومی مغازه‌داران

جنسیت	سن	تحصیلات	مدت فعالیت در مغازه به سال
مرد	زیر ۲۰ سال	زیر دیپلم	زیر ۵ سال
زن	۲۱ تا ۳۵ سال	دیپلم و فوق‌دیپلم	۵ تا ۱۵ سال
	۳۶ تا ۵۰ سال	لیسانس	۱۶ تا ۲۵ سال
	۵۱ تا ۶۵ سال	فوق‌لیسانس	۲۵ تا ۴۰ سال
		دکتری و بالاتر	۴۰ به بالا

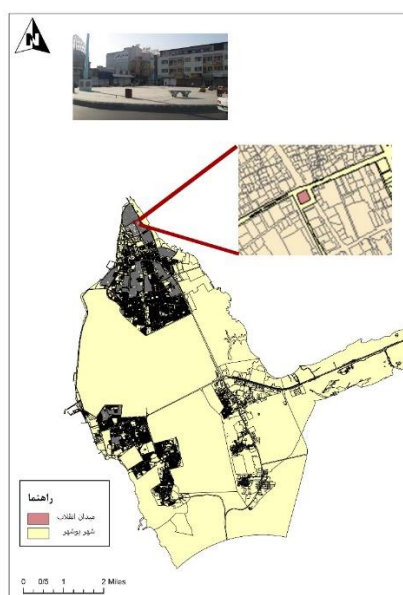
ویژگی‌های عمومی رهگذران واقع در منطقه به‌قرار زیر است:

جدول ۲. ویژگی‌های عمومی رهگذران

جنسیت	سن	تحصیلات
مرد	زیر ۲۰ سال	زیر دیپلم
زن	۲۱ تا ۳۵ سال	دیپلم و فوق‌دیپلم
	۳۶ تا ۵۰ سال	لیسانس
	۵۱ تا ۶۵ سال	فوق‌لیسانس
		دکتری و بالاتر

محدوده مورد مطالعه

میدان انقلاب واقع در قسمت شمالی شهر بوشهر و یکی از میدان‌ها مهم بافت قدیم بوشهر محسوب می‌گردد. این میدان از سمت غرب، شرق و شمال به دریا راه دارد. این میدان متصل‌کننده خیابان انقلاب از سمت شمال، پیاده راه لیان از سمت شرقی و غربی، خیابان نواب صفوی و حافظ از جنوب می‌باشد. قابل ذکر است در طرح تفصیلی این میدان به همراه خیابان‌های اطراف خود به یک فضای پیاده محور مانند خیابان لیان که در تصویر شماره ۳ و ۴ نشان شده، تبدیل خواهد شد. همان‌طور که تصویر زیر قابل مشاهده است، میدان انقلاب و مسجد پیرزن از نقاط اصلی و گره‌گاهی؛ پیاده راه لیان غربی و شرقی، خیابان انقلاب و خیابان حافظ به‌عنوان شبکه ارتباطی و راسته‌های تجاری به‌عنوان سطوح این سازمان فضایی محسوب می‌گردند.



شکل ۳. معرفی قلمرو پژوهش



شکل ۴. نقشه سازمان فضایی وضع موجود

بحث و یافته‌ها

در این پژوهش به منظور کاربست روش تحلیل عاملی، شاخص‌ها در قالب پرسشنامه موردسنجش قرار گرفته است. پس از وارد کردن اطلاعات به محیط نرم‌افزار SPSS به نحوی که معیارها (سؤال‌ها) به عنوان شاخص تبیین‌کننده حس تعلق به میدان در ستون و پرسشنامه‌ها (نمونه‌ها) در ردیف قرار گرفته‌اند. با استفاده از دستور تحلیل عاملی، به تشکیل ماتریس اولیه اطلاعات پرداخته شد که بر طبق مدل انجام شده، مقادیر عددی هیچ کدام از شاخص‌ها در میدان انقلاب بوشهر در جدول اشتراکات، عددی پایین‌تر از $0/4$ حاصل نشد؛ بدین معنی که همه شاخص‌های موجود، یک ارتباط معناداری را با موضوع دارند که این مورد باعث افزایش قدرت تبیین‌کنندگی مدل می‌گردد.

آزمون کفایت حجم نمونه (kmo) و آزمون کرویت بارتلت مشخص می‌کنند که آیا تحلیل عاملی بر روی داده‌های جمع‌آوری شده قابل اجرا می‌باشد. مقدار شاخص kmo در دامنه صفر تا یک قرار دارد و اکثریت متخصصان حداقل مقدار قابل قبول را $0/6$ در نظر گرفته‌اند. با توجه به نتایج جدول ۲ در خصوص مقادیر kmo و سطح معناداری آزمون بارتلت می‌توان گفت که انجام تحلیل عاملی بر روی داده‌های پژوهش قابل انجام می‌باشد (خان عزیزی و دیگران، ۱۳۹۶، ۴). آزمون بارتلت به آزمون این فرضیه می‌پردازد که ماتریس همبستگی‌های مشاهده گردیده، مربوط به جامعه‌ای می‌باشد که دارای متغیرهای ناپسته است. به منظور اینکه یک مدل عاملی، بتواند مفید و بامعنا باشد، ضروری است که متغیرها همبسته باشند، در غیر این حالت، دلیلی برای وجود ندارد که به تبیین مدل عاملی پرداخته شود. اگر فرضیه‌ای که می‌گوید متغیرها با هم رابطه ندارند به اصطلاح رد نشود، کاربرد مدل تحلیل عاملی نیز زیر سؤال می‌رود و لذا بایستی تجدیدنظری در آن صورت گیرد. با این شرایط است که بیان می‌گردد تشکیل ماتریس همبستگی بین متغیرها بایستی قبل از تحلیل عاملی انجام شود. اگر با شرایط پیش گفته، ماتریس همبستگی به صورت واحد باشد، برای مدل تحلیل عاملی نامناسب می‌باشد و آزمون بارتلت نیز زمانی معنادار می‌باشد که احتمال وابسته به آن کمتر از $0/05$ گردد (خلیلی و دیگران، ۱۳۹۳: ۲۸۱).

بر اساس اطلاعات موجود در جدول شماره ۳، مقدار عددی که در این پژوهش برای آزمون KMO به دست آمد برابر با $0/698$ می‌باشد. این موضوع بدین معناست که همبستگی که میان داده‌ها وجود دارد، برای تحلیل آن‌ها مناسب است. خروجی بعدی نیز مربوط به آزمون بارتلت می‌باشد که متناسب با توضیحات پیش گفته در خصوص این آزمون، و همچنین بر اساس جدول شماره ۱، مقدار آزمون بارتلت که به دست آمده است، در حد پذیرش می‌باشد.

جدول ۳. مقادیر به‌دست‌آمده از آزمون‌های KMO و بارتلت در شناسایی عوامل موثر بر حس تعلق

آزمون کفایت نمونه‌گیری میسر اولکین	۰/۶۹۸
کای اسکوتر	۵۷۳/۵۳۳
آزمون کرویت بارتلت	۱۹۰
سطح معناداری	۰/۰۰۰

به‌منظور تعیین نهایی تعداد عوامل تبیین‌کننده حس تعلق به فضاهای شهری، سه شرط را می‌بایست به لحاظ آماری رعایت کرد. در مورد اولین شرط باید به این نکته اشاره نمود که مقادیر ویژه مربوط به تمامی عواملی که بیانگر حس تعلق است، می‌بایست بالاتر از عدد یک گردد. دومین شرط مربوط به مقدار واریانس تجمعی می‌باشد که بایستی رعایت گردد تا مجموع واریانس تجمعی عوامل مستخرج شده نهایی بالاتر از عدد ۶۰ باشد و سومین شرط نیز این است که واریانس تعیین شده هر عامل، به‌تنهایی باید عددی بالاتر از ۱۰ به دست آید تا آن عامل به‌عنوان عامل موثر بر حس تعلق معرفی گردد که می‌توان گفت در مطالعات شهری معمولاً سومین شرط سوم تحقق نمی‌یابد (خلیلی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۸۱). بر اساس جدول شماره ۲، شش عامل به‌عنوان عوامل نهایی موثر بر حس تعلق شهروندان به فضای شهری (به‌صورت ویژه میدان) تعیین گردید. مقدار ویژه همه این عوامل شش‌گانه استخراج‌شده، بالاتر از ۱ است و همچنین درصد تبیین‌کنندگی واریانس در عامل اول به مقدار ۱۶/۸۷۶، عامل دوم ۱۴/۷۵۰، عامل سوم ۹/۸۰۱، عامل چهارم ۹/۴۳۳، عامل پنجم ۹/۰۸۰ و درنهایت عامل ششم نیز به مقدار ۷/۹۶۷ است. واریانس تجمعی نیز برای این شش عامل مجموعاً به مقدار ۶۷/۸۹۸ است؛ بدین معنی که در مجموع حدوداً ۶۷/۸۹۸ درصد از حس تعلق به فضاهای شهری را تبیین می‌کنند.

جدول ۴. مجموع واریانس تبیین شده عوامل موثر بر حس تعلق شهروندان به فضای شهری میدان در نمونه مورد مطالعه

عامل	مقادیر ویژه			مجموعه ضرایب عامل چرخش داده نشده			مجموعه ضرایب عامل چرخش داده‌شده		
	کل	درصد از واریانس	درصد از واریانس تجمعی	کل	درصد از واریانس	درصد از واریانس تجمعی	کل	درصد از واریانس	درصد از واریانس تجمعی
۱	۵/۳۹۶	۲۶/۹۸۱	۲۶/۹۸۱	۵/۳۹۶	۲۶/۹۸۱	۲۶/۹۸۱	۳/۳۷۵	۱۶/۸۷۶	۱۶/۸۷۶
۲	۲/۱۶۸	۱۰/۸۳۹	۳۷/۸۲۰	۲/۱۶۸	۱۰/۸۳۹	۳۷/۸۲۰	۲/۹۵۰	۱۴/۷۵۰	۳۱/۶۲۶
۳	۲/۱۰۴	۱۰/۵۱۹	۴۸/۳۴۰	۲/۱۰۴	۱۰/۵۱۹	۴۸/۳۴۰	۱/۹۶۰	۹/۸۰۱	۴۱/۴۲۷
۴	۱/۶۶۸	۸/۳۴۲	۵۶/۶۸۲	۱/۶۶۸	۸/۳۴۲	۵۶/۶۸۲	۱/۸۸۷	۹/۴۳۳	۵۰/۱۸۶۰
۵	۱/۲۰۱	۶/۰۰۵	۶۲/۶۸۷	۱/۲۰۱	۶/۰۰۵	۶۲/۶۸۷	۱/۸۱۶	۹/۰۸۰	۵۹/۹۴۰
۶	۱/۰۴۲	۵/۲۱۰	۶۷/۸۹۸	۱/۰۴۲	۵/۲۱۰	۶۷/۸۹۸	۱/۵۹۱	۷/۹۶۷	۶۷/۸۹۸

همچنین بعد از آنکه واریانس هر یک از عوامل تبیین‌کننده حس تعلق به فضاهای شهری معین گردید، به دوران دادن ماتریس عاملی پرداخته‌شده تا هر یک از این شاخص‌های مربوطه، بتوانند بیشترین ارتباط را با عوامل مربوطه کسب کنند و شرایط لازم را برای شناسایی و نام‌گذاری عوامل مربوطه با کمک امتیاز هر شاخص تسهیل کنند که در جدول شماره ۵ نتایج ماتریس دوران یافته عوامل قابل‌نمایش است.

جدول ۵. بارهای عاملی شاخص‌های حس تعلق شهروندان به فضای شهری میدان از عوامل شش‌گانه منتخب

شاخص‌ها	عوامل					
	۱	۲	۳	۴	۵	۶
میزان استفاده شهروندان از این میدان (روزانه، هفتگی، ماهانه)						- ۰/۷۵۷
نقش میدان در خرید، تفریح، اشتغال و ...				۰/۸۴۰		
میزان اثرگذاری این میدان در سرزندگی و پویایی بافت قدیم	۰/۶۱۷		- ۰/۴۰۳			
نحوه استفاده از فضای داخلی این میدان (به‌منظور استراحت، گردهمایی محلی و ...)				۰/۶۷۳		- ۰/۴۲۵
میزان تنوع فعالیتی (موسیقی، نمایش خیابانی و ...)						۰/۵۷۷
میزان دسترسی مسیرهای پیاده و سواره به میدان		۰/۷۱۵				
میزان تناسب طراحی میدان با بافت قدیم بوشهر				- ۰/۸۶۹		
میزان جذابیت بصری در طراحی میدان				- ۰/۸۸۸		
میزان ایمنی (ترافیکی) برای سواره و پیاده در این میدان		۰/۴۱۲			۰/۵۸۲	
میزان مقیاس انسانی جداره‌های این میدان		۰/۷۰۵				
میزان اثرگذاری این میدان در به وجود آمدن فضاهای جمعی و تعاملی		۰/۴۸۴		۰/۴۹۷		
میزان امنیت (اجتماعی) در این میدان		- ۰/۶۷۸		۰/۴۲۰		
میزان حضور گروه‌های مختلف جمعیتی (کودکان، میان‌سالان، معلولین و ...)					۰/۶۷۳	
میزان اثرگذاری حس تعلق خاطر به این میدان در یادآوری خاطرات فردی و جمعی و مشترکی		۰/۸۵۵				
میزان خوانایی این میدان				۰/۵۷۷		
میزان نقش این میدان در تبدیل شدن به نماد یا نشانه‌ای هویتی		۰/۴۶۵		- ۰/۵۹۹		
میزان خاطره‌انگیزی این میدان		۰/۸۵۸				
میزان حس تعلق شهروندان به این میدان		۰/۸۴۱				
میزان برگزاری مراسم‌های سنتی و تاریخی در این میدان		۰/۴۵۳				
میزان حضور شهروندان در ایام محرم و به‌منظور اجرای مناسک عزاداری در این میدان						- ۰/۷۴۷

پی از آنکه ماتریس دوران یافته عوامل ایجاد گردید، باید عوامل شش‌گانه را تفسیر و نام‌گذاری کرد که این امر با کمک گرفتن از جایگاه شاخص‌های ۲۰ گانه تبیین‌کننده حس تعلق در فضاهای شهری صورت می‌گیرد. نام‌گذاری صورت گرفته همان ماتریسی است که عامل‌های آن با روش تجزیه به مؤلفه‌های اصلی استخراج شده و با روش چرخش واریمکس دوران یافته است که در شش عامل گفته شده‌اند. این مرحله به شکل زیر صورت گرفته است. قابل ذکر است که تعدادی از متغیرها به بیش از یک عامل مرتبط شده‌اند، که در این حالت عاملی که دارای ضریب بیشتری بوده است را به‌عنوان عامل اصلی متغیر در نظر گرفته شده است و همچنین علامت منفی در جدول بارهای عاملی شاخص‌های حس تعلق شهروندان به فضای شهری میدان از عوامل شش‌گانه منتخب فقط نشان‌دهنده جهت مخالف این متغیر با بقیه متغیرها است و نه مقدار عددی کمتر.

عامل اول

اولین عامل به میزان ۱۶/۸۷۶٪ از کل واریانس را تبیین می‌کند و دارای بیشترین نقش در تبیین حس تعلق به میدان انقلاب (ششم بهمن) شهر بوشهر می‌باشد. با مشاهده ماتریس عاملی دوران یافته و بر اساس بار عاملی شاخص‌های مربوط به این عامل، ملاحظه می‌گردد که این عامل با متغیرهای "میزان اثرگذاری میدان در سرزندگی و پویایی بافت قدیم، میزان اثرگذاری حس تعلق به میدان در یادآوری خاطرات فردی و جمعی و مشترکی، میزان خاطره‌انگیزی میدان برای شهروندان و همچنین میزان برگزاری مراسم‌های سنتی و تاریخی"، دارای بیشترین ارتباط است. درنهایت، این

عامل را می‌توان تحت عنوان «خاطره‌انگیزی/ تعلق مکانی» تفسیر و نام‌گذاری نمود.

عامل دوم

این عامل به میزان ۱۴/۷۵۰٪ از کل واریانس را تبیین می‌کند که بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، این عامل با متغیرهای "میزان دسترسی مسیرهای پیاده و سواره به میدان، میزان مقیاس انسانی جداره‌ها، میزان امنیت (اجتماعی)، میزان خوانایی و میزان نقش میدان در تبدیل‌شدن به نماد یا نشانه‌ای هویتی"، دارای بیشترین ارتباط است. درنهایت، این عامل را می‌توان با عنوان «دسترسی و خوانایی» تفسیر و نام‌گذاری نمود.

عامل سوم

این عامل به میزان ۹/۸۰۱٪ از کل واریانس را تبیین می‌کند. این عامل با متغیرهای "میزان تناسب طراحی میدان با بافت قدیم بوشهر، میزان جذابیت بصری در طراحی میدان و میزان اثرگذاری این میدان در به وجود آمدن فضاهای جمعی و تعاملی"، دارای بیشترین ارتباط را دارد و در پایان، این عامل را می‌توان تحت عنوان «زیبایی بصری و تنوع فضایی» تفسیر و نام‌گذاری نمود.

عامل چهارم

این عامل ۹/۴۳۳٪ از کل واریانس را توضیح می‌دهد و با متغیرهای "هدف از رفتن به میدان (خرید، تفریح، اشتغال و ...)" و نحوه استفاده از فضای داخلی میدان (به‌منظور استراحت، گردهمایی محلی و ..)"، دارای بیشترین ارتباط است. در این صورت، این عامل را می‌توان با عنوان «تأمین فعالیت‌ها» تفسیر و نام‌گذاری کرد.

عامل پنجم

این عامل به میزان ۹/۰۸۰٪ از کل واریانس را تبیین می‌کند و با متغیرهای "میزان ایمنی (ترافیکی) برای سواره و پیاده، میزان حضور گروه‌های مختلف جمعیتی (کودکان، میان‌سالان، معلولین و ...)" در این میدان و شاخص میزان حضور شهروندان در ایام محرم و به‌منظور اجرای مناسک عزاداری در میدان " دارای بیشترین ارتباط است. در نتیجه، این عامل را می‌توان با عنوان «همه‌شمولی» تفسیر و نام‌گذاری کرد.

عامل ششم

عامل ششم نیز به میزان ۷/۹۶۷٪ از کل واریانس را تبیین می‌کند. این عامل با متغیر "میزان تنوع فعالیت‌ها (موسیقی، نمایش خیابانی و ...)" و مشارکت مردم در این میدان " دارای ارتباط بوده و همچنین با متغیر میزان استفاده شهروندان از این میدان (روزانه، هفتگی، ماهانه)" دارای ارتباط بوده است. بنابراین، این عامل را می‌توان تحت عنوان «تعامل‌پذیری/ حضور‌پذیری» تفسیر و نام‌گذاری نمود.

جدول ۶. میانگین عوامل شش‌گانه موثر بر حس تعلق شهروندان به میدان انقلاب (ششم بهمن) بندر بوشهر

میانگین	عامل
۰/۷۲۴	خاطره‌انگیزی/ تعلق مکانی
۰/۶۵۴	دسترسی و خوانایی
۰/۷۵۱	زیبایی بصری و تنوع فضایی
۰/۷۵۶	تأمین فعالیت‌ها
۰/۶۶۷	همه‌شمولی
۰/۶۶۷	تعامل‌پذیری / حضور‌پذیری

نتیجه گیری

بر اساس پژوهش انجام شده عوامل مؤثر حس تعلق شهروندان به فضای شهری (میدان) به صورت کلی بر سه دسته ویژگی‌های کالبدی (محیطی)، اجتماعی (فردی و جمعی) و ادراکی شناختی تقسیم شده است که شش عامل فوق‌الذکر حاصل از نتایج تحلیل عاملی، در این سه دسته به شرح زیر قرار می‌گیرند.

جدول ۷. ویژگی‌ها، متغیرها و شاخص‌های حس تعلق شهروندان به فضای شهری (میدان)

ویژگی	متغیرها	شاخص‌ها
ادراکی شناختی	○ (۱) خاطره‌انگیزی /	اثرگذاری میدان در سرزندگی و پویایی بافت قدیم
	○ تعلق مکانی	اثرگذاری حس تعلق خاطر به میدان در یادآوری خاطرات فردی و جمعی و مشترکی
	○	خاطره‌انگیزی میدان
	○	حس تعلق خاطر شهروندان به میدان
دسترسی و خوانایی	○ (۲) دسترسی و	برگزاری مراسم‌های سنتی و تاریخی، در میدان
	○ خوانایی	دسترسی مسیرهای پیاده و سواره به میدان
	○	مقیاس انسانی جداره‌های میدان
	○	امنیت (اجتماعی) در میدان
کالبدی	○ (۳) زیبایی بصری و	خوانایی میدان
	○ تنوع فضایی	نقش میدان در تبدیل شدن به نماد یا نشانه‌ای هویتی
	○	تناسب طراحی میدان با بافت قدیم بوشهر
	○	جذابیت بصری در طراحی میدان
اجتماعی	○ (۴) تأمین فعالیت‌ها	اثرگذاری میدان در به وجود آمدن فضاهای جمعی و تعاملی
	○	هدف از رفتن به میدان (خرید، تفریح، اشتغال و ...)
	○	نحوه استفاده از فضای داخلی میدان (به‌منظور استراحت، گردهمایی محلی و ...)
	○ (۵) همه‌شمولی	ایمنی (ترافیکی) برای سواره و پیاده در این میدان
اجتماعی	○	حضور گروه‌های مختلف جمعیتی (کودکان، میان‌سالان ، معلولین و ...)
	○	حضور شهروندان در ایام محرم و به‌منظور اجرای مناسک عزاداری در میدان
	○ (۶) تعامل‌پذیری /	دفعات استفاده شهروندان از میدان (روزانه، هفتگی، ماهانه)
○	حضور پذیرایی	تنوع فعالیتی (موسیقی، نمایش خیابانی و ...) و مشارکت مردم در میدان

در ابتدا باید در نظر گرفت که ارتقا کیفیت‌های میدان‌ها شهری ابعاد گوناگونی همچون سرزندگی اجتماعی، فرهنگی، کالبدی و اقتصادی را در برمی‌گیرد، ارتقا حس تعلق در میدان‌ها راه‌حلی است که می‌تواند اکثر کیفیت‌های شهری را در میدان‌ها افزایش دهد به طوری که حس تعلق تأثیر مستقیمی بر حضور شهروندان، برقراری تعاملات اجتماعی که نتیجه آن سرزندگی اجتماعی و فرهنگی است و همچنین افزایش حضور شهروندان سبب ایجاد بستری از صرفه ناشی از تقاضا می‌شود که بر کیفیت اقتصادی فضا تأثیر بسزایی دارد. باید این نکته را یادآور شد که ارتقا کیفیت مطلوب شهری و همچنین ارتقا حس تعلق شهروندان به میدان‌ها شهری نمی‌تواند محصول یک برنامه‌ریزی یک‌مرتب و یا یک طراحی واحد باشد. سرزندگی یک فضا برگرفته از سلسله روابطی است که از مجموعه فعالیت‌ها، اقدامات هماهنگ و مشارکت محور می‌باشد. برانگیختن تجربه حسی شهروندان از میدان‌ها شهری و درگیر نمودن و شخصی نمودن فضا برای حضور اقشار گوناگون در فضا می‌تواند تأثیر بسزایی در ایجاد حس تعلق به فضا در میدان‌ها شهری باشد. از جمله راهکارهای ارتقا حس تعلق شهروندان به میدان انقلاب بندر بوشهر، بازطراحی مبلمان و فضای میدان، اختصاص دادن غرفه‌های محصولات بومی و محلی به صورت فصلی در جهت افزایش فعالیت‌هایی برای جذب هر چه بیشتر افراد در گروه‌های سنی و جنسی مختلف، گسترش جشن‌ها و اجراهای خیابانی و گذراندن زمان بیشتر شهروندان در این فضا، و همچنین

استفاده از المان‌های بومی و سنتی متناسب با بافت قدیم بوشهر که می‌تواند، حس مکان و هویت مکان در این میدان به‌مرورزمان را افزایش داده و از طریق نقش بستن به‌عنوان یک عنصر یا فعالیت شاخص میدان در ذهن استفاده‌کنندگان به هویت مکانی دست‌یافت. جهت حضور مردم در میدان و ایجاد پویایی بیشتر در میدان می‌توان میلمان‌های خلاقانه به‌منظور فراهم آوردن آسایش اقلیمی را گسترش داد. نکته حائز اهمیت این است که مجموعه اقداماتی که در میدان صورت می‌گیرد می‌بایست متناسب با فرهنگ و سنت‌های این شهر و به‌دوراز هرگونه شتاب‌زدگی باشد چرا که موجب مخدوش شدن هویت مکان می‌شود.

تقدیر و تشکر

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

منابع

- ۱) ابراهیمی، محمدحسن. (۱۳۸۸). میدان؛ فضاهای تعریف‌نشده شهرهای ایرانی. نشریه هویت شهر، ۳ (۴)، ۱۲۰-۱۰۷.
- ۲) باطنی خسروشاهی، سیدالناز و بلیلان اصل، لیدا. (۱۳۹۸). بررسی اهمیت ماهیت رفتار در رابطه انسان و محیط در اجتماع‌پذیری فضاهای انسان‌ساخت. کنفرانس بین‌المللی انسان، معماری، عمران و شهر، تبریز.
- ۳) بهرامی، سیروان؛ محمدیان، دلیر و ارسلان وزیری (۱۳۹۴). بررسی تأثیر نقش المان‌های (نشانه‌های) شهری در حس تعلق به مکان در محیط‌های انسان‌ساخت. اولین کنفرانس تخصصی معماری و شهرسازی ایران، شیراز.
- ۴) بهزادفر، مصطفی. (۱۳۸۶). هویت شهر (نگاهی به هویت شهر تهران). تهران: انتشارات نشر شهر.
- ۵) پاکزاد، جهان‌شاه؛ ترابی، مرضیه؛ ترکزاده، نغمه؛ حسین‌یون، سولماز؛ فاروقی، محمدرضا؛ قارابیگی، افسانه و قاسمی، مروارید. (۱۳۸۶). راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران (راهبردها، سیاست‌ها و ضوابط طراحی فضاهای شهری جلد دوم). بازنویسی: لسدی خوانساری حسین، تهران: انتشارات وزارت مسکن و شهرسازی، معاونت شهرسازی و معماری.
- ۶) پوراکیبر، حمیدرضا و عباس‌زاده شهاب. (۱۴۰۰). مفهوم منظر شهری جهت ارتقاء میزان خاطره‌انگیزی در فضای شهری. نشریه معماری شناسی، ۴ (۱۸)، ۸۸-۱.
- ۷) پیربابایی، محمدتقی و سجادزاده، حسن. (۱۳۹۰). تعلق جمعی به مکان، تحقق سکونت اجتماعی در محله سنتی. نشریه باغ نظر، ۱ (۱۶)، ۲۸-۱۷.
- ۸) جلالی‌مقدم، سیده زهره. (۱۳۹۵). ارزیابی حس تعلق به مکان در فضاهای عمومی شهری (مورد مطالعه: منطقه ۲ شهر رشت). پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری.
- ۹) جوان‌فروزنده، علی و مطلبی، قاسم. (۱۳۹۰). مفهوم حس تعلق به مکان و عوامل تشکیل‌دهنده آن. مجله هویت شهر، ۵ (۸)، ۳۷-۲۷.
- ۱۰) حبیبی، داوود؛ حبیبی، دینا؛ کسالایی، افسانه؛ گرجی‌پور، فاطمه و توکلی، مهرداد. (۱۳۹۷). تبیین حس تعلق به مکان و هویت در فضاهای شهری با تأکید بر بازارهای سنتی. نشریه معماری شناسی، ۱ (۳)، ۸-۱.
- ۱۱) حبیبی، سیدمحسن و سیدبرنجی، سیده کهربا. (۱۳۹۵). رابطه بین خاطره‌انگیزی و مشارکت اجتماعی در بازآفرینی هویت شهری (نمونه موردی: میدان شهرداری رشت). نشریه معماری و شهرسازی آرمان‌شهر، ۱۷، ۳۳۹-۳۴۲.
- ۱۲) حیدرنتاج، وحید و علوی، سیده مهسا. (۱۳۹۴). عوامل ایجاد افزایش حس تعلق به مکان. اولین کنفرانس شهرسازی، مدیریت و توسعه شهری، آباده.
- ۱۳) خان‌عزیزی، محمد؛ امین‌بیدختی، علی‌اکبر؛ نوه‌ابراهیم، عبدالرحیم و فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۶). تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی عوامل درون‌دانشگاهی ارتقاء دانشگاه‌ها در رتبه‌بندی‌های ملی و بین‌المللی. نشریه نوآوری و

ارزش‌آفرینی، ۶ (۱۲)، ۵۷-۸۰.

۱۴) خلیلی، احمد، حیدرزاده، احسان و سعید صداقت‌نیا (۱۳۹۳). سنجش اصول رویکرد نوشهرسازی و ارائه راهکارهای مداخله در مقیاس واحدهای همسایگی (نمونه موردی: محله شهرک ساحلی بابلسر). نشریه معماری و شهرسازی آرمان‌شهر، ۷ (۱۳)، ۲۹۲-۲.

۱۵) علی‌نیا، فاطمه و جباریان، فاطمه. (۱۳۹۳). بررسی حس تعلق به مکان در خیابان چهارباغ اصفهان با رویکرد پدیدارشناسی. ششمین کنفرانس ملی برنامه‌ریزی و مدیریت شهری با تأکید بر مؤلفه‌های شهر اسلامی، مشهد. ۱۶) قشقایی، رضا، موحد، خسرو و محمدزاده، حجت‌اله. (۱۳۹۵). ارزیابی حس تعلق به مکان با تأکید بر عوامل کالبدی و محیطی در سواحل شهری (مطالعه موردی: ساحل بوشهر). نشریه پژوهش‌های جغرافیایی برنامه‌ریزی شهری، ۴ (۲)، ۲۶۱-۲۸۲.

۱۷) معصومی، مسیح‌الله و طالقانی، مرتضی. (۱۳۹۴). تحلیل عوامل تأثیرگذار بر حس تعلق به مکان با تأکید بر محیط کالبدی. کنفرانس بین‌المللی معماری، شهرسازی، عمران، هنر و محیط‌زیست: افق‌های آینده، نگاه به گذشته، تهران.

۱۸) نقی‌زاده، محمد و محتشم‌امیری، سعیده. (۱۳۹۴). عصبیت؛ مؤلفه‌ای اصلی در ایجاد حس تعلق و مطلوبیت فضای زیستی از دیدگاه ابن خلدون. نشریه مطالعات شهر ایرانی اسلامی، ۱۹، ۶۵-۷۵.

۱۹) نقی‌زاده، محمد. (۱۳۹۳). هویت شهر (مبانی، مؤلفه‌ها و جلوه‌ها). تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی. ۲۰) واعظی، مهدی و علیمردانی، مسعود. (۱۳۹۷). مفهوم هویت و رویکردی فلسفی به هویت و ماهیت شهر. نشریه باغ‌نظر، ۱۵ (۶۲)، ۴۷-۵۶.

- 21) Abbaszadeh, MJ., Sultan Qurraie, S., & Mohajer Milani, A. (2015). The Influences of Physical Features of Space on Sense of Place (Case study: Prayer Rooms of Mehrabad International Airport). *International Journal of Architecture and Urban Development*, 12, 23-32.
- 22) AliNia, F., & Jabarian, F. (2014). Study of the sense of belonging to place in Isfahan haharbagh Street with a phenomenological approach, *6th National Conference on Urban Planning and Management with emphasis on the elements of Islamic city, Mashhad*. [In Persian].
- 23) Bahrami, S., Mohammadian, D., & Vaziri, A. (2015). Study of the effect of the role of urban elements (signs) in the sense of belonging to a place in man-made environments, *the first specialized conference on architecture and urban planning in Iran, Shiraz*. [In Persian].
- 24) Batenei Khosrow Shahi, E., & Bilalan Asl, L. (2019). Study of the importance of the nature of behavior in the relationship between man and the environment in the socialization of man-made spaces, *International Conference on Human, Architecture, Civil Engineering and the City, Tabriz*. [In Persian].
- 25) Behzadfar, M. (2007). Identity of the city (a look at the identity of the city of Tehran). Tehran: nashreshahr. [In Persian].
- 26) Bruce Hull, R., Lam, M., & Vigo, G. (1994). Place identity: symbols of self in the urban fabric, *Landscape and Urban Planning Elsevier Science B.V., Amsterdam*, 12, 109-120.
- 27) Chitrakar, R. (2016). Meaning of Public Space and Sense of Community: The Case of New Neighbourhoods in the Kathmandu Valley. in *International Journal of Architectural Research: ArchNet IJAR*, 1-10.
- 28) Cho, I S., Trivic, Z., & Nasution. I. (2015). Towards an Integrated Urban Space Framework for Emerging Urban Conditions in a High-density Context. *Journal of Urban Design*, 24, 147-168.
- 29) Dovey, K. (2001). Memory, Democracy and Urban Space: Bangkok's 'Path to Democracy'. *Journal of Urban Design*, 6(3), 265- 282.
- 30) Ebrahimi, M. (2009). Meydan: Indeterminate Urban Spaces in Iranian Cities. *Hoviat shahr Journal*, 3(4), 107-120. [In Persian].

- 31) Escalera-Reyes, J. (2020). Place Attachment, Feeling of Belonging and Collective Identity in Socio-Ecological Systems: Study Case of Pegalajar (Andalusia-Spain). *Sustainability*, 12(8), 3388.
- 32) Ghashghae, R., Movahed, Kh., Mohammadzadeh, H. (2016). Evaluation of sense of place with an emphasis on physical and environmental factors in urban coastal areas (Case study: Boushehr Town). *Geographical Urban Planning Research*, 4(2), 282-261. [In Persian].
- 33) Habibi, D., Habibi, D., Kasalaei, A., Gorjipour, F., & Tavakoli, M. (2017). Explaining the sense of belonging to place and identity in urban spaces with emphasis on traditional markets. *Journal of Architecture*, 1(3), 1-8. [In Persian].
- 34) Habibi, M., & SeyedBerenji, K. (2015). Investigation of the Relation between Memorability and Social Collaboration in Regeneration of Urban Identity, Case Study: Shahr-dari Square in Rasht. *Armanshahr Architecture & Urban Development journal*, 17, 342-329. [In Persian].
- 35) Heidrantaj, V., & Alavi, M. (2015). *Factors that increase the sense of belonging to a place, the first conference on urban planning, management and urban development*, Abadeh. [In Persian].
- 36) Jalali Moghaddam, Z. (2015). *Assessing the sense of belonging to a place in public spaces (studied city: District 2 of Rasht)*, Master Thesis in Geography and Urban Planning. [In Persian].
- 37) Javan Forouzandeh, A., & Motalebi, Q. (2010). The Concept of Place Attachment and its Elements. *Hoviat shahr Journal*, 5(8), 27-37. [In Persian].
- 38) Jørgensen, A. (2010). The Sense of Belonging in New Urban Zones of Transition. *International Sociological Association*, 12, 1-23.
- 39) Kaylene, A S., & Colin, G G. (2009). Making Place: Identity Construction and Community Formation through "Sense of Place" in Westland, New Zealand. *Society and Natural Resources*, 22, 901-915.
- 40) Khalili, A., Heidarzadeh, E., Sedaghatnia, S. (2014). Measuring the New Principles of Urbanism Approach and Presenting Action Solutions in Neighborhoods Scale, Case Study: The Bololsar Coastal Township Neighborhoods. *Armanshahr Architecture & Urban Development journal*, 7(13), 292-2. [In Persian].
- 41) KhanAzizi, M., AminBidokhti, A., NaveEbrahim, A., & farasatkah, M. (2017). Exploratory and confirmatory factor analysis of intra-university factors for Universities' promotion at National and International Rankings. *Journal of Innovation and Value Creation*, 6, (12), 80-57. [In Persian].
- 42) Masoumi, M., & Taleghani, M. (2015). *Analysis of Factors Affecting the Sense of Belonging to a Place with Emphasis on the Physical Environment*, International Conference on Architecture, Urban Planning, Civil Engineering, Art and Environment, Tehran. [In Persian].
- 43) Naghizadeh, M. (2014). *City Identity (Fundamentals, Components and Effects)*. Tehran: Jehad Daneshgahi Organization. [In Persian].
- 44) Naghizadeh, M., & MohtashamAmiri, S. (2015). Nervousness; A main component in creating a sense of belonging and desirability of the living space from Ibn Khaldun's point of view. *Journal of Iranian Islamic City*, 19, 75-65. [In Persian].
- 45) Nikšič, M., & Watson, G B. (2017). Urban public open space in the mental image of users: the elements connecting urban public open spaces in a spatial network. *Journal of Urban Design*, 24, 859-882.
- 46) Pakzad, J., Torabi, M., Torkzadeh, N., Hosseinian, S., Farooqi, M., Qarabigi A., & Ghasemi, M. (2007). *Guide to Urban Space Design in Iran (Strategies, Policies and Criteria for Urban Space Design, Volume II)*, rewritten by: Lesdi Khansari Hossein, Ministry of Housing and Urban Development Publications, Deputy of Urban Planning and Architecture, Tehran. [In Persian].
- 47) Pirbabaie, M., & Sajjadzadeh, H. (2010). Group belonging to Place, Realization of Social Residence, in Traditional Neighborhood. *Bagh-e Nazar Magazine*, 8 (16), 17-28. [In Persian].

- 48) Pourakbar, H., & Abbaszadeh, S. (2021). The concept of urban landscape to enhance the level of reminiscence in urban space. *Journal of Architecture*, 4(18), 88-1. [In Persian].
- 49) Qazimi, sh. (2014). Sense of place and place identity. *European Journal of Social Sciences Education and Research*, 1(1), 306-311.
- 50) Smith, K M. (2011). *The relationship between residential satisfaction, sense of community, sense of belonging, and sense of place in a Western Australian urban planned community*, Edith Cowan University, 1, 3-53.
- 51) Spittles, B. (2015). *Making Sense of a Sense of Place*. Monash University. 103-140.
- 52) Ujang, N. (2009). *Place Attachment and Continuity of Urban Place Identity*. National Conference on Environment-Behaviour Studies, Faculty of Architecture, Planning & Surveying, University Teknologi MARA, Shah Alam, Selangor, Malaysia. 156-167.
- 53) Vaezi, M., & Alimardani, M. (2018). Concept of Entity and a Philosophical Approach to Entity and City Nature. *Bagh-e Nazar*, 15(62), 56-47. [In Persian].
- 54) Wunderlich, F M. (2008). *Walking and Rhythmicity: Sensing Urban Space*. Bartlett School of Planning, University College, London, UK. 125-139.
- 55) Yang, W., & Kang, J. (2007). Soundscape and Sound Preferences in Urban Squares: A Case Study in Sheffield. School of Architecture, University of Sheffield, Sheffield, UK. *Journal of Urban Design*, 24, 61-80.
- 56) Zeybek, O. (2020). The Relationship Between Planting Design and Urban Identity. *Journal of Agricultural Faculty of Bursa Uludag University*, 12, 185-195.