



(بررسی مفهوم مکان و دلبستگی به آن در فضاهای نمایشی)

رقیه مرادی رضی آباد

گروه معماری، پردیس علوم و تحقیقات اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران
گروه معماری، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران
(rogayemoradi@gmail.com)

علی جوان فروزنده

گروه معماری، پردیس علوم و تحقیقات اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران
گروه معماری، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران
(alijavanforouzande@gmail.com)

چکیده

مکان، علاوه بر بعد مادی، از بعد غیر مادی نیز برخوردار بوده و احساساتی در ساکنان خود ایجاد می‌کند. به واسطه این احساسات، نوعی تعلق به مکان در افراد ایجاد شده که منجر به شکل‌گیری هویت مکانی می‌شود. با توجه به مفهوم مکان و معانی متمرکز در آن که به واسطه حضور و تجربه انسان درک می‌شوند، مفاهیم گوناگونی را در رابطه با پیوند میان انسان با مکان می‌توان مورد توجه قرار داد که مبین چگونگی و عمق حضور انسان در مکان و تبع آن دستیابی به سطوح مختلفی از حس مکان می‌باشد. پاسخگویی به نیازهای اجتماعی انسان و تأمین فرصت‌های لازم برای کسب تجارب اجتماعی وی، مستلزم وجود فضا و قرارگاه کالبدی است و مکان‌های نمایشی ظرفیتی عظیم در پاسخ به این جنبه از حیات انسان در جوامع شهری محسوب می‌شود. مکان تنها یک سر پناه برای فعالیت‌های انسان نیست، بلکه پدیده‌ای است که انسان در تعامل خود با آن، بدان معنا بخشیده و به آن دلبسته می‌شود تا آن جا که گاه خود را با آن باز می‌شناسد. لذا مقاله حاضر در پی بررسی روابط درونی میان مفاهیم مکان و دلبستگی به آن است.

واژگان کلیدی: مکان، دلبستگی، دلبستگی به مکان، حس مکان، فضا.

مقدمه

"مکان جایی است که ما ادراکی کامل از هستی و بودن خود داشته باشیم" (داوودی، ۱۳۸۶). مکان زمانی مکان می‌شود که انسان در ارتباط با لایه‌های دیگر وجود خود قرار گیرد. این لایه‌ها می‌تواند توسط فعالیت‌های مشترک با دیگر هم‌نوعان، در ارتباط با طبیعت قرار گرفتن و یا در کنج محیط مصنوع قرار گرفتن، نمایان و روشن شود و بدین صورت انسان با لایه‌های دیگر وجود خود که به نوعی دیگر در عالم خارج نیز وجود دارند، آشنا می‌شود و بدین صورت انسان با لایه‌های دیگر وجود خود که به نوعی دیگر در عالم خارج نیز وجود دارند، آشنا می‌شود و بدین ترتیب شناخت او از محیط پیرامون و خویش‌افزون می‌گردد. انسان تابع هر فلسفه و ایدئولوژی، جهان‌بینی و یا هر فرهنگی که باشد نیازمند زندگی اجتماعی است. اجتماعی زیستن یکی از نیازهای روحی و روانی اوست. کمیت و کیفیت بناها و فضاهای عمومی شهر یکی از مهم‌ترین شاخص‌های ارزیابی توانایی شهر در پاسخگویی به نیازهای اجتماعی شهروندان به شمار می‌رود. ایجاد فضاهای عمومی و عام المنفعه از تدابیری است که می‌تواند پیوند اجتماعی را در شهر افزایش دهد (مدنی‌پور، ۱۳۸۴). امروزه به دلیل توسعه نامناسب، تضعیف حس مکان و دل‌بستگی به آن موجب تغییر در احساس و تصور مردم از مکان شده است. در اغلب موارد، تغییرات در محیط فیزیکی، نوع کاربری‌ها و فعالیت‌ها، موجب از بین رفتن ارزش‌ها و معناها شده است، مخصوصاً برای کسانی که مدت طولانی به یک محیط وابسته شده‌اند. از آنجایی که معنا و دل‌بستگی، از خواص مکان است، فقدان آن مکان، موجب ضعیف شدن حس مکان و هویت آن می‌شود.

اما آنچه این مکان‌ها را به لحاظ اجتماعی فعال می‌سازد، در درجه اول عوامل کالبدی است که بتواند زمینه‌ساز ورود و سپس توقف افراد درون فضا باشد که در این باره می‌توان به عواملی چون دسترسی‌ها، جاذبه‌های بصری، عوامل طبیعی و بسیاری عوامل دیگر از این دست اشاره نمود. اما آنچه بیش از ابعاد کالبدی در حضور و تعامل اجتماعی افراد مؤثر است، پیش‌بینی و خلق رویدادهای اجتماعی است که در عین ایجاد فرصت‌های مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، می‌تواند زمینه‌ساز ارتقاء حس تعلق به مکان نیز باشد (Lennard, 1984). بنابراین خلق یک فضای عمومی موفق، بهره‌گیری از توان‌های اجتماعی آن و ارتقاء فرصت‌های مشارکت در حیات جمعی، مستلزم شناخت فضا و ابعاد مختلف آن و نگاهی چندجانبه از سوی طراحان و برنامه‌ریزان شهری در این رابطه است. مرکز هنرهای نمایشی شهر به عنوان یک فضای گردهمایی جمعی با کالبد و فرم مناسب و با ویژگی‌های کیفی مناسب و اجرای انواع نمایش‌های متنوع میزان تعاملات اجتماعی را در شهروندان افزایش دهد؛ و به تبع آن بتواند به افزایش دل‌بستگی مردم به فضاهای نمایشی کمک کند. به عبارتی یک فضای عمومی جمعی باعث ارتقاء تعاملات و مشارکت اجتماعی در شهر شود.

روش تحقیق

روش تحقیق این پژوهش، یک روش توصیفی-تحلیلی، کیفی بوده که راهبردهای ویژه‌ای را درگیر می‌نماید. در این پژوهش از راهبردهای تحقیق کیفی، مشاهدات تجربی و تحقیق موردی استفاده می‌شود که موجب ارائه راهکارهایی در روند رسیدن به طرح مورد نظر می‌گردد. تدابیر مورد استفاده در این پژوهش شامل مطالعات کتابخانه‌ای است و تحلیل‌ها نیز با روشی توصیفی-تحلیلی انجام می‌گردند.

مفهوم دل‌بستگی به مکان

دل‌بستگی به مکان یا دل‌بستگی مکانی^۱ مفهومی چند بعدی، پیچیده و بین رشته‌ای است که جنبه‌های مختلفی از پیوند مردم با مکان را در بر می‌گیرد. این مفهوم در طول چند دهه گذشته مورد توجه بسیاری از محققان در رشته‌های مختلف علمی (جامعه‌شناسی، روانشناسی محیطی، مردم‌شناسی، جغرافیای انسانی و معماری) قرار گرفته است (Trentlman, 2009- Hummon, 1992- Windsong, 2010). پیچیدگی نظری دل‌بستگی به مکان^۲، از یک سو، با مفهوم دل‌بستگی ارتباط پیدا می‌کند که دارای ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری است (Brown & Perkins, 1992: 283) و از سوی دیگر، ناشی از این واقعیت است. که احساسات انسانی^۳ درباره مکان‌ها، جاها یا محل‌هایی^۴ ناشی می‌شود که علاوه بر داشتن فضای صوری و ظاهر جسمی و رؤیت پذیر (همانند خیابان، کوچه، ساختمان و شبکه حمل و نقل)، دارای ابعاد بوم‌شناختی، اجتماعی و نمادی است (Low & Altman, 1992- Morgan, 2010- Scannell & Gifford, 2010). به لحاظ اجتماعی، دل‌بستگی به مکان زمینه مساعدی فراهم می‌کند تا ساکنان بر امور جاری و محلی نظارت بیشتری داشته باشند و با علاقه بیشتری به مسائل اجتماعی پیرامون خود بپردازند و برای حل آنها به عمل جمعی مبادرت کنند و با تهدیدات محیطی مقابله نمایند (Scannell & Gifford, 2010- Perkins & Long, 2002- Comstok & others, 2010).

نیاز تعلق به مکان

آدمی به عنوان یک موجود با ابعاد فردی و اجتماعی و همچنین مادی، روحی و روانی، دارای نیازهای مختلفی می‌باشد که همواره به دنبال تأمین آنها در طول حیات خود می‌باشد. در این بین، تأمین این نیازها دارای اولویت و سلسله مراتب خاصی می‌باشد. «مازلو» ضمن بر شمردن انواع نیازهای آدمی، آنها را بر اساس اولویت برآورد آنها دسته‌بندی نموده است. همان‌طور که می‌بینیم، تأمین این نیازها به صورت اولویت‌بندی خاصی دیده شده است. از مهم‌ترین این نیازها که در صدر هرم اولویت‌بندی نیازها قرار دارد، نیاز به خودشکوفایی می‌باشد که لازمه آن تأمین نیازهای ماقبل خود است. انسان چه به صورت خودآگاه و چه به صورت ناخودآگاه، میل به بروز و ظهور استعدادهای فطری (خودشکوفایی) دارد (لنگ، ۱۳۹۳: ۹۶). این امر، زمانی تحقق می‌یابد که سلسله مراتبی از نیازهای تعلق و دوست داشتن برطرف گردد. تحقق این سلسله مراتب نیازها بدون شناخت جایگاه آدمی در هستی امکان‌پذیر نمی‌باشد، یعنی انسان با شناخت خود و نیازهای خود و ایجاد مکان و محملی مناسب جهت اقماع این نیازها به خودشکوفایی می‌رسد. وقوف و آگاهی کامل به انواع نیازها و تأمین سلسله مراتب نیازها، هر کدام مستلزم بستر و مکان خود می‌باشد، از طرفی کمبود شایستگی‌های محیط منجر به فقدان مشارکت، شخصیت‌زدایی، از دست دادن شایستگی‌های فردی و در نهایت عدم خودشکوفایی می‌گردد (Coffman, 1963: 65).

نظریه مکان

مکان، عنصر اصلی هویت ساکنان آن است. انسان با شناخت مکان می‌تواند به شناخت خود نائل شود (حبیبی، ۱۳۸۲). مکان، جایی است که ما ادراک کامل از هستی و بودن خود داشته باشیم (داوودی، ۱۳۸۶). انسان از مکان‌های متفاوت تصویرهای متفاوتی در ذهن دارد. احساسات او می‌تواند بر روی ادراکاتش از محیط و شکل‌گیری تصویر ذهنی از مکان تأثیرگذار باشد. همین تصاویر ذهنی انسان‌هاست که به مکان هویت می‌دهد. علاوه بر ساختار کالبدی مکان، خاطرات افراد در

¹ Place attachment

² Attachment to the place

³ Human emotions

⁴ Places

هویت بخشیدن به مکان مؤثر است. بحران مفهوم بحران معنی اجتماعی از فضا و زمان، از بارزترین مشکلات شهرسازی معاصر است، بحرانی که در ایجاد فضاهای شهری فاقد هویت، فاقد تاریخ و ارتباط تبلور یافته است (پرتوی، ۱۳۸۲: ۴۲).

مفهوم کلاسیک مکان

مکان از دیدگاه حکما

برای حکمای پیشین ایرانی، مکان همان حکم فضا را داشته و توسط آن تعریف می‌شده است. "در نزد حکما مکان عبارتست از سطح باطن جسم حاوی که مماس باشد به سطح ظاهر جسم محوی و در پیش متکلمین عبارتست از فضایی متوهم که جسم آن را اشغال کند و ابعاده در آن نفوذ نماید" (دهخدا، ۱۳۷۳، ج ۱۳). همچنین "صدرا می‌گوید: جمهور حکما گویند مکان عبارت از سطح باطن از جسم حاوی است به نحوی که هیچ جزئی از آن خارج از سطح نباشد و این وضع واقع نیست مگر در اجزای این عالم مانند آحاد عناصر و افلاک و هر گاه مجموع آنچه در این عالم از امکان و ازمنه به طور جمعی و کلی بدان نحو که یک شیء اند لحاظ شود به یک نام خوانده شود" (دهخدا، ۱۳۷۳، ج ۱۳) در این دو تعریف با سه وجه مکان روبه‌رو می‌شویم:

- ۱- ساختار مکان که دارای حد و اندازه است.
- ۲- شاخصه‌ای واحد و یا هویتی است که تک تک عناصر فضا می‌باید داشته باشند تا بدان فضا اطلاق مکان شود.
- ۳- مکان محدود کننده و تعریف کننده فضا بوده است.

مکان و تصویر ذهنی از دیدگاه ادوارد رلف

"مکان و نا مکان" ادوارد رلف^۵ از اولین پژوهش‌هایی است که بر اساس نظریه‌های پدیدارشناسی شکل گرفت و بر روی مطالب روان‌شناسانه و تجربه‌گرایی حس مکان تمرکز دارد (Carmona, 2006: 95). کما اینکه بسیاری از شهرها و کشورها هویت خود را در برابر تغییرات اساسی اجتماعی، فرهنگی و فناوری حفظ کرده‌اند. برای رلف باقی ماندن روح مکان از خلال تغییرات، مفهومی دقیق و ظریف و در عین حال نامعلوم است که اصلاً به سادگی قابل تجزیه کردن به اصطلاحات فرمال و معناگرا نیست ولی در عین حال کاملاً واضح و قابل فهم است (Carmona, 2006: 96). رلف معنای مکان را در تصویرهای ذهنی و خاطره‌های مردم و آن را مؤثرترین عامل در هویت مکان می‌داند. "تا زمانی که معنای مکان‌ها در ساختار فیزیکی و فعالیت‌های که در آن رخ می‌دهد جستجو شود، چیزی یافت نمی‌شود، بلکه باید معنا را در تصویرهای ذهنی و تجربه‌های انسان‌ها از مکان جستجو کرد." رلف برای هر مکان شاخصه و خصوصه منحصری قائل است و آن را سبب ۳ نشانه‌ی هویت مکان می‌داند که معرف حس مکان نیز هستند گرچه برای او حس مکان چیزی فراتر از این سه است اما این سه را در ایجاد این حس در مردم تأثیرگذار می‌داند: ۱- ساختار فیزیکی، ۲- فعالیت، ۳- معنا (Carmona, 2006: 99).



شکل ۱- مدل رلف

^۵ Edward Ralph



مکان از دیدگاه نظریه پردازان قرن بیستم

برای اولین بار کوین لینچ واژه‌ی تصویر ذهنی را در کتاب "سیمای شهر" در سال ۱۹۷۹ مطرح نمود. او هویت محیط را در سبب داشتن تصویر ذهنی روشن، زنده و پیوسته باشد نه تنها می‌تواند تصویری دقیق به وجود آورد، بلکه خود نقشی اجتماعی نیز به عهده دارد. می‌تواند برای سببل‌ها و خاطرات مشترک و مجتمع ارتباطات دسته جمعی آدمیان، ماده‌ی خام فراهم آورد^۶ (لینچ، ۱۳۵۰).

او با ذکر این نکته که تصاویری که از محیط در ذهن ناظر و محیط است، عواملی از سیما و شکل شهر را بیان می‌دارد که در روشن به نظر رسیدن تصاویر شهر در ذهن مردم (خوانایی) و حس هویت مؤثرند و آن‌ها را:

- راه: عاملی که حرکت را موجب می‌شود مانند خیابان، پیاده‌رو، جاده، کترو و ...
- لبه: عاملی خطی است که به دیده ناظر با راه متفاوت است، مانند بدنه خیابان.
- محله: احساس ورود را به ناظر می‌دهد و دارای خصایص سیمایی مشترک هستند.
- گره: کانون‌هایی است که به سبب آن مبدأ و مقصد حرکت مشخص می‌گردد.
- نشانه: عواملی هستند که در تشخیص قسمت‌های مختلف شهر به کار می‌آیند ولی ناظر به آنها ورود پیدا نمی‌کند، معرفی می‌نماید. دیگر نظریه‌پردازان نیز با تعابیر دیگری کم و بیش از این ۵ مورد که در خوانایی شهر و تصویر ذهنی مردم و به سبب آن هویت ایشان مؤثرند استفاده نموده‌اند.

اما اواخر دهه‌ی ۱۹۷۰ مطالعات و پژوهش‌های در مورد مکان بر پایه‌ی اهمیت رابطه‌ی مردم با محیط صورت گرفت که موردی متفاوت با مطالعات رفتاری-محیطی و مطالعات تصویری بود. اول اینکه بر خلاف رفتارشناسان محیطی، صرفاً راهبردهای اثبات‌گرایانه را به خدمت نمی‌گیرند، دوم اینکه هم به ذهنیات و هم به عینیات توجه می‌کنند و در هنگام طراحی عینیات را مورد استفاده قرار می‌دادند و سوم اینکه در مطالعات خود به جنبه‌های احساسی و ادراکی ما بین انسان و مکان هستند (حبیبی، ۱۳۸۷).

سطوح مختلف حس مکان

همان گونه که بررسی‌ها نشان می‌دهد حس مکان سطوح مختلف دارد، هیومن^۶ پنج گونه حس مکان را معرفی کرده است (Hummon, 1992) که عبارت از ریشه‌داری عقیدتی، ریشه‌داری ناخودآگاه، مکان نسبی، بیگانگی با مکان و بی‌مکانی^۷ است. جنیفر کراس^۸ نیز به تبعیت از هیومن حس مکان را ترکیبی از رابطه با مکان و حس حضور در اجتماع تعریف می‌کند. او رابطه با مکان را به صورت زندگی نامه‌ای، معنوی، عقیدتی، روایتی، مادی و وابستگی^۹ دسته‌بندی می‌کند، که با عواملی مانند هویت، درونیت و رضایتمندی پنج سطح مختلف از حس مکان یعنی ریشه‌داری منسجم، ریشه‌داری نامنسجم، بیگانگی با مکان، بی‌مکانی نسبی و بی‌مکانی مطلق^{۱۰} ایجاد می‌کند (Cross, 2001).

⁶ David Hummon

⁷ Ideological rootedness, Taken for granted rootedness, Place relativity, Place alienation & Placelessness

⁸ Jennifer E. Cross

⁹ Biographical, Spiritual, Ideological, Narrative, Commodified & Dependent

¹⁰ Cohesive rootedness, Divided rootedness, Place alienation, Relativity & Uncommitted placelessness



شامای برای حس مکان سه مرحله اصلی تعلق به مکان، دلبستگی به مکان و تعهد به مکان^{۱۱} را با هفت سطح تعیین می‌کند. این سطوح از حس مکان، کاربرد فرایند حس مکان را نشان می‌دهند که از بی تفاوتی تا حس فداکاری نسبت به مکان را به ترتیب زیر شامل می‌شود (Shamai, 1991).

بی تفاوتی نسبت به مکان

این سطح معمولاً در ادبیات حس مکان مورد استفاده قرار گیرد.

آگاهی از فرارگیری در یک مکان

این سطح هنگامی است که فرد می‌داند که در یک مکان متمایز زندگی می‌کند و نمادهای آن مکان را تشخیص می‌دهد ولی هیچ احساسی که او را به مکان متصل کند، وجود ندارد. در این حالت فرد ممکن است بداند که در یک مکان مستقر است ولی نمی‌داند که بخشی از آن مکان است. در این سطح آگاهی از مکان فراتر از یک آدرس یا موقعیت نیست.

تعلق به مکان

در این سطح فرد نه تنها از نام و نمادهای مکان آگاه است، بلکه با مکان احساس بودن و تقدیر مشترک داشتن نیز دارد، در این حالت نمادهای مکان محترم و آن چه برای مکان رخ می‌دهد، برای فرد نیز مهم است.

دلبستگی به مکان

در این سطح فرد ارتباط عاطفی پیچیده با مکان دارد. مکان برای او معنا دارد و مکان محور فردیت است و تجارب جمعی و هویت فرد در ترکیب با معانی و نمادها به مکان شخصیت می‌دهد، در این حالت بر منحصر بودن مکان و تفاوت آن با دیگر مکان‌ها تأکید می‌شود.

یکی شدن^{۱۲} با اهداف مکان

این سطح نشان دهنده درآمیختگی و پیوستگی فرد با نیازهای مکان است. در این حالت فرد اهداف مکان را تشخیص داده، با آنها منطبق شده و از آنها پیروی می‌کند، در فرد شور عشق، حمایت و از خود گذشتگی نسبت به مکان وجود دارد.

حضور^{۱۳} در مکان

این سطح به نقش فعال فرد در اجتماع که علت آن تعهد به مکان است، توجه دارد. در مقابل تمامی سطوح قبل که مبنای نظری داشتند، این سطح و سطح بعدی از رفتارهای واقعی افراد برداشت می‌شود. فرد معمولاً این سطح را به طور ضمنی با سرمایه‌گذاری منابع انسانی مثل زمان، پول و غیره نشان می‌دهد.

فداکاری^{۱۴} برای مکان

این سطح بالاترین سطح حس مکان است و فرد عمیق‌ترین تعهد را نسبت به مکان دارد و فداکاری‌های زیادی در جهت گرایش‌ها، ارزش‌ها، آزادی‌ها و رفاه در موقعیت‌های مختلف از خود نشان می‌دهد. در این سطح آمادگی برای رها کردن

¹¹ Belonging to a place, Place attachment & Commitment toward a place

¹² Identify

¹³ Involvement

¹⁴ Sacrifice



علايق جمعی به خاطر علايق بزرگتر نسبت به مکان وجود دارد. از نظر رلف عمیق ترین سطح وابستگی به مکان به صورت ناخودآگاه به وجود می آید و طی آن انس و آشنایی با مکان از بخش هوشیار آگاهی محو می شود. رلف این وابستگی را ریشه داری^{۱۵} می نامد. او هفت درجه از بیرونیت و درونیت را برای حس مکان، بیان می کند (Relph, 1976) که شامل طیف وسیعی از خود بیگانگی و بی خانمانی^{۱۶} تا تعلق به مکان و هویت عمیق و کامل با یک مکان را شامل می شود.

عوامل شکل دهنده حس مکان

با توجه به مفهوم حس مکان در دیدگاه های مختلف و سطوح مختلف حس مکان، عوامل شکل دهنده حس مکان را می توان در دو گروه عوامل شناختی و کالبدی به صورت زیر بیان کرد.

عوامل ادراکی-شناختی

چنان که گفته شد حس مکان ترکیبی است پیچیده از معانی، نمادها و کیفیت هایی که شخص یا گروه به صورت خودآگاه یا ناخودآگاه از فضا یا منطقه ای خاص ادراک می کنند (Dingenmans in Shamai, 1991). معانی و مفاهیمی که پس از ادراک مکان توسط فرد رمزگشایی می شود. از عوامل ایجاد حس مکان هستند. در این صورت حس مکان تنها به معنای یک حس یا عاطفه یا هر گونه رابطه با مکانی خاص نیست، بلکه نظام و ساختاری شناختی است که فرد با آن به موضوعات، اشخاص، اشیاء و مفاهیم یک مکان احساس تعلق می کند.

از این رو افراد بدون حس مکان توانمندی فضا یا مکان در ایجاد حسی خاص نسبت به کلیت مکان است و با این حس، مکان رابطه فرد با تمامی مفاهیم، اشخاص و سایر موضوعات موجود در آن مکان را تأمین می کند. در این مفهوم، حس به معنای احساس مرحله قبل از ادراک نیست بلکه به معنای عاطفه یعنی مرحله پس از شناخت است. به این ترتیب مکان ها در افراد مختلف حس های متفاوتی ایجاد می کنند و نقش شخصیت و تجارب گذشته انسان ها در دریافت این حس مؤثر است. فضایی که در فرد حس مکان و تعلق ایجاد می کند دیگر برای او فضا نیست و تبدیل به یک مکان می شود.

در این صورت مکان کلیتی می شود که مردم وقتی که به مسجدی وارد می شوند با مکان مسجد مواجه می شوند نه به اشکال مجرد، مردم، نماز و فضا و همین توانمندی مکان است که در ورای اجزا و فعالیت ها موجب احساس تعلق به مکان مسجد می شود. تعلق به اجتماع نیز از عوامل مؤثر در ایجاد حس مکان است چنان که هیومن حس مکان را شامل تعلق به اجتماع و حس محلی^{۱۷} تعریف کرده است. از نظر او حس مکان ادراک^{۱۸} فردی مردم از محیط خود احساسات کم و زیاد آگاهانه آنها از آن محیط است. حس مکان شخص را به گونه ای با محیط پیوند می دهد که فهم و احساس انسان با زمینه معنایی محیط به یکپارچگی می رسد (Hummon, 1992). فریتز استیل معتقد است حس مکان هر محیط بستگی به نحوه ارتباط انسان با آن محیط دارد از نظر او (Steele, 1981):

۱- رابطه انسان و مکان تعاملی است، یعنی انسان ها چیزهای مثبت یا منفی را به محیط می دهند و سپس از آن می گیرند. بنابراین چگونگی فعالیت های مردم در کیفیت تأثیر محیط بر آنها اثرگذار است.

¹⁵ Rootedness

¹⁶ Homelessness

¹⁷ Sense of community & Local sentional

¹⁸ Perception



۲- تصور مکان نه فقط کالبدی، بلکه روانی یا تعاملی است و حس مکان به عنوان یک تجربه از ترکیب یک مکان-رفتار و آن چه به انسان می‌دهد، به وجود می‌آید، به بیان دیگر برخی از چیزهای که انسان در مکان ایجاد می‌کند، بدون او و مستقل از او به وجود نمی‌آیند.

۳- برخی از فضاها آن جنان روح مکان قوی دارند که بر انسان‌های مختلف تأثیرات مشابه می‌گذارند. بنابراین انسان به مکانی که در آن زندگی می‌کند، از پیش، مجموعه‌ای از مفاهیم فرهنگی می‌دهد و این پیش مفهوم‌ها^{۱۹} راهی که انسان با مکان مواجه می‌شود را شکل می‌دهد. همچنین قرارگاه‌های رفتاری بر انسان تأثیر می‌گذارند و برای این تأثیرات الگوهایی وجود دارد و مردم نیز با کیفیت طراحی کالبدی و مراقبت مکان‌ها بر قرارگاه‌های رفتاری تأثیر می‌گذارند. این تأثیرات می‌تواند کوتاه بلند مدت، مثبت یا منفی باشد.

عوامل کالبدی

از نظر فریتز استیل مهم‌ترین عوامل کالبدی مؤثر در ادراک و حس مکان، اندازه مکان، درجه محصوریت، تضاد، مقیاس، تناسب، مقیاس انسانی، فاصله، بافت، رنگ، بو، صدا و تنوع بصری^{۲۰} است (Steele, 1981). او همچنین خصوصیات نظیر هویت، تاریخ، تخیل و توهم^{۲۱}، راز و رمز، لذت، شگفتی^{۲۲}، امنیت، سرزندگی^{۲۳}، شور^{۲۴} و خاطره را موجب برقراری رابطه متمرکز با مکان می‌داند. از نظر سالواسن^{۲۵} حس مکان از تعامل سه عنصر موقعیت، منظر و درهم تنیدگی فردی به وجود می‌آید که هر کدام از آنها به تنهایی برای خلق حس مکان کافی نیست. عوامل مختلفی چون بی‌حوصلگی، یکنواختی ساختمان‌ها و ظهور عصر دیجیتال تهدیدی برای حس مکان به حساب می‌آیند (Salvesan, 2002). از نظر او شخصیت کالبدی، مالکیت، اصالت، ساکنین و وسایل رفاهی، طبیعت مانند آب، گیاهان، آسمان خورشید و فضاهای خصوصی و جمعی؛ اجزای تشکیل دهنده مکان هستند، که در خلق حس مکان مؤثرند. از نظر یان زو ساختارهای معنایی فضا و محیط ساخته شده برای ایجاد مجموعه‌هایی از کیفیات خاص، و به وجود آمدن حس مکان نقش دارند (Xu, 1995)، و حس مکان به نگرش‌ها، جهان‌بینی‌ها و پیوند افراد با مکان مانند نام مکان، حکایات مربوط به مکان، تجربه‌های مکان و پیوندهای معنوی با مکان بستگی دارد. او سه متغیر اصلی حس مکان را خوانایی^{۲۶}، ادراک محیط بصری و هماهنگی قرارگاه رفتاری با محیط بصری می‌داند. از نظر نوربرگ شولتز حس مکان در مکان‌هایی یافت می‌شود که دارای شخصیت مشخص و متمایز هستند و شخصیت محیطی از چیزهای ملموس ساخته شده که دارای مصالح، شکل، بافت و رنگ است (Norberg-Schuls, 1997).

همچنین از نظر لینچ نیز حس مکان عاملی است که میان انسان و مکان ارتباط برقرار کرده و وحدت به وجود می‌آورد و فضا باید هویت قابل ادراکی داشته باشد و قابل شناسایی و به یاد ماندنی و نمایان باشد تا حس مکان ایجاد کند. این نوع حس مکان می‌تواند احساس تعلق به همراه داشته باشد (لینچ، ۱۳۷۶). جنیفر کراس نیز عوامل مؤثر بر حس مکان را چگونگی رابطه با مکان و حس اجتماع می‌داند و رابطه با مکان را به صورت‌های زندگی‌نامه‌ای، معنوی، عقیدتی، روایتی، مادی و وابستگی اجباری دسته‌بندی می‌کند که با عواملی مانند هویت، درونیت و رضایتمندی پنج تراز مختلف از حس مکان را ایجاد

¹⁹ Preconception

²⁰ Visual variety

²¹ Fantasy

²² Surprise

²³ Vitality

²⁴ Livability

²⁵ David Salvesen

²⁶ Legibility



می‌کنند (Cross, 2001). بنابراین بررسی‌ها نشان می‌دهد ویژگی‌های کالبدی محیط با ایجاد معانی و تأمین فعالیت‌های خاص، در ایجاد حس مکان مؤثر است. تأمین فعالیت‌ها از فضا با رضایتمندی از ویژگی‌های متغیر محیط مانند دما، صدا و امکان انجام فعالیت‌های فردی و تعاملات اجتماعی توسط عناصر ایستایی محیط مانند ابعاد، تناسبات و فرم‌ها به وجود می‌آید. شناخت و عاطفه نسبت به فضا با درک معانی، نمادها، زیبایی‌شناختی فرمی و معنایی فضا هویت‌مندی با آن حاصل می‌شود.

الزامات فضاهای شهری پاسخگو به نیازهای انسان

از آنجا که فضاها انجام عملکرد را ممکن و آسان می‌سازند، طراحی فضاهای شهری باید با این آگاهی که مردم چگونه این فضاها را مورد استفاده قرار می‌دهند همراه باشد. طراحان شهری ورزیده عموماً بر اساس تجربه اولیه، آگاهی مفصلی از فضاهای شهری، مکان‌ها و محیط‌ها به دست می‌آورند. به طور مثال، این طور بیان می‌شود که تنها در طول یک راه‌پیمایی طولانی است که طراحان می‌توانند موجودیت خود را در تجربه واقعی از یک فضای شهری حس کنند. بسیاری از بهترین نظریه‌ها در استفاده از قلمرو فضای عمومی، بر مشاهدات اولیه استوار است: جین جیکوبس (زندگی و مرگ در شهرهای بزرگ آمریکا، ۱۹۶۱) در شهرهای آمریکای شمالی، یان گل (زندگی بین ساختمان‌ها، ۱۹۷۱) در اسکاندیناوی و ویلیام اچ وایت^{۲۷} (زندگی اجتماعی و فضاهای کوچک شهری، ۱۹۸۰) در نیویورک. به این نویسندگان می‌توان کلتر کوپر مارکوس^{۲۸} و وندی سرکسیان^{۲۹} (طراحی مسکن در صورتی که مردم مطرح باشند، ۱۹۸۶) و پروژه فضای عمومی (چگونه می‌توان فضای اطراف را تغییر داد) و دستورالعملی به منظور خلق فضاهای عمومی (PPS, 1990) توصیه می‌شود با مشاهده فضا می‌بیند به جای تصویری که از نحوه استفاده از فضا می‌شود چگونه فضا را در واقعیت مورد استفاده قرار می‌گیرد. بر اساس ترکیب نتایج تحقیق و ایده‌های که مورد استفاده و طراحی فضاهای عمومی صورت گرفته است، کار و همکاران^{۳۰} (۱۹۹۲) اظهار می‌دارند که علاوه بر معنادار بودن (اجازه دادن به مردم در مورد برقراری ارتباطات قوی بین مکان زندگی خصوصی خود و فضای بزرگ‌تر) و دموکراتیک (حفظ حقوق تمامی استفاده‌کنندگان و قابل دسترس بودن فضا برای همه گروه‌ها و فراهم کردن آزادی در عمل) فضاهای شهری ما باید پاسخگو نیز باشند، بدین معنا که طراحی و مدیریت شوند تا نیازهای استفاده‌کنندگان را بر طرف سازند. این فضاها باید پنج نیاز اولیه را پاسخگو باند: راحتی، آسایش، درگیر شدن غیر فعال با محیط، درگیر شدن فعالانه با محیط و امکان کشف محیط. غالباً فضاهای خوب بیش از یک نیاز را پاسخگو هستند.

راحتی

راحتی پیش نیاز یک فضای عمومی موفق است. طول زمانی که مردم در یک فضای عمومی توقف می‌کنند نشانه عملکرد و راحتی آن محسوب می‌شود. احساس راحتی شامل موارد زیر است: عوامل زیست‌محیطی: به طور مثال در پناه بودن از اشعه خورشید، وزش باد و غیره؛ راحتی فیزیکی: به طور مثال وجود تعداد کافی صندلی‌های راحت و غیره؛ راحتی اجتماعی-روانی: مورد آخر بسته به شخصیت و جوی است که فضا ایجاد می‌کند. کار و همکاران (۱۹۹۲) ادعا می‌کنند که نیاز به آسایش روانی نیازی عمیق و وسیع می‌باشد که به تجارب افراد در فضای عمومی باز می‌گردد. احساس امنیتی که فرد احساس کند که خود و آنچه متعلق به اوست آسیب پذیر نمی‌باشد. حس راحتی نمی‌تواند با طراحی فیزیکی و راهبردهای مدیریت آن تقویت شود.

²⁷ William H Wayte

²⁸ Clare Copper Marcus

²⁹ Vandy Sarkissian

³⁰ Carre et al

آسایش

راحتی روانی می‌تواند پیش نیاز آسایش محسوب شود. آسایش حالت پیشرفته‌تری از آرامش تن و جان است (Carr et al, 1992) درسایت‌های شهری قرارگیری المان‌های طبیعی، درختان، پوشش گیاهی، آب‌نماها و جدایی از ترافیک سواره کمک می‌کند که تضاد با فضاهای اطراف تشدید شود و به آرامش فضا کمک بیشتری شود. المان‌هایی که فضا را مخفی می‌کند و مانع دسترسی بصری می‌شوند. مشکلات امنیتی به وجود می‌آورد و عدم استفاده از فضا را ترغیب می‌کند، لازم است به کمک رعایت جنبه‌های مختلف طراحی یک کل متعادل به دست آید.

درگیر شدن غیرفعال با محیط

در حالیکه درگیر شدن غیرفعال با محیط می‌تواند حس آسایش ببخشد در عین حال برخورد با محیط بدون درگیر شدن با عملکرد را نیز در خود دارد شاید اولین شکل درگیر شدن غیرفعال تماشای مردم در محیط باشد. به طور مثال، وایت (۱۹۸۰) می‌گوید: آنچه مردم را جذب می‌کند سایر افرادند و زندگی و عملکردی که به همراه دارد، فضاهایی که بیشتری مورد استفاده قرار می‌گیرد عموماً مجاور به جریان‌های اصلی تردد پیاده‌اند، که به بینندگان اجازه می‌دهد مردم را بدون حرکت چشم تماشا کنند. برای درگیر شدن با فضا به شکل غیرفعال نصب فواره‌ها، ایجاد دیدهای مناسب، به کارگیری المان‌های هنر مدرن، برگزاری نمایش‌های مختلف فرصت‌ها را به وجود می‌آورد.

درگیر شدن فعالانه

درگیر شدن فعالانه با فضا تجربه مستقیم‌تری از فضا را برای استفاده‌کنندگان در بردارد. کار و همکاری (۱۹۹۲) اظهار می‌کنند که گرچه برخی از مردم در رابطه اجتماعی خود صرفاً از تماشای دیگران احساس رضایت می‌کنند، برخی دیگر خواهان تماس مستقیم‌تری با دوستان آشنایان و غریبه‌ها هستند. هر چند طراحی شهری ممکن است به گونه‌ای دیگر فکر کنند اما نزدیکی ساده مردم به فضاهایی ایده‌آلی برای ایجاد آشنایی نیستند و در فضاهایی کاملاً اجتماعی حتی ممکن است آثار کمی از ایجاد آشنایی دیده نشود. گرچه انطباق مردم با فضا و زمان، فرصت‌هایی را برای تماس و روبرویی اجتماعی فراهم می‌آورد (گل، ۱۹۹۶: ۱۹)، به شکل‌های مختلف ایجاد روابط اجتماعی از تنهایی تا بودن با یکدیگر اشاره می‌کند و طیفی از میزان آشنایی از دوستی نزدیک تا دوستی، آشنایی، ارتباطات اتفاقی و ارتباطات ضمنی را معرفی می‌کند. اگر کاربردی در فضاهای بین ساختمان‌ها وجود نداشته باشد، کم‌ترین حد آشنایی نیز محو می‌شود: مرز بین تنهایی و آشنایی مشخص‌تر می‌شود، مردم یا تنهایی و یا بنا به نیازشان با دیگرانند (گل، ۱۹۹۶: ۲۰).

کشف

در کشف محیط میل به شرکت در نمایش‌های جدید و تجربه‌های لذت بخش وجود دارد که به تفاوت و تغییر در محیط وابسته است. این موارد ممکن است به سادگی با حرکت زمان و گردش فصول به وجود آیند و یا می‌توانند به شکلی دیگر از مدیریت محیط و نمایش فضاهای عمومی حاصل شوند. انگیزه کشف، می‌تواند با ایجاد شکستی در وضعیت عادی، یکنواخت و قابل پیش بینی به وجود آید. کشف می‌تواند حس عدم امکان پیش بینی وقایع را به دنبال داشته باشد و یا حتی احتمال وجود خطر واقعی و یا خطر غیر واقعی را اعلام کند. کشف محیط ممکن است شرکت در برنامه‌های نمایشی و شرکت در جمع را شامل شود مثل شرکت در کنسرت‌های هنگام ناهار، نمایشگاه‌های هنری، نمایشگاه‌های خیابانی، جشنواره‌ها، نمایش‌ها، بازارها، اتفاقات اجتماعی و بازاریابی در طول زمان‌های مختلف و مراسم گوناگون (Carmona, 2006: 327-333).

راهکارهای ارتقاء حس دلبستگی مکانی در طراحی فضاهای نمایشی

• اجتماع پذیری

یکی از مهمترین ابعاد و ویژگی‌های فضاهای عمومی، ایجاد فرصت‌های لازم جهت تعاملات اجتماعی می‌باشد. هنگامی که مردم با سایر افراد جامعه تعامل می‌کنند، رابطه قوی‌تری با مکان و جامعه خود احساس می‌نمایند. این عوامل با تعیین میزان حضور گروه‌های مختلف اجتماعی، شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی و زندگی در ساعات مختلف شبانه روز قابل اندازه‌گیری و ارزیابی است.

• فعالیت و کاربری

رویدادهای اجتماعی، نوع فعالیت‌ها و کاربری‌های موجود درون فضا و توان آن‌ها در جذب افراد و گروه‌های مختلف، مهمترین عامل در پویایی فضاهای نمایشی و فعال بودن آن در ساعات و فصول مختلف است و شاخص ارزیابی این بعد، میزان دفعات مراجعه افراد به فضا و مشارکت در فعالیت‌های مختلف است.

• دسترسی و ارتباط

ارتباط با نحوه سیرکولاسیون و ارتباطات فضایی و دسترسی با قابل رویت بودن فضا و نحوه دست‌یابی به فضا که تیبالدز از آن به عنوان دسترسی کالبدی و بصری فضا یاد می‌کند، در رابطه است که خود در امنیت و عملکرد مثبت فضا مؤثر است. در این راستا امکان دسترسی، تداوم حرکت و حضور در گروه‌های ویژه نظیر کودکان و سالخوردگان در نقاط مختلف فضا، وجود پارکینگ‌های کافی و ارتباط مطلوب با سیستم حمل و نقل شهری از جمله شاخص‌های تعیین کننده در این بعد می‌باشد.

• تصویر ذهنی و آسایش

تصویر ذهنی با چگونگی ساماندهی کالبدی فضا و دریافت آسایش ذهنی از فضا، در ارتباط است. پایداری (نحوه و میزان حمایت و حفاظت از فضا)، تشخیص و خوشایندی بصری فضا در جذب مردم به یک قرارگاه و دریافت آسایش ذهنی از فضا، مؤثرند و این ویژگی است که سبب می‌گردد مردم آن را جهت توقف، قدم زدن و تجربه حیات جمعی انتخاب نمایند ([Http://www.PPs.org](http://www.PPs.org)).

نتیجه‌گیری

حضور افراد در فرایند خلق مکان سبب می‌گردد تا آنها احساس بیشتر و بهتری نسبت به آن مکان داشته باشند. این امر دلبستگی به مکان، توسعه ارتباطات اجتماعی، حفظ ریشه‌های تاریخی، احساس آرامش و امنیت در مکان را در پی دارد (Rivlin, 1987). فراهم ساختن زمینه‌های مشارکت در عین حال که انعکاس دهنده انتظارات و نیازهای افراد نسبت به مکان است، تعیین کننده‌ی نحوه زندگی آنها در آینده نیز می‌باشد (Altman, 1993). بنابر نتایج گرفته شده از مباحث، انسان و مکان دارای شاخصه‌های همانندی همچون خاطره و هویت هستند. انسان می‌تواند هویت پرداز یک مکان باشد و مکان می‌تواند دارای یک هویت انسان ساز باشد و این دو برای یکدیگر لازم و ملزوم هم هستند. انسان برای اینکه خود را بهتر بشناسد نیاز به شناخت محیط اطراف خود دارد و این در صورتی است که تعلق و دلبستگی به محیطش داشته باشد. و مکان زمانی شکل می‌گیرد که انسان با تمام احساس و ادراک خود روح و معنای آن را دریابد. مکان با ساختار فیزیکی و فعالیتی که در آن رخ می‌دهد تعریف مادی پیدا می‌کند و با شکل گرفتن تصویر و تعلق آن در ذهن انسان و در طول زمان معنا و روح پیدا می‌کند. معنا و روحی که برای روزگاران خواهد ماند و به یاد آورنده‌ی بودن و هستی انسان خواهد بود

منابع

- پرتوی، پروین، مکان و بی مکانی، رویکردی پدیدار شناسانه، نشریه هنرهای زیبا، تابستان، ۱۳۸۲، صفحه ۱۴-۴۲.
حبیبی، رعنا سادات، تصویرهای ذهنی و مفهوم مکان، نشریه هنرهای زیبا، ۱۳۸۷، ۳۹-۵۰.
داوودی، البرز، ۱۳۸۶، بررسی مبانی حکمت اماکن مقدس در رساله امکان و ازمنه، عین القضاة همدانی. تهران.
دهخدا، علی اکبر، ۱۳۷۳، لغت نامه دهخدا، جلد سیزدهم مضعف- نواخانه، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
گل یان، ۱۳۸۷. زندگی در فضای میان ساختمان‌ها، ترجمه شیما شصتی، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
لنگ، جان، ۱۳۸۶، آفرینش نظریه معماری، ترجمه علیرضا عینی‌فر، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
لینچ، کوین، ۱۳۵۰، سیمای شهر، ترجمه منوچهر مزینی، تهران: انتشارات دانشگاه ملی ایران.
مدنی‌پور، علی، ۱۳۸۴، طراحی فضای شهری، تهران: نشر شرکت نشر و برنامه‌ریزی شهری وابسته به شهرداری تهران.
- Altman, Irwin. (1993), *Dialectics, physical environments, and personal relationships*, Communication Monographs, 60, pp.26-34.
- Brown, Barbara B. and Douglas D. Perkins (1992) *Disruptions in Place Attachment*, in Irwin Altman and Setha M. low (Eds.) *Place Attachment*, New Yourk/London: Plenum Press: 279-301.
- Goffman, Erving. (1963). *Behavior in Public Space*, New York: Free Press.
- Carmona, Mathew. (2006), "Public places, urban spaces", Architectural press, Elsevier, Oxford.
- Comstock, Nicole, L. Miriam Dickinson, Julie A. Marshall, Mah-J. Soobader, Mark S. Turbin, Michad Buchenau, and Jill S. Litt (2010) *Neighborhood Attachment and its Correlates: Exploring Neighborhood Conditions, Collective Efficacy and Gardening*, *Journal of Environmental Psychology*, XXX: 1-8.
- Cross, Jennifer E. (2001), *What is Sense of Place*, *Research on Place & Space Website*, 20 Feb. 2003; 12
- Hummon, David M. (1992), *Community attachment: local sentiment and sense of place*, In I. Altman and S. Low (Eds), *Place Attachment*, New York, Plenum.
- Lennard & Lenard. (1984) *Public Life in urban places: Godlier*, Southampton
- Low, S.M., and Altman, Irwin. (1992), *Place attachment: a conceptual inquiry*, In Low, S.M. and Altman, I. (Eds.) *Place Attachment*, New York, Plenum Press, pp. 12, 1-12.
- Morgan Paul (2010) *Toward a Developmental Theory of Place Attachment*, *Journal of Environmental Psychology*, 30: 11-22.
- Perkins, Douglas D. and D. Adam long (2002) *Neighborhood Sense of Community and Social Capital: A Multi - Level Analysis*, in A. T. Fisher, C. C. Sonn and B. J. Bishop (Eds.), *Psychological Sense of Community*, New York: Kluwer Academic / Plenum Publishers: 291-318.
- Relph, Edvard. (1976), *Place and placelessness*, London, Pion Limited.
- Rivlin, Leanne G. (1987), *The neighborhood, personal identity and group affiliation*, In I. Altman and A. Wandersman (Eds.), *Neighborhood and Community Environments*, New York, Plenum Press.
- Salvesen, David (2002), *The Making of Place*; *Research on Place & Space Website*, 20 Feb. 2003, 12 Mar
- Scannell, Leila and Robert Gifford (2010) *The Relations between Natural and Civic Place Attachment and Pro-Environmental Behavior*, *Journal of Environmental Psychology*, XXX: 1-9.
- Shamai, Shmuel (1991), *Sense of place: An empirical measurement*, *Israeal, Geoforum volume 22*, pp. 347-358.
- Steele, Fritz (1981), *The Sense of Place*, CBI Publishing Company, Boston.
- Trentelman, C. K. (2009) *Place Attachment and Community Attachment: A Primer Grounded in the Lived Experience of a Community*, *Sociologist Society and Natural Resources*, 22: 191-210.
- Windsong, Elena, Ariel (2010) *There is no Place Like Home: Complexities in Exploring Home and Place Attachment*, *The Social Science Journal*, 47: 205-214.
- Norberg-Schulz, Christan (1997), *The Phenomenon of Place*, Princeton Architectural Press, New York.
- Xu, Yan (1995), *Sense of Place and Identity*, *Research on Place & Space Website*; 20 Feb. 2003; 12 Mar
[Http://www.PPs.org](http://www.PPs.org)