

مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن

دکتر محمدصادق فلاحی*

تاریخ دریافت مقاله: ۸۴/۱۰/۲۰

تاریخ پذیرش نهایی: ۸۵/۲/۹

چکیده:

حس مکان^۱ به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه آنها از محیط خود است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می‌دهد، به طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می‌شود. این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می‌گردد. حس مکان علاوه بر این که موجب احساس راحتی از یک محیط می‌شود، از مفاهیم فرهنگی مورد نظر مردم، روابط اجتماعی و فرهنگی جامعه در یک مکان مشخص حمایت کرده و باعث یادآوری تجارب گذشته و دست یابی به هویت برای افراد می‌شود.

با توجه به اهمیت این حس در ارتقاء کیفیت فضای طراحی شده، این پژوهش به بررسی مفهوم حس مکان و عوامل مؤثر بر آن پرداخته و تأثیر عوامل کالبدی و عوامل شناختی استفاده کنندگان بر احساس افراد نسبت به فضا را بررسی می‌کند. این مقاله در ابتدا به معنای حس مکان و مفهوم آن از دیدگاه‌های مختلف پرداخته و در نهایت سطوح مختلف و عوامل شکل دهنده آن را بیان می‌کند و در نهایت مدلی برای نشان دادن چگونگی تأثیرات این عوامل ارائه می‌کند. مدل پیشنهادی قابل فهم و کاربردی این مقاله می‌تواند چارچوبی برای آگاهی طراحان نسبت به چگونگی تأثیر فضای معماری بر حس استفاده کنندگان فراهم آورد.

واژه های کلیدی:

حس مکان، تعلق به مکان، عوامل حس مکان.

مقدمه

با توجه به این که حس مکان از کیفیت فضا و چگونگی طراحی تأثیر می پذیرد هدف این مقاله آشنایی با این مفهوم و روشن کردن عوامل ایجاد کننده آن برای طراحی بهتر است. هر چند معانی زیادی برای مکان و فضا گفته شده است اما مشخصه مکان که در این مقاله به آن توجه می شود خاص تر بودن آن نسبت به فضا و در هم تنیدگی آن با ارزش های انسانی است و ویژگی فضا، انتزاعی و عینی بودن آن نسبت به مکان است. شاعران و ادیبان با توجه به شخصیت^۱ مکان، الهاماتی را دریافته و با آنها زندگی و اتفاقات را توصیف کرده اند، بر اساس این توصیفات حس مکان مجموعه ای از حکایت ها و روایت های^۲ فردی و جمعی است که توأم با مکان رخ می دهند. علاوه بر این حس مکان در حوزه های پدیدارشنختی و علمی تعریف و بررسی شده است. بررسی این مفهوم در دیدگاه های مختلف مفهوم حس مکان را روشن تر می سازد.

با توسعه جوامع انسانی و تغییر شیوه زندگی و سکونت مردم، توجه معماران، طراحان و برنامه ریزان به کیفیت فضاها و محیط های ساخته شده افزایش یافته و نقش طراحی به عنوان ابزاری برای شکل دادن به محیط زندگی و پاسخ گویی به توقعات و نیازهای انسان اهمیت بیشتری یافته است و پژوهش های زیادی درباره چگونگی تأثیر متقابل محیط یا فضای ساخته شده بر ذهنیات و رفتارهای انسان، انجام شده است. پژوهش های انجام شده نشان می دهد که محیط علاوه بر عناصر کالبدی شامل پیام ها، معانی و رمزهایی است که مردم بر اساس نقش ها، توقعات، انگیزه ها و دیگر عوامل آن را رمزگشایی و درک می کنند (Rapaport, 1990) و در مورد آن به قضاوت می پردازند. این حس کلی که پس از ادراک و قضاوت نسبت به محیط خاص در فرد به وجود می آید حس مکان نامیده می شود که عاملی مهم در هماهنگی فرد و محیط، باعث بهره برداری بهتر از محیط، رضایت استفاده کنندگان و در نهایت احساس تعلق آنها با محیط و تلاوم حضور در آن می شود.

۱. حس مکان از دیدگاه پدیدارشناسی

و مذهبی و یک احساس رفاقت و دوستی با مکان بود (Brinckerhoff, 1994). در تفسیرهای امروزی، حس مکان چیزی است که افراد در دوره زمانی خاص می آفرینند و نتیجه رسوم و اتفاقات تکراری است و حال و هوای محیط را توصیف می کند. بعضی از مکان ها آن چنان احساسی از جاذبه دارند که به فرد نوعی احساس وصف نشدنی القا کرده و او را سرزنده، شاداب و علاقه مند به بازگشت به آن مکان ها می کنند که حس مکان نامیده می شود.

از نظر رلف^۳ حس مکان مفهوم مشخصی نیست که بتوان تعریف دقیقی برای آن ارائه داد، بلکه باید با آزمون روابط میان مکان و پایه های پدیدارشناختی جغرافیا سنجیده و ارزیابی شود (Relf, 1976). از دید او معنای اصلی مکان فراتر از عملکردهایی است که مکان تأمین می کند، بالاتر از اجتماعی است که آن را اشغال می کند و ورای تجارب مصنوعی و دنیوی مکان است. اگر چه همه این موارد جنبه های لازم مکان هستند، اما ماهیت مکان در تجربه، یعنی از جهت التفات^۴ ناخودآگاهانه به مکان، است که مکان را به مثابه مرکزی پرمحتوا و عمیق از هستی و وجود بشر، تعریف می کند (Seamon, 1996). این کیفیت خاص درون یک مکان قرار گرفتن^۵ است که مکان ها را در فضا از یکدیگر جدا می کند. به عقیده رلف مکان از ترکیب اشیا طبیعی و انسان ساخت، فعالیت ها، عملکردها و معانی به وجود می آید و تجربه آن می تواند از یک اتاق تا یک قاره را در برگیرد. درون مکان بودن می تواند به شکل فرمی کالبدی مطرح

از نگاه پدیدارشناسان حس مکان به معنای مرتبط شدن با مکان به واسطه درک نمادها و فعالیت های روزمره است. این حس می تواند در مکان زندگی فرد به وجود آمده و با گذر زمان عمق و گسترش یابد (Relph, 1976). ارزش های فردی و جمعی بر چگونگی حس مکان تأثیر می گذارد و حس مکان نیز بر ارزش ها، نگرش ها و به ویژه رفتار فردی و اجتماعی افراد در مکان تأثیر می گذارد و افراد معمولاً در فعالیت های اجتماعی با توجه به چگونگی حس مکانشان شرکت می کنند (Canter, 1971). حس مکان نه فقط باعث هماهنگی و کارکرد مناسب فضای معماری و انسان است بلکه عاملی برای احساس امنیت، لذت و ادراک عاطفی افراد نیز می باشد و به هویت مندی افراد و احساس تعلق آنها به مکان کمک می کند. از دیدگاه پدیدارشناختی مهم ترین مفاهیم مرتبط در بیان حس مکان، واژه های مکان دوستی^۶، تجربه مکان و شخصیت مکان است و حس مکان به معنای ویژگی های غیرمادی یا شخصیت مکان است که معنایی نزدیک به روح مکان^۷ دارد، از لحاظ تاریخی روح مکان برای برپایی جشن و مراسم مذهبی به کار برده می شد، که در آن بازدید کنندگان می بایست به حرکات عبادات در مراسم توجه زیادی می کردند. از این رو جایی که این اعمال و مراسم در آن اتفاق می افتاد خود تبدیل به مکان ویژه ای می گردید و این احساس احترام یکی از مشخصه های مکان بود که آن را از سایر مکان ها متمایز می کرد و روح مکان نامیده می شد، از کان آن آگاهی زنده و پویا از محیط، یک تکرار یینی

مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن

۳. **آشنایی سطحی با مکان:** این سطح، تجربه شخص حساس ولی ناآشنا با مکان است، که به دنبال فهم این موضوع است که مکان برای افرادی که در آن سکونت دارند چه شکل و معنایی دارد. در این سطح حس مکان خودآگاه است و برای مشارکت در معنای مکان بدون پذیرش قراردادهای اجتماعی تلاش می شود.

نوربرگ شولتز^{۱۱} با اقتباس از نظرات هایدگر درباره ماهیت وجودی سکونت، هدف از معماری را سکنی گزینی می داند و معتقد است که بشر وقتی سکنی می گزیند که بتواند خود را با یک محیط تطبیق داده و با آن همذات پنداری کند. از این رو سکنی گزینی چیزی بیش از مامن است و دلالت بر فضاهایی دارد که در آنها حیات به عنوان مکان در معنای واقعی کلمه حادث می شود (Hale, 2000). او همچنین اشاره دارد که نقش معماری ارائه خصوصیات کالبدی مکانی است که به شخص اجازه سکونت می دهد و سکونت به معنای حضوری آرام در مکانی محفوظ است (Sime, 1986). کوین لینچ^{۱۲} نیز همانند نوربرگ شولتز معتقد است که بشر وقتی سکونت دارد که قادر به عینی سازی عالم به صورت اشیا و ابنیه باشد که با معماری ایجاد می شود. یکی از نقش های مهم معماری تحقق عینی حس مکان است، به گونه ای که از طریق چنین حسی، فضای انتزاعی به مکانی ملموس تبدیل شود و شخصیت خود را به دست آورد.

شخصیت مکان نیز از مهم ترین عوامل حس مکان است، از نظر سیمون^{۱۳} مکان نه تنها به یک محل جغرافیایی اشاره دارد بلکه نشان دهنده شخصیت اصلی یک سایت^{۱۴} است که موجب تمایز آن از سایر جاها می شود. به این ترتیب در مکان ابعاد گوناگون چشم انداز جمع می آیند تا یک محیط متمایز و یک حس محلّیت^{۱۵} خاص را ایجاد کنند (Seamon, 1982). اما از دیدگاه نوربرگ شولتز مکان چیزی بیش از یک فضای انتزاعی است. کلّیتی است که از اشیا و چیزهای واقعی ساخته شده و دارای مصالح، شکل، بافت و رنگ است، مجموعه این عناصر شخصیت محیطی^{۱۶} را تعریف می کنند (-Norberg Schuls, 1975). چیزی که در واقع ماهیت مکان محسوب می شود. مکان دوستی^{۱۷} نیز اصطلاحی است که جغرافی دانان پدیدارشناس، معادل با حس مکان مطرح می کنند، توآن^{۱۸} به جای حس مکان از این اصطلاح استفاده کرده و آن را پیوندی پرمحبت و تأثیر گذار میان مردم و مکان ها یا قرارگاه ها می داند (Tuan, 2001). مکان دوستی به صورت های متفاوتی ابراز می شود که می تواند زیبایی شناختی، حسی یا عاطفی باشد و حس یک مکان شامل واکنش زیستی یا بیولوژیکی به محیط کالبدی بیرونی و آفرینش فرهنگ است.

شود، مثل حالتی در شهرهای قدیمی که شهر دیواری داشت که آن را از فضای بیرون جدا می کرد. این تجربه را می توان در مراسم عبادی و فعالیت های دائمی که مشخصه های خاص یک مکان را نشان می دهد، مانند کلیسا یا مسجد، مشاهده کرد. در این مکان ها، تجربه فعالیت های عبادی عاملی اساسی در حس افراد نسبت به مکان است.

در پدیدار شناختی مکان، تجربه اصلی ترین رکن در ادراک است. تجربه پدیدار شناختی به معنای تطهیر ذهنی و دست یابی به ذات چیزها به واسطه نمود اشیا از خلال فرد است که در حس مکان مؤثر می باشد. آلن گاسو^{۱۹} این تجربه عمیق را عاملی می داند که هر موقعیت فیزیکی و محیطی را به یک مکان تبدیل می نماید. یک مکان قطعه ای از محیط است که توسط حس ها بیان شده و همین حس است که شناخت بهتری از طبیعت مکان به ما می دهد. در عمیق ترین سطح های آگاهی انسان، ناخودآگاهی وجود دارد که با مکان همراه شده است، این مکان است که ریشه های انسان در آن نهفته است و مرکزی از سلامت، امنیت، ارتباط و در نهایت نقطه های از جهت گیری است (Gussow in Relph, 1976). تجربه مکان، فردی و ذهنی است که انسان در آن با خیلی از افراد هم احساس می شود و این هم احساسی که در واقع حضور فیزیکی شخص در مکان و تجربه ناخودآگاه آن است، حس مکان نامیده می شود. سطح اولیه حس مکان، آشنایی با مکان است که شامل، بودن در یک مکان بدون توجه و حساسیت به کیفیات یا معنای آن است. بسیاری از مردم، مکان ها را در حد آشنایی تجربه می کنند و رابطه آنها با برخی از مکان ها فقط از طریق فعالیت ها است. این افراد توجه عمیقی به خود مکان ندارند و شکلی از مکان را تجربه می کنند که باعث ندیدن واقعی مکان و عدم مشارکت در فعالیت های آن می شود. به نظر می رسد برای افرادی که تحت فشارهای فرهنگی یا فن آورانه قرار گرفته اند، محیط ها در این سطح تجربه می شوند، در نتیجه احساس تعلق به مکان ندارند و از لحاظ جغرافیایی احساس بیگانگی می کنند. سطوح مختلف آشنایی با مکان عبارتند از (Gussow in Relph, 1976):

۱. **آشنایی بسیار عمیق با مکان:** این سطح زمانی به وجود می آید که شخص خود در مکان حضور دارد^{۲۰} و به صورت ناخودآگاه آن را تجربه می کند. در این حالت شخص با مکان یکی می شود.

۲. **آشنایی معمولی با مکان:** این سطح تجربه ناخودآگاه مکان است و بیشتر از آن که فردی باشد جمعی و فرهنگی است و شامل مشارکت عمیق و بدون اندیشه در نمادهای یک مکان است. این مشارکت به ویژه در تجربه مکان های مقدس و آشنا بروز می نماید.

۲. حس مکان از دیدگاه روان شناسی محیطی

اصطلاح حس مکان از ترکیب دو واژه حس و مکان تشکیل شده است. واژه حس^{۱۹} در فرهنگ لغات آکسفورد سه معنای اصلی دارد: نخست یکی از حواس پنج گانه؛ دوم احساس، عاطفه و محبت^{۲۰} که در روان شناسی به درک تصویر ذهنی گفته می شود یعنی قضاوتی که بعد از ادراک معنای شیء نسبت به خود شیء در فرد به وجود می آید که می تواند خوب، جذاب یا بد باشد؛ سوم، توانایی در قضاوت درباره یک چیز انتزاعی، مثل معنای حس در اصطلاح حس جهت یابی^{۲۱} که به مفهوم توانایی یک فرد در پیدا کردن مسیر یا توانایی مسیر در نشان دادن خود به انسان است و در نهایت حس به معنای شناخت تام یا کلی یک شیء توسط انسان می باشد. اما واژه حس در این اصطلاح بیشتر به مفهوم عاطفه، محبت، قضاوت و تجربه کلی مکان یا توانایی فضا در ایجاد حس خاص یا تعلق در افراد است. از دیدگاه روان شناسی محیطی انسان ها به تجربه حسی، عاطفی و معنوی خاص نسبت به محیط زندگی نیاز دارند. این نیازها از طریق تعامل صمیمی و نوعی همذات پنداری^{۲۲} با مکانی که در آن سکونت دارد قابل تحقق است. این تعامل صمیمی و همذات پنداری، روح یا حس مکان نامیده می شود. از نظر روانی حس مکان کاتالیزوری است که باعث تبدیل شدن یک محیط به یک مکان می شود، روند تجربه عمیق مکان نه به عنوان یک شیء بلکه به عنوان یک آرگانیزم زنده است که بعد از انطباق های متقابل بی در پی محقق می شود، از این رو روابط بین افراد و مکان ها نیازمند ثباتی خاص است. محیط این ویژگی ها را از طریق ترکیب نظم طبیعی و بشری کسب می کند. در رشته های علمی مانند روان شناسی، جامعه شناسی و انسان شناسی اصطلاحات تعلق به مکان، تعلق به اجتماع، ساختار عاطفه و معنا و تجربه، مهم ترین مباحث مطرح شده درباره حس مکان هستند. تعلق مکانی به این معنا است که مردم خود را به واسطه مکانی که در آن به دنیا آمده و رشد کرده اند، تعریف می کنند. این ارتباط که به طور کلی حس مکان نامیده می شود مردم را به گونه ای عمیق و ماندگار تحت تأثیر قرار می دهد و خاطره مکان هویت و قدرت انسان را تقویت می نماید. در واقع احساس تعلق و دلبستگی به مکان سطح بالاتری از حس مکان است که در هر موقعیت و فضا به منظور بهره مندی و تداوم حضور انسان در مکان نقش تعیین کننده ای می یابد. این حس به گونه ای به پیوند فرد با مکان منجر می شود که انسان خود را جزئی از مکان می داند و بر اساس تجربه های خود از نشانه ها، معانی، عملکردها، شخصیت و نقشی برای مکان در ذهن خود متصور می سازد. این نقش نزد او منحصر به فرد و متفاوت می باشد و در نتیجه مکان برای او مهم و قابل احترام می شود.

از نظر سیتا لو^{۲۳} تعلق مکانی از جنبه های روان شناسی و هویتی قابل تفسیر است. در روان شناسی، تعلق مکانی به رابطه شناختی فرد با یک

محیط یا یک فضای خاص اطلاق می شود و از لحاظ هویتی، تعلق مکانی رابطه تعلق و هویتی فرد به محیط اجتماعی است که در آن زندگی می کند. در واقع دلبستگی به مکان^{۲۴} رابطه نمادین ایجاد شده توسط افراد به مکان است که معانی احساسی، عاطفی و فرهنگی مشترکی به یک فضای خاص می دهد. دلبستگی به مکان مبنایی برای درک فرد و گروه نسبت به محیط است و معمولاً در محیطی فرهنگی به وجود می آید. بنابراین تعلق به مکان، چیزی بیش از تجربه عاطفی و شناختی بوده و عقاید فرهنگی مرتبط کننده افراد به مکان را نیز شامل می شود (Altman & Low, 1992). فرهنگی بودن تعلق به مکان به معنای این است که در اکثر افراد تجزیه و تحلیل فضا به صورت نماد مشترک فرهنگی قابل تجربه است. در واقع افراد مکان ها را به خصوصیات فرهنگی ربط می دهند، به گونه ای که یک فضا می تواند محرک تجربه انسان و یادآور مفاهیم و معانی فرهنگی باشد. در بسیاری از مکان ها رابطه فضا و فرد از طریق تجربه صورت نمی گیرد. تعلق مکانی به مکان های اسطوره ای تجربه نشده توسط انسان می تواند به صورت معانی اجتماعی و سیاسی درک شده قبلی ایجاد شود (Richardson, 1963). بنابراین مهم ترین معنای تعلق به مکان، در تجربه رابطه نمادین فرد، گروه و مکان نهفته است که می تواند ضمن فرهنگی بودن از دیگر منابع اجتماعی، سیاسی، تاریخی و فرهنگی نیز معنا گرفته و تقویت شود. سیتا لو شش نوع رابطه نمادین میان انسان و محیط را تعریف می کند (Altman & Low, 1992):

۱. **ارتباط تبارشناسانه:** این گونه ارتباط انسان و محیط از طریق شناسایی تاریخی مکان، خانواده یا جامعه صورت می گیرد. این ارتباط معمولاً در جوامعی رخ می دهد که در آن رابطه ساکنین و محیطشان در زمان های طولانی برقرار بوده است، مثلاً در فرهنگ اسپانیا، شناسایی مکان با شناخت محلی ممکن است و کلمه ایلیکو^{۲۵} که برای قصبه استفاده می شود هم به معنای مکان و هم به معنای افرادی است که بدان مکان تعلق دارند.
۲. **ارتباط به واسطه از دست رفتن سرزمین:** این رابطه تعلق مکانی به واسطه از دست دادن مکان و تجدید خاطره با فرایند آفرینش مجدد مکان ایجاد می گردد.
۳. **ارتباط اقتصادی:** این رابطه به واسطه مالکیت یا میراث به وجود می آید، در این گونه رابطه چون زمین عاملی اقتصادی است و میزان مشارکت سیاسی و اجتماعی فرد، اغلب با میزان مالکیت زمین بستگی دارد و تعلق به مکان، فرد را به صورت اجتماعی و سیاسی و نه به صورت شجره شناختی به مکان مرتبط می کند.
۴. **رابطه کیهان شناختی:** در این رابطه تعلق مکانی به واسطه

۳. سطوح مختلف حس مکان

همان گونه که بررسی ها نشان داد حس مکان سطوح مختلف دارد، هیومن^{۳۱} پنج گونه حس مکان را معرفی کرده است (Hummon, 1992) که عبارت از ریشه داری عقیدتی، ریشه داری ناخودآگاه، مکان نسبی، بیگانگی با مکان و بی مکانی^{۳۲} است. جنیفر کراس^{۳۳} نیز به تبعیت از هیومن حس مکان را ترکیبی از رابطه با مکان و حس حضور در اجتماع تعریف می کند. او رابطه با مکان را به صورت زندگی نامه‌ای، معنوی، عقیدتی، روایتی، مادی و وابستگی^{۳۴} دسته بندی می کند، که با عواملی مانند هویت، درونیت و رضایتمندی پنج سطح مختلف از حس مکان یعنی ریشه داری منسجم، ریشه داری نامنسجم، بیگانگی با مکان، بی مکانی نسبی و بی مکانی مطلق^{۳۵} ایجاد می کند (Cross, 2001). شامای برای حس مکان سه مرحله اصلی تعلق به مکان، دلبستگی به مکان و تعهد به مکان^{۳۶} را با هفت سطح تعیین می کند. این سطوح از حس مکان، کاربرد فرایند حس مکان را نشان می دهند که از بی تفاوتی تا حس فداکاری نسبت به مکان را به ترتیب زیر شامل می شود (Shamai, 1991):

۱. **بی تفاوتی نسبت به مکان:** این سطح معمولاً در ادبیات حس مکان مورد توجه واقع نمی شود ولی می تواند در سنجش حس مکان مورد استفاده قرار گیرد.
۲. **آگاهی از قرار گیری در یک مکان:** این سطح هنگامی است که فرد می داند که در یک مکان متمایز زندگی می کند و نمادهای آن مکان را تشخیص می دهد ولی هیچ احساسی که او را به مکان متصل کند، وجود ندارد. در این حالت فرد ممکن است بداند که در یک مکان مستقر است ولی نمی داند که بخشی از آن مکان است. در این سطح آگاهی از مکان فراتر از یک آدرس یا موقعیت نیست.
۳. **تعلق به مکان:** در این سطح فرد نه تنها از نام و نمادهای مکان آگاه است، بلکه با مکان احساس بودن و تقدیر مشترک داشتن نیز دارد. در این حالت نمادهای مکان محترم و آن چه برای مکان رخ می دهد، برای فرد نیز مهم است.
۴. **دلبستگی به مکان:** در این سطح فرد ارتباط عاطفی پیچیده با مکان دارد. مکان برای او معنا دارد و مکان محور فردیت است و تجارب جمعی و هویت فرد در ترکیب با معانی و نمادها به مکان شخصیت می دهد. در این حالت بر منحصر به فرد بودن مکان و تفاوت آن با دیگر مکان ها تأکید می شود.
۵. **یکی شدن^{۳۷} با اهداف مکان:** این سطح نشان دهنده در آمیختگی و پیوستگی فرد با نیازهای مکان است. در این حالت فرد اهداف مکان را تشخیص داده، با آنها منطبق شده و از آنها پیروی می کند.

تطابق میان اسطوره ها و نمادها از طریق مناسبات مذهبی، معنوی یا اسطوره شناسی به وجود می آید.

۵. ارتباط زیارتی: زیارت یک مکان به معنای تمایل به دیدار دیگران و مشارکت در مراسم است که نوع خاصی از تعلق مکانی است. معمولاً در زیارت تجربه مکان موقتی است ولی حس مکان به دلیل اهمیت مذهبی - معنوی یا اجتماعی - سیاسی مکان، مدت های مدید دوام می یابد. زیارت مستلزم تغییری در آهنگ حیات فرد و تجربه یک محیط جدید است و بدین سان باعث خلق یک همذات پنداری و تعلق فرد به مکان می شود.

۶. ارتباط روایتی: در این رابطه فرد به واسطه افسانه ها، داستان ها و نام گذاری روی مکان با سرزمین و فضا آشنا می شود و پس از گذشت زمان به آن سرزمین احساس تعلق می کند. از این رو تعلق مکانی از لحاظ فرهنگی، منعکس کننده مؤلفه های اصلی حیات اجتماعی - فرهنگی است. یان زو^{۳۶} نیز، "نام مکان"، که مربوط به نام گذاری اماکن است؛ "روایت"، که مربوط به روایات یا اساطیر فردی و جمعی است؛ "تجربه"، که مسائل مرتبط به بقا و زندگی است؛ و "معنویت"، که مربوط به مسائل روحی و معنوی است، را عوامل اصلی پیوندهای عاطفی و روحی افراد به سرزمین می داند (Xu, 1995).

چگونگی تجربه مکان نیز از عوامل مؤثر در حس مکان است. چنان که فریتز استیل^{۳۷} حس مکان را تجربه ای چون هیجان و انبساط خاطر در یک قرارگاه رفتاری خاص می داند و معتقد است که این روح مکان یا شخصیت فضا است که این احساسات خاص را برمی انگیزد. از نظر شامای^{۳۸} مکان شئی نیست بلکه جزئی از کلیتی است که از میان تجربه های حوادث پر معنا احساس می شود. او مکان را تجربه فضا به وسیله انسان می داند، به عبارت دیگر مکان ترکیبی از انسان و طرح خاصی از محیط کالبدی^{۳۹} زندگی اوست که به واسطه حس کردن به ادراک درآمده و تجربه می شود. به این اعتبار تجربه مکان در حقیقت تجربه حسی تام^{۴۰} است که از طریق تمامی حواس انسان قابل وصول است (Shamai, 1991). بدین گونه که میان فرد و مکان پیام هایی رد و بدل می شود که حس فرد آگاهانه یا ناخودآگاه در رابطه با یک مکان مجموعه ای از معانی، نشانه ها و مفاهیمی را درمی یابد، به یکدیگر پیوند می دهد، یگانه سازی می کند و با نیل به وحدتی ادراکی به مکان معنا می بخشد و به قضاوتی حسی نسبت به مکان دست می یابد. در مراتب بالاتر، حس آگاهی، آشنایی، تعلق خاطر و دلبستگی، تعهد و وفاداری و در نهایت ایثار نسبت به یک مکان قرار دارد و فرد متناسب با آن واکنش های رفتاری نشان می دهد. در حقیقت بخش قابل توجهی از تمایل به مراجعه یا عدم مراجعه، تلاطم و پایداری حضور، بهره مندی از مکان و مشارکت در فعالیت های آن از این حس سرچشمه می گیرد.

در فرد شور، عشق، حمایت و از خود گذشتگی نسبت به مکان وجود دارد.

۶. حضور^{۳۸} در مکان: این سطح به نقش فعال فرد در اجتماع که علت آن تعهد به مکان است، توجه دارد. در مقابل تمامی سطوح قبل که مبنای نظری داشتند، این سطح و سطح بعدی از رفتارهای واقعی افراد برداشت می‌شود. فرد معمولاً این سطح را به طور ضمنی با سرمایه گذاری منابع انسانی مثل زمان، پول و غیره نشان می‌دهد.

۷. فداکاری^{۳۹} برای مکان: این سطح بالاترین سطح حس مکان است و فرد عمیق ترین تعهد را نسبت به مکان دارد و فداکاری‌های زیادی در جهت گرایش‌ها، ارزش‌ها، آزادی‌ها و رفاه در موقعیت‌های مختلف از خود نشان می‌دهد. در این سطح آمادگی برای رها کردن علایق فردی و جمعی به خاطر علایق بزرگتر نسبت به مکان وجود دارد.

از نظر رلف عمیق ترین سطح وابستگی به مکان به صورت ناخودآگاه به وجود می‌آید و طی آن انس و آشنایی با مکان از بخش هوشیار آگاهی محو می‌شود. رلف این وابستگی را ریشه داری^{۴۰} می‌نامد. او هفت درجه از بیرونیت و درونیت را برای حس مکان، بیان می‌کند (Relph, 1976) که شامل طیف وسیعی از خود بینگانی و بی خانمانی^{۴۱} تا تعلق به مکان و هویت عمیق و کامل با یک مکان را شامل می‌شود.

۴. عوامل شکل دهنده حس مکان

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

۴.۱. عوامل ادراکی و شناختی

چنان که گفته شد حس مکان ترکیبی است پیچیده از معانی، نمادها و کیفیت‌هایی که شخص یا گروه به صورت خودآگاه یا ناخودآگاه از فضا یا منطقه‌ای خاص ادراک می‌کنند (Dingenmans in Shamai, 1991). معانی و مفاهیمی که پس از ادراک مکان توسط فرد رمزگشایی می‌شود از عوامل ایجاد حس مکان هستند. در این صورت حس مکان تنها به معنای یک حس یا عاطفه یا هرگونه رابطه با مکانی خاص نیست، بلکه نظام و ساختاری شناختی است که فرد با آن به موضوعات، اشخاص، اشیاء و مفاهیم یک مکان احساس تعلق پیدا می‌کند. از این رو افراد بدون حس مکان قادر به زندگی در محیطی خاص نیستند، چرا که حس مکان توانمندی فضا یا مکان در ایجاد حسی خاص نسبت به کلیت مکان است و با این حس، مکان رابطه فرد با تمامی مفاهیم، اشخاص و سایر موضوعات موجود در آن مکان را تأمین می‌کند. در این مفهوم، حس به معنای احساس مرحله قبل از ادراک نیست بلکه به معنای

عاطفه یعنی مرحله پس از شناخت است. به این ترتیب مکان‌ها در افراد مختلف حس‌های متفاوتی ایجاد می‌کنند و نقش شخصیت و تجارب گذشته انسان‌ها در دریافت این حس مؤثر است. فضایی که در فرد حس مکان و تعلق ایجاد می‌کند دیگر برای او فضا نیست و تبدیل به یک مکان می‌شود. در این صورت مکان کلیدی می‌شود که مردم تمام فعالیت‌ها و اتفاقات را با آن می‌شناسند، مثلاً مردم وقتی که به مسجدی وارد می‌شوند با مکان مسجد مواجه می‌شوند نه با اشکال مجرد، مردم، نماز و فضا و همین توانمندی مکان است که در ورای اجزا و فعالیت‌ها موجب احساس تعلق به مکان مسجد می‌شود.

تعلق به اجتماع نیز از عوامل مؤثر در ایجاد حس مکان است چنان که هیومن حس مکان را شامل تعلق به اجتماع و حس محلی^{۴۲} تعریف کرده است. از نظر او حس مکان ادراک^{۴۳} فردی مردم از محیط خود و احساسات کم و زیاد آگاهانه آنها از آن محیط است. حس مکان شخص را به گونه‌ای با محیط پیوند می‌دهد که فهم و احساس انسان با زمینه معنایی محیط به یک پارچگی می‌رسد (Hummon, 1992). فریتز استیل معتقد است حس مکان هر محیط بستگی به نحوه ارتباط انسان با آن محیط دارد از نظر او (Steele, 1981):

۱. رابطه انسان و مکان تعاملی است، یعنی انسان‌ها چیزهای مثبت یا منفی را به محیط می‌دهند و سپس از آن می‌گیرند. بنابراین چگونگی فعالیت‌های مردم در کیفیت تأثیر محیط بر آنها اثر گذار است.

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

۳. برخی از فضاها آن چنان روح مکان قوی دارند که بر انسان‌های مختلف تأثیرات مشابه می‌گذارند.

بنابراین انسان به مکانی که در آن زندگی می‌کند، از پیش، مجموعه‌ای از مفاهیم فرهنگی می‌دهد و این پیش مفهومها^{۴۴} راهی که انسان با مکان مواجه می‌شود را شکل می‌دهد. همچنین قرارگاه‌های رفتاری بر انسان تأثیر می‌گذارند و برای این تأثیرات الگوهایی وجود دارد و مردم نیز با کیفیت طراحی کالبدی و مراقبت مکان‌ها بر قرارگاه‌های رفتاری تأثیر می‌گذارند. این تأثیرات می‌تواند کوتاه بلند مدت، مثبت یا منفی باشد.

۴.۲. عوامل کالبدی

از نظر فریتز استیل مهم ترین عوامل کالبدی مؤثر در ادراک و حس مکان، اندازه مکان، درجه محصوریت، تضاد، مقیاس، تناسب، مقیاس انسانی،

مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن

ملموس ساخته شده که دارای مصالح، شکل، بافت و رنگ است (Norberg-Schuls, 1997). همچنین از نظر لیتچ نیز حس مکان عاملی است که میان انسان و مکان ارتباط برقرار کرده و وحدت به وجود می‌آورد و فضا باید هویت قابل ادراکی داشته باشد و قابل شناسایی و به یاد ماندنی و نمایان باشد تا حس مکان ایجاد کند. این نوع حس مکان می‌تواند احساس تعلق نیز به همراه داشته باشد (لینچ، ۱۳۷۶). جنیفر کراس نیز عوامل مؤثر بر حس مکان را چگونگی رابطه با مکان و حس اجتماع می‌داند و رابطه با مکان را به صورت‌های زندگی نامهای، معنوی، عقیدتی، روایتی، مادی و وابستگی اجباری دسته بندی می‌کند که با عواملی مانند هویت، درونیت و رضایتمندی پنج تراز مختلف از حس مکان را ایجاد می‌کنند (Cross, 2001).

بنابراین بررسی‌ها نشان می‌دهد ویژگی‌های کالبدی محیط با ایجاد معانی و تأمین فعالیت‌های خاص، در ایجاد حس مکان مؤثر است. تأمین فعالیت‌ها از فضا با رضایتمندی از ویژگی‌های متغیر محیط مانند دما، صدا و امکان انجام فعالیت‌های فردی و تعاملات اجتماعی توسط عناصر ایستای محیط مانند ابعاد، تناسبات و فرم‌ها به وجود می‌آید. شناخت و عاطفه نسبت به فضا با درک معانی، نمادها، زیبایی شناختی فرمی و معنایی فضا و هویت مندی با آن حاصل می‌شود.

فاصله، بافت، رنگ، بو، صدا و تنوع بصری^{۴۵} است (Steele, 1981). او همچنین خصوصیات نظیر هویت، تاریخ، تخیل و توهّم^{۴۶}، راز و رمز، لذت، شگفتی^{۴۷}، امنیت، سرزندگی^{۴۸}، شور^{۴۹} و خاطره را موجب برقراری رابطه متمرکز با مکان می‌داند. از نظر سالواسن^{۵۰} حس مکان از تعامل سه عنصر موقعیت، منظر و درهم تنیدگی فردی به وجود می‌آید که هر کدام از آنها به تنهایی برای خلق حس مکان کافی نیست. عوامل مختلفی چون بی‌حوصلگی، یکنواختی ساختمان‌ها و ظهور عصر دیجیتال تهدیدی برای حس مکان به حساب می‌آیند (Salvesen, 2002). از نظر او شخصیت کالبدی، مالکیت، اصالت، ساکنین و وسایل رفاهی، طبیعت مانند آب، گیاهان، آسمان، خورشید و فضاهای خصوصی و جمعی؛ اجزای تشکیل دهنده مکان هستند، که در خلق حس مکان مؤثرند.

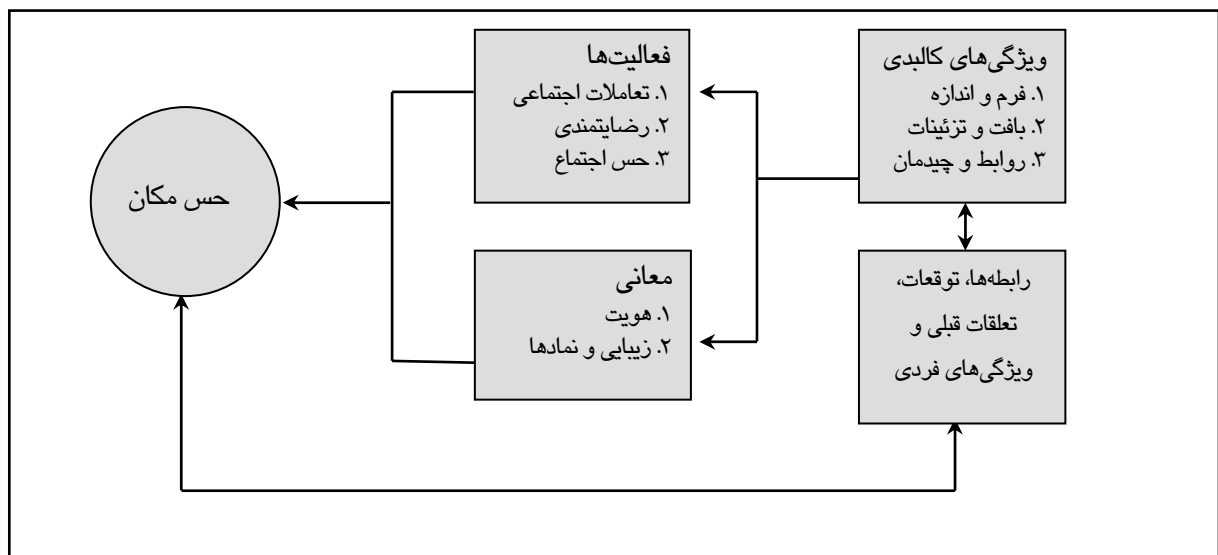
از نظر یان زو ساختارهای معنایی فضا و محیط ساخته شده برای ایجاد مجموعه‌هایی از کیفیات خاص و به وجود آمدن حس مکان نقش دارند (Xu, 1995). و حس مکان به نگرش‌ها، جهان بینی‌ها و پیوند افراد با مکان مانند نام مکان، حکایات مربوط به مکان، تجربه‌های مکان و پیوندهای معنوی با مکان بستگی دارد. او سه متغیر اصلی حس مکان را خوانایی^{۵۱}، ادراک محیط بصری و هماهنگی قرارگاه رفتاری با محیط بصری می‌داند.

از نظر نوربرگ شولتر حس مکان در مکان‌هایی یافت می‌شود که دارای شخصیت مشخص و متمایز هستند و شخصیت محیطی از چیزهای

نتیجه گیری

هایی عینی و بیرونی در محیط مانند طرح، منظره، بو و صدا است که نشان می‌دهد حس مکان مفهومی پیچیده از احساسات و دلبستگی انسان نسبت به محیط است که در اثر انطباق و استفاده انسان از مکان به وجود می‌آید.

برداشت کلی حاصل از تعاریف حس مکان نشان می‌دهد که حس مکان حاصل ارتباط درونی انسان، تصورات ذهنی او و ویژگی‌های محیطی است. این مفهوم از یک سو ریشه در تجربه‌های ذهنی همچون خاطره، سنت، تاریخ، فرهنگ، اجتماع و غیره دارد و از سوی دیگر متأثر از زمینه



افراد نسبت به قرارگاه با اهمیت است. از سوی دیگر چگونگی نیاز افراد، توقعات آنها از مکان و چگونگی ارتباط با مکان نیز از عوامل مؤثر در حس مکان افراد است و در بررسی و مطالعات، این عوامل باید مورد توجه قرار گیرند. برای تدوین مدل تحقیق، ویژگی‌های کالبدی مکان بر احساسات و ارزش گذاری‌ها نسبت به مکان تأثیر می‌گذارد و سازگاری میان قابلیت‌های محیطی و نیازهای انسان را به معیاری برای تفسیر رابطه میان انسان و مکان مبدل می‌سازد (Michelson, 1976). مهم ترین عوامل مؤثر حس مکان در دو دسته معانی و فعالیت‌ها قابل بررسی هستند. در گروه معانی، هویت و زیبایی و در سطح فعالیت‌ها، تعاملات اجتماعی، حس اجتماع و رضایتمندی قرار دارند. علاوه بر این چگونگی ارتباط و تجارب قبلی نیز در حس مکان مؤثرند. عوامل دیگری چون چگونگی انتخاب و رابطه با مکان و ویژگی‌های فردی و اجتماعی استفاده کنندگان نیز از عوامل تأثیر گذار بر حس مکان هستند. عوامل مؤثر بر حس مکان را می‌توان با مدل فوق نشان داد. بر اساس این مدل، ویژگی‌های کالبدی مکان با تأثیر گذاری بر فعالیت‌ها و تعاملات اجتماعی و غنی سازی معانی و مفاهیم مکان بر حس مکان استفاده کنندگان اثر گذاشته و این اثر برای درک شدن، به زمینه‌ای فرهنگی - اجتماعی نیاز دارد.

به این معنا که حس مکان امری از پیش تعیین شده نبوده بلکه از تعامل انسان با مکان زندگی روزمره ایجاد می‌شود، به این ترتیب فرد به مکانی که در آن زندگی می‌کند مجموعه‌ای از پیش تصورات دریافت شده قبلی را می‌دهد، این پیش تصورات چگونگی پاسخ او به محیط را شکل می‌دهند. در بعضی مواقع فرد به مکانی که با این پیش تصورات شکل گرفته، در طول زمان شکل جدیدی می‌دهد. هر چند آشنایی مداوم و زیاد یکی از عواملی است که موجب حس مکان می‌شود، ولی به تنهایی کافی نیست. ویژگی‌های کالبدی با تسهیل فعالیت‌ها و ایجاد هویت، حس مکان را تقویت می‌کند. تطبیق مدل کانتز عوامل کالبدی به واسطه کیفیت طراحی، معانی و فعالیت‌ها را بهبود می‌بخشند و با مرتفع ساختن نیازهای زیستی، روانی و اجتماعی انسان باعث سلسله‌ای از ادراکات، رضایتمندی و در نهایت ایجاد حس مکان می‌شوند (ر. ک. به فلاح، ۱۳۸۴). مدل پیشنهادی فوق عوامل مؤثر بر حس مکان و چگونگی شکل گیری آن را توضیح می‌دهد.

طبق این مدل، محیط کالبدی از طریق تأثیرگذاری بر فعالیت‌ها و ایجاد معانی خاص بر احساس و رفتار افراد تأثیر می‌گذارد و با توجه به این که روابط متقابل اجتماعی افراد یکی از مهم ترین فعالیت‌های انسانی در قرارگاه‌ها است، چگونگی فرایند ادراک نیز در ایجاد تصورات ذهنی و تعلق

پی نوشت ها:

- ۱ Sense of place
- ۲ Character
- ۳ Narratives
- ۴ Topophilia
- ۵ Genius loci (Soul or spirit of place)
- ۶ E. Relf
- ۷ Intentionally
- ۸ Insidness
- ۹ Allen Gussow
- ۱۰ Existential insidness
- ۱۱ Norberg-Schuls
- ۱۲ Kevin Lynch
- ۱۳ David Seamon
- ۱۴ Site
- ۱۵ Locality
- ۱۶ Environmental character
- ۱۷ Topophilia
- ۱۸ Yi-Fu Tuan
- ۱۹ Sense
- ۲۰ Feeling, Emotion & Affect
- ۲۱ Sense of direction
- ۲۲ Identification
- ۲۳ Setha Low
- ۲۴ Place attachment
- ۲۵ Elpueblo

	Yan Xu	۲۶
	Fritz Steele	۲۷
	Shmuel Shamai	۲۸
	Milieu	۲۹
	Total sensual experience	۳۰
	David Hummon	۳۱
Ideological rootedness, Taken for granted rootedness, Place relativity, Place alienation & Placelessness	Jennifer E. Cross	۳۳
Biographical, Spiritual, Ideological, Narrative, Commodified & Dependent		۳۴
Cohesive rootedness, Divided rootedness, Place alienation, Relativity & Uncommitted placelessness		۳۵
Belonging to a place, Place attachment & Commitment toward a place		۳۶
	Identify	۳۷
	Involvement	۳۸
	Sacrifice	۳۹
	Rootedness	۴۰
	Homelessness	۴۱
Sense of community & Local sentional		۴۲
	Perception	۴۳
	Preconception	۴۴
	Visual variety	۴۵
	Fantasy	۴۶
	Surprise	۴۷
	Vitality	۴۸
	Livability	۴۹
	David Salvesen	۵۰
	Legibility	۵۱

فهرست منابع:

- فلاحی، محمدصادق (۱۳۸۴)، "نقش طرح کالبدی در حس مکان مسجد"، مجله هنرهای زیبا، تهران، شماره ۲۲، صفحات ۴۲-۳۵.
- لینچ، کوین (۱۳۷۶)، "تئوری شکل خوب شهر"، ترجمه سید حسین بحرینی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- Altman, I. & Setha Low** (ed.) (1992), "Place Attachment", Plenum Press, New York.
- Brinckerhoff, Jackson John** (1994), "A Sense of Place, A Sense of Time", Yale University Press, New Haven and London.
- Canter, D.** (1971), "The Psychology of Place", the Architectural Press, London.
- Cross, Jennifer E.** (2001), "What is Sense of Place", *Research on Place & Space Website*, 20 Feb. 2003; 12 Mar. 2003; <http://www.western.edu/headwtr/Archives/headwaters12_papers/cross_paper.html>.
- Hale, Jonatan A.** (2000), "Building Ideas: An Introduction To Architectural Theory", John Wiley & Sons, Chichester, England.
- Hummon, David** (1992), "Community Attachment: Local Sentiment & Sense of Place", Plenum, New York.
- Michelson, W.** (1976), "Man and His Environment", Addison Wesley, New York.
- Norberg-Schulz, Christan** (1975), "Meaning in Western Architecture", Praeger Publishers, New York.
- Norberg-Schulz, Christan** (1997), "The Phenomenon of Place", Princeton Architectural Press, New York.
- Rapoport, A.** (1990), "The meaning of the built environment: a nonverbal communication approach", the University of Arizona Press, Tucson.
- Relph, E.** (1976), "Place and Placelessness", Pion, London.
- Richardson, W. J.** (1963), "Heidegger: Through Phenomenology to Thought", Martinus Nijhoff, The Hague Netherlands.
- Salvesen, David** (2002), "The Making of Place"; *Research on Place & Space Website*, 20 Feb. 2003, 12 Mar. 2003, <<http://www.matr.net/print-4108.html>>.
- Seamon, David** (1982), "The Phenomenological Contribution to Environmental Psychology", *Journal of environmental psychology*, no. 2, pp. 119-140.
- Seamon, David** (1996), "A Pingular Impact", *Environmental & Architectural Phenomenology Newsletter*, vol.7, no.3.

-
- Shamai, Shmuel** (1991), "Sense of place: An empirical measurement", *Israel, Geoforum* volume 22, pp. 347-358.
- Sime, Jonathan D.** (1986), "Creating Places or Designing Spaces", *Journal of Environmental Psychology*, no.6, pp. 49-63.
- Steele, Fritz** (1981), "The Sense of Place", CBI Publishing Company, Boston.
- Tuan, Yi-Fu** (2001), "Space and Place: The Perspective of Experience", University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Xu, Yan** (1995), "Sense of Place and Identity", *Research on Place & Space Website*; 20 Feb. 2003; 12 Mar. 2003; <<http://www.eslarp.uiuc.edu/la/LA437-F95/reports/yards/main.html>>.