

تدوین شاخص های کالبدی موثر در خلق حس مکان در توسعه جدید شهری

نسار دانش پایه - گروه شهرسازی، دانشکده هنر، معماری و شهرسازی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.
فرح حبیب* - گروه شهرسازی، دانشکده هنر، معماری و شهرسازی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.
شیرین طغیانی - گروه شهرسازی، دانشکده هنر، معماری و شهرسازی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.

چکیده

حس مکان مفهومی کلی و پیچیده از احساسات انسان نسبت به محیط است که در اثر انطباق و استفاده انسان از مکان به وجود می آید و از مفاهیم مهم در ارتقاء کیفیت محیط های انسانی و شکل گیری پایه های ارتباطی استفاده کنندگان از محیط است. پژوهش حاضر تاثیر عوامل کالبدی بر حس مکان را بررسی می کند و در راستای شناسایی و تدوین ویژگیهای کالبدی زمینه ساز حس مکان در توسعه جدید شهری می باشد. ابتدا به مفهوم حس مکان از دیدگاههای مختلف پرداخته و عوامل شکل دهنده آنرا بیان می کند و در نهایت با تشخیص ده شاخص کلیدی، مدلی تحلیلی برای نشان دادن تاثیر این عوامل بر القای حس مکان ارائه می کند. روش تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی و در بستری پیمایشی و با استفاده از ابزار گردآوری داده از طریق مطالعات کتابخانه ای و با ارجاع به مستندات و مدارک موجود و پرسش نامه ها به ارزیابی تحقیقات انجام شده پرداخته است. همچنین از روش های آماری مدلسازی معادلات ساختاری، تحلیل عامل تاییدی، برآورد حداکثر درست نمایی، آزمون همبستگی پیرسون و مدل رگرسیون خطی چندگانه برای تایید مدل و تعیین ماهیت رابطه میان انگاره حس مکان و مولفه های کالبدی و نیز از روش تصمیم گیری چند معیاره تاپسیس برای رتبه بندی مولفه های القا کننده حس مکان استفاده شده است و در این راستا محلات چشمه و دهکده المپیک از منطقه ۲۲ شهرداری تهران بعنوان نمونه مطالعه انتخاب شدند. نتایج پژوهش نشان داد، عوامل کالبدی در شکل گیری حس مکان در دو سطح در محیط موثر است: در سطح اول، ویژگیهای کالبدی محیط با تسهیل فعالیتها منطبق بر الگوهای رفتاری افراد و با تامین نیازهای استفاده کنندگان از مکان، در برقراری رضایت از محیط موثر واقع شده و امکان ایجاد و ارتقاء حس مکان را فراهم می نمایند. در سطح دوم، عناصر کالبدی محیط منبعث از تصاویر ذهنی افراد و ادراک آنان از محیط بوده و از طریق تناسب بین فرم و عملکردها، تمایز کالبدی، خوانایی و تداعی معنایی، واسطه بصری در ایجاد ارتباط ذهنی بین استفاده کنندگان از مکان را فراهم می نمایند.

واژگان کلیدی: مکان، حس مکان، مولفه های کالبدی، توسعه جدید شهری.

Explanation of effective physical component in creating a sense of place in the new urban development

Abstract

The sense of place is an overall complex concept of human emotions about the environment and is created by human adaption and use of place. It is also among the important concepts in improving the quality of human environment and creation of environment users' bases of communication. This research seeks to investigate the impact of physical factors on the sense of place and it is in line with identifying and developing the physical characteristics underlying the sense of place in the new urban development. It initially studies the concept of sense of place from different perspectives and explains its constituting factors, and finally provides an analytical model to indicate the impact of these factors on inducing the sense of place by identification of ten key indices. This research has descriptive-analytical method and survey type and evaluates the conducted studies through data collection tool and by library research and reference to the documentation and evidence, and questionnaires. Furthermore, the statistical methods such as the structural equation modeling, confirmatory factor analysis, maximum likelihood estimation, Pearson correlation test, and multiple linear regression model are utilized to confirm model and determine the nature of relationship between the sense of place and the physical components as well as TOPSIS multi-criteria decision-making method for ranking the factors which induce the sense of place. In this regard, Cheshmeh and Dehkadeh-Olympic neighborhoods from district 22 of Tehran Municipality are selected as the research examples. According to the research results, the physical factors are effective in creation of sense of place at two levels in the environment: At the first level, the physical environmental features provide the satisfaction with environment and create and promote the sense of place by facilitating the activities based on the individual behavioral models and fulfilling the place users' needs.

Keywords: Place, sense of place, physical components, new urban development

۱- مقدمه

مکان سبب می شود تا افراد ارتباطات و تعاملات نزدیک تری با شهروندان دیگر در فضاهای عمومی برقرار کند، پیوندهای اجتماعی قوی تری با مکان داشته باشند، به واسطه برقراری روابط اجتماعی سالم به هنگام حضور در فضا احساس سرزندگی و شادکامی کند و احترام بیشتری برای مکان و عناصر آن قائل باشد. ضرورت اصلی شکل گیری پژوهش حاضر، در لزوم تبیین چارچوب نظری و عملیاتی کردن این چارچوب در ارتقاء حس مکان شهروندان به اینگونه فضاها خلاصه می شود. همچنین در باب ضرورت انجام دادن پژوهش حاضر به مواردی چون بررسی قابلیت توسعه های جدید شهری در القاء حس مکان به شهروندان و ارتقاء ارتباطات و تعاملات اجتماعی مطلوب شهروندان در فضاهای عمومی شهری و تقویت رابطه عاطفی و معنایی - ادراکی ایشان با اینگونه فضاها اشاره کرد. بدین منظور محلات چشمه و دهکده المپیک در منطقه ۲۲ شهرداری تهران بعنوان نمونه ای از توسعه های جدید شهری مورد مطالعه قرار گرفته اند.

۲- مبانی نظری

۱-۲- تعاریف

۱-۱-۲- تعریف مکان

مکان های معنی دار، در یک بستر اجتماعی و بر اثر تعاملات اجتماعی میان افراد در یک محیط فیزیکی شکل می گیرند که با بسترهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی حاکم بر آن جامعه در پیوند هستند. این امر باعث تشکیل یک حس مکان شخصی می شود که خود در نهایت منجر به شکل گیری نوعی هویت ذهنی نسبت به محیط در ذهن فرد می گردد (Agnew, 1987: 28).

رلف (1976) مکان را در سه وجه تعریف می کند: کالبد، فعالیت و معنا. وی معتقد است که از میان این سه وجه، معنا نسبت به دو وجه دیگر از اهمیتی بیشتر برخوردار است و دشوارتر از بقیه به دست می آید. در همان دوران، کانتز (1977) مدلی سه بخشی از مکان را ارائه داد که در آن مکان

امروزه از دست رفتن مکان پیش از هر چیز در سطح شهر احساس می شود. قرارگاه مدرن به جای آنکه مکانی شهری باشد، بصورت خانه گسترده شده ای شرح و بسط یافت (شولتز، 1389، ص 279). محیط زندگی انسان مدرن، از جهان دارای روح و آمیخته با طبیعت، به محیط شهری لبریز از سر و صدا، گیجی و فردگرایی تغییر یافته است. در حالیکه یکی از اصلی ترین دلایل ایجاد یا توسعه شهرها، بنای ساختمانها، فضاهای باز شهری و زیر ساخت های شهری، تامین فعالیت های جاری و بالقوه انسان است (لنگ، 1394، ص 127). عامل اساسی که در ساختن مکان ها نقش اصلی ایفا میکند، مبتنی بر توانایی شهرساز و طراح در پاسخگویی توام با حساسیت به شرایط انسانی است. باید به یاد داشت که تعامل و کنشمندی بین فضا و فرد یا افراد موجود در آن فضا، ساختار مکان را به حد اعلا می رساند (پرتوی، 1392، ص 123). و تنها زمانی که مکانمان را ادراک کنیم ممکن است قادر باشیم تا خلاقانه در آن مشارکت کرده و در تاریخ آن سهمی داشته باشیم (شولتز، 1389، ص 290).

تغییر الگوی زندگی و به تبع آن تغییر در نیازهای انسان مدرن، تغییرات شتاب زده بافتها در کنار لاینحل ماندن رفع نیازهای ساکنان، منجر به تضعیف و گسست دلبستگی مکانی در آنها شده است. اگرچه نظامی عمومی حاکم است اما برای ما هیچ حس مکانی را منتقل نمی کنند. بافت شهری گسترده شده، پیوستگی دیوارهای شهری قطع شده و انسجام فضاهای شهری آسیب دیده است. کلیت شهر فاقد خوانایی و تصور پذیری است (شولتز، 1389، ص 271). به واقع یکی از ابعاد مهم و تاثیر گذار در ارتقاء کیفیت محیط های انسانی، مطلوبیت فضاهای شهری و میزان رضایت از آن، حس مکان است. این حس بعنوان عاملی مهم در شکل گیری پایه های ارتباطی انسان و محیط، زمینه ارتقاء کیفیت محیط را فراهم می آورد. چرا که احساس عاطفی نسبت به





فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۱۲۱

داری در مکان اشاره دارد که به معنای همبستگی و یکی شدن فرد با مکان است (Tuan, ۱۹۸۰: ۶). ریلی در پژوهش خود دریافت که دلبستگی به مکان برخاسته از خاطرات دوران رشد فرد است. او بر این عقیده است که انسان مکانی را بیشتر به یاد می آورد که وقایع مطلوبی را در آن تجربه کرده است (Riley, ۱۹۹۲: ۱۹). مولفه سوم، وابستگی به مکان، وابسته به ادراک افراد است (چه مثبت و چه منفی). این مولفه اشاره به ارتباطات فرد-مکان بر اساس فعالیت های مشخص دارد. اغلب وابستگی به مکان بعد از ارزیابی افراد درباره میزان موفقیت اماکن در دستیابی به اهداف مورد نظر استفاده کنندگان به وجود می آید (Jorgensen & Stedman, ۲۰۰۱). «ویلیامز» نیز دیگر پژوهشگری است که حس مکان را مرتبط با دو عامل «وابستگی مکانی» و «هویت مکانی» می داند (Lindsay, Gifford, ۲۰۱۴: ۲۱). برخی دیگر صاحب نظران بر این اعتقادند که هویت مکان، دلبستگی به مکان و وابستگی به مکان را به صورت واحد می توان حس مکان نامید اما برخی دیگر اظهار داشته اند که دلبستگی به مکان منتج از هویت مکان و وابستگی به مکان است (Altman & Low, ۱۹۹۲).

«شولتز» در این راستا، واژه روح مکان را مطرح می کند و برای فهم روح مکان، مفاهیم معنا (ریشه در روابط شیء با اشیای دیگر) و ساختار (ویژگی های شکلی و فرمی مجموعه ای از روابط) را بیان کرد ساختار و معنا وجوه یک کلیت اند (شولتز، ۱۳۸۹: ۲۳۲). روح مکان (spirit of Place) خصوصیتی ذاتی و ظاهری است. علاوه بر تاثیر شکل زمین، فرآیند تغییرات فیزیکی و روابط حاصله از زندگی طولانی مدت در یک مکان، در درک روح آن مکان، موثر می باشد (رلف، ۱۳۸۹، ص ۸۲). مکانی که دارای روحی قدرتمند است، به تولید حسی قوی از آن مکان کمک می کند.

«یان فو توان» به جای حس مکان اصطلاح «مکان دوستی» را مطرح می کند و آن را پیوندی بر محبت

برگرفته از سه بخش فعالیت ها، تصورات و فرم بود (Canter, ۱۹۷۷). گوستافسون (۲۰۰۱) با پایه قرار دادن و قیاس تطبیقی نظریات کانتر و رلف به توصیف رویکرد تعاملی سه قطبی فرد، دیگران و محیط به عنوان مدل چهارچوبی نظری در شکل گیری معنی پرداخت (Gustafson, ۲۰۰۱).

۲-۱-۲- حس مکان و مفاهیم مرتبط با آن

اصطلاح حس مکان بدین معناست که مردم تجربیاتی فرای خصوصیات کالبدی مکان، که از طریق حواس پنجگانه قابل حصول است، داشته باشند و نوعی حس تعلق به روح مکان پیدا کنند (جکسون، ۱۹۹۴؛ به نقل از کرمونا، ۱۳۸۸: ۱۸۷). حس مکان وابستگی های مردم و پیوستگی آنها با مکان هایشان و یا آنچه برخی آن را ساختار احساس نامیده اند، را در بر می گیرد (عارفی، ۱۹۹۹). برخی از صاحب نظران معتقدند حس مکان در برگزیده سه مولفه است: هویت مکان، دلبستگی به مکان و وابستگی به مکان (Jorgensen & Stedman, ۲۰۰۱, ۲۰۰۶).

مفهوم روانشناختی هویت مکانی اولین بار توسط «هارولد پروشانسکی» مطرح شد. هویت مکان، درک افراد از هویت خود در ارتباط با محیط کالبدی تعریف شده است (Proshansky, ۱۹۷۸). به طور کلی این مولفه به واسطه الگوی ایده های خودآگاه و ناخودآگاه، باورها، احساسات، ارزشها، اهداف و تمایلات رفتاری مرتبط با محیط شکل گرفته است (Proshansky, ۱۹۷۸). دلبستگی به مکان، ارتباط عاطفی پیچیده بین مردم و مکان که فراتر از شناخت، اولویت و قضاوت است. دلبستگی به مکان همچنین اشاره به غنای معانی دارد که متاثر از آشنایی و تدارم مراجعه است (Lindsay, Gifford, ۲۰۱۴: ۲۱). و عموماً پس از آنکه افراد تجربه ای درازمدت دارند، اتفاق می افتد و در این فرآیند، مکان معنای وسیعی برای فرد می یابد (Tuan, ۱۹۷۴, Kaplan, ۱۹۹۵: ۱۷۲).

در این رابطه توان، بر وجود عاملی به عنوان ریشه

خود آگاه و ناخود آگاه و دریافت ها (ادراک) است؛ مفهومی است غنی که چگونگی دریافت، تجربه و بیان افراد را شامل میشود و به یک مکان معنای می دهد و حس فرد از مکان روی نگرشها و رفتار وی در آن مکان تأثیر میگذارد (Shamai, ۱۹۹۱, ۳۴۷-۳۵۸). وی سه مرحله اصلی را برای حس مکان بیان می دارد؛ تعلق به مکان، دلبستگی به مکان و تعهد به مکان. او معتقد است در جهت ایجاد این حس ما نیاز به یک تجربه عمیق و طولانی از مکان و درگیر شدن کامل با مکان را داریم. «آلتمن» حس مکان را بیش از تجربه شناختی دانسته و اعتقاد دارد که این حس، عقاید فرهنگی مرتبط کننده افراد با محیط را شامل میشود و خصوصیات این محیط را در عوامل مقیاس، اختصاصی بودن، قابل دسترس بودن بیان می کند (Altman&Low, ۱۹۹۲).

۲-۲- چارچوب نظری پژوهش

در طول چهار دهه گذشته، چارچوب های معرفت شناختی مورد بحث در بالا، نظریه های گوناگونی را با توجه به ماهیت حس مکان تولید کرده اند. در ابتدا نوشته های نظری حس مکان را با مفاهیم روح مکان برابر دانسته اند. این نظریه معتقد است که حس مکان در اصل وابسته به کیفیتهای فیزیکی یک محل است و به این ترتیب ویژگی های زیست محیطی درک شده توسط ساکنان و بازدید کنندگان به طور یکسان است. دوم، نظریه اثبات گرایی معتقد است که حس مکان فقط یک کیفیت محیطی نیست بلکه یک فرایند شخصی و اجتماعی است که فضاها به مکان تبدیل میشود. نظریه های پوزیتیویستی اخیرا بیان میکنند که حس مکان پاسخ چند بعدی انسان به محیط فیزیکی است و تمایل به تمرکز بر معنای مرتبط با حس مکان دارند.

تا حد زیادی، همه پایه های معرفت شناختی، سه مولفه اصلی مکان را تصدیق کرده اند؛ محیط فیزیکی، فعالیتها، و معنا. تنها تفاوت بین تفاسیر مختلف این است که هر کدام از آنها بر یکی از

و تاثیر گذار میان مردم و مکان ها یا قرارگاه ها می داند (Tuan, ۲۰۰۱). وی به منظور بیان مفهوم مکان، آن را به دو قسمت روح مکان یا مشخصه مکان و حس مکان تقسیم نموده و به بعد شخصیت مکان اشاره می کند. وی معتقد است که تمام مکان ها دارای روح یا شخصیت می باشد ولی داشتن حس مکان را مستلزم حضور فرد در فضا می داند (Tuan, ۲۰۰۱).

«استفانویچ» می گوید حس مکان، تنها یک راه ساده برای توضیح نحوه ادراک یا دریافت مکان توسط فرد نیست بلکه مفهومی ارزشی و چند بعدی است و به شناسایی نمادین و عاطفی فرد نسبت به مکان مربوط می شود. به عقیده «کریستین نوربرگ شولتز»، حس مکان در مکان هایی یافت می شود که دارای شخصیت مشخص و متمایز هستند و شخصیت محیطی از چیزهای ملموس ساخته شده که دارای مصالح، شکل، بافت، رنگ، مقیاس، تنوع، چشم انداز و برجستگی است (شولتز، ۱۳۸۹). همچنین «ادراک» و «جهت یابی» را از عوامل مهم در ایجاد حس نسبت به مکان ها می داند و معتقد است جایی که نظام جهت یابی ضعیف است تصویر سازی مشکل می شود و انسان احساس گم گشتگی می کند (همان؛ ۳۵). «استیل» مهم ترین عوامل کالبدی موثر در ادراک و حس مکان را اندازه مکان، درجه محصوریت، تضاد مقیاس، تناسب، مقیاس انسانی، بافت، رنگ و تنوع بصری می داند (مرتضوی، ۱۳۹۲، ص ۷۰). به عقیده «دیوید هیومن» جامعه شناس، حس مکان عبارتند از ادراکات ذهنی افراد درباره محیطشان و احساسات کم و بیش خود آگاه آنها در مورد آن. حس مکان در تعریفی که وی ارائه کرده به مفهوم دلبستگی به اجتماع می باشد. وی پنج گونه حس مکان را معرفی می کند که عبارت است از: ریشه داری عقیدتی، ریشه داری ناخود آگاه، مکان نسبی، بیگانگی با مکان و بی مکانی (Hummon, ۱۹۹۲, ۲۶۲). «شامای» ۱۹۹۱، اظهار می دارد حس مکان مخلوطی از احساسات

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۱۲۲

جدول ۱. معیارهای مربوط به سنجش حس مکان از دیدگاه صاحب نظران؛ ماخذ: نگارندگان.

دیدگاه	صاحب نظران	تعاریف	معیارهای مطرح شده مربوط به سنجش حس مکان
جامعه‌شناسی	دیوید هامون	حس مکان عبارتند از ادراکات ذهنی افراد درباره محیطشان و احساسات کم و بیش خود آگاه آنها در مورد آن	ساختارهای معنایی - هویت مکان
	جنیفر کراس	حس مکان، ترکیبی از رابطه با مکان و حس حضور در اجتماع	ساختارهای معنایی - هویت مکان
روانشناسی محیط	پروشانسکی	مکان به عنوان پایه ای برای شکل‌گیری و توسعه مفهوم هویت شخصی، هویت فردی را منبث از هویت مکانی می‌داند	ادراک، شناخت و نهایتاً احساسات نسبت به مکان - همچنین تاکید بر عوامل کالبدی و اجتماعی (تعامل و ارتباط تنگاتنگ فرد با محیط خود)
	آلتمن راپاپورت	حس مکان فراتر از تجربه شناختی است و عقاید فرهنگی مرتبط‌کننده افراد با محیط را شامل میشود - حس مکان بصورت نمادها و سنبل‌های فرهنگی - اجتماعی کالبدی در محیط بروز میکند	مقیاس، اختصاصی بودن، قابل دسترس بودن تاکید بر نقش مولفه‌های فرهنگی و اجتماعی در شکل‌گیری محیط کالبدی
اثبات‌گرایی	شاموئل شامای	حس مکان مخلوطی از احساسات خود آگاه و ناخود آگاه و دریافت‌ها (ادراک) است و به یک مکان معنا می‌دهد	ساختارهای معنایی و چگونگی دریافت، تجربه و بیان افراد
	فریتز استیل	حس مکان شامل احساسات، ادراکات، رفتارها، نتایج و برآمدهایی است که در ارتباط با چیزی است که در آن موقعیت قرار داشته و با آن یکی شده است	عوامل کالبدی - شخصیت مکان - چگونگی تجربه مکان
	ادموند بیکن	فرم‌های معماری در محیط ایجاد غنا و تنوع می‌کنند و در ایجاد روح مکان و حس مکان موثرند.	عوامل کالبدی - شخصیت مکان
	کرمونا	عکس‌العمل سیستم حسی بدن نسبت به محرک‌های محیطی، حس از محیط را تشکیل میدهد.	آسایش و تصویر ذهنی؛ دسترسی و پیوستگی؛ استفاده‌ها و فعالیت‌ها؛ معاشرت‌پذیری
پدیدارشناسی	رلف	ادراک و قضاوتی که بر مبنای رمزگشایی از معانی در ذهن فرد شکل می‌گیرد، منجر به خلق حس مکان می‌گردد	ساختار کالبدی، فعالیت، معنا
	شولتز	مشخص و متمایز هستند حس مکان در مکان‌هایی یافت می‌شود که دارای شخصیت	سابقه سکونت و ساختار، معنایابی (تصور محیطی، ادارک و جهت)
	توان	مکان دوستی، پیوندی بر محبت و تاثیر گذار میان مردم و مکان	شخصیت مکان و حضور فرد



مکان بررسی شد. به این ترتیب که ویژگی های فرمی و زیبایی شناسی مولفه کالبدی حس مکان تحت عنوان مولفه کالبدی-زیبایی شناسی، ویژگی های عملکردی و فعالیتی مولفه کالبدی حس مکان تحت عنوان مولفه کالبدی-عملکردی، و ویژگی های معنایی و ادراکی مولفه کالبدی حس مکان تحت عنوان مولفه کالبدی-معنایی دسته بندی شدند. و سپس زیرمعیارهای مربوط به هر کدام از مولفه ها استخراج شد.

۳-روش تحقیق

تحقیق پیش رو، پژوهشی بنیادی-کاربردی است. روش تحقیق، از نوع توصیفی-تحلیلی و در بستری پیمایشی و با استفاده از شیوه های تحقیق مرور متون و منابع و اسناد تصویری در بستر مطالعات کتابخانه ای و اسنادی و از روش های تحقیق پیمایشی و موردی و شیوه های تحقیق مصاحبه، پرسش نامه و بازنمایی در بستر مطالعات میدانی سود جسته است. جامعه آماری در بخش سنجش حس مکان، محلات چشمه و دهکده المپیک (در منطقه ۲۲ شهرداری تهران) می باشند. در بخش آمار تحلیلی این تحقیق دو اقدام صورت گرفته است؛ در اقدام اول و به منظور ارزیابی اعتبار ویژگی ها و مشخصه های محیطی تعیین شده در هر پرسش نامه، تحقیق در معناداری رابطه تصور شده میان ویژگی های محیطی و گزاره های طرح شده در مورد القاء حس مکان و رتبه بندی فاکتورهای اثرگذار بر حس مکان از مدل سازی معادلات ساختاری SEM و تحلیل عامل تاییدی CFA و برای برآورد یابی پارامترها، از روش برآورد حداکثر درست نمایی MLE استفاده شده است. در اقدام دوم در جهت تعیین معناداری رابطه میان حس مکان و مولفه های تعیین شده، از آزمون همبستگی پیرسون و مدل های رگرسیون خطی چندگانه بهره گرفته است. همچنین از روش تصمیم گیری چند معیاره TOPSIS برای رتبه بندی مولفه های القا کننده حس مکان در بین شهروندان استفاده شده است. ذکر این نکته لازم

مولفه ها بعنوان تاثیرگذارترین مولفه در ارتقای حس مکان تاکید کرده اند. به عنوان یک کیفیت ذاتی محیط زیست، محیط کالبدی در مدل روح مکان مرکزیت دارد. رویکرد اثبات گرایی به شدت تحت تاثیر فعالیت ها و تجربه اجتماعی و زندگی است. همچنین معنا و اثرات تولید شده توسط محیط زیست مورد توجه نظریات اثبات گرایی است. همچنین نظریه های مختلف حس مکان درباره نقش مدت زمان سکونت ساکنان در توسعه حس مکان اختلاف نظر دارند. نتایج برخی پژوهش ها بر احساس ریشه داری بلند مدت مرتبط با قرارگاه های فیزیکی تاکید کرده اند. برخی دیگر بر یک سطح از دل بستگی مثبت و یا آگاهی از محیط در توسعه حس مکان تاکید داشته اند.

۲-۳-شاخص های پیشنهادی حس مکان در ارتباط با موضوع پژوهش و تدوین مدل تحلیل

بصورت کلی مولفه ها و عوامل موثر بر شکل گیری و تقویت حس مکان را میتوان در سه حیطه عملکردی فعالیتی (رفتاری)، فرمی کالبدی و ادراکی احساسی (عاطفی) دسته بندی کرد. حیطه عملکردی فعالیتی که بر نقش عوامل اجتماعی در شکل گیری حس تعلق به مکان تاکید میکند شامل جنبه های مختلف حضور، مشارکت، برقراری تعاملات اجتماعی و برخورداری از حمایت اجتماعی در محیط، جامعه و اجتماعات محلی است. حیطه فرمی کالبدی به چگونگی تاثیرگذاری مولفه های کالبدی در تقویت حس تعلق به مکان، استفاده از راهکارهای محیطی برای کاهش جرم و جنایت، کیفیت مناسب، تراکم مناسب و طراحی آگاهانه محیط خلاصه می شود. همچنین حیطه معنایی ادراکی با ایجاد تصاویر ذهنی و ادراکی درونی بر کیفیت ادراکی فضای معماری و در نهایت شکل گیری و ارتقاء حس مکان موثرند. در این راستا، با انتخاب زمینه کالبدی مطالعات حس مکان، جهت استخراج مدل تحلیلی پژوهش، ابتدا، معیارهای کالبدی سنجش حس



جدول ۳. ارزیابی برازش مدل پیشنهادی سنجش میزان حس مکان با استفاده از شاخص RMSEA

شاخص	RMSEA	Lo90	FL90
مقدار اماره	۰/۰۴۹	۰/۰۵۱	۰/۰۵۳

همانگونه که در جدول ۳ مشاهده می شود مقدار اماره RMSEA و شاخص های دیگر در حدود (۰,۰۵) برازش بسیار مناسب بدست آمده است.

۴-۲- ارزیابی وضعیت القای حس مکان در منطقه ۲۲ شهرداری تهران

ارزیابی وضعیت القای حس مکان در مطالعه موردی شامل دهکده المپیک و چشمه، به واسطه تلفیق معیارهای ده گانه مورد توجه در این زمینه، شامل خوانایی، قابلیت ادراک مکان، هویت و شخصیت (در حیطه معنایی) و غنای بصری، کیفیت کالبدی فضایی، تناسبات بصری (در حیطه زیبایی شناسی) و قابلیت دسترسی، انعطاف پذیری مکان، آسایش، دعوت کننده بودن مکان (در حیطه عملکردی) انجام شده است. وضعیت هریک از معیارهای یادشده از نقطه نظر ساکنان در سایه انجام تحلیل عاملی، مشخص شده است. با محاسبه ضریب اهمیت هر کدام از معیارها و با توجه به مشخص بودن امتیاز آنها در ارتباط با هریک از شهر کهای مورد مطالعه، سنجش وضعیت احراز و تشخیص حس مکان از نقطه نظر ساکنان می تواند انجام گیرد.

۴-۲-۱- آزمون همبستگی میان مولفه های حس مکان

ارتباط بین شاخص های مؤثر حس مکان، بر اساس نتایج به دست آمده از پرسشنامه و آزمون های آماری (آزمون همبستگی) بیان می گردد. این آزمون رابطه بین متغیرها یا همان شاخصهای مورد مطالعه را بررسی و تحلیل کرده و در نهایت به نتایج مستند میرسد. آزمون همبستگی میان عوامل در قالب آزمون همبستگی پیرسون در SPSS انجام گرفته و تأثیرات عوامل محیطی و درونی بر یکدیگر تعیین می شوند. وجود همبستگی نسبی

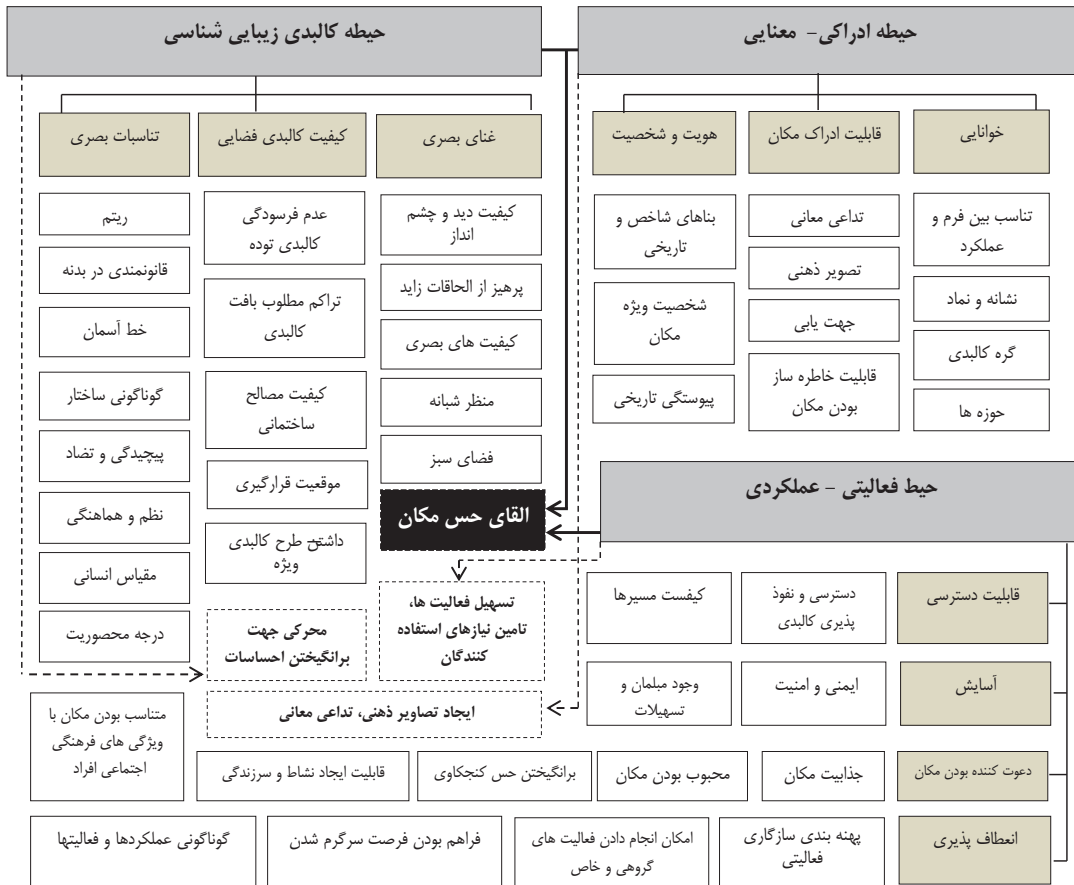
است که در تحلیل و ارزیابی داده های این رساله از نرم افزارهای LISREL, SPSS, EXEL به کار گرفته شده است. در ارتباط با پرسشنامه با هدف طراحی سئوالاتی مرتبط و اختصاصی برای هریک از معیارها، «طیف پنج قسمته لیکرت» برای پاسخ ساکنان، مورد توجه قرار گرفته که مقیاسی تجمعی است که بر اساس آن، پاسخ دهندگان نظر خود را در قالب درج های از شدت و نیرومندی، مشخص می کنند. در خصوص تعیین حجم نمونه نیز باید اشاره شود که دو محله شهرک دهکده المپیک، چشمه، را به صورت واحدهایی مجزا اما هریک دارای ویژگی های نسبتاً همگن در درون خود، در نظر گرفته شده اند از این رو، از روش نمونه گیری تصادفی ساده و روش کوکران استفاده شده است. بر این اساس و بر مبنای درصد اطمینان ۹۹ و همچنین سطح خطای ۰,۱ (دقت مورد نظر معادل ۰,۱ فاصله نسبت به جامعه)، ۳۱۱ نمونه در مجموع و به ترتیب شامل ۱۵۴ و ۱۵۷ نمونه مربوط به شهرکهای دهکده المپیک و چشمه محاسبه شده و مورد توجه میباشد.

۴-۲-۱- بحث و یافته ها

۴-۱-۱- تحقیق در برازندگی مدل پیشنهادی سنجش میزان حس مکان

در این بخش برازندگی مدل پیشنهادی سنجش میزان حس مکان در توسعه جدید شهری (شکل شماره ۱) و اعتبار سازه تدوین شده برای سنجش میزان حس مکان در شهروندان عادی بررسی می شود. بدین منظور از روش مدلیابی معادلات ساختاری (Structural Equational Modeling) تحلیل عاملی تاییدی (Confirmatory Factor Analysis) و برآورد حداکثر درستنمایی (MLE) برای برآورد پارامترهای مدل پیشنهادی استفاده شده است. در جدول زیر شاخص های مرتبط با محاسبه درجه آزادی و اماره مجذور کای در مدل پیشنهادی سنجش میزان حس مکان آورده شده است.





شکل ۱. مدل مفهومی عوامل شکل دهنده حس مکان؛ ماخذ: نگارندگان

اندازه گیری شده پرسشنامه بر روی متغیر مکنون میزان حس القای مکان می باشد. هم چنین مقدار آماره آزمون و مقدار معنی داری مربوط به آزمون رگرسیونی تاثیر هر یک از این ابعاد بر روی متغیر میزان حس القای مکان مورد بررسی قرار گرفت و با توجه به مقادیر بدست آمده می توان گفت تمامی این متغیرهای اندازه گیری شده در تبیین پراکندگی متغیر وابسته (میزان حس القای مکان) تاثیر گذار هستند ($p > 0.05$).

نتایج جدول بالا نشان می دهد از دید شهروندان شرکت کننده در این تحقیق، رابطه علت و معلولی میان انگاره حس مکان و مولفه های کالبدی، عملکردی و معنایی، معنی دار بوده (آماره P کوچکتر از ۰.۰۵) و این مولفه ها بر حس مکان اثر میگذارند.

بالا استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری (SEM) را بعنوان یک ابزار مناسب تحلیل معنی داری ارتباطات پیشنهاد می کند.

با توجه به نتایج بدست آمده از جداول ۴ می توان گفت تقریبا همبستگی بالایی همه عوامل و یا معیارها با زیر معیارهایشان وجود دارد. مولفه کالبدی زیبایی شناسی با ضریب همبستگی ۰.۴۹۶، بیشترین همبستگی را با انگاره حس مکان دارد، پس از آن مولفه عملکردی فعالیت با ضریب همبستگی ۰.۳۱۴ و در نهایت مولفه ادراکی معنایی با ضریب همبستگی ۰.۳۰۶ همبستگی مثبت و معنادار با انگاره حس مکان دارد.

۲-۲-۴- بررسی معناداری و میزان رابطه فاکتورهای تحقیق بر روی میزان حس القای مکان
جداول زیر نشان دهنده تاثیر هر یک از متغیرهای

جدول ۴. تأثیرات عوامل محیطی و درونی بر یکدیگر با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون

عوامل	حیطه ادراکی معنایی میزان همبستگی (p-value)	حیطه کالبدی زیبایی شناسی میزان همبستگی (p-value)	حیطه عملکردی فعالیت میزان همبستگی (p-value)	القای حس مکان میزان همبستگی (p-value)
ادراکی معنایی	-	۰/۱۶۳(۰/۰۰۲)	۰/۱۰۴(۰/۰۰۶)	۰/۳۰۶(<۰/۰۰۰۱)
کالبدی زیبایی شناسی	۰/۱۶۳(۰/۰۰۲)	-	۰/۲۱۶(<۰/۰۰۰۱)	۰/۴۹۶(<۰/۰۰۰۱)
عملکردی فعالیت	۰/۳۰۶(<۰/۰۰۰۱)	۰/۲۱۶(<۰/۰۰۰۱)	-	۰/۳۱۴(<۰/۰۰۰۱)
القای حس مکان	۰/۳۰۶(<۰/۰۰۰۱)	۰/۴۹۶(<۰/۰۰۰۱)	۰/۳۱۴(<۰/۰۰۰۱)	-

جدول ۵. ضرایب رگرسیونی متغیرهای مورد مطالعه

نقش	متغیر وابسته	متغیر مستقل	بتا	خطای استاندارد	آماره آزمون	P مقدار
حیطه فعالیت عملکردی	القای حس مکان	۲/۴۵	۰/۱۸	۱۳/۷۹	۰,۰۴۸	
حیطه کالبدی زیبایی شناسی	القای حس مکان	۲/۴۳	۰/۱۷	۱۴/۵۳	۰,۰۰۰۱>	

۳-۵- رتبه بندی معیارهای سنجش حس مکان از دیدگاه شهروندان عادی و متخصصان با استفاده از روش تاپسیس (نتایج ماتریس +d و ماتریس +CL) در این بخش معیارهای سنجش میزان حس مکان از نگاه شهروندان، رتبه بندی شده اند. به منظور انجام دادن این مهم نیز از روش های تحلیل عاملی (برای بدست آوردن برآوردهای وزن فاکتورهای حس مکان) و تاپسیس (برای الویت بندی معیارهای سنجش براساس مقایسه آنها با وضعیت ایده ال حس مکان از نگاه شهروندان عادی) استفاده شده است. در واقع الگوریتم تاپسیس، یک روش چند شاخصه جبرانی بسیار قوی برای اولویت بندی

گزینه ها از طریق شبیه نمودن آنها به گزینه ایده آل می باشد. در این روش گزینه ها، باید کوتاه ترین فاصله را از جواب ایده آل و دورترین فاصله را از ناکارآمدترین جواب داشته باشند.

نتایج جدول فوق نشان میدهد از دید شهروندان، از بین معیارها آسایش بالاترین رتبه در حس تعلق به مکان داشته است و انعطاف پذیری کمترین رتبه در میزان حس تعلق به مکان در بین معیارهای در نظر گرفته شده در این تحقیق را به خود اختصاص داده است.

۶- نتیجه گیری و جمع بندی

پژوهش حاضر با کنکاش در مفهوم حس مکان

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۱۲۷

جدول ۶. رتبه بندی معیارهای سنجش حس مکان از دیدگاه شهروندان با استفاده از روش تاپسیس (نتایج ماتریس +d و ماتریس +CL)

نتایج ماتریس +d (فاصله گزیده از ایده آل مثبت)	نتایج ماتریس +CL (میزان نزدیکی نسبی هر گزیده با راه حل)	
۰,۰۲۲۷	۰,۰۳۷۵	خوانایی
۰,۰۷۲۴	۰,۰۲۵۲	ادراک مکان
۰,۰۴۲۵	۰,۰۷۷۵	هویت و شخصیت
۰,۰۶۵۲	۰,۰۱۳۳	قابلیت دسترسی
۰,۰۵۲۴	۰,۰۲۳	آسایش
۰,۰۷۵۵	۰,۰۸۳۴	دعوت کننده مکان
۰,۰۳۷۵	۰,۰۵۲۴	انعطاف پذیری
۰,۰۸۹۴	۰,۰۵۲۷	غنای بصری
۰,۰۲۴۷	۰,۰۳۷۳	کیفیت کالبدی فضایی
۰,۰۳۷۵	۰,۰۵۲۴	تناسبات بصری

مکان در نمونه های مطالعه نیز بررسی شدند و مشخص شد که از نظر ساکنان مهم ترین شاخص های القای حس مکان ویژگی های کالبدی و بعد از آن به ترتیب ویژگی های عملکردی و معنایی هستند. گفته شد که حس مکان از مجموع ویژگی های محیطی و الگوهای ذهنی افراد تشکیل شده است. این مفهوم از برآیند خصوصیت های محیط کالبدی و ارزیابی این خصوصیت ها توسط استفاده کنندگان از مکان شکل گرفته و از فردی به فرد دیگر متفاوت است. همچنین بر نقش عوامل کالبدی، اجتماعی و فرهنگی و فردی در شکل گیری حس مکان تاکید شده است. در جایگاه نتیجه گیری و بر مبنای سهم و جایگاه این پژوهش، باید اشاره کرد شکل گیری حس مکان در مناطق شهری جدید، مبتنی بر فرآیندی مبنی بر تعامل ساکن و محل سکونت و در نتیجه شخص و مکان است. بطور کلی طبق نتایج بدست آمده، عوامل کالبدی در شکل گیری حس مکان در دو سطح در محیط موثر است:

به بررسی مکاتب مختلف مطالعاتی در این حوزه پرداخت و اصول و زمینه های گوناگون مطرح در این مفاهیم و مطالعات را در چارچوبی نظری تدوین نمود. سپس با انتخاب زمینه کالبدی مطالعات حس مکان به مرور تجربیات و پژوهش های مختلف در این عرصه پرداخت و در چارچوب مبانی نظری مطرح شده، شاخص های موثر بر شکل گیری حس مکان از منظر کالبدی را مشخص و در نهایت نه شاخص کلیدی را ارائه نمود. به منظور تبیین رابطه میان عوامل کالبدی و حس مکان، همبستگی این دو متغیر مورد بررسی قرار گرفت که طبق نتایج بدست آمده، بین عوامل کالبدی و حس مکان رابطه معنادار قوی وجود دارد. همچنین بیشترین همبستگی معنادار و مثبت، بین شاخص های کالبدی مطرح شده و انگاره حس مکان وجود دارد بطوریکه ضریب همبستگی معیارهای غنای بصری، کیفیت کالبدی فضایی و تناسبات بصری به ترتیب ۰,۴۸۲ ، ۰,۲۳۹ و ۰,۳۶۴ بدست آمد. همچنین همبستگی عوامل عملکردی و معنایی با انگاره حس

جدول ۷. رتبه بندی معیارهای سنجش میزان حس مکان از نگاه شهروندان با استفاده از روش تاپسیس

رتبه	رتبه گزینه ها	
رتبه ۱	۰,۸۳۶	آسایش
رتبه ۲	۰,۸۱۲	غناى بصرى
رتبه ۳	۰,۷۲۹	دعوت کننده مکان
رتبه ۴	۰,۶۵۸	قابلیت دسترسی
رتبه ۵	۰,۶۳۶	خوانایی
رتبه ۶	۰,۵۵۸	هویت و شخصیت
رتبه ۷	۰,۵۳۶	تناسبات بصرى
رتبه ۸	۰,۴۹۴	کیفیت کالبدی فضایی
رتبه ۹	۰,۴۴۷	ادراک مکان
رتبه ۱۰	۰,۳۷۵	انعطاف پذیری

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۱۲۹

در محیط و در نهایت افزایش دلبستگی به مکان ایجاد می کند. این مهم که هم در سطح نظری و به واسطه نظریه ها، دیدگاه ها و نیز پژوهشهای مورد استناد و هم در سطح تجربی و در ارتباط با مطالعه موردی، منطقه ۲۲ تهران، تأیید شده و مورد تأکید قرار گرفت، گویای نقش و اهمیت مولفه های کالبدی در ارتقاء حس مکان در مناطق شهری جدید است. و در نهایت، انجام مطالعات هدفمند با محوریت یک، چند یا تمامی معیارهای ده گانه شناسایی شده و مورد توجه، مبتنی بر یک یا چند نمونه مطالعاتی خاص، محور قابل توجه دیگری است که در زمینه شکل گیری تحقیقات آتی و مطالعات بیشتر، با هدف تداوم، تکمیل و تدقیق یافته ها و دستاوردهای نظری و تجربی پژوهش حاضر، پیشنهاد میشود.

در سطح اول، عناصر کالبدی محیط با همسازی فعالیت ها از طریق تامین و قابلیت انجام آن و با ارضاء نیازهای فردی این حس را از مکان فراهم می نمایند. در این سطح ویژگی های کالبدی محیط با تسهیل فعالیت منطبق بر الگوهای رفتاری افراد و با تامین نیازهای استفاده کنندگان از مکان، در برقراری رضایت از محیط موثر واقع شده و امکان ایجاد و ارتقاء حس مکان را فراهم می نمایند. در سطح دوم، عناصر کالبدی محیط از طریق تناسب بین فرم و عملکردها، تمایز کالبدی، خوانایی، تداعی معنایی، واسطه بصری در ایجاد ارتباط ذهنی بین استفاده کنندگان از مکان را فراهم می نمایند. در این سطح عناصر کالبدی، منبعث از تصاویر ذهنی افراد و ادراک آنان از محیط بوده و زمینه را برای تقویت پیوندها

ment Local Sentiment and Sense of Place , In Place Attachment , New York press , 253-278

15) Kaplan, S (1995), The restorative benefits of nature: Toward an integrated framework, *Journal of Environmental Psychology*, 15, 169-182.

16) Lindsay J. McCann, Robert Gifford, 2014, Interrelations between sense of place, organizational commitment, and green neighborhoods, *Cities*, 41 , 20

17) Proshansky, H. M. (1978). The city and self-identity. *Environment and Behavior*, 10, 147-169.

18) Riley, R (1992), Attachment to the ordinary landscape, In I. Altman and S. Low (Eds.), *Place attachment*, Plenum Press, New

19) Shamai, S. (1991), Sense of place: an empirical measurement, *Israel, geoforum*, Vol.22, pp: 347-358

20) Stefano Vic, I. L. (1998) Phenomenological Encounters with Place: Cavtat to Square One, *Journal of Environmental Psychology*, 18, 31-44

21) Tuan, Y. F. (1974), *Topophilia*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

22) Tuan, Y. F. (1980), Rootedness versus sense of place, *Landscape*, No. 24, 3-8.

23) Tuan, Yi-Fu, 1977, *Space and Place: The perspective of experience*. Minnesota: The University of Minnesota press

منابع و ماخذ

- 1) یرتوی، پروین (۱۳۹۲) پدیدار شناسی مکان، چاپ دوم، انتشارات متین، تهران.
- ۲) رلف، ادوارد (۱۳۸۹) مکان و بی مکانی، ترجمه محمدرضا محمدی، تهران، آرمانشهر.
- ۳) گلکار، کورش (۱۳۹۳) آفرینش مکان پایدار، چاپ دوم، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
- ۴) لنگ، جان (۱۳۹۴) آفرینش نظریه معماری، نقش علوم رفتاری در طراحی محیط، ترجمه: علیرضا عینی فر. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۵) مرتضوی، شهرناز (۱۳۹۲) روانشناسی محیط و کاربرد آن، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- ۶) نوربرگ شولتز، کریستیان (۱۳۸۹)، روح مکان: به سوی پدیدارشناسی معماری. ترجمه: محمد رضا شیرازی، چاپ دوم، تهران: رخ داد نو
- 7) Agnew, J. A. (1987), *Place and Politics: The Geographical Mediation of State and Society*. Boston: Allen & Unwin.
- 8) Altman, I., & Low, S. (1992). *Place attachment*. New York: Plenum.
- 9) Bonnes, M; Secchiaroli, G (1995), *Environmental Psychology, a psychosocial introduction*, Sage Publication, London.
- 10) Canter, D. (1977a), *The Psychology of Place*. London: Architectural Press.
- 11) Canter, D. (1977b), Book review of E. Relph, 'Place and placelessness'. *Environment and Planning B*, 4 120-118.
- 12) Fisher, S, Murray, K & Frazer, A (1985), Home-sickness, health and efficiency in first year students, *Journal of Environmental Psychology*, 5(2), 181-195
- 13) Gustafson, P, 2006, *Place Attachment and Mobility*, pp. 17-31, CAB international (Jorgensen & Stedman, 2001, 2006)
- 14) Hummon , David , 1992 , *Community Attach-*

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

■ ۱۳۰ ■