

# 高新区周边高校学生的地方感研究

——以上海张江、紫竹高新区调研为例

陈俊彦, 陈丹, 龙丁江, 卓方勇

(华东师范大学 创新战略研究中心 & 中国现代城市研究中心, 上海 200241)

**摘要:** 在通过对上海张江和紫竹高新区学生的地方感调研,为地方感的理论实践尝试新的探索。研究认为,高新区的快速发展和品牌效应有利于高新区学生形成强烈的地方感。并且,在地方感的多重维度中,地方认同的维度比地方依恋维度更能反映高新区社会空间的问题,也更具研究的启示意义。

**关键词:** 地方感;地方认同;高新区

**中图分类号:** F424 **文献标志码:** A **文章编号:** 1671-1807(2015)04-0088-06

高新区是我国实施科技兴贸、科教兴国战略的重要地域,它通过集中科研力量、引导科技机构合作来建设高新技术产业基地,它是高科技成果的展示区、科技创业的示范区,还是科研体制机制创新的实验区。从人文地理学的视角看,高新区作为特别的“地方”,其所包含的地方含义不仅是科技成果涌现、知识资源丰富的(客观)空间,还应该包括在高新区人对高新区是否具有归属感、根植性的(主观、情感)空间。正如人文地理学所谓的“空间具有情感”,开发区的情感空间的塑造和优化不是短短数年得以完成,也并非可计的物质资料得以装饰,而需要通过高新区人和高新区长时间的人地交互作用方才得以形成。本文正是以人文地理学的情感视角,关注高新区的学生地方感。

## 1 地方感研究的相关综述

### 1.1 地理学中“地方”的概念发展

地方(place),人文地理学中具有十分丰富的含义,它不仅是物质性地指客观的地理空间,还被认为是具有意义、有情感的。早在1940年代,Wright就通过“地理认知学”(Geosophy)阐述了地方可作意义建构<sup>[1]</sup>,当代地理学从主观性出发重新定义地方。1970年以后,以段义孚为代表的人本主义学者将地方引入人文地理的前沿,将其与抽象的理性化的空间概念相区分<sup>[2]</sup>,主观性<sup>[3]</sup>与日常生活体验<sup>[4]</sup>是建构地方的最

重要特征。正如Relph所言,“地方意义的精华在于无意识的能动性使其成为了人类‘存在’的中心,以及人类在整个社会与文化结构中定位自身的一个坐标体系”。由此,后现代地理学开启了这样一种重视人的主观性、地方性的新篇章。

1984年,De Certeau用“城市漫步”的概念批判了空间同质化,并强调要重视地方的情感意义<sup>[5]</sup>。现代社会虽然为人的自由移动、远距离交流提供了可能,却在地方层面上束缚了人类创造地方意义和定义自我身份的能力,Oakes称之为“现代性悖论”<sup>[6]</sup>。Castells也用“去地方化”来形容这样一种趋势,流动的、网络化的世界里人们面对的是无地方化的空间形态<sup>[7]</sup>。

然而,随着学界对全球化的理解逐渐深入,越来越多学者注意到全球化并非是对地方的消磨,1991年Watts提出地方文化特质正是在全球化的背景逐渐形成新的特质<sup>[8]</sup>。1994年,Massey提出“进步的地方感”,系统总结了地方的多样性与动态性,应当积极拥抱全球化<sup>[9]</sup>。对地方的理解,从原本的“空间是容器”到强调地方的主观性,再到承认地方的多样性和动态性,最后到全球化背景下审视地方化。不断深刻的地方概念使其包含更多深层次的意义,也给了地方突破地理学的限制,向社会学、心理学等广泛联系提供了可能。

收稿日期:2015-02-03

基金项目:国家自然科学基金面上项目(41271170);教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目(11JJD039);上海市科委项目(13692103700)。

作者简介:陈俊彦(1989—),男,上海人,华东师范大学城市与区域科学学院研究生,理学硕士,研究方向:文化地理学与区域创新。

## 1.2 地方感的概念界定与辨析

地方感的提出,便是在地方的含义被逐渐丰富、地方的情感意义层面逐渐被重视的时代背景之下。Wright 提出“敬地情结”(Geopiety),以表达个体对自然的敬重之情<sup>[10]</sup>;Tuan 将“恋地情结”(Topophilia)引入地理学,用于表示个体对地理空间产生的喜爱之情<sup>[11]</sup>。1981年,Steele 提出地方感是人与地方交互作用的产物,地方感的塑造是由地方产生、由人赋予情感的产物。因此,地方感表达的是一种人与地方在长期互动下形成的人地关系<sup>[12]</sup>。Tuan 将广义的地方感分为一般的地方感(sense of place)和根植性(rootedness),前者是社会层面的身份认同与角色的建构,后者是情感上的依附和满足。

地方感不仅是一种人地互动的结果,它的动态性特点也将影响或重塑人的生活方式与态度<sup>[13]</sup>。地方感作为一种社会与文化的建构过程,是不断被创造、重塑的。地方感的动态性体现在两个方面:其一,地方感作为一种社会性的文化建构,不可避免地受到社会关系、生活方式、文化环境变化的影响,从来不会表现出一成不变或稳定的状态。其二,地方感的建构不具有普遍的定式,如 Shamsuddin 和 Ujang 以吉隆坡的传统商业街为例研究地方依恋与地方认同之间的关系<sup>[14]</sup>,地方依恋(attachment)会影响地方认同(identity)。不同的是,Hernandez 等比较研究本地人和外地人的地方感时发现,本地人在依恋(attachment)和认同(identity)上没有差异,而外地人先有地方依恋,再发展为地方认同<sup>[15]</sup>。

## 2 多维度的地方感与测量方法

### 2.1 地方感的多重维度

在地方感的实践研究中,往往将与地方感相关的概念融入到地方感理论中,并作为地方感的一个维度,如地方感知(perception)、地方依恋(attachment)、地方认同(identity)、地方依赖(dependence)等<sup>[16]</sup>。甚至,这些概念之间的区别和界限也是比较模糊的。最常见的维度分类是将地方依恋和地方认同作为地方感的两个维度,相关的研究包括朱竑、唐文跃、汪芳<sup>[17]</sup>等。除此以外,也有将地方依恋作为地方感的概念延伸,将地方认同和地方依赖作为地方依恋的两个维度<sup>[18]</sup>。但总的来说,将地方感分为地方认知、地方依恋和地方认同是被普遍接受的。

地方认知是个体对地方的最初步的感知状况,它是形成地方感的前提。因为地方感被视为个体与地方在互动过程中建立的情感联系,没有最基本的地方感知,就相当于个体与地方的关系区域薄弱,这样无

从谈起地方感的塑造。

地方依恋是指个体和地方建立起的一种情感联系(bond)<sup>[19]</sup>。一般认为地方依恋包含三个部分,分别是情感、感知和行为<sup>[20]</sup>,因而经常用此来测量地方依恋。地方依恋和在该地停留的时间长度有关,同时,地方还通过其物理特征和象征意义来影响人们的地方依恋,而物理特征往往是象征意义的线索。如高新区有很多高科技企业,这体现高新区的物理特征,而创新文化等类似的象征意义则也会通过这种物理特征表现出来。

地方认同作为地方依恋的相关概念,是另一个描述人们和地方的联系(bonds)的重要概念。地方认同中的认同(identity)包含两层含义:相似性(continuity)和区别性(uniqueness)<sup>[21]</sup>。当认同用于地方时,表达了两层含义:一是地方和个体心目中的主观地方具有相似性;二是地方具有其他地方所不具备的特征。地方认同往往更注重心理学过程,但在此文中,我们将其与地方依恋相对应,表达的是一种经过个体一段时间与地方的互动作用下,主观形成的地方感。它和地方依恋不同,不仅仅代表了个体对地方的感兴趣程度,还包含了个体对地方的自我思考和自我内化<sup>[22]</sup>。

### 2.2 地方感的测量方法

地方感被视为一种满足人们基本需要的普遍的情感联系,这种情感首先是基于特定地方的,是人于特定地方不断互动的成果,不但能给予人稳定的安全感与归属感,还促进了个体的身份构建与认同的形成。实际上这就包含了两个过程,一是以安全感、归属感为表征的地方依恋,二是身份构建、自我反思为表征的地方认同。

如前文所述,地方感是个体与地方在互动下建立起的情感联系(bonds),这显然与许多客观变量不同,测量的方式、标准都存在较多的变数。幸而人文地理学和其他相关学科已经在这方面做出了一定的努力,尽管一致公认的方法尚未建立。学者们首先从理论上梳理了地方感的维度和层次,然后再建立起合适的评价方法,以便对各个维度的地方感进行综合的考量。例如,Tuan 曾将广义的地方感分为根植性与地方感。类似的,不少研究将地方感分为地方依恋和地方认同两个维度,其中,地方依恋是指人与特定地方之间建立起的情感联系,以表达人们倾向于留在这个地方<sup>[23]</sup>。Hammit 又进一步将地方依恋从浅到深依次分为熟悉感、归属感、认同感、依赖感与根深蒂固感<sup>[24]</sup>。最后,Fishbein 和 Ajzen 认为地方感是由地

方认知、地方依附与地方依恋(这里的“地方依恋”类似于多数研究的“地方认同”)三个维度所组成的<sup>[25]</sup>,这三个维度又分别受到许多小的因素的影响,最后提出了地方感评价的高层次模式(higher-order model)。正如多位研究地方感的前辈所论述的,个体地方感由浅入深具有多重的维度和层次,较浅层次的地方感更多地关注于情感的满足,而高层次的地方感则与身份建构和认同感联系起来,简言之,深层次的地方感是经过理性思考后的情感。这也可能预示了,在判断个体地方感时,应当关注地方认同这一高层次的维度可能是更具价值的,因为这是个体将自己与地方联系起来后,经过理性思考而形成的情感联系。

### 3 高新区地方感的研究价值与基础

主体地方感的研究与地方特性的塑造和强化具有了紧密联系,尤其是对于特点明晰的功能区,地方感应当成为其相关研究的重要部分。高新区是重要科技热土、技术高地,在地区功能上起到整合、集聚智力资源,促进科技成果转化的重要功能。同时,高新区又往往建设于如高校周边具有一定开发空间的市郊区域,高新区的建设往往伴随着地方的快速发展,不仅是物质景观的更迭,还包括人口结构、生产结构、社会结构等多方面的更新换代,并且这些变化都是在短短二、三十年的时间里完成。因此,高新区的地方感研究的重要价值就体现于:在实践中,聚焦了快速重构的地域空间的社会问题;在理论上,对接了高新区发展的科技主题和地方文化,并解释了高新区文化的扩散机制。

#### 3.1 高新区是一个快速重构的地域空间

我国高新区的发展,起源于上世纪九十年代在科教兴国背景下提出的“火炬计划”。二十多年来,在科技兴国的舆论宣传下,在国家高新技术产业的配套政策和法规的保障下,全国范围已经(截止2013年)成立并建设了105家国家高新区。作为政策推动的重点开发的区域,高新区往往选择人口密度不高、土地资源宽松、环境质量较好的市郊区域进行建设,因而高新区往往经历着土地利用方式由传统农业用地向综合用地转变,生产主体由原住居民向进驻企业转变。在此过程中,高新区的物质景观、社会网络、生产生活方式都在经历快速的重构,其中也不免遇到许多新的问题<sup>[26]</sup>。如虽然高新区邻近高校,但由于和高校同处郊区,对高校学生的留下发展的吸引力不足。高新区高速发展和地方本地文化基础的对抗造成的高新区复杂社会问题,如农民的拆迁安置问题、基础设施配套建设问题等等。在高新区学生地方感的研

究中,不可避免地要重视高新区的快速建设过程,尤其是这一快字所牵连出的众多问题。

#### 3.2 高新区的健康发展需要智力资源与物质资源的结合

智力资源是高新区的基础,无论是为了实现国内现有科研成果的转化,还是为了高效地吸收高新区外资企业的技术溢出,都需要有大量具有专业知识背景和专业技术能力的人才资源。高新区在政策扶持下设立的各项技术共享平台、企业孵化平台、研究机构是重要的科研突破的载体,而真正将这些科研平台用好的则是人才。因而,高新区的发展需要智力资源和政策、平台、服务机构等物质资源紧密结合。而能够让人才根植于高新区,为高新区的发展贡献力量,则需要在物质供给的基础上,加深精神文化熏陶。而作为学生群体而言,虽然他们并不是高新区的最直接的研究力量,但是作为高校的“智力产品”,学生是高新区最具潜力的智力资源。而让学生对高新区感兴趣、甚至产生归属感和根植性,进而愿意留在高新区从事科研或技术类工作,是高新区智力资源与物质平台结合的重要表现,而这其中,可以用地方感来度量这种结合的紧密程度。

#### 3.3 高新区的创新创业精神是重构地方感的有力基础

高新区是新兴科技的润土,“鼓励成功、宽容失败”的开放包容精神也是高新区能够成为科技创新的温床的重要文化基础,还是其能够区别于其他开发区的重要优势和特点。因而对于高新区学生而言,高新区的创新文化和创业精神是吸引学生的重要的文化基础,也是学生形成对高新区特殊地方感的重要内容。

## 4 上海典型高新区周边高校学生的地方感调研

### 4.1 调研方案

在测量高新区学生地方感时,本文选取问卷与半结构化访谈相结合的方式。以地方感的多重维度为理论基础,问卷采用了Fishbein和Ajzen的地方感三维度划分,本别是地方感知、地方依恋和地方认同。每个维度中,分别设计了三个问题,涵盖了影响学生地方感的各类因素,量表详见表1。

关于调研地点,本文选取了上海具有代表性的两个高新区,分别是位于浦东新区的张江高新区核心区(简称“张江高新区”)和位于闵行区的紫竹高新区。张江和紫竹代表了两种不同的高新区发展模式(表2)。

表 1 高校学生地方感问卷

维度	序号	问题设计
地方感知	Q1.1	你是否了解高新区的历史？
	Q1.2	你认为所处的园区最鲜明的特点是什么？
	Q1.3	你认为所处的高新区适合哪些人群工作？
地方依恋	Q2.1	你满意所处的高新区的发展吗？
	Q2.2	你是否支持所处高新区的发展？
	Q2.3	你对所处高新区的未来前景的评价是？
地方认同	Q3.1	你是否认为自己是高新区的一份子？
	Q3.2	你是否愿意推荐亲友来高新区发展？
	Q3.3	你是否愿意长期在高新区发展？

表 2 上海两大高新区基本状况

	张江高新区核心园	紫竹高新区
建园时间	1992 年	2002 年
区位条件	内、中环之间	外环以外
园区面积	25 平方公里	13 平方公里
企业数量	6 000 多家	500 多家
园区品牌	三个国家级自主创新基地之一	三年前升级为国家级高新区
企业类型	高科技企业和制造企业为主	国家和企业研发机构为主
周边高校	专业性院校或系科	985 综合性大学
文化建设口号	创新创业、汇集成	生态、人文、科技

本文的样本容量根据比例取样公式(1)确定,在置信度设为 95%时,Z 值取 1.96;P 取值为 0.5 时,满足最糟糕假设条件(E 值设为 0.1)。由此,得出的样本容量  $N=96.04$ 。对于张江高新区,周边的高校主要是专业性系科院校,学生人数较少,因此根据公式 2 对张江调研的样本容量进行调整( $m$  表示张江学生人数, $M$  表示紫竹学生人数, $\alpha$  表示张江学校数, $\beta$  表示紫竹学校数,张江计入调研范围的学校为复旦大学(张江)、中医药大学、中美院、上影艺术学院和交大信息工程学院,共计学生约 14 500 人,紫竹计入调研范围的是上海交大和华东师大 2 所大学,学生约 71 000 人)。由此,张江校区调整后的样本容量  $n=50.85$ 。基于此,分别对紫竹和张江高新区分发了 100 份和 50 份问卷,问卷填写的同时都进行了不少于 15 分钟的访谈,因此问卷回收率很高,在紫竹和张江分别成功采集了 100 份和 49 份样本。

$$N = \frac{Z^2(P(1-P))}{E^2} \quad (1)$$

$$\frac{\alpha}{\beta} \ln \frac{n}{N} = \ln \frac{m}{M} \Rightarrow n = N \left( \frac{m}{M} \right)^{\frac{\beta}{\alpha}} \quad (2)$$

#### 4.2 调研结果

从张江和紫竹两个典型的高新区的调研情况来

看,在学生群体的眼中,高新区呈现出了一定的空间特色。在地方认知层面,学生们普遍认为高新区是充满年轻活力的地方。与之相仿,在地方依恋层面,学生群体也认为高新区是具有发展潜力的地方,对高新区的发展充满信心。然而,在地方认同层面,学生群体还未对高新区形成强烈而稳定的认同感。总的来说,高新区的发展还在不断摸索尝试中,这从学生普遍肯定、支持高新区的发展能够验证。而高新区文化融入到学生群体似乎还没有完全形成,就学生而言,地方感的深层结构尚未稳定,即学生并未对高新区形成稳定的地方认同。

高新区的筹建往往具有明确的发展目标,或是通过招商引资吸引外资以谋求技术溢出,或是专门规划具有优势的新兴产业带动某一行业的集聚发展,因而高新区总能成为城市“特区”,这是形成强烈地方感的重要前提。调研显示(表 3),高新区在学生眼中是充满年轻活力的地方,虽然学生普遍表示并不了解高新区的发展历史,但是,这并不妨碍高新区给学生留下朝气蓬勃的印象。在两地的调研中,都有六成左右的学生不了解所在高新区的发展历史(Q1.1),但是都有近八成的学生认为他们所处的高新区是高水平的园区。并且,从学生的角度来看,高新区的特色应该是年轻人聚集的地方(Q1.2、Q1.3),这也是学生群体愿意成为高新区重要的一份子的前提。尤其在张江高新区,其在上海的品牌效应非常巨大,也是上海的创新集聚地,张江高新区的学生在学校的时间只有短短的四五年,虽不足以让他们透彻地了解张江,但是对张江的创新成就、创新氛围也是耳濡目染。紫竹高新区也呈现出相似的状况。

表 3 地方感知调研结果

Q1.1	你是否了解所处的高新区建设历史？				
		了解	不清楚		
	张江	28.60%	55.10%		
	紫竹	23.00%	65.05%		
Q1.2	你认为所处的园区最鲜明的特点是什么？				
		高科技景观丰富	创新氛围浓厚	这里的人年轻有朝气	没有特色
	张江	26.50%	22.40%	42.90%	8.20%
	紫竹	26.95%	26.91%	42.03%	4.11%
Q1.3	你认为所处的高新区适合哪些人群在此工作？				
		年轻人	本地人	外来务工人员	讲不清
	张江	77.60%	6.10%	6.10%	10.20%
	紫竹	74.81%	3.85%	9.35%	11.99%

从地方感知上升到地方依恋,是进一步判断学生

群体地方感强弱的途径。调研显示(表4),学生群体普遍认为高新区是一个十分具有发展潜力的地方。上海两大高新区的学生对高新区的发展都具有较高的评价,大部分的学生对高新区发展感到满意(Q2.1),同时也支持高新区的发展(Q2.2),对高新区的未来前景也有信心(Q2.3),其中张江的学生满意度更高一些。如果说,地方感知层面的调研让学生群体从第三视角评价高新区,那么地方依恋层面的调研,是让学生从第一视角来评价高新区,表达直接的感受。地方依恋层面,学生群体总体也表现出非常正面的态度,并且认为在高新区发展是有前途的,这是学生对高新区有较好地方感的重要表现。

表4 地方依恋调研结果

Q2.1	你满意所处高新区的发展吗?				
		满意	比较满意	不满意	讲不清
	张江	12.80%	59.60%	8.50%	19.10%
	紫竹	11.93%	41.08%	11.97%	35.03%
Q2.2	你是否支持所处高新区的发展?				
		非常支持	比较支持	不支持	与我无关
	张江	28.60%	63.30%	0.00%	6.10%
	紫竹	24.09%	61.79%	0.00%	14.13%
Q2.3	你对所处高新区的未来前景的评价是?				
		充满信心	有信心也忧虑	不看好	与我无关
	张江	32.70%	57.10%	2.00%	8.20%
	紫竹	41.90%	43.98%	5.02%	9.11%

在讨论地方感时,地方依恋更多是功能上的,出于工作、社会关系等原因而被动形成的地方感。比地方依恋更深层次的是出于内心的认同,这是本文所检测的地方感的最高维度。与前两个维度不同,两大高新区的学生在对高新区的地方认同上并没有表现出与地方依恋相符的高水平。可能处于学生的身份、或可能在高新区生活的时间较短,较少学生认同自己是高新区人(Q3.1)。同时,在是否愿意向亲友推荐自己所处的高新区时,不少学生表达了模棱两可的态度(Q3.2)。而且,学生几乎“一致”地表示未来是否留在高新区发展还将视情况而定(Q3.3)。受访学生还处于观望状态,当然这也符合高校学生的年龄和学历特点,毕竟他们的事业还未起步,对未来充满梦想,也有巨大潜力,不确定性也更高。总的来看,学生对高新区尚未形成强烈稳定的地方依恋,这与学生与高新区的联系更多是间接联系有关,这需要高新区尝试增加学生的实习机会、更全面地推动地方文化建设,让学生更多地与高新区接触,才能使学生群体从功能上、情感上都积极与高新区建立联系,并在此基础上

形成对高新区强烈的地方感。

表5 地方认同调研结果

Q3.1	你是否认为自己是高新区的一份子?				
		讲不清	不会是	尚未成为	是
		张江	22.90%	14.60%	37.50%
	紫竹	46.02%	10.00%	38.02%	5.96%
Q3.2	你是否愿意推荐亲友来高新区发展?				
		讲不清	不愿意	有机会的话愿意	十分愿意
		张江	40.80%	0.00%	44.90%
	紫竹	47.20%	4.00%	36.88%	11.93%
Q3.5	你是否愿意长期在高新区发展?				
		只想早日离开这里	视发展情况而定	愿意长期在此发展	
		张江	2.00%	85.70%	6.10%
	紫竹	5.02%	85.06%	2.98%	

调研来看,学生群体在地方感知、地方依恋和地方认同三个维度上并没有表现出完全相同的结果。一方面,这印证了本文从三个维度来检测学生群体地方感是有效的,单一的层面并不能完整地表现出群体的地方感。另一方面,对上海两大高新区的调研,显示出了学生群体对高新区的发展成果和现状表达的支持和满意的态度,但是从地方认同的层次看,地方感却没有那么强烈。这也表示,简单的满意度调查和采集评价并不能完全反应某一群体对高新区的地方情感。个体主动构建的地方情感(地方认同)更需要受到重视,这也为高新区的地方文化建设提供了改进和完善的空间。

## 5 结论

本文从地方感知、地方依恋和地方认同三个维度测量了高校学生的地方感程度。高新区能够为学生提供更好的学习、成长平台,也能为学生提供丰富的就业、创业机会,同样,高新区的发展除了依靠区内企业的创新,高校师生的智库作用也是提升高新区创新能力的重要源泉。这样的互动关系决定了地方感研究在评价高新区社会空间时具有重要意义。

在地方感的测量中,三个维度从物理层面、感知层面到心理层面,由浅入深地表征了高新区文化建设状况的优劣势。高新区的快速发展和已经取得的成绩能够给潜在创新者留下积极正面的初步印象,这是吸引学生根植于高新区内的第一层次。通过工作、实习、校企合作等社会活动,学生与高新区建立起联系,并且在联系中不断加强对高新区的依恋,是稳定学生对高新区地方感的第二层次。这两个层次的文

化建设,上海两大高新区都完成得相对较好。而通过营造创新氛围、培养宽容失败的试错精神等,让高新区内化为学生自我的一部分,则是升华学生对高新区地方感的第三层次。这一层次的文化建设,可能无法单纯通过更多地引入创新企业、制定高新区发展口号等方法实现,而是需要在高新区中形成鼓励创新的核心价值观。而就理论实践来看,地方认同的维度也比地方感知和地方依恋更具参考价值,也更能发现地方实践中遇到的问题。

### 参考文献

- [1] BURRILL M F. The language of geography[J]. *Annals of the Association of American Geographers*, 1968, 58(1): 1-11.
- [2] TUAN Y F. Rootedness versus sense of place[J]. *Landscape*, 1980, 24(1): 3-8.
- [3] RELPH E. Place and placelessness[M]. London: Pion, 1976.
- [4] HANSON S, HANSON P. The geography of everyday life [J]. *Advances in psychology*, 1993, 96: 249-269.
- [5] DE CERTEAU M. *Walking in the City*[M]. na, 1993.
- [6] OAKES T. Place and the paradox of modernity[J]. *Annals of the Association of American Geographers*, 1997, 87(3): 509-531.
- [7] CASTELLS M. The rise of the network society: the information age: economy, society, and culture[M]. John Wiley & Sons, 2011.
- [8] WATTS D C, CASH A J. Determination of polymerization shrinkage kinetics in visible-light-cured materials: methods development[J]. *Dental Materials*, 1991, 7(4): 281-287.
- [9] MASSEY D R. *Space, place, and gender*[M]. U of Minnesota Press, 1994.
- [10] WRIGHT C A, MCCORMICK C T. Federal Courts—A Century after Appomattox[J]. *ABAJ*, 1966, 52: 742.
- [11] TUAN Y F. *Topophilia: A study of environmental perception, attitudes, and values*[M]. Columbia University Press, 1990.
- [12] STEELE F. *The sense of place*[M]. Boston, MA: CBI Publishing Company, 1981.
- [13] 孔翔. 开发区建设与城郊社会空间的分异——基于闵行开发区周边社区的调查[J]. *城市问题*, 2011(5): 51-57.
- [14] SHAMSUDDIN S, UJANG N. Making places: The role of attachment in creating the sense of place for traditional streets in Malaysia[J]. *Habitat International*, 2008, 32(3): 399-409.
- [15] HERNÁNDEZ B, CARMEN HIDALGO M, SALAZAR-LA-PLACE M E, et al. Place attachment and place identity in natives and non-natives[J]. *Journal of environmental psychology*, 2007, 27(4): 310-319.
- [16] 朱毓, 刘博. 地方感、地方依恋与地方认同等概念的辨析及研究启示[J]. *华南师范大学学报: 自然科学版*, 2011(1): 1-8.
- [17] 汪芳, 黄晓辉, 俞曦. 旅游地地方感的游客认知研究[J]. *地理学报*, 2009(10): 1267-1277.
- [18] 唐文跃. 地方感研究进展及研究框架[J]. *旅游学刊*, 2007, 22(11): 70-77.
- [19] LOW S M, ALTMAN I. *Place attachment*[M]. Springer US, 1992.
- [20] JORGENSEN B S, STEDMAN R C. Sense of place as an attitude: Lakeshore owners attitudes toward their properties [J]. *Journal of environmental psychology*, 2001, 21(3): 233-248.
- [21] TWIGGER-ROSS C L, UZZELL D L. Place and identity processes[J]. *Journal of environmental psychology*, 1996, 16(3): 205-220.
- [22] 庄春萍, 张建新. 地方认同: 环境心理学视角下的分析[J]. *心理科学进展*, 2011(9): 1387-1396.
- [23] TUAN Y F. *Topophilia: A study of environmental perception, attitudes, and values*[M]. Columbia University Press, 1990.
- [24] HAMMITT W E, BACKLUND E A, BIXLER R D. Place bonding for recreation places: Conceptual and empirical development[J]. *Leisure studies*, 2006, 25(1): 17-41.
- [25] FISHBEIN M, AJZEN I. *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*[M]. 1975.
- [26] 孔翔, 张宇飞. 开发区建设中的居民地方感研究——基于上海闵行开发区周边社区的调研[J]. *城市发展研究*, 2014, 21(6): 92-98.

## Study on Students' Sense of Place Around High-Tech Park: A Case of Investigation in Zhangjiang and Zizhu Park

CHEN Jun-yan, CHEN Dan, LONG Ding-jiang, ZHUO Fang-yong

(The Institute of Innovation & the Center for Modern Chinese City Studies, East China Normal University, Shanghai 200241, China)

**Abstract:** This paper mainly investigated the sense of place of the students who study in colleges around high-tech park, which promote the research in field of sense of place. The paper holds that fast maturing and brand effect of high-tech park are benefit for the cultivation of sense of place. In the multi-levels of sense of place, moreover, place identity plays more role in sense of place than place attachment when explaining the issue of high-tech park, and place identity is more significant in research.

**Key words:** sense of place; place identity; high-tech park