



بررسی معیارهای مؤثر در طراحی مرکز محله براساس هویت قومی در جهت تداعی حس تعلق به مکان (نمونه موردی محله چهارصد دستگاه کرج)

شیما فیروزبخت^۱، سید محمدرضا خطیبی^{۲*}

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، گروه شهرسازی، قزوین، ایران Firouzbakht.sh@gmail.com

۲- دکتری تخصصی شهرسازی، استادیار، عضو هیئت علمی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، گروه شهرسازی، قزوین، ایران

Khatibimohammadreza@gmail.com

چکیده

امروزه با توجه به گسترش روز افزون شهر های کوچک و بزرگ و فضاهای شهری نا مطلوب ، سازگاری محلات مسکونی و فضاهای عمومی آنها با نیاز های ساکنین اهمیت ویژه ای پیدا می کند. فضاهای مسکونی امروز از درک روح انسانی و تعلق اجتماعی به دور شده اند، به همین دلیل توجه به حس تعلق به مکان در یک محله بخصوص در محلاتی که از هویت قومی و جمعی برخوردار هستند و تعمیم آن به مرکز محله و مراکز محلاتی که قلب تپنده هر محله می باشند ضرورت دارد. پژوهش حاضر بر اساس اندیشه های اندیشمندان طراحی شهری و معماری، جامعه شناسی و روان شناسی به استخراج اصول و معیار های مرتبط با هویت و حس تعلق به مکان می پردازد. در این پژوهش با استفاده از روش توصیفی تحلیلی و از طریق مشاهده ، مصاحبه ، بررسی اسناد داده ها را گرد آوری و آنها را تحلیل و ارزیابی کرده و راهبردها و برنامه های اقدام برای طراحی مرکز محله در محله چهارصد دستگاه کرج تنظیم نموده ایم.

واژه های کلیدی: حس تعلق به مکان، مرکز محله، هویت قومی، طراحی شهری



1- مقدمه

انسان به عنوان موجودی اجتماعی از وقتی که خود و نیاز هایش را شناخته است به دنبال برقراری ارتباط خود با محیط و جهان پیرامون خویش در جهت یافتن و تشخیص هویت فردی و اجتماعی گسترش داده. اجتماعات انسانی یکی از راه های برقراری ارتباط و یافتن هویت در جهت پاسخگویی به این نیاز انسانی است ساخت مکان هایی که از نظر اجتماعی فعال باشد و امکان برقراری ارتباط چهره به چهره انسانی در درون جامعه و در کالبدی سازمان یافته می تواند تاثیری قوی و محکمی بر شکل گیری هویت فردی و اجتماعی افراد داشته باشد.

به عقیده گروتر مکان جا یا قسمتی است که از طریق عواملی که در آن قرار دارد صاحب هویتی خاص شده است. مرکز محله به عنوان شناسه ای هویتی محله شناخته می شود و مکانی برای گردهمایی ساکنین محله و شکل گیری رفتار و قرارگاه های ارتباطی ساکنین با هم که خود مجالی است برای رویارویی ساکنین و افراد با هم که خود می تواند حس تعلق و هویت مکانی را در افراد ساکن محل را تقویت کند.

در شهرسازی و معماری عصر اخیر به وجود مراکز محلات و ارزش های آنها در برآورده کردن نیاز های روحی و جسمی افراد اجتماع بی توجهی شده و این یعنی نا دیده گرفتن نیازهای فردی بشری که در دوران معماری مدرن به اوج خود رسید ایجاد فضا های بی کیفیت شهری بدون مرکز عمومی آرام برای آسودن و بر طرف کردن نیاز های فردی موجب بروز مشکلات شده است. وجود بحران هویتی افزایش یافته و در نهایت به برش افراد از جامعه می انجامد.

هر شهر ویژگی هایی دارد که آن را از دیگر شهر ها متمایز می کند خرده فرهنگ های موجود در کلان شهر ها گونه ای است که باعث ظهور هویت های گوناگون محلی و منطقه ای شده است. محله نیز به عنوان جزء کوچکی از شهره از این قائده مستثنی نیست.

در این میان حس تعلق به مکان به عنوان فرآیندی در نظر گرفته شده است که فرد نسبت به مکان، محیط و شیء یا امری احساس تعهد و هم هویتی پیدا می کند.

1-2- روش تحقیق

نوع تحقیق کاربردی با رویکرد حاکم بر آن از لحاظ روش شناسی توصیفی-تحلیلی است، جامعه مورد بررسی شهر کرج محله چهارصد دستگاہ می باشد.

در تحقیقات توصیفی محقق به دنبال چگونگی بودن موضوع است به عبارت دیگر این نوع تحقیق وضع موجود را بررسی می کند و به توصیف منظم و نظام دار وضعیت فعلی آن می پردازد.

ویژگی و صفات آن را مطالعه و عندالزوم ارتباط بین متغیر ها را بررسی می نماید. اجرای تحقیق توصیفی می تواند صرفاً برای شناخت بیشتر شرایط موجود یا یاری دادن به فرآیند تصمیم گیری باشد.

در تحقیق حاضر با استفاده از روش های کتابخانه ای و بررسی متون به شناخت کلی و اقدام به استخراج علل و عوامل مؤثر در موضوع پرداخته می شود و از طریق مطالعات میدانی بستر طرح را مورد بررسی قرار می دهیم.

2- محله و اجتماع محلی

در تعریف واژه هم پیوند با محله مبتنی بر بعد اجتماعی آن، مفهوم اجتماعی محلی مطرح شده است. در لغت نامه آکسفورد، اجتماع محلی به معنای مجموعه ای از انسان هاست که در یک مکان، ناحیه و یا محدوده مشترک زندگی می کنند و ویژگی های مشترکی چون مذهب، شغل، نژاد، قومیت و نظایر آنها را با یکدیگر پیوند می دهند. "در نوشتار شهرسازی مفهوم اجتماع محلی، شبکه ای از اجتماعات مردمی با هویت، علایق و نظریه های مشترک در سطح محلی است که زمینه های شناخت، ایجاد فرصت و حمایت های دو سویه را برای تعامل متقابل فراهم می آورند." [1] (Barton 2003, 158). مفهوم اجتماع محلی را می توان از چهار منظر زیر مورد بررسی و تحلیل قرار داد. الف) مفهوم اجتماعی: مجموعه ای از افراد که دارای منافع، سازمان و تحت قانون مشترک اند. این مفهوم قدیمی ترین برداشت از اجتماع محلی در اندیشه های جامعه شناسی است. ب) مفهوم حقوقی اقتصادی: بر عنصر منافع و مالکیت مشترک در تعریف اجتماع محلی تاکید دارد و لزوماً بر مبنای مکان یا فضای مشترک نیست. ج) مفهوم جغرافیایی مکانی: بر عنصر مکان در تعریف اجتماع محلی تاکید دارد و آن دسته از افرادی را در بر می گیرد که در یک مکان مشخص جغرافیایی زندگی می کنند. این افراد ممکن است منافع مشترکی داشته باشند، یا نداشته باشند. اجتماع محلی در این تعریف می تواند شامل واحد همسایگی (محله) شهرک و یا حتی یک شهر یا منطقه شهری باشد. د) مفهوم اکولوژیکی: در این مفهوم، اجتماع محلی به صورت تجمعی از ارگانیسم ها تعریف می شود که با یکدیگر دارای روابط تقابلی اند.

محله به عنوان نهادی که واحدهای همسایگی را در خود دارا می باشد با مفهوم اجتماع و اجتماع محلی قرابت زیادی دارد. این دو واژه به دلیل قرابت معنایی زیاد گاهی به جای یکدیگر استفاده می شوند و دارای ابهامات زیادی می باشند. از یک طرف اجتماع در بر گیرنده ارتباط با ترکیبی از عقاید، شرایط و اولویت ها و مناسبات و علایق مشترک است از طرف دیگر شبکه های ارتباطی که افراد یک اجتماع را به یکدیگر پیوند می دهند، ممکن است در مکان به عنوان محل زندگی نیز ریشه داشته باشند. اجتماعات مذهبی، قومی به واسطه فرهنگ نظام عقاید محدود می شوند و اجتماعات حرفه ای و دیگر اجتماعات به واسطه علایق شرایط یا اولویت های مشترک به هم پیوند می خورند. گر چه اجتماعات محلی متکی بر مکان هستند، ولی آنها به عنوان تقسیمات فرعی از سرزمین به لحاظ جغرافیایی مدنظر نیستند. به بیان دیگر آنها واحدهایی هستند که در آن برخی از مجموعه ارتباطات هم چون پیوندهای ارتباطی (خانوادگی، خویشاوندی، دوستی و همسایگی و...) پیوندهای کارکردی (مانند ارتباطات در تولید، مصرف و جابجایی کالاها و خدمات)، پیوندهای فرهنگی (مانند: پیوند در مذهب، سنت یا هویت قومی و...) یا پیوندهای اقتصادی (مانند: ارتباط در پایگاه اقتصادی یا سبک زندگی و...) تمرکز می یابند.

2-1- مفهوم محله در شهر های ایران

محله به مثابه سلول اصلی شهر در ایران سکونتگاه قوم، نژاد، مذهب یا فرقه خاص است. جامعه شهری رنگ گرفته از نظام عشیره ای، در روند شکل گیری خود مجموعه هایی را ایجاد کرد که به محله معروف شدند. از ابتدای بنای شهرهای اسلامی و حتی قبل اسلام، هر قوم و قبیله ای تحت شرایط خانوادگی، منافع مشترک و شبکه های خویشاوندی، محله جداگانه ای در شهر بنا می کرد. نیاز به همبستگی داخلی از یک سو و تحدید گروه های اجتماعی خودی در مقابل دیگران از سوی دیگر، لزوم خودکفایی نسبی را در زمینه خدمات و تأسیسات لازم توجیه می کرد. همبستگی اجتماعی فرهنگی سبب ایجاد عامل روانی تعلق به محله و پیروی افراد از آداب و رسوم واحد و همچنین احساس تمایز نسبت به ساکنان دیگر محله ها بود. ساکنان محله نسبت به یکدیگر و محله، دارای وظایف و حقوق خاصی بودند، و خود را جزئی از جمع و بقا و آسایش خود را در کارایی و قدرت مجموعه می دیدند. این همبستگی شدید، باعث تمایز نسبت به دیگر ساکنان شهر و محله ها می شد. شکل گیری محله های حیدری خانه و نعمتی خانه در دوره صفویه در بیشتر شهرهای ایران از جمله اصفهان و شیراز را می توان نمونه هایی از این موضوع دانست. روابط

اجتماعی حاکم به صورت بسیار ظریفی در شکل گیری و استخوان بندی محله موثر بوده و شبکه ارتباطی و مرکز محله و دیگر عناصر کالبدی مانند آب انبار، مسجد، حسینیه، سقا خانه و حمام را تعریف می کرد. تحت تأثیر چنین شرایط اقتصادی و اجبار به خود کفا بودن نسبی، در هر محله و تاسیسات اقتصادی ویژه ای بر پا می شد و مرکزی در خود داشت که همه مایحتاج روزانه و کوتاه مدت محله را فراهم می کرد. بافت کالبدی محله به عنوان تبلور فضایی شرایط اجتماعی اقتصادی جامعه دارای انسجام و همگنی خاصی بود. به عبارت دیگر عوامل مذکور باعث بوجود آمدن عناصر کالبدی محله می شد و مجموعه ای از عناصر مذکور در مراکز مسکونی محیطی را پدید می آورد که نمایانگر روابط متقابل ساکنان در ارتباط روزمره آنان بود. (پاکزاد، 1361: 69) [2]

2-2- مرکز محله

مرکز محله مهم ترین فضای اجتماعی و قلب هر محله محسوب می شود. مرکز محله ها مظهر بیشترین تماس ها و تجمع های افراد هر محله محسوب می شود. مرکز محله علاوه بر آن، مکان استقرار فضاهای خدماتی مورد نیاز ساکنین محله بوده است. ارزش های معنوی در شکل گیری فضاهای کالبدی محله تأثیر خود را به خوبی نشان می دهد. فضاهای که به تشکیل مکان های اجتماعی و هویتی منجر می شود و جزئی از شناسه تشخیص محله می گردد. در شهرهای بعد اسلام ایران مسجد به عنوان محور فعالیت ها نشانه ی اصلی و مهم ترین عنصر کالبدی هر محله نقش ایفا نموده است. (ثقه الاسلامی و امین زاده 1390) [3] همچنین در اغلب شهرهای تاریخی ایران سازمان فضایی شهرها بر پیوند میان مرکز شهر و مراکز محلات از طریق گذر های اصلی و میدان ها استوار بوده است. (توسلی، 1381: 87) [4] که این خود نقش مهمی در تأکید نظام همبستگی و یکپارچگی قوی بین عناصر مکانی و فضایی محلات داشته است. اگر بخواهیم محله را در نسبت به هستی انسان بررسی کنیم، باید به این نکته توجه کنیم که چون درک بشر از محیط خود وابستگی تام به موضوع مراکز محیطی و ارتباط های ذهنی - عینی آنها با یکدیگر دارد، اهمیت محله به منزله اولین و مهم ترین نقطه و مرکز جهان اجتماعی انسان جایگاهی بسیار مهم می یابد، بنحوی که می توان مرکز محله را مرکز هویتی دنیای اجتماعی فرد نامید.

در گذشته عنصر اجتناب پذیر هر محله میدانی بوده در قلب آن جای می گرفت و عمومی ترین و مردمی ترین فضای آن محسوب می شد و عمدتاً نام آن محله از آن میدان گرفته می شد. این میدان برای ساکنین محله بستری مناسب جهت برقراری روابط اجتماعی فراهم می آورد، زیرا فعالیت ها و فضا های مرتبط با طنیدگی روزمره ی آنها در آن مستقر بود. معمولاً چند عنصر حیات مانند آب انبار، مسجد، حمام، تعدادی مغازه، و ... در اطراف میدان قرار می گرفت که همه نیاز های روزمره افراد در محله را برطرف می کرد هم عامل موثری در جذب ساکنان به میدان محلی محسوب می شد. به این ترتیب پس از پدید آمدن الزام حضور در مرکز محله، استمرار ضرور موجب می شد که میدان محلی تبدیل به میعادگاه ساکنین گردد، بطوریکه میدان محله را حیاط دومی تصور می کردند که به هم محله ای های خود در آن سهیم بودند. این اشتراک و حس تعلق به محله را نیز قوت می بخشید. فضای میدان به هیچ وجه تک عملکردی با غلبه ی نوع خاصی از کاربری ها و فعالیت ها نبود، بلکه وجود فعالیت ها و عملکرد های سازگار اعم از فرهنگی، تجاری، رفاهی، و ... فضا را در طول زمان برای مخاطبین گوناگون زنده نگه می داشت و میدان محلی را درون بافت مسکونی تبدیل به مقصدی میکرد که راه های محله به جای آنکه از آن عبور کنند به آن منتهی می شدند. لذا بسیاری از محله ها به واسطه این فضای شهری شناسایی می گشتند و مبدا هر آدرسی در محله میدان آن بود و نقاط دور و نزدیک محله نسبت به آن سنجیده می شد. به همین لحاظ میدان محلی در تصور ذهنی عموم از یک محله، نقطه ی پر رنگی محسوب می شد که از یک طرف تصویری از محله حول آن شکل می گرفت و از آن طرف دیگر با میدان های سایر محلات، جایگاه محله در شهر و ارتباط میان محلات در تصور مردم بازسازی می شد. (پاکزاد، 1388: 68) [5]

3- معنای لغوی هویت

هویت یا «الهیوه» کلمه‌ای عربی است از لفظ «هو» که در اینجا اشاره به غایت دارد و آن درباره خداوند متعالی است و اشاره دارد به کنه ذات او به اعتبار اسماء و صفات او (الطایی، 1385:20) [6]

در واژه نامه آکسفورد معنی واژه هویت (مثل هم بودن) آمده است که یک تشابه ریشه شناسنامه با مفاهیمی مثل (همانند واحد) دارد و در کل بیانگر آنچه کسی یا چیزی هست می‌باشد. (میر مقتدایی، 1383:11) [7]

برخی اندیشمندان هویت رت با تاکید بر وجه تشخیص تعریف کرده اند. نظیر آنچه شیخاوندی ارائه نموده است و هویت مبین مجموعه خصایصی است که امکان تعریف صریح یک شئی یا یک شخص را فراهم می آورد. (شیخاوندی، 1380:6) [8]

هویت (Identity) از ریشه «Idem» به معنی «همان چیز» «همانی» می‌باشد. در قدمی جلوتر در مورد این واژه، ویژگی دائمی و اساسی یک شخص و گروه عنوان شده است. یا ویژگی‌های متمایز کننده یا شخصیت یک فرد به فردیت و بعد شامل چیزی بودن یا بخشی از چیزی بودن و نیز تعلق یک فرد به یک گروه اجتماعی بر پایه وضعیت یک محله جغرافیایی، زبانی فرهنگی که جاذب برخی ویژگی‌های خاص می‌باشد. ذکر شده است. (پارسا پزوه، 1379:71) [9]

تنها پدیده‌ای که دغدغه هویت دارد، انسان است و همواره به دنبال ابزاری می‌گردد که به واسطه آن خود را تبیین کند. بدیهی است که تبیین خویشتن به صورت منتزع از سایرین امکان پذیر نیست. زیرا انسان به عنوان یک موجود اجتماعی مجبور است، گروهی عمل کند و به دلیل نیاز به برقراری ارتباط با سایر افراد نمی‌تواند بدون کمک اطلاعاتی دیگر خود را بیابد و احراز هویت نماید. بر این مبنای دستیابی به هویت شخصی نیز تابع یک فرایند اجتماعی است. (قاسمی، 1390:67) [10]

به همین خاطر است که اجتماع در نحوه تفکر مردم درباره خود و ایجاد هویت مشخصی برای آنها نقش اساسی ایفا می‌نماید. (افروغ، 1377:69) [11]

وارد شدن مفهوم اجتماع در عرصه بحث پیرامون هویت ناخودآگاه- مفهوم هویت جمعی را نیز مطرح می‌سازد. فرد با حضور و رشد یافتن در جمع علاوه بر آن که دارای هویت مشخصی یعنی نام، منزلت اجتماعی و روابط مشخص با دیگران می‌گردد، بلکه با گرفتن عناصر مشترکی که فرهنگ خوانده می‌شود هویت جمعی می‌یابد و با مجموعه این مسائل دارای تاریخ مشترک می‌شود. اهمیت هویت جمعی تا بدان پایه است که اگر فرد در اجتماعی قرار گیرد که نتواند خود را جزئی از آن به حساب آورد قادر به تثبیت هویت شخصی خود نیز نیست.

3-1- هویت مکان

برای هر کس پیوند و آگاهی عمیق نسبت به مکان‌هایی که در آن تولد یافته، رشد کرده یا هم اکنون در حال زندگی و تردد است، وجود دارد. این پیوند منبع اصلی هویت و امنیت فردی و جمعی است. به نظر گابریل مرسل یک فرد جای از مکان خود نیست، او همان مکان است. واگنر معتقد است که زمان، مکان، انسان و عمل، هویت غیر قابل تفکیکی را می‌سازند بنا بر این معنا و عمل عناصری را در هم تنیده اند که در فهم هویت مکان باید در نظر گرفته شود. در مجموع هویت مکان به نحوی به عناصر سه گانه محیط فیزیکی (فرم)، فعالیت (عملکرد)، معنا بر می‌گردد. سه عنصر مزبور غیر قابل تقلیل به یکدیگر بوده، اما به طور غیر قابل تفکیکی در فهم ما از مکان‌های مختلف به هم پیوند خورده اند. سیمای فیزیکی، فعالیت‌ها و معنای مواد خام هویت مکان اند و دیالکتیک میان آنها، روابط ساختاری این هویت است. (افروغ، 1377:72) [11]

نوربرگ شولتز نیز در خصوص هویت مکان خاطر نشان می‌سازد، مکان‌ها لزوماً همان چیزی هستند که باید باشند و دخل و تصرف انسانی در آنها زمانی به فضاهای قابل زندگی منجر می‌شود که حال و هوای حاکم بر فضا را تشخیص دهد و در راستای آن

حرکت کند. برای مثال یک میدان محلی زمانی به عنوان یک فضای زنده در دل محله هویت خود را داراست که از نظر کالبدی ابعاد و محصوریت مناسبی داشته، کانون فعالیت های جمعی ساکنان و محل استقرار کاربری های مورد نیاز آنها باشد و معنای حیاط دوم و میعادگاه ساکنان را بدهد. بنابراین هرگونه دخل و تصرف در فضا اگر ملاحظیات فوق را مد نظر قرار ندهد نه تنها مثر ثمر نخواهد بود بلکه نتیجه معکوس خواهد در بر دارد. (قاسمی، 1383: 73) [10]

3-2- هویت قومی

سرزمین ایران به دلیل قرار گرفتن در جنوب غربی آسیا همواره در طول تاریخ رابط بین شرق و غرب بوده و محل مراودات و ارتباطات و مهاجرتها در طول تاریخ بوده است. در حال حاضر ترکیب قومی- مذهبی کشور نیز گویای این واقعیت است که سرزمین ایران از اقوام و گروه های مذهبی مختلفی تشکیل شده است و دارای یک سری ویژگی ها، آداب و رسوم، عقاید و خصوصیات یگانه و منحصر به فردی هستند که نه تنها، قابل جمع با دیگر گروه های قومی- مذهبی و فرهنگی ملی و عمومی کشور نیست بلکه، ممکن است در مقابل آن مقاومت کنند و هر یک به تنهایی فرهنگ های ویژه و مستقلی را تشکیل دهند. هویت قومی از جمله این هویتهاست که به علت کثرت و تنوع اقوام تمایزات فرهنگی و اجتماعی جدی در میان آنها دیده می شود. هویت قومی: مجموعه خاصی از عوامل عینی و ذهنی فرهنگی و اجتماعی و عقیدتی است که در یک گروه انسانی متجلی می شود و آن را نسبت به دیگر گروه های متمایز می سازد و این هویت باید با واقعیت همان گروه منطبق باشد. (الطایبی، 1385: 158) [6] این تمایز گذارها میان (قوم خود) (دیگری) که به همان مبحث هویت از دیدگاه انسان شناسی به لحاظ ساختار تقابلی می انجامد، ممکن است حتی تا حد شیطانی کردن دیگری نیز پیشروی کند. بحث «هویت قومی» در ایران در واقع می تواند بهانه تعارضها نیز باشد زیرا که شامل اختلاف های دیگری نظیر اختلاف های اقتصادی- دینی و ایدئولوژیک نیز می شود. که در این صورت نیز می توان از وجود نوعی پتانسیل استقلال نهفته در میان اقوام صحبت کرد. واقعیت امر این است که هر چند ما در کشورمان از منبع و سرچشمه غنی و جوشان به نام (هویت ایرانی) برخورداریم که به عنوان یک محور اصلی تمامی احاد جامعه را گرد هم جمع نموده و بین آنها پیوند برقرار نموده و به آنها وحدت بخشیده ولی مسئله سازگاری و انطباق هویت قومی بر ملی از مسایل بسیار جدی مطرح شده در ایران می باشد. آنچه که آن را مهم تر می کند، اضافه شدن این مسائل به مسئله شهر و به وجود آمدن (محله های قومی) در شهر به عنوان نوعی تفاوت گذاری میان خود و دیگری است. البته ذکر این نکته در اینجا الزامی است که (محله های قومی) را شاید بتوان نوعی ابزاری برای ورود به جامعه بزرگ فرهنگ غالب و کاهش ضربات ناشی از برخورد مستقیم فرهنگ های نابرابر، غریب با یکدیگر دانست که همزمان یکی از کارکردهای مهم آن در شهر نیز می باشد. (فکوهی، 1383: 292) [12] تشکیل محله های قومی بخصوص خود را در شهر نشان می دهد. زیرا شهر سبب فروپاشی گسترده مناسبات، پیوندهای نخستین یا اولیه (خویشاوندی و قومیت و ...) شده و آنها را به پیوندهای ثانویه (همسایگی و شغل و ...) بدل کرده است. به همین دلیل است که در شهرها یا با نوعی بازسازی هویت های از دست رفته روبرو هستیم که (محله های قومی) از جمله آنها هستند. این مسئله زمانی حادث می شود که (پدیده مهاجرت) نیز به آنها اضافه گردد.

3-3- هویت جمعی

وارد شدن مفهوم اجتماع در عرصه ی بحث پیرامون هیت خواه ناخواه، مفهوم هویت جمعی را نیز مطرح می سازد. فرد با حضور و رشد یافتن در جمع علاوه بر آنکه دارای هویت شخصی یعنی نام، منزلت اجتماعی و روابط شخص با دیگران می گردد، بلکه با گرفتن عناصر مشترکی که فرهنگ خوانده می شود، هویت جمعی می یابد و با مجموعه این مسائل دارای تاریخ مشترکی گردد. از آن پس این "ما" است که به دنبال کیستی خود می گردد و کیستی افراد نیز خارج از چارچوب آن بی معنی است. اهمیت هویت

جمعی تا بدان پایه است که اگر فرد در اجتماع قرار بگیرد که نتواند خود را جزئی از آن به حساب آورد، قادر به تثبیت هویت شخصی خود نیز نیست. یکی از دلایل احساس رها شدگی و مطرود بودن مهاجران در جامعه ای که به آن وارد می شوند، انقطاع میان هویت شخصی آنها و هویت جمعی اجتماع است. زیرا هویت معین و منسجم هرگز نمی تواند بی در و پیکر باشد و لزوماً در چارچوب و محدودیت های مشخص قرار می گیرد. که تا حد زیادی توسط اجتماع تعریف می شود.

4- حس تعلق به مکان

تعلق به مکان سطح بالاتری از حس مکان است که به منظور بهره مندی و تداوم حضور انسان در مکان نقش تعیین کننده ای می یابد. تعلق به مکان که بر پایه حس مکان بوجود می آید فراتر از آگاهی از استقرار در یک مکان است. این حس به پیوند فرد با مکان منجر شده و در آن انسان خود را جزئی از مکان می داند و بر اساس تجربه های خود از نشانه ها، معانی، عملکردها و شخصیت نقشی برای مکان در ذهن خود متصور می سازد و مکان برای او قابل احترام می شود. (سرمدست، 1389:133) [13]

از نگاه پدیدار شناسان، حس مکان به معنای مرتبط شد مکان به واسطه درک نمادها و فعالیت های روزمره است. این حس می تواند در مکان زندگی فردی بوجود آمده و با گذر زمان عمیق و گسترش یابد ارزش های فردی و جمعی بر چگونگی حس مکان تاثیر می گذارد و حس مکان نیز بر ارزش ها، نگارش ها و به ویژه رفتارهای فردی و اجتماعی تاثیر گار می گذارد. حس مکان نه فقط باعث هماهنگی و کارکرد مناسب فضای معماری و انسان است بلکه محاملی برای احساس امنیت، لذت و ادراک محاطفی افراد می باشد و به هویت مندی افراد و احساس تعلق آنها به مکان کمک می کند.

از دیدگاه پدیدار شناختی، مهم ترین مفاهیم مرتبط در بیان حس مکان، واژه های مکان دوستی، تجربه مکان و شخصیت مکان است و حس مکان به معنای ویژگی های غیر عادی و شخصیت مکان است که معنایی نزدیک به روح مکان دارد. از لحاظ تاریخی روح مکان برای برپایی جشن و مراسم مذهبی به کار برده می شد. مکانی که این اتفاقات در آن اتفاق می افتاد، تبدیل به مکان ویژه ای می گشت و آن را از سایر مکان ها متمایز می کرد و روح مکان نامیده می شد. در تفسیرهای امرزی، حس مکان چیزی است که افراد در دوره زمانی خاص می آفرینند و نتیجه سوم و اتفاقات تکراری است و حال و هوای محیط را توصیف می کند. در پدیدار شناختی مکان تجربه، اصلی ترین رکن در ادراک است. سطح اولیه حس مکان، آشنایی با مکان است که شامل: بودن در یک مکان بدون توجه و حساسیت به کیفیات یا معنای آن است.

در رشته های علمی مانند روان شناسی، جامعه شناسی و انسان شناسی اصطلاحات تعلق به مکان، تعلق به اجتماع، ساختار عطفه و معنا و تجربه، مهم ترین مباحث مطرح شده درباره حس مکان هستند. تعلق مکانی به این معناست که مردم خود را به واسطه مکانی که در آن به دنیا آمده اند و رشد کرده اند. تعریف می کنند.

این ارتباط گاه به طور کلی حس مکان نامیده می شود. مردم را به گونه ای عمیق و ماندگار تحت تاثیر قرار می دهد و خاطره مکان هویت و قدرت انسان را تقویت می نماید. در واقع احساس تعلق 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 ایفا می کند (فلاح، 1389:80) [14] این حس به گونه

ای به پیوند فرد با مکان منجر می شود که انسان خود جزئی از مکان می داند و بر اساس تجربه های خود از نشانه ها ، معانی، عملکرد ها ، شخصیت و نقشی برای مکان در ذهن خود متصور می سازد.

تعلق مکانی از جنبه های روانشناسی و هویتی قابل تفسیر است. در روانشناسی ، تعلق مکانی به رابطه شناختی فرد با 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 دل بستگی به مکان رابطه نمادین ایجاد شده توسط افراد به مکان است که معانی احساسی ، محاطی و فرهنگی مشت یکی به یک فضای خاص می دهد بنابراین تعلق به مکان ، چیزی بیش از تجربه محاطی و شناختی بوده و عقاید فرهنگی مرتبط کننده افراد به مکان را نیز شامل می شود . فرهنگی بودن تعلق به مکان به معنای این است که در اکثر افراد تجزیه و تحلیل فضا به صورت نماد مثبت فرهنگی قابل تجزیه 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. (فلاح، 1389:70) [16]

5- مولفه های هویت مکانی

مولفه های هویت مکانی که بر اساس تلفیقی از اندیشه های صاحب نظران شکل گرفته به شکل زیر است:

- عوامل تصویر ذهنی که عمل پردازش در ذهن انسان انجام می گیرد لذا ذهن مکمل حواس انسان است.
- عوامل محیطی که به واسطه ارتباط با یک مکان باعث برانگیخته شدن این حس می شود.

1-5- معیارها و شاخص ها

با توجه به نظریات پشتیبان پژوهش و شکل گیری مولفه های دوگانه شامل عوامل تصویر ذهنی و عوامل محیطی می شود جهت طی مسیر و ارزیابی مناسب تر و دقیق تر ، هر مولفه شامل معیار هایی (زیر معیار) می شود و در ادامه جهت تعریف کاربردی معیار ها ، معیار ها به شاخص هایی تقسیم گردیده است.

جدول شماره 1- زیر معیار های عوامل تصویر ذهنی مأخذ نگارندگان. 1394

عوامل تصویر ذهنی	
معنا	سطح کیفی هویت مکانی در ذهن فرد، واجد معنا بودن برای طیف وسیعی از ساکنین
تداعی	وجود عناصر خاص و شاخص که فرد تحت تاثیر آن باشد مانند تک درخت کهنسال در مرکز محله
این همانی	وجود عناصری که فرد راجع به آن در زمان و مکان دیگر اطلاعاتی داشته باشد. مانند خانه کودکی ، بستنی فروشی دوران کودکی
خاطره	به واسطه مکان قابل ارجاع است



همایش ملی معماری و شهرسازی بومی ایران

یزد - بهمن ماه ۱۳۹۴

National conference of native architecture & urbanism of IRAN

جدول شماره 2- زیرمعیارهای عوامل محیطی مأخذ نگارندگان، 1394



عوامل محیطی	
شناسایی بر اساس هویت	بر اساس محل زندگی ، مدت زمان زندگی در محل
تعلق مکان	عواملی که باعث ماندن فرد در یک محل می شود از جمله خاطره، عناصر طبیعی مانند درخت یا کاربری خاص
انطباق با محیط	آرام سازی کوچه ها، وجود کوچه های بن بست، اصالت مکان ، قوت و اعتباربخشی سنت های فرهنگی
فعالیت	هویت بناهای همگانی، وجود کاربری خاص ، قرارگاه های رفتاری خاص
فرم	گوناگونی، سازگاری ، تمرکز

6- مولفه های حس تعلق به مکان

مولفه های حس تعلق به مکان که بر اساس تلفیق از اندیشه های جان لنگ ، یان بنتلی، جین جیکوبز، کوین لینچ، راجر ترسینیک ، دانلد اپیلارد، فرانسیس تیبالدز شکل گرفته است، به شرح ذیل خواهد بود:

- عوامل اجتماعی و فرهنگی این عوامل غالباً شامل جمعیت ، فرهنگ شهر یا شهروندان می شود . بنابراین در این بعد انسان به عنوان محوریت اصلی تلقی می شود.

- عوامل ذهنی این عوامل به صورت «قابلیت غیر مستقیم» به عنوان عاملی ادراکی معنایی با ایجاد تصاویر ذهنی منطبق بر ذهن ، تعقلات و تجارب قبلی باشندگان می باشد.

- عوامل کالبدی بافت کالبدی و ساختار مکانی شهر ها از مهم ترین وجوه تمایز بین شهر های کهنه و نو می باشد و در طراحی و توسعه یک شهر باید مد نظر قرار گیرد.

6-1- معیارها و شاخص ها

با توجه به نظریات پشتیبان پژوهش و شکل گیری مولفه های سه گانه شامل اجتماعی و فرهنگی ، ذهنی و کالبدی می شود جهت طی مسیر و ارزیابی مناسب تر و دقیق تر ، هر مولفه شامل معیار هایی (زیر معیار) می شود و در ادامه جهت تعریف کاربردی معیار ها ، معیار ها به شاخص هایی تقسیم گردیده است.

جدول شماره 3- زیرمعیارهای عامل اجتماعی فرهنگی مأخذ نگارندگان، 1394

اجتماعی و فرهنگی	
همبستگی و تعامل اجتماعی	شناخت ساکنان مجتمع های مجاور همسایگان و ارتباط با آنها عضویت در نهاد های اجتماعی ، سپری کردن اوقات فراغت

نیاز به وابستگی	میزان احساس تعلق به مکان، مدت زمان سکونت، مکان و محل تولد
مشارکت شهروندان	مشارکت با همسایگان در امور مربوط به محله، نظر ساکنان نسبت به وجود مشارکت
مالکیت	وضعیت مالکیت واحدهای مسکونی

جدول شماره 4- زیرمعیارهای عوامل تصویر ذهنی مأخذ نگارندگان، 1394

شناخت محله بدون نقشه و تابلوشناخت ورودی ها و خروجی های محله و ویژگی های آنها	خوانایی (وضوح)
میزان احساس امنیت شهروندان در محله	ایمنی و امنیت
میزان رضایت از سکونت، تمایل به ادامه سکونت، میزان جذابیت و آرامش و آسایش در شهر	رضایتمندی از سکونت

جدول شماره 5- زیرمعیارهای عوامل کالبدی مأخذ نگارندگان، 1394

عوامل کالبدی	
اختلاط کاربری	فعالیت ها و تنوع آنها
انعطاف پذیری	میزانی که مرکز محله می تواند محل گذارندن اوقات فراغت باشد، تفریح و گفت و گو و مراودات اجتماعی، میزان انعطاف پذیری بستر مرکز محله برای تبدیل به رویدادی خاص
سرزندگی	میزان تمایل به پیاده روی در خیابان و کوچه ها، وجود مرکزی جذاب برای قدم زدن، وجود کاربری های جذاب، حضور گروه ها مختلف یا فعالیت ها مختلف در فضا

7- بررسی نمونه موردی

محله چهارصد دستگاه، از جمله محله‌هایی است که به نحو بسیار بارزی می‌توان تمامی عناصر (محله) در گذشته را با آن تطبیق داد. همان طور که در شهرهای سنتی جدایی گزینی فضایی براساس گروه بندی های (دینی و قومی) صورت می‌گرفت، محله چهارصد دستگاه نیز بر همین اساس شکل گرفته است. بدین ترتیب هویت‌های دینی و قومی (زبانی) بر هویت محله‌ای افراد منطبق بود. این محله در طول زمان بواسطه رشد اقتصادی و همنشینی قوم یزدی در طول زمان شکل گرفته است، گرچه بعدها قوم کرمانی نیز به آن اضافه شده است. این محله در منطقه 9 شهرداری کرج واقع است و ساختار کلی شبکه ارتباطی کرج، حاصل توسعه سریع شهر حول دو محور شرقی و غربی اصلی خیابان «دکتر بهشتی» بوده است.

کارکرد امنیتی: با توجه به شناخت مردم از یکدیگر و آشنایی‌ها باعث می‌شود که تردد افراد غریبه و ناشناس در محله به راحتی قابل تشخیص باشد و این خصیصه می‌تواند کمک زیادی به کاهش ناامنی محله نماید. چنین کارکردی در گذشته به شکل بسیار

بارزی در قالب دوست شدن با غریبه‌ها، صحبت کردن افراد مسن با افراد تازه وارد نشان داده می‌شد، ولی هم اکنون این شکل از امنیت به دلیل ورود افراد ناپایداری چون مستأجران، خریداران و... کارایی چندانی ندارد. ولی نکته جالب توجه این است که تقریباً تمامی افراد مصاحبه شونده به لحاظ امنیت محله، از محله راضی بودند.

یکی از دلایل آنرا می‌توان به این دلیل دانست که با این که آپارتمان سازی رو به افزایشی را در این محله شاهد هستیم، ولی چون اکثر مالکان از افراد قدیمی محله می‌باشند، مستأجران نیز گاهی از آشنایان و اقوام آنها و گاهی نیز فرزندانشان می‌باشند و همین مسئله امنیت محله را بالاتر برده است.

کارکرد اجتماعی: ایجاد حس مسئولیت در ساکنین هویت بخشی به افراد آماده کردن ساکنین برای ورود به جامعه. از نظر هاروی محله هنوز هم منبع مهم تجربه اجتماعی شدن است. این کارکرد بیشتر به شکل هویت بخشی به افراد از طریق (یزدی بودن) به افراد انتقال پیدا می‌کند. اگر چه آداب و رسوم قوم یزد و درموردی کرمان گاهی در محله اجرا می‌شود. وجود دو کارخانه قدیمی به نام «جهان چیت و روغن نباتی» باعث شناسایی بیشتر این محله شده است. هر چند در حدود 15 سال پیش کارخانه (جهان چیت) ور شکست شده است و کارخانه (روغن نباتی جهان) به دلیل شکایتهای پی در پی اهالی به دلیل بوی مواد صنعتی و سر و صدا به خارج در شهر منتقل شده است، ولی وجود کالبدی این کارخانه‌ها همچنان به عنوان یک نماد قوی عمل می‌کند. نگارندگان از واژه «نماد» استفاده می‌کنند، چرا که هر دو کارخانه‌ها زمانی به دلیل ارتباطی که با معیشت مردم داشته‌اند، نقش نماد را کاملاً ایفا می‌کرده‌اند. به عنوان مثال یکی از افراد ذکر کرد که «قبلاً که کارخانه هنوز کار می‌کرد من با سوت کارخانه جهان چیت که صبحها ساعت 6 و بعدازظهرها ساعت 2 بود، ساعت را می‌فهمیدم و گاهی بعضی از کارهایم را طبق این ساعت‌ها برنامه ریزی می‌کردم»

7-1- مهمترین ویژگی‌های این محله:

1- آمیختگی محل کار و سکونت در گذشته به دلیل ساخت دو کارخانه بسیار مهم (نساجی و روغن نباتی) که توسط مرحوم فاتح بنیان نهاد شد و همچنین واگذاری زمین‌های قطعه بندی شده به کارگرانی که در کارخانه اشتغال داشتند، تبدیل به محله مسکونی شد و گسترش بسیار فراوانی یافت. در نتیجه همبستگی را میان انسان‌ها و مکان‌ها وجود دارد و همچنین وابسته بودن این دو به هم، هر انسانی بخشی از دیگری است که آن هم بخشی از جامعه است و با یکدیگر معنی پیدا می‌کنند. بری معتقد است ما در یک محیط طبیعی- انسانی و با همسایه‌ها و خانه‌ها و محیط کالبدی رشد می‌کنیم و به آن‌ها وابسته می‌شویم. این محله نیز در طول زمان با وابسته شدن انسانها و فضاها به یکدیگر مسیر رشد و گسترش خود را طی کرده است.

2- از دیگر ویژگی‌های این جمله، می‌توان از عناصر مسکونی آن برد که خانه‌ها در مجاور هم فضای جغرافیایی خاصی را فراهم آورده‌اند. ذکر این مطلب در اینجا ضروری به نظر می‌رسد که خصوصیات (محله موردنظر) در گذشته و حال از تفاوت‌های قابل توجهی برخوردار است. به عنوان مثال عنصر (مسکن)، فضای مسکونی مسلماً در گذشته از تیپولوژی خاصی برخوردار بوده است که گرچه تا حدود این نوع مسکن حفظ شده و لیکن نمی‌توان از تغییرات مسلم آن گذشت.

3- محله از یک میدان مرکزی که محل تقاطع دو یا چند راه اصلی است، برخوردار است. اهمیت این میدان در گذشته پررنگ تر بوده است. وجود فضاهای مهم شهری مانند (مسجد محله) مغازه‌های متعدد و نانوایی و هم چنین فضای اوقات فراغت دلیل اهمیت

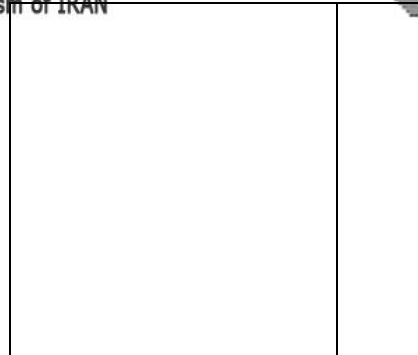
آن است. این میدان هم اکنون کارکرد خود را تا حد زیادی از دست داده است. مغازه‌هایی که در اطراف میدان زمانی رونق فراوان داشتند، هم اکنون جز چند مغازه (لبنیات فروشی و یک نانوايي) کسب درآمدی نمی‌کنند. میدان محله به دلیل بدون حصار بودن، وجود گیاهان بلند در میان آن به مکانی برای رد و دل کردن (مواد مخدر استفاده می‌شد، که در سه سال اخیر به دلیل شکایات افراد محله، گیاهان بلند آن حرس شده، ولی همچنان بدون حصار می‌باشد.

4- وجود حمام عمومی در محله که به عنوان یکی از دیگر عناصر بارز محله در گذشته مطرح شد، در این محله وجود دارد. در حافظه جمعی از بسیاری اهالی حمام جلوه بارزی داشت. آداب و رسوم به حمام رفتن، مراسم خاص آن و... از جمله این موارد است ولیکن از این همه خاطرات از حمام به عنوان یک مکان عمومی تنها، فضا خالی این حمام برجای مانده است.

8- سیاست ها و برنامه های اقدام افزایش حس تعلق ساکنان

جدول شماره 6- سیاست ها و برنامه های اقدام تداعی حس تعلق به مکان مایخذ نگارندگان، 1394

1		1. عوامل اجتماعی و فرهنگی 2. عوامل ذهنی 3. عوامل کالبدی و اجتماعی	اولویت بندی سنجده‌ها
<ul style="list-style-type: none"> طراحی ورودی شاخص مرکز محله با توجه به هویت بومی موجود در محله و استفاده از معماری یزد نمای ساختمانی با طرح ویژه برای خوانا تر نمودن مرکز محله 	برنامه اقدام	1 1.1 حفظ و ارتقاء وحدت ، انسجام ، وفاق و حس تعلق به محله از طریق خوانایی	اهداف عملیاتی
2 <ul style="list-style-type: none"> طراحی فضای داخل مرکز محله با الگو گیری از معماری و بناهای با ارزش در یزد برای روشن تر نمودن هویت قومی محله 		2 1.2 ایجاد فضا هایی با المان های فرهنگی مرتبط با هویت قومی در محله	
3 <ul style="list-style-type: none"> ایجاد کاربری های مختلط در مرکز محله پیوند قوی میان مرکز محله با بستر و بافت پیرامون آن طراحی جلوخان مسجد جامع و تملک بخشی از ساختمان های اطراف آن برای ایجاد همپوندی با مرکز محله ایجاد پاتوق ها و محل برای گردهمایی و فعالیت در زمان رویدادهای خاص در داخل مرکز محله 		3 1.3 تغییر برخی از کاربری های مزاحم به منظور احداث فضاهای عمومی 2.3 تقویت مساجد به عنوان مکان هایی جهت تعاملات اجتماعی و تشکل های خیریه	



9- جمع بندی

مرکز محله مهم ترین فضای اجتماعی و قلب هر محله محسوب می شود. مرکز محله ها مظهر بیشترین تماس ها و تجمع های افراد هر محله محسوب می شود. مرکز محله علاوه بر آن ، مکان استقرار فضاهای خدماتی مورد نیاز ساکنین محله بوده است. ارزش های معنوی در شکل گیری فضاهای کالبدی محله تاثیر خود را به خوبی نشان می دهد . فضاهای که به تشکیل مکان های اجتماعی و هویتی منجر می شود و جزئی از شناسه تشخیص محله می گردد. در شهرهای بعد اسلام ایران مسجد به عنوان محور فعالیت ها نشانه ی اصلی و مهم ترین عنصر کالبدی هر محله نقش ایفا نموده است. و همچنین به عنوان یک قطب اجتماعی یک محله عمل می کند باعث ارتباط ساکنین می شود و وقتی تداعی کننده هویت افراد باشد در نتیجه حس مکان و حس تعلق را به دنبال دارد. وقتی بر اساس نیاز ساکنین شکل بگیرد حتی یک درخت در این فضا نمایانگر حس تعلق ساکنین می باشد ، حس تعلق از معیار های ارزیابی محیط های با کیفیت بوده و در معماری و رشته ها طراحی محیطی ، ویژگی های کالبدی نظیر فرم (رنگ ، مقیاس، شکل و اندازه) و روابط اجزای کالبدی با تامین و تاکید بر فعالیت های اجتماعی محیط ، نقش مهم و موثر در شکل گیری حس تعلق دارا می باشد و شناسایی هویت غالب موجود در محله و پر رنگ تر نمودن آن در مراکز محله باعث می شود که این فضا به صورت قطب و مرکزی که شاخص های هویتی را دارا می باشد به تعلق ساکنین کمک کند و آن را ارتقا بخشد.



منابع

- [1] Barton, Hugh, shaping neighborhoods: A Guide for health, sustainability and vitality, spoon press 2003
- [2] پاکزاد، ج. واحد همسایگی، مجله صفا، 1361.
- [3] ثقه الاسلام، س. امین زاده، بررسی تطبیقی و مفهوم و نقش محله در ایران و واحد همسایگی در غرب: سومین کنفرانس برنامه ریزی و مدیریت شهری، تهران، فروردین 1390.
- [4] توسلی، م. قواعد و معیارهای طراحی فضای شهری، مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران، تهران، 1381.
- [5] پاکزاد، ج. سیر اندیشه ها در شهرسازی، انتشارات شهیدی، تهران، 1388.
- [6] الطایی، ق. هجران هویت قومی در ایران نشر شادگان، تهران، 1385.
- [7] میر مقتدایی، م. بررسی انسان شناسانه هویت قومی، پایانامه کارشناسی ارشد، 1383.
- [8] شیخاوندی، د. تکوین و تنفیذ هویت ایرانی، انتشارات بازشناسی اسلام و ایران، تهران، 1380.
- [9] پارسا پژوه، س. بررسی هویت مردم شناسانه هویت فرهنگی دختران ساکن کرج، پایانامه کارشناسی ارشد، 1379.
- [10] قاسمی اصفهانی، م. اهل کجا هستیم؟ هویت بخشی به بافت های مسکونی، نشر روزنه، تهران، 1390.
- [11] افروغ، ع. فضا و نابرابری های اجتماعی، انتشارات تربیت مدرس، 1377.
- [12] فکوهی، ن. انسان شناسی شهری، نشر نی، تهران، 1383.
- [13] سرمست، ب. متوسلی، م. بررسی نقش مقیاس شهر در میزان حس تعلق به مکان (مطالعه موردی: شهر تهران)، مدیریت شهری شماره 1386، 26.
- [14] فلاح، م. نقش طرح کالبدی در حس مکان مسجد، مجله هنرهای زیبا شماره 22، تهران، 1389.