

بررسی عوامل مؤثر بر دل‌بستگی مکانی دانشجویان دختر به فضاهای تعاملی: مطالعه موردی محوطه کافه – رستوران‌های مجتمع تجاری رویال

مهدی فلاحی^۱، راضیه فتحی^۲، علی عسگری^{۳*}

- ۱- کارشناسی ارشد معماری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر تهران، تهران، ایران.
mw.fallahi@gmail.com
- ۲- پژوهشگر دکتری معماری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران.
r.fathi.arch@gmail.com
- ۳- استادیار دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)
al_asgari@sbu.ac.ir

تاریخ پذیرش: [۱۴۰۳/۱۲/۷]

تاریخ دریافت: [۱۴۰۳/۹/۸]

چکیده

دل‌بستگی مکانی یکی از مفاهیم کلیدی در مطالعات روان‌شناسی محیطی و جغرافیای انسانی است که به پیوندهای عاطفی، اجتماعی و عملکردی افراد با مکان‌ها اشاره دارد. فضاهای عمومی شهری، به‌ویژه مکان‌هایی که بستری برای تعاملات اجتماعی و تجربه‌های مشترک فراهم می‌کنند، می‌توانند موجب تقویت این دل‌بستگی شوند. محوطه کافه – رستوران مجتمع تجاری رویال سعادت‌آباد یکی از این فضاهاست که به دلیل ویژگی‌های خاص خود، مورد توجه دانشجویان دختر قرار گرفته و به مکانی برای تجمع، تعامل و گذران اوقات فراغت تبدیل شده است. این پژوهش با هدف بررسی عوامل مؤثر بر دل‌بستگی مکانی دانشجویان دختر به این فضا انجام شده است و می‌کوشد تا تأثیر ویژگی‌های کالبدی، اجتماعی، فرهنگی و فردی را بر میزان این دل‌بستگی تبیین کند. روش تحقیق این مطالعه ترکیبی از روش‌های کیفی و کمی است. در بخش کیفی، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با ۲۰ دانشجوی دختر که به‌طور مستمر از این محوطه کافه – رستوران استفاده می‌کردند، انجام شد و تحلیل محتوای آن‌ها به شناسایی مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر دل‌بستگی مکانی منجر گردید. سپس، با طراحی پرسشنامه‌ای بر اساس یافته‌های کیفی، اطلاعات ۲۰۰ دانشجو گردآوری شد. داده‌های به‌دست‌آمده از طریق آمار توصیفی و آزمون‌های همبستگی و رگرسیون مورد تحلیل قرار گرفت تا میزان تأثیر هر یک از عوامل شناسایی شده مشخص شود. نتایج نشان داد که دل‌بستگی مکانی در این فضا تحت تأثیر ترکیبی از عوامل کالبدی، اجتماعی و تجربی قرار دارد. در میان این عوامل، ویژگی‌های کالبدی مانند طراحی فضا، نورپردازی و چیدمان، امکان تعاملات اجتماعی و خاطرات مشترک و تجربه‌های گذشته بیشترین تأثیر را در ایجاد این دل‌بستگی داشتند. عامل اجتماعی که شامل حضور گروه‌های مشابه، احساس راحتی در تعاملات و امکان تجربه‌ی جمعی بود، به شکل معناداری در تکرار حضور دانشجویان در این مکان نقش داشت. همچنین، تجربه‌های گذشته و خاطرات مثبت ایجادشده در این فضا موجب افزایش حس تعلق کاربران شد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که دل‌بستگی به مکان صرفاً یک واکنش فردی نیست، بلکه نتیجه تعاملات اجتماعی، خاطرات مشترک و کیفیت کالبدی محیط است که در گذر زمان شکل می‌گیرد.

واژگان کلیدی: دل‌بستگی مکانی، دانشجویان دختر، تجربه‌های مشترک، فضاهای تعاملی، مجتمع تجاری.

۱- مقدمه

مکان‌ها فراتر از فضاهای فیزیکی هستند؛ آن‌ها با خاطرات، احساسات و هویت افراد درهم آمیخته‌اند و می‌توانند بستری برای تعاملات اجتماعی، تجربه‌های مشترک و تعلقات فردی باشند. در این میان، برخی فضاها نقش پررنگ‌تری در زندگی روزمره افراد ایفا می‌کنند و به مکان‌هایی تبدیل می‌شوند که نه تنها از منظر کالبدی، بلکه از نظر عاطفی و اجتماعی نیز حائز اهمیت هستند. یکی از مفاهیمی که این ارتباط عمیق میان افراد و مکان‌ها را تبیین می‌کند، دل‌بستگی مکانی است. این مفهوم در مطالعات روان‌شناسی محیطی، جغرافیای انسانی و طراحی شهری به عنوان عاملی کلیدی در شکل‌گیری حس تعلق و تجربه مکان مورد توجه قرار گرفته است (Anggiani, Ayudya, Hirda, 2025).

دل‌بستگی مکانی، فرآیندی چندبعدی است که تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل قرار دارد. به عبارتی دل‌بستگی به مکان مفهومی پیچیده و چند سطحی بوده که بر مبنای تأثیر حسی، عاطفی و درونی مکان بر انسان تعریف می‌گردد (مطلبی، پاکروان، اسمعیلی و بهرامی‌فر، ۱۴۰۲). ویژگی‌های کالبدی مکان، از جمله طراحی فضا، نورپردازی و کیفیت خدمات، می‌توانند نقش بسزایی در ایجاد حس راحتی و جذب کاربران داشته باشند. در کنار این عوامل، نقش تعاملات اجتماعی و تجربه‌های مشترک نیز در تقویت حس دل‌بستگی غیرقابل‌انکار است (یزدان پناه شاه‌آبادی و عادل، ۱۴۰۳). مکان‌هایی که امکان تعامل، ایجاد روابط اجتماعی و برقراری ارتباط‌های معنادار را فراهم می‌کنند، معمولاً از میزان بالاتری از دل‌بستگی مکانی برخوردارند. علاوه بر این، عوامل فرهنگی، خاطرات فردی، میزان مشارکت کاربران در شکل‌گیری فضا و تجربه‌های گذشته نیز می‌توانند بر میزان تعلق افراد به یک محیط خاص اثرگذار باشند (میرزاعلی پور، لیب زاده و مطیعی، ۱۴۰۳).

در دنیای معاصر، فضاهای شهری همواره دستخوش تغییرات اجتماعی و فرهنگی بوده‌اند. برخی مکان‌ها، همچون فضاهای عمومی شهری، کافه‌ها و محوطه کافه - رستوران^۱، به دلیل ساختار منعطف و قابلیت پذیرش گروه‌های متنوع، به محیط‌هایی محبوب برای تعاملات اجتماعی و تجربه‌های روزمره تبدیل شده‌اند (هدفی و صرافانی نیک، ۱۴۰۳). در این میان، محوطه کافه - رستوران‌های عمومی که امکان حضور طولانی‌مدت، آزادی تعاملات و احساس امنیت را برای کاربران فراهم می‌کنند، به عنوان مکان‌هایی که می‌توانند دل‌بستگی مکانی را در میان افراد تقویت کنند، مورد توجه قرار گرفته‌اند. درک سازوکارهایی که موجب دل‌بستگی کاربران به این فضاها می‌شود، می‌تواند به بهبود کیفیت طراحی، مدیریت و برنامه‌ریزی این محیط‌ها کمک کند.

پژوهش حاضر با تمرکز بر محوطه کافه - رستوران مجتمع تجاری رویال، به بررسی عواملی می‌پردازد که موجب دل‌بستگی کاربران، به‌ویژه دانشجویان دختر، به این فضا شده‌اند. از آنجا که این مکان به‌عنوان یکی از نقاط تجمع دانشجویان در فضای شهری شناخته می‌شود، شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر دل‌بستگی مکانی در آن می‌تواند به فهم بهتر تعاملات انسان و محیط کمک کند. این مطالعه با بهره‌گیری از رویکردهای نظری و روش‌های تجربی، تلاش دارد ابعاد مختلف دل‌بستگی مکانی را روشن سازد و نشان دهد که چگونه ترکیب ویژگی‌های کالبدی، اجتماعی و فردی می‌تواند تجربه‌ای منحصر به فرد از مکان را برای کاربران رقم بزند. پرسش‌های اصلی که این پژوهش به آن‌ها پاسخ می‌دهد عبارت‌اند از:

- چه عواملی در ایجاد دل‌بستگی مکانی در میان کاربران این محوطه نقش دارند؟
- نقش ویژگی‌های کالبدی، اجتماعی و فرهنگی در شکل‌گیری این دل‌بستگی چیست؟
- چگونه تعاملات اجتماعی و تجربه‌های گذشته می‌توانند بر میزان تعلق به این فضا تأثیرگذار باشند؟

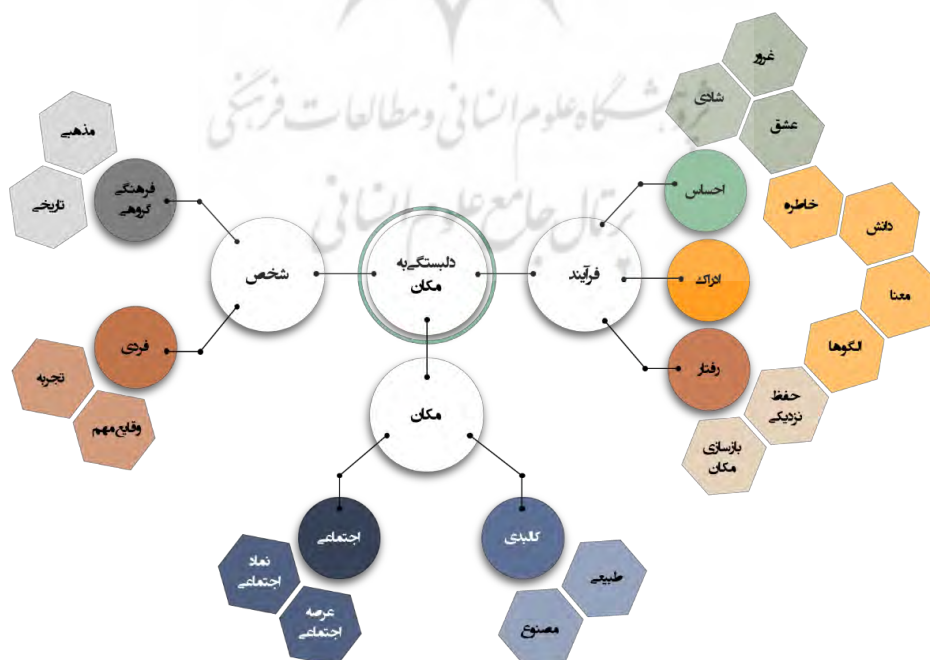
۲- مرور مبانی نظری و پیشینه

دل‌بستگی یکی از مفاهیم مهم روان‌شناسی معاصر است که به فرآیند شکل‌گیری و قطع پیوندهای عاطفی میان انسان‌ها می‌پردازد. جان بالبی، پدر نظریه دل‌بستگی، این نظریه را با استفاده از رویکردهای مختلف مانند رفتارشناسی، روانکاوی و روانشناسی تجربی توسعه داد. او در کتاب «دل‌بستگی و فقدان» (۱۹۸۲-۱۹۷۹) به بررسی نحوه شکل‌گیری دل‌بستگی در نوزادان نسبت به مراقب (مادر) و تنش ناشی از جدایی پرداخت. طبق پژوهش‌های او، دل‌بستگی دارای چهار ویژگی اصلی است: ایجاد پایه‌ای مطمئن، پناهگاه امن، تمایل به حفظ نزدیکی و اضطراب ناشی از جدایی (پورجعفر، ایزدی و خبیری، ۱۳۹۴).

دل‌بستگی مکانی یکی از مفاهیم مهم در مطالعات روان‌شناسی محیطی و جغرافیای انسانی است که به احساس ارتباط عاطفی و عملکردی افراد با مکان‌ها می‌پردازد. مدل‌های اولیه در این حوزه، دل‌بستگی را به دو بعد عملکردی و احساسی تقسیم می‌کردند. بعد عملکردی به نقش مکان در تأمین نیازهای فردی و اجتماعی مربوط می‌شود و بعد احساسی به پیوندهای عاطفی افراد با مکان و هویت مکانی اشاره دارد. محققانی مختلفی بر بعد عملکردی و احساسی تأکید داشتند (پرتوی، ۱۳۸۷). در این دیدگاه، کیفیت مکان و میزان انطباق آن با نیازهای کاربران از عوامل تعیین‌کننده دل‌بستگی بودند.

در ادامه، مطالعات جدیدتر به نقد مدل دو بعدی پرداخته و بر ابعاد اجتماعی و فرهنگی دل‌بستگی مکانی تأکید کرده‌اند. برخی از این پژوهش‌ها، مدل‌های پیچیده‌تری را پیشنهاد داده‌اند که به تفکیک دقیق‌تر میان فرآیندهای دل‌بستگی، نقش کاربران و ویژگی‌های محیطی می‌پردازند (Jia, Zhang, Zhang, 2025). یکی از این مدل‌ها، الگوی سه قطبی است که دل‌بستگی را به سه بخش مکان، فرآیند و فاعل تقسیم می‌کند. این مدل تلاش می‌کند تا نقش تعاملات اجتماعی، خاطرات فردی و محیط فیزیکی را در شکل‌گیری دل‌بستگی مکانی روشن سازد (پاکزاد، ۱۳۸۹؛ Raymond, Brown, & Weber, 2010).

به‌طور کلی، دل‌بستگی مکانی علاوه بر جنبه‌های فردی، تحت تأثیر روابط اجتماعی، تجربه‌های مشترک و کیفیت محیطی است. برخی پژوهش‌ها نیز به نقش مکان‌های کلیدی در ایجاد حس تعلق پرداخته و نشان داده‌اند که ترکیب عوامل فیزیکی، فرهنگی و روان‌شناختی، میزان دل‌بستگی افراد به یک مکان را تعیین می‌کند.



تصویر ۱- چارچوب سه جزئی دل‌بستگی به مکان (Scannel & Gifford, 2010)

دل‌بستگی مکانی به عنوان امتداد مفهوم دل‌بستگی در روان‌شناسی، نه تنها به پیوندهای عاطفی میان افراد بلکه به ارتباط آن‌ها با محیط‌های فیزیکی و اجتماعی نیز اشاره دارد. در حالی که نظریه دل‌بستگی بر اساس روابط فردی و نزدیک شکل گرفته است، دل‌بستگی مکانی با افزودن عناصر کالبدی، اجتماعی و فرهنگی، دامنه گسترده‌تری پیدا می‌کند (Ghasemieshkraftaki, Dupre, Campbell, Fernando, 2025). این پیوند میان دل‌بستگی فردی و دل‌بستگی مکانی نشان می‌دهد که احساس امنیت، پناهگاه امن و نزدیکی نه تنها در روابط انسانی بلکه در تعاملات افراد با مکان‌های خاص نیز نقش مهمی ایفا می‌کنند (صابری، پورشهریاری، عبداللهی، ۱۴۰۲). مکان‌ها از طریق خاطرات، تجربیات و معانی نمادین به بخشی از هویت افراد تبدیل می‌شوند، به‌طوری که احساس تعلق به یک مکان می‌تواند تأثیر مستقیمی بر رضایت‌مندی، تعاملات اجتماعی و حتی تصمیمات زندگی داشته باشد. از این‌رو، بررسی عوامل مختلفی که بر دل‌بستگی مکانی تأثیر می‌گذارند، از جمله ویژگی‌های کالبدی، اجتماعی و فردی، به درک بهتر این پدیده کمک می‌کند. پژوهش‌های اخیر تلاش کرده‌اند تا پیچیدگی‌های این ارتباط را روشن سازند و نشان دهند که دل‌بستگی مکانی صرفاً یک واکنش احساسی نیست، بلکه فرآیندی پویا است که تحت تأثیر تعاملات اجتماعی، زمان و کیفیت مکان قرار دارد (دانشپور، سپهری مقدم، چرخچیان، ۱۳۸۸).

مطالعات نشان می‌دهند که ویژگی‌های کالبدی و اجتماعی مکان تأثیر برابر بر دل‌بستگی افراد به محیط دارند (Eisenhauer, Krannich, 2003; Stedman, 2003; and Blahna, 2000). پژوهش‌های استدمن بر نقش مستقیم کالبد مکان در رضایت‌مندی و تأثیر غیرمستقیم آن بر دل‌بستگی از طریق معانی نمادین تأکید دارند (Stedman, 2003). ویژگی‌هایی مانند زمینه، خدمات، تسهیلات، موقعیت مکانی و ارتباط با پیرامون نیز بر دل‌بستگی تأثیرگذار هستند (Bonaiuto, Fornara and Bonnes, 2002).

بعد اجتماعی مکان نیز اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا ارتباطات اجتماعی، تعاملات فرهنگی و شبکه‌های اجتماعی تأثیر عمده‌ای بر دل‌بستگی به مکان دارند (Bonnes & Secchiaroli, 1995). صمیمیت و مشارکت در فعالیت‌های گروهی این دل‌بستگی را تقویت می‌کند. مکان‌هایی که تعاملات اجتماعی در آن‌ها قوی‌تر است، دل‌بستگی بیشتری ایجاد می‌کنند (Marcus & Sarkissian, 1986). با این حال، ممکن است برخی گروه‌ها به دلیل تفاوت‌های فرهنگی یا طبقاتی احساس تعلق کمتری داشته باشند. مکان‌های اجتماع‌محور باعث افزایش رضایت و تعاملات غیررسمی می‌شوند (Cohen & Shinar, 1985). به‌طور کلی، هر جا دل‌بستگی اجتماعی قوی‌تر باشد، توجه به عوامل کالبدی نیز بیشتر می‌شود (Bonaiuto et al, 2002).

دل‌بستگی به مکان با فعالیت‌های فرهنگی ارتباط دارد و تحت تأثیر هویت تاریخی، اسطوره‌ها، مالکیت، نظام‌های فلسفی، زیارت و آیین‌های مذهبی و روایت‌های محلی قرار می‌گیرد (Orgaz-Agüera, Puig-Cabrera, Moral-Cuadra & Domínguez-Valerio, 2025). این عناصر به مکان معنا می‌بخشند و باعث افزایش دل‌بستگی افراد می‌شوند (Hummon, 1992; Newell, 1997; Low, 1992; Lawrence, 1992).

دل‌بستگی به مکان برای افراد مختلف متفاوت است و تحت تأثیر ویژگی‌های فردی، تعلق اجتماعی و تعاملات محیطی قرار دارد (Riley, 1992). هویت گروهی، خاطرات مشترک، نشانه‌های فرهنگی و احساسات ذهنی از عوامل تأثیرگذار هستند (Low & McDonough, 2001). تفاوت‌های فردی مانند جنسیت، سن، وضعیت اجتماعی، تحصیلات و میزان تحرک نیز در این موضوع نقش دارند (Bonaiuto, 1999). کیفیت حسی، جذابیت بصری، نوع استفاده و سابقه تاریخی مکان بر احساس تعلق اثر دارند (Rubinstein & Parmelee, 1992).

دل‌بستگی به مکان اغلب پس از تجربه‌ای رضایت‌بخش شکل می‌گیرد (Prentice & Miller, 1992). حافظه جمعی و خاطرات افراد در مکان‌های خاص، تأثیر عمیقی بر حس دل‌بستگی دارد و مکان را به بخشی از هویت فردی تبدیل می‌کند. این فرآیند باعث ایجاد پیوند عاطفی قوی با مکان می‌شود، مخصوصاً زمانی که مکان حاوی خاطرات مهم زندگی باشد (Milligan, 1998).

رابطه عاطفی با مکان به میزان رضایت فرد از محیط و نحوه ارزیابی آن بستگی دارد (Bonnes & Secchiaroli, 1995). کیفیت و امنیت مکان، شامل امنیت اقتصادی، اجتماعی و فیزیکی، نقش کلیدی در دل‌بستگی ایفا می‌کند (Mesch & Manor, 1998). میزان تطابق انتظارات و نیازهای افراد با ویژگی‌های مکان، احتمال شکل‌گیری رابطه عاطفی قوی‌تر را افزایش می‌دهد. برخی پژوهش‌ها نشان داده‌اند که حس تعاملات اجتماعی و کیفیت محیط از عناصر کلیدی در دل‌بستگی به مکان هستند (Lansing, Marans, and Zehner, 1970).

تعامل انسان با محیط از طریق ارتباطات شناختی، رفتاری و عاطفی، باعث تقویت دل‌بستگی می‌شود (Low & Altman, 1992). فعالیت‌های مشترک و تجربه‌های اجتماعی نقش مهمی در ایجاد حس تعلق دارند (Green, 1999). همچنین، فضاهای عمومی که امکان تعامل اجتماعی بیشتری را فراهم می‌کنند، موجب افزایش دل‌بستگی می‌شوند (Gobster & Delgado, 1993). در مقابل، فضاهایی که از نظر فرهنگی یا اجتماعی ناسازگار باشند، ممکن است باعث احساس بیگانگی شوند (Loukaitou-Sideris, 1998).

مدت زمان سکونت و آشنایی با مکان نقش مهمی در افزایش دل‌بستگی دارد (Bonaiuto et al, 1999). مطالعات نشان می‌دهند که هرچه افراد زمان بیشتری را در یک مکان سپری کنند، پیوند عاطفی قوی‌تری با آن برقرار می‌شود (Rohe & Stegman, 1994). تجربه طولانی‌مدت در یک محیط، باعث تقویت خاطرات جمعی و افزایش حس آشنایی و امنیت می‌شود (Brower, 1988).

مشارکت افراد در شکل‌گیری مکان، باعث افزایش احساس تعلق و آشنایی با محیط می‌شود. این تعاملات اجتماعی، خاطرات تاریخی و حس امنیت را تقویت می‌کند و فرصت‌هایی را برای مشارکت در محیط فراهم می‌آورد. در نتیجه، مکان به بخشی از هویت افراد تبدیل می‌شود و در زندگی آینده آن‌ها نیز تأثیر دارد (Altman, 1993).

جدول ۱- عوامل مورد بحث در شکل‌گیری دل‌بستگی به مکان

ردیف	عامل‌های مؤثر	شاخص‌ها	نظریه‌پردازان
۱	کالبدی	زمینه، خدمات، تسهیلات، موقعیت مکانی، ارتباط با پیرامون	Eisenhauer et al, 2000; Stedman, 2003; Bonaiuto et al, 2002
۲	اجتماعی	ارتباطات اجتماعی، تعاملات فرهنگی، شبکه‌های اجتماعی، مشارکت	Bonnes & Secchiaroli, 1995; Marcus & Sarkissian, 1986; Cohen & Shinar, 1985
۳	فرهنگی	هویت تاریخی، اسطوره‌ها، مالکیت، آیین‌ها، روایت‌های محلی	Low & Altman, 1992; Hummon, 1992; Newell, 1997; Lawrence, 1992
۴	فردی	ویژگی‌های فردی، خاطرات، نشانه‌های فرهنگی، احساسات ذهنی	Riley, 1992; Low & McDonough, 2001; Bonaiuto et al, 1999
۵	خاطرات و تجربیات	حافظه جمعی، خاطرات، پیوندهای عاطفی، تجربه‌های شخصی	Prentice & Miller, 1992; Milligan, 1998
۶	رضایتمندی از مکان	کیفیت و امنیت مکان، تطابق نیازها، رضایت فردی	Bonnes & Secchiaroli, 1995; Mesch & Manor, 1998; Lansing et al, 1970
۷	فعالیتی و تعاملی	ارتباط شناختی، فعالیت‌های مشترک، فضاهای عمومی، تعاملات	Low & Altman, 1992; Green, 1999; Gobster & Delgado, 1993; Loukaitou-Sideris, 1998
۸	زمان	مدت زمان سکونت، آشنایی با مکان، تجربه‌های طولانی‌مدت	Bonaiuto et al, 1999; Rohe & Stegman, 1994; Brower, 1988
۹	مشارکت در طراحی مکان	مشارکت در شکل‌گیری مکان، تعاملات اجتماعی، حس امنیت	Altman, 1993

۳- روش‌شناسی

این پژوهش با هدف بررسی عوامل مؤثر بر دل‌بستگی مکانی دانشجویان دختر به محوطه کافه - رستوران مجتمع تجاری رویال انجام شده است. برای دستیابی به این هدف، از روش تحقیق ترکیبی بهره گرفته شد که شامل گردآوری داده‌های نظری و میدانی بود. در گام نخست، متغیرهای کلیدی پژوهش از طریق مطالعات نظری استخراج شد. در این مرحله، منابع معتبر و گزاره‌های پر استناد در حوزه دل‌بستگی مکانی مورد بررسی قرار گرفتند تا چارچوبی دقیق برای تحلیل شکل‌گیری این دل‌بستگی تدوین شود. این فرآیند منجر به شناسایی ۹ عامل کلیدی شد که در پژوهش حاضر به‌عنوان متغیرهای اصلی مورد بررسی قرار گرفتند. این عوامل شامل ویژگی‌های کالبدی، اجتماعی، فرهنگی، فردی، خاطرات و تجربیات، رضایتمندی از مکان، فعالیتی و تعاملی، زمان و مشارکت در طراحی مکان بودند.

در مرحله بعد، به‌منظور گردآوری داده‌های میدانی، پژوهش از طریق ترکیب روش‌های مصاحبه و نظرسنجی ساختاریافته انجام شد. نمونه‌گیری بر اساس رویکرد غیرتصادفی و متأثر از بررسی اولیه رفتار کاربران در مکان انجام گرفت. در این فرآیند، ابتدا افرادی که به‌طور مستمر در محوطه کافه - رستوران حضور داشتند، شناسایی شدند. این شناسایی از طریق مشاهده مستمر و بررسی رفتار آن‌ها در تعامل با محیط انجام گرفت. در ادامه، از طریق گفت‌وگوی پایه پیرامون تجربه و عملکرد فرد در مکان، اطمینان حاصل شد که این افراد واجد شرایط مشارکت در پژوهش هستند. پس از این مرحله، شرکت‌کنندگان نهایی برای انجام مصاحبه یا تکمیل پرسشنامه انتخاب شدند.

برای بخش کیفی پژوهش، از مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته استفاده شد. این مصاحبه‌ها با هدف درک عمیق‌تر انگیزه‌های ذهنی و عاطفی کاربران از حضور در فضا انجام گرفت و بر روی ۲۰ نفر از دانشجویانی که به‌طور مداوم از این فضا استفاده می‌کردند، متمرکز شد. مصاحبه‌ها در محیط کافه - رستوران و در فضایی آرام انجام شد تا شرکت‌کنندگان احساس راحتی داشته باشند و تجربیات خود را به‌طور صریح بیان کنند. متن مصاحبه‌ها با روش تحلیل محتوای کیفی بررسی شد تا الگوهای معنادار در پاسخ‌ها شناسایی و تحلیل شوند.

در مرحله کمی، یک پرسشنامه ساختاریافته طراحی شد که شامل گویه‌های مرتبط با ۹ عامل شناسایی‌شده در مرحله نخست پژوهش بود. این پرسشنامه در میان ۲۰۰ دانشجوی دختر که حضور مستمر در فضای کافه - رستوران داشتند، توزیع شد. طراحی گویه‌ها بر اساس مطالعات نظری و یافته‌های حاصل از تحلیل محتوای مصاحبه‌ها انجام گرفت و برای هر یک از عوامل پژوهش، شاخص‌هایی مشخص شد. مقیاس مورد استفاده در پرسشنامه، طیف لیکرت پنج درجه‌ای بود که به شرکت‌کنندگان امکان می‌داد میزان موافقت خود با هر یک از گزاره‌ها را ارزیابی کنند.

برای سنجش روایی پرسشنامه، از روایی محتوایی استفاده شد و اعتبار آن با نظر متخصصان حوزه‌های روان‌شناسی محیطی و طراحی شهری تأیید گردید. همچنین، پایایی ابزار پژوهش از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت که مقدار آن برای تمامی متغیرهای پژوهش بالاتر از ۰/۷ به‌دست آمد که نشان‌دهنده سطح مطلوبی از انسجام درونی گویه‌ها بود.

رویکرد پژوهش حاضر، با ترکیب روش‌های کیفی و کمی، امکان درک عمیق‌تر فرآیند دل‌بستگی مکانی را فراهم آورد. این ترکیب نه تنها به تبیین عوامل عینی و کالبدی دل‌بستگی کمک کرد، بلکه ابعاد ذهنی و تجربی کاربران را نیز مورد بررسی قرار داد. نتایج این مطالعه می‌تواند در طراحی بهینه فضاهای عمومی مشابه و ارتقای کیفیت محیط‌های اجتماعی مؤثر باشد.

مجتمع تجاری اداری رویال در تقاطع بلوار دریا و بلوار خوردین در منطقه سعادت‌آباد تهران واقع شده است. این مجتمع با ۱۸ طبقه شامل ۲ طبقه تجاری، ۸ طبقه اداری، ۱ طبقه کافه - رستوران و ۷ طبقه پارکینگ هوشمند، یکی از مراکز فعال در منطقه ۲ تهران به‌شمار می‌رود. محوطه کافه - رستوران مجتمع با طراحی مدرن و تراس بزرگ، فضایی مناسب برای استراحت و تعاملات اجتماعی فراهم کرده

است (غفاری مرندي، ۱۳۹۶). عنایت به اینکه تحقق یک مکان سوم و ارتقای حس تعلق به آن، ضمن وابستگی به عوامل کالبدی و فیزیکی مؤثر بر دعوت مخاطب به حضور در مکان، نیازمند تطابق سیاست‌گذاری مجریان و مدیران سازمان‌دهنده مکان، کیفیت جامعه‌ی مخاطب و عوامل رفتاری حاکم بر آن است (عسگری، ۱۴۰۰)، این مکان در پژوهش حاضر به عنوان بستر مطالعه انتخاب گردیده است. این فضا، به دلیل ویژگی‌های خاص خود، به یکی از محل‌های محبوب برای تجمع گروه‌های دانشجویی تبدیل شده است. برخلاف سایر فضاهای عمومی شهری که اغلب دارای محدودیت‌های زمانی یا کاربری‌های رسمی هستند، این محوطه کافه - رستوران امکان حضور طولانی‌مدت بدون نگرانی‌های جانبی را فراهم کرده است. دانشجویان، با یک سفارش ساده از کافه‌ها، می‌توانند ساعت‌ها در این محیط بمانند که نشان‌دهنده نوعی دل‌بستگی مکانی است. این دل‌بستگی در طول زمان شکل گرفته و تکرار حضور این افراد در مکان، نشان از جذابیت‌های نهفته در آن دارد. از این‌رو، پژوهش حاضر درصدد بود تا عواملی را که موجب افزایش این دل‌بستگی می‌شوند، شناسایی کند.

۴- یافته‌ها

به‌منظور درک عمیق‌تر فرآیند دل‌بستگی مکانی در فضای محوطه کافه - رستوران مجتمع تجاری رویال، در بخش کیفی پژوهش از مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته استفاده شد. در این مرحله، ۲۰ دانشجوی دختر که به‌طور مستمر از این فضا استفاده می‌کردند، مورد مصاحبه قرار گرفتند. تحلیل این مصاحبه‌ها با روش تحلیل محتوای کیفی انجام شد و داده‌ها بر اساس مضامین استخراج‌شده، دسته‌بندی گردیدند. هدف از این بخش، شناسایی ابعاد ذهنی و تجربی دل‌بستگی مکانی از نگاه کاربران بود.

جدول ۲- مضامین کلی در گفتگوها تحلیل شده در روند پژوهش

مضمون کلیدی	توضیح	نمونه گفته‌های شرکت‌کنندگان
راحتی دسترسی	دسترسی ساده و موقعیت مناسب مکانی که امکان حضور مکرر را فراهم می‌کند.	«همیشه از دانشگاه می‌توانم راحت به اینجا بیایم»
چیدمان و طراحی	نحوه چیدمان میزها، طراحی داخلی و نورپردازی که حس دل‌پذیری ایجاد می‌کند.	«فضای چیدمانش جوریه که راحت با دوستانم می‌نشینم»
حس امنیت	احساس آرامش و امنیت که امکان حضور طولانی‌مدت را فراهم می‌کند.	«اینجا بدون نگرانی ساعت‌ها می‌مانم»
تعامل اجتماعی	امکان تعامل با دیگران، حضور دوستان و داشتن ارتباطات اجتماعی بدون محدودیت.	«این فضا باعث می‌شود دوستانم را بیشتر ببینم»
حضور گروه‌های مشابه	حضور افراد مشابه از لحاظ فرهنگی و اجتماعی که حس آشنایی و تعلق را تقویت می‌کند.	«همه آدم‌هایی که اینجا میان، تقریباً مثل هم هستن»
خاطرات و تجربه‌های مشترک	داشتن خاطرات مثبت از حضور در این مکان و تجربه‌های مشترک با دیگران.	«یادآور روزهای خوبی است که با دوستانم اینجا بودم»
امکان ماندگاری طولانی	نبود محدودیت زمانی برای حضور و امکان استفاده آزادانه از فضا.	«می‌توانم ساعت‌ها اینجا باشم و مشکلی پیش نمی‌آید»
راحتی در تعامل و گفتگو	آزادی در برقراری ارتباطات اجتماعی و نبود محدودیت‌های سختگیرانه.	«اینجا می‌توانم با خیال راحت حرف بزنم»

تحلیل داده‌های کیفی نشان داد که دل‌بستگی مکانی دانشجویان به این فضا تحت تأثیر ترکیبی از عوامل کالبدی، اجتماعی و تجربی است. اکثر شرکت‌کنندگان به راحتی دسترسی، چیدمان فضا، نورپردازی و حس امنیت محیط به‌عنوان عوامل کالبدی مؤثر اشاره کردند.

همچنین، امکان تعامل اجتماعی، حضور دوستان، حس صمیمیت و تجربه‌های مشترک از مهم‌ترین ابعاد اجتماعی دل‌بستگی بود. خاطرات مشترک، تجربه‌های مثبت گذشته و احساس آرامش ناشی از حضور در این مکان نیز از عناصر تأثیرگذار بر دل‌بستگی مکانی شناخته شد. در جدول (۲)، مهم‌ترین مضامین استخراج‌شده از مصاحبه‌ها ارائه شده را نمایش می‌دهد. همچنین برای بررسی میزان تکرار مضامین، کلیدواژگان پرتکرار استخراج شدند که در جدول (۳) ارائه داده شده است:

نتایج این بخش نشان می‌دهد که تعامل اجتماعی، امکان تجربه‌های مشترک و ویژگی‌های کالبدی مناسب، نقش پررنگی در شکل‌گیری دل‌بستگی مکانی دانشجویان به این فضا دارد. ترکیب این عوامل، تجربه‌ای منحصربه‌فرد برای کاربران ایجاد کرده که باعث شده این مکان به فضایی مهم در زندگی روزمره آن‌ها تبدیل شود.

جدول ۳- کلیدواژگان پرتکرار در گفتگوها

کلیدواژه	تعداد تکرار در مصاحبه‌ها	کلیدواژه	تعداد تکرار در مصاحبه‌ها
امنیت	۱۸ بار	دسترسی آسان	۱۲ بار
دوستان	۱۵ بار	خاطرات مشترک	۱۰ بار
تعامل اجتماعی	۱۴ بار	نورپردازی	۹ بار
راحتی	۱۳ بار	حس تعلق	۸ بار

طراحی ابزار پژوهش بر اساس مبانی نظری دل‌بستگی مکانی و بررسی‌های اولیه انجام‌شده در فضا صورت گرفت. با مرور مطالعات پیشین، ۹ عامل کلیدی دل‌بستگی به مکان شناسایی شدند که در این پژوهش به‌عنوان متغیرهای اصلی بررسی شدند. این عوامل عبارت‌اند از: کالبدی، اجتماعی، فرهنگی، فردی، خاطرات و تجربیات، رضایتمندی از مکان، فعالیت و تعاملی، زمان و مشارکت در طراحی مکان. بر این اساس، پرسشنامه‌ای طراحی شد که شامل سه بخش اصلی بود: بخش اول، شامل اطلاعات جمعیت‌شناختی دانشجویان مانند سن، مقطع تحصیلی و میزان دفعات مراجعه به فضا بود. بخش دوم، به بررسی هر یک از ۹ عامل دل‌بستگی مکانی اختصاص داشت که برای سنجش هر عامل، چندین گویه مشخص شد. این گویه‌ها بر اساس مصاحبه‌های اولیه استخراج شده و در قالب مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای تنظیم شدند. در بخش پایانی نیز از شرکت‌کنندگان خواسته شد که میزان کلی دل‌بستگی خود به این فضا را ارزیابی کنند.

در طراحی شاخص‌های هر یک (جدول ۴) از این عوامل، شاخص‌هایی همچون نورپردازی، چیدمان، تسهیلات و دسترسی برای عامل کالبدی؛ میزان تعامل اجتماعی، راحتی در ارتباطات و حس اجتماع‌پذیری برای عامل اجتماعی؛ و هویت فرهنگی و ارزش‌های محلی برای عامل فرهنگی مدنظر قرار گرفت. همچنین، عواملی مانند احساس آرامش، تناسب با نیازهای شخصی و ایجاد انگیزه‌ی استفاده در بخش فردی گنجانده شد. خاطرات گذشته و تجربه‌های مثبت، کیفیت خدمات و امنیت فضا، امکان انجام فعالیت‌های جمعی و میزان مشارکت کاربران در شکل‌گیری این محیط نیز در قالب گویه‌های جداگانه مورد بررسی قرار گرفتند. این گویه‌ها همگی بر اساس یافته‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌های انجام‌شده و بررسی‌های پیشین تدوین شدند. هدف این بود که مشخص شود کدام یک از این عوامل بیشترین تأثیر را در ایجاد دل‌بستگی مکانی دارند و چگونه تعامل آن‌ها با یکدیگر می‌تواند موجب جذب بیشتر کاربران شود.

جدول ۴- نمونه از گویه‌های مورد استفاده در پرسشنامه پژوهش

عامل	شاخص‌ها	نمونه گویه‌ها
------	---------	---------------

کالبدی	نورپردازی، چیدمان، دسترسی، زیبایی بصری	«فضای محوطه کافه - رستوران دارای چیدمان و طراحی راحت و جذابی است»
اجتماعی	تعاملات بین افراد، احساس راحتی، اجتماع‌پذیری	«در این فضا احساس راحتی بیشتری برای وقت‌گذرانی با دوستانم دارم»
فرهنگی	سبک معماری، حس محلی بودن، ارزش‌های فرهنگی	«این فضا دارای حس و هویت فرهنگی خاصی است که آن را از سایر مکان‌ها متمایز می‌کند»
فردی	احساس آرامش، تناسب با شخصیت، انگیزه‌ی استفاده	«این فضا با نیازها و شخصیت من هماهنگ است»
خاطرات و تجربیات	تجربه‌های گذشته، خاطرات گروهی، حس نوستالژی	«تجربه‌های قبلی من در این مکان تأثیر مثبتی بر احساس من نسبت به آن دارد»
رضایتمندی از مکان	امنیت، کیفیت خدمات، قیمت مناسب	«امنیت این فضا باعث می‌شود که زمان بیشتری در آن بمانم»
فعالیتی و تعاملی	امکان انجام کارهای گروهی، تسهیلات مشترک	«این فضا برای انجام کارهای گروهی و تعاملات اجتماعی مناسب است»
زمان	مدت زمان حضور، تعداد دفعات مراجعه	«هرچه بیشتر در این مکان وقت بگذرانم، احساس دل‌بستگی بیشتری به آن دارم»
مشارکت در طراحی مکان	انعطاف‌پذیری فضا، نظرخواهی از کاربران	«به نظر می‌رسد طراحی این فضا متناسب با نیاز کاربران انجام شده است»

برای تحلیل داده‌ها، از روش‌های آماری مناسب استفاده شد. در مرحله نخست، داده‌های گردآوری‌شده از طریق آمار توصیفی بررسی شده و شاخص‌هایی مانند میانگین و انحراف معیار برای هر عامل محاسبه شد. سپس، تحلیل همبستگی کندال برای بررسی ارتباط بین هر یک از ۹ عامل و دل‌بستگی مکانی به کار گرفته شد. این ضریب همبستگی به دلیل ماهیت داده‌ها که از نوع رتبه‌ای بودند، انتخاب شد و امکان بررسی میزان ارتباط بین متغیرهای پژوهش را فراهم کرد. نتایج این تحلیل نشان داد که هر ۹ عامل در ایجاد دل‌بستگی به مکان تأثیرگذار هستند، اما برخی از آن‌ها اثر بیشتری نسبت به سایرین دارند.

در میان عوامل بررسی‌شده، سه عامل «فعالیتی و تعاملی»، «کالبدی» و «اجتماعی» دارای بیشترین تأثیر بودند. این نتیجه نشان می‌دهد که امکان انجام فعالیت‌های گروهی، تعاملات اجتماعی و تجربه‌ی فضای مشترک، بیشترین نقش را در دل‌بستگی مکانی دانشجویان دختر به این فضا ایفا می‌کند. محیط کافه - رستوران به عنوان یک محیط منعطف و غیررسمی، بستری را برای تعامل‌های روزمره و انجام فعالیت‌های مشترک ایجاد کرده است که این امر موجب افزایش حس تعلق به مکان می‌شود. عامل کالبدی نیز که شامل طراحی فضا، چیدمان مناسب و دسترسی به امکانات رفاهی است، نقش قابل توجهی در ایجاد احساس راحتی و جذب دانشجویان دارد. این امر به‌ویژه در محیط‌های شهری که فضاهای عمومی مناسب برای تجمع‌های گروهی کمتر دیده می‌شود، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. عامل اجتماعی نیز که شامل احساس امنیت در تعاملات، حضور گروه‌های مشابه و نبود محدودیت‌های سخت‌گیرانه است، باعث شده که این فضا به مکانی ایده‌آل برای گذراندن وقت و ایجاد روابط اجتماعی تبدیل شود.

برای نمایش دقیق‌تر روابط بین این عوامل، از جدول ضرایب کندال استفاده شد که میزان همبستگی میان متغیرهای مختلف را نشان می‌دهد. در این جدول، ضرایب محاسبه‌شده برای هر یک از عوامل ارائه شده و تأثیر بالاتر سه عامل برتر نسبت به سایر عوامل به وضوح مشخص است. تحلیل این ضرایب بیانگر آن است که درحالی‌که همه عوامل در شکل‌گیری دل‌بستگی مکانی نقش دارند، اما میزان اثرگذاری برخی از آن‌ها، مانند فعالیت‌های تعاملی و اجتماعی، کیفیت کالبدی و احساس راحتی در برقراری ارتباطات، بسیار قوی‌تر از

سایر عوامل است؛ بنابراین، برای درک بهتر چگونگی شکل‌گیری دل‌بستگی مکانی در میان دانشجویان دختر، لازم است که به نقش محیط‌های اجتماعی، امکان انجام فعالیت‌های مشترک و ویژگی‌های کالبدی فضاهای عمومی توجه ویژه‌ای شود.

جدول ۵- ضریب کندال مؤلفه‌های مورد بحث پژوهش

کالبدی	اجتماعی	فرهنگی	فردی	خاطرات و تجربیات	رضایتمندی از مکان	فعالیتی و تعاملی	زمان	مشارکت در طراحی مکان
کالبدی	۱	۰/۹	۰/۸۱۳	۰/۷۵۹	۰/۵۸۲	۰/۵۴۳	۰/۸۶۶	۰/۷۶
اجتماعی	۰/۹	۱	۰/۸۸۸	۰/۸۳۳	۰/۵۸۵	۰/۵۷۳	۰/۶۲۲	۰/۷۱
فرهنگی	۰/۸۱۳	۰/۸۸۸	۱	۰/۴۵۶	۰/۵۱۷	۰/۵۸۲	۰/۷۱۴	۰/۴۸
فردی	۰/۷۵۹	۰/۸۳۳	۰/۴۵۶	۱	۰/۴۶۸	۰/۴۲۶	۰/۷۸۶	۰/۷۲۳
خاطرات و تجربیات	۰/۵۸۲	۰/۵۸۵	۰/۵۱۷	۰/۴۶۸	۱	۰/۵۹۸	۰/۷۶۴	۰/۵۰۴
رضایتمندی از مکان	۰/۵۸۲	۰/۵۷۳	۰/۵۴۳	۰/۴۲۶	۰/۵۹۸	۱	۰/۷۷۶	۰/۷۵۸
فعالیتی و تعاملی	۰/۵۴۳	۰/۵۷۳	۰/۵۸۲	۰/۴۲۶	۰/۵۹۸	۱	۰/۷۷۶	۰/۷۵۸
زمان	۰/۸۶۶	۰/۶۲۲	۰/۷۱۴	۰/۷۸۶	۰/۷۶۴	۰/۷۷۶	۱	۰/۴۷۹
مشارکت در طراحی مکان	۰/۷۶	۰/۷۱	۰/۴۸	۰/۷۲۳	۰/۵۰۴	۰/۷۵۸	۰/۴۷۹	۱

همان‌گونه که در جدول (۵) نشان می‌دهد که تمامی عوامل بررسی‌شده در شکل‌گیری دل‌بستگی مکانی دانشجویان دختر به محیط کافه - رستوران مجتمع تجاری رویال تأثیرگذار هستند. بااین‌حال، برخی از این عوامل نسبت به سایرین نقش پررنگ‌تری ایفا می‌کنند. بر اساس ضرایب محاسبه‌شده، سه عامل «فعالیتی و تعاملی»، «کالبدی» و «اجتماعی» بیشترین همبستگی را با دل‌بستگی مکانی نشان دادند. این یافته‌ها حاکی از آن است که فضاهای عمومی‌ای که امکان تعاملات اجتماعی، انجام فعالیت‌های گروهی و ایجاد تجربه‌های مشترک را فراهم می‌کنند، پتانسیل بالاتری برای جلب و حفظ کاربران دارند.

همچنین، نقش ویژگی‌های کالبدی، مانند چیدمان فضا، نورپردازی، دسترسی مناسب و طراحی بصری، در ایجاد احساس راحتی و تداوم حضور دانشجویان در این محیط مشهود است. عامل اجتماعی نیز که شامل احساس تعلق، امنیت ارتباطی و راحتی تعاملات میان کاربران است، یکی دیگر از دلایل کلیدی حضور مستمر دانشجویان در این مکان به شمار می‌رود. این نتایج می‌تواند در طراحی بهتر فضاهای مشابه مورد استفاده قرار گیرد، به‌گونه‌ای که با تأکید بر ویژگی‌های تعاملی، طراحی مطلوب و تسهیل ارتباطات اجتماعی، محیط‌هایی جذاب و کارآمدتر برای کاربران ایجاد شود.

این یافته‌ها می‌توانند در سیاست‌گذاری‌های شهری و طراحی فضاهای عمومی مشابه مورد استفاده قرار گیرند. از آنجا که دل‌بستگی مکانی نه تنها به ویژگی‌های فیزیکی، بلکه به تعاملات اجتماعی و تجربه‌های مثبت فردی نیز وابسته است، فراهم کردن محیط‌هایی که امکان حضور طولانی‌مدت، فعالیت‌های گروهی و تعاملات اجتماعی را تسهیل کنند، می‌تواند موجب افزایش حس تعلق به مکان و وفاداری کاربران به فضا شود. جدول مربوط به ضرایب همبستگی کندال، به‌عنوان یکی از بخش‌های کلیدی این پژوهش، این یافته‌ها را به‌طور دقیق‌تر نمایش می‌دهد و تأثیر متغیرهای مختلف را در شکل‌گیری دل‌بستگی مکانی در میان دانشجویان دختر مجتمع تجاری رویال مشخص می‌سازد.

برای بررسی تأثیر عوامل مختلف بر دل‌بستگی مکانی دانشجویان دختر به مجتمع تجاری رویال، از روش‌های آماره‌های استنباطی و تحلیل همبستگی استفاده شد. در گام نخست، داده‌های گردآوری‌شده از ۲۰۰ دانشجو مورد بررسی قرار گرفتند و تحلیل توصیفی نشان داد که میانگین دل‌بستگی به مکان در بین پاسخ‌دهندگان نسبتاً بالا است. با این حال، برای مشخص کردن میزان تأثیر هر یک از ۹ عامل کلیدی پژوهش، از آزمون همبستگی کندال استفاده شد.

نتایج تحلیل همبستگی کندال نشان داد که تمامی متغیرها دارای ارتباط مثبت و معنادار با دل‌بستگی مکانی هستند، اما میزان این ارتباط در میان متغیرها متفاوت است. بالاترین همبستگی بین عامل «فعالیتی و تعاملی» و دل‌بستگی به مکان مشاهده شد ($\tau = 0.78$) که نشان‌دهنده اهمیت بالای تعاملات اجتماعی، امکان انجام کارهای گروهی و فرصت‌های فعالیتی در ایجاد احساس تعلق به این فضا است. همچنین، عامل‌های کالبدی ($\tau = 0.76$)، و اجتماعی ($\tau = 0.71$)، همبستگی نسبتاً بالایی با دل‌بستگی مکانی داشتند که نشان می‌دهد ویژگی‌های فیزیکی و اجتماعی فضا از دیگر مؤلفه‌های تأثیرگذار محسوب می‌شوند.

به‌منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده‌های پژوهش، آزمون کولموگروف - اسمیرنوف انجام شد (جدول ۴). این آزمون یکی از رایج‌ترین روش‌ها برای سنجش نرمال بودن توزیع متغیرها است و تعیین می‌کند که آیا داده‌های مربوط به هر یک از ۹ عامل دل‌بستگی مکانی از توزیع نرمال پیروی می‌کنند یا خیر. از آنجاکه بسیاری از تحلیل‌های آماری، به‌ویژه تحلیل‌های همبستگی و رگرسیون، تحت تأثیر نرمال بودن داده‌ها قرار دارند، انجام این آزمون ضروری بود.

نتایج آزمون نشان داد که مقدار p-value برای تمامی متغیرها کمتر از ۰.۰۵ است که بیانگر آن است که داده‌ها از توزیع نرمال پیروی نمی‌کنند. این موضوع تأیید می‌کند که توزیع داده‌های پژوهش ناپارامتریک است و بنابراین، برای تحلیل‌های همبستگی و رگرسیون از روش‌های مناسب برای داده‌های ناپارامتریک، از جمله آزمون همبستگی اسپیرمن و رگرسیون چندمتغیره ناپارامتریک استفاده شد.

مقدار آماره $K-S$ برای متغیرهای مختلف پژوهش نشان داد که بیشترین مقدار مربوط به عامل فرهنگی ($K-S = 0.158, P < 0.001$) و عامل فعالیتی و تعاملی ($K-S = 0.175, P < 0.001$) بوده است. این امر نشان می‌دهد که این دو متغیر دارای بیشترین انحراف از توزیع نرمال هستند. از سوی دیگر، کمترین مقدار آماره $K-S$ مربوط به عامل فردی ($K-S = 0.121, P < 0.015$) و عامل زمان ($K-S = 0.129, P < 0.010$) بوده که نشان می‌دهد این متغیرها نسبت به سایر عوامل، انحراف کمتری از نرمال بودن دارند، اما همچنان از توزیع نرمال پیروی نمی‌کنند.

این یافته‌ها اهمیت استفاده از آزمون‌های ناپارامتریک را در تحلیل‌های آماری این پژوهش برجسته می‌کند. نرمال نبودن داده‌ها نشان می‌دهد که استفاده از آزمون‌های پارامتریک، مانند آزمون پیرسون برای همبستگی یا رگرسیون خطی معمولی، می‌تواند منجر به نتایج نادرست شود؛ بنابراین، برای دقت و اعتبار بیشتر تحلیل‌ها، از روش‌هایی مانند همبستگی اسپیرمن و مدل‌های رگرسیونی که با داده‌های ناپارامتریک سازگارند، استفاده شد.

این نتایج بیانگر آن است که در پژوهش‌های مرتبط با دل‌بستگی مکانی، توزیع داده‌ها اغلب به‌صورت نرمال نیست و به دلیل تأثیر عوامل اجتماعی، کالبدی و تجربی، تمایل به توزیع‌های نامتقارن دارد. در نتیجه، برنامه‌ریزان شهری و طراحان فضاهای عمومی باید توجه داشته باشند که تحلیل‌های مبتنی بر رفتار کاربران در فضاهای عمومی، نیازمند روش‌های آماری انعطاف‌پذیرتری هستند که ویژگی‌های واقعی داده‌ها را به‌درستی منعکس کنند. جدول آزمون کولموگروف - اسمیرنوف این نتایج را به‌صورت دقیق نمایش داده و تأیید می‌کند که برای تحلیل‌های پژوهش باید از روش‌های آماری جایگزین مناسب استفاده شود.

جدول ۶- آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن متغیرها

عامل	آماره K-S	سطح معناداری (p)
کالبدی	۰/۱۴۵	۰/۰۰۲
اجتماعی	۰/۱۳۲	۰/۰۰۵
فرهنگی	۰/۱۵۸	۰
فردی	۰/۱۲۱	۰/۰۱۵
خاطرات و تجربیات	۰/۱۳۶	۰/۰۰۸
رضایتمندی از مکان	۰/۱۴۸	۰/۰۰۱
فعالیتی و تعاملی	۰/۱۷۵	۰
زمان	۰/۱۲۹	۰/۰۱
مشارکت در طراحی مکان	۰/۱۴۲	۰/۰۰۴

نتایج تحلیل همبستگی اسپیرمن نشان می‌دهد که تمامی ۹ عامل کلیدی دل‌بستگی به مکان دارای ارتباط مثبت و معنادار با یکدیگر هستند (جدول ۷). این موضوع تأیید می‌کند که دل‌بستگی مکانی یک پدیده چندبعدی است که تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل کالبدی، اجتماعی، فرهنگی و فردی قرار دارد. در میان این عوامل، فعالیتی و تعاملی، کالبدی و اجتماعی بیشترین میزان همبستگی را با دل‌بستگی به مکان نشان داده‌اند.

بالاترین همبستگی بین فعالیتی و تعاملی با دل‌بستگی مکانی مشاهده شد که تأکید می‌کند فرصت‌های تعاملات اجتماعی، انجام فعالیت‌های مشترک و حضور در یک محیط پویا، تأثیر مهمی بر احساس تعلق به فضا دارد. از سوی دیگر، همبستگی بالای عامل کالبدی نشان می‌دهد که ویژگی‌های فیزیکی مانند چیدمان مناسب، نورپردازی، دسترسی و کیفیت فضا نقش مهمی در ایجاد احساس راحتی و افزایش تمایل به حضور در مکان دارند. همچنین، عامل اجتماعی نیز دارای همبستگی بالایی بوده که نشانگر اهمیت روابط میان‌فردی و حس تعلق به یک گروه اجتماعی در شکل‌گیری دل‌بستگی مکانی است.

سایر مؤلفه‌ها مانند زمان، خاطرات و تجربیات و رضایتمندی از مکان نیز دارای همبستگی معنادار با دل‌بستگی به مکان بودند، اما تأثیر آن‌ها در مقایسه با سه عامل اصلی کمتر بود. این یافته‌ها نشان می‌دهد که دانشجویان دختر نه تنها به ویژگی‌های فیزیکی و امکانات محیط توجه دارند، بلکه تعاملات اجتماعی و تجربیات شخصی در فضا نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در میزان دل‌بستگی آنان دارد. این امر ضرورت برنامه‌ریزی و طراحی فضاهای عمومی به گونه‌ای که از نظر کالبدی، اجتماعی و تعاملی پاسخگوی نیازهای کاربران باشد را نشان می‌دهد. نتایج جدول همبستگی اسپیرمن این روابط را به صورت دقیق نمایش داده و به فهم بهتر ارتباط میان متغیرهای پژوهش کمک می‌کند.

به منظور بررسی میزان تأثیر هر یک از ۹ عامل دل‌بستگی به مکان بر احساس تعلق دانشجویان دختر به محوطه کافه - رستوران، از رگرسیون چندمتغیره استفاده شد (جدول ۸). این روش آماری نشان داد که برخی از عوامل تأثیر قوی‌تری نسبت به سایرین دارند و می‌توانند دل‌بستگی مکانی را به طور معناداری پیش‌بینی کنند.

بالاترین مقدار ضریب بتا (β) مربوط به عامل فعالیتی و تعاملی ($\beta = ۰/۴۸$) بود که تأثیر چشمگیری بر دل‌بستگی مکانی داشت. این موضوع نشان می‌دهد که وجود تعاملات اجتماعی، امکان انجام کارهای گروهی و پویایی محیط، مهم‌ترین دلیل جذب و حفظ دانشجویان دختر در این فضا است. عامل دوم از نظر تأثیرگذاری، ویژگی‌های کالبدی ($\beta = ۰/۴۲$) بود که مشخص می‌کند کیفیت طراحی، راحتی

محیط و دسترسی به امکانات رفاهی از عوامل کلیدی در شکل‌گیری دل‌بستگی مکانی محسوب می‌شوند. عامل اجتماعی نیز با ضریب بتای ۰.۳۶ تأثیر قابل توجهی داشته که تأکید می‌کند احساس امنیت، امکان برقراری ارتباطات اجتماعی و حضور گروه‌های مشابه، نقش مهمی در ایجاد حس تعلق به مکان دارد.

جدول ۷ - همبستگی اسپیرمن مؤلفه‌ها

کالبدی	اجتماعی	فرهنگی	فردی	خاطرات و تجربیات	رضایتمندی از مکان	فعالیتی و تعاملی	زمان	مشارکت طراحی مکان	
۱	۰/۶۸۵	۰/۵۵۲	۰/۶۷۵	۰/۶۸۳	۰/۸۸۵	۰/۸۳۹	۰/۹۶۴	۰/۷۵۶	ضریب همبستگی
۰/۶۸۵	۱	۰/۸۸	۰/۷۸۱	۰/۸۸۵	۰/۷۴۷	۰/۷۶۱	۰/۷۱۴	۰/۵۱۳	اجتماعی
۰/۵۵۲	۰/۸۸	۱	۰/۵۵۷	۰/۶۵۴	۰/۸۵۴	۰/۵۲۵	۰/۶۰۵	۰/۷۷۸	فرهنگی
۰/۶۷۵	۰/۷۸۱	۰/۵۵۷	۱	۰/۸۶۵	۰/۸۰۴	۰/۷۱۷	۰/۸۳۶	۰/۸۰۲	فردی
۰/۶۸۳	۰/۸۸۵	۰/۶۵۴	۰/۸۶۵	۱	۰/۵۵۹	۰/۴۵۵	۰/۵۱۴	۰/۶۱۴	خاطرات و تجربیات
۰/۸۸۵	۰/۷۴۷	۰/۸۵۴	۰/۸۰۴	۰/۵۵۹	۱	۰/۴۶	۰/۵۶۹	۰/۸۷۱	رضایتمندی از مکان
۰/۸۳۹	۰/۷۶۱	۰/۵۲۵	۰/۷۱۷	۰/۴۵۵	۰/۴۶	۱	۰/۷۹۹	۰/۷	فعالیتی و تعاملی
۰/۹۶۴	۰/۷۱۴	۰/۶۰۵	۰/۸۳۶	۰/۵۱۴	۰/۵۶۹	۰/۷۹۹	۱	۰/۴۷۲	زمان
۰/۷۵۶	۰/۵۱۳	۰/۷۷۸	۰/۸۰۲	۰/۶۱۴	۰/۸۷۱	۰/۷	۰/۴۷۲	۱	مشارکت در طراحی مکان
۱	۰/۰۰۳	۰/۰۰۲	۰/۰۰۶	۰/۰۰۹	۰/۰۰۷	۰/۰۰۶	۰/۰۰۱	۰/۰۰۶	کالبدی
۰/۰۰۳	۱	۰/۰۰۵	۰/۰۰۹	۰/۰۰۷	۰/۰۰۷	۰/۰۰۷	۰/۰۰۴	۰/۰۰۳	اجتماعی
۰/۰۰۲	۰/۰۰۵	۱	۰/۰۴۴	۰/۰۱۴	۰/۰۳۳	۰/۰۴۱	۰/۰۲۸	۰/۰۲۷	فرهنگی
۰/۰۰۶	۰/۰۰۹	۰/۰۴۴	۱	۰/۰۳۲	۰/۰۱۸	۰/۰۱۸	۰/۰۳۷	۰/۰۴۵	فردی
۰/۰۰۹	۰/۰۰۷	۰/۰۱۴	۰/۰۳۲	۱	۰/۰۴۵	۰/۰۳۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۶	خاطرات و تجربیات
۰/۰۰۷	۰/۰۰۷	۰/۰۳۳	۰/۰۱۸	۰/۰۴۵	۱	۰/۰۱۲	۰/۰۳۶	۰/۰۱۳	رضایتمندی از مکان
۰/۰۰۶	۰/۰۰۷	۰/۰۴۱	۰/۰۱۸	۰/۰۳۱	۰/۰۱۲	۱	۰/۰۰۳	۰/۰۰۴	فعالیتی و تعاملی
۰/۰۰۱	۰/۰۰۴	۰/۰۲۸	۰/۰۳۷	۰/۰۰۱	۰/۰۳۶	۰/۰۰۳	۱	۰/۰۲۵	زمان
۰/۰۰۶	۰/۰۰۳	۰/۰۲۷	۰/۰۴۵	۰/۰۰۶	۰/۰۱۳	۰/۰۰۴	۰/۰۲۵	۱	مشارکت در طراحی مکان

سطح معناداری (Sig)

سایر عوامل، از جمله فرهنگی، فردی، خاطرات و تجربیات و مشارکت در طراحی مکان نیز تأثیر مثبتی بر دل‌بستگی مکانی داشتند اما میزان اثرگذاری آن‌ها کمتر از سه عامل اصلی بود. مقدار ضریب تعیین (R^2) برای این مدل ۰/۵۲ به‌دست آمد که نشان می‌دهد متغیرهای پژوهش توانسته‌اند ۵۲٪ از تغییرات دل‌بستگی مکانی را تبیین کنند. همچنین، مقدار آماره F معنادار بود که نشان می‌دهد مدل رگرسیونی به‌طور کلی دارای اعتبار آماری قابل قبولی است.

این نتایج تأیید می‌کنند که برای تقویت دل‌بستگی مکانی، علاوه بر طراحی کالبدی مناسب، باید به ویژگی‌های اجتماعی و تعاملی فضا نیز توجه ویژه‌ای شود. فضاهایی که امکان تعاملات اجتماعی، حضور گروه‌های هم‌فکر و برگزاری رویدادهای مشترک را فراهم می‌کنند، بیشترین پتانسیل برای ایجاد حس دل‌بستگی مکانی در میان دانشجویان دارند. جدول رگرسیون چندمتغیره این روابط را به‌صورت دقیق‌تر نمایش داده و سهم هر یک از عوامل را در شکل‌گیری این پدیده نشان می‌دهد.

جدول ۸- رگرسیون چند متغیره مؤلفه‌های پژوهش

عامل	ضریب تعیین (R^2)	آماره F	ضریب بتا (β)	آماره t
کالبدی	۰/۴۵	۱۲/۵۴	۰/۴۲	۴/۸۹
اجتماعی	۰/۳۸	۱۰/۷۸	۰/۳۶	۴/۳۲
فرهنگی	۰/۳۲	۸/۹۲	۰/۲۸	۳/۸۷
فردی	۰/۲۹	۷/۸۵	۰/۲۶	۳/۴۵
خاطرات و تجربیات	۰/۲۷	۶/۷۲	۰/۲۳	۳/۱۲
رضایتمندی از مکان	۰/۳۵	۹/۳۴	۰/۳۱	۳/۹۸
فعالیتی و تعاملی	۰/۵۲	۱۵/۶۲	۰/۴۸	۵/۲۱
زمان	۰/۳	۷/۹۸	۰/۲۷	۳/۵۶
مشارکت در طراحی مکان	۰/۳۱	۸/۱۵	۰/۲۹	۳/۷۴

۵- بحث و نتیجه‌گیری

فضاهای عمومی شهری، فراتر از ساختارهای کالبدی و عملکردی خود، بستری برای تعاملات اجتماعی، تجربه‌های مشترک و ایجاد حس تعلق در میان کاربران هستند. پژوهش حاضر با تمرکز بر محوطه کافه - رستوران مجتمع تجاری رویال سعادت‌آباد، به بررسی دل‌بستگی مکانی دانشجویان دختر به این محیط پرداخته است. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که دل‌بستگی مکانی پدیده‌ای چندبعدی است که نه تنها تحت تأثیر ویژگی‌های کالبدی فضا، بلکه در تعامل با عوامل اجتماعی، فرهنگی و تجربی شکل می‌گیرد. تحلیل داده‌ها نشان داد که مجموعه‌ای از عوامل در ایجاد دل‌بستگی کاربران به این فضا نقش دارند. در میان این عوامل، سه مؤلفه‌ی اصلی بیشترین تأثیر را بر دل‌بستگی مکانی داشته‌اند: (۱) ویژگی‌های کالبدی فضا، (۲) تعاملات اجتماعی و (۳) امکان تجربه‌های مشترک و خاطرات فردی. ویژگی‌های کالبدی شامل طراحی داخلی، نورپردازی، چیدمان میزها و دسترسی راحت به خدمات از جمله عواملی بودند که تأثیر مستقیمی بر احساس راحتی و رضایت کاربران داشتند. از سوی دیگر، این محیط به‌عنوان فضایی اجتماعی، امکان تعامل گسترده میان کاربران را فراهم کرده و زمینه‌ای برای شکل‌گیری روابط اجتماعی و تجربه‌های مشترک ایجاد کرده است. در نهایت، تجربه‌های مثبت کاربران در گذشته و خاطراتی که در این فضا شکل گرفته‌اند، نقشی کلیدی در تکرار حضور آن‌ها و تقویت دل‌بستگی‌شان به این مکان داشته است.

ویژگی‌های کالبدی محوطه کافه - رستوران‌ها از جمله عواملی بودند که به‌طور مستقیم بر احساس راحتی کاربران تأثیر گذاشته‌اند. طراحی مناسب فضا، امکان انتخاب محل نشستن، نورپردازی دلپذیر و امکان دسترسی آزادانه بدون محدودیت زمانی، همگی به تقویت حس دل‌بستگی در میان کاربران منجر شده‌اند. علاوه بر این، یکی از مهم‌ترین ابعاد دل‌بستگی مکانی، عامل اجتماعی است که در این مطالعه به‌شدت مورد تأکید قرار گرفت. امکان حضور در گروه‌های دوستانه، برقراری تعاملات اجتماعی بدون محدودیت و ایجاد

شبکه‌های ارتباطی میان کاربران، تأثیر چشمگیری بر تکرار حضور و دل‌بستگی آنان داشته است؛ به عبارت دیگر، فضاهایی که امکان مشارکت اجتماعی، گفت‌وگو و فعالیت‌های گروهی را فراهم می‌کنند، احتمال بالاتری برای تبدیل شدن به مکان‌های دل‌بستگی دارند.

عامل فرهنگی نیز در ایجاد دل‌بستگی مکانی در این پژوهش مورد توجه قرار گرفته است. محیط کافه - رستوران‌ها نه تنها به عنوان یک مکان عمومی برای صرف غذا، بلکه به عنوان فضایی با هویت اجتماعی خاص، برای دانشجویان معنا یافته است. حضور گروه‌های مشابه از نظر فرهنگی و اجتماعی، احساس آشنایی با فضا و سبک معماری آن، همگی در ایجاد حس تعلق تأثیرگذار بوده‌اند. این یافته‌ها تأیید می‌کنند که دل‌بستگی به مکان، صرفاً یک واکنش احساسی یا وابستگی کالبدی نیست، بلکه فرآیندی پیچیده است که از طریق تعاملات اجتماعی، تجربیات شخصی و معانی نمادین شکل می‌گیرد.

بررسی تأثیر تعاملات اجتماعی نشان داد که دانشجویان به واسطه روابط میان‌فردی و فرصت‌هایی که این فضا برای گفت‌وگو، همکاری و تعامل ایجاد می‌کند، به آن دل‌بسته شده‌اند. در واقع، فضاهایی که امکان ارتباطات اجتماعی و تعاملات گروهی را فراهم می‌کنند، نسبت به محیط‌هایی که تنها بر عملکرد فردی تمرکز دارند، پتانسیل بیشتری برای ایجاد دل‌بستگی مکانی دارند. این یافته‌ها با نظریه‌های پیشین در حوزه دل‌بستگی مکانی همخوانی دارد که تأکید دارند فضاهای عمومی که امکان تعاملات اجتماعی قوی‌تری دارند، جذابیت بیشتری برای کاربران خواهند داشت.

علاوه بر این، نقش تجربه‌های گذشته و خاطرات مشترک در شکل‌گیری دل‌بستگی مکانی کاملاً مشهود بود. بسیاری از کاربران به حضورهای مکرر خود در این فضا در کنار دوستان و تجربه‌های خوشایندی که در گذشته داشته‌اند اشاره کردند. این امر نشان می‌دهد که دل‌بستگی به مکان نه تنها وابسته به شرایط فعلی آن، بلکه متأثر از خاطراتی است که در طول زمان در آن مکان شکل گرفته‌اند. تکرار حضور و انسجام تجربه‌های مثبت در یک محیط می‌تواند آن را از یک فضای معمولی به مکانی با ارزش عاطفی و هویتی بالا تبدیل کند.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که دل‌بستگی مکانی دانشجویان دختر به مجتمع تجاری رویال، ترکیبی از عوامل کالبدی، اجتماعی، فرهنگی و تجربی است. درحالی‌که ویژگی‌های فیزیکی مانند طراحی فضا و نورپردازی در ایجاد راحتی و جذب اولیه کاربران نقش دارند، تعاملات اجتماعی و تجربه‌های مشترک گذشته نقش تعیین‌کننده‌تری در تداوم دل‌بستگی ایفا می‌کنند. علاوه بر این، حس تعلق به این مکان تحت تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی قرار دارد که به کاربران احساس آشنایی، امنیت و هویت مشترک می‌بخشد.

در مجموع، این پژوهش نشان داد که دل‌بستگی به مکان، مفهومی چندبعدی و پیچیده است که تنها بر اساس ویژگی‌های فیزیکی یا کاربری یک فضا قابل تحلیل نیست. بلکه شبکه‌ای از روابط اجتماعی، خاطرات شخصی، معانی فرهنگی و ویژگی‌های کالبدی در شکل‌گیری این احساس نقش دارند. محوطه کافه - رستوران‌های مجتمع‌های تجاری، به عنوان فضایی که امکان تعامل، تجربه‌های مشترک و دسترسی راحت را فراهم کرده، نمونه‌ای از مکانی است که می‌تواند در ذهن کاربران به عنوان یک مکان دل‌بسته‌شده باقی بماند.

۶- منابع

- ۱- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۹). سیر اندیشه‌ها در شهرسازی. از فضا تا مکان، تهران: نشر شهر.
- ۲- پرتوی، پروین (۱۳۸۷). پدیدارشناسی، تهران: فرهنگستان هنر جمهوری اسلامی ایران.
- ۳- پورجعفر، محمدرضا؛ ایزدی، محمدسعید؛ و خبیری، سمانه (۱۳۹۴). دل‌بستگی مکانی. بازشناسی مفهوم. اصول و معیارها. فصلنامه هویت شهر، ۹(۲۴)، ۵۴-۵۴.

- ۴- دانشپور، عبدالهادی؛ سپهری مقدم، منصور؛ و چرخچیان، مریم (۱۳۸۸). تبیین مدل «دل‌بستگی به مکان» و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن. نشریه هنرهای زیبا - معماری و شهرسازی، ۱۴ (۳۸)، ۳۷-۴۸.
- ۵- صابری، نعیمه؛ پورشهریاری، مه سیم؛ عبداللهی، عباس (۱۴۰۲). نقش تعدیلگری مدت سکونت در رابطه دل‌بستگی مکان با سلامت روانی و بهزیستی اجتماعی در زنان ساکن شهر تهران. نشریه پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی، ۱۳ (۵۰)، ۴۳-۵۶. doi:10.22034/spr.2023.389590.1823
- ۶- عسگری، علی (۱۴۰۲). مقایسه الگوی ذهنی معماران با کاربران جهت افزایش تعلق به مکان در فضاهای اجتماع‌پذیر تجاری. موردی مطالعاتی: محوطه‌ی کافه-رستوران‌های دو مجتمع رویال و گلستان در شهرک غرب تهران. معماری و شهرسازی آرمان شهر، ۱۶ (۴۲)، ۱۳۵-۱۴۴. doi:10.22034/aaud.2023.271382.2414
- ۷- غفاری مرندی، علی (۱۳۹۶). مجتمع تجاری اداری رویال سعادت‌آباد: اینجا همیشه روشن است. دنیای پردازش، ۱۰ (۲۲)، ۸.
- ۸- مطلبی، قاسم؛ پاکروان، سمیرا؛ اسمعیلی، بیتا؛ بهرامی‌فر، بهاره (۱۴۰۲). ارزیابی نقش خلوت بر ارتقای دل‌بستگی به مکان در کتابخانه دانشگاه فردوسی مشهد. فصلنامه رهپویه معماری و شهرسازی، ۲ (۴)، ۲۱-۳۲.
- ۹- میرزاعلی پور، فروغ؛ لیب زاده، راضیه؛ و مطیعی، بابک (۱۴۰۳). واکاوی ارتباط مؤلفه‌های تأثیرگذار بر ایجاد حس دل‌بستگی به محیط در مدارس متوسطه دخترانه ارومیه بر اساس نظریه سیمون؛ نمونه موردی: پایه هفتم مدارس دخترانه ناحیه ۲ ارومیه. نشریه معماری و شهرسازی ایران، ۱۵ (۲۷)، ۵۹-۷۶. doi:10.30475/isau.2024.398281.2045
- ۱۰- هدفی، فرزانه؛ و صرافانی نیک، علی (۱۴۰۳). مطالعه ارتباط دل‌بستگی به مکان و ادراک محیطی بر رضایت از مکان موردپژوهشی: محله نوبر تبریز. نشریه برنامه‌ریزی توسعه شهری و منطقه‌ای، ۹ (۲۸)، ۱۵۱-۱۹۵. doi:10.22054/urdp.2023.74388.1558
- ۱۱- یزدان پناه شاه‌آبادی، محمدرضا؛ و عادل، زینب (۱۴۰۳). بازشناسی مؤلفه‌های مؤثر بر حس دل‌بستگی مکان در سه مقیاس خانه. محله. شهر. نشریه مطالعات شهری، ۱۳ (۵۱)، ۷۳-۸۶. doi:10.22034/urbs.2024.139973.4984
- 12- Altman, I. (1993). Dialectics, physical environments, and personal relationships. *Communications Monographs*, 60(1), 26-34. doi:10.1080/03637759309376291
- 13- Anggiani, M., Ayudya, R.D., Hirda, A. (2025). Sense of place attachment of user in public open space commercial building in West Jakarta. *BIO Web of Conferences*, 159, 1-9. doi:10.1051/bioconf/202515906005.
- 14- Bonaiuto, M., Aiello, A., Perugini, M., Bonnes, M., & Ercolani, A. P. (1999). Multidimensional perception of residential environment quality and neighbourhood attachment in the urban environment. *Journal of environmental psychology*, 19(4), 331-352. doi:10.1006/jevp.1999.0138
- 15- Bonaiuto, M., Fornara, F., & Bonnes, M. (2003). Indexes of perceived residential environment quality and neighbourhood attachment in urban environments: a confirmation study on the city of Rome. *Landscape and urban planning*, 65(1-2), 41-52. doi:10.1016/S0169-2046(02)00236-0
- 16- Bonnes, M., & Secchiaroli, G. (1995). Environmental psychology: A psycho-social introduction.
- 17- Brower, S. (1988), Design in Familiar Places: What Makes Home Environments Looks Good, Praeger, New York.
- 18- Cohen, Y.S. and Shinar, A. (1985), Neighbourhoods and Friendship Networks, *The University of Chicago*, Chicago.
- 19- Eisenhauer, B.W., Krannich, R.S. and Blahna, D.J. (2000), 'Attachments to special places on public lands: An analysis of activities, reason for attachments, and community connections', *Society and Natural Resources*, 13, pp. 421-441. doi:10.1080/089419200403848
- 20- Ghasemieshkaftaki, M., Dupre, K., Campbell, J., Fernando, R. Enhancing Place Attachment Through Developing Public Open Places: A Cross-Cultural Study in Gold Coast, Australia. *Architecture*, 5(1), 10. doi:10.3390/architecture5010010.
- 21- Gobster, P.H., and Delgado, A. (1993), 'Ethnicity and recreation use in Chicago's Lincoln park: In park user survey findings', USDA Forest Service General Technical Report, NE: 163, pp.75-81.
- 22- Green, R. (1999), 'Meaning and form in community perception of town character', *Journal of Environmental Psychology*, 19, pp.311-329. doi:10.1006/jevp.1999.0143
- 23- Hummon, D. (1992), 'Community attachment: local sentiment and sense of place', In I. Altman and S. Low (Eds), *Place Attachment*, New York, Plenum.

- 24- Jia, J., Zhang, X., Zhang, W.(2025). Between place attachment and urban planning in Jinan: Does environmental quality affect human perception in a developing country context?. *Land Use Policy*, 148, 1-17. **doi:10.1016/j.landusepol.2024.107384.**
- 25- Lansing, J.B, Marans, R.W. and Zehner, R.B. (1970), *Planned residential Environments*, Ann Arbor, Univ of Michigan, Survey Research Center.
- 26- Lawrence, D. (1992), 'Trancendence of Place', In I. Altman and S. Low (Eds.), *Place attachment*, New York, Plenum Press.
- 27- Lokaitou-Sideris, A. and Banerjee, T. (1998), *Urban Design Downtown: Poetics and Politics of Form*, University of California Press.
- 28- Low, S. M., & Altman, I. (1992). *Place attachment: A conceptual inquiry*. In *Place attachment* (pp. 1-12). Boston, MA: Springer US.
- 29- Low, S. M., & McDonogh, G. W. (2001). Introduction to "remapping the city: Place, order, and ideology". *American Anthropologist*, 13 (1), 5.
- 30- Low, S.M., and Altman, I. (1992), 'Place attachment: a conceptual inquiry', In Low, S.M. and Altman, I. (Eds.) *Place Attachment*, New York, Plenum Press, pp. 12, 1-12.
- 31- Marcus, C. C. and Sarkissian, W. (1986), *Housing as if People Mattered*, Berkeley, *University of California Press*.
- 32- Mesch, G.S. and Manor, O. (1998), 'Social ties, environmental perception, and local attachment', *Environment and Behavior*, 30: 4, pp. 504-519.
- 33- Milligan, M.J. (1998), 'Interactional past and potential: the social construction of place attachment', *Symbolic Interaction*, 21: 1, pp. 1-33.
- 34- Newell, P.B. (1997), 'A Cross-Cultural Examination of Favorite Places', *Environment and Behavior*, 29: 4.
- 35- Orgaz-Agüera, F., Puig-Cabrera, M., Moral-Cuadra, S. & Domínguez-Valerio, C.M. (2025). Authenticity of Architecture, Place Attachment, Identity and Support for Sustainable Tourism in World Heritage Cities. *Tourism and Hospitality Management*, 31(1), 81-92, **doi:10.20867/thm.31.1.6**
- 36- Prentice, D.A., and Miller D.T. (1992), 'When small effects are impressive', *Psychological Bulletin*, 112: 1, pp. 160-164.
- 37- 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. **doi:10.1016/j.jenvp.2010.08.002**
- 38- Riley, R. (1992), 'Attachment to the Ordinary Landscape' In I. Altman and S. M. Low (Eds.), *Place Attachment*, New York, Plenum Press.
- 39- Rohe, W.M. and Stegman, M.A. (1994), 'The impact of home ownership on the social and political involvement of low-income people', *Urban Affairs*, 30: 1, pp.152-172.
- 40- Rubinstein, R.L and Parmelee, P.A. (1992), 'Attachment to place and representation of the life course by the elderly', In I. Altman and S. M. Low (Eds.), *Place Attachment*, New York, Plenum Press.
- 41- Scannell, L., & Gifford, R. (2010). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of environmental psychology*, 30(1), 1-10. **doi:10.1016/j.jenvp.2009.09.006**
- 42- Stedman, R. C. (2003), 'Is it really a social construction? The contribution of physical environment to Sense of place', *Society and Natural Resources*, 16, pp.671-685. **doi:10.1080/08941920309189**

Examining the Factors Influencing Female Students' Place Attachment to Interactive Spaces: A Case Study of the Café-Restaurant Area in the Royal Commercial Complex

Mehdi Fallahi¹, Razieh Fathi², Ali Asgari^{3*}

1- M.A. in Architecture, Faculty of Architecture and Urban Planning, University of Art, Tehran, Iran.

mw.fallahi@gmail.com

2- PhD Researcher in Architecture, Faculty of Art and Architecture, University of Science and Culture, Tehran, Iran.

r.fathi.arch@gmail.com

3- Assistant Professor, Faculty of Architecture and Urban Planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran. (Corresponding Author)

al_asgari@sbu.ac.ir

Abstract

Place attachment is a key concept in environmental psychology and human geography, referring to individuals' emotional, social, and functional bonds with places. Urban public spaces, particularly those that facilitate social interactions and shared experiences, can enhance this attachment. The café-restaurant area of the Royal Commercial Complex in Saadat Abad is one such space that has attracted female students due to its distinctive features, making it a gathering spot for socialization and leisure. This study aims to examine the factors influencing female students' place attachment to this space by exploring the impact of physical, social, cultural, and individual characteristics on the level of attachment. The research employs a mixed-methods approach. In the qualitative phase, semi-structured interviews were conducted with 20 female students who regularly frequented the café-restaurant area. Content analysis of these interviews identified key components affecting place attachment. Based on these findings, a questionnaire was designed and administered to 200 students in the quantitative phase. The collected data were analyzed using descriptive statistics, correlation tests, and regression analysis to determine the impact of each identified factor. The results indicate that place attachment in this space is shaped by a combination of physical, social, and experiential factors. Among these, physical attributes such as spatial design, lighting, and layout, along with opportunities for social interaction and shared memories, had the most significant impact on fostering attachment. Social factors, including the presence of like-minded groups, a sense of comfort in interactions, and the possibility of collective experiences, played a crucial role in students' repeated visits to the location. Furthermore, past experiences and positive memories associated with the space enhanced users' sense of belonging. These findings suggest that place attachment is not merely an individual response but rather a product of social interactions, shared memories, and the quality of the physical environment, evolving over time.

Keywords: Place Attachment, Female Students, Shared Experiences, Interactive Spaces, Commercial Complex.



This Journal is an open access Journal Licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

(CC BY 4.0)