

## ارزیابی و سنجش عوامل مؤثر بر ایجاد حس مکان در مراکز محله‌های شهری مطالعه موردی: مراکز محله‌های شیخداد و شهرک دانشگاه در شهر یزد

مهدی منتظرالحجه<sup>۱\*</sup>، مجتبی شریف‌نژاد<sup>۲</sup>، سهیلا دهقان<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> استادیار گروه شهرسازی دانشکده هنر و معماری دانشگاه یزد

<sup>۲</sup> مربی گروه شهرسازی دانشکده هنر و معماری دانشگاه یزد

<sup>۳</sup> کارشناس شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه یزد

تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۲/۲۵

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۶/۱۴

### چکیده

محله‌های شهری در گذشته بستر شکل‌گیری مراکزی در دل خود به‌عنوان مکان‌هایی واجد هویت و معنا بوده از توانایی بالایی برای برقراری تعامل بین انسان با محیط و انسان با انسان برخوردار بودند. حال آن‌که امروزه به تبعیت از الگوی شهرسازی غربی و نیز به‌کارگیری گونه‌های فاقد معنا در ایجاد محله‌ها منجر به نادیده‌گیری هویت و هم‌چنین کنار گذاشتن اصول مکان‌سازی شده است. حس مکان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین متغیرهای کیفی محیط‌ها و محله‌های شهری، ارتباطی بین انسان و مکان است و باعث دادن شخصیت و هویت به مکان می‌شود، توجه به این مفهوم در محلات مسکونی جدید بدون سابقه تاریخی معطوف به فراهم آوردن کیفیات متعددی هم‌چون هویت، سرزندگی، خاطره‌انگیزی، ایجاد حس تعلق، دل‌بستگی مکانی و غیره است. امروزه توجه نکردن به ایجاد فضاهایی برای مردم در عرصه‌های عمومی محله‌های جدید که واجد حس مکان و پیوند با گذشته باشد، موجب بی‌هویتی، کاهش حس تعلق ساکنان به محل سکونت و پایین بودن میزان تعاملات اجتماعی و به دنبال آن انواع آسیب‌های اجتماعی گردیده است. هدف این پژوهش بررسی مفهوم حس مکان در مراکز محله‌های تاریخی و معاصر و شناسایی عوامل مؤثر بر ایجاد و ارتقای آن در این محیط‌ها است. برای این منظور، دو نمونه از مراکز محله‌های شهر یزد، یکی در بافت تاریخی و دیگری در بافت جدید شهر انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. روش پژوهش همبستگی و از آزمون‌های آماری کولموگراف اسمیرنف، رگرسیون چندگانه و آزمون همبستگی پیرسون برای تعیین رابطه و شدت و جهت رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته استفاده شده است. بر این اساس ده فرضیه تدوین و در نمونه‌های مطالعاتی مورد آزمون قرار گرفته‌اند. مطابق با نتایج به دست آمده متغیرهای هویت در محله تاریخی و کیفیت‌های فضایی در محله جدید بالاترین میزان همبستگی را با میزان حس مکان در مراکز محله‌ها دارند.

واژگان کلیدی: مرکز محله، حس مکان، بافت تاریخی، بافت جدید، شهر یزد.

\* E-Mail: montazer@yazd.ac.ir

## مقدمه

در حال حاضر بحران مکان به مفهوم فقدان معنی اجتماعی در فضا و زمان یکی از دلایل اصلی عدم توانایی فضاهای زیستی در فراهم آوردن محتوای لازم برای «باشیدن» انسان‌ها و در پی آن بحران هویتی جوامع معرفی می‌گردد. چرا که هویت بشری مستلزم هویت مکان است و مکان بدون در اختیار نهادن امکانات غنی در تعیین هویت انسان‌ها نمی‌تواند کارکردی هویت‌پرداز ایفا نماید. در محله‌های تاریخی وجود ارتباطات غنی و قوی انسانی، وجود کاراکتر ویژه و بارز سنتی بودن، توجه به معماری بومی، استفاده از مصالح بومی سازگار با اقلیم و توجه داشتن به هویت فرهنگی اصیل محله به خوبی حس مکان را در محلات و مراکز محله‌ها ایجاد نموده است، کیفیتی که حتی امروزه با گذشت زمان نیز از بین نرفته و به خوبی قابل تشخیص است.

این در حالی است که این کیفیت در محله‌های جدید شهری به فراموشی سپرده شده است. در بجهت زندگی ماشینی و روند رو به افزایش شهرنشینی تنها امر مهمی که دنبال می‌شود، توجه صرف به ابعاد کالبدی شهرها و کمی نمودن تمامی وجوه زندگی انسان‌ها برای زندگی در شهرها است. گو اینکه کیفیت محل زندگی انسان‌ها نیز نقش و جایگاه اساسی در بهبود حیات اجتماعی جوامع ندارد. با این حال در نظر نگرفتن و کم توجهی به برطرف نمودن نیازهای اجتماعی، ادراکی و روان‌شناختی انسان‌ها مشکلات فراوانی هم برای افراد و هم برای جامعه به دنبال داشته است. از بین رفتن مفهوم مکان در شهرها و محله‌های جدید، بی‌هویتی فضاهای شهری، نداشتن حس تعلق شهروندان و نهایتاً بروز انواع آسیب‌های اجتماعی در شهرها از نتایج بی‌توجهی به مقولات کیفی زندگی است.

امروزه در مراکز محله‌های معاصر عدم توجه به ویژگی‌های هویت‌بخش به عرصه‌های عمومی و ویژگی‌های متنوع آن‌ها، منجر به کاهش هماهنگی بین محیط و ساکنان، بهره‌برداری پایین از محیط، عدم رضایت کاربران و در نتیجه عدم احساس تعلق به آن گردیده است. به همین دلیل در این پژوهش سعی می‌شود که به این سؤال پاسخ داده شود: چه عواملی در ایجاد و ارتقای حس مکان تأثیرگذار هستند؟ برای پاسخ به این سؤال پس از مرور ادبیات موضوع و مبانی نظری، ده فرضیه بر اساس متغیرهای مستقل مؤثر در ابعاد مختلف تدوین و جهت آزمون فرضیات دو محله تاریخی و جدید (نوساز) در شهر یزد انتخاب و سنجش متغیرها در آن‌ها انجام شده است.

## اهداف پژوهش

هدف اصلی این پژوهش شناخت عوامل مؤثر بر ایجاد حس مکان در مراکز محلات تاریخی و معاصر از طریق سنجش سهم هر یک از عوامل سازنده و به دنبال آن، ارائه سیاست‌های ارتقاء حس مکان در مراکز محلات شهری است. همچنین تبیین مفهوم

کیفیت حس مکان در مراکز محلات شهری، دستیابی به عوامل و مؤلفه‌های تأثیرگذار جهت ایجاد و ارتقای حس مکان در مراکز محلات، بررسی صحت تبیین‌کنندگی عوامل و مؤلفه‌های ایجادکننده حس مکان در مراکز محلات مورد مطالعه نیز از جمله اهداف عملیاتی پژوهش پیش رو هستند.

## پیشینه پژوهش

مطالعات و پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه مکان و حس مکان عمدتاً به‌عنوان عاملی وابسته به مؤلفه‌های مختلف شکل‌دهنده فضا صورت پذیرفته‌اند. عمده این مطالعات مشتمل بر انواع مختلفی از روش‌های کمی و کیفی بوده که به بررسی تعاریف مختلف از مکان و روابط متعامل بین انسان و مکان پرداخته و از مقیاس‌های مختلف از بناها و فضاهای منفرد گرفته تا محلات و حتی محدوده شهر و مناطق آن متغیر بوده‌اند.

برخی از این پژوهش‌ها به دنبال معرفی مدلی جدید پیرامون ارزیابی حس مکان بوده و به تبیین این مدل‌ها، متدلوژی و اعتبارسنجی آن‌ها بوده‌اند. تعداد زیادی از این مطالعات به بررسی و استفاده از روش‌های کمی برای ارزیابی و سنجش مکان و متغیرهای آن در فضاها و بافت‌های مختلف و ارتباط آن‌ها با متغیرهای کالبدی و یا رفتاری پرداخته‌اند. در جدول زیر پژوهش‌های مرتبط با موضوع حس مکان در دو حوزه داخلی و خارجی و نتایج آن‌ها بیان گردیده‌اند.

علیرغم پژوهش‌ها و مطالعات قابل ملاحظه در زمینه بررسی مفاهیم و ارزیابی متغیرهای حس مکان که به برخی از آن‌ها اشاره گردید، به نظر می‌رسد جای خالی پژوهش‌هایی که به ارائه مدل ارزیابی و سنجش حس مکان در محلات به‌ویژه گونه‌های مختلف محلات همچون محلات تاریخی و محلات معاصر شهری بپردازند و اثرات عوامل مختلف مؤثر بر و متأثر از حس مکان تلاش کنند کاملاً محسوس است.

## حس مکان در مرکز محله

محله به‌مثابه سلول اصلی شهر سنتی در ایران سکونت‌گاه قوم، نژاد، مذهب یا فرقه‌ای خاص است. جامعه شهری رنگ گرفته از نظام عشیره‌ای، در روند شکل‌گیری خود مجموعه‌هایی را ایجاد کرد که به محله معروف شدند. هر قوم و قبیله‌ای بسته به منافع و ساختارهای درونی خود محله‌ای مستقل برای خود بنا می‌نمود. عمده‌ترین دلیل این امر را می‌توان ضرورت همبستگی داخلی و امنیت بیشتر در برابر دیگران دانست. در شهرهای بزرگ، گاهی هر محله برای خود شهر نیمه‌مستقلی بود با بازارها، مساجد و سازمان اداری مشخص که وابسته به حکومت شهر بود. بر خلاف مراکز اداری و بازرگانی و مذهبی شهر که تا حد زیادی نمودار همبستگی نظام شهری بود، محله‌های شهر جلوه‌گاه تضادها و

جدول شماره ۱: پیشینه پژوهش در خارج از کشور

پژوهشگر / نظریه پرداز	نظریات/نتایج پژوهش
رلف <sup>۱</sup> (۱۹۷۶ و ۲۰۰۷)	حس مکان حس مشترک از تاریخ محلی و جغرافیا که خود را در ترکیبی از غرور و تعهد به بهبود مکان نشان می‌دهد. ماهیت مکان در تجربه، یعنی از جهت التفات ناخودآگاهانه به مکان است که مکان را به مثابه مرکزی پرمحتوا و عمیق از هستی و وجود بشر، تعریف می‌کند.
پانتر <sup>۲</sup> (۱۹۹۱)	عوامل تشکیل دهنده حس مکان فعالیت، ساختار فیزیکی و یا معنا هستند. معیارهای سنجش عوامل فیزیکی و کالبدی را منظر شهری، چشم انداز، نفوذپذیری، شکل ساخت و مبلمان شهری و معیارهای سنجش عوامل فعالیتی را کاربری‌ها، میزان تردد پیاده، میزان تردد سواره، الگوهای رفتاری، محیط مصنوع و خوانایی و معیارهای سنجش عوامل معنایی را مناسبات فرهنگی، عملکردهای ادراکی و ارزیابی کیفی معرفی می‌کند.
نوربرگ شولتز <sup>۳</sup> (۲۰۰۰)	حس مکان در مکان‌هایی یافت می‌شود که دارای شخصیت مشخص و متمایز هستند. دارای هویت مکان‌اند و این شخصیت مشخص از چیزهایی ملموس که دارای مصالح، شکل، بافت و رنگ هستند، ساخته شده است.
لینچ <sup>۴</sup> (۱۹۸۱)	حس مکان با «هویت» در ارتباط می‌باشد و بیان می‌کند که حس مکان گسترده‌ای است که شخص می‌تواند یک مکان را به مثابه یک هستی متمایز از مکان‌های دیگر تشخیص دهد و به یاد آورد.
سیمون <sup>۵</sup> (۱۹۸۲)	شخصیت مکان مهم‌ترین عامل حس مکان است و یک محیط متمایز و یک حس محلیت خاص را ایجاد می‌کند.
توان <sup>۶</sup> (۱۹۷۷)	حس مکان را پیوندی پرمحبت و تأثیرگذار میان مردم و مکان‌ها یا قرارگاه‌ها می‌داند و حس مکان شامل واکنش زیستی یا بیولوژیکی به محیط کالبدی بیرونی و آفرینش فرهنگ است.
زو <sup>۷</sup> (۱۹۹۵)	حس مکان ترکیب خصیصه‌هایی است که یک مکان را خاص و منحصربه‌فرد می‌کند و از میراث فرهنگی نواحی حفاظت می‌کند، آگاهی‌های فرهنگی و روابط خویشاوندی را ارتقاء می‌دهد.
استیل <sup>۸</sup> (۱۹۸۱)	حس مکان را تجربه‌ای چون هیجان و انبساط خاطر در یک قرارگاه رفتاری خاص می‌داند و معتقد است که این روح مکان یا شخصیت فضا است که این احساسات خاص را برمی‌انگیزد.
شامای <sup>۹</sup> (۱۹۹۱)	وی حس مکان را تجربه فضا به وسیله انسان می‌داند، به عبارت دیگر مکان ترکیبی از انسان و طرح خاصی از محیط کالبدی زندگی اوست که به واسطه حس کردن به ادراک درآمده و تجربه می‌شود. تمایل به مراجعه یا عدم مراجعه، تداوم و پایداری حضور، بهره‌مندی از مکان و مشارکت در فعالیت‌های آن از این حس سرچشمه می‌گیرد.
سالواسن <sup>۱۰</sup> (۲۰۰۲)	حس مکان از تعامل سه عنصر موقعیت، منظر و درهم تنیدگی فردی بوجود می‌آید. موقعیت، منظر، درهم تنیدگی فردی، شخصیت کالبدی، مالکیت، اصالت، ساکنین، وسایل رفاهی، فضاهای خصوصی و جمعی در خلق حس مکان مؤثرند.
مونتگمری <sup>۱۱</sup> (۱۹۹۸)	معتقد است حس مکان وجه تمایز موفقیت مناطق است و باعث احساس زنده و شادی و نشاط در خلق مکان می‌شوند.
کرمونا و تیزدل <sup>۱۲</sup> (۲۰۰۷)	طریقی که مکان‌ها در طول زمان کنترل و مدیریت می‌شوند بر حس مکان تأثیرگذار است.

مأخذ: نگارندگان

جدول شماره ۲: پیشینه پژوهش در ایران

پژوهشگر(ان)	نتایج پژوهش
محمدصادق فلاحت (۱۳۸۵)	به بررسی مفهوم حس مکان در دیدگاه پدیدارشناسی محیطی و روان‌شناسی محیطی، سطوح مختلف و عوامل شکل دهنده آن پرداخته است. در نهایت ضمن رسیدن به این جمع‌بندی که حس مکان حاصل ارتباط درونی انسان، تصورات ذهنی او و ویژگی‌های محیطی است، مدلی را برای نشان دادن چگونگی این تأثیرات ارائه کرده است.
محمودی نژاد و همکاران (۱۳۸۷)	به بررسی پدیده مکان در رویکردی پدیدارشناسانه می‌پردازد. فرآیند پدیدارشناسی مکان و مؤلفه‌های مکان شهری را مورد بازخوانی و بازبینی قرار داده و راهکارهایی در مورد ارتقای فضا به مکان شهری اشاره داده است.
پروین پرتوی (۱۳۸۷)	به مطالعه پدیده مکان از منظر پدیدارشناسی می‌پردازد و مقولات مرتبط با مکان را بیان می‌کند.
علی صمیمی شامی و پروین پرتوی (۱۳۸۸)	به سنجش عناصر مؤثر در حس مکان و بررسی تفاوت آن در بافت‌های ارگانیک و برنامه‌ریزی شده پرداخته‌اند.
پریسا کلالی و آتوسا مدیری (۱۳۹۱)	به بررسی روابط میان معنای مکان، سلسله مراتب حضور انسان و سطوح گوناگون حس مکان پرداخته و معتقدند وجود روابط درونی میان سطوح معنای مکان، وابسته به حضور انسان در مکان و سطح گوناگون حس مکان می‌باشد.
حسین کاشی و ناصر بنیادی (۱۳۹۲)	پس از بررسی عوامل و عناصر مختلف و نیز طبقه‌بندی عوامل دخیل در آن، به تبیین مدلی نو از عناصر و فرآیند شکل‌گیری حس مکان و بررسی مدل مذکور در پیاده‌راه‌ها پرداخته شده است.
امیرحسین عمادی (۱۳۹۲)	با هدف تأکید بر افزایش کمیت و کیفیت پیاده‌راه‌ها، شناسایی معیارهای مطلوبیت پیاده‌راه‌ها با تأکید بر مفهوم حس مکان به بررسی مفهوم پیاده‌راه و حس مکان و عوامل ایجادکننده و ویژگی‌های آن‌ها پرداخته است. در نهایت شاخص‌هایی را در رابطه با سنجش حس مکان و راهکارهایی در رابطه با ایجاد حس مکان در پیاده‌راه‌ها ارائه می‌کند.

مأخذ: نگارندگان

پراکندگی‌ها بود. از طرف دیگر همکاری و تعاون بین افراد یک محله و حمایت اجتماعی و اقتصادی آنان از همدیگر آن قدر بود که فقدان قوانین و مقررات برای تأمین امنیت اجتماعی فرد را تا حدودی جبران می‌کرد. "هم محله‌ای" بودن هم نوعی ارزش محسوب می‌شد (سلطان زاده، ۱۳۶۸: ۷۵).

در تبیین مطلوب‌تر مفهوم محله، سازمان و استخوان‌بندی محله می‌تواند از محورهای اصلی باشد. وجود و تداوم محور اصلی محله همراه با مرکز محله و گذرهای پیاده، شبکه‌ای از مراکز فرعی محله و وحدت شکلی آن را باید چارچوب و استخوان‌بندی اصلی محله دانست (حبیبی، ۱۳۸۲: ۳۳). مرکز محله همواره عنصر اجتناب‌ناپذیر هر محله بود که در قلب آن جای می‌گرفت و عمومی‌ترین و مردمی‌ترین فضای آن محسوب می‌شد. معمولاً چند عنصر حیاتی مانند آب‌انبار، مسجد، حمام، تعدادی مغازه و غیره در اطراف میدان گرد هم می‌آمدند که خود عامل مؤثری در جذب ساکنان به میدان محلی محسوب می‌گشت. به این ترتیب پس از پدید آمدن الزام حضور در میدان، استمرار حضور باعث می‌شد که میدان محلی تبدیل به میعادگاه ساکنان گردد. وجود عملکردها و فعالیت‌های مختلف اعم از فرهنگی، تجاری، رفاهی و... فضا را در طول زمان برای مخاطبان گوناگون زنده نگاه می‌داشت و میدان محلی را درون بافت مسکونی تبدیل به مقصدی می‌کرد که راه‌های محله به‌جای آنکه از آن عبور کنند به آن منتهی می‌شدند.

به همین لحاظ میدان محلی در تصویر ذهنی عموم مردم از یک محله، نقطه پرننگی محسوب می‌شد که از یک طرف تصویری از خود محله حول آن شکل می‌گرفت و از طرف دیگر با تجسم ارتباط آن با میدان‌های سایر محله‌ها، جایگاه محله در شهر و ارتباط میان محله‌ها در تصور مردم قابل بازسازی بود (پاکزاد، ۱۳۸۶: ۶۹). از این نظر، مراکز محله‌ها نقاطی اند که به‌صورت واقعی نیز به‌عنوان مرکز محله بوده‌اند و ساکنان محله به‌هرحال و به هر مقصدی که از خانه خارج می‌شدند، اکثراً به نحوی و حتی برای عبور در آن حضور می‌یافتند. این در حالی است که مراکز محله‌ها امروزه عموماً محاط در حرکت ترافیکی بوده و بدون قصد بهره‌گیری از خدمات‌شان، لزومی به حضور در آن‌ها نیست (نقی زاده، ۱۳۷۹: ۸). در شرایطی که در خلق مکان‌های شهری توجه به این نکته الزامی است که محیط علاوه بر عناصر کالبدی شامل معانی و پیام‌هایی است که مردم بر اساس توقعات، انگیزه‌ها، تجربه‌ها و عواملی این‌چنینی آن را رمزگشایی و درک و در مورد آن قضاوت می‌کنند. بنابراین لازم است تا در خلق و توسعه مراکز محله‌های شهری به‌عنوان مکان واجد هویت، این حس کلی که پس از ادراک و قضاوت نسبت به محیط خاص در فرد به وجود می‌آید و حس مکان نامیده می‌شود نقش مهمی را به خود بگیرد.

اما قبل از پرداختن به حس مکان ضروری است تا مفهوم و ویژگی‌های مکان به‌عنوان عنصری واجد هویت و شخصیت در محیط‌های شهری مشخص گردد. مکان کلیتی است که از اشیا و چیزهای واقعی ساخته شده و دارای مصالح، ماده، شکل، بافت و رنگ بوده و دارای یک پایه جغرافیایی و معماری خاص است؛ زمینه‌ای برای فعالیت‌ها است و عموماً دارای یک هویت شناختی است؛ دربرگیرنده عوامل اجتماعی متنوعی است و دارای تاریخی که گذشته، حال و آینده را به هم می‌پیوندد (پرتوی، ۱۳۸۲: ۴۲).

از شناخته‌ترین نظریه‌های تبیین‌کننده مکان و اجزای آن می‌توان به مدل پیشنهادی کانتر که به مدل «مکان» شهرت دارد اشاره نمود. از دید کانتر محیط شهری به‌مثابه مکان متشکل از سه بعد در هم تنیده کالبد، فعالیت و تصورات است. به گفته کانتر بر پایه اندازه تمایل (رضایت) فرد برای بودن در مکان مشخص و هدف‌های او برای حضور در آن مکان، گونه‌ای دسته‌بندی وجود دارد که توصیف‌های افراد را به دو گروه «ارزنا‌بانه» و «خشنودی/رضایت» تقسیم می‌کند. تفاوت میان مفهوم خشنودی و ارزنا‌بانی درباره هر مکان، بستگی به اولویت‌ها و ترجیحات شخصی کسی دارد که به داوری یا توصیف آن مکان می‌پردازد (گلکار، ۱۳۸۰: ۵۴-۵۳).

از دیدگاه روان‌شناسی محیطی انسان‌ها به تجربه حسی، عاطفی و معنوی خاص نسبت به مکان و محیط زندگی نیاز دارند. این نیازها از طریق تعامل صمیمی و نوعی هم‌ذات‌پنداری با مکانی که در آن سکونت دارد قابل تحقق است. این تعامل صمیمی و هم‌ذات‌پنداری، روح یا حس مکان نامیده می‌شود. حس مکان، به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم‌وبیش آگاهانه آن‌ها از محیط خود است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می‌دهد به‌طوری که فهم و احساسات فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می‌شود (فلاح‌ت، ۱۳۸۵: ۵۷). نوربرگ شولتز حس مکان را پدیده‌ای کلی با ارزش‌های ساختاری و فضایی می‌داند که انسان از طریق ادراک جهت‌یابی و شناسایی به آن نایل می‌گردد (پرتوی، ۱۳۸۷: ۱۲۲).

از نگاه پدیدارشناسان حس مکان به معنای مرتبط شدن با مکان به‌واسطه درک نمادها و فعالیت‌های روزمره است. این حس می‌تواند در مکان زندگی فرد به وجود آمده و با گذر زمان عمق و گسترش یابد (Relph, 1976: 43). ارزش‌های فردی و جمعی بر چگونگی حس مکان و نیز بر ارزش‌ها، نگرش‌ها و به‌ویژه رفتار فردی و اجتماعی افراد در مکان تأثیر می‌گذارد و افراد معمولاً در فعالیت‌های اجتماعی با توجه به چگونگی حس مکان‌شان شرکت می‌کنند (Canter, 1971: 29). از نظر روانی نیز حس مکان کاتالیزوری است که موجب تبدیل شدن محیط به مکان می‌شود. روند تجربه عمیق مکان نه به‌عنوان یک شیء بلکه به‌عنوان ارگانیزم زنده است که بعد از انطباق‌های متقابل پی‌درپی

جدول شماره ۱: ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های سنجش حس مکان

ابعاد	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها
طبیعی	عناصر طبیعی و آسایش محیطی	میزان استفاده از عناصر طبیعی
		میزان وجود تمهیدات آسایش اقلیمی
کالبدی و فضایی	کیفیت‌های فضایی	میزان تضاد و تنوع بصری
		میزان وجود مرز و قلمرو کالبدی
		میزان وجود مقیاس انسانی
		میزان وجود چشم‌اندازهای متنوع و مطلوب
		میزان وجود عناصر تعریف‌کننده ورودی
	دسترسی و نفوذپذیری	میزان دسترسی
		میزان کیفیت مسیرها
	کارکردها و فعالیت‌ها	میزان تنوع کاربری‌ها
		میزان وقوع فعالیت‌های مختلف
		میزان قابلیت فضا برای حضور همه اقشار
مبلمان و تجهیزات	مبلمان و تجهیزات	میزان وجود مبلمان و تجهیزات شهری
		میزان تنوع و جذابیت در مبلمان شهری
		میزان نورپردازی مناسب در شب
ادراکی-شناختی	هویت	میزان وجود عناصر شاخص و هویت‌مند
		میزان وجود مفاهیم نمادین در فرم ظاهری
	خوانایی	میزان وجود مفاهیم نمادین در کارکرد
		میزان به‌یادماندنی بودن فضا
زیبایی و نماد	زیبایی و نماد	میزان قابل‌شناسایی بودن فضا
		میزان سهولت در آدرس‌دهی فضا
	تعاملات اجتماعی-فرهنگی	میزان سهولت در درک فرم و عملکردهای عرضه‌شده
		میزان استفاده از نمادهای بومی و نشانه‌ها
		میزان زیبایی و نظم فضا
زمان	تعاملات اجتماعی-فرهنگی	میزان حضور مردم در فضا
		میزان امکان انجام فعالیت‌های اجتماعی
		میزان وجود امنیت
		میزان تمایل به مشارکت
		میزان بسترسازی بر گزارای مراسم مختلف

محقق می‌شود. از این رو روابط بین افراد و مکان‌ها نیازمند ثباتی خاص است. محیط این ویژگی‌ها را از طریق ترکیب نظم طبیعی و نظم انسانی کسب می‌کند (فلاح، ۱۳۸۵: ۶۰).

### روش تحقیق

این پژوهش از حیث هدف، کاربردی است. به منظور سنجش عوامل مؤثر بر حس مکان از روش پژوهش همبستگی استفاده شده است. برای این منظور از آزمون آماری کولموگراف-اسمیرنوف برای تشخیص نرمال بودن توزیع داده‌های پژوهش و از آزمون‌های آماری رگرسیون خطی چندگانه و آزمون همبستگی پیرسون برای تعیین رابطه و شدت و جهت رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته استفاده شده است. هم‌چنین برای گردآوری داده‌ها و محتوای آن‌ها از مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای و ابزار پرسشنامه استفاده شده است.

### جمعیت و نمونه آماری

جمعیت آماری پژوهش شامل کلیه خانوارهای ساکن در محله‌های شیخداد و شهرک دانشگاه در شهر یزد است. برای به دست آوردن حجم نمونه از فرمول کوکران (با ضریب خطای ۵٪) درجه اطمینان و دقت مطلوب ۰/۰۵ و درصد خطای معیار ضریب اطمینان ۱/۹۶) استفاده شد. جمعیت آماری شامل تعداد خانوار ساکن در محله شیخداد ۳۵۲ خانوار و در محله شهرک دانشگاه ۳۵۷ خانوار است. از این نظر حجم نمونه در محله شیخداد ۸۸ و در شهرک دانشگاه ۹۰ خانوار محاسبه شد که با توجه به ریزش برخی پرسشنامه‌ها و یکسان بودن شرایط برای محاسبه امتیازات حس مکان مراکز محله‌ها، در این پژوهش میزان حجم نمونه برای هر دو محله ۱۰۰ خانوار در نظر گرفته شد.

### متغیرها و فرضیات مورد استفاده در سنجش کیفیت حس مکان مراکز محله‌ها

متغیر کیفی حس مکان به‌عنوان متغیر وابسته و متغیرهای عناصر طبیعی و آسایش محیطی، کیفیت‌های فضایی، دسترسی و نفوذپذیری، کارکردها و فعالیت‌ها، مبلمان شهری، هویت، خوانایی، زیبایی و نماد، تعاملات اجتماعی و زمان، متغیرهای مستقل این پژوهش هستند. نظر به کیفی بودن متغیرها، شاخص‌هایی با قابلیت اندازه‌گیری و سنجش در نظر گرفته شده و سؤالات پرسشنامه با استفاده از طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت بر این اساس طراحی شده است. ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مورد بررسی در این پژوهش به شرح جدول شماره ۳ ارائه شده است.



بر اساس مبانی نظری ارائه شده فرضیه‌های پژوهش به شرح ذیل در نظر گرفته شده است:

جدول شماره ۲: فرضیه‌های پژوهش

کد	فرضیه‌ها
H1	استفاده از عناصر طبیعی و آسایش محیطی در ایجاد حس مکان مؤثر هستند.
H2	کیفیت‌های فضایی در ایجاد حس مکان مؤثر هستند.
H3	دسترسی و نفوذپذیری در ایجاد حس مکان مؤثر است.
H4	کارکردها و فعالیت‌ها در ایجاد حس مکان مؤثر هستند.
H5	مبلمان و تجهیزات در ایجاد حس مکان مؤثر هستند.
H6	هویت در ایجاد حس مکان مؤثر است.
H7	خوانایی در ایجاد حس مکان مؤثر است.
H8	زیبایی و نماد در ایجاد حس مکان مؤثر است.
H9	تعاملات اجتماعی در ایجاد حس مکان مؤثر هستند.
H10	زمان در ایجاد حس مکان مؤثر است.

### روایی و پایایی ابزار سنجش

با توجه به ابعاد و مؤلفه‌های حس مکان و شاخص‌های مطرح شده ۳۳ سؤال طراحی و در اختیار محققان و کارشناسان قرار گرفت. با توجه به نظرات خبرگان در نهایت تعداد سوالات به ۲۹ سؤال کاهش یافت و روایی پرسشنامه تایید گردید. برای تایید پایایی پرسشنامه از روش آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ در مجموع برای محله شیخداد ۰/۸۵ و برای محله شهرک دانشگاه ۰/۸۷ به دست آمد. نتایج ضرایب پایایی به تفکیک هر متغیر پژوهش در جدول ذیل ارائه شده است.

جدول شماره ۳: میزان ضریب پایایی به تفکیک متغیرها

نام متغیر	نوع متغیر	تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ شیخداد	آلفای کرونباخ شهرک دانشگاه
عوامل طبیعی	مستقل	۲	۰/۸۴۰	۰/۸۷۳
کیفیت‌هایمهم فضایی	مستقل	۵	۰/۸۲۳	۰/۸۷۰
دسترسی و نفوذپذیری	مستقل	۲	۰/۸۳۰	۰/۸۶۸
عملکردی و فعالیت	مستقل	۳	۰/۸۴۱	۰/۸۷۵
مبلمان شهری	مستقل	۳	۰/۸۶۲	۰/۸۶۳
هویت	مستقل	۴	۰/۸۳۶	۰/۸۶۶
خوانایی	مستقل	۳	۰/۸۴۴	۰/۸۵۸
نماد و زیبایی	مستقل	۲	۰/۸۴۵	۰/۸۷۲
تعاملات اجتماعی	مستقل	۴	۰/۸۴۳	۰/۸۶۸
زمان	مستقل	۱	۰/۸۶۷	۰/۸۷۷
حس مکان	وابسته	۴	۰/۸۲۶	۰/۸۴۹

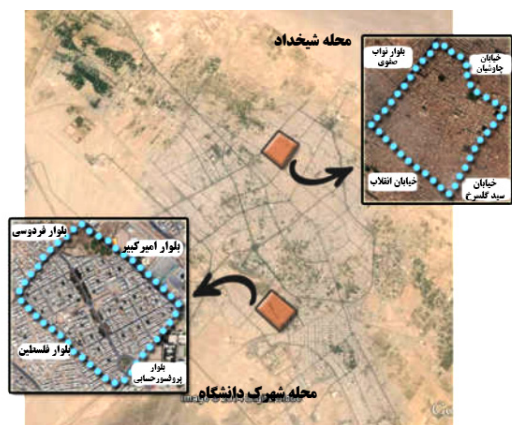
مأخذ: نگارندگان

با توجه به میزان آلفای کرونباخ محاسبه شده برای هر یک از گویه‌ها می‌توان گفت که همبستگی درونی گویه‌ها بالا و به عبارت دیگر ابزار پژوهش از پایایی خوبی برخوردار است.

### معرفی اجمالی محدوده‌های مورد مطالعه

محله شیخداد در محدوده مرکزی شهر یزد و در ناحیه بافت تاریخی شهر یزد واقع شده است. این محله از شمال به بلوار نواب صفوی، از جنوب به خیابان سید گل سرخ، از شرق به خیابان دسترسی محلی چاوشیان و از غرب به خیابان انقلاب محدود می‌شود. وسعت این محله حدود ۱۰۵ هکتار و در قرن هفتم هجری شکل گرفته است. از عناصر شاخص آن می‌توان به مسجد کوفه شیخداد، آب‌انبار دروازه شیخداد، مسجد سلطان شیخداد، مجموعه سلطان شیخداد، حمام شیخداد، شعرافی شیخداد اشاره کرد. هم‌چنین بر اساس آخرین آمارهای رسمی، جمعیت محدوده در سال ۱۳۹۴، برابر با ۴۲۰۰ نفر بوده است.

محدوده محله شهرک دانشگاه در جنوب غربی شهر و در ناحیه دو از منطقه سه شهر یزد واقع شده است. این محله که در بافت جدید و نوساز شهر قرار گرفته، از شمال به بلوار فردوس و از جنوب به بلوار پروفیسور حسینی، از شرق به بلوار امیرکبیر و از غرب به بلوار فلسطین محدود می‌شود. طرح آماده‌سازی این محدوده در سال ۱۳۶۶ توسط مهندسین مشاور تجیر تهیه و اجرا شده است. طبق آخرین آمار جمعیت محدوده در حال حاضر ۵۱۲۹ نفر اعلام شده است.



تصویر شماره ۱: موقعیت نمونه‌های مورد مطالعه در شهر یزد؛ مأخذ: نگارندگان



تصویر شماره ۲: مرکز محله شیخداد؛ مأخذ: نگارندگان

اسمیرنف برای تعیین نرمال بودن یا نبودن توزیع داده‌ها استفاده شد (خاکی، ۱۳۷۸: ۳۳۵). با توجه به محاسبات انجام شده، معیار تصمیم، مقادیر برای هر دو محله در سطح کوچک‌تر از ۰/۰۵ معنادار و در نتیجه توزیع‌ها با اطمینان ۰/۹۵ درصد نرمال است. بنابراین با توجه به نرمال بودن توزیع داده‌ها در هر دو محله و هم‌چنین مقیاس آن‌ها که به صورت پیوسته و از نوع فاصله‌ای است از تکنیک رگرسیون خطی چندگانه و آزمون آماری همبستگی پیرسون برای بررسی وجود رابطه میان متغیر وابسته و متغیرهای مستقل و هم‌چنین تعیین شدت و جهت آن‌ها استفاده شده است.

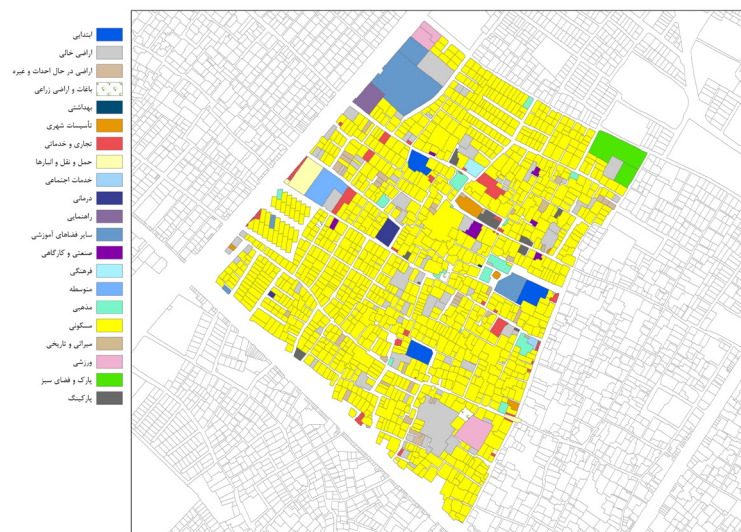
رگرسیون چند متغیره روشی است که برای تحلیل مشارکت جمععی و فردی در یک یا چند متغیر مستقل (x) در یک متغیر وابسته (y) به کار گرفته می‌شود (حبیب پور و صفری، ۱۳۸۸: ۴۸۰). جدول شماره ۴ آمارهای مرتبط با برآزش مدل شامل ضریب همبستگی، ضریب تعیین، ضریب تعیین تعدیل شده و انحراف معیار خطاها را برای هر دو محله نشان می‌دهد. با توجه به R یا ضریب همبستگی چندگانه محاسبه شده برای محله شیخداد (۰/۶۹۸) و برای محله شهرک دانشگاه (۰/۹۲۸) می‌توان گفت بین متغیرها همبستگی قوی وجود دارد و به دلیل امکان پیش‌بینی متغیر وابسته توسط همین متغیرها، نیازی به اضافه کردن متغیر مستقل دیگری نیست.

ضریب تعیین به مجذور یا ضریب همبستگی تعیین، یا میزان تبیین واریانس و تغییرات متغیر وابسته توسط مجموعه متغیرهای مستقل را نشان می‌دهد. مقدار ضریب تعیین در معادله حاضر برای محله شیخداد معادل ۰/۹۳۷ و برای محله شهرک دانشگاه معادل ۰/۸۶۱ محاسبه شده که میزان تبیین واریانس متغیر وابسته را مشخص می‌نماید. ضریب تعدیل شده نیز بیان می‌دارد که ۱۰ متغیر به دست آمده در این مدل برای سنجش حس مکان مناسب هستند.

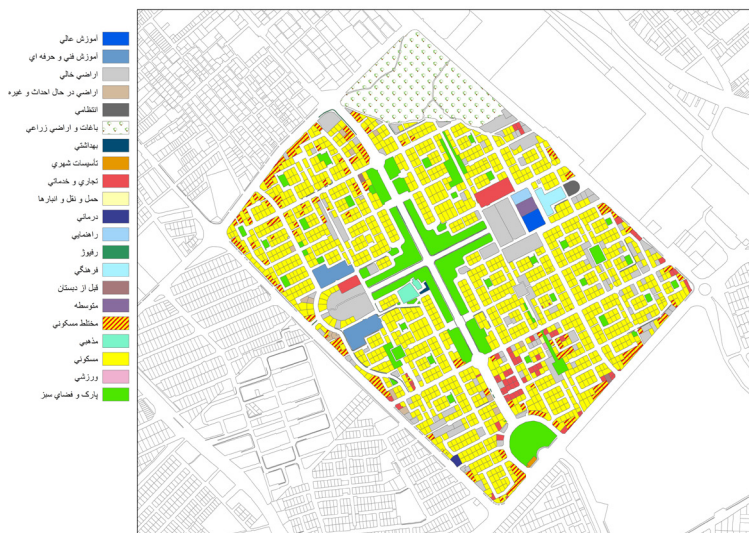
برای تعیین معنی داری مدل، از آنالیز واریانس و آماره F استفاده شده است. همان‌طور که در جدول شماره ۶ ملاحظه می‌شود، سطح معناداری آنالیز واریانس کمتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه مقدار F برای هر دو مدل معنادار است. در این صورت متغیرهای مستقل، ترکیب خطی و مستقلی به متغیر وابسته دارند. جدول شماره ۷ ضرایب تأثیر رگرسیونی متغیرهای مستقل



تصویر شماره ۳: مرکز محله شهرک دانشگاه؛ مأخذ: نگارندگان



نقشه شماره ۱: کاربری اراضی محله شیخداد؛ مأخذ: نگارندگان



نقشه شماره ۲: کاربری اراضی محله شهرک دانشگاه؛ مأخذ: نگارندگان

### بحث و یافته‌ها

به‌منظور تعیین آزمون آماری مناسب برای بررسی همبستگی متغیرها، ابتدا با توجه به اینکه داده‌ها به صورت کمی و از نوع پیوسته و دارای مقیاس فاصله‌ای هستند، از آزمون کولموگراف-



جدول شماره ۴: تعداد، سطح و درصد کاربری اراضی در محله‌های شیخداد و شهرک دانشگاه

محله شهرک دانشگاه			محله شیخداد			کاربری
درصد	مساحت (m <sup>2</sup> )	تعداد	درصد	مساحت (m <sup>2</sup> )	تعداد	
۰/۴	۲۷۶۳	۱	۱/۳۴	۴۵۷۸	۳	ابتدایی
۰/۵۷	۳۹۳۴	۱۳	۰/۲۴	۸۱۷	۳	باغات و اراضی کشاورزی
۰/۲۱	۱۴۸۱	۱	۰/۰۰۹	۳۲	۱	بهداشتی
۱۰/۸۱	۷۴۳۵۲	۴	۰/۵۳	۱۸۰۵	۵	تأسیسات شهری
۰/۰۵	۳۸۸	۱	۱/۶۸	۵۷۴۷	۶۲	تجاری و خدماتی
۰/۰۷	۵۱۶	۴	۰/۹۳	۳۱۹۱	۱۲	حمل و نقل و انبار
۲/۸۱	۱۹۳۲۴	۶۶	۰/۰۸	۲۹۵	۱	خدمات اجتماعی
۰/۳۰	۲۱۰	۱	۰/۴۳	۱۴۷۸	۲	درمانی
۰/۱	۷۰۴	۱	۰/۵۶	۱۹۲۱	۱	راهنمایی
۰/۲۴	۱۶۷۰	۱	۳/۸۴	۱۳۰۹۵	۵	سایر فضاهای آموزشی
۰/۵۲	۳۶۲۹	۳۱	۰/۴۳	۱۴۸۴	۶	صنعتی و کارگاهی
۰/۵۴	۳۷۱۶	۱	۰/۲۳	۷۹۸	۱	فرهنگی
۰/۰۹	۶۸۱	۲	۰/۸۷	۲۹۷۰	۱	متوسطه
۰/۳	۲۱۰۷	۱	۱/۳۷	۴۶۷۳	۱۵	مذهبی
۵/۴۵	۳۷۵۱۷	۱۴۷	۷۳/۸۸	۲۵۱۳۵۳	۱۱۹۶	مسکونی
۰/۳۸	۲۶۲۲	۲	۰/۲۹	۱۰۰۵	۸	میراثی و تاریخی
۵۱/۴۱	۳۵۳۴۹۵	۱۵۱۹	۱/۳۳	۴۵۲۶	۳	ورزشی
۰/۰۲	۲۰۶	۱	۱/۴۸	۵۰۴۸	۲	پارک و فضای سبز
۱۲/۵۴	۸۶۲۷۴	۵۶	۰/۷۲	۲۴۷۰	۱۰	پارکینگ
۱/۶۱	۱۱۱۰۵	۲	۸/۲۸	۲۸۱۹۳	۷۶	اراضی خالی
۱۱/۷۵	۸۰۷۸۰	۱۲۷	۱/۳۸	۴۷۲۷	۳۳	اراضی در حال ساخت
۱۰۰	۶۸۷۴۷۴	۱۹۸۲	۱۰۰	۳۴۰۲۰۶	۱۴۴۶	مجموع



تصویر شماره ۴: کاربری غالب در مرکز محله شیخداد (سمت راست) و مرکز محله شهرک دانشگاه (سمت چپ)؛ منبع: نگارندگان

جدول شماره ۴: خلاصه آماره‌های مربوط به برازش مدل در مرکز محله شیخداد و شهرک دانشگاه

خطای استاندارد بر آورد	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	همبستگی	مدل
۰,۱۲۶۸۲	۰,۹۲۴	۰,۹۳۷	a ۰,۹۶۸	محله شیخداد
۰,۲۳۲۶۰	۰,۸۳۳	۰,۸۶۱	a ۰,۹۲۸	محله شهرک دانشگاه



جدول شماره ۶: آنالیز واریانس مدل رگرسیون در مرکز محله شیخداد و شهرک دانشگاه

سطح معنی داری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	مدل
a ۰,۰۰۰	۷۳,۱۴۸	۱,۱۷۷	۱۰	۱۱,۷۶۵	Regression
		۰,۰۱۶	۴۹	۰,۷۸۸	Residual
			۵۹	۱۲,۵۵۳	Total
a ۰,۰۰۰	۳۰,۳۷۹	۱,۶۴۴	۱۰	۱۶,۴۳۶	Regression
		۰,۵۴۰	۴۹	۲,۶۵۱	Residual
			۵۹	۱۹,۰۸۸	Total

جدول شماره ۷: ضرایب تأثیر رگرسیونی متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته در مرکز محله شیخداد و شهرک دانشگاه

محله شهرک دانشگاه				محله شیخداد				مدل		
سطح معنی داری	t	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده	سطح معنی داری	t	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده			
		Beta	خطای استاندارد			Beta	B			
۰۰۰	۲,۹۸۳	-	۰,۲۳۹	۰,۷۱۳	۰,۰۰۰	۵,۴۹۰	-	۰,۴۷۷	۲,۶۱۹	عدد ثابت
۰۰۰	۴,۵۶۲	۰,۲۷۴	۰,۰۳۷	۰,۱۶۷	۰,۰۰۳	۱,۶۹۱	۰,۱۳۴	۰,۰۹۳	۰,۲۵۴	عوامل طبیعی
۰۰۰	۳,۷۶۱	۰,۶۳۱	۰,۰۷۹	۰,۷۸۳	۰,۰۰۰	۳,۹۳۵	۰,۴۱۳	۰,۲۱۰	۰,۶۷۸	کیفیت فضایی
۰۰۰	۷,۳۹۵	۰,۴۰۷	۰,۰۵۲	۰,۳۸۳	۰,۰۰۰	۱,۸۱۶	۰,۲۴۰	۰,۱۵۲	۰,۳۵۶	دسترسی و نفوذپذیری
۰۰۲	۰,۰۴۸	۰,۵۰۲	۰,۰۶۱	۰,۶۷۴	۰,۰۰۱	۱,۰۶۲	۰,۳۸۵	۰,۱۰۰	۰,۴۹۷	عملکردی و فعالیت
۰۰۰	۸,۹۴۵	۰,۳۱۷	۰,۰۲۹	۰,۳۷۴	۰,۰۰۰	۲,۰۱۱	۰,۱۹۹	۰,۰۸۷	۰,۲۷۷	مبلمان شهری
۰۰۰	۹,۴۸۰	۰,۵۵۴	۰,۰۶۳	۰,۵۹۸	۰,۰۰۰	۰,۱۴۲	۰,۵۷۶	۰,۱۴۰	۰,۶۶۹	هویت
۰۰۰	۵,۵۹۷	۰,۴۳۶	۰,۰۷۲	۰,۴۹۳	۰,۰۰۲	۰,۹۸۸	۰,۳۱۲	۰,۱۱۹	۰,۴۲۳	خوانایی
۰۰۲	۱,۹۴۸	۰,۳۶۹	۰,۰۳۶	۰,۵۰۸	۰,۰۰۱	۰,۳۶۲	۰,۲۱۸	۰,۰۸۱	۰,۲۹۴	زیبایی و نماد
۰۰۰	۲,۹۸۳	۰,۴۶۳	۰,۲۳۹	۰,۷۱۳	۰,۰۰۰	۲,۸۴۸	۰,۳۳۷	۰,۱۲۷	۰,۴۳۰	تعاملات اجتماعی
۰۰۰	۴,۵۶۲	۰,۲۷۴	۰,۰۳۷	۰,۱۶۷	۰,۰۰۰	۲,۵۷۴	۰,۱۷۵	۰,۰۴۳	۰,۲۴۶	زمان

بدین معنی که با افزایش یک واحد در متغیر «کیفیت‌های فضایی»، میزان حس مکان ۰/۶۳ واحد افزایش خواهد یافت. پس از آن و در اولویت دوم متغیر مستقل «هویت» با ضریب ۰,۵۵ و در اولویت سوم متغیر «کارکردها و فعالیت‌ها» با ضریب ۰,۵۵ بیشترین تأثیر را بر حس مکان دارند و متغیرهای مستقل «تعاملات اجتماعی»، «خوانایی»، «دسترسی و نفوذپذیری»، «زیبایی و نماد»، «مبلمان شهری»، «عوامل طبیعی» و «زمان» نیز به ترتیب با ضرایب بتای ۰,۴۶، ۰,۴۳، ۰,۴۰، ۰,۳۶، ۰,۳۱، ۰,۲۷ و ۰,۱۸ اولویت‌های چهارم تا دهم را در میزان تبیین‌کنندگی حس مکان در مرکز محله شهرک دانشگاه دارند.

بر اساس ضرایب رگرسیونی استاندارد نشده متغیرهای مستقل، معادله میزان حس مکان برای مرکز محله شیخداد (۱) و شهرک دانشگاه (۲) به شرح زیر است:

$$\begin{aligned} \text{میزان حس مکان (۱)} &= ۲,۶۱۹ + (۰,۲۵۴) \text{ عوامل طبیعی} + (۰,۶۷۸) \text{ کیفیت فضایی} + (۰,۳۵۶) \text{ دسترسی و نفوذپذیری} + (۰,۴۹۷) \text{ کارکردها و فعالیت‌ها} + (۰,۲۷۷) \text{ مبلمان شهری} + (۰,۶۶۹) \text{ هویت} + (۰,۴۲۳) \text{ خوانایی} + (۰,۲۹۴) \text{ زیبایی و نماد} + (۰,۴۳۰) \text{ تعاملات اجتماعی} + (۰,۲۴۶) \text{ زمان} \end{aligned}$$

را بر متغیر وابسته حس مکان نشان می‌دهد. در محله شیخداد با توجه به نتایج به دست آمده، متغیر «هویت» با ضریب بتا 0.57 بالاترین همبستگی را با میزان حس مکان نشان می‌دهد؛ بنابراین میزان حس مکان در بین متغیرهای معادله در مرحله اول متأثر از میزان هویت مندی مرکز محله است. دومین متغیر با ضریب تأثیر رگرسیونی برابر با 0.41 «کیفیت‌های فضایی» است بدین معنی که با افزایش میزان کیفیت‌های فضایی مرکز محله، احتمال ارتقای حس مکان در محله به‌صورت معناداری افزایش می‌یابد.

از بین متغیرهای بررسی شده، متغیر «کارکردها و فعالیت‌ها» با ضریب بتای ۰,۳۸ و متغیرهای «تعاملات اجتماعی»، «خوانایی»، «دسترسی و نفوذپذیری»، «زیبایی و نماد»، «مبلمان شهری»، «زمان» و «عوامل طبیعی» نیز به ترتیب ذکر شده با ضرایب بتای ۰,۳۳، ۰,۳۱، ۰,۲۴، ۰,۲۱، ۰,۱۹، ۰,۱۷ و ۰,۱۳ اولویت‌های چهارم تا دهم را در میزان تبیین‌کنندگی و ارتقای حس مکان در مرکز محله شیخداد دارند. در محله شهرک دانشگاه نیز با توجه به نتایج، متغیر مستقل «کیفیت‌های فضایی» با ضریب بتا ۰,۶۳ بالاترین تأثیر را در تبیین حس مکان مرکز محله دارد.



میزان حس مکان (۲) =  $713.0 + (167.0)$  عوامل طبیعی +  
 (۷۸۳.۰) کیفیت فضایی + (۳۸۳.۰) دسترسی و نفوذپذیری +  
 (۶۷۴.۰) کارکردها و فعالیت‌ها + (۳۷۴.۰) مبلمان شهری +  
 (۵۹۸.۰) هویت + (۴۹۳.۰) خوانایی + (۵۰۸.۰) زیبایی و نماد  
 (۵۴۱.۰) تعاملات اجتماعی + (۲۶۱.۰) زمان

### امتیاز حس مکان مراکز محله

با توجه به معادله رگرسیونی ارائه شده در هر محله، برای به دست آوردن امتیازات کلی هر محله، با توجه به داده‌های پرسشنامه ابتدا میانگین امتیازات هر یک از مؤلفه‌ها مطابق با جدول شماره ۸ محاسبه و نهایتاً از مجموع این امتیازات، امتیاز کلی هر محله از مؤلفه‌های تبیین کننده حس مکان در آن‌ها به دست آمد. با توجه به نتایج امتیاز کلی محله شیخداد برابر با  $34/86$  و محله شهرک دانشگاه برابر با  $28/61$  است. بر اساس معادلات رگرسیونی نیز امتیاز حس مکان برای مرکز محله شیخداد  $17/17$  و برای مرکز محله شهرک دانشگاه  $12/99$  محاسبه شده است که مبین پایین بودن حس مکان در مرکز محله شهرک دانشگاه نسبت به مرکز محله شیخداد است.

### نتیجه گیری

با عنایت به محاسبات انجام شده در این پژوهش و نتایج کسب شده، مدل پیشنهادی پژوهش مبنی بر تأثیر ۱۰ متغیر ارائه شده بر

ایجاد حس مکان هم در بافت‌های تاریخی و هم در بافت‌های جدید و نوساز تأیید گردید. در نتیجه فرضیه‌های پژوهش به شرح جدول شماره ۸ بررسی شدند.

نتایج پژوهش حاکی از آنست که به‌رغم توجه نسبی به عرصه‌های عمومی و ویژه مرکز محله در طرح آماده‌سازی محله شهرک دانشگاه به‌عنوان یکی از طرح‌های کم و بیش موفق در شهر یزد، هنوز کیفیت حس مکان در این محدوده نسبت به بافت‌های تاریخی (با فرسودگی بالا) پایین‌تر است. هر چند در شکل‌گیری حس مکان عامل زمان نقش بسیار مهمی دارد، اما نمی‌توان نقش سایر عوامل را در نظر نگرفت. حس مکان موجب شکل‌گیری ارتباط و پیوند میان ساکنان محله و مرکز محله می‌گردد و شخصیت متمایز و خاطره‌انگیزی را برای این عرصه عمومی محلی به ارمغان می‌آورد. مدل پیشنهادی پژوهش برای سنجش و تبیین عوامل مؤثر بر حس مکان با طرح ۱۰ فرضیه در دو بافت متفاوت سنجش و تأیید گردید. بر این اساس در محله شیخداد، متغیر «هویت» با ضریب  $0.57$ ، بالاترین میزان همبستگی را با میزان حس مکان و در محله شهرک دانشگاه نیز با توجه به نتایج، متغیر مستقل «کیفیت‌های فضایی» با ضریب  $0.63$ ، بالاترین تأثیر را در ایجاد و تبیین حس مکان مرکز محله دارد. از نگاه کانتر محیط شهری به‌مثابه مکان متشکل از سه بعد درهم تنیده کالبد، فعالیت و تصورات است. در حقیقت نحوه و چگونگی ادراک فردی و گروهی در مکان منتج از برهم کنش ساختاری این سه سامانه است. غنا بخشیدن به این سه سامانه به

جدول شماره ۸: امتیازات مراکز محلات بر اساس مؤلفه‌های ایجادکننده حس مکان در معادله رگرسیون

مؤلفه‌ها	عناصر طبیعی	کیفیت فضایی	دسترسی و نفوذپذیری	عملکردی و فعالیت	مبلمان شهری	هویت	خوانایی	زیبایی و نماد	تعاملات اجتماعی	زمان	کل	نتایج از معادله رگرسیون
میانگین امتیازات (۱)	۲/۷۲	۳/۴۳	۳/۶۲	۳/۴۱	۲/۳	۳/۹۲	۴/۱۱	۳/۷۸	۳/۳۲	۴/۳۹	۳۴/۸۶	۱۷/۱۷
میانگین امتیازات (۲)	۳/۳۲	۲/۷۲	۳/۵۵	۲/۳۴	۲/۸	۲/۸۴	۲/۶۷	۲/۶	۲/۱۱	۲/۹۲	۲۸/۶۱	۱۲/۹۹
برتر بودن	محله شهرک دانشگاه	محله شیخداد	محله شیخداد	محله شیخداد	محله شهرک دانشگاه	محله شیخداد	محله شیخداد	محله شیخداد	محله شیخداد	محله شیخداد	محله شیخداد	محله شیخداد

مأخذ: نگارندگان



تصویر شماره ۵: مسرهای دسترسی به مرکز محله شیخداد (سمت راست) و مرکز محله شهرک دانشگاه (سمت چپ)؛ مأخذ: نگارندگان

جدول شماره ۹: نتایج فرضیه‌های پژوهش بر اساس تحلیل رگرسیون

فرضیات	متغیر	محله شهرک دانشگاه			محله شیخداد		
		Beta	sig	تأیید	Beta	sig	تأیید
H1	استفاده از عناصر طبیعی و آسایش محیطی در ایجاد حس مکان مؤثر هستند	بلی	۰۰۰	۰,۲۷۴	بلی	۰۰۳	۰,۱۳۴
H2	کیفیت‌های فضایی در ایجاد حس مکان مؤثر هستند	بلی	۰۰۰	۰,۶۳۱	بلی	۰۰۰	۰,۴۱۳
H3	دسترسی و نفوذپذیری در ایجاد حس مکان مؤثر است	بلی	۰۰۰	۰,۴۰۷	بلی	۰۰۰	۰,۲۴۰
H4	کارکردها و فعالیت‌ها در ایجاد حس مکان مؤثر هستند	بلی	۰۰۲	۰,۵۰۲	بلی	۰۰۱	۰,۳۸۵
H5	مبلمان و تجهیزات در ایجاد حس مکان مؤثر هستند	بلی	۰۰۰	۰,۳۱۷	بلی	۰۰۰	۰,۱۹۹
H6	هویت در ایجاد حس مکان مؤثر است	بلی	۰۰۰	۰,۵۵۴	بلی	۰۰۰	۰,۵۷۶
H7	خوانایی در ایجاد حس مکان مؤثر است	بلی	۰۰۰	۰,۴۳۶	بلی	۰۰۲	۰,۳۱۲
H8	زیبایی و نماد در ایجاد حس مکان مؤثر است	بلی	۰۰۲	۰,۳۶۹	بلی	۰۰۱	۰,۲۱۸
H9	تعاملات اجتماعی در ایجاد حس مکان مؤثر هستند	بلی	۰۰۰	۰,۴۶۳	بلی	۰۰۰	۰,۳۳۷
H10	زمان در ایجاد حس مکان مؤثر است	بلی	۰۰۰	۰,۲۷۴	بلی	۰۰۰	۰,۱۷۵

## پی‌نوشت‌ها

- 1- Relph
- 2- Punter
- 3- Norberg-Schultz
- 4- Lynch
- 5- Seamon
- 6- Tuan
- 7- Xu
- 8- Steele
- 9- Shamai
- 10- Salvesen
- 11- Montgomery
- 12- Carmona & Tiesdell

گونه‌ای هماهنگ و منسجم می‌تواند به تعمیق پیوند شهروندان و مکان و در پی آن افزایش حس مکان و حس تعلق منجر گردد. پژوهش حاضر نشان داد که در محله‌های تاریخی به‌رغم وجود مشکلات کالبدی نسبت به محله‌های طراحی شده معاصر، با توجه به برتری عوامل سازنده دو سامانه فعالیتی - کارکردی و تصورات (بر پایه مدل کانتر) هنوز حس مکان و در پی آن حس تعلق نسبت به محله‌های جدید برتری و عمق بیش‌تری دارد (بر اساس معادلات رگرسیونی این پژوهش امتیاز حس مکان برای محله شیخداد ۱۷/۱۷ و برای محله شهرک دانشگاه ۱۲/۹۹ به دست آمد). در این بین توجه به عوامل و داشته‌های هویت‌مند در شهرها که برگرفته از سیر تکوین تاریخی هر سکونت‌گاهی است، از اولویت بالایی برخوردار است. در حقیقت نتایج پژوهش پیش‌رو تأکید بر آن دارد که در طراحی شهری معاصر آنچه بیش از ظرف (کالبد) اهمیت دارد توجه به مظهر و عوامل سازنده آن در قالب کارکردها، نمادها و نشانه‌ها، کیفیت‌های فضایی، فعالیت‌ها و رفتارها، ارزش‌های فرهنگی و الگوهای سنتی و بومی و ارتباط دوجانبه بین این دو عامل است.

بر این اساس به‌منظور ارتقاء مؤلفه‌های ده‌گانه مؤثر بر حس مکان راهکارهای همچون: استفاده از عناصر طبیعی، در نظر گرفتن تمهیدات آسایش اقلیمی، تعریف مرز و قلمرو کالبدی، در نظر گرفتن مقیاس انسانی، تعریف چشم‌اندازهای متنوع و مطلوب، عناصر تعریف‌کننده ورودی، تنوع کاربری‌ها و وقوع فعالیت‌های مختلف، ارتقای قابلیت فضا برای حضور همه اقشار، امکان انجام فعالیت‌های اجتماعی و تمایل به مشارکت، چیدمان مطلوب مبلمان و تجهیزات شهری و تنوع و جذابیت در آن‌ها، نورپردازی مناسب در شب، تعریف مفاهیم نمادین و نشانه‌ها در فرم ظاهری و کارکرد، به‌یادماندن بودن و خاطره‌انگیزی فضا، سهولت در آدرس‌دهی فضا، سهولت در درک فرم و عملکردهای عرضه‌شده، زیبایی و نظم فضا، وجود امنیت و بسترسازی برگزار مراسم مختلف پیشنهاد می‌گردد.

## فهرست منابع و مراجع

۱. پاکزاد، جهان‌شاه، (۱۳۸۶)، **راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران**، چاپ سوم، انتشارات شهیدی.
۲. پرتوی، پروین، (۱۳۸۲)، «مکان و بی‌مکانی، رویکردی پدیدارشناسانه»، **فصلنامه هنرهای زیبا**، شماره ۱۴، صص ۵۰-۴۰.
۳. پرتوی، پروین، (۱۳۸۷)، **پدیدارشناسی مکان**، فرهنگستان هنر جمهوری اسلامی ایران، تهران.
۴. حبیب‌پور، کرم و صفری، رضا، (۱۳۸۸)، **راهنمای جامع کاربرد spss در تحقیقات پیمایشی**، انتشارات لویه متفکران، تهران.
۵. حبیبی، سید محسن، (۱۳۸۲)، «چگونگی الگوپذیری و تجدید سازمان استخوان‌بندی محله»، **مجله هنرهای زیبا**، شماره ۱۳.
۶. سلطان‌زاده، حسین، (۱۳۶۸)، **تاریخ شهر و شهرنشینی در ایران**، نشر آبی، تهران.
۷. صمیمی شارمی، علی و پرتوی، پروین (۱۳۸۸)، «بررسی و سنجش حس مکان در محلات ارگانیک و برنامه‌ریزی شده، موردپژوهی: محلات ساغری‌سازان و بلوار گیلان در شهر رشت»، **نامه معماری و شهرسازی**، شماره ۳.
۸. عمادی، امیرحسین، (۱۳۹۲)، **پیاده‌راه‌سازی مبتنی بر حس مکان**، راهکاری جهت خلق شهرهای پایدار، اولین همایش ملی جغرافیا، شهرسازی و توسعه پایدار، تهران.
۹. فلاحت، محمدصادق (۱۳۸۵)، «مفهوم حس مکان و عوامل شکل‌دهنده آن»، **نشریه هنرهای زیبا**، شماره ۲۶.



۱۰. کاشی، حسین و بنیادی، ناصر (۱۳۹۲)، «تبیین مدل هویت مکان، حس مکان و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن»، **نشریه هنرهای زیبا**، دوره ۱۸، شماره ۳.
۱۱. کلالی، پریرسا و مدیری، آنوسا (۱۳۹۱)، «تبیین نقش مؤلفه معنا در فرآیند شکل‌گیری حس مکان»، **نشریه هنرهای زیبا**، معماری و شهرسازی، دوره ۱۷، شماره ۲.
۱۲. گلکار، کورش (۱۳۸۰)، «مؤلفه‌های سازنده کیفیت در طراحی شهری»، **نشریه صفا**، شماره ۳۲.
۱۳. محمودی‌نژاد، هادی؛ پورجعفر، محمدرضا؛ بمانیان، محمدرضا؛ انصاری، مجتبی و تقوایی، علی‌اکبر (۱۳۸۷)، «پدیدارشناسی محیط شهری: تاملی در ارتقای مفهوم فضا به مکان شهری»، **نشریه علوم و تکنولوژی محیط زیست**، دوره ۱۰، شماره ۴ (مسلول ۳۹).
۱۴. نقی‌زاده، محمد (۱۳۷۹)، «رابطه هویت (سنت معماری ایران) با (مدرنیسم) و (نوگرایی)»، **نشریه هنرهای زیبا**، شماره ۷.
15. Canter, D. (1971), *The Psychology of Place*, The Architectural press, London.
16. Carmona, M. & Tiesdell, S. (eds) (2007) *Urban Design Reader*, Oxford: Architectural Press.
17. Lynch, K, (1981), "Good City Form", MIT Press, Cambridge MA and London.
18. Montgomery, J. (1998) Making a City: Urbanity, Vitality and Urban Design. *Journal of Urban Design*, 3: 1, 93-116.
19. Norberg-Schultz, Christian (2000) *Architecture: Presence, Language, Place*, Skira, Milan, Italy.
20. Punter, J. V., "Participation in the Design of Urban Space", *Landscape Design*, 1991, No. 200, pp. 24-27.
21. Relph, E, (1976), *place and placelessness*, London, Pion.
22. Relph, E, (2007) Spirit of place and sense of place in virtual realities *Techne*, 10(3), 17-24.
23. Salvesen, David, (2002), *The Making of Place; Research on Place & Space Website*, 20 Feb. (2003), 12 Mar, Available at <http://www.matr.net/print-4108.html>
24. Seamon, David, (1982), *The Phenomenological Contribution to Environmental Psychology*, *Journal of environmental psychology*, no. 2, pp. 119-140
25. Shamaï, S, (1991), Sense of place: an empirical measurement, *geoforum*, Vol.22, pp: 347-358
26. Steele, F.(1981), *The Sense of Place*, Boston, CBI Publishing Company
27. Tuan, Yi, Fu, (1977), *Space and Place the Perspective of Experience*, New York: University of Minnesota Press
28. Xu, Yan, (1995), *Sense of Place and Identity*, *Research On Place & Space Website*; 20 Feb. 2003; 12 Mar 2003; <http://www.es-larp.uiuc.edu/la/LA437.F95/repots/yards/main.html>.

