

تدوین چارچوب نظری معرفت‌شناسی مکان در مطالعات میان‌رشته‌ای*

زینب عادل - دکتری شهرسازی، دانشگاه تربیت مدرس
مجتبی رفیعیان** - دانشیار برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس
حسین ایمانی جاجرمی - دانشیار مطالعات اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۰۵/۱۴ تأیید نهایی: ۱۳۹۶/۱۲/۱۶

چکیده

تخصص‌گرایی شکل‌گرفته میان رشته‌های مختلف موجب شده است پدیده مکان به دلیل ماهیت گسترده و پیچیده، با تعارضات معنایی بسیاری در بستر فلسفی ماهیت خود مواجه شود. این آشفتگی معنایی به دلیل نبود معنای مشترک میان رشته‌های درگیر در مفهوم‌سازی این پدیده است. در این مقاله دیدگاه‌های مختلفی در مورد مکان بررسی شد. هدف این پژوهش، یافتن روایتی منفرد و منحصر به یک رشته نیست، بلکه به دنبال نگاهی منسجم‌تر برای گونه‌شناسی تعاریف و تدوین مدلی برای درک میان‌رشته‌ای این پدیده است. مفهوم مکان پویاست و پیوسته در طول زمان بازتعریف می‌شود؛ بنابراین این مفهوم‌یابی بدون در نظر گرفتن بعد زمان کامل نیست. بر این اساس مفاهیم مرتبط با چیستی مکان در گذر زمان با تکیه بر روش کیفی و تحلیل محتوا بررسی شد. در گام نخست رشته‌های مطالعاتی گوناگون، واژگان و مفاهیم آن‌ها در مطالعات مکان شناسایی شد. فلسفه و پدیدارشناسی، روان‌شناسی محیطی، جغرافیای انسانی، جامعه‌شناسی، اقتصاد شهری، مدیریت و سیاست‌گذاری، فضای سایبری، طراحی و برنامه‌ریزی شهری، هریک واژگان و تعاریف خاصی برای ساخت مکان ارائه کرده‌اند. سپس تعاریف مختلف ارائه‌شده در چهار گونه مکان به‌عنوان مجموعه‌ای از نشانه‌های بصری، مکان به‌عنوان محصول، مکان به‌عنوان فرایند و مکان به‌عنوان معنا دسته‌بندی شدند. این تقسیم‌بندی نشان‌دهنده تحول مطالعات مکان از رویکردهای مبتنی بر عینیت به مطالعات مبتنی بر حقیقت و معنای مکان است. به‌منظور دستیابی به فهمی مشترک در مطالعات معرفت‌شناسی مکان، مدلی بر مبنای مطالعات میان‌رشته‌ای تدوین شد. با توجه به ماهیت میان‌رشته‌ای طراحی و برنامه‌ریزی شهری این رشته می‌تواند حلقه واسط نظری میان رشته‌های مختلف عمل کند.

واژه‌های کلیدی: گونه‌شناسی، معنای مکان، مکان‌شناسی، میان‌رشته‌ای، هستی‌شناسی.

* این مقاله برگرفته از رساله دکتری زینب عادل با عنوان «تبیین پویای حاکم بر آفرینش مکان و بروز بی‌مکانی در توسعه‌های شهری معاصر» است.

Email: rafiei_m@modares.ac.ir

** نویسنده مسئول، تلفن: ۰۹۱۲۱۸۶۰۸۸۷

مقدمه

مکان پدیده‌ای پیچیده و همراه با ابعاد درهم‌تنیده است که تنها ظرفی برای رخداد پدیده‌های مختلف نیست. رابطه پیچیده‌ای میان مکان و پدیده‌های درون آن وجود دارد. در واقع مکان فضایی ناشی از پدیده‌های درون و بیرون خود است. بحران مکان به مفهوم بحران معنای اجتماعی از فضا و زمان، از بارزترین مشکلات شهرسازی معاصر است. بحرانی که در ایجاد فضاهای شهری بدون هویت و تاریخ و بدون ارتباط تبلور یافته است. سون درباره مکان می‌گوید: «صرف‌نظر از موقعیت تاریخی، اجتماعی، جغرافیایی و فناوری، انسان‌ها همیشه به مکان نیاز خواهند داشت؛ زیرا برخورداری از مکان و شناسایی آن بخشی از وجود بشر است» (پرتوی، ۱۳۸۲: ۴۰). براین اساس می‌توان گفت در عصر کنونی توجه به مطالعات در مورد مکان و مفهوم آن بسیار مهم است. بررسی ادبیات نظری مطرح در حوزه مفهوم مکان نشان از وجود تعارض‌ها و آشفتگی‌های معنایی دارد. نبود معنایی مشترک درباره این مفهوم، ضرورت مفهوم‌یابی و گونه‌بندی نظریات مطرح‌شده را ضروری می‌کند. این مفهوم‌یابی بدون در نظر گرفتن بعد زمان کامل نخواهد بود. از سوی دیگر، ماهیت مکان به دلیل اینکه رشته‌های مختلف، دیدگاه‌ها و تبیین‌های مختلف و متفاوتی درباره مفهوم، ماهیت و ابعاد آن دارند، دچار ابهام و عدم قطعیت است؛ از این رو تبیین مفهوم مکان و مؤلفه‌های سازنده آن امری پیچیده و نیازمند اتخاذ رویکردی میان‌رشته‌ای^۱ است.

نکته مهم این است که رویکرد مدنظر درباره تبیین مفهوم مکان نمی‌تواند مبتنی بر رویکرد بینارشته‌ای^۲ باشد، بلکه باید از رویکرد میان‌رشته‌ای که مستلزم اتخاذ متدولوژی مشترک در حل مسئله و توافق و تفاهم میان رشته‌های مختلف درگیر است، استفاده شود. مطالعه، نظریه‌پردازی، سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و طراحی مکان‌ها بدون داشتن رویکردی میان‌رشته‌ای چه از لحاظ نظری و چه از نظر عملی، ثمربخش و کارآمد نخواهد بود. در این میان، ظهور اصطلاحات جدید در ترکیب با مفهوم مکان نیز بر وجوه میان‌رشته‌ای این پدیده دلالت دارد؛ برای مثال معنای مکان، حس مکان، حس دل‌بستگی مکان، تعلق به مکان، برندینگ مکان، بازاریابی مکان، مدیریت مکان، نگهداشت مکان و ... گرایش رشته‌های مختلف به مکان را نشان می‌دهد. داشتن نگاهی میان‌رشته‌ای از آنجا اهمیت دارد که با شکل‌گیری دوران جدید معرفت و به دنبال تقسیم‌بندی‌های متعارف دانشگاهی، هر رشته علمی متولی تبیین، تحلیل و تفسیر قلمرو موضوعی خاصی شده است (ریاضی، ۱۳۹۲: ۱۰۱). اتخاذ رویکرد میان‌رشته‌ای و شناسایی رشته‌های تأثیرگذار و رسیدن به توافق و تفاهم میان آن‌ها می‌تواند نخستین گام در رفع بحران مکان باشد.

به منظور برون‌رفت از آشفتگی‌ها و تعارض‌های موجود در تبیین ماهیت مکان، این مقاله با بررسی مفهوم، رویکردهای مختلف و رشته‌های تأثیرگذار در بررسی پدیده مکان به گونه‌شناسی ماهیت هستی‌شناسی آن می‌پردازد. تبیین مدلی میان‌رشته‌ای برای دستیابی به اشتراک نظر در معنای مکان امری ضروری است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر کیفی و تحلیلی و توصیفی است که به کمک بهره‌گیری از منابع مکتوب و متون مرتبط به تحلیل روند تکوین و تکامل مفهوم مکان بپردازد و ماهیت میان‌رشته‌ای این پدیده را بررسی می‌کند. به منظور گونه‌بندی نظریه‌های مختلف ارائه‌شده در مورد مکان از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. در نهایت در فرایند این پژوهش، واژگان تخصصی مکان و اصطلاحات وابسته به آن در رشته‌های مختلف در اسکوپوس^۳ جست‌وجو شد. در نتیجه ۲۵ واژه

1. Inter Disciplinary
2. Cross Disciplinary
3. SCOPOUS

تخصصی در رشته‌های مختلف فلسفه و پدیدارشناسی، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی محیطی، اقتصاد شهری، جغرافیای انسانی، مدیریت و سیاست‌گذاری، فناوری سایبر، محیط‌زیست، طراحی و برنامه‌ریزی شهری با ۸۰۳۱ تکرار شناسایی شد. به‌منظور بررسی‌های دقیق‌تر، در هر رشته پنج مقاله‌ای که بیشترین تعداد ارجاع را داشتند، به‌صورت موجزتر بررسی شدند.

پیشینه پژوهش

مفهوم مکان

در تعریف ماهیت و چیستی مکان به‌دلیل گستردگی و پیچیدگی ابعاد آن، ابهام و عدم قطعیتی وجود دارد. مکان ریشه در روندهای سیاسی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، فضایی-زیست‌محیطی و شخصیتی دارد. این مفهوم در ارتباط با تحولات مداوم در طول تاریخ پیوسته تعریف و بازتعریف می‌شود. از سوی دیگر تخصص‌گرایی روزافزون پس از جنگ جهانی دوم، موجب بروز شکاف میان حوزه‌های مختلف و متقاطع درگیر در مطالعه مکان شده است؛ از این‌رو ضروری است در وهله نخست به مفهوم‌یابی این پدیده برای دستیابی به درک صحیح از آن پردازیم. در فرهنگ دهخدا در توضیح کلمه «مکان» چنین آمده است: «صیغه اسم ظرف و مشتق شده از «کون» است، به‌معنای «جا». بودن خود به معنای هستی داشتن است و «زندگی کردن» و گذران عمر نیز معنا می‌دهد. «بودن» به‌معنای «واقع شدن» و «روی دادن» نیز است» (دهخدا، ج، ۱۳) فرهنگ لغت جغرافیایی آکسفورد مکان را نقطه خاصی در سطح زمین و محلی قابل‌تعریف و شناسایی برای موقعیتی می‌داند که ارزش‌های انسانی در آن بستر شکل گرفته و رشد یافته است. مکان تنها یک جا نیست، بلکه نوع مشخص و منحصربه‌فرد آن است و آنچه آن را ویژه می‌کند، اشباع آن از ارزش‌های انسان است. از دیدگاه ارسطو مکان ظرفیت چیزهاست (نیک‌روش و قاسمی سیچانی، ۱۳۹۳: ۱۷۶). مکان نه‌تنها به محلی جغرافیایی اشاره دارد، بلکه مؤید شخصیت اصلی یک جاست که موجب تمایز آن از سایر جاها می‌شود. بدین ترتیب در مکان، ابعاد گوناگون چشم‌انداز جمع می‌شوند تا محیطی متمایز و حس خاص محلیت را ایجاد کنند. درحالی‌که فضا گستره‌ای باز و انتزاعی است، مکان بخشی از فضا است که به‌وسیله شخصی یا چیزی اشغال شده است و بار معنایی دارد و ارزشمند است. مکان مرکز «ارزش محسوس» است، همراه با امنیت و پایداری که در آن نیازهای زیست‌شناختی برآورده می‌شود. این نکته با بازبودن و آزادی فضای متفاوت‌نشده در تضاد است. اگر فضا امکان وقوع حرکت را می‌دهد، مکان درنگی پدید می‌آورد. از آنجا که روابط اجتماعی عامل تعریف‌کننده مکان است، «واقعیت یک مکان»، همواره باز و پذیراست که تعیین خود را در دل یک فرایند جای می‌دهد (سیمون، ۲۰۰۰: ۱).

سوابق پژوهش در حوزه مفهوم‌شناسی مکان

به‌منظور تبیین مدلی میان‌رشته‌ای در تبیین پدیده مکان، گام نخست شناخت مفهوم مکان و ابعاد نظریات موجود در زمینه مکان و درنهایت سیر تحولات مفهومی آن است. از خلال این بحث مفاهیم کلیدی موجود در رویکردها استخراج و براساس آن رشته‌های دخیل در فرایند خلق مکان مشخص می‌شود. براین اساس در گام نخست واژگان تخصصی مرتبط با مفهوم مکان در رشته‌های مختلف بررسی شده‌اند. در جدول ۱، به واژه‌شناسی و نظریه‌پردازی که تأثیرگذارترین پژوهش‌ها را در زمینه مفهوم مکان داشته‌اند، به تفکیک حوزه‌های مطالعاتی اشاره شده است. علاوه‌براین، بررسی فراوانی واژگان تخصصی در موتور جست‌وجوی اسکوپوس صورت گرفته است.

جدول ۱. واژه‌ها، مفاهیم و نظریه‌پردازان رشته‌ها و حوزه‌های دخیل در مطالعات مکان

تعداد مطالعات صورت گرفته*	نظریه‌پرداز (سال)	تکرار واژگان	رشته / حوزه مطالعاتی
۳۶۳۳	کانتز (۱۹۷۷)	Place Attachment (933) Place Belonging (42) Sense of Place (2668)	روان‌شناسی محیطی
	مونتگومری (۱۹۹۸)		
	آلتمن (۱۹۹۲)		
	شامای (۱۹۹۱)		
	اگنیو (۱۹۸۷)		
۹۵۴	اسکنل و گیفورد (۲۰۱۰)	Placemaking and Urban Design (943) Place Framing(11)	طراحی و برنامه‌ریزی شهری
	کرمونا (۲۰۱۴) بنرجی (۲۰۰۱)		
	بی. بی. اس		
	عارفی (۲۰۱۶)		
۸۰۴	لوفور (۱۹۹۱) هاروی (۱۹۹۶)	Political economy and Placemaking (5) Place Branding (393) Place Marketing (336) Place Capital (10) Value of Place (60)	اقتصاد
	کاوارتسیز (۲۰۰۵)		
	الکساندر (۱۹۷۷)		
۱۰۲۳	مدنی‌پور (۱۹۹۶)	Place memory (250) Place Identity (762) Non-place (20)	جامعه‌شناسی
	اوژه (۱۹۹۵)		
	شولتز (۱۹۸۰)		
۴۷۹۸	رلف (۱۹۹۶)	Place Meaning (186) Genius Loci (172) Sense of Place (2668) Place Belonging (42) Placelessness (133) Nowhereness (3) Phenomenology of place (1594)	فلسفه و پدیدارشناسی و جغرافیای انسانی
	دیوید سیمون (۱۹۹۸)		
	رابرت ماگروئر (۱۹۹۴)		
	پروین پرتوی (۱۳۸۲)		
	هاگ (۱۹۹۴)		
۱۷۲	گلکار (۱۳۷۹)	Sustainable Placemaking (140) Eco-Placemaking (32)	مختلارسیست
	استیلجنیر (۲۰۱۴)		
	رین استرن (۲۰۱۶)		
۳۸۰	بورتون و دمپسی (۲۰۱۰)	Policy Making and Placemaking (145) Democratic Placemaking (4) Place keeping (38) Place Management (141) Place shaping (52)	مدیریت و سیاست‌گذاری
	والش (۲۰۰۱)		
	ویلد (۲۰۰۸)		
۱۰	کلی (۲۰۰۶) تان و ایی (۲۰۰۹)	Cyber Place Making	فناوری

منبع: نگارندگان

جدول ۱ نشان می‌دهد ۲۵ واژه تخصصی در ترکیب با مفهوم مکان پس از دهه ۷۰ میلادی به وجود آمده است. رشته‌های فلسفه و پدیدارشناسی، طراحی و برنامه‌ریزی شهری، جغرافیای انسانی، روان‌شناسی محیطی، جامعه‌شناسی، فناوری سایبر، مدیریت و سیاست‌گذاری و اقتصاد هر یک به بررسی این مفهوم از دیدگاه نظری خود پرداخته‌اند. پرکاربردترین واژه در مطالعات مکان مربوط به مفهوم «حس مکان» با ۲۶۶۸ تکرار و بعد از آن «مکان‌سازی»^۱ و ترکیبات مشتق از آن با ۱۲۷۹ تکرار است. البته واژه مکان‌سازی نیز در میان واژه‌ها بیشترین تأثیر را در ساخت مفاهیم ترکیبی دارد.

مکان؛ در حوزه روانشناسی محیطی تا قلمرو معنایی پدیدارشناسی و جغرافیای انسانی

پدیدارشناسان و روان‌شناسان محیطی بر تعریف مکان به‌عنوان معنا تأکید دارند. نظریه‌پردازان این دو رشته معنای مکان^۱ و مؤلفه‌های سازنده آن را تعریف کرده‌اند. در پدیدارشناسی واژگانی مانند حس مکان^۲، روح مکان^۳، حس تعلق به مکان^۴ و حس لامکانی^۵ استفاده شده است. (رلف، ۱۹۷۶؛ شولتز، ۱۳۸۶). دانش روان‌شناسی محیطی، علم تجربی-اکتسابی مطالعه در روابط انسان-محیط است که با گردآوری دانش‌هایی از حوزه‌های مختلف در زمینه روان‌شناختی، به مطالعه روابط، رفتارها و تجارب انسانی در محیط می‌پردازد؛ از این رو به‌عنوان زمینه بین‌رشته‌ای، دانش‌هایی مانند انسان‌شناسی، جامعه‌شناسی، علوم اقتصاد و علوم سیاسی را نیز دربرمی‌گیرد (ناری‌قومی و قره‌بگلو، ۱۳۹۴). برخی اندیشمندان این حوزه که به مکان توجه داشته‌اند، بر این باورند که معنا به مکان نسبت داده می‌شود و بر اثر رابطه هیجانی مردم و مکان‌ها به‌وجود می‌آید. روان‌شناسی محیط مکان را جایی می‌داند که برای انسان معنا یابد. از منظر این صاحب‌نظران شکل‌گیری معنا در ذهن افراد سه حوزه فضایی را شامل می‌شود؛ فضای کالبدی (سامانه کالبدی-فضایی)، فضای اجتماعی (سامانه جمعی-رفتاری) و فضای فردی - وجودی (سامانه ادراکی-دریافتی) (نیک‌روش و قاسمی، ۱۳۹۳). در روان‌شناسی محیطی، واژگان حس مکان و مراتب آن، حس تعلق به مکان و حس دل‌بستگی به مکان^۶ در رابطه با مفهوم مکان مطرح هستند.

اصطلاح حس مکان در حوزه‌های علمی جامعه‌شناختی فرهنگی و روان‌شناختی، معانی بسیار وسیع و متفاوتی دارد. پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهد محیط علاوه بر عناصر کالبدی، حاوی پیام‌ها، معانی و رمزهایی است که مردم براساس نقش‌ها، توقعات و انگیزه‌های خود آن‌ها را ادراک و رمزگشایی می‌کنند و به قضاوت آن می‌پردازند. این حس کلی که پس از ادراک و قضاوت محیطی خاص در فرد به‌وجود می‌آید، حس مکان نامیده می‌شود که سبب هماهنگی فرد و محیط، بهره‌برداری بهتر از آن، رضایت استفاده‌کنندگان و درنهایت احساس تعلق به آن مکان و تداوم حضور در آن می‌شود (رلف، ۱۹۷۶: ۵۵).

مفهوم حس مکان از یک‌سو ریشه در تجربه‌های ذهنی افراد مانند خاطرات، سنت‌ها، تاریخ، فرهنگ و اجتماع و... دارد و از دیگر سو متأثر از عوامل عینی و بیرونی در محیط از قبیل منظر، بو، صدا و... است که به شکل‌گیری تداعی‌های مختلف نسبت به آن مکان برای افراد منجر می‌شود (فلاح، ۱۳۸۵). کانتر در کتاب «روان‌شناسی مکان» (۲۰۱۳) مدلی از حس مکان را ارائه می‌دهد که تبیین‌کننده رابطه میان مؤلفه‌های سازنده هر مکان است. وی برای هر مکان سه مؤلفه «ویژگی‌های فیزیکی، فعالیت‌ها و تصورات» را تعریف می‌کند.

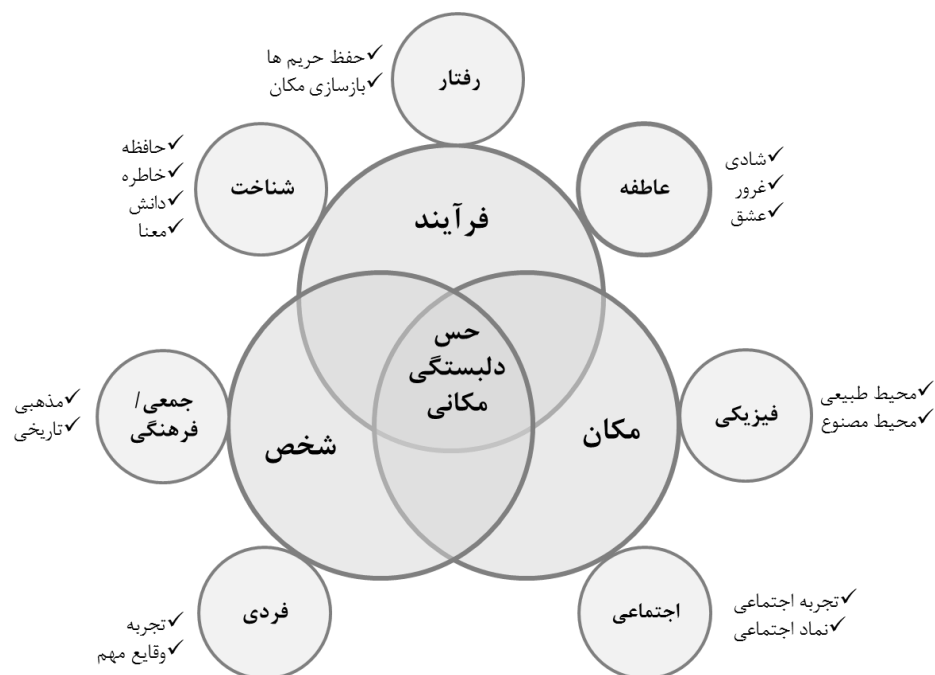
آلتمن و لو (۱۹۹۲) اعتقاد دارند که تعلق به مکان چیزی بیش از تجربه عاطفی و شناختی مکان است و عقاید فرهنگی مرتبط‌کننده افراد با مکان را نیز شامل می‌شود. همچنین معتقدند این ارتباط در طول زندگی به‌وجود می‌آید و تجربه بلندمدت از مکان می‌تواند به چنین ارتباطی منجر شود. شامای (۱۹۹۱) تعلق به مکان را وضعیتی می‌داند که فرد نه تنها از نام و نمادهای مکان آگاه است، بلکه احساس «بودن» و «تقدیر مشترک داشتن» با مکان را نیز دارد. در این وضعیت، نمادهای مکان و آنچه برای مکان رخ می‌دهد، برای فرد نیز مهم است. واژه حس دل‌بستگی مکانی از دیگر واژه‌های مرتبط با این رشته است. طرح مفهوم دل‌بستگی مکان به دهه ۱۹۶۰ برمی‌گردد.

1. Place Meaning
2. Sense Of Place
3. Genius Loci
4. Place Belonging
5. Placelessness
6. Place Attachment

به دلیل سست شدن روابط مردم، مکان ناشی از گسترش جهانی شدن، افزایش جابه‌جایی و تهدید روزافزون بی‌مکانی و ارتباط مردم و محیط، این مفهوم در حوزه‌های مختلف اجتماعی، روان‌شناسی، برنامه‌ریزی و طراحی مدنظر قرار گرفته است. کاربرد مفهوم دل‌بستگی مکانی در حوزه‌های متعدد، به ارائه تعاریف گوناگونی از آن منجر شده است. همچنین توافق جمعی کمی درباره تعریف یا مؤلفه‌های تعریف‌کننده دل‌بستگی مکانی وجود دارد (اسکرودر، ۱۹۹۶: ۱۷۸). توان (۱۹۹۱) به وجود وضعیتی از ریشه‌داری اشاره دارد که در آن شخصیت فرد با مکان ترکیب می‌شود. او معتقد است عملکرد اولیه یک مکان، تولید و زایش حس تعلق و دل‌بستگی است. آلتمن و لو (۱۹۹۲) در کتاب «وابستگی/دل‌بستگی به مکان» بر این موضوع اصرار دارد که «دل‌بستگی به مکان» موضوعی چندسویه، احساسی و پیچیده است.

شامای (۱۹۹۲) دل‌بستگی به مکان را چهارمین سطح^۱ حس مکان معرفی می‌کند. در این سطح فرد ارتباط عاطفی پیچیده‌ای با مکان دارد. مکان برای او معنادار است و مکان محور فردیت به‌شمار می‌آید. در این حالت، شخص مکان را منحصر به فرد می‌داند و بر تفاوت آن با دیگر مکان‌ها تأکید دارد. هیدالگو و هراندز (۲۰۰۱) به منظور تدقیق مفهوم دل‌بستگی مکانی و تمایز آن با مفاهیم مشابه با ارجاع به تعریف نظریه دل‌بستگی و شاخصه اصلی آن یعنی حفظ نزدیکی، دل‌بستگی را «احساسی مثبت میان افراد و مکانی خاص که شاخصه اصلی آن گرایش افراد به حفظ نزدیکی به آن مکان است، تعریف می‌کنند».

گیفورد و اسکنل (۲۰۱۰) به ارائه چارچوب سه‌گانه دل‌بستگی مکانی پرداخته‌اند (شکل ۱). در این مدل بعد اول فاعل و بازیگر است. بعد دوم بعد روان‌شناختی است. بعد مکانی نیز سومین و مهم‌ترین بعد دل‌بستگی به مکان است (اسکنل و گیفورد، ۲۰۱۰: ۲-۴).



شکل ۱. ابعاد حس دل‌بستگی مکانی در مدل اسکنل و گیفورد

منبع: اسکنل و گیفورد، ۲۰۱۰

۱. وی هفت سطح برای حس مکان برمی‌شمارد: بی‌تفاوتی به مکان، آگاهی از قرارگیری در مکان، تعلق به مکان، دل‌بستگی به مکان، یکی شدن با اهداف مکان، حضور در مکان، فداکاری برای مکان.

مکان در حوزه اقتصاد شهری

بخش وسیعی از مباحث اقتصادی در ارتباط با مکان به‌عنوان بستر فعالیت‌ها شکل می‌گیرد. مکان و اقتصاد رابطه‌ای دوسویه دارند که این رابطه از دو جنبه اقتصاد سیاسی و تأثیر آن بر فرم مکان و توسعه اقتصادی مکان‌مبنا^۱ قابل بررسی است. هر مکان به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم، بازتاب روابط اقتصادی، طبقاتی و سیاسی حاکم بر جامعه‌ای است که در آن قرار دارد. اقتصاد سیاسی پیوندی استوار با نظام‌های اجتماعی-اقتصادی گوناگون دارد و از این‌رو هریک از نظام‌های رادیکال، لیبرال، محافظه‌کار و... اثر ویژه‌ای از بعد اقتصاد سیاسی بر شکل‌گیری مکان دارد. هاروی از برجسته‌ترین نظریه‌پردازان در این زمینه است (حاتمی‌نژاد و عیدی، ۱۳۸۶: ۱۹۶).

از سوی دیگر در فرایند آفرینش مکان، راهبرد توسعه اقتصادی که «توسعه اقتصادی مکان‌مبنا» نیز نامیده می‌شود، رویکردی است که بر استفاده از امکانات عمومی جامعه برای توسعه و پیشرفت اقتصادی تأکید دارد. این رویکرد بر ویژگی‌های خاص مکان‌ها، ساختمان‌های موجود و دارایی‌های جامعه محلی برای جذب سرمایه‌گذاری‌های جدید، افزایش میزان کسب‌وکارهای موجود، جذب توریست و طبقه خلاق متمرکز است. تکنیک‌ها و ابزارهایی با واژگان و اصطلاحات تخصصی مانند برندینگ مکان^۲، بازاریابی مکان^۳، سرمایه مکانی^۴ و ارزش مکان^۵ در این زمینه شکل گرفته‌اند که هدف آن‌ها ارتقای هویت رقابتی مکان برای جذب توریست و طبقه خلاق است (رگرسون، ۲۰۱۴: ۲۱۰).

مکان؛ در حوزه جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی

جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی رابطه فضا و روابط اجتماعی را بررسی می‌کنند. روابط اجتماعی می‌تواند در فضا شکل بگیرد و با شکل فضا تهدید شود (جایی که محیط فیزیکی عملکردها را سهولت می‌بخشد یا مانع آن‌ها می‌شود، یا اینکه فضا واسطه برقراری روابط اجتماعی قرار می‌گیرد). با شکل‌گیری محیط مصنوع برنامه‌ریزان و طراحان شهری بر الگوهای عملکردی و زندگی اجتماعی اثر می‌گذارند. گانس (۱۹۶۸) معتقد است طراحان و برنامه‌ریزان شهر محیط‌های دارای پتانسیل و مردم محیط‌های واقعی را خلق می‌کنند. از دیدگاه رلف نیز رابطه اجتماع و مکان بسیار قوی است؛ تا آنجا که می‌توان مکان را نیز بیش از هر چیز، تظاهر و بیان کالبدی باورها و ارزش‌ها، تعاملات و تعهدات دوسویه میان افراد درون اجتماع دانست. بر این پایه رلف معتقد است که مکان‌ها «همگانی» هستند و بر پایه اعمال و فعالیت‌های مشترک و همچنین اشتراک در نشانه‌ها و معناها همگانی ایجاد و شناخته می‌شوند (رلف، ۱۹۷۶: ۱۴). مدنی‌پور نیز معتقد است انسان‌ها و مکان‌ها مفرهایی برای برهم‌کنش فرایندهای اجتماعی مختلف هستند. وی فضا و مکان‌ها را پویا می‌داند و معتقد است فضا با همه مقیاس‌های ممکن خود، از فضای جهانی تا ریز فضای رویه‌های روزمره، پیوسته تغییر می‌کند. این فضاها در عین حال در متن اجتماعی خود جای دارند و هویت‌های چندگانه، اما به هم مرتبط را امکان‌پذیر می‌کنند (مدنی‌پور، ۱۳۸۷: ۱).

به باور اوژنه، مکان واقعیتی انسان‌شناختی است. وی با تأسی از میشل دوسرتو از اصطلاح «نامکان»^۶ استفاده می‌کند و به‌نوعی کیفیت سلبی در مکان، یعنی به غیبت مکان در خود مکان اشاره دارد. نامکان‌ها جایگاه مجموعه‌ای از مناسبات با خود و دیگران هستند که با هدفی که برای آن تأسیس یافته‌اند ارتباط مستقیمی ندارند. همان‌طور که مکان‌های

1. Place-Based Economic Development
2. Place Branding
3. Place Marketing
4. Place Capital
5. Value of Place
6. Nonplace

انسان‌شناختی مولد امر اجتماعی ارگانیک هستند، نامکان‌ها هم قراردادهای منفرد و منزوی ایجاد می‌کنند؛ درحالی‌که مکان‌ها هویت‌مند، رابطه‌مند و تاریخی هستند (اوژنه، ۱۹۹۵: ۲۵).

مکان در حوزه طراحی و برنامه‌ریزی شهری

طراحی و برنامه‌ریزی شهری به‌عنوان دو رشته با هدف «ساخت مکان‌های باکیفیت برای مردم» در ارتباط با مفهوم مکان سیر تحولی در ادبیات نظری خود طی کرده‌اند. در ابتدا نظریه‌پردازان این رشته (مانند زیتنه، لینچ و کالن) بر مؤلفه‌های کالبدی و مفاهیم زیبایی‌شناسی تأکید می‌کردند. در ادامه این دو رشته مکان را به‌عنوان محصول نهایی فرایندی اجتماعی-اقتصادی در نظر گرفتند. از دهه ۱۹۹۰ این دو رشته به‌دنبال ایجاد معنا در مکان‌های انسان‌ساخت هستند. فرانسویس تیبالدز (۱۹۹۲) در مقاله «مکان‌ها مهم‌ترند» بیان می‌کند که یافتن راه‌هایی برای ارتقا و احیای عرصه‌های عمومی شهرها چالشی بزرگ است. در این چالش، باید اولویت‌های جدیدی تعریف شوند که در آن مکان‌ها بر ساختمان‌ها و اتومبیل‌ها ارجحیت دارند (کرمونا، ۱۳۹۰: ۱۳). در سال‌های اخیر واژه مکان‌سازی^۱ در ادبیات طراحی شهری مطرح شده است.

بنرچی در کتاب «همراه با طراحی شهری»^۲ بیان می‌کند که مکان‌سازی فرایند طراحی شهری است که هدف آن آفرینش جوامعی است که ویژگی بارز و مشخص، حس اجتماع قوی، بستری برای انواع شیوه‌های زندگی سالم و کیفیت بالای زندگی را عرضه می‌کنند. این فرایندها ممکن است فیزیکی باشند، مانند دست‌کاری محیط و منظر، توسعه زمین و ساخت ساختمان‌ها، یا به‌صورت ذهنی روی دهند، مانند الصاق معانی و ایجاد احساسات مختلف انسانی در مکان‌ها که در هر صورت همه آن‌ها از خلال یا به‌دلیل تفاهم مشترک ذی‌نفعان در آن فضا شکل می‌گیرد (بنرچی و لوکیتو، ۲۰۰۱: ۳۲).

کرمونا در کتاب «مکان‌های عمومی، فضاهای شهری» (۱۳۹۱) برداشت وسیعی از طراحی شهری را بررسی می‌کند که بر ساختن مکان برای مردم تمرکز دارد. این کتاب بر طراحی شهری به‌مثابه «فرایند ایجاد مکان‌های بهتر برای مردم» تأکید می‌کند. همچنین در مقاله‌ای با عنوان «پیوستار شکل‌دهی مکان: نظریه‌ای در فرایند طراحی شهری» (۲۰۱۴) شکل‌گیری فضاهای عمومی را در شهر معاصر بررسی می‌کند. وی شکل‌گیری مکان را در قالب چارچوبی یکپارچه و در طول زمان شامل زمینه‌ها/ فرایندها/ روابط قدرت قالب‌بندی می‌کند.

«پروژه فضای عمومی»^۳ که به‌کمک قطب مرکزی جنبش مکان‌سازی جهانی دنبال می‌شود، مکان را حاصل چهار بعد اجتماع‌پذیری، فعالیت و کاربری، دسترسی و ارتباط، تصویر ذهنی و آسایش می‌داند. این گروه مکان موفق را مکانی می‌داند که ویژگی‌های کالبدی مکان امکان حضور و تعامل گروه‌های مختلف اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی و زندگی در ساعات مختلف شبانه‌روز را فراهم کند. تعریف رویدادهای اجتماعی، تنوع فعالیتی و کاربری برای جذب گروه‌های مختلف افراد مهم‌ترین عامل پویایی مکان‌هاست. نحوه سیر کلاسیون فضا و قابل‌رؤیت‌بودن آن و نحوه دسترسی به فضا که تیبالدز از آن به‌عنوان دسترسی کالبدی و بصری یاد می‌کند در تقویت تداوم حرکت و حضور گروه‌های اجتماعی نقش کلیدی دارد. درنهایت تشخیص و خوشایندی فضا که به جذب مردم به قرارگاه و دریافت آسایش ذهنی از فضا منجر می‌شود، بعد چهارم در طراحی یک مکان موفق است (<https://www.pps.org/> ۲۰۱۶/۱۱/۱۲).

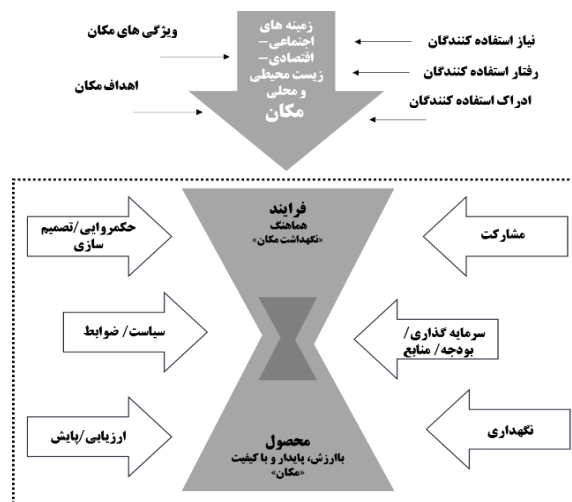
مکان؛ در حوزه مدیریت و سیاست‌گذاری

نظریه‌های مرتبط با مکان و مکان‌سازی به مباحث مدیریتی و سیاست‌گذاری نیز توجه دارد و از آن‌ها تأثیر پذیرفته است.

1. Placemaking
2. Companion to Urban Design
3. Project For Public Space (P.P.S)

برای مدیریت مکان^۱، تعریف موجز و واحدی وجود ندارد (والش، ۲۰۰۱: ۵). مدیریت مکان بر مبنای خصیصه‌هایش تعریف می‌شود. مدیریت مکان به دنبال دستیابی به هدف برابری و عدالت^۲ است. در این شرایط، همه افراد از فرصت‌ها، مکان‌ها و امکانات برابر بهره‌مند می‌شوند. از جنبه‌های کلیدی مدیریت مکان «پاسخگویی»^۳ آن است. براساس این ویژگی، مدیریت مکان باید به دنبال مشخص و تدقیق مسئولیت‌ها و وظایف هر یک از نهادهای مدیریتی باشد. برای حل مسائل پیچیده و به‌هم‌پیوسته مرتبط با مکان، سیاست‌های مدیریت مکان باید هماهنگ و یکپارچه^۴ باشد. علاوه بر این تخصیص بودجه و تصمیم‌سازی مؤثر در گرو انعطاف‌پذیری رویکردها و بازتعریف نقش جامعه محلی است (همان: ۶-۷). رویکرد مهم دیگر در مدیریت مکان، نگهداشت مکان^۵ است. این رویکرد بیان می‌کند که در برنامه‌ریزی و طراحی شهری توجه و هزینه بسیاری برای ساخت و شکل‌دهی به مکان^۶ صرف می‌شود؛ درحالی‌که نحوه مدیریت و نگهداری آن در بلندمدت کمتر مدنظر قرار می‌گیرد. دمپسی (۲۰۱۲) در مقاله «تعریف نگهداشت مکان؛ مدیریت بلندمدت فضاهای عمومی» دلیل بی‌توجهی به مفهوم نگهداشت مکان را کم‌توجهی به مفهوم‌پردازی این واژه می‌داند (بورتون و دمپسی، ۲۰۱۲: ۱۱).

این مفهوم را نخستین بار ویلد (۲۰۰۸) مطرح کرد. نگهداشت مکان بر مدیریت بلندمدت مکان دلالت دارد که مدیریتی مداوم و به‌دنبال تضمین بقای کیفیت اجتماعی-اقتصادی و محیط‌زیستی پس از پایان مراحل ساخت مکان است (نمودار ۲). از نظر وی بسیاری از ابعاد مکان در طول زمان توسعه می‌یابند (برای نمونه با رشد گیاهان تنوع زیستی مکان تغییر می‌کند یا تعریف رویدادهای جدید در مکان فعالیت‌های اجتماعی درون آن و حس دل‌بستگی مکانی افراد به مکان را دستخوش تغییر می‌کنند) (ویلد و همکاران، ۲۰۰۸: ۷۸). نگهداشت مکان به کیفیتی اشاره دارد که افراد تمایل دارند بارها به مکان مراجعه کنند (بورتون و دمپسی، ۲۰۱۰: ۱۴)؛ از این‌رو با مفهیمی مانند نگهداری، مدیریت، توسعه، سیاست، بودجه‌ریزی و ارزیابی ارتباط می‌یابد (بورتون و دمپسی، ۲۰۱۲: ۱۷).



شکل ۲. مدل مفهومی نگهداشت مکان

منبع: بورتون و دمپسی، ۲۰۱۰

1. Place Management
2. Equity and Targeting
3. Outcomes and Accountability
4. Coordination and Integration
5. Place-Keeping
6. Place-Shaping

مدیریت مکان بدون در نظر گرفتن مفاهیمی مانند مشارکت و دخیل کردن جامعه محلی تحقق نخواهد یافت (انتریکین و تپل، ۲۰۰۶: ۳۰).

مکان در حوزه محیط زیست

پس از طرح مبحث «پایداری مبتنی بر بوم‌شناسی» در دهه ۱۹۸۰، بسیاری از نظریات مطرح شده درباره کیفیت‌ها و مؤلفه‌های مکان بازنگری شد؛ برای مثال بتنلی در سال ۱۹۹۰ سه معیار مرتبط با مسائل محیط‌زیستی و مبتنی بر بوم‌شناسی (کارایی مصرف انرژی، حداقل کردن آلودگی‌ها و حمایت و پشتیبانی از طبیعت و حیات وحش) را به کیفیت‌های مکان اضافه کرد^۱ (گلکار، ۱۳۷۹: ۴۱). گلکار با اضافه کردن مؤلفه زیست‌محیطی به مدل مکان کانتر، مدلی چهاربعدی با عنوان «مکان پایدار» را تعریف کرد. این مدل ترکیبی از ابعاد «کالبد»، «فعالیت»، «تصورات» و «اکوسیستم» است (گلکار، ۱۳۷۹: ۶۲).

مکان‌سازی فرایندی پویاست. با ساخت یک مکان موضوع خاتمه نمی‌یابد، بلکه مکان بر محیط و اکوسیستم تأثیرگذار است (استیلجنبر، ۲۰۱۴: ۱۵۰)؛ از این‌رو در نظر گرفتن اکوسیستم طبیعی و حفظ پایداری آن باید در فرایندهای مکان‌سازی مدنظر قرار بگیرد (هاوق، ۱۹۹۴: ۱۵۲). مفاهیمی مانند مکان‌های تاب‌آور^۲ و مکان‌سازی پایدار^۳ در ادبیات نظری مکان تأثیرگذار هستند.

مکان در حوزه فناوری

انقلاب فناوری با تحولات اجتماعی رابطه‌ای نزدیک و عمیقی دارند. در همه جوامع، اختراع روش‌ها، تکنیک‌ها و ابزارهای جدید تا حدودی برای رشد و بقا به تغییرات فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و... نیاز دارند. با رشد روزافزون اینترنت، افزایش پهنای باند و ارزان شدن آن، فضای مجازی آنلاین بیش‌ازپیش در زندگی افراد تأثیرگذار بوده است. در حال حاضر، بسیاری از افراد در فضاهای مجازی زندگی، کار، بازی و تفریح می‌کنند. حتی بسیاری از تعاملات اجتماعی در فضای مجازی شکل می‌گیرد؛ درحالی‌که به چگونگی رفتار کاربران و شکل‌گیری حس مکان در فضای عمومی مجازی (زندگی دوم)^۴ کمتر توجه شده است (کلی، ۲۰۰۶: ۳۵۷). پرسش این است که چگونه می‌توان مکان عمومی مجازی^۵ مناسب به‌وجود آورد (تان و ایی، ۲۰۰۹: ۳۱). کی و مارکس در مقاله‌ای با عنوان «طراحی مکان‌ها در فضای مجازی» (۲۰۰۱) هشت معیار برای «مکان‌سازی مجازی» پیشنهاد کرده‌اند. این معیارها شامل رویدادها، حضور، مکان‌های نسبی، اصالت، تجربه‌های متنوع، انتقال، به‌یادماندنی و سازگاری است (کلی و مارکس، ۲۰۰۵). تان و ایی (۲۰۰۹) نیز چهار معیار زمینه، نوع حرکت، نمایش گرافیکی و ابتکار را به معیارهای فوق اضافه کرده‌اند.

۱. وی پیش از این هفت مؤلفه نفوذپذیری، گوناگونی، خوانایی، غنای حسی، رنگ تعلق، تناسب بصری و انعطاف‌پذیری را به‌عنوان کیفیت یک محیط پاسخگو معرفی کرده بود.

2. Resilient Place
3. Sustainable Placemaking
4. Second Life
5. Virtual Public Place

بحث و یافته‌ها

گونه‌شناسی ماهیت هستی‌شناسی مفهوم مکان

براساس آنچه تاکنون در زمینه حوزه‌های مطالعاتی مفهوم مکان بیان شد، می‌توان چهار گونه^۱ متفاوت و البته پیوسته را در حوزه هستی‌شناسی این مفهوم ارائه کرد.

۱. مکان، مجموعه‌ای از نشانه‌های بصری: ویژگی‌های بصری مکان اغلب بخشی از زبان مشترک طراحان است به آن‌ها کمک می‌کند تا میان عناصر مختلف تأثیرگذار بر فرم مکان تفاوت قائل شوند. این بعد از مکان، ملموس‌تر از سایر ابعاد آن است و تأثیر لایه‌های دیگر مکان در ایجاد «حس مکان» را در نظر نمی‌گیرد. (مون، ۱۹۹۹: ۱۸). دای (۲۰۰۲) در کتاب «روح و مکان»^۲ بیان می‌کند که مکان‌ها با ویژگی‌های بصری خود با ما صحبت می‌کنند. همچنین معتقد است اولین سطح ادراک ما از مکان براساس درک ویژگی‌های دیداری آن است؛ به گونه‌ای که «در اولین مواجهه با مکان‌ها عموماً به ابعاد، مصالح، نسبت‌ها و رنگ‌ها توجه می‌کنیم» (دای، ۲۰۰۲: ۱۶۰). بیکن بیان می‌کند که چگونه می‌توان حرکت را توالی بصری محیط خواند (بیکن، ۱۳۹۱: ۳۲). نسر (۱۹۹۸) نیز در کتاب «سیمای ارزیابانه شهر»^۳ ویژگی‌های زیبایی‌شناختی مکان را برمی‌شمارد.

برخی صاحب‌نظران با تأکید خود بر ابعاد بصری و دیداری مکان در این گونه از هستی‌شناسی مفهوم مکان دسته‌بندی می‌شوند؛ مانند لینچ با طرح مفهوم «تصویر ذهنی»^۴، زوکین با طرح مفهوم «لایه‌های دیداری»^۵، کالن با «منظر شهری»^۶ و «دیدهای متوالی»^۷، ونچوری با «پیکره‌نگاری»^۸ (تولایی، ۱۳۸۶: ۱۱۴)، کاپلان و کاپلان با «تضاد و پیچیدگی»^۹، آرناهم با «تهییج دیداری»^{۱۰} و «هرج و مرج»، اسمیت با «اغتشاش»^{۱۱} (استرن و کراک‌آور، ۱۹۹۳: ۱۳۳) و هیلیر با «چیدمان فضا»^{۱۲} (بحرینی، ۱۳۹۰: ۶). با توجه به مفاهیم مطرح‌شده از سوی این صاحب‌نظران و ویژگی‌های موضوعی مطرح در این گونه می‌توان طراحی شهری را مهم‌ترین حوزه مطالعاتی این دسته از نظریه‌ها در نظر گرفت.

۲. مکان به عنوان محصول: در این رویکرد، مکان محصول نهایی با ویژگی‌هایی ملموس است و بر حل مشکلات موجود تأکید دارد (بنرجی و لوکیتو، ۲۰۰۱: ۳۴). در رویکرد محصول مبنای اندیشمندان و صاحب‌نظران برای توسعه روش‌های منطقی مکان‌سازی تلاش می‌کنند. در پایان قرن بیستم، بخش اعظمی از اصول معماری پست‌مدرن، نوشهرگرایی و طراحی شهری به دنبال تعریف گونه‌های خاصی از کیفیت‌های بی‌زمان بودند تا از آن‌ها برای حل مشکلات شهرهای معاصر استفاده کنند (الین، ۱۹۹۷: ۱۰). مکان به عنوان محصول به دنبال نتایج پذیرفته و ایجاد تغییر در مناطق محروم‌تر است (سیدرز و بنرجی، ۲۰۱۱: ۳۴). رویکرد محصول محور بر جنبه‌های ملموس و فیزیکی مکان و بازه‌های زمانی کوتاه‌مدت تمرکز بیشتری دارد (عارفی، ۲۰۰۵: ۷۹).

1. Type
2. Spirit and Place
3. The Evaluative Image of the City.
4. Image
5. Visual Layering
6. Townscape
7. Iconography
8. Contradiction/Complexity
9. Visual Excitement
10. Chaos
11. Syntax

دوانی و پلاتر زیبرگ (۲۰۰۳) با مفهوم «نوشهرگرایی»^۱، کریبر (۱۳۸۴) با مفهوم «گونه‌شناسی»^۲، سورکین (۱۹۹۲) با مطرح کردن نظریه «تم پارک»^۳، گیلمر (۱۹۹۸) با مفهوم «اقتصاد تجربی»^۴، بنرجی و لوکیتو (۲۰۰۱) با مفهوم «مکان به‌عنوان محصول نهایی» و الکساندر و رسی (۱۹۷۷) با مفهوم «گونه»^۵ در این رویکرد هستی‌شناسی مکان قرار گرفته‌اند. گرفته‌اند. با توجه به ماهیت روش‌شناسی و مفاهیم و واژگان مطرح‌شده در این رویکرد می‌توان حوزه‌هایی مانند طراحی شهری، برنامه‌ریزی شهری، محیط‌زیست، فناوری و رشته‌های فنی را مهم‌ترین حوزه‌های مطالعاتی تأثیرگذار در این گونه دانست.

۳. مکان به‌عنوان فرایند: سومین رویکرد هستی‌شناسی به مکان را می‌توان در مفهوم دگرگونی مکان در طول زمان جست‌وجو کرد. مکان‌ها دگرگون می‌شوند و رشد می‌کنند، تنزل می‌یابند و بار دیگر توسعه پیدا می‌کنند. این فرایندها در کنار هم انعکاس نیروهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی هستند که بر مکان تأثیر می‌گذارند و آن را تغییر می‌دهند. رویکرد مکان به‌عنوان فرایند، روندی تکاملی را طی کرده است. تغییرات اجتماعی و کالبدی مکان و توجه به اقتصاد سیاسی مکان به بررسی تأثیر نیروهای مختلف مؤثر بر خلق مکان در سطوح مختلف ملی، منطقه‌ای و محلی منجر شده است (عارفی، ۲۰۰۵: ۸۰). لوفر در نظریه حق به شهر خود تبیین می‌کند که نیروهای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی چگونه در «ایجاد مکان» تأثیرگذارند. براساس سه‌گانه لوفور، مکان‌ها تجلی «چگونه فهمیده‌شدن، ادراک‌شدن و زیسته‌شدن» هستند (لوفر، ۱۹۷۴: ۵۶). هاروی با الهام از لوفور در نظریه عدالت اجتماعی بیان می‌کند، سیمای فضایی یک مکان در واقع منعکس‌کننده روابط اجتماعی است. به‌زعم هاروی، فهم فضا با همه پیچیدگی‌هایش به درک فرایندهای اجتماعی وابسته است. فهم فرایندهای اجتماعی نیز به درکی از شکل فضایی وابستگی دارد (هاروی، ۱۹۷۳: ۱۰-۲۹).

تیبالدز با طرح مسئله «مکان هنوز موضوع است»^۶، کستلز، لوفر و هاروی با ارائه مفهوم «اقتصاد سیاسی مکان»^۷ (فکوهی، ۱۳۸۳: ۳۴)، مدنی‌پور (۱۳۸۷) با مفهوم «مکان به‌عنوان محصول اجتماعی و فرهنگی»^۸، زوکین (۲۰۰۱) با ارائه مفهوم «وجودداشتن و موجودشدن»^۹ در خصوص مکان و کرمونا و یان‌گل با مفهوم «مکان‌های عمومی و مردمی»^{۱۰} (کرمونا، ۲۰۰۷: ۱۰۱) در زمره مهم‌ترین صاحب‌نظران این گونه از مفهوم مکان قرار می‌گیرند. با توجه به واژگان و مفاهیم مطرح‌شده، روش‌شناسی مطالعات این رویکرد، حوزه‌های مطالعاتی طراحی شهری، محیط‌زیست، اقتصاد، جامعه‌شناسی، مدیریت و سیاست‌گذاری از مهم‌ترین حوزه‌های مطالعاتی در این رویکرد هستی‌شناسی مکان به شمار می‌روند.

۴. مکان به‌عنوان معنا: این رویکرد به این نکته اشاره می‌کند که مردم چگونه به مکان‌های ساخته‌شده معنا می‌بخشند. رلف مکان‌ها را کانون گردآمدن معنایی که در تجربه‌های ما شکل گرفته‌اند. انسان‌ها- چه به‌صورت فردی و چه گروهی با الصاق معانی به فضاها آن‌ها را به مکان تبدیل می‌کنند (کرمونا، ۲۰۰۷: ۱۰۱). رلف هدف اصلی خود را از نگارش کتاب «مکان و حس لامکانی» شناسایی شیوه‌های گوناگونی می‌خواند که مکان‌ها از طریق آن‌ها تجربه

1. New Urbanism
2. Morphology
3. Theme Parks
4. Experience Economy
5. Architectural Typology and Archetypes,
6. Place Still Matters
7. Political Economy of Place
8. Social and Cultural Production of Place
9. Being and Becoming
10. Public Places

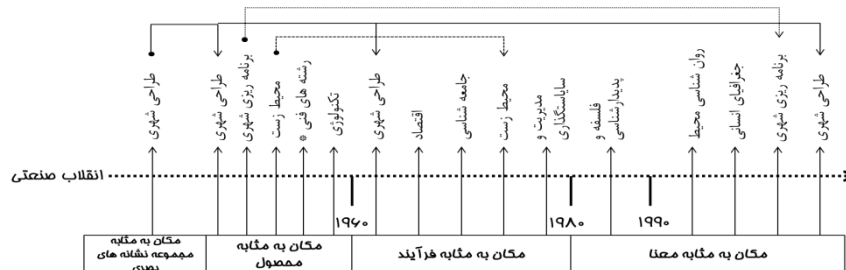
می‌شوند. او مکان را در پیوند با سرشت انسان و موجودیت او می‌داند (رلف، ۱۹۷۶: ۱). وی تأکید دارد که مطالعه پدیده مکان و حس مکان بدون در نظر گرفتن مفهوم حس لامکانی^۱ قابل فهم نخواهد بود. به زعم وی چیزها و عناصر دنیا در پیوند با «معناهایشان» تجربه می‌شوند و نمی‌توان آن‌ها را از معناهایشان جدا کرد (رلف، ۲۰۰۷: ۲۰۰).

شولتز بر مفهوم «دنیای زندگی»^۲ و مکان و ارتباط درهم‌تنیده آنان تأکید دارد. به گفته او، مکان در معماری نوین چندان مدنظر قرار نگرفته است. با نادیده گرفتن شخصیت محلی «روح مکان» در واقع نابود شده است و انسان در «قلمرو شهری بی‌مکان‌ها» رها می‌شود. از دید شولتز این فقدان مکان بی‌گمان حس ضعیفی از تعلق و مشارکت به وجود می‌آورد و بدین ترتیب به از خودبیگانگی انسان منجر می‌شود (شولتز، ۱۳۸۶: ۱۲۲). افرادی مانند هایدگر و شولتز با ارائه «فلسفه پدیدارشناسی مکان»^۳ و «روح مکان»^۴ (شولتز، ۱۳۸۶: ۱۲۲)، رلف، پانترو و کاتر و توان با ارائه مفهوم «حس مکان»^۵ (رلف، ۲۰۰۷)، آلمن با مفهوم «قلمروگرایی» (آلمن و لو، ۱۹۹۲: ۱۶۸)، عارفی (۲۰۱۴) با مفهوم «مکان واقعی و رمزآلود»^۶، راپاپورت با مفهوم «مقدس و غیرمقدس»^۷ (فکوهی، ۱۳۸۳: ۴۲) و اوژه (۱۹۹۵) با ارائه مفاهیم «مکان بینایی»^۸ و «نامکان»^۹ (اوژه، ۱۹۹۵: ۲۰). از مهم‌ترین صاحب‌نظران حاضر در این رویکرد هستند. با توجه به گستره واژگان، مفاهیم و روش‌های استفاده شده در مطالعات مکان حول محور معنا، حوزه‌هایی مانند طراحی شهری، برنامه‌ریزی شهری، فلسفه، جغرافیای انسانی و روان‌شناسی محیطی بیشترین نقش‌آفرینی را در مطالعات مکان از منظر معنا داشته‌اند. به نظر می‌رسد بتوان براساس گونه‌شناسی ارائه شده، تطور زمانی مفهوم مکان را نیز تبیین کرد. در شکل ۳، تطور زمانی رویکردهای هستی‌شناسی مفهوم مکان و حوزه‌های مطالعاتی مربوط به هر رویکرد ارائه شده است. بر این اساس، مطالعات مکان از مطالعات متمرکز بر ابعاد عینی مکان به سمت ابعاد درونی، ذهنی و معنایی مکان تغییر رویکرد داشته‌اند. این تغییر رویکرد را می‌توان متناظر با گونه‌شناسی ارائه شده نیز در نظر گرفت. بدین ترتیب در ارتباط با مفهوم مکان بر مبنای گرایش غالب موضوعی می‌توان سه دوره اصلی تاریخی را بازشناسی کرد؛ پس از انقلاب صنعتی تا سال ۱۹۶۰، از سال ۱۹۶۰ تا ۱۹۹۰، از ۱۹۹۰ تاکنون (کاشانی‌جو، ۱۳۸۹: ۱۰۳). در دوره اول تأکید بر ادراک بصری فضا است. در این زمان نگاه به مکان، نگاهی محصول محور است. در دوره دوم بر تأثیرات متقابل محیط و رفتار تأکید شده و نقش مسائل اجتماعی در خلق مکان پررنگ شد. در این دوره، مکان فرایندی پویا تعریف شد. در دوره سوم، نقش انسان در تعریف مکان پررنگ‌تر شد. در این دوره تولید معنا و چگونگی شکل‌گیری آن در ذهن انسان به‌عنوان مهم‌ترین وجه مکان مدنظر اندیشمندان قرار گرفت. ملاحظات امنیت و انسان‌مداری از مهم‌ترین وجوه نظریه‌های مطرح‌شده پیرامون مکان در این زمان است.

از سوی دیگر همگام با این تغییر رویکردها، شاهد تحول در حوزه‌های مطالعاتی نیز هستیم. این تحول از دو طریق ایجاد شده است؛ پررنگ‌تر شدن نقش برخی از حوزه‌های مطالعاتی در برخی از گونه‌های هستی‌شناسی مکان (مانند پررنگ‌شدن نقش رشته‌های فنی و فناوری در رویکرد محصول محور به مکان) و دیگری با تغییر رویکرد حوزه مطالعاتی خاص در گونه‌های متفاوت هستی‌شناسی مکان. این تغییر رویکرد از طریق تغییر در روش، اصول و مفاهیم آن رشته

1. Placelessness
2. Life World
3. Phenomenology
4. Genie Loci
5. Sense of Place
6. Mythical and Real Place
7. Sacred and the Profane
8. Betweenness of Place
9. Non-Places

ظهور می‌کند (مانند حوزه مطالعاتی طراحی شهری که در دوره اول بر ابعاد بصری و محصول نهایی تأکید می‌کند و در دوره‌های بعدی با تأکید بر فرایندی بودن طراحی شهری به دنبال خلق معنای مکان است). شاید بتوان در برخی رویکردها، حوزه‌های مطالعاتی دیگری را نیز شناسایی کرد، اما موارد ارائه شده مهم‌ترین حوزه‌های مطالعاتی در هریک از رویکردهای هستی‌شناسی مفهوم مکان هستند.



شکل ۳. سیر تطور زمانی رویکردهای هستی‌شناسی و رشته‌های مرتبط با مطالعات مکان
منبع: نگارندگان

* منظور از رشته‌های فنی رشته‌هایی مانند عمران، ترافیک، معماری و... است.

نتیجه‌گیری

در این پژوهش، ابتدا مفهوم مکان بررسی شد. براساس بررسی‌های صورت گرفته حوزه‌های مطالعاتی متفاوتی در زمینه مفهوم مکان شناسایی شد که هریک اصول و واژگان خاص خود و گاهی مشترک با حوزه‌های دیگر را دارد. در ادامه، مفاهیم مطرح در مورد مکان در هریک از حوزه‌های مطالعاتی بررسی شدند. این حوزه‌ها نشان‌دهنده ماهیت میان‌رشته‌ای مفهوم مکان است. حوزه‌هایی مانند طراحی شهری، برنامه‌ریزی شهری، مدیریت و سیاست‌گذاری، رشته‌های فنی، فناوری، محیط‌زیست، جغرافیای انسانی، جامعه‌شناسی، اقتصاد، فلسفه و روانشناسی محیطی از جمله مهم‌ترین حوزه‌های مطالعاتی درباره مفهوم مکان هستند. این حوزه‌های مطالعاتی در طول زمان دچار توسعه، افول و گاهی تحول در مطالعات مفهوم مکان بوده‌اند.

در ادامه پژوهش، گونه‌شناسی مشخصی از مفهوم مکان به دست آمد. این گونه‌شناسی در بردارنده طبقه‌بندی مفاهیم و واژگان، اصول و روش‌های مطرح در حوزه‌های مطالعاتی مختلفی است. بر این اساس چهار رویکرد هستی‌شناسی مکان شناسایی شد.

مکان به عنوان مجموعه‌ای از نشانه‌های بصری؛

مکان به عنوان محصول؛

مکان به عنوان فرایند؛

مکان به عنوان معنا.

در ادامه پژوهش، سیر تطور تاریخی رویکردهای هستی‌شناسی مفهوم مکان در ترکیب با رشته‌ها و حوزه‌های مطالعاتی مهم در هر رویکرد ارائه شد. با تغییر رویکردهای غالب مطالعات مکان در طول زمان شاهد اضافه شدن برخی رشته‌های جدید در فرایند مطالعات مکان بوده‌ایم. همچنین رویکرد برخی رشته‌ها در طول زمان دچار تغییر و تحول شده است؛ برای مثال در طراحی شهری شاهد تغییر نگرش به مکان از رویکرد هستی‌شناسی «مکان به عنوان مجموعه‌ای از عناصر بصری» به «مکان‌سازی معنای محور» هستیم.

منابع

۱. ایران‌دوست، کیومرث، ۱۳۹۱، درآمدی بر ماهیت میان‌رشته‌ای جغرافیای شهری و برنامه‌ریزی شهری، فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، دوره چهارم، شماره ۳، صص ۱-۱۴.
۲. پرتوی، پروین، ۱۳۸۲، مکان و بی‌مکانی رویکردی پدیدارشناسانه، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۱۴، صص ۴۰-۵۰.
۳. تولایی، نوین، ۱۳۸۱، شکل شهر منسجم، مجله علمی-پژوهشی صفا، شماره ۲۲، صص ۳۸-۶۵.
۴. حاتمی‌نژاد، حسین و ناصح عبدی، ۱۳۸۶، اقتصاد سیاسی و فضای شهری، نشریه اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره ۱، صص ۱۹۶-۲۰۵.
۵. راپورت، ایموس، ۱۳۸۴، معنای محیط ساخته‌شده، مترجم فرح حبیب، شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری، تهران.
۶. ریاضی، سید ابوالحسن، ۱۳۹۲، شهر؛ پدیده‌ای میان‌رشته‌ای، فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، دوره ششم، شماره ۱، صص ۱۰۱-۱۱۵.
۷. فکوهی، ناصر، ۱۳۸۳، انسان‌شناسی شهری، نشر نی، تهران.
۸. فلاحت، محمدصادق، ۱۳۸۵، مفهوم حس مکان و عوامل شکل‌دهنده آن، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۶، صص ۵۷-۶۶.
۹. کاشانی جو، خشایار، ۱۳۸۹، بازساخت رویکردهای نظری به فضاهای عمومی شهری، نشریه هویت شهر، سال چهارم، شماره ۶، صص ۹۵-۱۰۶.
۱۰. کالی، پریسا و آتوسا مدیری، ۱۳۹۱، تبیین نقش مؤلفه معنا در فرایند شکل‌گیری حس مکان، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۶، صص ۴۳-۵۱.
۱۱. کالن، گوردون، ۱۳۷۶، گزیده منظر شهری، ترجمه منوچهر طیبیان، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۱۲. کرمونا، متیو و هیت تیم، ۱۳۹۰، مکان‌های عمومی، فضاهای شهری، ابعاد گوناگون طراحی شهری، مترجمین فریبا قرایی، مهشید شکوهی، زهرا اهری، اسماعیل صالحی، انتشارات دانشگاه هنر، تهران.
۱۳. گلکار، کوروش، ۱۳۷۹، مؤلفه‌های سازنده کیفیت طراحی شهری، نشریه علمی-پژوهشی صفا، شماره ۲۲، صص ۳۸-۶۵.
۱۴. لینچ، کوین، ۱۳۸۷، سیمای شهر، ترجمه منوچهر مزینی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۱۵. مدنی‌پور، علی، ۱۳۷۹، طراحی فضاهای شهری: نگرشی بر فرایندی اجتماعی و مکانی، ترجمه فرهاد مرتضایی، شرکت پردازش و برنامه‌ریزی، تهران.
۱۶. ناری‌قمی، مسعود و مینو قره‌بگلو، ۱۳۹۴، الگوواره دانش روان‌شناسی در تعامل با اندیشه اسلامی، فصلنامه پژوهش‌های معماری اسلامی، شماره ششم، سال ۳، صص ۱۹-۳۶.
۱۷. نوربرگ شولتز، کریستین، ۱۳۸۶، معنا در معماری غرب، ترجمه مرداد قیومی بید هندی، انتشارات فرهنگستان هنر، تهران.
۱۸. نیک‌روش، ریحانه و مریم قاسمی سیچانی، ۱۳۹۳، بازشناسی جایگاه روح مکان در طراحی فضای کودکان بر مبنای آرای پدیدارشناختی نوربرگ شولتز، فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، دوره هفتم، شماره ۱، صص ۱۴۵-۱۷۲.
19. Irandoost, K., 2012, **Introduction to the Interdisciplinary Nature of Urban Geography and Urban Planning**, Journal of Interdisciplinary Studies in the Humanities, Vol. 4, No. 3, PP. 1-14. (*In Persian*)
20. Partoi, P., 2003, **Place and Non-Place Phenomenological Approach**, Journal of Fine Arts, No.14, PP. 40-50. (*In Persian*)

21. Tavallai, N., 2002, **Coherent City Form**, Journal of Soffe, No. 22, PP. 38-65. *(In Persian)*
22. Hatami Nejad, H., and Abdi, N., 2007, **Political Economy and Urban Space**, Journal of Political-Economic Information, No. 1, PP. 196-205. *(In Persian)*
23. Rapoport, A., 2005, **The Meaning of the Built Environment** (F. Habib, Trans), Urban Processing and Planning Company, Tehran. *(In Persian)*
24. Riazi, A., 2013, **City as an Interdisciplinary Phenomenon**, Journal of Interdisciplinary Studies in the Humanities, Vol. 6, No. 1, PP. 101-115. *(In Persian)*
25. Fakoochi, N., 2004, **Urban Anthropology**, Nashr Ney, Tehran. *(In Persian)*
26. Falahat, M., 2006, **The Concept of the Sense of Place and Its Forming Factors**, Journal of Fine Arts, No. 26, PP. 57-66. *(In Persian)*
27. Kashani joo, Kh., 2010, **Recognizing Theoretical Approaches to Urban Public Spaces**, Journal of Urban Identity, No. 6, PP. 95-106. *(In Persian)*
28. Kalali, P., and Modiri, A., 2012, **Explaining the Role of the Component of Meaning in the Process of Forming a Sense of Place**, Journal of Fine Arts- Architecture and Urbanism, Vol. 17, No. 2, PP. 43-51. *(In Persian)*
29. Cullen, G., 1997, **The Concise Townscape**. (M. Tabibian, Trans). Tehran University Press, Tehran. *(In Persian)*
30. Carmona, M., & Heath, T. (2011). **Public Places, Urban Spaces: The Dimensions of Urban Design**. (F. Gharai, M. Shakoochi, Z. Ahari, and S. Salehi, Trans). Honar University Press, Tehran. *(In Persian)*
31. Journal: Golkar, K., 2000, **The Components That Shape Quality of Urban Design**, Journal of Soffe, No. 22, PP. 38-65. *(In Persian)*
32. Lynch, K., 2008, **The Image Of The City**. (M. Mozayeni, Trans). Tehran University Press, Tehran. *(In Persian)*
33. Madanipour, A., 1996, **Design of Urban Space: An Inquiry Into a Socio-Spatial Process**. John Wiley and Son Ltd. *(In Persian)*
34. Nari Ghomi, M., and Gharehbaglou, M., 2015, **A Model of Environmental Psychology in Interaction with Islamic Thought**, Journal of Islamic Architecture Research, Vol. 3, No. 1, PP. 19-36. *(In Persian)*
35. Norberg Schulz, C., 2007, **Meaning in Western Architecture**. (M. Ghayomi Bidhendi, Trans), Farhangestan, Tehran. *(In Persian)*
36. Nikravesh, R., and Ghasemi Sichani, M., 2014, **Recognizing Genius loci in Designing Children's Spaces, Due to the Phenomenological Ideas of Norberg-Schulz**, Journal of Interdisciplinary Studies in the Humanities, Vol. 7, No. 1, PP. 145-172. *(In Persian)*
37. Christopher, A., Ishikawa, S., Silverstein, M., Jacobson, M., Fiksdahl-King, I., and S., Angel. 1977, **A Pattern Language: Towns, Buildings, Construction**, Oxford University Press, NewYork.
38. Altman, I., And Low, S., 1992, **Place Attachment**, Plenum Press, NewYork.
39. Arefi, M., 2004, **The Pedagogy of the American City: Revisiting the Concepts of Place, Non Place, and Placelessness**, Urban Design International, Vol. 9, No. 3, PP. 103-117.
40. Arefi, M., 2014, **Deconstructing Placemaking: Needs, Opportunities, and Assets**, Routledge.
41. Arefi, M., and Triantafillou, M., 2005, **Reflections on the Pedagogy of Place in Planning and Urban Design**, Journal of Planning Education and Research, Vol. 25, No. 1, PP. 75-88.
42. Arnheim, R., 1974, **Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye**, Berkeley: University of California Press.

43. Arnheim, R., 1977, **The Dynamics of Architectural Form**, Berkeley, University of California Press.
44. Augé, M., 1995, **Non-Lieux**, Verso.
45. Bacon, E., 1974, **Design of Cities**. (F. Taheri, Trans), Shahidi, Tehran.
46. Bahreini, H., and Taghabon, S., 2011, **Testing the Application of Space Syntax Method in the Design of Traditional Urban Spaces**, Journal of Fine Arts- Architecture and Urbanism, Vol. 3, No. 4, PP. 5-18.
47. Banerjee, T., and Loukaitou-Sideris, A. (Eds.), 2011, **Companion to Urban Design**, Routledge, Burton.
48. Burton, M., Dempsey, N., and Stefan, K., 2010, **Place-Keeping, In the Cultural Landscape: The Role of Long-Term Maintenance and Management**, European Council of Landscape Architecture Schools (ECLAS) Conference: Cultural Landscape, ECLAS, Istanbul, Turkey.
49. Burton, M., and Dempsey, N., 2012, **Defining Place-Keeping: The Long-Term Management of Public Spaces**, Urban Forestry and Urban Greening Vol. 11, No. 1, PP. 11-20.
50. Canter, D., 2013, **The Psychology of Place**, (M. Amirikhah, Trans), Faza, Tehran.
51. Carmona, M., 2014, **The Place-Shaping Continuum: A Theory of Urban Design Process**, Journal of Urban Design, Vol. 19, No. 1, PP. 2-36.
52. Day, C., 2002, **Spirit and Place: Healing Our Environment, Healing Environment**, Oxford: Architectural Press.
53. Duany, A., Plater Zyberk, E., Alminana, R., and Lejeune, J. F., 2003, **The New Civic Art: Elements of Town Planning**, Rizzoli, NewYork.
54. Ellin, N., et al., 1997, **Architecture of fear**, Princeton Architectural Press, NewYork.
55. Entrikin, J. N., and Tepple, J. H., 2006, **Humanism and Democratic Place-Making**, Approaches to Human Geography, PP. 30-41
56. Gilmore, J. H. and Pine B. J., 1998, **Welcome to the Experience Economy**, Harvard Business Review, No. 76, PP. 97-105.
57. Harvey, D., 1993, **From Space to Place and Back Again**, Reflections on the Condition of Postmodernity (PP. 3-29).
58. Hidalgo, M. C., and Hernandez, B., 2001, **Place Attachment: Conceptual and Empirical Questions**, Journal of Environmental Psychology, Vol. 21, No. 3, PP. 273-281.
59. Hough, M., 1994, **Place-Making and Design Review**, In Design Review (PP. 147-155), Springer US.
60. <https://www.pps.org/> 2016/11/12.
61. Kalay, Y. E., 2006, **The Impact of Information Technology on Design Methods**, Products and Practices, Design Studies, Vol. 27, No. 3, PP. 357-380.
62. Kaplan, R., and Kaplan, S., 2005, **Preference, Restoration, and Meaningful Action in the Context of Nearby Nature**, Urban Place: Reconnecting with the Natural World, PP. 271-298.
63. Koolhaas, R., 1995, **The Generic City** (P. 1255), Sikkens Foundation.
64. Krier, R., and Rowe, C., 2005, **Urban Space**, (Kh. Hashemi Nejad, Trans), Khak, Tehran.
65. Lefebvre, H., 1974, **Production of Space**, Translated by Donald Nicholson Smith, Oxford, Blackwell.
66. Moon, J. A., 1999, **Reflection in Learning and Professional Development: Theory and Practice**, Kogan Page, London.
67. Nagel, T., 1989, **The View From Nowhere**, Oxford University Press.
68. Nasar, J. L., 1998, **The Evaluative Image of the City**, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

69. Relph, E., 1976, **Place and Placelessness** (Vol. 67), Pion, London.
70. Relph, E., 2007, **Prospects for Places (PP. 119-124)**, Routledge, New York, NY, USA.
71. Rogerson, C. M., 2014, **Reframing Place-Based Economic Development in South Africa: The Example of Local Economic Development. Bulletin of Geography, Socio-Economic Series**, Vol. 24, No. 24, PP. 203-218.
72. Scannell, L., and Gifford, R., 2010, **Defining Place Attachment: A Tripartite Organizing Framework**, Journal of Environmental Psychology, Vol. 30, No. 1, PP. 1-10.
73. Schroeder, H. W., 1996, **Ecology of the Heart**, Understanding How People Experience Natural Environments.
74. Seamon, D., 2000, **Phenomenology, Place, Environment and Architecture: A Review of the Literature**, Phenomenology Online, 36.
75. Shamai, S., 1991, **Sense of Place: An Empirical Measurement**, Geoforum, Vol. 22, No. 3, PP. 347-358.
76. Sorkin, Michael. 1992. Variations On A Theme Park: Scenes From The New American City And The End Of Public Space. Newyork: Hill And Wang.
77. Stern, E., and Krakover, S., 1993, **The Formation of a Composite Urban Image**, Geographical Analysis, Vol. 25, No. 2, PP. 130-146.
78. Stilgenbauer, J., 2014, **Dynamic Placemaking**, Now Urbanism: The Future City Is Here, 92.
79. TAN, B. K., and YEE, S. L. T., 2009, **Place-Making in Online Virtual Envionment**.
80. Tuan, Y. F., 1991, **Language and the Making of Place: A Narrative-Descriptive Approach**, Annals of the Association of American Geographers, Vol. 81, No. 4, PP. 684-696.
81. Walsh, P., 2001, **Improving Governments' Response to Local Communities Is Place Management an Answer?** Australian Journal of Public Administration, Vol. 60, No. 2, PP. 3-12.
82. Wild, T. C., Ogden, S., and Lerner, D. N., 2008, **An Innovative Partnership Response to the Management of Urban River Corridors – Sheffield's River Stewardship Company**, In: 11th International Conference on Urban Drainage IAHR/IWA Edinburgh.
83. Zukin, S., 2001, **How to Create a Cultural Capital: Reflections on Urban Markets and Places, In Century City: Art and Culture in Modern Metropolis**, Edited by Iwona Blazwick, 258-65, Tate Gallery Publishing, London.