تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹٤/۰۳/۰۲
تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹٤/۰٦/۰۷

مهران علی‌الحسابی[۱]، راضیه رضازاده[۲]، سلمان مرادی[۳]

به‌کارگیری روش تحقیق روایتی در ارزیابی هویت مکان بررسی موردی: شهر جدید فولادشهر[۴]

چکیده

مفهوم هویت مکان در نیمه دوم قرن بیستم در ادبیات طراحی و برنامه‌ریزی شهری مورد توجه قرار گرفت. اما مسئله مهم آن است که تعداد محدودی از نوشته‌های موجود، چارچوبی برای بررسی کاربردی این مفهوم در اختیار قرار می‌دهند. هدف مقاله حاضر ارائه چارچوب تحقیقی- تحلیلی با رویکردی کاربردی در مورد این مفهوم بوده که در سه بخش کلی تدوین شده است. در بخش اول، تلاش شده تعریفی از هویت مکان، فرآیند شکل‌گیری و عناصر شکل‌دهنده آن ارائه شود. در بخش دوم، طرح تحقیق در هویت مکان بر اساس روش‌شناسی مطالعه گفتمان، روش تحقیق روایتی و چارچوب تحلیلی بر اساس روش تحلیل گفتمان برای به‌کارگیری در ارزیابی هویت مکان تبیین شده است و شهر جدید فولادشهر به‌عنوان نمونه مورد مطالعه و با هدف آزمون چارچوب تحقیقی-تحلیلی پیش‌گفته انتخاب شده است. در بخش سوم، داده‌های جمع‌آوری شده در مورد هویت فولادشهر در دو سطح ۱) تحلیل اولیه و ۲) تحلیل یکپارچه بررسی و نتایج به‌دست آمده ارائه شده‌اند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که عناصر مختلف هویت مکان در فولادشهر به لحاظ وضعیت در دو دسته کلی قرار می‌گیرند: ۱) عناصر دارای ظرفیت مثبت و قابل تبدیل به عناصر برجسته هویت مکان و ۲) عناصر دارای بحران. عناصر دارای بحران خود دارای گونه‌بندی شامل عناصر دارای بحران هم‌جهتی منفی، بحران داخلی و بحران خارجی هستند.

کلیدواژه‌ها: هویت مکان، ارزیابی هویت، تحقیق روایتی.

---

[۱] استادیار دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت ایران، استان تهران، شهر تهران
E-mail: alalhesabi@iust.ac.ir

[۲] دانشیار دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت ایران، استان تهران، شهر تهران
E-mail: rezazadeh@iust.ac.ir

[۳] دانشجوی دکتری شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت ایران، استان تهران، شهر تهران (نویسنده مسئول مکاتبات)
E-mail: moradisalman@yahoo.com

[٤] این مقاله برگرفته از رساله دکتری سلمان مرادی با عنوان «کاربست روش تحقیق روایتی در بررسی هویت مکان» است که در دانشگاه علم و صنعت ایران و با راهنمایی دکتر مهران علی‌الحسابی و دکتر راضیه رضازاده در حال انجام است.

مقدمه

پرداختن به مفهوم هویت، بدون شک از ابتدایی‌ترین دغدغه‌های بشر به‌شمار می‌رود. هویت‌ها، معانی کلیدی هستند که ذهنیت افراد و جوامع را شکل می‌دهند و فرد و جامعه به‌واسطه آنها نسبت به رویدادها و تحولات محیط زندگی خود حساس می‌شود. در علوم انسانی، به‌ویژه در حوزه روان‌شناسی، هویت به‌عنوان زیرساخت روانی فرد از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده و کارکردی راهبردی دارد و بروز هرگونه اختلالی در هویت، فرآیند درمان در مورد وی را به یک الزام تبدیل می‌کند.

هویت مکان نیز از جمله مفاهیمی است که در نیمه دوم قرن بیستم در حوزه مطالعات شهری توجه بسیاری را به خود جلب نموده و مقالات و نوشته‌های متعددی توسط نویسندگان مختلف در این زمینه ارائه شده است. اما در حالی که هویت درواقع چارچوب و زیرساخت معنایی مکان به‌شمار می‌رود و اهمیت آن بر صاحب‌نظران این حوزه پوشیده نیست، در کنار نظرات و نوشته‌های مفید و تأثیرگذار، نوشته‌ها و نظرات ارائه شده در این زمینه بیش از آنکه به چارچوب‌های کاربردی و تحلیلی ختم شوند، در بسیاری از موارد در بیان کلیات و توصیفات کیفی باقی مانده و به ارائه راهکارهایی برای سنجش و بررسی و به‌کارگیری این مفهوم منتهی نشده‌اند. علاوه بر این، اغلب این متون در عین اشاره به مفهوم بحران، تعریف قابل درک و کاربردی از مفهوم بحران هویت مکان یا روش‌های تبیین‌کننده عناصر دارای بحران را در اختیار قرار نمی‌دهند. بنابراین هدف مقاله حاضر ارائه یک چارچوب تحقیقی- تحلیلی برای ارزیابی هویت مکان و روش و شیوه دستیابی به نقاط قوت و نقاط بحرانی هویت مکان است. در پایان این چارچوب پیشنهادی در مورد یک نمونه مورد مطالعه مورد آزمون قرار می‌گیرد.

مکان

مکان به‌دلیل محوریتی که در جهان اجتماعی دارد از اهمیت خاصی برخوردار است و در حقیقت به فضایی اطلاق می‌شود که در آن انسان با محیط پیرامونش دارای تعامل معنادار باشد (Samp-son & Goodrich, 2009, 902). در مورد اهمیت مکان‌ها داوی معتقد است که مکان‌ها انعکاس‌دهنده هویت‌ها، تفاوت‌ها و رقابت در گروه‌های مختلف براساس جنسیت، طبقه، قوم، فرهنگ و مذهب و نشان‌دهنده گرایش‌های سیاسی افراد، قدرت، آزادی، نظام اجتماعی و علایق مشترک در انگیزه مصرف‌اند (Dovey, 1999, 1). مانند هر مفهوم دیگری، برای درک هویت مکان، ارائه تعریفی که معنا و محتوا را تبیین می‌کند مورد نیاز است.

هویت مکان

بررسی ادبیات موجود در مورد هویت مکان نشان‌دهنده وجود نوعی دوتایی «معانی درونی» و «معانی بیرونی» در چارچوب محتوایی هویت مکان است. به عقیده رز (Rose, 1995) هم‌زمان با آن‌که یک گروه از طریق شناخت ویژگی‌های درونی خود در حال احراز هویت است، در همان زمان نیز در حال یافتن ارتباطش با دیگران از طریق دریافت تفاوت‌ها و شباهت‌ها است؛ به بیان دیگر، هویت سامانه‌ای است که در آن ارتباطی بر مبنای تشابهات و معانی انسجام‌دهنده درونی و ارتباطی بر مبنای تفاوت‌ها و معانی بیرونی به‌طور همزمان در حال فعالیت است. راپاپورت نیز در مورد هویت به دوتایی‌ای اشاره دارد که نشان‌دهنده ابعاد درونی و بیرونی هویت است؛ ۱) هر هویت محیطی یک محتوای درونی دارد که ذات و ماهیت خودش را نشان می‌دهد و ۲) هر هویت دارای مرزی است که آن‌را از بیرون و از غیر خودش جدا می‌کند (راپاپورت، ۱۳۸٤).

عبدالهادی دانشپور این دوتایی را تحت عناوین ۱) هویت اثباتی و ۲) هویت القایی معرفی می‌کند که هویت اثباتی در درون شکل گرفته و هویت القایی از بیرون در شکل‌گیری هویت تأثیرگذار است (دانشپور، ۱۳۷۹). رانکایولو (Roncayolo, 2007, 31) در مورد تشابهات درونی مکان معتقد است در بسیاری از شهرها، نوعی از همگنی[1] که باعث تشخیص و تمایز شهری از شهر دیگری می‌شود، قابل مشاهده است. این پدیده در دیگر مقیاس‌ها از قبیل محله، منطقه و غیره نیز به‌وجود می‌آید. آماندسن (Amundsen, 2000) نیز معتقد است هویت مفهومی منتج از همزمانی تشابهات درونی و تفاوت‌های بیرونی است. به همین ترتیب، از بررسی تعاریف و مفاهیم ارائه شده در نوشته‌های متعدد (Roncayolo, 2007; Rose, 1995; Hume, 1975; Vainikka, 2014; Belanger et al, 2012) می‌توان تعریف زیر را به‌عنوان چارچوب محتوایی هویت مکان ارائه نمود: هویت مکان محصول سامانه پویا و مداومی است مبتنی بر فرآیند همزمان مقابله[2] و تکمیل[3]؛

در مرحله اول یا مرحله «مقابله»، مکان از طریق ایجاد برخی ویژگی‌های انسجام‌دهنده، متمایزکننده و وحدت‌بخش درونی، خود را از دیگر مکان‌ها جدا و متفاوت می‌کند. این مرحله را می‌توان با خصوصیات فردی در مورد انسان مقایسه کرد، خصوصیاتی که به فرد شخصیتی متمایز می‌دهد اما به‌طور کامل به هویت شخص شکل نمی‌دهد. در مرحله «مقابله»، «معنای درونی» هویت مکان شکل می‌گیرد و مکان از طریق ساخت این معانی در «مقابل» دیگر مکان‌ها به‌عنوان کلیتی منسجم و واجد شخصیت قرار می‌گیرد.

در مرحله دوم یا مرحله «تکمیل»، مکان با قرارگیری در شبکه‌ای از مکان‌ها از طریق برقراری ارتباط، پذیرفتن نقش یا جایگاه، موجب تکمیل شبکه مکان‌ها پیرامون یا در ارتباط با خود می‌شود. این مرحله را می‌توان با مفهوم «هویت اجتماعی» در انسان مقایسه کرد. معانی شکل گرفته در این مرحله اغلب در ارتباط بیرونی مکان با دیگر مکان‌ها شکل می‌گیرد. از این رو، در مرحله «تکمیل»، «معنای بیرونی» هویت مکان شکل می‌گیرند. بنابراین هویت مکان محصول سامانه پویا و مدوامی است مبتنی بر فرآیند همزمان شکل‌گیری «معنای درونی» و «معنای بیرونی».

در کنار ارائه تعریف، توجه به فرآیند شکل‌گیری هویت مکان در تدوین روش تحقیق از اهمیت خاصی برخوردار است. آماندسن هویت مکان را نه به‌عنوان عناصر فرهنگی عینی موجود، بلکه به‌عنوان محصول نگرش مردم به وضعیت فرهنگی و اجتماعی‌شان و فراگویی راهبردی عناصری که در محدوده جغرافیایی مکان‌شان وجود دارد می‌داند و تأکید می‌کند که هویت مکان محصول روایت‌گری و فراگویی معانی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی و غیره مکان توسط استفاده‌کنندگان یا نهادهای تأثیرگذار بر مکان است (Amundsen, 2000, 5). فراگویی راهبردی مورد نظر آماندسن، همانی است که هاگ از آن به‌عنوان روایت‌گری معانی مکان یاد می‌کند و معتقد است تفاسیر و روایت‌ها[4] باعث شکل‌گیری هویت شده و هویت، فضا را به مکان تبدیل می‌کند (Hague, 2005, 5). دارمس و لاجندیک نیز معتقدند که فهم هویت مکان از این ایده آغاز می‌شود که مردم داستان‌ها و روایت‌هایی را در مورد مکان بیان می‌کنند و این داستان‌ها با یکدیگر بخش مهمی از هویت را می‌سازند (Dormas & Lagendijk, 2006, 162). علی مدنی‌پور نیز در مورد هویت مکان در کنار توجه به نقش رابطه بین شباهت‌ها و تفاوت‌ها، معتقد است «این روابط در روایت‌هایی فراگویی می‌شوند که این قطعات را به یکدیگر متصل و یکپارچه می‌کند. این روایت‌ها متفاوت و متنوع هستند و توسط افراد مختلف بیان می‌شوند، افرادی که در بخش‌های مختلف جامعه قرار گرفته‌اند و اهداف مختلفی را دنبال می‌کنند. فرآیندهایی که از طریق آنها هویت مکان روایت می‌شوند، موضوع تنش‌ها و تعارضات قدرت هستند» (Madanipour, 2013, 61). بنابراین، در بررسی نظرات ارائه شده در مورد

فرآیند شکل‌گیری هویت مکان دو عنصر قابل تشخیص است؛ ۱) روایت و روایت‌گری معانی و ۲) تأثیر گروه‌های مختلف در شکل‌گیری روایت‌ها. به بیان بهتر، هویت مکان مفهومی حاصل از بیان روایت‌ها و شکل‌گیری گفتمان‌ها در مورد عناصر هویت مکان است که توسط عناصر مختلف جامعه و قدرت ارائه و فراگویی می‌شوند. با توجه به این موضوع، روش تحقیق انتخابی در ارزیابی هویت مکان باید به‌گونه‌ای باشد که بتواند روایت گروه‌های مختلف قدرت در مورد عناصر هویت مکان را برداشت کرده و در چارچوبی مشخص مقایسه نماید.

عناصر شکل‌دهنده هویت مکان

در مورد مؤلفه‌های هویت مکان در مقیاس‌های مختلف نظریه‌پردازان مختلف مؤلفه‌های متفاوتی را ارائه نموده‌اند که در جدول ۱ خلاصه‌ای از مهمترین آنها ارائه شده است.

جدول ۱. مؤلفه‌های هویت مکان از دیدگاه صاحب‌نظران

	عناصر شکل‌دهنده هویت مکان
هاآرتسن و همکاران	ساختار اجتماعی ویژگی‌ها یا کیفیت‌های خاص ادراک شده مکان ادراکات موجود از گذشته
پاسی	شکل قلمرویی[۵] شکل نمادین[۶] شکل نهادی[۷] آگاهی اجتماعی- فضایی ساکنان از استقرار مکان در سامانه فرامکانی
آماندسن	کیفیت‌های فضایی مکان ویژگی‌های ساکنان شامل ارزش‌ها، سنن یا ویژگی‌های ظاهری شرایط ویژه اجتماعی جامعه شامل، ارتباطات اجتماعی بین ساکنان، رفتارهای عام، تفکر و اداره زندگی تاریخ یا فرهنگ ویژه به‌عنوان عنصر وحدت‌بخش

منبع: Jencks, 1997, 176

بر اساس آنچه در تعریف هویت مکان آمد، معانی شکل‌دهنده به هویت مکان در دو دسته کلی قابل تقسیم هستند، عناصری سازنده معانی بیرونی و عناصر سازنده معانی درونی. در کنار این دسته‌بندی، باید به دسته‌بندی موجود در مورد عناصر مکان نیز توجه کرد. در نوشتگان متقدم در مورد مکان اغلب به سه مؤلفه سازنده مکان اشاره می‌شود؛ معنا، کالبد و فعالیت (Canter, 1977; Punter, 1999) یا موقعیت، محلیت و حس مکان (Agnew, 1987). اما نوشته‌های متأخر و با توجه به تحقیقات انجام شده در مورد مکان، محققان برای تسهیل درک و بررسی مکان، مؤلفه‌های تشکیل دهنده مکان را بیش از سه مؤلفه دانسته‌اند. از جمله نظرات جدید که مؤلفه‌های مکان را ۵ مؤلفه معرفی کرده‌اند شامل: ۱) تصویر مکان، ۲) کالبد (ساختمان‌ها، میدان‌ها، راه‌ها و غیره)، ۳) نهادها (سازمان‌ها، قوانین، مقررات و کدها و غیره)، ٤) ارتباطات (قدرت، طبقه، جنسیت و غیره) و ۵) مردم و رفتارهایشان (زندگی روزمره، عادات، رسوم و غیره) (Kalandides, 2011; Kavaratzis, 2013; Kavaratzis & Hatch, 2013). لینچ در بررسی مفهوم مکان به تفاوت بین عناصر پایدارتر و فضای

جریان‌ها اشاره می‌کند. لینچ به عناصری مانند خیابان‌ها و ساختمان‌ها و در کل عناصری با تغییرپذیری با سرعت کمتر در مقابل فضای جریان کالاها، افراد، اطلاعات و عناصر و فعالیت‌های فرهنگی- اجتماعی اشاره می‌کند (لینچ، ۱۳۸۱، ۲۵۷). کرسول و هاسکینز (Cresswell & Hoskins, 2008) در بررسی مفهوم مکان دسته‌بندی مشابهی در مورد عناصر مکان دارند و عناصر مکان را به دو دسته مشخص ۱) مادیت[۸] شامل ساختمان‌ها، خیابان‌ها، و در کل محیط ساخته شده و ۲) حوزه معنا[۹] که مربوط به کلیه عناصر و ویژگی‌های انتزاعی و غیرمشهود است، تقسیم می‌کنند. اما اگرچه بین این دو دسته‌بندی تفاوت‌های کلامی وجود دارد، اما هر دو دسته‌بندی به تفاوت بین عناصر ایستاتر و پویاتر، یا عناصر مادی و غیرمادی اشاره می‌کنند.

با توجه به این بررسی، در تحقیق حاضر چنین استنتاج شده است که عناصر تشکیل‌دهنده هویت مکان را می‌توان در سه دسته کلی ۱) عناصر ایستا شامل فیزیک، عناصر انسان ساخت و عناصر طبیعی مکان، ۲) عناصر پویا شامل نهادها، ویژگی‌های اجتماعی، ارزش‌ها و سنن و غیره و ۳) زمان دسته‌بندی نمود. جدا کردن عنصر زمان به‌عنوان عنصری مجزا به دلیل اهمیتی است که عناصر زمان در شکل‌گیری هویت مکان دارد. بنابراین عناصر شکل‌دهنده هویت مکان را می‌توان در جدول ۲ خلاصه کرد.

جدول ۲. مؤلفه‌های شکل‌دهنده به هویت مکان

عناصر / لایه‌های مکان	عناصر شکل‌دهنده به هویت مکان	
	عناصر سازنده معانی درونی	عناصر سازنده معانی بیرونی
لایه ایستا	• شکل قلمرویی • استخوان‌بندی فضایی-کالبدی مکان • عناصر شاخص ادراکی مکان (دروازه‌ها، نشانه‌ها، مرزها، محلات و حوزه‌ها و غیره) • کیفیت‌های محیط و عناصر ساخته شده	• بستر طبیعی استقرار مکان • جایگاه فضایی مکان در سامانه فرامکانی
لایه پویا	• شکل نهادی • چشم‌اندازهای تدوین شده برای آینده مکان • ارزش‌ها، سنن یا ویژگی‌های ظاهری ساکنان • ارتباطات اجتماعی بین ساکنان	• نقش مکان در منطقه فرامکان • عناصر برجسته[۱۰]
زمان	• تاریخ، پیدایش، رشد و آینده مکان	

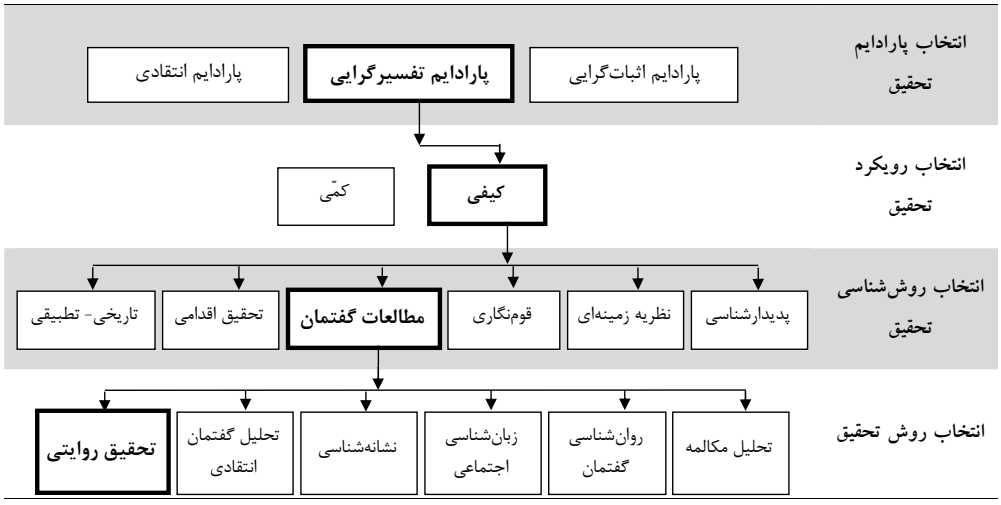
منبع: نگارندگان

طرح تحقیق

روش‌شناسی[۱۱]، روش[۱۲] و شیوه[۱۳] تحقیق در ارزیابی هویت مکان

برای ورود به مرحله ارزیابی هویت مکان بر اساس عناصر هویت مکان، نیاز است ابتدا طرح تحقیق تهیه شده و بر اساس طرح تحقیق، روش‌شناسی و روش مناسب تحقیق تدوین گردد. همان‌طور که در بخش پیش توضیح داده شد، هویت مکان از جنس گفتمان و روایت است. بنابراین، روش تحقیق قابل استفاده در ارزیابی هویت مکان باید توان و ظرفیت تحقیق در حوزه گفتمان و روایت را داشته باشد. با توجه به محدودیت حجم مقاله حاضر، جدول ۳ به‌عنوان خلاصه‌ای از روند انتخاب بخش‌های مختلف تحقیق در هویت مکان پس از بررسی وسیع ادبیات موجود در مورد روش تحقیق در اینجا ارائه می‌شود. محصول این روند، انتخاب روش‌شناسی مطالعه گفتمان و روش تحقیق روایتی به‌عنوان چارچوب تحقیق و ارزیابی هویت مکان است.

جدول ۳. طرح تحقیق در هویت مکان از انتخاب پارادایم تا انتخاب روش تحقیق



منبع: برگرفته و تلخیص شده از: بلیکی، ۱۳۹۳؛ ایمان، ۱۳۸۱؛ ایمان، ۱۳۹۰؛ ایمان و ساداتی، ۱۳۹۱؛ Holstein &Gubrium, 2011؛Jaworski & Coupland, 1999 ؛Merriam, 2009؛Arhar et al, 2001

دلایل عمده انتخاب بخش‌های مختلف طرح تحقیق در هویت مکان بر چارچوب محتوایی و فرآیندی هویت مکان که در بخش‌های قبل ارائه شد، استوار است. همان‌طور که پیش از این گفته شد، هویت مکان محصول معانی درونی و بیرونی مکان است که به‌وسیله عناصر و گروه‌های مختلف اجتماعی شکل می‌گیرند. این معانی در قالب روایت‌ها فراگویی شده و به‌صورت مداوم مورد مناقشه و ادعا هستند. این روایت‌ها به گفتمان‌های مختلفی در مورد هر یک از عناصر هویت مکان شکل می‌دهند. از این رو، مطالعه و بررسی روش‌شناسی‌های زیرمجموعه پارادایم تفسیرگرایی نشان داد که مناسب‌ترین روش‌شناسی برای تحقیق در حوزه هویت مکان، روش‌شناسی مطالعه گفتمان است. به این دلیل که تنها روش‌شناسی که در میان روش‌شناسی‌های مختلف به مطالعه گفتمان‌ها در مورد عناصر و مؤلفه‌های هویت مکان می‌پردازد، روش‌شناسی مطالعه گفتمان است. در نهایت نیز با توجه به ابزارهای ارائه و شکل‌گیری گفتمان هویت مکان، از میان روش‌های موجود در این روش‌شناسی، روش تحقیق روایتی مناسب‌ترین روش است.

روش تحقیق روایتی

تحقیق روایتی، روشی در مطالعات گفتمان است که مبنای آن، مطالعه روایت‌ها و بیان‌های زمینه‌ای است. به گفته برچر و هاروی، یکی از توانایی‌های مهم تحقیق روایتی، جمع‌آوری داده‌هایی است که در بسیاری از روش‌های تحقیقی، اطلاعات و داده‌های حاشیه‌ای محسوب شده و بدین ترتیب بی‌استفاده باقی می‌مانند (Brecher & Harvey, 2002, 326). کلاندینین و کانلی معتقدند روایت، هم پدیده‌ای است مورد مطالعه و هم روش و شیوه‌ای برای مطالعه دیگر موضوعات (Clandinin & Connelly, 2000, 3).

تحقیق روایتی بر این مدعا استوار است که ما به‌عنوان انسان، احساساتمان از تجارب مختلف و تصادفی را از طریق کنار هم گذاشتن ساختارهای روایتی و داستانی یا غیرداستانی بیان می‌کنیم. این بدان معناست که انسان عناصر تجربی که به آن توجه می‌کند را انتخاب کرده و این عناصر انتخاب شده را به شکلی که بیان کننده تصوراتش باشد، الگودهی می‌کند (Bell, 2002: 207). روش تحقیق روایتی، در حقیقت کار کردن با داستان‌هایی است که مردم به‌صورت خودآگاه بیان می‌کنند، داستان‌هایی که بر داستان‌های عمیقی که افراد به‌طور ناخودآگاه در ذهن‌شان دارند،

استوار است. در این روند، افراد در واقع داستان‌هایی را ساخته و بیان می‌کنند که ادراکات و مفاهیم ذهنی‌شان را مورد حمایت قرار می‌دهد و از بیان داستان‌هایی که از این تجربیات‌شان حمایت نکرده و باعث تخریب ادراکات یا هویت ادعا شده‌شان می‌شود، یا اینکه در بیان احساسات و ادراکات‌شان بی‌تأثیر و منفعل است، خودداری می‌کنند (Bell, 2002:209). بنابراین تحقیق روایتی در حقیقت به جمع‌آوری داستان‌ها و تحلیل آنها با استفاده از روش‌های مختلف می‌پردازد تا از این طریق به اهداف محقق دست یابد. برای جمع‌آوری داده‌ها سه شیوه اصلی جمع‌آوری روایت‌ها به شرح زیر معرفی شده است:

- **مصاحبه روایتی**: محقق در این شیوه باید قادر باشد بین روایت‌های فردی و روایت‌های همگانی تفاوت قائل شود و آنها را تشخیص دهد که این موضوع اغلب از طریق جمع‌آوری و مقایسه این مصاحبه‌ها با اطلاعات به‌دست آمده از دیگر شیوه‌ها میسر می‌شود.
- **جمع‌آوری طبیعی داستان‌ها**: داستان‌هایی که به‌طور غیررسمی بیان می‌شوند، ممکن است برای رسیدن به سامانه‌های معنایی و ارزشی از اهمیت خاصی برخوردار باشند. این داستان‌ها ممکن است از طرق مختلفی به‌ویژه ابزارها و عناصر هنر عمومی بیان شوند (علی‌الحسابی و مرادی، ۱۳۸۸).
- **موردکاوی سازمان‌یافته**: تحقیق موردکاوی، سامانه‌ای اجتماعی را در نظر گرفته و به کاوش آن به‌طور دقیق و تفصیلی می‌پردازد تا به دلایل ارتباطات و فرآیندهای موجود پی برده و از طریق روشن کردن بخش‌هایی از رخدادهای موجود، دلیل وقوع برخی از اتفاقات را توجیه و تبیین کند (Amundsen, 2000; Reissman, 1993).

انتخاب نمونه مورد مطالعه

با توجه به اینکه هدف از مقاله حاضر، تبیین چارچوبی تحقیقی- تحلیلی در بررسی هویت مکان است، مکان مورد نظر باید واجد ویژگی‌هایی باشد تا بتواند در فرآیند ارزیابی، نکات مختلف و متفاوت چارچوب پیشنهادی را مورد آزمون قرار دهد. از جمله این شرایط می‌توان به وجود گروه‌های مختلف اجتماعی قابل تشخیص به‌ویژه عناصر قدرت، وجود عناصر برجسته ادراکی و استقلال نسبی مکان نسبت به مکان‌های پیرامونی اشاره کرد. از میان مکان‌های مختلف، به نظر می‌رسد شهرهای جدید که در حال حاضر بر اساس نظرات صاحب‌نظران با بحران هویت روبه‌رو هستند بتواند در آزمون چارچوب ارائه شده مفید واقع شود. پس از بررسی شهرهای جدید مشخص شد شهر جدید فولادشهر با توجه به گذشت نزدیک به ۵ دهه از تأسیس آن، بیش از دیگر شهرها شکل گرفته و مراحل اولیه تأسیس را پشت سر گذاشته است. همچنین این شهر با دارا بودن عناصری از قبیل کارخانه ذوب آهن، استادیوم بین‌المللی فوتبال و دیگر عناصر طبیعی، ظرفیت مناسبی برای آزمون چارچوب پیشنهادی را دارد.

شهر جدید فولادشهر در ۲۵ کیلومتری جنوب‌غربی اصفهان و در مجاورت محور ارتباطی اصفهان- شهرکرد واقع شده است. شکل‌گیری فولادشهر هم‌زمان با احداث کارخانه ذوب آهن اصفهان و لزوم برنامه‌ریزی جهت اسکان کارکنان این کارخانه در سال ۱۳٤٤ مطرح شد و احداث بخش‌هایی از آن در سال ۱۳٤۹ بر اساس طرح یک مؤسسه شهرسازی شوروی سابق به اتمام رسید. این شهرک که در ابتدا وظیفه اسکان رده‌های تخصصی صنعت ذوب آهن را بر عهده داشت، پس از پیروزی انقلاب اسلامی و به‌دنبال تصویب مصوبه هیئت وزیران در سال ۱۳٦٦ مبنی بر ایجاد شهرهای جدید در اطراف شهرهای بزرگ و صنعتی، به‌عنوان یک شهر جدید رسمیت یافت. با تأسیس شرکت عمران شهر جدید فولادشهر و با تغییرات اساسی در سیاست‌ها

و جایگاه و عملکرد آن، نقش این شهر از یک شهرک سازمانی و خوابگاهی به یک شهر جدید به منظور ایفای نقش فعال، پویا و خودکفا در سطح منطقه مبدی گردید. بافت شکل گرفته در این شهر را می‌توان به دو بخش کاملاً مشخص و ملموس تقسیم کرد؛ توسعه قبل از انقلاب با رویکرد ایجاد شهرکی سبز و پیاده‌محور و توسعه بعد از انقلاب با رویکرد بافت‌های مرسوم و معمول شهری دوران معاصر بر اساس شبکه عمود برهم سواره.

جدول ۴. مشخصات فولادشهر

نام شهر	گروه مورد تحقیق	سال تاسیس	جمعیت	موقعیت قرارگیری
فولادشهر	شهر در حال شکل‌گیری	۱۳٤٤	٦٦٩۰۳ نفر	۲۵ کیلومتری جنوب‌غربی اصفهان

منبع: نگارندگان

شیوه، ابزار و گروه‌های هدف تحقیق

با توجه به آنچه در مورد تحقیق روایتی گفته شد، در ارزیابی هویت فولادشهر، از شیوه مصاحبه روایتی استفاده شد. برای این منظور پرسش‌نامه باز در راستاهای منطبق بر مؤلفه‌های هویت مکان تدوین شد. در تحقیق میدانی، با توجه به عناصر درونی و بیرونی سازنده هویت مکان، دو گروه عمده به‌عنوان منابع برداشت روایت‌ها مورد مطالعه قرار گرفتند: ۱) افراد ساکن در منطقه شهری به‌عنوان نیروهای بیرونی و ۲) گروهی از ساکنان در شهر به‌عنوان نیروهای درونی. منظور از ساکنان منطقه شهری، ساکنان سکونتگاه‌هایی است که پیرامون شهر و در ارتباط عملکردی با شهر قرار دارند. اما نیروهای درونی شهر به دلیل ساختار حکمروایی شهری در ایران، در سه دسته قابل تقسیم‌بندی هستند یعنی شهروندان، مدیران شهر و نمایندگان مردم در اداره امور شهر. این گروه‌های مورد مطالعه در جدول ۵ نشان داده شده‌اند.

جدول ۵. گروه‌های هدف جمع‌آوری داده‌ها

افراد بیرون مکان	**ساکنان منطقه شهری**: شامل افرادی که ا ستفاده‌کننده دائمی از مکان نی‌ستند، اما در سکونتگاه‌های دارای ارتباط عملکردی با شهر زندگی می‌کنند.
افراد درون مکان	**شهروندان**
	نمایندگان مردم: نمایندگان مردم در اداره و تصمیم‌سازی مرتبط با شهر نظیر نمایندگان شورای شهر و ذی نفوذان فرهنگی و اجتماعی
	مدیران: مدیران و افراد دخیل در اداره شهر شامل مدیران شرکت عمران شهر جدید و شهرداری

منبع: نگارندگان

با توجه به شیوه مصاحبه روایتی که در این مطالعه مورد استفاده قرار گرفت، حجم نمونه‌ها در این تحقیق به‌طورر قطعی قابل تعیین نیست. دلیل این موضوع آن است که با توجه به رویکرد کیفی و شیوه مصاحبه روایتی انتخاب شده و همچنین روش‌شناسی مطالعه گفتمان، بررسی محقق در مورد روایت‌های فراگویی شده باید تا حد اشباع انجام شود. به این معنی که پاسخ‌های ارائه شده شامل موارد تازه و جدیدی نبوده و معانی بیان شده تا حد قابل قبولی تکرار می‌شوند. اما این تعداد از ۳۰ عدد نباید کمتر باشد. ضمناً در این تحقیق ابعاد جنسیتی و سنی پرسش‌شوندگان در روند تحقیق دخالت داده نشد. در مورد ذی‌نفوذان، مدیران و نمایندگان نیز تعیین تعداد مشخص

مقدور نیست، بلکه افراد قابل تحقیق تا حد امکان می‌توانند در روند تحقیق بررسی شوند. علاوه بر این از مصاحبه‌ها و اطلاعاتی که در روزنامه‌های محلی و غیره نیز وجود داشت به‌عنوان منابع جمع‌آوری روایت‌های این گروه‌ها استفاده شده است.

جدول ۶. حجم نمونه‌های مورد تحقیق

افراد بیرون مکان	ساکنان منطقه شهری	۳۰ نفر
افراد درون مکان	شهروندان	۳۰ نفر
	نمایندگان مردم	تا حد قابل تکرار نظرات
	مدیران شهر	تا حد قابل تکرار نظرات

منبع: نگارندگان

شکل ۱. مکان‌های انتخاب شده به‌عنوان منطقه پیرامونی مکان

منبع: نگارندگان

همان‌طور که در نقشه بالا می‌توان دید، شهرهای انتخاب شده به‌عنوان شهرهای منطقه عبارتند از اشترجان، زرین‌شهر، میناداشت و نجف‌آباد.

تحلیل یافته‌های تحقیق

استراتژی کلی تحلیل

تدوین استراتژی کلی تحلیل قبل از ورود به مرحله برداشت میدانی از اهمیت زیادی برخوردار است. موضوعی که به گفته کی. ین یکی از کمبوهای اصلی تحقیقات مورد پژوهشی است (کی. ین، ۱۳۸۱). اما برای تدوین این استراتژی، باید به یافته‌ها و داده‌هایی که در طول کار میدانی جمع‌آوری خواهند شد، توجه کرد. داده‌های جمع‌آوری شده در طول مصاحبه‌های روایتی، روایت‌های داستانی و غیرداستانی پاسخ‌دهندگان در مورد عناصر مختلف هویت مکان است. روایت‌ها دارای دو بخش یا لایه است؛ لایه داستانی و لایه گفتمانی (غفاری و نجومیان، ۱۳۹۱). لایه داستانی بخش‌های ساختاری و شکلی روایت بوده و لایه گفتمانی، معنایی است که روایت‌گر به دنبال انتقال آن خواهد بود. از این رو استراتژی کلی تحقیق باید به دنبال تحلیل لایه گفتمانی روایت‌ها برای دستیابی به معنای مرتبط با عناصر سازنده هویت مکان باشد. به همین دییل تحلیل گفتمان به‌عنوان روش تحلیل روایت‌های جمع‌آوری شده انتخاب شد.

در مرحله اولیه تحلیل روایت‌های به دست آمده در فولادشهر نتایج زیر حاصل شد:

گفتمان غالب[۱۴]: در هر گروهی از پاسخ‌دهندگان در مورد عنصری مشخص از هویت مکان، گفتمان غالب وجود دارد. منظور از گفتمان غالب، گفتمانی است که بخش اعظم جامعه مورد تحقیق آن را بیان می‌کند. گفتمان غالب ممکن است در اثر مسائل مختلف شکل گرفته باشد. بنابراین در ارزیابی هویت مکان، تشخیص گفتمان غالب در میان هر یک از گروه‌های پاسخ‌دهنده در مورد هر یک از عناصر هویت مکان، اولین گام در فرآیند تحلیل داده‌ها است.

جهت‌گیری گفتمان[۱۵]: از آنجا که زبان صرفاً رسانه‌ای نیست که حامل بی طرف معنا باشد، گفتمان‌های غالب دارای جهت هستند؛ جهت مثبت یا جهت منفی. تشخیص این جهت‌گیری را باید محقق و از طریق تفسیر روایت‌های ارائه شده مشخص و روشن نماید.

انواع گفتمان[۱۶]: گفتمان‌های غالب به لحاظ نوع بر اساس میزان تأکید و تلاش‌شان برای القاء و ارسال جهت‌گیری‌های منفی و مثبت با یکدیگر متفاوت‌اند. در میان صاحب‌نظران در زمینه‌ها علمی مختلف، دسته‌بندی‌های متفاوتی از انواع گفتمان ارائه شده است (Muller et al, 2008, 6) تحلیل گفتمان‌های غالب در تحقیق میدانی حاضر نشان داد که گفتمان‌های غالب در مورد مؤلفه‌های هویت مکان به لحاظ نوع به سه دسته قابل تقسیم‌بندی هستند:

- **گفتمان توصیفی**[۱۷]: در این نوع گفتمان، افراد روایت‌های خود در مورد یک مؤلفه خاص را به صورت توصیفی معمولی و دارای جهت‌گیری مثبت یا منفی ارائه نمودند. در این نوع گفتمان، فرد به دنبال استدلال و متقاعد کردن نیست، اما توصیفی از مؤلفه مکان را ارائه می‌دهد که گرایش و جهت‌گیری منفی یا مثبت را می‌توان در آن مشاهده نمود.
- **گفتمان استدلالی**[۱۸]: گفتمان استدلالی گفتمانی است که پاسخ‌دهنده به دلایلی آشکار یا پنهان، به‌دنبال ارائه استدلالی خاص برای انتقال جهت‌گیری مثبت یا منفی در مورد مؤلفه‌ای خاص است. به همین دلیل، میزان تلاش فرد یا گروه پاسخ‌دهنده برای بیان گفتمانی خاص، در گفتمان استلالی بیش از گفتمان توصیفی است.
- **گفتمان تبلیغی**[۱۹]: در راستای دو گفتمان قبلی، گفتمان تبلیغی گفتمانی است که در آن شدت تأکید و تلاش پاسخگو برای انتقال گفتمانی خاص با جهت‌گیری مثبت و منفی، بیش از دو گفتمان قبلی است. این شدت تأکید و تلاش پاسخگو به‌قدری است که می‌توان نوعی از تبلیغ را در گفتمان تشخیص داد.

مثالی از آنچه در این بخش آمد در جدول ۷ در مورد مؤلفه «آینده مکان» به شرح زیر است:

جدول ۷. مثالی از مقایسه گفتمان غالب در فولادشهر در مورد عنصر «آینده مکان»

گروه پاسخگو	گفتمان غالب	*نوع* گفتمان	*جهت‌گیری* گفتمان
مردم منطقه	فولادشهر در آینده شهر خوب و روبه پیشرفتی خواهد بود	توصیفی	مثبت
شهروندان	فولادشهر با ورود ساکنان مسکن مهر احتمالاً آینده خوبی نخواهد داشت	توصیفی	منفی
نمایندگان مردم	نمونه‌های دیگر شهرهای ایران نشان می‌دهد مسکن مهر آسیب‌های زیادی به فولادشهر وارد خواهد کرد	استدلالی	منفی
مدیران شهر	فولادشهر در آینده‌ای نه چندان دور به مرکز مسکن مهر استان اصفهان و یکی از پرجمعیت‌ترین شهرهای استان تبدیل خواهد شد	تبلیغی	مثبت

منبع: نگارندگان

تحلیل یافته‌های تحقیق میدانی

بر اساس چارچوب تحلیل تدوین شده، داده‌های به‌دست آمده در شهر مورد تحقیق در دو سطح تحلیل خرد و تحلیل یکپارچه قابل ارائه هستند.

تحلیل خرد و جمع‌بندی داده‌ها

در بخش اول از مرحله تحلیل، روایت‌های ارائه شده از طرف گروه‌های مختلف مورد تحقیق باید در ابعاد نوع گفتمان و جهت‌گیری گفتمان تحلیل و جمع‌بندی شوند. جدول ۸ جمع‌بندی تحلیل خرد عناصر مختلف شکل‌دهنده هویت مکان در شهر جدید فولادشهر را نمایش می‌دهد.

جدول ۸. جمع‌بندی کل یافته‌های تحقیق در فولادشهر

	مردم منطقه		شهروندان		نمایندگان مردم		مدیران	
مؤلفه هویت مکان	نوع گفتمان	جهت‌گیری گفتمان	نوع گفتمان	جهت‌گیری گفتمان	نوع گفتمان	جهت‌گیری گفتمان	نوع گفتمان	جهت‌گیری گفتمان
• عناصر شاخص ادراکی مکان	توصیفی	+	توصیفی	+	توصیفی	+	توصیفی	+
• کیفیت‌های محیط و عناصر ساخته شده	توصیفی	+	توصیفی	+	توصیفی	+	تبلیغی	+
• شکل نهادی	توصیفی	−	استدلالی	−	تبلیغی	−	تبلیغی	−
• چشم‌اندازهای تدوین شده برای آینده مکان	توصیفی	−	توصیفی	−	تبلیغی	−	تبلیغی	+
• ارزش‌ها، سنن یا ویژگی‌های ظاهری ساکنان	توصیفی	−	توصیفی	+	توصیفی	+	تبلیغی	+
• ویژگی‌های خاص اجتماعی مکان	توصیفی	+	استدلالی	−	استدلالی	+	استدلالی	−
• بستر طبیعی استقرار مکان	توصیفی	+	توصیفی	+	توصیفی	+	توصیفی	+
• جایگاه فضایی مکان در سامانه فرامکانی	توصیفی	+	توصیفی	+	تبلیغی	+	تبلیغی	+
• نقش مکان در منطقه فرامکان	توصیفی	+	استدلالی	+	تبلیغی	−	استدلالی	−
• عناصر برجسته	توصیفی	+	تبلیغی	+	تبلیغی	+	تبلیغی	+
• تاریخ، روند شکل‌گیری و رشد مکان	توصیفی	+	توصیفی	+	توصیفی	+	توصیفی	+
• آینده مکان	توصیفی	+	توصیفی	−	استدلالی	−	تبلیغی	+

منبع: نگارندگان

تحلیل یکپارچه یافته‌ها

در ادامه تحلیل خرد، در بخش تحلیل یکپارچه، تحلیلی از گفتمان‌های غالب ارائه شده استخراج شده از پاسخ هر یک از گروه‌های پاسخگو در چارچوبی یکپارچه، در رابطه با دیگر پاسخگوها تحلیل می‌شود.

بر اساس این تحلیل، از لحاظ نوع گفتمان و جهت‌گیری گفتمان، تحلیل‌های یکپارچه به شرح زیر برای هر یک از مؤلفه‌های هویت مکان تشخیص داده شد. در تحلیل یکپارچه گفتمان غالب بر اساس جهت‌گیری گفتمان، مؤلفه‌ها می‌توانند یکی از چهار حالت زیر را دارا باشند:

۱. **هم‌جهتی مثبت**: زمانی که گفتمان‌های غالب ارائه شده از طرف گروه‌های مختلف دارای جهت مثبت باشند.
۲. **بحران هم‌جهتی منفی**: زمانی که گفتمان‌های غالب ارائه شده از طرف گروه‌های مختلف دارای جهت منفی باشند.
۳. **بحران داخلی**: زمان که گفتمان غالب ارائه شده از طرف پاسخ‌دهندگان درونی مکان فاقد هم‌جهتی باشند، یعنی برخی مثبت و برخی منفی باشند.
۴. **بحران خارجی**: زمانی که گفتمان غالب ارائه شده از طرف پاسخ‌دهندگان درونی مکان دارای هم‌جهتی باشند، اما با جهت‌گیری گفتمان ارائه شده از طرف نیروهای بیرونی مکان ناهم‌جهت باشند.

جدول ۹ به صورت مفهومی این چهار گونه‌بندی را نمایش می‌دهد. همان‌طور که در این جدول می‌توان دید، برای یک مؤلفه مشخص و فرضی، جهت‌گیری گفتمان ارائه شده توسط گروه‌های مختلف به گونه‌بندی‌های چهارگانه شکل می‌دهد. در صورتی که گفتمان غالب در همه گروه‌ها، اعم از درونی و بیرونی، مثبت باشد، مؤلفه مفروض در گونه‌بندی دارای هم‌جهتی مثبت قرار می‌گیرد. وجود گفتمان غالب با جهت‌گیری منفی در میان همه گروه‌ها باعث شکل‌گیری بحران هم‌جهتی منفی در مورد مؤلفه مفروض می‌شود. در کنار این دو گونه‌بندی که در آنها جهت‌گیری گفتمان‌ها بین گروه‌های مختلف یکسان است، دو گونه‌بندی دیگر تحت عناوین مؤلفه دارای بحران داخلی و بحران بیرونی نیز وجود دارد. بحران درونی زمانی رخ می‌دهد که فارغ از جهت‌گیری نیروهای بیرونی، جهت‌گیری گفتمان غالب در میان گروه‌های درونی مکان متفاوت و غیریکسان است. بحران خارجی نیز زمانی رخ می‌دهد که جهت‌گیری گفتمان در نیروهای داخلی یکسان باشد، اما گفتمان غالب در نیروهای بیرونی مکان برخلاف جهت‌گیری غالب گفتمان در نیروهای درونی است. این مفاهیم را می‌توان در جدول ۹ به صورت مفهومی مشاهده نمود.

جدول ۹. نمایش گونه‌بندی گفتمان غالب بر اساس جهت‌گیری گفتمان

	گروه‌های بیرون مکان	گروه‌های درون مکان		
	مردم منطقه	شهروندان	نمایندگان مردم	مدیران شهر	گونه‌بندی بر اساس جهت‌گیری گفتمان غالب
یک مؤلفه هویت مکان	+	+	+	+	مؤلفه دارای هم‌جهتی مثبت
	−	−	−	−	مؤلفه دارای بحران هم‌جهتی منفی
	− یا +	+	−	+	مؤلفه دارای بحران داخلی
	−	+	+	+	مؤلفه دارای بحران خارجی

منبع: نگارندگان

برای تبیین تحلیل یکپارچه بر اساس نوع گفتمان، نیاز است مفهوم جهت تشریح شود. همان‌طور که در بخش تحلیل خرد درباره نوع گفتمان‌ها گفته شد، گفتمان‌ها بر اساس میزان تأکید و تلاشی که در انتقال ارزش یا بار مثبت و منفی دارند، به سه نوع گفتمان توصیفی، استدلالی و تبلیغی قابل تقسیم بندی هستند. تحلیل یکپارچه گفتمان بر اساس نوع گفتمان، نیازمند تعیین جهت در بررسی گفتمان است. در این تحقیق به‌واسطه جایگاه گروه‌های مورد پرسش، جهت تحلیل از بیرون به درون و از مردم منطقه به سمت مدیران مکان انتخاب شده است.

بر اساس این جهت‌گیری سه گونه‌بندی قابل ارائه است یعنی گفتمان فزاینده، کاهنده، و هم‌سطح. اساس تحلیل یکپارچه بر اساس نوع گفتمان، بار ارزشی و تأکیدی گفتمان‌های غالب در هر یک از سه گونه توصیفی، استدلالی و تبلیغی است که از میان این سه نوع گفتمان، گفتمان توصیفی دارای کمترین بار و تأکید و گفتمان تبلیغی دارای بیشترین بار و تأکید ارزشی است. جدول ۱۰ این سه گونه‌بندی را نمایش می‌دهد. بر این اساس، سه گونه‌بندی افزاینده، کاهنده و همسطح قابل تشخیص هستند. در گونه‌بندی بر اساس نوع گفتمان، در گفتمان همسطح تمام گروه‌های پاسخگو بار ارزشی یکسانی را در مورد مؤلفه مورد نظر ارائه می‌دهند. در گفتمان افزاینده، میزان تأکید و بار ارزشی که گروه‌های پاسخگوی درونی و بیرونی ارائه می‌دهند، از گروه‌های بیرونی به سمت مدیران مکان، افزایش می‌یابد. در مقابل، در گونه‌بندی کاهنده، بار ارزشی ارائه شده از نیروهای درونی به سمت مدیران مکان کاهش می‌یابد. تحلیل بر اساس نوع گفتمان به پژوهشگر در تحلیل میزان تأکید یا ارائه بارارزشی از طرف گروه‌های مختلف در ساختاری یکپارچه کمک می‌کند.

جدول ۱۰. تشریح تحلیل یکپارچه بر اساس نوع گفتمان

گونه‌ها بر اساس تحلیل یکپارچه بر اساس نوع گفتمان	جهت تحلیل ←			
	مردم منطقه	شهروندان	نمایندگان مردم	مدیران
گفتمان هم‌سطح	توصیفی	توصیفی	توصیفی	توصیفی
گفتمان افزاینده	توصیفی	استدلالی	تبلیغی	تبلیغی
گفتمان کاهنده	استدلالی	استدلالی	توصیفی	توصیفی

منبع: نگارندگان

به‌عنوان مثال در مورد مؤلفه «شکل نهادی»، در حالی که مردم منطقه گفتمان «توصیفی» ارائه می‌دهند، گفتمان غالب در میان شهروندان از نوع گفتمان «استدلالی» است و نمایندگان مردم و مدیران شهر، با تأکیدی بیشتر، گفتمان «تبلیغی» ارائه می‌نمایند. از این رو می‌توان دید در گفتمان افزاینده، تأکید و ارائه بارارزشی از افراد بیرونی به سمت مدیران شهر رشد می‌کند. در بخش جمع‌بندی به کاربرد این گونه‌بندی بیشتر پرداخته خواهد شد. بر اساس این توضیحات، جدول ۱۱ تحلیل یکپارچه مؤلفه‌های هویت مکان در فولادشهر را به نمایش می‌گذارند.

جدول ۱۱. تحلیل یکپارچه مؤلفه‌های هویت مکان در فولادشهر

مؤلفه هویت مکان	گونه‌بندی بر اساس جهت‌گیری گفتمان	گونه‌بندی بر اساس نوع گفتمان
کیفیت‌های محیط و عناصر ساخته شده	هم‌جهتی مثبت	افزاینده
جایگاه فضایی مکان در سامانه فرامکانی	هم‌جهتی مثبت	افزاینده
عناصر برجسته	هم‌جهتی مثبت	افزاینده
تاریخ، روند شکل‌گیری و رشد مکان	هم‌جهتی مثبت	هم‌سطح
بستر طبیعی استقرار مکان	هم‌جهتی مثبت	هم‌سطح
عناصر شاخص ادراکی مکان	هم‌جهتی مثبت	هم‌سطح
شکل نهادی	هم‌جهتی منفی	افزاینده
ارزش‌ها، سنن یا ویژگی‌های ظاهری ساکنان	بحران خارجی	
ویژگی‌های خاص اجتماعی مکان	بحران داخلی	
نقش مکان در منطقه فرامکان	بحران داخلی	
چشم اندازهای تدوین شده برای آینده مکان	بحران داخلی	
آینده مکان	بحران داخلی	

منبع: نگارندگان

نتیجه‌گیری

بر اساس گونه‌بندی ارائه شده در تحلیل یکپارچه، می‌توان دید که فرآیند طی شده در مقاله حاضر می‌تواند ظرفیت‌ها و بحران‌ها موجود در بحران هویت مکان را نشان دهد. این ظرفیت‌ها و بحران‌ها در مورد عناصر مختلف به شرح زیر قابل بحث است.

عناصر دارای ظرفیت مثبت: هر مکانی بدون شک دارای ظرفیت‌هایی در هویت خود است. بر اساس تحلیل یکپارچه مؤلفه‌های هویت مکان، مؤلفه‌های دارای هم‌جهتی مثبت، مؤلفه‌های دارای ظرفیت برای تبدیل به مؤلفه‌های برجسته هویت شهری هستند. در مورد شهر جدید فولادشهر، در شش عنصر از عناصر دوازده‌گانه شکل‌دهنده به هویت شهر، هم‌جهتی مثبت وجود دارد. این موضوع نشان دهنده آن است که این شش عنصر، فرصت و ظرفیت تبدیل شدن به عناصر برجسته هویت شهر را دارند. به‌عنوان مثال، در مورد عنصر «عناصر شاخص ادراکی مکان»، گفتمان غالب «وجود ورزشگاه فولادشهر و کارخانه ذوب آهن، عواملی هستند که همه ایران این شهر را به‌واسطه آنها می‌شناسند». این گفتمان به‌عنوان گفتمانی مثبت در میان گروه‌های مختلف قابل تشخیص است. از این رو در مورد این عنصر، به‌عنوان مثال، برنامه‌ریزی شهری فولادشهر باید به دنبال برجسته کردن این عنصر به‌عنوان عنصر برندینگ شهر باشد.

عناصر دارای بحران: از مفاهیم مهم در مورد هویت مکان، مفهوم بحران هویت است، مفهومی که علی‌رغم تکرار مدام آن در ادبیات مرتبط با هویت مکان، کمتر نوشته‌ای به ارائه روش، شیوه و ابزار دستیابی به آن اشاره کرده است. بر اساس تحلیل یکپارچه، سه نوع بحران در مورد مؤلفه‌های هویت مکان قابل تشخیص هستند:

الف- بحران هم‌جهتی منفی: جدی‌ترین بحران از میان بحران‌های هویت مکان، بحران هم‌جهتی

منفی است. در فرآیند برنامه‌ریزی و طراحی شهری باید استراتژی‌های خاص و ویژه‌ای برای تعدیل یا از بین بردن آن اندیشیده شود. در مورد فولادشهر، عنصر «شکل نهادی» دارای هم‌جهتی منفی است و همه نیروها، «فقدان استقلال اداری و وابسته بودن به شهرهای پیرامون» را یکی از ضعف‌های اساسی فولادشهر می‌دانند. این موضوع در بررسی میدانی و مصاحبه‌های روایتی به‌طور جدی خودنمایی می‌کرد. لذا برنامه‌ریزی شهری در فولادشهر باید به دنبال ایجاد استقلال نهادی با هدف تقویت هویت مکان در این شهر باشد.

ب- بحران داخلی: رویارویی با این بحران نیازمند تحلیل نیروهای داخلی و تبیین دلیل جهت‌گیری ارائه شده از طرف آنها در مورد آن مؤلفه خاص است. بحران داخلی می‌تواند باعث از بین رفتن پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های عناصر خاصی از هویت مکان برای تبدیل به مؤلفه برجسته هویت مکان گردد. این نوع بحران در مورد ٤ عنصر هویت مکان در شهر جدید فولادشهر قابل مشاهده است. بنابراین برنامه‌ریزی شهری در فولادشهر باید به دنبال تجزیه و تحلیل دلایل شکل‌گیری این نوع بحران در میان عناصر مختلف قدرت در این شهر باشد. به‌عنوان مثال در مورد عنصر «آینده مکان»، بحران داخلی وجود دارد. در حالی که مدیریت گفتمان غالب را این گونه ارائه می‌دهد: «در آینده، فولادشهر به مرکز مسکن مهر منطقه اصفهان تبدیل خواهد شد». در مقابل اما دیگر نیروهای داخلی گفتمانی متفاوت و در تضاد با این گفتمان را ارائه می‌نمایند: «ورود مسکن مهر به فولادشهر باعث کاهش کیفیت و شهر می‌شود».

ج- بحران خارجی: بحران خارجی نشان‌دهنده تفاوت جهت‌گیری نیروهای داخلی و خارجی مکان نسبت به مؤلفه‌ای خاص در هویت مکان است. بحران خارجی از جمله بحران‌هایی است که به دلیل تفاوت دیدگاه نیروهای بیرونی و درونی مکان شکل می‌گیرد. توجه به این نوع بحران و برنامه‌ریزی برای از بین بردن آن می‌تواند سبب استفاده بهینه از ظرفیت‌های برخی عناصر هویت مکان برای تبدیل شدن به عناصر برجسته مکان شود. به‌عنوان مثال، عنصر «ارزش‌ها و سنن و ویژگی‌های ظاهری ساکنان مکان»، دارای بحران خارجی است. به این معنی که گفتمان نیروهای درونی مکان در مورد این عنصر مثبت بوده و این است که: «اقوام مختلف ساکنان در شهر سنت‌های خاص خود را دارند که در طول سال باعث ایجاد محیطی خاص و جالب می‌شود». در مقابل اما نیروهای خارجی مکان معتقدند «فولادشهر شهر جدیدی است که سنت‌های خاصی در آن نیست». این گفتمان با جهت‌گیری منفی در مقابل گفتمان نیروهای داخلی است. از این رو برنامه‌ریزی‌شهری در مورد این عنصر باید به تدوین استراتژی‌های خاصی برای تغییر گفتمان موجود در نیروهای بیرونی مکان بپردازد.

از میان سه گونه بحران فوق، بحران هم‌جهتی منفی قدرت بیشتری در تخریب هویت مکان دارد و باید در مرحله برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری شهری توجه خاصی به آن شود. در کنار گونه‌بندی فوق بر اساس جهت‌گیری گفتمان، گونه‌بندی متفاوتی نیز بر اساس نوع گفتمان وجود دارد که در اینجا مورد بحث قرار می‌گیرد. این گونه‌ها صرفاً در عناصری شکل می‌گیرند که دارای هم‌جهتی منفی یا مثبت باشند:

گفتمان هم‌سطح: هم‌سطحی دیدگاه نیروهای مختلف مکان نشان از تثبیت جایگاه گفتمان غالب در مورد عنصری خاص از هویت مکان در میان نیروهای مختلف مکان دارد. در مورد فولادشهر، در سه عنصر از میان دوازده عنصر هویت مکان، گفتمان هم‌سطح وجود دارد.

گفتمان افزاینده و کاهنده: فقدان دیدگاه یکسان در میان نیروهای مختلف اجتماعی و قدرت، سبب ایجاد گونه‌های افزاینده و کاهنده می‌شود. این موضوع نشان‌دهنده فقدان رویکرد هم‌سطح

بخش‌های مختلف جامعه در مورد یک عنصر خاص سازنده هویت مکان است. در فرایند برنامه‌ریزی سیاست‌های هویتی ابتدا باید به دلایل این ناهم‌سطحی پرداخته شده و راهبردهای خاصی برای این گونه مؤلفه‌ها ارائه گردد. ناهم‌سطح بودن رویکرد گروه‌های مختلف اجتماعی به مؤلفه‌ای خاص، گاه می‌تواند سبب ایجاد بحران در هویت و از بین رفتن ظرفیت‌های موجود در مور یک مؤلفه هویتی مکان شود.

در جمع‌بندی کلی می‌توان گفت شهر جدید فولادشهر، شهری است که پس از گذشت نزدیک به پنج دهه از تأسیس آن در برخی عناصر به هم‌جهتی مثبت رسیده است. در برخی دیگر هنوز دارای بحران داخلی و خارجی بوده و تنها در یک عنصر دارای بحران هم‌جهتی منفی است. استراتژی‌های قابل به‌کارگیری در مورد هر یک از این عناصر باید در یک برنامه یکپارچه با رویکرد تقویت و رفع بحران‌های هویت مکان تدوین و اجرا شوند.

پی‌نوشت‌ها

1. Homogeneity
2. Contradictory
3. Complementary
4. Narratives
5. Territorial Shape
6. Symbolic Shape
7. Institutional Shape
8. Materiality
9. The realm of meaning
10. Branding
11. Methodology
12. Method
13. Technique
14. Dominant discourse
15. Discourse Orientation
16. Discourse Type
17. Descriptive
18. Argumentative
19. Propaganda

فهرست منابع

- ایمان، محمد تقی (۱۳۸۱) «تحقیق قوم‌نگاری در رویکردهای کمّی و کیفی تحقیق»، *نشریه علمی پژوهشی پژوهش‌های فلسفی*، ۱۸۳ و ۱۸٤، تابستان و پاییز.
- راپاپورت، آموس (۱۳۸٤) *معنی در محیط ساخته شده*، ترجمه فرح حبیب، انتشارات پردازش و برنامه ریزی شهری، تهران.
- ایمان، محمد تقی (۱۳۹۰) *مبانی پارادایمی روش‌های تحقیق کمّی و کیفی در علوم انسانی*، نشر حوزه و دانشگاه، قم.
- ایمان، محمدتقی و ساداتی، احمدکلاته (۱۳۹۱) روش‌شناسی تحقیقات کیفی، انتشارات پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم.
- بلیکی، نورمن (۱۳۹۳) *پارادایم‌های تحقیق در علوم انسانی*، ترجمه محمدی تقی ایمان، سید حمیدرضا حسنی و سید مسعود ماجدی، انتشارات پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم.

- دانشپور، عبدالهادی (۱۳۷۹) *هویت شهری؛ نمونه موردی خیابان انقلاب تهران*، پایان نامه دکتری شهرسازی، دانشگاه تهران، تهران.
- غفاری، محمد و نجومیان، امیرعلی (۱۳۹۱) «گفتمان غیرمستقیم آزاد و اهمیت آن در سبک‌شناسی روایت: بررسی مقابله‌ای داستان‌های مدرنیستی و پیشامدرنیستی»، *فصلنامه علمی-پژوهشی نقد زبان و ادبیات خارجی*، دانشگاه شهید بهشتی، دوره پنجم شماره ۹، پاییز و زمستان، ۱۱۷-۸۵ .
- لینچ، کوین (۱۳۸۱) *تئوری شکل خوب شهر*، ترجمه حسین بحرینی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- کی.ین، رابرت (۱۳۸۱) *تحقیق موردی*، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

- Agnew, J. (1987) *The United States in the world economy*, Cambridge University Press, Cambridge
- Amundsen, A. B. (2000) "Articulations of Identity: A methodological essay and a report on Askim and Tidaholm", *NoordXXI report no. 19*, Available online at: www.noordxxi.nl
- Arhar, J. M.; Holly, M. L. & Kaster, W. C. (2001) *Action research for teachers; travelling the yellow brick road*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bélanger, H.; Cameron, S. et C. de la Mora (2012) "Revitalization of Public Spaces in a Working Class Neighbourhood: Appropriation, Identity and the Urban Imaginary", dans Casakin, H. et F. Bernardo (eds.) *The Role of Place Identity in the Perception, Understanding, and Design of the Built Environment,* Bentham: 47-77.
- Bell, J. S. (2002) "Narrative Research in TESOL; Narrative Inquiry: More Than Just Telling Stories", *Tesol Quarterly*, Vol. 36, No. 2, Summer.
- Brecher, M. & Harvey, F. P. (2002) *Conflict, security, foreign policy, and international political economy past paths and future directions in international studies,* University of Michigan Press, Ann Arbor.
- Canter, D. (1 977) *The Psychology of Place,* Architectural Press, London.
- Clandinin, D. J. & Connelly F. M. (2000) *Narrative Inquiry: Experience and Story in Qualitative Research,* Jossey-Bass Publishers, San Francisco.
- Cresswell T. & Hoskins G. (2008) "Place, Persistence, and Practice: Evaluating Historical Significance", at Angel Island, San Francisco, and Maxwell Street, Chicago, *Annals of the Association of American Geographers,* 98: 2, 392–413. http://dx.doi.org/10.1080/00045600701879409.
- Dormans, S. & Lagendijk, A. (2006) "A Narrative Understanding of an Entrepreneurial City: The Case of Tilburg" in: B. Arts et al. (eds.), *The Disoriented State: Shifts in Governmentality, Territoriality and Governance,* 161–180, Springer Science + Business Media B.V.
- Dovey, K. (1 999) *Framing Places: Mediating power in built form*, Routledge, London.
- Haartsen, T.; Groote, P. & Huigen, P.P.P. (Ed.) (2000) *Claming Rural Identities: Dynamics, Contexts, Politics,* Assen, Netherlands, Van Gorcum.
- Hauge, C. (2005) "Planning and Place Identity", In: Hague, C & Jenkins, P (Ed.) *Place identity, participation and planning,* Routledge, Oxfordshire.
- Holstein, J. A. & Gubrium, J. F. (2011) "Animating interview narratives", In D. Silverman (Ed.), *Qualitative Research,* (149-167). London, England: Sage Publications.
- Hume, David (1975) *A Treatise Of Human Nature* (ed.) L. A. Selby-Bigge, Oxford University Press, New York.
- Jaworski, A. & Coupland, N. (1999) *the Discourse Reader*, Routledge, New York
- Kalandides, A. (2011) "The Problem with Spatial Identity: Revisiting the 'Sense of Place'", *Journal of Place Management and Development,* 4(1): 28–39.

- Kavaratzis, M. & Hatch, M.J. (2013) *The dynamics of place brands: an identity-based approach to place branding,* Mark Theor, 13(4):69–86.
- Kavaratzis, M. (2009) "Cities and Their Brands: Lessons from Corporate Branding", *Place Branding and Public Diplomacy*, 5(1): 26–37.
- Madanipour, A. (2013) "The Identity of the City", in Silvia Serreli, ed., *City Project and Public Space,* Springer, Dodrecht, pp. 49-63.
- Merriam, S. (2009) *Qualitative research: A guide to design and implementation,* San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Müller, N.; Guendouzi, J. A. and Wilson, B. (2008) "Discourse Analysis and Communication Impairment", in Martin J. Ball, Michael R. Perkins, Nicole Müller, and Sara Howard (ED) *The Handbook of Clinical Linguistics,* Blackwell Publishing Ltd, 3-31.
- Paasi, A. (1986) "The institutionalization of regions: a theoretical framework for understanding the emergence of regions and the constitution of regional identity", *Fennia,* 164 (1), 105-146.
- Punter, J. (1999) *Design guidelines in American cities: A review of design policies and guidance in five west coast cities,* Liverpool University Press, Liverpool.
- Reissman, C. K. (1993) *Narrative Analysis, Qualitative Research Methods Series,* No. 30. Newbury Park, CA: Sage.
- Roncayolo, M. (2007) *Territoires en Partage, Nanterre, Seine-Arche: en recherché d'identité(s).* Paris, Parenthèses.
- Rose, G. (1995) "Place and Identity: a sense of place", [book auth.] D Massey and P Jess. *A place in the world? Places, cultures and globalization*, Oxford University Press/ Open University Press, Oxford.
- Sampson, K. A. & Goodrich, C. G. (2009) "Making Place: Identity Construction and Community Formation through "Sense of Place" in Westland, New Zealand", *Society and Natural Resources,* 22, 10, 901-915.
- Vainikka, J. (2014) *Reflexive identity narratives and regional legacies,* Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, DOI: 10.1111/tesg.12118.