

رویکرد ادراک حسی محیط و میزان اثر گذاری آن در ایجاد حس تعلق، حس مکان و دلبستگی مکانی

نسیم حسنی میانرودی^۱

۱-استادیار دانشگاه هنر و معماری پارس، تهران، ایران. nasim_hasani2002@yahoo.com

چکیده:

امروزه مفهوم مکان، حس مکان، حس تعلق و دلبستگی مکانی یکی از مهمترین مسائل پیش روی شهرسازی معاصر است مکان شامل لایه‌های اجتماعی و فیزیکی محیط است، اما حس تعلق لایه‌های ادراک، مفاهیم و تجربیات مکان را توصیف می‌کند، فعالیت‌ها و شکل فیزیکی در مکان بر حس وابستگی افراد تأثیر می‌گذارد. به علاوه، ارتباطات فرهنگی و اجتماعی، خاطرات و مفاهیم شخصی نیز برای بار تعلق و احساس تعلق به مکان موثر است. تعلق مکانی رابطه ای است بین انسان و محیط. امروزه مفاهیمی مانند حس مکان، احساس تعلق و دلبستگی به مکان در حوزه‌های معماری و شهرسازی به‌ویژه در مطالعه روانشناختی بسیار مورد توجه محققان قرار گرفته است. نکته مهم این است که بحث زیادی بین این دو مفهوم وجود ندارد. شهرهای گذشته از توانمندی بالایی برای برقراری ارتباط مابین انسان و فضا برخوردار بودند. ایجاد حس مکان یکی از مهمترین عوامل در طراحی و احیای فضاهای شهری است. ارزش‌های فردی و جمعی در چگونگی ایجاد حس مکان مؤثر است و بلعکس، حس مکان نیز بر این ارزش‌ها، رویکردها، دیدگاه‌ها و ویژگی‌های رفتار فردی و جمعی استفاده‌کنندگان از مکان مؤثر است. و افراد با توجه به حس حضور خود در فعالیت‌های گروهی حاضر میشوند. حس مکان علاوه بر ایجاد هماهنگی و عملکرد مناسب بین انسان و معماری و شهرسازی، کنجر بهداشت احساس امنیت، لذت و درک عاطفی می‌شود. و به تعبیر بهتر دلبستگی مکانی می‌گردد. در این پژوهش، شناخت عوامل مؤثر بر کیفیت فضاهای شهری به منظور پاسخگویی به نیازهای شهروندان به منظور بهبود حس تعلق، حس مکان و دلبستگی به مکان مورد توجه قرار گرفته است. آشنایی یک شهروند با محل سکونت خود در پروسه تجربه و آموزش ایجاد می‌شود و تفاوت حس مکان در افراد در شهرها و بافت‌های مختلف حاصل تجربیات متفاوت از فعالیت‌ها و فضاهاست.

کلید واژه‌ها: رویکرد ادراک حسی محیط، حس تعلق، حس مکان، دلبستگی مکانی

بیان مساله:

از دیدگاه روانشناسی محیطی، انسان در رابطه با محیط زندگی خود به تجربه حسی، عاطفی و معنوی خاصی نیاز دارد. این نیازها را می‌توان از طریق تعامل صمیمانه و نوعی همذات‌پنداری با محل زندگی آنها تحقق بخشید. پژوهش انجام شده نشان می‌دهد که محیط علاوه بر عناصر فیزیکی، شامل پیام‌ها، معانی و رمزهایی است که افراد بر اساس نقش‌ها، انتظارات، انگیزه‌ها و سایر عوامل خود رمزگشایی و درک می‌کنند و درباره آن قضاوت می‌کنند. این احساس عمومی که پس از ادراک و قضاوت در مورد محیط خاص در فرد ایجاد میشود، حس مکان نامیده می‌شود که به عنوان عاملی مؤثر در هماهنگی فرد و محیط باعث استفاده بهتر از محیط، رضایت استفاده‌کنندگان و رضایت کاربران می‌شود. در نهایت احساس تعلق آنها به محیط و تداوم حضور در آن است. مکان علاوه بر مولفه مادی، مولفه معنوی نیز دارد و در ساکنان خود ایجاد احساسات می‌کند. با توجه به این فرآیند نوعی تعلق به مکان در افراد ایجاد شده است که باعث شکل‌گیری هویت مکانی می‌شود که معمولاً در فضای شهری مطرح می‌شود. یکی از موثرترین شاخص‌های ارتباط انسان با محیط، احساس تعلق به مکان است که نقش تعیین‌کننده‌ای در تداوم حضور انسان در مکان دارد.

احساس تعلق به یک مکان به معنای درک ذهنی افراد از محیط و احساسات نسبتاً آگاهانه آنها نسبت به محیط خود است که فرد را در یک رابطه درونی با پیرامون قرار می‌دهد. به نحوی که درک و احساس فرد با بافت معنایی محیط ادغام می‌شود. این حس عاملی است که فضا را به مکانی با خصایص حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص تبدیل می‌کند. حس مکان علاوه بر ایجاد احساس آرامش در یک مکان، از

مفاهیم فرهنگی مورد نظر مردم، روابط اجتماعی و فرهنگی جامعه در یک مکان خاص حمایت می کند و باعث می شود تجربیات گذشته را به یاد بیاورند. هدف از این تحقیق شناخت عوامل موثر بر کیفیت فضاهای شهری به منظور پاسخدهی به نیازهای شهروندان به منظور بهبود احساس تعلق، حس مکان و دلبستگی به مکان در آنها می باشد.

مبانی نظری:

بخش اول: حس تعلق

احساس تعلق یکی از نشانه ها و عوامل مهم در ارزیابی رابطه انسان با محیط و ایجاد محیط های انسانی واجد کیفیت است. این سطح از معنای محیطی بیانگر نوعی ارتباط عمیق بین فرد و محیط است و در این سطح فرد نوعی همذات پنداری بین خود و مکان احساس می کند.

احساس تعلق دارای دو جنبه فیزیکی و اجتماعی است و نتایج نشان دهنده برتری تعلق اجتماعی بر تعلق فیزیکی در محیط است. به علاوه مطالب با نتایج به دست آمده، احساس تعلق به مکان با مدل شکل گیری معنا در محیط فرد همخوانی دارد. (دیگران و محیط). از یک سو به ویژگی ها و ویژگی های فردی از جمله انگیزه، شایستگی ها و شناخت افراد از مکان بستگی دارد و از سوی دیگر ریشه در تعاملات اجتماعی و ارتباط فرد با دیگران در محیط دارد. منشا نیاز انسان به تعلق به عنوان یک نیاز اساسی انسان است. همواره انسان ها به دنبال پاسخی برای نیازهای خود در محیط هستند. و اگر این نیازها از فضای پیرامون برآورده نشود، احساس مثبتی بین فرد و مکان ایجاد نخواهد شد.

در مقابل، هر چه محیط قادر به تأمین سطوح مختلف نیازهای انسان باشد، فرد رابطه خود را با محیط مؤثر خواهد دانست و در نهایت معنای مثبتی از استقبال را به همراه خواهد داشت. (محمدی پور ۱۳۹۵: ۱۴) در سطوح بالاتر، احساس تعلق به محیط نسبت به عوامل احساسی-عاطفی است که عمق ارتباط فرد با محیط را بیان می کند. واژه هایی مانند تعلق به مکان، دلبستگی به مکان و تعهد به مکان که بیانگر نوعی ارتباط نزدیک مابین احساسات و عواطف انسان نسبت به محیط است. عوامل فیزیکی محیط نقش واسطه ای در شکل گیری حس تعلق دارند. و در سه سطح در محیط موثر واقع میگردند.

در بخش اول عناصر کالبدی محیط از طریق ترکیب فعالیت ها را با هم ترکیب می کند و با تأمین نیازهای فردی در درجه اول و نیازهای اجتماعی ناشی از فعالیت های جمعی در سطح دوم امکان ایجاد این امر را فراهم می کند. احساس در مکان در این سطح، ویژگی های کالبدی محیط با سهولت فعالیت های منطبق با الگوهای رفتاری افراد و رفع نیازهای استفاده کنندگان از محل، در تثبیت تعلق اجتماعی محیط مؤثر بوده و امکان ایجاد را فراهم می کند. و ترویج پیوندهای اجتماعی در محیط را موجب میشود (رهنما، رضوی ۱۳۹۱: ۲۴).

در بخش دوم، عناصر کالبدی محیط به عنوان معیار های فرهنگی و سمبلیهای رسانه تصویری، ارتباط ذهنی بین استفاده کنندگان از مکان را فراهم می کنند. در این سطح، عناصر کلیدی از خاطرات و تصاویر ذهنی کاربران سرچشمه می گیرند و به عنوان نمادهای ناشی از فرهنگ و ارزش های اجتماعی نقش خود را ایفا می کنند.

بر این اساس ویژگی های فیزیکی مانند فرم (شکل، رنگ، اندازه، بافت و مقیاس) همراه با نوعی سازماندهی و روابط بین اجزاء، در بعد ادراکی و شناختی اهمیت پیدا می کند. عناصر کالبدی از طریق تعریف محدوده و قلمرو، محصور شدن فضا، تمایز فیزیکی بین مکان ها، ارتباط درون و بیرون در یک مکان، خوانایی، انطباق با الگوهای رفتاری و در بعد احساسی نیز با تجلی فیزیکی نمادها، نمادهای فرهنگی، ، خاطرات و تصاویر ذهنی انسان ها خود را نشان می دهد.

نمودار شماره ۱ عوامل فیزیکی مؤثر بر احساس تعلق به مکان را نشان می دهد. بر اساس مدل ارائه شده. سه عامل اصلی فرآیند، شخص و مکان بر احساس تعلق فرد به مکان مؤثر است. در لایه اول مکان به دو شاخه اجتماعی و فیزیکی تقسیم می شود که در ادامه توضیح داده خواهد شد.

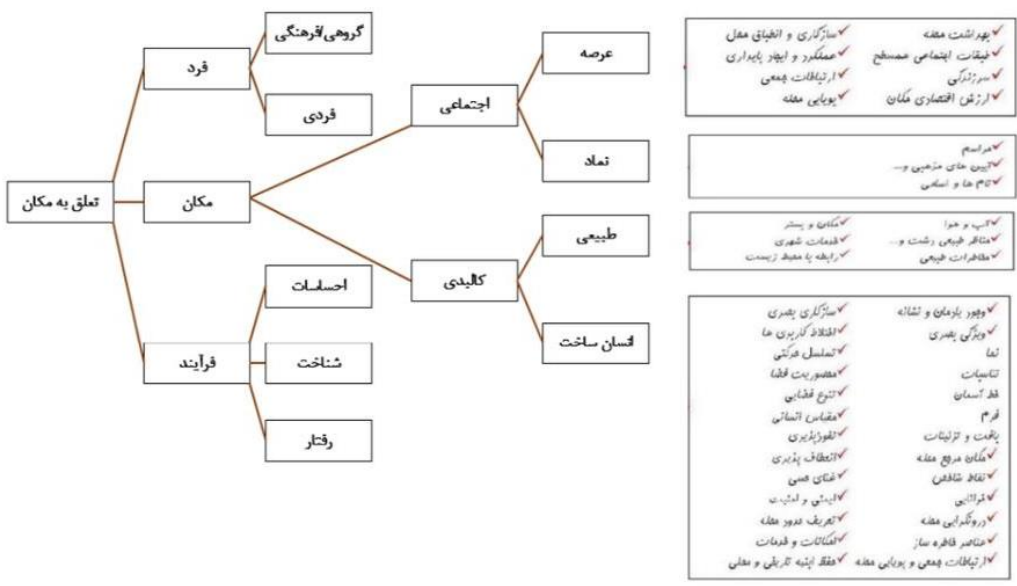
شاخه اول به مولفه اجتماعی مکان مربوط می شود و شامل احساس تعلق به چیزهایی است که افراد در مکان با آنها تعامل دارند. به عبارت دیگر، مکان به عنوان ظرف یک روایت و رویداد مولفه ای موثر و مهم متعلق به مکان است. با توجه به آنچه که پژوهش نشان داد، بعد فیزیکی در احساس تعلق مؤثر است. اما بعد اجتماعی تأثیر بسیار بیشتری بر احساس تعلق دارد. مولفه اجتماعی مکان در لایه بعدی شامل

عرصه های اجتماعی و نمادهای اجتماعی است. در معرفی عرصه های اجتماعی باید گفت که افراد به مکان هایی دل بسته اند که ارتباطات اجتماعی و هویت جمعی را سهولت میبخشد.

عرصه های اجتماعی در واقع شامل آن دسته از عواملی می شود که حاصل تعامل جامعه و مکان است و مرز خصایص جمعی با عناصر کالبدی و فضایی و دارای ویژگی های اجتماعی است که کالبد و فیزیک مکان در ایجاد آنها اثر گذار است. به عنوان مثال: سرزندگی، پویایی، ارتباطات جمعی، سلامت مکان و غیره، به صورتی که سمبل های اجتماعی شامل آن دسته از عواملی است که انسان (جامعه) آنها را به عنوان نماد یک رویداد و رخداد می پذیرد و در فراتر از کالبد می توان به عناصری مانند نام و نام مکان مراسم و مناسک مذهبی و غیره اشاره کرد (جلالی مقدم، ۱۳۹۵: ۲۴).

شاخه دوم در پاسخ کاملاً فیزیکی به این سؤال حاصل میشود که انسان به چه ویژگی های مکانی دل بسته است و ماهیت این مکان چیست؟ سپس مکان در لایه دوم خود به دو شاخه فرعی تقسیم می شود. زیرشاخه اول شامل عوامل فیزیکی طبیعی است که انسان در این عوامل دخالتی ندارد و دخالت آنها بسیار کم است. آب و هوا، مخاطرات طبیعی، بحث طبیعی از جمله این عوامل هستند. در زیرشاخه دوم عوامل کالبدی آن دسته از عوامل فیزیکی هستند که اساس ساخت و ساز بوده و انسان مستقیماً در آن دخالت دارد، مانند ویژگی های بصری مکان، خوانایی، محصور بودن فضا، نفوذپذیری و... (جلالی مقدم، ۱۳۹۵: ۲۲)

نمودار ۱: عوامل تأثیرگذار بر شکل گیری حس تعلق مکان (زارع و خلیل زاده ۱۴: ۱۳۹۴)



مدل عوامل اساسی تأثیر گذار در ایجاد حس تعلق در مکان را نشان میدهد. براساس مدل معنای محیطی ارائه شده ، حس تعلق برآیند تعامل سه قطب فرد، دیگران و محیط می باشد. در طراحی محیطی فعالیتها و عناصر کالبدی در هم ساختاری با یکدیگر و با در نظر گرفتن سطوح مختلف نیازهای انسانی نقش اساس محیطی را دارند. پیش بینی فعالیت های با مرادوات اجتماعی در محیط و تأمین کالبدی آن از طریق ویژگی های شکل، ابعاد، رنگ، مقیاس و روابط بین اجزاء کالبدی در مکان از عوامل اساسی تأثیر گذار در حس تعلق می باشند.

این مدل عوامل اساسی تأثیرگذار در ایجاد حس تعلق در مکان را نشان می دهد. بر اساس مدل ارائه شده از معنای محیطی، احساس تعلق حاصل از تعامل سه قطب فرد، دیگران و محیط است. در طراحی محیطی، فعالیت ها و عناصر کالبدی به صورت ساختاری در هم تنیده با یکدیگر و در نظر گرفتن سطوح مختلف نیازهای انسان، نقش اساس محیطی را ایفا می کنند. پیش بینی فعالیت ها با روابط اجتماعی در محیط و تأمین فیزیکی آن از طریق ویژگی های شکل، ابعاد، رنگ، مقیاس و روابط بین اجزای کالبدی در مکان از عوامل اساسی تأثیرگذار

بر احساس تعلق است. مدل ارائه شده بیانگر وجود پیچیده و چند وجهی حس تعلق در مکان بود و عناصر کالبدی محیط از طریق تأمین فعالیت ها و ایجاد تمایز و ارتباط بین درون و بیرون در شکل گیری آن مؤثر می باشد (جوان فروزنده و مطلبی، ۳۴: ۱۳۹۰).

بخش دوم: حس مکان

حس مکان اغلب با کلمه لاتین **Genius Lucy** شناخته می شود و به این معنی است که وقتی افراد در فضا هستند چیزی بالاتر از ویژگی های فیزیکی و حسی را درک می کنند و می توانند به روح مکان برسند. دهه ۱۹۷۰ اوج علاقه طراحان به کشف رابطه افراد با مفاهیم مکان است که غالباً از بحث های پدیدارشناختی هوسرل نشات می گیرد. حس مکان «شامل تعامل احساسات و عواطف، دانش و باورها و رفتارها و اعمال مربوط به یک مکان است» (Low & Altman, ۱۹۹۲:۴۵۶). ون میس سه نمونه از راهبردهای طراحی را برای کمک به حس هویت افراد بیان می کند که عبارت است از: ۱. ایجاد محیط های پاسخگو بر اساس درک عمیق طراح از ارزش ها و رفتار افراد و گروه های مربوط. ۲. شراکت کاربران در طراحی محیط خود. ۳. ایجاد محیط هایی که کاربران توانایی تغییر و اصلاح بر اساس نیازهای خود را داشته باشند (Von Meiss, ۱۹۹۰:۱۶۲). این نمونه ها با سه بعد مکان مطابقت دارند.

جدول ۱- استراتژی های طراحی ون میس و انطباق با ابعاد مکان

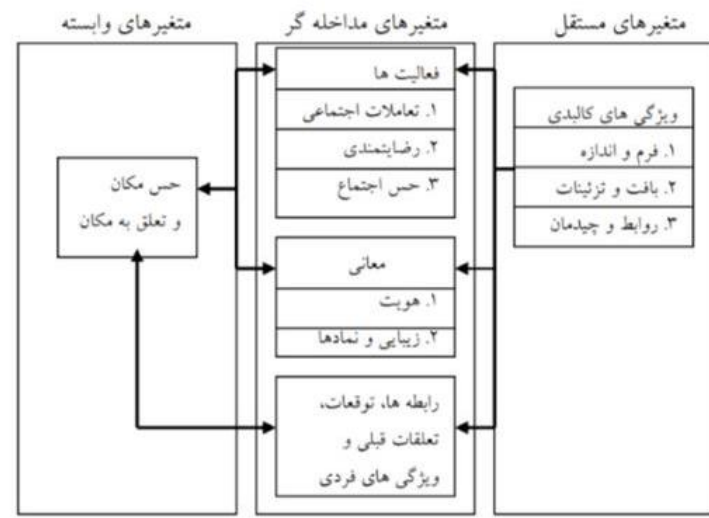
ابعاد مکان	استراتژی طراحی ون میس
معنا	فهم عمیق (شناخت)
فعالیت و رفتار	مشارکت استفاده کنندگان
کالبد	انعطاف پذیری محیط مطابق با نیازها (تطبیق پذیری)

شامای برای حس مکان، سه بخش اصلی تعلق به مکان و تعهد به مکان، دلبستگی به مکانی با هفت بخش را تعیین می کند. این سطوح حس مکان، کاربرد فرآیند حس مکان را معرفی میکند که از بی تفاوتی تا حس فداکاری به مکان را به ترتیب زیر در بر می گیرد (Shamai, ۱۹۹۱:۲۵). بی تفاوتی نسبت به مکان. ۲. آگاهی از قرارگیری در یک مکان. ۳. تعلق به مکان. ۴. دلبستگی به مکان. ۵. یکی شدن با اهداف مکان. ۶. حضور در مکان. ۷. فداکاری برای مکان. با توجه به مفهوم حس مکان در دیدگاهها و سطوح مختلف آن، عوامل شکل دهنده حس مکان را می توان در دو گروه عوامل «ادراکی و شناختی» و «کالبدی» تقسیم کرد. «هیومن»، حس مکان را شامل تعلق به اجتماع و حس محلی تعریف کرده است (Hummon, ۱۹۹۲:۱۱۴).

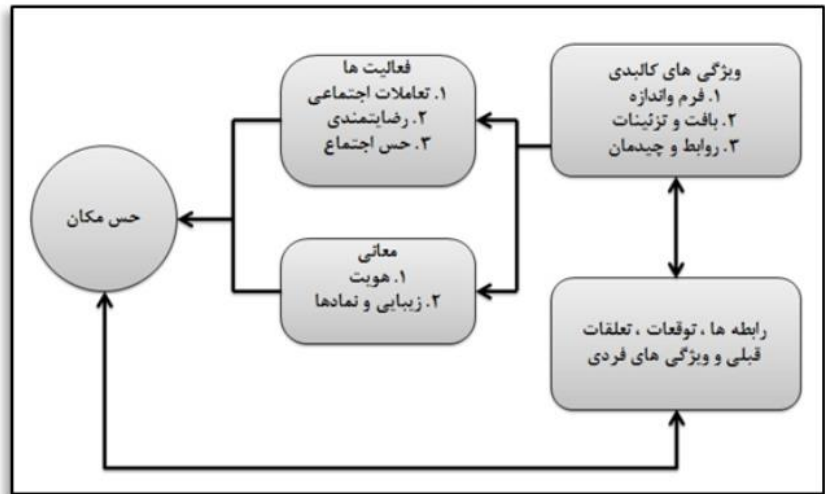
اصلیترین مولفه های فیزیکی اثرگذار بر ادراک و حس مکان عبارتند از: اندازه، درجه محصور، کنتراست، مقیاس، نسبت، مقیاس انسانی، فاصله، بافت، رنگ، بو، صدا و تنوع بصری (Steel, ۱۹۸۱:۸۹).

به علاوه، ویژگی هایی مانند هویت، تاریخ، تخیل و توهم، رمز و راز، لذت، شگفتی، امنیت، اشتیاق و خاطره را برای برقراری ارتباط با مکان را مهم در نظر می گیرند. احساس تعلق به یک مکان به عواملی مانند ادراک و ادراک دیگران از آن مکان، سن و سابقه، میزان سکونت فرد در آن مکان، داشتن تجربیات و خاطرات مشترک از آن مکان، وابسته است. از فعالیت های جمعی و اجتماعی، میزان احساس امنیت در فضاها، عموم مردم شهر بسیار به هم مرتبط هستند. نمودار تحقیق در مورد حس مکان نشان می دهد که نقش طراحی کالبدی بر فعالیت ها و احساسات نه به طور مستقیم بلکه غیرمستقیم از طریق ایجاد نشانه ها و معانی است (فلاح، ۳۹: ۱۳۸۵).

نمودار ۲: متغیرهای مهم حس مکان، ماخذ: (فلاح، ۱۳۸۵)



نمودار ۳: مدل عوامل مهم شکل دهنده حس مکان، Falahat, 2006:64



بخش سوم دلستگی مکان:

تبیین دلستگی به مکان

دلستگی به مکان مفهومی پیچیده، چند بعدی و میان رشته ای است که موضوعات مختلفی از پیوند و نقطه ارتباط فرد با مکان و ارتباط فرد با دیگران را در بر می گیرد. در دهه های اخیر، این مفهوم توجه بسیاری از محققین در جنبه های متفاوت را به خود جلب کرده و پیشرفت های نظری قابل توجهی در این زمینه حاصل شده است (Schwanke, D, 2010:205). دلستگی به یک مکان تحت تأثیر خصلت های خاص مکان است. معانی مکان تأثیر قابل توجهی در دلستگی به مکان دارند (Stedman, ۲۰۰۳:۶۸۲). دلستگی به مکان به عنوان تداوم حس مکان ایجاد میشود و سطح بالاتری از حس مکان است که نقش مهمی برای استمرار حضور فرد در مکان دارد (فلاح، ۱۳۹۴: ۵۸). دلستگی به یک مکان، مفهوم ارتباط ادراکی، عاطفی و عملکردی بین افراد و مکان هایی است که در فرآیند ارتباط با آن، معنای ویژه و ارزشمندی به آن بخشیده اند و این تعامل در قالب رفتار و کنش است. مانند میل به حفظ نزدیکی به مکان، غم و اندوه ناشی از دوری از مکان و حمایت اجتماعی (بختیاری منش، ۱۳۹۵: ۹۷).

ساختار چندبعدی دلبستگی به مکان

وابستگی به مکان: مفهوم وابستگی به مکان بعد کارکردی دلبستگی به مکان است. این مفهوم نشان دهنده نوع ارتباط فرد با مکان و بر اساس کیفیت مکان به منظور پاسخگویی به نیازهای مردم است. به عبارت دیگر، زمانی که فرد از یک مکان آشنا راضی می شود و توقعات او برآورده می شود و به نوعی دلبستگی می رسد، که وابستگی به مکان تعبیر می شود و منجر به حضور و شرکت در فعالیت های خاص در مکان می شود. در حوزه گردشگری این موضوع به معنای دلبستگی عملکردی گردشگران به یک مکان است (بداغی و آیت اللهی، ۱۳۹۹: ۱۳۱).

هویت مکانی: هویت فضایی یک زیرساخت شناختی است و بنابراین فرآیندهای شناختی دخیل در شکل گیری هویت فضایی مشابه فرآیندهایی است که مبنای شکل گیری ساختارهای شناختی دلبستگی به مکان هستند (دارانی عرب، ۱۳۹۸: ۴۸). مکان باورها، ترجیحات، احساسات، ارزش ها و تمایلات رفتاری فرد را در مورد مکان به طور آگاهانه و ناخودآگاه توضیح می دهد (هیدالگو، ام سی و هرناندز، بی. ۲۰۰۱: ۹۸). گاهی رابطه بین یک فرد و یک مکان از طریق رابطه مکان و هویت شخصی فرد برقرار می شود. یک مکان به دلیل تفاوتی که با مکان های دیگر دارد، حس هویت را در فرد ایجاد می کند. شخص بخشی از هویت یک مکان را تشکیل می دهد. وقتی افراد هویت شخصی خود را در مکانی پیدا می کنند، آن مکان را بازتابی از شخصیت خود می دانند، به آن وابسته می شوند و حتی خود را جزئی از آن می دانند. به گفته جیکوبز، مردم هنگام مواجهه با برخی مکان ها بیان می کنند که «من به آن و در نتیجه به آن مفهوم تعلق دارم». به عقیده رلف، «هویت یک مکان تمایز مکان را ایجاد می کند که اساس شناخت آن به عنوان یک کل مجزا است» (Relph, 1976:45). به علاوه هویت مکان «تصویر ذهنی، تولید تجربیات، افکار، خاطرات و احساسات آنی و تفسیری هدفمند از آنچه هست و باید باشد است» (Relph, 1976:56).

ارتباط عاطفی با مکان: یکی از مولفه های دلبستگی به مکان، روابط عاطفی و احساسی نزدیک با مکان است. «افرادی که از طریق احساسات ایجاد شده در مکانی با مکان ارتباط عاطفی برقرار می کنند، مکان را پلی برای بیان احساسات ایجاد شده در نظر می گیرند. (Jiven, G, and Peter L, 2003:64)

درک فرآیندهای عاطفی نقش بسزایی در درک زیبایی یک مکان و انتخاب افراد دارد (تهرانی زاده، ۱۳۹۸: ۵۱). این مفهوم در گردشگری بسیار مورد استفاده قرار می گیرد و گردشگرانی که با یک مکان ارتباط عاطفی برقرار می کنند، حس مشارکت بهتری در آن مکان دارند (شاه مرادی ۱۳۹۵: ۱۳۲).

پیوند اجتماعی با مکان: این ارتباط بر روابط اجتماعی که فرد را به مکان مرتبط می دهد تاکید دارد. آلمن و لو با تاکید بر نقش اجتماعی مکان، به ارتباطات اجتماعی-فرهنگی مکان متمرکز است و دلبستگی اجتماعی را نوعی دلبستگی به خاطرات معنا کرده اند (Altman and Low, 1992:2). زمانی که مکان پیوندی برای گروهی از افراد باشد، معنای اجتماعی دارد، یعنی افراد محیط را محلی برای روابط اجتماعی خود می دانند، مکان برای آنها مهم می شود و اگر این روابط اجتماعی حفظ شود، دلبستگی مکانی قویتر می شود (فتح بقالی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۳۲).

به علاوه ارتباطات اجتماعی امکان معنا بخشیدن به مکان را فراهم می کند. بیشتر مواقع، سطح مطلوب دلبستگی به مکان در شرایط فیزیکی نامناسب توسط عوامل اجتماعی آن مکان توجیه می شود (Tuan, Yi-Fu, 1977: 65). دلبستگی به یک مکان و رابطه ایجاد شده بین افراد و یک مکان، جنبه های مختلف و معانی متفاوتی برای یک مکان دارد. این جنبه ها علاوه بر ایجاد دلبستگی به مکان، موجب رضایت، اعمال و رفتار مسئولانه و متعهدانه می شود.

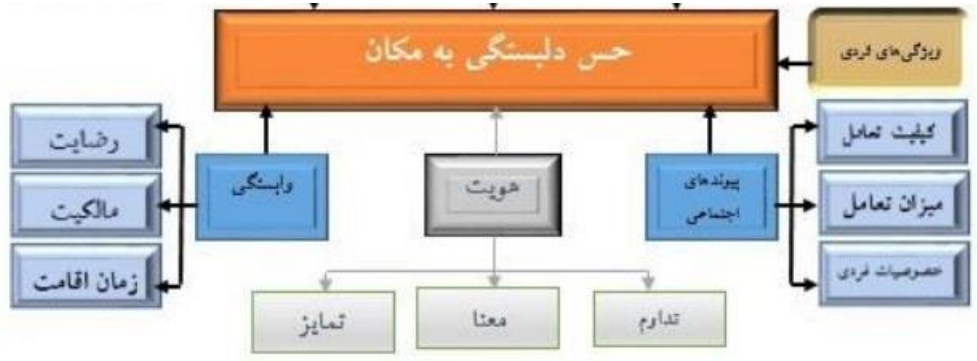
به عقیده لو و آلمن، دلبستگی مکانی یک پیوند عاطفی بین یک فرد و یک مکان خاص است. کارکردهای دلبستگی مکان در چارچوب PPP توسط دلبستگی به مکان برای بقا و امنیت، برای هدف و خود سازماندهی، و دلبستگی مکان برای استمرار، بیان میشود. کارکردهای دیگر این است که دلبستگی به یک مکان حس تعلق را در افراد ایجاد می کند و کارکرد دیگر این است که هویت و اعتماد به نفس را در بین افراد افزایش میدهد. لو و آلمن که جنبه های متفاوت دلبستگی مکان را به شرح زیر توصیف می کنند: ۱. نوع خاص مکان. ۲. هویت مکان. ۳. درونی بودن مکان؛ ۴. نوع مکان؛ ۵. ریشه در جایی داشتن؛ ۶. تجسم محیطی؛ ۷. احساس جمعی؛ ۸. اینهمانی با نام. عوامل موثر در دلبستگی به مکان در ۹ جنبه مختلف بررسی شد شامل: کالبدی اجتماعی- فرهنگی- فردی- خاطرات و تجارب - رضایمندی از مکان - فعالیتی و تعاملی - زمان - مشارکت در طراحی مکان در نهایت در روند شکل گیری

دلبستگی به مکان، دو عنصر انسان و مکان از طریق عنصر سوم تعامل بین انسان و مکان از نظر شناختی، عاطفی و رفتاری، وارد فرآیندی می شود که در آن عامل چهارم یا زمان و عامل پنجم یا مشارکت در فرآیند طراحی مکان، می تواند به کار رود. بنابراین حرکت طراحان به سمت ترویج دلبستگی به مکان در فضاهای مختلف نیازمند توجه به این پنج عامل است (شاه مرادی و دباغ، ۱۳۹۹: ۲۳).

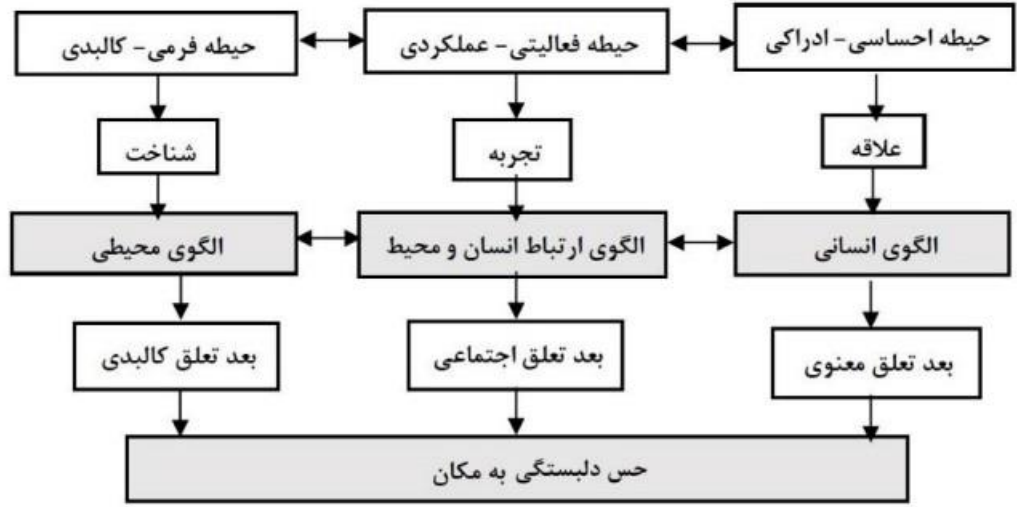
الویکا (۲۰۰۹) عوامل دلبستگی به مکان را شامل موارد زیر پیشنهاد می کند:

- عوامل فردی: سن، تحصیلات، جنسیت، مدت اقامت، اندازه خانواده و وضعیت مالکیت خانه
- عوامل فیزیکی: ۱- نوع مسکن (بلوک های آپارتمانی - ساختمان های بلند، خانه های فردی (جدا یا تراس دار) و آپارتمان های با استاندارد بالا). ۲- متراژ ساختمان (تعداد طبقات، تعداد آپارتمان های ساختمان و تعداد آپارتمان ها در راهروی ورودی مشترکین). ۳- پیش بینی های ایمنی؛ ۴- بازرسی آپارتمان، ساختمان و محدوده ساختمان (بازرسی مشخصات فیزیکی محل سکونت، نگهداری و نظافت راه پله و نگهداری محوطه ساختمان، شکل ساختمان، شخصی سازی راه پله، پنجره ها، بالکن ها و محدوده ساختمان (حضور مالکان، نشان شخصی دیگر ساخت و ساز)، وجود فضای اجتماعی برای ملاقات افراد، وجود زمین بازی کودکان عوامل اجتماعی: از روابط نسبتاً دور (مانند احوالپرسی یا شناخت در خیابان) تا روابط بسیار نزدیک (مانند تحویل دادن کلید آپارتمان به همسایه ها که درخواست کمک می کنند) را شامل می شود: ۱- روابط همسایگی؛ ۲- احساس امنیت (رحیمی، ۱۳۹۶: ۴۵)

نمودار ۴: الگوی مفهومی رابطه بین فرم کالبدی و حس دلبستگی به مکان



نمودار ۵: حیطه های سه گانه حس دلبستگی به مکان



رویکرد ادراک حسی محیط

ادراک و حوزه مفهومی آن

ادراک شامل ابعاد و معانی وسیع تری نسبت به چیزی است که فقط دیده و احساس می شود. از دیدگاه راپاپورت، «محیط علاوه بر عناصر فیزیکی، شامل پیام‌ها، معانی و رمزهایی است که مخاطب آن‌ها را رمزگشایی می‌کند، می‌فهمد و بر اساس انتظارات و انگیزه‌هایش درباره آن قضاوت می‌کند (Low, S.M. and Altman, I,1990:12). معنا با حضور در فضا و ادراک آن مشخص می‌شود (سجادزاده و پیربابایی، ۱۳۹۰: ۱۸۱)؛ به عبارت دیگر، ادراکات ناشی از پیام‌ها و معانی در ذهن مخاطب شکل می‌گیرد و نحوه ارتباط مخاطب با فضا را می‌سازد.

بر اساس نظریه کنش متقابل، در فرآیند ادراک، رابطه ای پویا و دوسویه بین مخاطب و محیط ایجاد می‌شود و مخاطب نیازهای خود را بر اساس تجربه پیدا می‌کند. (Hidalgo, M.C. and Hernandez, B,2000:18)؛ بنابراین ادراک فرآیندی ذهنی، پویا و هدفمند است که شامل جمع آوری و انتخاب داده‌ها بر اساس نیازهای محیط پیرامون، ساماندهی و درک اطلاعات محیطی، شکل دادن به رابطه تعاملی بین انسان و محیط و معنادار ساختن آن است.

ابعاد گوناگون فرایند ادراک

ابعاد مختلف فرآیند ادراک شامل جمع آوری، سازماندهی و معنا بخشیدن به اطلاعات محیطی است. اتلسون چهارمولفه مختلف ادراک را پیشنهاد داده است. (Carmona et al,2003:23) (جدول ۲).

جدول- ۲: ابعاد گوناگون ادراک براساس ابعاد چهارگانه ایتلسون- ماخذ: Carmona et al,2003:23

ابعاد	توضیحات
شناختی	شامل فکر کردن، سازمان‌بخشیدن و ذخیره اطلاعات به دست آمده با حواس و تفکر است و به معنادار شدن محیط برای فرد کمک می‌کند.
احساسی	شامل احساساتی است که بر کیفیت ادراک محیط اثر می‌گذارد و در مقابل آن ادراک محیط بر احساسات فرد مؤثر است.
تفسیری	شامل معانی یا تداعی حاصل از تماس با محیط است. فرد در تفسیر تجربه حاصل از محرک‌های جدید محیطی و یافتن معنی به خاطرات و اندوخته‌های ذهنی خود تکیه دارد.
ارزش گذاری	شامل ارزش‌ها و ترجیحاتی است که خوب‌ها و بد‌ها را می‌سازند. تصویر ذهنی از محیط، نتیجه فرآیندی است که طی آن تجربیات شخصی از محیط به همراه سیستم ارزشی هر شخص نقش عمده‌ای را به‌منزله پالایه در درک محرکات محیطی ایفا می‌کند.

عوامل موثر بر ادراک محیط

دو دسته از عوامل شامل عوامل محیطی و عوامل فردی در نحوه تلقی از محیط موثر شده‌اند. شناخت این عوامل برای نزدیک شدن به یک ادراک متعادل الزامی است. عوامل محیطی شامل شرایط درک فاصله، مقیاس و زمان است. شرایط ادراک شرایطی است که فرد و محیط در آن قرار دارند. این شرایط می‌تواند شرایط جوی محیط باشد، به عنوان مثال تأثیری که باران بر تجربه حضور در یک شهر می‌گذارد و با ویژگی‌های کلیدی محیط که بر واکنش‌های رفتاری افراد و در نتیجه بر ادراک آنها تأثیر گذار است، مثل پیچیدگی محیط که فرد را مجبور می‌کند برای درک بهتر، حرکت خود را کند کند. همچنین، فاصله بین فرد و موضوع در ادراک مؤثر است. فاصله کمتر زمینه را برای درک جزئیات فراهم می‌کند. همچنین مقیاس محیط چه در رابطه با زمینه آن و چه در رابطه با بیننده در نحوه تلقی از آن تأثیر دارد. در نهایت زمان تجربه محیط در شبانه روز و در فصول مختلف و مدت زمان حضور در محیط بر ادراک آن مؤثر است و حضور طولانی مدت در محیط زمینه را برای درک کاملتر از آن فراهم می‌کند. (بختیاری منش، ۱۳۹۵:۳۴)

عوامل فردی شامل ظرفیت ادراکی به عنوان آمادگی ادراکی، تأثیر اجتماعی، «انتخاب و مقاومت ادراکی» نامیده شده است. "ظرفیت ادراکی حداکثر توانایی فرد برای درک محیط است. ویژگی‌ها و حالات ذهنی به عنوان انگیزه، انتظارات، استعدادها، موقعیت فردی و آمادگی ذهنی برای ادراک شناخته می‌شود. در حالی که باورها و ارزش‌های افراد را تشکیل می‌دهد. جنبه روشن‌تر شخصیت انسان و نیز در ادراک او مؤثر است، به آن «تأثیر اجتماعی» می‌گویند، علاوه بر این که این چیزهای خوشایند و دانستنی‌ها در ادراک ما از محیط مؤثر است، ادراک ما چیزهای خوشایند را سریع‌تر و بیشتر انتخاب می‌کند. و ما ناخودآگاه در برابر ادراک ناخوشایند مقاومت می‌کنیم. تأثیر می‌گذاریم. علاوه بر این، زیرا محیط و فرد بر یکدیگر تأثیر متقابل دارند.

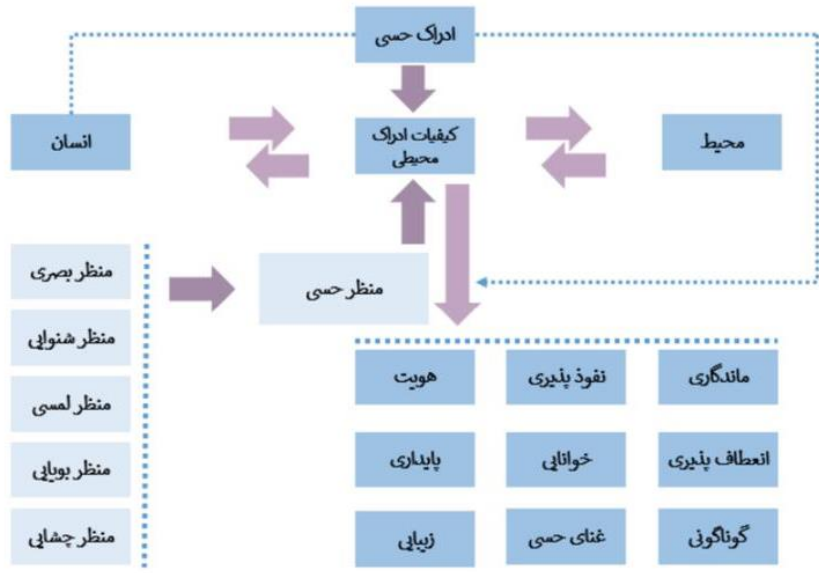
تغییر یک عامل از طریق تأثیری که بر سایر عوامل دارد، تأثیر غیرمستقیم بر ادراک دارد. در این تعامل، عوامل محیطی توانایی بیشتری در تأثیرگذاری بر عوامل فردی دارند. لذا در مسیر یافتن راههای تقویت ادراک است که ادامه خواهد داشت. عوامل محیطی را به عنوان متغیر مستقل و عوامل فردی را به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته ایم. از این نظر، پیشنهادات ما بر روی عوامل محیطی متمرکز است که بر اساس آنها می توان عوامل فردی را برای درک کاملتر بهبود بخشید. اما از آنجایی که تمامی عوامل محیطی ذکر شده در رابطه با فرد معنادار است، بهتر است به جای «عوامل» به شرایط اشاره شود. اینها شرایط محیطی است اما نقش مردم نیز در آن لحاظ می شود (دانشپایه، حبیب، ۱۳۹۵:۳۲)

حضور در محیط با غنای حسی

برای اینکه افراد بتوانند به داده های همه حواس توجه کنند، محیطی که برای تمرینات برگزیده شود باید دارای محرک های لازم مناسب برای گیرنده های حسی مختلف مانند بویایی، شنوایی، لامسه و غیره باشد. محیطی برای حواس مخاطب که بتواند تجربیات حسی مختلف را از یک محیط ثابت انتخاب کند، تجربه آن محیط لذت بخش تر و ماندگارتر خواهد بود. این کیفیت با عنوان غنای حسی معرفی می شود که نه تنها یک امر بصری محض است، بلکه سایر حواس نیز بر آن مؤثر است. علاوه بر این، محیطی که انتخاب می شود باید جدید باشد، چون وقتی برای زمان طولانی در محیطی زندگی می کنیم که خصلتهای آن معمولاً ثابت است، به این ویژگی ها عادت می کنیم و حتی ممکن است متوجه وجود آنها نشویم.

این شرایط جنبه دیگری هم دارد که به اندازه انتخاب محیط مهم است و آن نحوه تجربه محیط است. اگر مکان غنی تنها با دیدن تصویر تجربه شود، بسیاری از داده های حسی پاک خواهند شد. پدیدارشناسان با شعار «بازگرداندن اشیا به خود» از «تجربه بی واسطه دنیای پیش رو که تجربه ای است در همنشینی با دنیای بیرون و نه در تقابل با آن و به کامل ترین ادراک منتهی می شود» می گویند. بر این اساس انتخاب مکان باغی حسی تنها زمانی برای ایجاد تعادل در ادراک موثر خواهد بود که آن مکان در قالب «حضور» تجربه شود. حضور در محیط که از حضور جسم تا حضور تمام وجود را در بر میگیرد، امکان استفاده از حواس را برای فرد فراهم می کند؛ به شما اجازه می دهد سطوح را لمس کنید، بوها را ببویید، رنگ ها را ببینید و صداها را بشنوید. (حبیبی و همکاران، ۹۷:۲۱)

نمودار ۶: ادراک حسی



روش تحقیق

روش تحقیق حاضر توصیفی- تحلیلی و مبتنی بر قیاس و استدلال است. گردآوری داده ها در این پژوهش کتابخانه ای و میدانی است که در دو فضای مجازی و واقعی انجام شده است. وی از طریق فضای مجازی با جستجو در پایگاه های اطلاعاتی

مرجع، پایگاه‌های اطلاعاتی و کتابخانه‌های دیجیتالی، مقالات یا کتاب‌های مرتبط با موضوع تحقیق را به دست آورده و استفاده کرده است. مراجعه به فضای مجازی امکان دسترسی بیشتر به داده‌های روز و همچنین مطالبی را که در کشور ما کمتر مطرح شده است به زبان اصلی فراهم کرده است.

فضای واقعی نیز داده‌ها را به روش سنتی با استفاده از دو روش کتابخانه‌ای یا میدانی جمع‌آوری می‌کند. در روش کتابخانه‌ای به کتاب‌ها، مقالات، اسناد، تحقیقات و پایان‌نامه‌های موجود در دانشگاه‌ها، کتابخانه‌ها، مراکز اسناد، پژوهشگاه‌ها و ... مراجعه می‌شود.

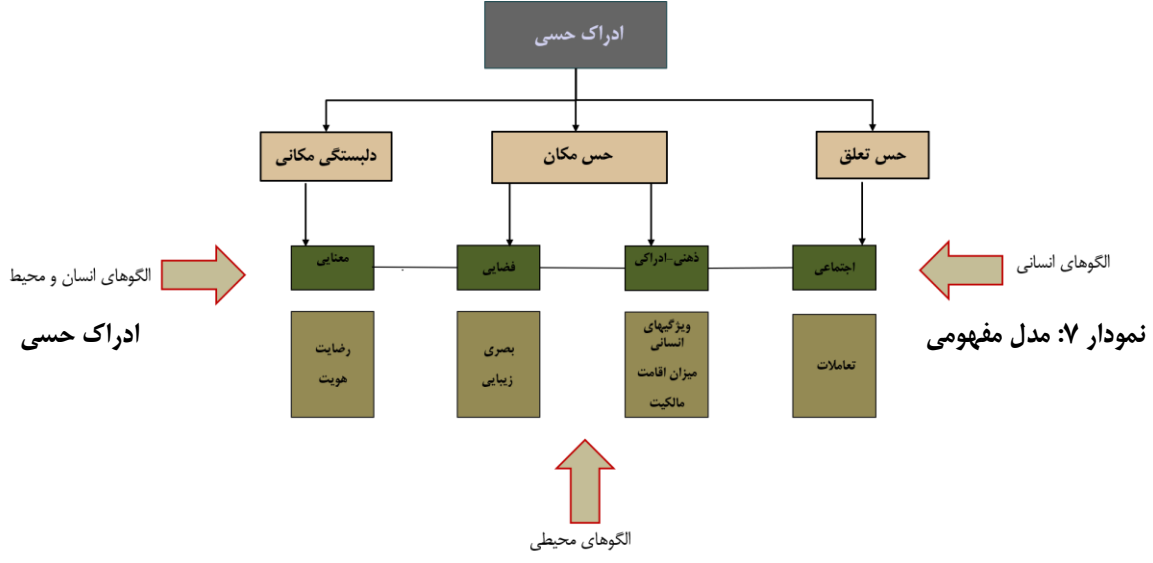
بحث و تحلیل:

توجه به معیارهای مؤثر در طراحی فضاها با ایجاد حس تعلق به مکان در عرصه‌های علمی و اجرایی، بستن لازم به منظور تصمیم‌گیری بهینه را برای مجریان و طراحان فراهم می‌کند. حس تعلق به یک مکان به میزان حضور کاربران در محیط مربوط می‌شود و تعاملات اجتماعی مابین فرد و محیط را تعریف می‌کند و فرد را برای بازگشت دوباره به مکان ترغیب می‌کند که پیامدهای زیادی در جهت ایجاد دارد. رابطه مناسب بین فرد و محیط به دنبال خواهد داشت.

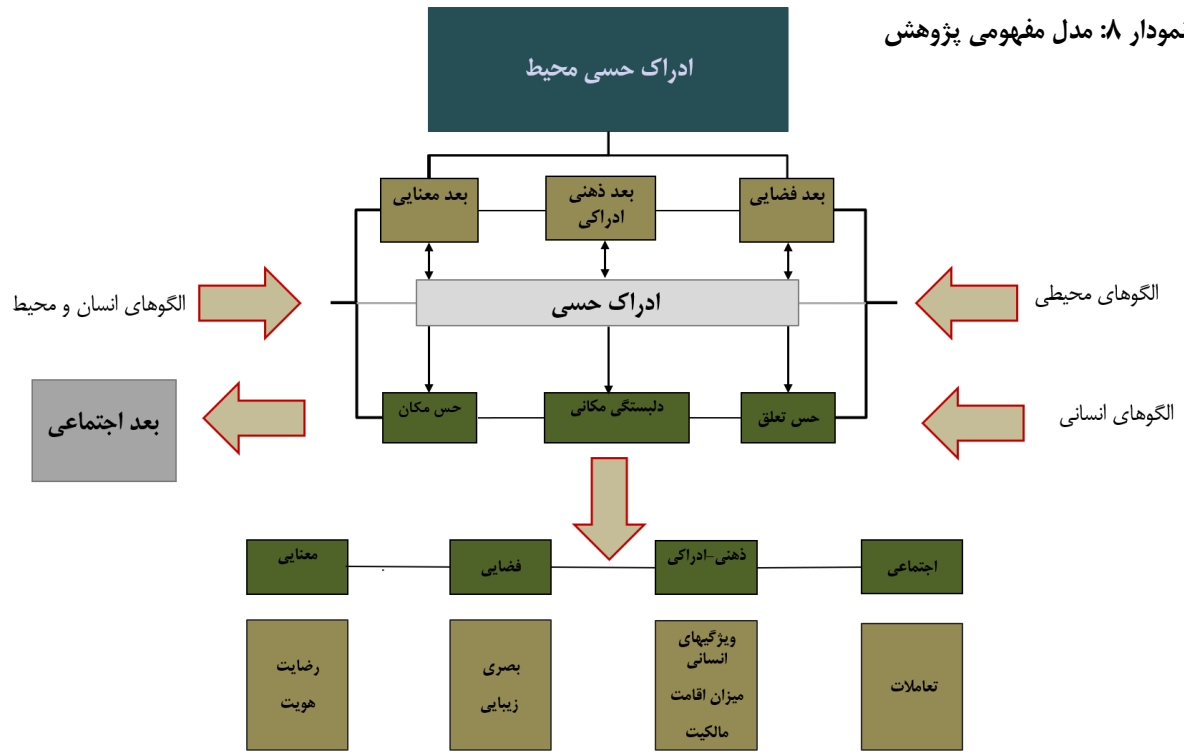
در پژوهش حاضر مولفه‌های اثرگذار برای ایجاد حس تعلق به یک مکان طبقه‌بندی و تحلیل شدند. تجزیه و تحلیل نتایج نشان می‌دهد که مولفه‌هایی مانند مولفه ادراکی، شناختی، اجتماعی و مولفه‌های محیطی-کالبدی در انعکاس حس تعلق به یک مکان از مولفه‌های بسیار تأثیرگذار در این زمینه هستند که هر یک شامل چند مولفه فرعی است. از این نتایج می‌توان برای شناسایی و تقویت عوامل مؤثر بر حس تعلق به یک مکان بهره برد.

پس از بررسی جریانات مختلف ارتباط انسان با محیط و تمرکز بر حس مکان، بررسی‌ها نشان می‌دهد که درک رابطه انسان و مکان نیازمند تجسم زمینه‌های فیزیکی و اجتماعی-فرهنگی است و مکان جایی است که می‌توان احساسات را ابراز کرد. این احساس با ایجاد پیوند بین انسان و مکان، زمینه‌ای برای تفاوت، جهت‌گیری و درک فضایی ایجاد می‌کند. حس مکان دو جنبه دارد. یکی ریشه در باورها و عملکردهای فرهنگی دارد و فرد را با مکانی مرتبط می‌کند که شامل اجزا غیر فیزیکی و دارای کیفیت ذهنی است، دیگری تحت تأثیر زمینه‌های بیرونی و فیزیکی است که بیشتر بر جنبه‌های فیزیکی تأکید دارد و طراح می‌تواند بر آن اثر بگذارد.

برای ایجاد حس مکان، محیط باید ویژگی و ساختار خاصی داشته باشد. برای این منظور، کل محیط ساخته شده باید در طراحی به عنوان یک کل در نظر گرفته شود. ویژگی‌های کالبدی مانند تداوم بصری، محوطه بصری، تضاد و تنوع، دید، خروج و ورود، محوطه‌سازی و نامگذاری عناصر عینی هستند که حس مکان را افزایش و تقویت می‌کنند و حس قوی فضا را در ساکنان آن محیط برای زندگی در آن ایجاد می‌کنند. آینده. تبدیل به مکانی می‌شود و محصول آن بررسی مثبت ساکنان محیط زندگی میشود.



نمودار ۸: مدل مفهومی پژوهش



تحلیل و نتیجه گیری:

حس مکان و حضور مردم در فضاهای شهری از اصلیتیرین مواردی است که در شرایط کنونی در بررسی فضاهای شهری موفق مورد بحث قرار می گیرد. همانطور که در ابتدا ذکر شد، حس مکان در واقع نتیجه ادراک و درک ذهنی شهروندان از محیطی است که نسبت به آن آگاهی نسبی یا کافی دارند. بنابراین این مفهوم در ذهن شهروندان شکل می گیرد و تحت تأثیر عوامل مختلف بیرونی و درونی قرار می گیرد.

عوامل موثر بر طراحی فضاها با ایجاد حس تعلق به مکان و دلبستگی به مکان در زمینه های علمی و اجرایی، شرایط تصمیم گیری بهینه را برای مجریان و طراحان فراهم می کند. حس تعلق به مکان به میزان تمایل کاربران به حضور در محیط مربوط می شود و تعاملات اجتماعی متقابل فرد و محیط را تعریف می کند و فرد را برای بازگشت دوباره به مکان ترغیب می کند که پیامدهای زیادی در پی دارد. برای ایجاد ارتباط مناسب بین فرد و محیط، به دنبال خواهد داشت.

در پژوهش حاضر، عوامل مؤثر برای ایجاد حس تعلق به مکان و دلبستگی به مکان در قالب عواملی دسته بندی شدند. تجزیه و تحلیل نتایج نشان می دهد که عواملی مانند عوامل ادراکی، عوامل اجتماعی و عوامل فضایی و معنایی در انعکاس حس تعلق به مکان، از عوامل بسیار تأثیرگذار در این زمینه هستند که هر یک شامل چند مؤلفه فرعی است. از این نتایج می توان برای شناسایی و تقویت عوامل موثر در ایجاد حس تعلق استفاده کرد.

ودلبستگی مکانی استفاده کرد. در این میان رویکرد ادراک حسی محیط به واسطه ایجاد الگوهای محیطی و انسان - محیط میتواند ادراک ابعاد فضایی، معنایی و ذهنی ادراکی محیط را بالا برده و در ارتقا حس مکان، حس تعلق و دلبستگی مکانی موثر باشد.

فهرست منابع و مأخذ:

بختیاری منش، الهام. تقویت ادراک حسی متعادل در کارگاه «درک و بیان محیط»، دانشگاه رازی کرمانشاه (۱۳۹۵).

بداعی، نرگس، آیتاللهی، محمدحسین. بررسی نقش الگوها در ایجاد حس تعلق خاطر در معماری، پوستر ارائه شده هفتمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مهندسی عمران معماری و مدیریت شهری، تهران (۱۳۹۹).

تهرانی زاده، ایمان؛ تهرانی زاده، امید. تعلق خاطر در معماری، پوستر ارائه شده در نهمین کنفرانس ملی مهندسی عمران، معماری و شهرسازی، تهران (۱۳۹۹).

جوان فروزنده، علی؛ مطلبی، قاسم. مفهوم حس تعلق به مکان و عوامل تشکیلدهنده آن، بهار و تابستان: ۸ (۱۳۹۰).

جلالی مقدم، زهره. ارزیابی حس تعلق به مکان در فضاهای عمومی شهری، دانشگاه گیلان: ۷ (۱۳۹۵).

حبیبی، داود؛ حبیبی، دایانا؛ کسالیی، افسانه؛ گرجی پور، فاطمه؛ توکلی، مهرداد. تبیین حس تعلق به مکان و هویت در فضاهای شهری با تاکید بر بازارهای سنتی، آذر: ۳ (۱۳۹۷).

دانشپایه، نثار؛ حبیب، فرح. معیارهای اصلی شکلگیری حس مکان در پهنه‌های توسعه جدید شهری، زمستان: ۲۵ (۱۳۹۵).

درانی عرب، امیرعلی. بررسی عوامل تأثیرگذار بر دل‌بستگی به مکان در اولین مواجهه با مکان، پوستر ارائه شده در هشتمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مهندسی عمران، معماری و توسعه شهری پایدار، کرمان (۱۳۹۹).

رهنما، محمد رحیم؛ رضوی، محمدحسن. بررسی تأثیرنمایشی ساختمانها در ایجاد تعلق خاطر شهروندان، تابستان: ۲ (۱۳۹۱).

رحیمی، محمود. بررسی تأثیر نمایشی ساختمانها در ایجاد تعلق خاطر شهروندان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر قدس (۱۳۹۶).

زارع، لیال؛ ملکی، محدثه؛ خلیلزاده قربانی، رومینا. بررسی شاخصه‌های تأثیرگذار در ایجاد حس مکان در بافت تاریخی نمونه موردی بازار تهران، کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مهندسی عمران معماری و مدیریت شهری، تبریز (۱۳۹۴).

شاه مرادی، علیاکبری؛ دباغ، امیرمسعود. باز زنده‌سازی بناهای تاریخی در راستای دستیابی به حس تعلق خاطر در بین ساکنان محله، پوستر ارائه شده در هفتمین کنفرانس ملی پژوهش -های کاربردی در مهندسی عمران معماری و مدیریت شهری، تهران (۱۳۹۵).

فلاح، محمدصادق. مفهوم حس مکان و عوامل شکلدهنده آن، تابستان: ۲۶ (۱۳۸۵).

محمدی پور، سولماز. ساماندهی منظر ورودی شهر در جهت ارتقاء حس تعلق شهروندی، دانشگاه ارومیه (۱۳۹۵).

Altman, I. & Setha L. (ed.). (1992). Place Attachment. New York: Plenum Press.

Carmona et al. (2003). Public spaces urban spaces: The dimension of urban design. 1st edn. London: Architectural Press

- Hidalgo, M.C. and Hernandez, B. (2001). Place attachment: conceptual and empirical questions, Journal of Environmental Psychology, 21: 273-281.
- Falahat, M. S. (2006). The Sense of Place Concept and its consisting elements. Journal of Fine Arts. No.26.
- Jackson, John B. (1994). A Sense of Place, a Sense of Time. New Haven: Yale University Press
- Jiven, G, and Peter L. (2003). Sense of Place: Authenticity and Character. Journal of Urban Design 8 (۱): ۶۷-۸۱.
- Low, S.M. and Altman, I. (1990). Place attachment: a conceptual inquiry, in Place Attachment, pp. 1-12, Eds. Altman, I., and Low, S.M., New York: Plenum Press.
- Relph, E. C. (1976). Place and placelessness. London: Pion.

- Schwanke, D. (2003). Mixed-use development handbook. Washington, D.C: ULI.
- Shamai, S. (1991). Sense of place: An empirical measurement. Isreal, Geoforum volume ۲۲: ۳۴۷-۳۵۸. • Steele, F. (1981). Sense of place. Boston: CBI Pub.
- Tuan, Yi-Fu. (1977). Space and Place the Perspective of Experience. New York: University of Minnesota Press

Hummom, David (1992) "Community Attachment: Local Setiment & Sense of Place", New York, Plenum.

. Stedman, R.C. 2003b. Sense of place and forest science: toward a program of quantitative research. Forest Science 49(6): 1- 8

. Steele, Fritz.1981. the sense of place, Boston:CBI Publishing Company.

Von Meiss. Pierre .1991. Elements of Architecture: From Form to Place. Spon Press.