

تحلیل ارتباط میان مؤلفه‌های ساختار مکان با تأکید بر جامعه

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۱/۱۷

کد مقاله: ۸۰۱۱۹

عالمه صالحی بالادهی^{۱*}، راحله رستمی^۲، آتنا صالحی^۳

چکیده

بیان مسئله: مکان فقط به عنوان سرپناهی برای انجام دادن فعالیت‌های انسان نیست، نوعی پدیده است که انسان با تعامل یافتن با آن بدان معنا داده و دلبستگی پیدا می‌کند. از این رو ارتباط احساسی میان انسان و مکان در حوزه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است تحقیقات زیادی در چارچوب‌های مختلف به بررسی مؤلفه‌های مکان پرداخته‌اند ولی آنچه پژوهش حاضر را از مدل‌های پیشین متمایز می‌کند، چارچوب پیشنهادی گسترده‌تر و پرنرنگ‌تر کردن کلیدواژه جامعه و همچنین پرداختن به دو مؤلفه هویت مکان و مؤلفه دلبستگی می‌باشد. هدف پژوهش: هدف اصلی مقاله رسیدن به ادبیات جامعی از «حس مکان» و هدف فرعی آن واکاوی ارتباط میان دو مؤلفه دلبستگی و هویت مکان با تأکید بر جامعه می‌باشد. روش پژوهش: مطالعات کتابخانه‌ای با تأکید بر آرای مهمترین نظریه پردازان مکان در این حوزه، شیوه اصلی جمع‌آوری داده‌هاست. نتیجه‌گیری: چارچوب مفهومی توسعه‌یافته در این مطالعه، روابط موجود در جامعه را در ساختن حس مکان به صورت کیفی و نظری به نمایش می‌گذارد. این مطالعه همچنین می‌تواند در یک الگوی ساختاری با تقویت درک حس مکان از زاویه اجتماعی، تحقیقات در زمینه برنامه‌ریزی و توسعه شهری را جهت‌دهی نماید.

واژگان کلیدی: حس مکان، دلبستگی به مکان، هویت مکان، جامعه، برنامه‌ریزی شهری

۱- دانشجوی دکترای معماری، گروه معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران (نویسنده مسئول)
asalehi13@yahoo.com

۲- استادیار گروه معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

۳- آتنا صالحی (دانش آموخته ی کارشناسی ارشد پژوهش هنر، گروه هنر، دانشگاه فنی و حرفه‌ای، تهران، ایران)

مردم مکان‌های خود را شکل می‌دهند و مکان‌ها ساکنان خود را تغییر می‌دهند (Stephenson, 2010). روابط متقابل بین افراد و مکان‌ها می‌تواند شکل‌های مختلفی داشته باشد که به روش‌های بسیار متفاوتی توسط گروه‌های اجتماعی مختلف تجربه می‌شود و نشان‌دهنده پیچیدگی و تنوع روابط مردم و مکان است (Erfani, 2020). اگرچه محققان رشته‌های مختلف ممکن است این تنوع را متفاوت ببینند و تفسیر کنند، اما مدت‌هاست که تلاش کرده‌اند این روابط پیچیده و وابستگی‌های متقابل را در یک حوزه نظری چارچوب‌بندی کنند. مدل‌ها و چارچوب‌های مفهومی متنوعی برای ترسیم روابط بین مردم و مکان‌هایشان ارائه شده است (Mazloomi, Ariffin, Shahminan, 2014)، اسکنل و گیفورد (۲۰۱۰) یک مدل فرد-فرآیند-مکان را برای توضیح معانی متصل به مکان‌ها به شیوه‌ای «جامع» و «ساخت‌یافته» پیشنهاد کردند. کار اخیر توسعه یافته توسط وارتمن و همکاران (۲۰۲۱) یک مدل چند سطحی را برای مفهوم سازی مناظر و روابط مردم-مکان، با هدف اطلاع رسانی شیوه‌های برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در سطوح ملی و محلی پیشنهاد کرده است (Wartmann, Stride, Kienast, Hunziker, 2021).

سرمایه‌های اجتماعی یک مکان تأثیر معناداری در فرآیند دلبستگی افراد نسبت به آن مکان دارد. امروزه ایجاد هرگونه تغییر به منظور توسعه، بدون توجه به ظرفیت‌های اجتماعی و نقش‌آفرینی گروه‌های ذی‌نفع ممکن نیست. در ظرفیت اجتماعی، سعی بر آن است تا با شناسایی، تقویت و بهره‌برداری از ظرفیت‌های محلی و لحاظ کردن نقش همه بهره‌وران، به طور خاص از ظرفیت‌هایی استفاده شود که ماهیت اجتماعی دارند و از خلال فرایندهای جمعی مانند مشارکت در شبکه‌ها و ارتباطات محلی شکل می‌گیرند (Erfani, 2022). هدف از این مطالعه ارائه یک چارچوب مفهومی با مضمون بررسی روابط متقابل چندوجهی بین جامعه و مکان می‌باشد و مفهوم حس مکان را از زاویه اجتماعی و پیوندهای آن‌ها با مفاهیم مکان محور دیگر را با توجه به مؤلفه‌های دلبستگی به مکان و هویت مکان مورد واکاوی قرار می‌دهد.

پیرامون اهمیت مکان و عوامل مؤثر بر آن مطالب متعددی در منابع مختلف قابل مطالعه است. اما براساس پرسش و هدف این مقاله، در این بخش، منابعی که به شناسایی و بررسی مؤلفه‌های مکان و ارتباط متقابل آن‌ها با مؤلفه جامعه پرداخته‌اند، مورد توجه قرار گرفته‌اند که بدین شرح هستند:

لین و همکاران (۲۰۱۴) معتقدند که روابط متقابل بین افراد و مکان‌ها می‌تواند اشکال مختلفی داشته باشد (Lin, Lockwood, 2014)، عرفانی (۲۰۲۰، ۲۰۲۱) بیان می‌کند که این ارتباط به روش‌های بسیار متفاوتی توسط گروه‌های اجتماعی مختلف تجربه می‌شود که نشان‌دهنده پیچیدگی و تنوع روابط مردم و مکان است (Erfani, 2020; 2021). ایتون و همکاران (۲۰۱۹) معتقد هستند اگر چه محققان رشته‌های مختلف ممکن است این تنوع را متفاوت ببینند و تفسیر کنند، اما مدت‌هاست که تلاش کرده‌اند. این روابط پیچیده و وابستگی‌های متقابل را در یک حوزه نظری چارچوب‌بندی کنند. مدل‌ها و چارچوب‌های مفهومی متنوعی برای ترسیم روابط بین مردم و مکان‌هایشان مطرح شده است (Eaton, et al., 2019) مانزو و همکاران (۲۰۱۳) نیز به روابط پیچیده بین مردم و مکان اشاره کرده و به دنبال بسط یک چارچوب نظری در این حوزه بودند (Manzo, Devine-Wright, 2013). مانزو و پرکینز (۲۰۰۶) مدلی را برای تطبیق روابط افراد-مکان در مشارکت و برنامه‌ریزی جامعه ایجاد کردند که به موجب آن معنای مکان و دلبستگی می‌تواند نقش محوری در فرآیندهای برنامه‌ریزی ایفا کند (Manzo, Perkins, 2006). وارتمن و همکاران (۲۰۲۱) یک مدل چند وجهی برای روابط مردم-مکان، برای کمک به برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در سطوح ملی و محلی پیشنهاد کردند (Wartmann, et al., 2021). هاشم‌زاده و همکاران (۲۰۱۳) حس مکان را به عنوان یک ساختار فراگیر متشکل از روشی گسترده برای ساختن روابط مردم-مکان بیان می‌کند (Hashem et al., 2021) تحقیقات ریموند، براون و وبر (۲۰۱۰) حاکی از وجود وابستگی محیطی، فردی و اجتماعی در ساکنان یک منطقه است. انسان‌ها نسبت به ابعاد فیزیکی و طبیعی محل و همچنین ابعاد اجتماعی و مردمی آن، دلبستگی دارند (Raymond et al., 2010). از نظر محققینی هم‌چون تیپلور، گاتفردسون و بروئر وابستگی اجتماعی (قید و بندهای محلی و بومی) و وابستگی کالبدی (قدمت مکان و تاریخ آشنایی با آن) در به وجود آمدن احساس دلبستگی به مکان اثر دارند (Taylor et al., 2010) از نظر لو و آلمن (۱۹۹۲) دلبستگی مکانی، جنبه‌هایی مانند هویت مکانی، ریشه داشتن در مکان، احساس جمعی، تجسم محیطی، مفهوم اجتماعی مکان و درونی بودن مکان را در برمی‌گیرد (Altman et al., 1992). اسکنل و گیفورد (۲۰۱۰) یک مدل فرد-فرآیند-مکان را برای توضیح معانی متصل به مکان‌ها به شیوه‌ای «جامع» و «ساخت‌یافته» پیشنهاد کردند (Scannell, Gifford, 2010). عرفانی (۲۰۲۱) یک مدل سه سویه فرد-جامعه-مکان را در چارچوب دلبستگی، هویت و رضایت مکان مورد بررسی قرارداد (Erfani, 2022).

همان‌گونه که مشاهده شد، تحقیقات متعددی در سراسر جهان پیرامون شناسایی و بررسی مؤلفه‌های مکان و ارتباط متقابل آن‌ها با جنبه‌های مختلف فردی، اجتماعی و فرایندی و ارزیابی میزان تأثیرگذاری هر یک صورت گرفته است. بدیهی است ارتباط متقابل در وجه اجتماعی نقش بسزایی در شکل‌گیری دلبستگی و هویت مکان داشته که این امر در تحقیقات فوق، چندان مورد توجه قرار نگرفته است. لذا رویکرد متفاوت این پژوهش، ارزیابی تأثیرگذاری هر کدام از مؤلفه‌های دلبستگی و هویت مکان و شاخص‌هایشان در یک ارتباط متقابل با جامعه در جهت ایجاد حس مکان است.

۲- ادبیات موضوع

۱-۲- تعریف مکان

تاکنون مدل کانتور یکی از پراقبال‌ترین مدل‌های ارایه شده از مفهوم مکان بوده است. طبق مدل کانتور فرم، فعالیت و معنی سه مؤلفه‌ی تشکیل دهنده‌ی مکان هستند و مکان دارای سه بعد کالبدی، عملکردی و ادراکی- شناختی است (Canter, 1997). یا آن‌گونه که توان می‌گوید، مکان نوع خاصی از شیء است. مکان تجسم مادی ارزش‌هاست، اگرچه شیء ارزشمندی نیست که بتوان به آسانی آن را جابه‌جا کرد، بلکه شیء است که می‌توان در آن ساکن شد (Gustafson, 2014). رلف به عنوان یک پدیدارشناس، مکان را متشکل از محیط طبیعی و مصنوع در کنار اعمال انسانی و معانی می‌داند که تجربه آن می‌تواند در مقیاس‌های مختلف روی دهد (Relph, 1976). همچنین مکان از سه مؤلفه مرتبط به هم که بدان معنا و مفهوم خاص می‌بخشد تشکیل شده است. محیط فیزیکی، روان‌شناسی درونی افراد و فرآیندهای اجتماعی (Canter, 1997)، به عبارت دیگر مکان یک شیء نیست بلکه جزئی از یک کلیت است که از تجربه‌ی حوادث پرمعنا احساس می‌شود. مکان تجربه فضا به وسیله انسان است. «هیچ مکانی بدون خویشتن فرد وجود ندارد و هیچ خودی بدون مکان، معنا نمی‌شود و موجودیت نمی‌یابد.» (Casey, 2001) همچنین می‌توان مکان را مفهومی تصور کرد که در تعامل پویا با نهادهای دیگر (مردم، اشیاء، افکار و دیگر مکان‌ها) حادث شده و تجربه می‌گردد (Degnen, 2016). در جدول ۱ تعاریف برخی از اندیشمندان مطرح در رابطه با مفهوم مکان بیان شده است.

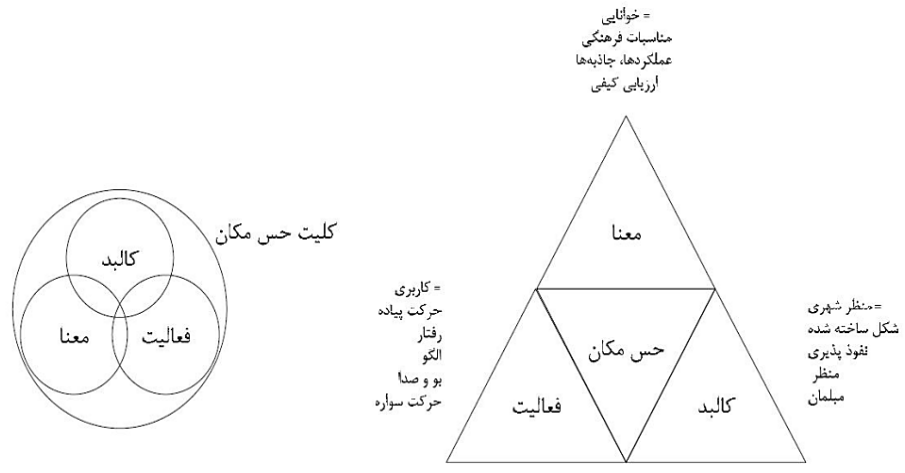
جدول ۱- تعاریف برخی از اندیشمندان مطرح در رابطه با مفهوم مکان. مأخذ: (علینام، ۱۳۹۳)

نویسندگان	نظریات
نوربرگ شولتز	مکان، ثبات و پایدار فضایی و زمانی زیست جهان است.
لوگان و مولوچ	واقعیت یک مکان همواره پذیرای آن است که تعریف خود را در دل یک فرایند اجتماعی جای دهد.
راپاپورت	مکان را یکی از چهار عنصر تعریف کننده فضا معرفی می‌کند، که در ترکیب با معنی، زمان و ارتباطات، محیط انسان ساخت را شکل می‌دهند.
گودال	در حالی که فضا را گستره‌ای باز و انتزاعی ببینیم، مکان بخشی از فضا است که به وسیله شخص یا چیزی اشغال شده است. مکان مرکز ارزش محسوس است، که همراه به امنیت و پایداری نیازهای زیستی انسان برآورده می‌کند.
رلف	مکان به معنی داشتن یک نقطه امن است که می‌توان از آن‌جا به دنیا نگرست، 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.
تامس و کراس	مکان، مفهومی چند بعدی شامل این پدیده‌هاست: جهان طبیعی، محیط ساخته بشر، روابط اجتماعی، روابط اقتصادی و نیز معنایی که به طور اجتماعی در مورد هر بعد خلق می‌گردد.

۲-۲- حس مکان

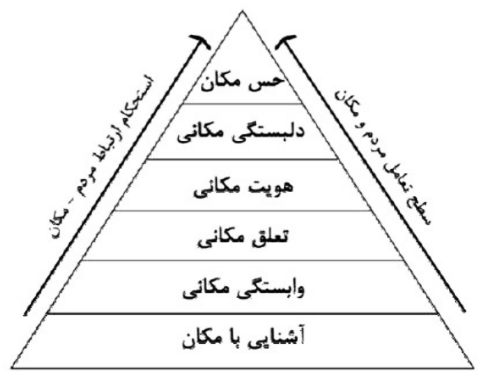
از عوامل مؤثر در کیفیت معنایی فضای معماری، می‌توان به حس مکان اشاره کرد. حس مکان متأثر از معانی و بسیاری از قراردادهای روانی- رفتاری اجتماع است. از نگاه پدیدارشناسان، حس مکان به معنای مرتبط شدن با مکان به واسطه درک نمادها و فعالیت‌های روزمره است (Relph, 1976). حس مکان، تنها برای توضیح نوع و نحوه‌ی درک و دریافت یک مکان توسط فرد نیست بلکه مفهومی ارزشی و چند بعدی است و به شناسایی نمادین و عاطفی فرد نسبت به مکان مربوط می‌شود (Popović et al., 1998)، همچنین مجموعه‌ای از احساسات خود آگاه و ناخود آگاه فرد است و مفهومی غنی که چگونگی دریافت، تجربه و بیان افراد را شامل می‌شود و به یک مکان معنا می‌دهد و حس فرد از مکان روی نگرش‌ها و رفتار وی در آن مکان تأثیر می‌گذارد (Shamai, 1991)، «هیومن» حس مکان را در پنج سطح معرفی می‌کند که عبارت است از ریشه‌داری ناخودآگاه، مکان نسبی، ریشه‌داری عقیدتی، بیگانگی با مکان و بی مکانی (Hummon, 1992)، جکسن می‌گوید: «حس مکان در اروپا بیشتر بر پایه خصوصیات کالبدی تعریف می‌شود تا در امریکا». در امریکا حس مکان بر اساس رویدادهای روزانه، هفتگی یا فصلی اتفاق می‌افتد. از دیدگاه زمانی، ابعاد کالبدی مکان در زمان‌های کوتاه ثابت‌اند و در زمان‌های بلند توسط ابعاد اجتماعی- فرهنگی تغییر می‌کنند (Jackson, 1994)، از اثرات مثبت حس مکان می‌توان به احساس راحتی فرد نسبت به محیط و حمایت از مفاهیم فرهنگی و روابط اجتماعی و همچنین یادآوری تجربه‌های گذشته برای دست یافتن به هویت نام برد (Norberg-Schulz, 2013). مفهوم حس مکان در مطالعه‌ی تعلق انسان به مکان، دلبستگی و معنای مکان استفاده می‌شود. حس مکان معمولاً به عنوان یک تصور کلی شامل راه کلی که در آن مردم احساسی در مورد مکان دارند و آن را حس می‌کنند و به آن مفاهیمی اختصاص می‌دهند

و برایش ارزش‌هایی قائل می‌شوند، تعریف شده است. تعاریف بسیاری برای مکان اعلام شده است، اما معمولاً اصطلاح «مکان»، به عنوان مخالف فضا، یک پیوند عاطفی قوی بین یک فرد و یک محیط خاص بیان می‌دارد (Sime, 1986) حس مکان به مکان احساس امنیت و لذت می‌بخشد و باعث دل بستگی به مکان می‌شود. بررسی آثار نشان می‌دهد که افراد، علاقه‌مند توجه به مکان‌هایی که حس قوی از مکان برای آن‌ها دارد، می‌باشند (Steele, 1981) کانتر (۱۹۷۷) و پس از آن کارمونا (۲۰۰۳) حس مکان را ترکیبی از کالبد، فعالیت و معنا تعریف کرده‌اند که در شکل ۱ مشاهده می‌فرمایید (Canter, 1977; Carmona, 2021).



شکل ۱- ساختار مکان بر اساس Canter, 1977; Carmona, 2021

مطالعات انجام شده در ارتباط با حس مکان وسیع و کل‌گرا می‌باشند، هدف از بیشتر آموزش‌های طراحی معماری، ایجاد مهارت در خلق حس یک مکان است. ایجاد حس مکان در ابتدا مستلزم شناخت مکان و مراحل شکل‌گیری حس مکان است حس مکان به تنهایی حامل بار مثبت و یا منفی نمی‌باشد؛ حتی خوفناک‌ترین مکان‌ها می‌توانند واجد حس مکان باشد. در شکل ۲ زیر پیوندهای مردم- مکان در طیفی از سطوح مختلف از آشنایی با مکان تا شکل‌گیری حس مکان معرفی شده‌اند. بر این اساس هر چه که به رأس نمودار نزدیک‌تر می‌شود، سطح تعامل مردم با مکان به واسطه تعامل مستمر با آن و گذر زمان افزایش یافته و پیوند میان آن‌ها نیز به دلیل افزایش سهم بعد احساسی این پیوندها استحکام بیشتری می‌یابد (پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۴).



شکل ۲- سطوح مختلف پیوندهای مردم و مکان (مأخذ: پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۴)

گوسو استدلال می‌کند که حس مکان مراحل مختلفی دارد و توضیح داد که سطح اول از حس مکان آشنایی با مکان است. این سطح، مشمول مکان بودن بدون توجه به معانی آن است. بسیاری از مردم مکان را در این سطح تجربه می‌کنند و ارتباط آن‌ها با بعضی از نقاط تنها از طریق فعالیت می‌باشد. این افراد توجه خاص به محل خود نمی‌کنند و تجربه‌شان از محل فقط سطحی است. به علاوه، آن‌ها احساس نمی‌کنند که به محل تعلق دارند و هیچ تلاشی برای توسعه‌ی دل بستگی به مکان ندارند. سطح دوم از حس مکان به عنوان یک آشنایی عادی با مکان توصیف شده است. این سطح از تجربه ناخودآگاه درک شده است و بیشتر جمعی و فرهنگی است تا شخصی. در این سطح از حس مکان، مردم مشارکت عمیق و قوی با مکان دارند. آن‌ها در فعالیت‌های اجتماعی نقش خواهند داشت، اما توجه نزدیک به سمبل‌های محل دارند. این سطح از آشنایی معمولاً در مکان‌های آشنا و مقدس تجربه می‌شود. سطح سوم از حس مکان آشنایی عمیق با مکان است. این شامل، احساس درونی وجودی از یک فرد است و به طور ناخودآگاه تجربه می‌شود. در این سطح یک فرد با مکان یکپارچه است (Gussow, 1972). از نظر رلف عمیق‌ترین سطح وابستگی به مکان به صورت ناخودآگاه به وجود می‌آید و طی آن انس و آشنایی با مکان از بخش هوشیار آگاهی محو می‌شود. او هفت درجه از بیرونیت و درونیت را برای حس مکان، بیان می‌کند (Relph, 1976).

از نظر شامای حس مکان متشکل از سه سطح است. تعلق به مکان در سطح اول، مرحله دوم دل‌بستگی به یک مکان و سوم تمهد به یک مکان. معمولاً برای حس مکان، خط سیر رابطه احساسات، افکار، تجارب و خاطرات عموماً مثبت درباره یک مکان در نظر گرفته می‌شود با توجه به این خط سیر، مفاهیم دل‌بستگی به مکان، هویت مکان را می‌توان به عنوان اجزای تحت پوشش حس مکان پذیرفت (Shamai, 1991).

۲-۳- دل‌بستگی به مکان

دل‌بستگی به مکان، ارتباطی نمادین با مکان دارد که با دادن معانی عاطفی و حسی مشترک فرهنگی، توسط افراد به مکان خاص یا یک سرزمین شکل می‌گیرد و مبنای نحوه‌ی ادراک گروه یا فرد از مکان و نحوه‌ی ارتباط وی با آن می‌باشد. این پیوند عاطفی علاوه بر تأثیرپذیری از ابعاد کالبدی مکان، نتیجه ساز و کار اجتماعی، روانی - احساسی پیچیده‌ای است که در تجربه‌ی بلندمدت و عمیق با مکان به وجود می‌آید و متأثر از تعامل با مکان و ابعاد تأثری، شناختی و رفتاری در مکان است. این سازوکار بر پایه‌ی نگرش‌ها، ترجیحات، تجربیات، عقاید و قضاوت مکان چه به طور آگاهانه و چه ناآگاهانه در سطح فردی و اجتماعی باعث پیوند عاطفی میان انسان - مکان و یا انسان - انسان در بستر جغرافیایی خاص می‌شود (Trentelman, 2009). اسکنل و گیفورد هم‌چنین اجزای حس دل‌بستگی را «محیط کالبدی»، «کاربران» و «فرایند دل‌بستگی» می‌دانند یعنی چارچوب سازمان یافته‌ی سه بعدی شخص - فرآیند - مکان. هر کدام از این اجزا ممکن است دارای سطوح متفاوتی باشند. دل‌بستگی «کاربران» در دو مقیاس انفرادی و گروهی و در سطوح مختلف فرهنگی، روان‌شناختی و بیولوژی قابل مطالعه است. «محیط کالبدی» در مقیاس‌های مختلف جغرافیایی و یا قلمرو زندگی هم‌چون خانه، همسایگی، محله، شهر یا کشور می‌تواند در نظر گرفته شود. هر مقیاس روش پژوهشی متفاوتی را طلب می‌نماید، چرا که بازخوردهای فردی در بسترهای مختلف متفاوت است. زمانی که جز «فرایند» حس دل‌بستگی مورد مطالعه قرار می‌گیرد، تفاوت بین پیوندهای عاطفی، شناختی و رفتاری باید تبیین گردد. نوع تعامل و رابطه فرد با مکان نیز در مطالعه دل‌بستگی حائز اهمیت است (Scannell, Gifford, 2010).

پس می‌توان این‌گونه گفت که اولین جزء در دل‌بستگی به مکان، فاعل یا کسی است که به مکان دل‌بسته و به مشخصات شخصی و گروهی فاعل مؤثر بر دل‌بستگی دلالت می‌کند. جز دوم فرایند روان‌شناختی و چگونگی تأثیر احساس، شناخت و رفتار در دل‌بستگی است. جز سوم نیز موضوع مورد دل‌بستگی شامل مشخصات و ماهیت آن است که در این پژوهش جزء اول و سوم ملاک عمل می‌باشد.

دل‌بستگی به مکان در دو سطح فردی و گروهی رخ می‌دهد. سطح فردی شامل رابطه شخصی فرد با مکان است؛ دل‌بستگی به مکان در بسترهایی که یادآور خاطرات شخصی هستند، قوی‌تر است. این نوع از دل‌بستگی به مکان به تثبیت حس فرد نسبت به خود مؤثر است (Twigger-Ross, Uzzell, 1996) هم‌چنین مکان از طریق تجربیات شخصی برای فرد پرمعناتر می‌گردد (Manzo, 2005).

مهم‌ترین جزء دل‌بستگی، موضوع مورد دل‌بستگی و یا مکان است، مکان ارجاع به بستری دارد که افراد احساسی و یا فرهنگی به آن دل‌بسته هستند (Altman, Low, 1992)، این بعد در مقیاس‌های مختلف خانه، محله و شهر و در سطوح محیط کالبدی و یا اجتماعی مورد مطالعه قرار گرفته است. نتایج مطالعات حاکی از آن است که حس دل‌بستگی در مقیاس خانه بالاتر از شهر قرار گرفته و دل‌بستگی در مقیاس شهر بالاتر از همسایگی است. هم‌چنین دل‌بستگی به فضای اجتماعی بالاتر از مکان کالبدی است. مردم به فضاهایی دل‌بسته می‌گردند که تسهیلات روابط اجتماعی و هویت جمعی داشته باشد. سایر ویژگی‌های کالبدی هم‌چون تراکم، نزدیکی و میزان تسهیلات و سایر محدوده‌های جمعی بر این تعامل اثرگذار هستند. زمانی که دل‌بستگی بیشتر از خود مکان، به طور مستقیم وابسته به کسانی باشد که در آن‌جا هستند، به آن مکان اجتماعی اطلاق می‌گردد (Scannell, Gifford, 2010).

فرد ممکن است به دلایل مختلفی به یک مکان دل‌بسته باشد. پیوند احساسی فرد با مکان می‌تواند ناشی از نمادها و معانی مختلف و در نتیجه هویت‌های چندگانه انسان باشد. برای مثال ممکن است فرد به مکانی دل‌بسته باشد به این دلیل که دوستانش در آن‌جا زندگی می‌کنند. یا این‌که ممکن است فرد بهترین سال‌های زندگی خود را در آن گذرانده باشد، یا در آن‌جا ریشه خانوادگی داشته باشد که در همه این موارد می‌توان گفت دل‌بستگی به مکان ناشی از هویت فردی شخص است نه هویت مکانی (Hauge, 2007).

۲-۴- هویت مکان

کلمه هویت دو معنی دارد: مشابهت (تداوم) و تفاوت (تمایز و یکتایی). در معنی نخست، «هویت» به موضوع «مکان» برمی‌گردد و به معنی مجموعه ویژگی‌های مکانی است که تداوم و تمایز مکان را در زمان تضمین می‌کند. مکان، وسیله ایست

برای متمایز کردن خود از دیگران، برای حفظ حس پیوستگی، برای ایجاد عزت نفس مثبت و ایجاد حس خودبستگی (Twigger-Ross, Uzzell, 1996).

هویت مکان به عنوان یکی از راه‌های ارتباط بین انسان و مکان از طریق فرهنگ، سابقه تاریخی، خاطرات جمعی، نوع و ماهیت فناوری ساخت، عملکردها، نشانه‌ها، فرم‌ها و نمادهای شهری و ویژگی‌های بصری و کالبدی ادراک می‌گردد. می‌توان هویت مکان را به دو جنبه مختلف تقسیم نمود: ابعاد درونی و بیرونی ادراک مکان. ابعاد درونی شامل درک هویت مکان از طریق تعلق فرد به گروه یا اجتماع خاص (بعد شناخت اجتماعی مکان)، و ادراک هویت مکان از طریق تشابه با ارزش‌های خویشتن خویش (مکان انعکاسی از شخصیت خود) می‌باشد. بعد بیرونی از طریق تمایز با دیگر مکان‌ها (بعد شخصیتی مکان) نمود می‌یابد معنای هویت مکانی در ادبیات روان‌شناسی تحت مفاهیم مختلفی مطرح شده است که می‌توان نزدیک‌ترین آن‌ها را حس مکان، دلبستگی به مکان برشمرد (Lewicka, 2010). هویت مکان دارای سطوح مختلف زیر است: سطح فردی: بین افراد مختلف متفاوت است. سطح گروهی یا اجتماعی: نمادی از نشانه‌ها، معانی مشترک و تعاملات اجتماعی درون گروه‌ها و جوامع می‌باشد. سطح عامه: توافقات و تصورات توده مردم که به وسیله رسانه‌ها، دولت و سایر نهادها دیکته شده، سطحی و مبتنی بر معانی و نمادهای مشترک است.

مطابق با نظرات هرناندز و دیگران (۲۰۰۷) حداقل ۴ دیدگاه متفاوت بر ارتباط بین دلبستگی به مکان و هویت مکان در ادبیات وجود دارد که در جدول ۲ زیر نشان داده شده است.

جدول ۲- دیدگاه‌های مبنی بر ارتباط مابین دلبستگی و هویت مکان. مأخذ: (رحیمی، ۱۳۹۲)

نویسنده / سال	دیدگاه‌ها بر ارتباط بین دلبستگی به مکان و هویت مکان
(Brown & Werner, 1985)	دلبستگی و هویت مکان به صورت مفهوم مشترک
(Lalli, 1992)	دلبستگی به مکان جزئی از هویت مکان
(kyle, graefe & Manning, 2005)	دلبستگی و هویت مکان ابعادی از یک مفهوم مرتبه بالاتر
(Jorgensen & Stedman, 2001)	هویت مکان جزئی از دلبستگی به مکان
(Hernandez et al, 2007)	دلبستگی و هویت مکان دو روش متفاوت ارتباط با مکان‌ها

تحقیق اسکنل و گیفورد که به دنبال کشف توانایی دلبستگی به مکان برای پیش‌بینی مفاهیم رفتاری مثبت محیطی عمومی و ویژه مکان می‌باشد، نشان داد که هویت مکان، تأثیرات وابستگی به مکان را در پیش‌بینی مفاهیم مثبت محیطی میانجی‌گری می‌کند. تحقیقات دیگر، بدنبال کشف نقش احساسات و عواطف ویژه مکان، هم‌چنین هویت مکان در تقویت رفتار مسئولانه محیطی بوده‌اند. عواملی که ممکن است بر رفتار مثبت محیطی اثر بگذارد، گستره‌ای از محدودیت‌های زمانی و مالی تا نظام‌های ارزش و باور را شامل می‌گردد (Blake, 2001).

نحوه ارتباط دو مفهوم دلبستگی به مکان و هویت در ادبیات تحقیق مورد مناقشه است. گاهی این دو مفهوم به جای یکدیگر مورد استفاده قرار گرفته‌اند. گاهی این دو مفهوم به عنوان دو مفهوم پدیدار شناختی هم سطح یکدیگر لحاظ شده‌اند، گاهی نیز مفهوم دلبستگی به مکان به عنوان زیر مفهومی از هویت مکان تلقی شده است. در برخی موارد از دلبستگی به مکان به عنوان پیش‌نیازی برای هم‌هویتی با آن مکان یاد شده است. این بدان معناست که ممکن است فرد نسبت به یک مکان احساس دلبستگی داشته باشد اما هنوز به سطحی نرسیده است که مکان را بخشی از وجود خود لحاظ نماید (Lewicka, 2010).

ارزیابی افراد از مکان، مثبت و یا منفی، متأثر از پیشینه‌ی افراد است (Waxman, 2004). مردم براساس ترجیح آگاهانه‌ی خود محیط اجتماعی را انتخاب و به آن وابسته می‌شوند. افراد رابطه خود را با محیط بر اساس تمایلات، پیش‌زمینه، اعتقادات و ارزش‌های خود توسعه می‌دهند (Hashas, 2004).

۲-۵- جامعه

بستر اجتماعی نقش مهمی در شکل دادن دلبستگی به مکان دارد که با استفاده از مؤلفه‌هایی هم‌چون دلبستگی اجتماع محلی، تعلق به مکان، ریشه‌داری و حس آشنایی، عملیاتی و اندازه‌گیری می‌شود. بستر اجتماعی براساس مدلی سیستماتیک از ارتباط میان ساکنان و اجتماع محلیشان شکل می‌گیرد. این مدل سیستماتیک بر این فرض استوار است که دلبستگی‌های اجتماعی شدیداً مرتبط با پیوندهای فردی به شبکه‌های اجتماع محلی و تعامل میان آن‌ها است (Kasarda, Janowitz, 1974). حس آشنایی به مکان بیانگر خاطرات خوشایند، تداعی خاطرات و تصاویر محیطی مرتبط با مکان و دلبستگی محله‌ای است که پیوندهای عاطفی فرد را با محیط اطرافش گره می‌زند (Brown, et al., 2003). دلبستگی اجتماعی نیز شامل ارتباطات عاطفی ساکنان یک جامعه

است که در نهایت منجر به ریشه داشتن می‌شود (Kasarda, Janowitz, 1974)، به لحاظ اجتماعی، دلبستگی به مکان زمینه‌ی مساعدی را فراهم می‌کند تا ساکنان بر امور جاری و محلی نظارت بیشتری داشته باشند و با علاقه‌ی بیشتری به مسائل اجتماعی پیرامون خود بپردازند (Perkins, Long, 2002). پرکینز و لانگ (۲۰۰۲) این ارتباطات اجتماعی با مکان را تحت پیوند اجتماعی، حسی از تعلق یا عضویت گروهی از مردم با یکدیگر براساس علایق، دغدغه‌ها و تاریخ مشترک در نظر گرفته‌اند. محققانی هم‌چون‌های (۱۹۹۸) دریافتند که پیوندهای فرهنگی و نسبی (اجدادی) در گسترش ریشه‌های دلبستگی به مکان بسیار اهمیت هستند. هیدالگو و هرناندز (۲۰۰۲) مشاهده کردند که دلبستگی اجتماعی از دلبستگی کالبدی که شامل خانه، محله و شهر می‌شود، عمیقاً قوی‌تر است.

مکان در ماهیت خود صرفاً یک پدیده جغرافیایی نیست، بلکه کارکرد روابط و تعاملات است. تمامی این تعاریف بر تعامل میان افراد و مکان و نیز میان افراد و گروه‌های حاضر در آن مکان اشاره دارند. بنابراین در تعریف مکان، هم به جنبه‌های جغرافیایی و هم به جنبه‌های اجتماعی آن توجه می‌شود و بر اساس معنایی که افراد و گروه‌ها به مکان در جنبه فیزیکی آن می‌دهند، سازماندهی می‌شود (Thomas, Cross, 2007).

اصولاً روان‌شناسی محیط نه تنها با بعد کالبدی مکان بلکه با بعد اجتماعی مکان نیز سروکار دارد (Secchiaroli, Bonnes, 1995). ارتباط مثبت بین فرد و مکان کالبدی و احساس رضایت روحی او، با ارتباطات اجتماعی موجود در مکان در رابطه است (Chavis, Pretty, 1999) چنان که کسب تجارب و برقراری تعاملات اجتماعی که برای فرد در مکان اتفاق می‌افتد، امکان معنا بخشیدن به آن را برای وی میسر می‌نماید. در این رابطه دو عامل حائز اهمیت‌اند: هویت مکان که وابسته به بوم، خاطرات مشترک و زمان است و دلبستگی به آن (Chawla, 1992)، برخی از محققین، دلبستگی به مکان را مبتنی بر مشارکت مردم در مکان، میزان اشتغال به شبکه‌های اجتماعی و تعاملات فرهنگی دانسته‌اند (Marcus, 1992) دلبستگی به مکان با رشد تعامل مثبت افراد و تطابق اجتماعی آن‌ها در مکان، توسعه می‌یابد و قدرت دلبستگی به مکان با میزان و قدرت این ارتباطات، ارتباط مستقیم دارد (Mesch, Manor, 1998).

به طور کلی، افراد دلبستگی به مکان را بر پایه دلبستگی به مردم خلق می‌کنند (Marris, 1996). به عبارت دیگر، آن‌ها بر اساس منافع خود، ارتباطات اجتماعی را شکل داده و بر اساس توقعات، هنجارها و نقش‌های معین خود، به آن اشتغال می‌یابند و بر این اساس، ارزیابی خود از چگونگی ارتباطات اجتماعی و حضور خود در مکان را مورد مجادله قرار می‌دهند. بنابراین نحوه حضور فرد در مکان به همراه سایرین، عاملی قوی در تصمیم فرد برای ماندن در آن است. در این راستا حتی ممکن است افراد در جستجوی مکان‌هایی که در آن، افرادی با خصوصیات مشابه آن‌ها به لحاظ طبقه، قوم، مذهب، گروه اقتصادی، الگوی زندگی، تحصیلات، درآمد، نحوه تربیت کودکان و نژاد مشابه حضور دارند، باشند. اما با آن که همگن بودن افراد، مشوق ملاقات‌ها و افزایش تعامل با مکان‌های فیزیکی و اجتماعی و در نتیجه ارتقای دلبستگی به آن مکان، است در عین حال مکان‌های اجتماعی غیرهمگن نیز فرصتی است تا افراد با یکدیگر بودن و تعاملات اجتماعی غنی و آزاد را تجربه کنند (Marcus, Sarkissian, 1986).

نیات و تعهدات رفتاری جوامع به گونه‌ای با مکان مرتبط است که ممکن است بر رفتارهای جمعی آن‌ها تأثیر بگذارد (Ramkissoon, et al., 2013). به این ترتیب که نوع فعالیت‌های مکان سبب کسب معنا از مکان می‌گردد و کسب معنا، خود زمینه ساز دلبستگی به مکان است (Relph, 1976; Altman, Low, 1992; Trentelman, 2009). به عنوان مثال مطالعات نشان می‌دهد دلبستگی به مکان در فضاهای شهری، با وجود رویدادها و مراسم دوره‌ای یا فعالیت‌های مداوم و حاکم بر مکان تقویت می‌گردد، (Gobster, Delgado, 1993). قابل ذکر است که در عین حال رابطه‌ای دوسویه بین فعالیت‌ها و دلبستگی به مکان وجود دارد. به این معنا که برخی فعالیت‌ها سبب ارتقاء حس دلبستگی به مکان گردیده و به طور متقابل این احساس خود سبب مشارکت افراد در فعالیت‌های اجتماعی و نیز تداوم حضور آن‌ها در مکان می‌گردد (Altman, Low, 1992).

۳- بحث پیرامون یافته‌ها

اگر چه تحقیقات در مورد حس مکان گسترده و چند رشته‌ای است، محققان در مطالعات زیست محیطی، جغرافیا، شهری و ادبیات برنامه‌ریزی مدتهاست که به این موضوع به عنوان یک دغدغه مرتبط یا حوزه تحقیق و عمل توجه بیشتری کرده‌اند. با این حال، در این ادبیات گسترده، وضوح و سازگاری کمتری در مورد حس مکان نسبت به مفاهیم دلبستگی به مکان، هویت مکان و سایر شناخت‌ها و احساسات متمرکز بر مکان وجود دارد. محققان علاقه‌مند به برنامه‌ریزی شهری، مدتهاست که نقش مخرب سیاست‌ها مانند نوسازی شهری، اعیانی سازی را در درک مکان توسط افراد، مورد بحث قرار داده‌اند. جاکوبز (۱۹۶۱) با آوردن نمونه‌های فراوانی از نیویورک، بیان داشت که وفاداری ساکنان و حس مکان در زمانی که توسعه‌های فضایی شهری برای ارائه تنوع جمعیت و کاربری‌ها «کافی» نباشد، مختل می‌شود. وایت (۱۹۸۰) و گهل (۱۹۸۷) با تکیه بر مثال‌های تجربی از ایالات

متحد و اروپا پیشنهاد کرده‌اند که مکان این توانایی را دارد که با تطبیق فعالیت‌های انسانی به عنوان فرآیندهای معنا ساز به توسعه حس فردی و جمعی از مکان در طول زمان منجر گردد. زوک و همکاران (۲۰۱۸) نادیده گرفتن چنین معانی در ساخت و نگهداری مکان را منجر به درک جابجایی یا بی مکان بودن به عنوان یک «رد معنای انسانی آن» می‌دانند. تصوراتی که مردم از محیط خود دارند، نوعی طرح‌واره ذهنی است. این طرح‌واره‌ها می‌توانند آن گونه که لینچ معرفی کرده، تصاویر شمایی، یا آن گونه که توسط استراوس در تصاویر شهر امریکایی بحث شده، تصاویر تداعی کننده (معانی نمادین) باشند. دیدگاه‌های متفاوتی در مورد چگونگی رشد دوست داشتن و دوست نداشتن وجود دارد. بر طبق نظریه گشتالت، دوست داشتن الگوهای محیط در اثر هماهنگی فرایندهای عصبی و فرم‌های محیط به وجود می‌آید. نظریه‌های روانکاوی ترجیحات انسان را در زمینه ارزش تداعی بین فرم‌ها و خاطرات در ضمیر ناخودآگاه فردی و یا ضمیر ناخودآگاه جمعی تبیین می‌کنند. نظریه‌های رفتارشناسی این ترجیحات را از نظر فرایند اجتماعی شدن و الگوهای محیطی مورد علاقه مردم تحلیل و تبیین می‌کنند. این که مردم چه چیز از محیط را خوشایند می‌یابند به نگرش‌های آن‌ها و چگونگی رشد این نگرش‌ها بستگی دارد (Erfani, 2022). محلی ساختن امکانات و تسهیلات به تماس چهره به چهره بیشتر بین مردم، شرکت بیشتر در امور اجتماعی و در نتیجه به ناهنجاری اجتماعی کمتر و روابط اجتماعی بهتر منجر می‌شود. بدون در نظر گرفتن تمایلات و انگیزش‌های جمعیت مورد نظر، این ادعا که طراحی می‌تواند نتایج رفتاری ویژه‌ای داشته باشد، بسیار سؤال برانگیز است. برای مثال، طرح محیط به هر شکل که باشد، اگر تمایل آشکار و پنهانی برای تعامل اجتماعی بین مردم وجود نداشته باشد، احتمال کمی برای وقوع این گونه رفتارها وجود دارد، مگر این که به همراه تغییر کالبدی، تغییری در محیط اجتماعی نیز به وقوع بپیوندد.

هدف نشان دادن چگونگی اثرگذاری طرح یک محیط بر تصور انسان از آن محیط، و چگونگی اثرگذاری این تصورات بر الگوهای رفتاری فضایی و چگونگی اثرگیری از آن‌هاست. مسائل مربوط به جهت یابی و دانستن اینکه فرد کجاست و چگونه می‌تواند به سمت مقصد حرکت کند، با نیاز به امنیت و احساس تعلق و با امنیت روانی محیط ساخته شده مرتبط هستند.

۴- نتیجه

حس مکان در سال‌های اخیر در تحقیقات دانشگاهی از جمله روان‌شناسی محیطی، جغرافیا، ادبیات شهری و برنامه‌ریزی مورد توجه قرار گرفته است. در زمینه‌های مختلف پژوهشی و برای اهداف مختلف، نظریه‌ها و رویکردهای متفاوتی برای بررسی حس مکان اتخاذ شده است. بحث در مورد رویکردهای مختلف در این حوزه، پیچیدگی، پویایی و چند بعدی بودن درک ما از حس مکان را عمیق‌تر می‌کند. چارچوب مفهومی توسعه یافته در این مطالعه، تأثیر جامعه را در ساختن حس مکان به صورت کیفی و نظری به نمایش می‌گذارد.

این چارچوب، دارای پتانسیل برای تسهیل در برنامه‌ریزی و توسعه شهری است. در این چارچوب به بحث در مورد توسعه سیاست اجتماعی با توجه به ادراکات و نگرش‌های ساکنان محلی به عنوان یک عامل اصلی در برنامه‌ریزی و مدیریت زیستگاه‌های شهری می‌پردازد. این چارچوب همچنین می‌تواند با شناسایی شکاف‌های بالقوه در ادبیات موجود و پیوند دادن ساختارهای مکان محور در یک الگوی ساختاری با تقویت درک و بیان حس مکان از زاویه فردی و اجتماعی و پیوندهای آن‌ها، تحقیقات در زمینه برنامه‌ریزی و توسعه شهری را جهت دهی نماید.

فرآیند توسعه «بین‌الذهانی» در افراد موجب شکل‌گیری سطحی از جامعه می‌گردد که دارای احساس مشترکی از مکان می‌باشند. فرایند بین‌الذهانی به عنوان تلاقی ذهنیت‌های جمعی افراد از طریق مؤلفه‌های مکان-زمان می‌باشد که می‌تواند منجر به اعتماد و آشنایی، شناسایی یک جامعه از جامعه دیگر شود (جامعه- هویت). از آنجایی که واژه مکان یکی از چند لایه‌ترین و چندمنظوره‌ترین مفاهیم در معناشناسی است، هرگونه بحث در مورد حس مکان ناگزیر پیچیده و مبهم به نظر می‌رسد. در نتیجه، حس مکان به عنوان یک اصطلاح چند بعدی و انتزاعی، ویژگی‌های اجتماعی- فرهنگی و اکولوژیکی یک مکان را در بر می‌گیرد. افراد رابطه شناختی، عاطفی و همبستگی خود را با یک مکان و دیگران از طریق یک تجربه غیر کمی از مکان توصیف می‌کنند. بنابراین، این مفهوم کیفی به صورت فردی و جمعی (سطح جامعه) از طریق ترکیبی از هویت مکانی، دلبستگی به مکان ساخته می‌شود که به نوبه خود تحت تأثیر عوامل زمینه‌ای مختلف از جمله فرهنگ، ترتیبات نهادی و سازمان‌ها قرار می‌گیرد.

هویت مکان به خلاصه‌ای کوتاه از احساس فرد نسبت به یک مکان اشاره دارد. این جنبه مبتنی بر شناخت از حس مکان، زمانی ساخته می‌شود که فرد باور کند که ویژگی‌های خاصی از یک مکان، اعم از فیزیکی یا نمادین، به احساس هویتش کمک می‌کند. اگر مکانی نمایانگر باورها و ارزش‌هایی باشد که فرد و دیگران دارند، فرد می‌تواند ساکنان آن منطقه را از طریق آن مکان شناسایی کند.

یک فرد ممکن است برای برخی شرایط، مانند مکانی برای کار و زندگی، یا فعالیت‌های اجتماعی مورد نظر خود، به مکان احساس وابستگی کند. اعضای جامعه را اگرچه در پژوهش به عنوان یک مفهوم مثبت در نظر می‌گیریم، اما حس مکان می‌تواند

یک رابطه منفی یا دوسوگرایانه مردم- مکان را مفهوم سازی کند. برای مثال، زمانی که ویژگی‌های خاصی از یک مکان در تضاد با هویت فرد باشد و یا جامعه و مکان انعکاسی از نیازها و ارزش‌های فرد نباشد، فرد دیدگاهی منفی نسبت به حس مکان پیدا می‌کند.

منابع

۱. پورجعفرم، ایزدی م، خبیری س، (۱۳۹۴)، «دلبستگی مکانی؛ بازشناسی مفهوم، اصول و معیارها»، نشریه هویت شهر، دوره ۹، شماره ۲۴، صص ۶۴-۴۳.
۲. علینام ز، (۱۳۹۳)، «بررسی دلبستگی به مکان در محله با رویکرد روان‌شناسی شناختی»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه تبریز.
3. Altman, I., & Low, S. (1992). Place Attachment. *Human Behavior and Environment*, Vol. 12.
4. Blake, D. E. (2001). Contextual effects on environmental attitudes and behavior. *Environment and behavior*, 33(5), 708-725.
5. Brown, B., Perkins, D. D., & Brown, G. (2003). Place attachment in a revitalizing neighborhood: Individual and block levels of analysis. *Journal of environmental psychology*, 23(3), 259-271.
6. Chatterjee, S. (2006). Children's friendship with place: An exploration of environmental child friendliness of children's environments in cities. North Carolina State University.
7. Chavis, D. M., & Pretty, G. M. (1999). Sense of community: Advances in measurement and application. *Journal of Community Psychology*, 27(6), 635-642.
8. Chawla, L. (1992). Childhood place attachments. *Place attachment*, 12, 63-86.
9. Canter, D. (1977). *The psychology of place*. St Martin'S Press.
10. Canter, D. (1997). The facets of place. *Toward the integration of theory, methods, research, and utilization*, 109-147.
11. Carmona, M. (2021). *Public places urban spaces: The dimensions of urban design*. Routledge.
12. Casey, E. S. (2001). Between geography and philosophy: what does it mean to be in the place-world?
13. Degnen, C. (2016). Socialising place attachment: place, social memory and embodied affordances. *Ageing & Society*, 36(8), 1645-1667.
14. Eaton, W. M., Eanes, F. R., Ulrich-Schad, J. D., Burnham, M., Church, S. P., Arbuckle, J. G., & Cross, J. E. (2019). Trouble with sense of place in working landscapes. *Society & Natural Resources*, 32(7), 827-840.
15. Erfani, G. (2020). Sense of place as an investigative method for the evaluation of participatory urban redevelopment. *Cities*, 99, 102648.
16. Erfani, G. (2021). Visualising urban redevelopment: photovoice as a narrative research method for investigating redevelopment processes and outcomes. *Geoforum*, 126, 80-90.
17. Erfani, G. (2022). Reconceptualising sense of place: Towards a conceptual framework for investigating individual-community-place interrelationships. *Journal of Planning Literature*, 37(3), 452-466.
18. Gobster, P. H., & Delgado, A. (1993). Ethnicity and recreation use in Chicago's Lincoln Park: In-park user survey findings. *Managing urban and high-use recreation settings*, 163, 75-81.
19. Gussow, A. (1972). *A sense of place: The artist and the American land (Vol. 2)*. Friends of the Earth.
20. Gustafson, P. (2014). Place attachment in an age of mobility. *Place attachment: Advances in theory, methods and applications*, 37-48.
21. Hale, J. A. (2000). *Building ideas*. Wiley-Blackwell.
22. Hashas, M. H. (2004). Residents' attachment to new urbanist versus conventional suburban developments. North Carolina State University.
23. Hashem, H., Abbas, Y. S., Akbar, H. A., & Nazgol, B. (2013). Comparison the concepts of sense of place and attachment to place in *Architectural Studies*. *Malaysia Journal of Society and Space*, 9(1), 107-117.
24. Hauge, Å. L. (2007). Identity and place: a critical comparison of three identity theories. *Architectural science review*, 50(1), 44-51.
25. Hummon, D. M. (1992). Place attachment. *Community Attachment*. In S. Low, & I. Altman, *Place Attachment*, 12, 253-278.
26. Jackson, J. B. (1994). *A sense of place, a sense of time*. Yale University Press.

27. Kasarda, J. D., & Janowitz, M. (1974). Community attachment in mass society. *American sociological review*, 328-339.
28. Lewicka, M. (2010). What makes neighborhood different from home and city? Effects of place scale on place attachment. *Journal of environmental psychology*, 30(1), 35-51.
29. Lin, C. C., & Lockwood, M. (2014). Forms and sources of place attachment: Evidence from two protected areas. *Geoforum*, 53, 74-81.
30. Manzo, L., & Devine-Wright, P. (2013). *Place attachment: Advances in theory, methods and applications*. Routledge.
31. Manzo, L. C. (2005). For better or worse: Exploring multiple dimensions of place meaning. *Journal of environmental psychology*, 25(1), 67-86.
32. Manzo, L. C., & Perkins, D. D. (2006). Finding common ground: The importance of place attachment to community participation and planning. *Journal of planning literature*, 20(4), 335-350.
33. Marcus, C. C., & Sarkissian, W. (1986). *Housing as if people mattered: Site design guidelines for the planning of medium-density family housing (Vol. 4)*. Univ of California Press.
34. Marcus, C. C. (1992). *Environmental Memories*. In. *Place Attachment*. Altman, I., & Low, SM, eds.
35. Marris, P. (1996). *Attachment in private and public life*. New York.
36. Mazloomi, S. M., Ariffin, S. I., & Shahminan, R. N. R. (2014). A comparative analysis of perceptual and demographic predictors of sense of place dimensions in the State of Malaysia. *Asian Journal of Social Psychology*, 17(2), 128-140.
37. Mesch, G. S., & Manor, O. (1998). Social ties, environmental perception, and local attachment. *Environment and behavior*, 30(4), 504-519.
38. Norberg-Schulz, C. (2013). The phenomenon of place. In *The urban design reader* (pp. 292-304). Routledge.
39. Perkins, D. D., & Long, D. A. (2002). Neighborhood sense of community and social capital. *Psychological sense of community*, 291-318.
40. Popović, M., Petronijević, M., Stefanović, D., & Dimitrijević, M. (1998). Rational for the use of human immunoglobulins in clinical practice. *Vojnosanitetski Pregled*, 55(2 Suppl), 53-62.
41. Ramkissoon, H., Smith, L. D. G., & Weiler, B. (2013). Relationships between place attachment, place satisfaction and pro-environmental behaviour in an Australian national park. *Journal of Sustainable tourism*, 21(3), 434-457.
42. Raymond, C. M., Brown, G., & Weber, D. (2010). The measurement of place attachment: Personal, community, and environmental connections. *Journal of environmental psychology*, 30(4), 422-434.
43. Relph, E. (1976). *Place and placelessness (Vol. 67)*. London: Pion.
44. Scannell, L., & Gifford, R. (2010). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of environmental psychology*, 30(1), 1-10.
45. Secchiarioli, G., & Bonnes, M. (1995). *Environmental Psychology: A Psycho-social Introduction*. *Environmental Psychology*, 1-240.
46. Shamai, S. (1991). Sense of place: An empirical measurement. *Geoforum*, 22(3), 347-358.
47. Sime, J. D. (1986). Creating places or designing spaces?. *Journal of Environmental Psychology*, 6(1), 49-63.
48. Steele, F. (1981). *The sense of place*. CBI publishing company.
49. Stephenson, J. (2010). People and place. *Planning Theory & Practice*, 11(1), 9-21.
50. Taylor, R. B., Gottfredson, S. D., & Brower, S. (1985). Attachment to place: Discriminant validity, and impacts of disorder and diversity. *American Journal of Community Psychology*, 13(5), 525-542.
51. Thomas, D. F., & Cross, J. E. (2007). Organizations as place builders. *Journal of Behavioral and Applied Management*, 9(1), 33.
52. Trentelman, C. K. (2009). Place attachment and community attachment: A primer grounded in the lived experience of a community sociologist. *Society and natural resources*, 22(3), 191-210.
53. Twigger-Ross, C. L., & Uzzell, D. L. (1996). Place and identity processes. *Journal of environmental psychology*, 16(3), 205-220.
54. Wartmann, F. M., Stride, C. B., Kienast, F., & Hunziker, M. (2021). Relating landscape ecological metrics with public survey data on perceived landscape quality and place attachment. *Landscape Ecology*, 36, 2367-2393.
55. Waxman, L. K. (2004). *More than coffee: an examination of people, place, and community with implications for design*. The Florida State University.