کانون سراسری انجمن های صنفی مهندسان معمارایران
همایش بین المللی معماری،عمران و شهرسازی در هزاره سوم
تهران - تیر ماه ۹۴

راهنمای طراحی محلات مسکونی شهری با تاکید بر ارتقاء حس تعلق به مکان در ساکنین

محمدرضا بذرگر[۱]، محمد حسین پور[۲]، حسن ایزدی[۳]، مهشید رضایی[۴]*

۱- استادیار بخش شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز،
۲- استادیار بخش شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز،
۳- استادیار بخش شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز،
۴- دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه شیراز، دانشکده هنر و معماری،

چکیده

با توجه به عدم پرداختن کافی به ادبیات موضوع در تحقیقات صورت گرفته، در این پژوهش، سعی بر آن بوده است تا از طریق مطالعات اسنادی و مرور مستندات و با هدف شناسایی مفهوم حس تعلق در شهرسازی و تدقیق مرزهای مشترک آن با مفاهیم مشابه، به مطالعه و ارزیابی تعاریف، مفاهیم و تئوری های مرتبط با این واژه پرداخته شود؛ کیفیات و مولفه های طراحانه ی مورد استفاده جهت ایجاد و ارتقاء حس تعلق به مکان در محلات شهری، استخراج گردیده تا بتوان به مدد آنها به راهکارها و اصولی در چارچوب طراحی شهری در محلات مسکونی دست یافت.

واژه‌های کلیدی: مکان، حس تعلق به مکان، راهنمای طراحی شهری، محله

۱- مقدمه

تعلق به مکانِ محله، امروزه در تحولات سریع شهرنشینی و نظام شهرسازی ایران مورد غفلت قرار گرفته است. این مسئله بویژه در قرن بیستم با توجه به توسعه جوامع انسانی و تغییر شیوه های سکونت مردم و همچنین تجربیات ناکارآمد دوران مدرنیسم از اهمیت دو چندانی برخوردار شده است. مروری گذرا بر شکست معماری مدرن به خصوص در مجتمع مسکونی پروت ایگو – که از آن بعنوان لحظه شکست معماری مدرن یاد می شود – بیانگر خلاء و نبود معنای استنباطی مثبت از سوی ساکنین این مجموعه ها نسبت به محل زندگی بوده است که دلایل خاص و عمیق خود را دربردارد.

بافت های کهن شهری به دلیل تغییر الگوهای زندگی و روابط اجتماعی از سویی و عدم انطباق و پاسخگویی ساختارهای شهری پیشین با نیازهای انسان مدرن از سوی دیگر، دستخوش تحولاتی شتابزده شده و واحدهای همسایگی جدید ایجاد شده نیز در مقایسه با ساختارهای پیشین در خلق حس تعلق به مکان ناتوان ماندند. در نهایت به تدریج محله های کهن نیز از هویت ویژه اشان تهی گردیدند. طرح های جامع و تفصیلی نیز به علت نگرش کالبدی صرف و عدم توجه به ارزش های فرهنگی و مولفه های موثر بر حفظ و ارتقاء تعلق و هویت مکانی در ایجاد حس تعلق و هویت محلی در ساکنان -خواه محلات نوسازی شده بافت های فرسوده و کهن و یا محله های جدید- ناتوان بوده اند. در چنین وضعیتی شهروندان جدا از محله و ساختارهای اجتماعی شهر، خود را منفعل احساس کرده و مدیریت شهری نیز در غیاب شهروندان صورت می گیرد. شاید بتوان عدم مشارکت با مدیریت شهری توسط شهروندان در حل مشکلات شهری را از نتایج گسست تعلق ساکنان محله ها به آنها دانست.

۲- مروری بر پژوهش های گذشته

از دهه ۱۹۷۰ که مفهوم مکان در مطالعات شهری ظهور و بروز یافت، طراحان و برنامه ریزان شهری توجه و تمرکز بیشتری را به موضوع هویت و شخصیت معطوف نمودند. بدیهی است که کاربست این تجارب در مکان های مختلف دنیا با هم متفاوت است.

تجربه انگلستان

در اینجا بعنوان نمونه، پروژه Guidance on building a local sense of belonging (راهنمایی هایی برای ایجاد حس تعلق محلی) که توسط دپارتمان جوامع و حکومت محلی لندن (Department for Communities and Local Government) در سال ۲۰۰۹ به انجام رسیده است و خود مشتمل بر چندین زیر پروژه است، آورده شده است (www.communities.gov.uk).

در این پروژه به منظور دستیابی به اصول راهنما، مطالعاتی در رابطه با بررسی هویت و حس تعلق افراد صورت گرفت که نتایج آن به شرح زیر است:

- حس یک فرد در رابطه با محله خود، بر ترکیبی از سابقه شخصی، خصوصیات و برداشت های او و نیز کیفیت تعامل با یک مکان خاص و افراد دیگری که در آن مکان زندگی می کنند، استوار است.
- افراد به طور فزاینده ای با محله خود به عنوان یک منبع مطمئن و مرتبط با جهان پیچیده، شناسایی می شوند.
- اقلیت های قومی و افرادی که در مناطق روستایی زندگی می کنند بیشتر از بقیه افراد، با محله شان شناسانده می شوند.
- هیچ تناقضی بین ایجاد حس تعلق محلی با خلق حس تعلق ملی وجود ندارد.
- برخی از بخش های هویت ثابت هستند (به عنوان مثال محل تولد و نژاد) و بخش دیگر منعطف و متغیر (به عنوان مثال ارزش ها و منافع). بنابراین ایجاد یک حس تعلق محلی فراگیر، به معنای کمک به مردم جهت گذار از درک

تعلق بر اساس عناصر ثابت هویت، به درک آن بر اساس عناصر متغیر و مشترک بین افراد است مانند ارزش های مدنی و امکانات محلی.

- امروز نسبت به گذشته فرآیند این گذار از عوامل ثابت به متغیر، آسانتر صورت می پذیرد.

گروه های هدف جهت ایجاد حس تعلق محلی: تازه واردان، ساکنانی که احساس به حاشیه رانده شدن دارند و یا نیاز به پشتیبانی جهت انطباق با تغییرات را دارند و نیز ساکنانی که به محله خود احساس افتخار و غرور ندارند.

در این پژوهش ۵ اقدام جهت ایجاد و ارتقاء (خلق و رشد) حس تعلق محلی مطرح شده است:

۱. استفاده از تاریخ و وقایع کلیدی در خاطرات گذشته و محلی:

یکی از راه های ترویج احساس تعلق، گرد هم آوردن افراد برای صحبت در مورد خاطرات خود است - در زمانی که این اتفاق به صورت بین نسلی انجام می شود، می تواند جوانان زیادی را با پیشینه محله شان آشنا کرده و به ایجاد روابط بین نسلی کمک نماید. این تکنیک می تواند به صورت آنلاین نیز انجام شود!

همچنین ممکن است وقایع کلیدی در گذشته وجود داشته باشد که اطلاعات ارزنده ای را در رابطه با محله بازگو کند؛ و یا تاریخ محلی و صنایع گذشته. در نتیجه برخی از این تحقیقات ممکن است ارتباطات خاصی با نویسندگان معروف مانند شکسپیر، دیکنز، آستن و یا هاردی کشف شود که همین موضوع می تواند باعث افتخار افراد به محله شان شود.

۲. استفاده از ویژگی های جغرافیایی و ساختمان های اصلی، پارک ها و نشانه های دیگر:

مردم ممکن است با یک مکان از طریق ساختمانهای آن، نقاط دیدنی خاص، ویژگی های طبیعی، پارک ها و یا نشانه های دیگر ارتباط برقرار کنند. افراد در یک مکان خاص، ممکن است از راه های متفاوتی مکان خود را تعریف نمایند. برای یک بازنشسته ممکن است با مغازه های محلی و یا برای شخص دیگری ممکن است از طریق اعضای کنیسه یا مسجد و برای یک خانواده جوان ممکن است مسکن جزء این راه ها برای تعریف آن مکان باشد.

مردم می توانند با هم به توسعه فضاهای عمومی خود بپردازند؛ از زمین بازی، مدارس و یا مراکز خرید که امکانات ارائه خدمات در شب را نیز داشته باشد. گرد هم آوردن افراد مختلف، احساس هویت محلی را در آنها گسترش می دهد. به طور خاص، در اختیار قرار دادن مسئولیت نگهداری از فضاها و امکانات در محلات، می تواند ساکنان را بهم نزدیک کرده و حس تعلق آنان را به محله خود افزایش دهد.

۳. استفاده از حوادث نمادین، جشنها، کارناوال ها و ... :

این راه حل، فرصتی را برای برگزاری جشن محله و مردم فراهم می کند تا بتوان از طریق آن به ایجاد حس تعلق کمک نمود. روز شهروندی (بنیاد شهروندی، ۲۰۰۷) در این زمینه نمونه های بیشتری را فراهم می آورد.

بنیاد شهروندی انگلستان، یک موسسه خیریه ثبت شده بوده که هدف آن توانمند سازی افراد برای شرکت در اجتماعات و محلات خود از طریق آموزش قانون، دموکراسی و جامعه، تمرکز ویژه بر توسعه دانش، مهارت و درک جوانان می باشد. این سازمان متعهد به توسعه آموزش شهروندی بهتر، شهروندی موثر و جوامع قوی تر می باشد (www.citizenshipfoundation.org.uk).

۴. استفاده از فعالیت ها و منافع مشترک همچون هنر، فرهنگ و ورزش :

هنر و ورزش می توانند راه های خوبی برای کشف هویت باشند. شهر فرهنگی لیورپول یک مثال خوب است. تیم های ورزشی محلی نیز می توانند بخشی از هویت محله باشد و در ترویج غرور محلی و مشارکت افراد موثر است. همچنین می توانیم از سرگرمی ها و منافع مشترک مردم در این راه بهره ببریم. تحقیقات صورت گرفته در رابطه با تعلق، که توسط انجمن

(SIRC) در سال ۲۰۰۷ انجام شد، نشان می دهد که : "برای مردان، فوتبال و یا دیگر تیم های ورزشی حسی قوی تر از تعلق نسبت به دین، طبقه اجتماعی، پیشینه قومی یا وابستگی های سیاسی را فراهم می کند. حتی گروه هایی که آنها متعلق به آن هستند نیز از منابع مهم هویت اجتماعی هستند. برای زنان، این حس تعلق به اندازه هویت ملی قوی است."

۵. تشویق شهروندان به درگیر کردن خود در تصمیم گیری های محلی :

تشویق مردم به دموکراسی و دخالت و درگیری در تصمیم گیری های محلی، در آنها احساس بیشتری از مالکیت به محله شان را ایجاد می نماید.

تجربه ایران

در ایران، محلات قدیمی شهری به مرور زمان جمعیت اصیل و بومی خود را از دست داده و عواملی از جمله کمبود امکانات منطقه، تنزل کالبدی بافت و عدم پاسخگویی به نیازهای معاصر ساکنان، موجب مهاجرت سکنه اصیل و جایگزینی مهاجران و طبقه کم درآمد در این محدوده ها شده است. این مسئله موجبات افول هویتی و اجتماعی بافت را از طریق سکونت افرادی بوجود آورده است که حقیقتا عاری از حس تعلق به این مکان ها و ارزشهای نهفته در آن ها هستند.

به منظور حل مشکلات فراروی این بافت های ارزشمند شهری، شهرداری اصفهان در کنار فعالیت های سازمان بهسازی و نوسازی، با استناد به طرح های فرادست صورت گرفته در این شهر و در راستای تعریف محور اصلی تاریخی-فرهنگی شهر اصفهان که از میدان طوقچی آغاز و تا باغات هزارجریب ادامه دارد، هشت محور فرهنگی-تاریخی شامل : محور جلفا، جویباره، جنوب میدان نقش جهان و پشت مسجد امام، بیدآباد، دردشت، جماله، هارون و ولایت، نظام الملک و میدان امام تخت فولاد تعریف نمود. از جمله اهداف این پروژه می توان به ماندگار کردن بیشتر گردشگر در شهر، ایجاد اشتغال در محلات و ارتقاء فرهنگ عمومی در بافت اشاره نمود (میلانی، بهشتی، ۱۳۸۳).

نوسازی و بهسازی ۹ محور تاریخی- گردشگری مذکور با هدف احیای بافت قدیم شهر و جلوگیری از تخلیه و مهاجرت ساکنان آن به حاشیه شهر و همچنین رونق بخشیدن به صنعت توریسم از چندی پیش در اصفهان آغاز شده است. یکی از مهمترین ویژگی های این طرح، شناسایی و برجسته سازی جاذبه ها و عناصر تاریخی و گردشگری ای است که تاکنون در دل محلات از دید و دسترسی گردشگران مخفی مانده اند.

محله جلفا

هنگامی که در سال ۱۰۰۰ ه.ق، اصفهان پایتخت ایران شد، توسعه شهر اصفهان به سمت جنوب سرعت گرفت. در همین زمان ارامنه از شهر جلفا به اصفهان مهاجرت کرده و در بخش توسعه یافته جنوبی شهر سکنی گزیدند و شهرک جلفا در حومه شهر اصفهان در زمینی هموار و مسطح احداث شد. در سال ۱۰۴۲ ه.ق جلفا در تقسیمات محلی به دو بخش جدید و قدیم تقسیم شد. از سال ۱۱۳۵ ه.ق در پی حمله افاغنه به ایران و کشته شدن ارامنه، این شهرک رو به زوال نهاد. تاریخ محله جلفا نشان می دهد که این محله یکی از بی نظیرترین بافتهای درون شهری اصفهان بوده که به لحاظ جاذبه های تاریخی و فرهنگی و جذب توریست، از امتیازات خاصی برخوردار است.

نمونه ای از اقدامات صورت گرفته با هدف ایجاد محور توریستی، فضای شهری جذاب و بهبود وضعیت در محله جلفا عبارتند از :

۱. بازگرداندن هویت اجتماعی محله از طریق احیاء عناصر تاریخی ویژه
۲. ایجاد پیوستگی و اتصال فضایی مناسب بین عناصر تاریخی در قالب محور
۳. ایجاد فضایی مناسب جهت اقامت گردشگر
۴. باززنده سازی محلات و گذرهای تاریخی بافت

اهداف اصلی در مرمت گذر، شامل بازگرداندن حیات اجتماعی به بافت تاریخی و حفظ هویت اصیل و محلی آن است که در راستای تحقق آن، سازمان بهسازی و نوسازی شهر اصفهان با نگرشی موضعی-موضوعی به مداخله در بافت پرداخته است. بدین ترتیب در سراسر محور ضمن شناسایی عناصر واجد ارزش و تزریق و تغییر کاربری ها، اقداماتی ویژه در قالب طرح های موضعی در نقاط عطف به اجرا گذاشته شده است.

در طول محور با معرفی تک بناها، بهسازی و تزریق عملکردهای جدید اقدام به معاصرسازی شده است و از طرف دیگر با بدنه سازی، کف سازی و بطور کلی نوسازی فضاهای ارتباطی و کانون های بین راهی، وحدت بخشی فضایی عناصر پراکنده مجموعه مد نظر بوده است. اما آن چه از طرح فرادست شهر (طرح تفصیلی) در مرمت محور تاثیرگذار بوده است، توسعه درونی شهر است که به دنبال آن جمعیت به داخل محلات موجود بازگشته و از خالی شدن بافت از سکنه جلوگیری خواهد کرد.

این مقاله که برگرفته از پژوهشی در همین رابطه است، کوششی است در جهت ایجاد و ارتقاء حس تعلق به مکان در محلات شهری، از طریق ارائه راهکارها و اصولی در قالب چارچوب طراحی شهری به منظور پیاده سازی در حوزه مطالعاتی.

۳- روش پژوهش

همانطور که پیش تر گفته شد، در پژوهش حاضر با هدف استخراج معیارهای موثر بر حفظ و ارتقاء حس تعلق به مکان، با رویکردی اکتشافی، فرآیند انجام کار را به صورت زیر دنبال خواهیم نمود:

حوزه نظری پژوهش که با روش تحقیق توصیفی- تحلیلی به بررسی مبانی نظری مرتبط با مکان، حس مکان و حس تعلق به مکان پرداخته و در نهایت چارچوب مفهومی پژوهش ارائه شده است. با بررسی پیشینه پژوهش در قالب تجارب داخلی و خارجی، بر اساس مطالعات اسنادی-کتابخانه ای، الگوها و روشهای موثر بر ارتقاء حس تعلق به مکان استخراج گردیده است.

۴- مکان در شهرسازی و طراحی شهری

واژه مکان چندی است که جایگاه ویژه ای در ادبیات مطالعات شهری پیدا کرده است؛ اما مشابه بسیاری از واژه های دیگر چون منظر یا محیط، اجماع کاملی بر سر تعریف این واژه و خصوصیاتی که یک فضای شهری را به مکان مبدل می کند هنوز وجود ندارد و هر یک از حوزه های مرتبط شهری از ظن خود این مفهوم را می شناسانند.

بر اساس مدل پانتر یک مکان شهری، حاصل انطباق سه لایه مختلف فضای فیزیکی، فعالیت ها و تصویر یا برداشت کاربران از فضا می باشد که امکان دستیابی به مکان شهری را میسر می کند.

مکان های شهری بدون شک از ثروت های مهم در شهرها هستند و تجربه واقعی و غیر انتزاعی مکان هنوز از اهمیت بالایی برخوردار است. چنانچه موقعیت جغرافیایی در تصمیم گیری ها اهمیت کمتری داشته باشد، کیفیت مکانی می تواند با اهمیت باشد (کرمونا، ۶۹:۱۳۹۱).

مکان ها از ساختمان های منفرد و یا تردد خودروها مهم ترند. با این حال در سراسر دنیا اکثر فعالیت های مربوط به برنامه ریزی و طرح ریزی شهری، بر دو مورد اخیر تمرکز می کنند. در واقع ما قادر نیستیم به مثابه ناظری بی طرف، به آنچه ساخته ایم بنگریم. بیشتر ما تنها به مجموعه ای از ساختمان ها و مسیرهای عبور و مرور می اندیشیم؛ عناصری که در کل چیزی را بهبود نمی بخشند. امروزه باید توجه بیش از حد به ساختمان ها و سایر عناصر مصنوع را کنار گذاشته و به جای آن، به مکان ها بعنوان یک کل بیندیشیم. بایستی به مکان های ظریف و جذابی بیندیشیم که مقیاس آنها با فرد پیاده، نه فرد سواره، ارتباط می یابد. باید بکوشیم هویت، یگانگی و تباین و تفاوت مکان ها را در اصول طراحی هایمان بکار گیریم (تیبالدز، ۲۵:۱۳۸۷).

امروزه نشانه هایی از رویکردی جدید به معماری و شهرسازی مشهود است؛ رویکردی که تغییری بنیادین نسبت به اوج گیری مدرنیسم خشک را نشان می دهد. تری فارل، معمار بریتانیایی به اجمال شرح می دهد که در رویکرد مدرن چگونه یک ساختمان یا هر عنصر منفرد دیگر مرکز توجه بوده است. این عنصر معمولا از محیط پیرامون خود جدا و با قطعه زمین های وسیع یا اتوبان ها احاطه می شد. طرح ها نیز ماهیتی باز و غیر شهری داشتند. طراحان مدرن با قدرت و اقتدار تمام، مفاهیمی

چون شبکه شطرنجی، سادگی، سلسله مراتب، یکنواختی، تراکم پایین، تفکیک منطقه ای، سبک بین المللی، مهندسی کلان مقیاس، جدایی از تاریخ و سنت، فن آوری پیشرفته ساخت و ماشین گرایی را بکار گرفتند. آنان در مقیاس خودروهای در حال حرکت می اندیشیدند. رشد و توسعه در مقیاس وسیع متعارف شده و محوطه های سبز وگسترده یا مناطق ویران شده در جنگ، مطلوب ترین سایت ها برای این طراحان به شمار می رفت (همان: ۲۸).

امروزه به راحتی و به وضوح می توان اثرات ویرانگر این رویکرد را بر عرصه های عمومی شهرها و محیط های شهری در بریتانیا و دیگر کشورها مشاهده کرد. البته اکنون نیروی عظیمی در جهت طرد این فلسفه در حال شکل گیری است و در نتیجه شاهد بازگشت به مفاهیمی از شهرسازی هستیم که شالوده شهرها و محیط های شهری دوست داشتنی گذشته را تشکیل می داد. دوباره مقیاس انسان پیاده برای رسیدن به مکان هایی ظریف و جذاب همراه با پیچیدگی و ادغام کاربری ها و فعالیت ها مورد توجه قرار گرفته است. هدف نهایی خلق محیط های شهری با هویتی مشخص است؛ محیط هایی که ریشه در زمینه تاریخی یا منطقه ای خود دارند (همان).

به باور کالن، یک شهر به مفهوم کامل، چیزی بیشتر از جمع کسانی است که در آن زندگی می کنند؛ یک شهر قدرت آن را دارد تا وسایل آسایش افزون بر نیاز جامعه خود را فراهم آورد؛ او این را از جمله دلایلی می دانست که نشان می دهد چرا مردم بیشتر مایلند به جای تنها زندگی کردن، بطور جمعی و یکجانشینی زندگی نمایند (پاکزاد،۱۵۱:۱۳۹۰).

کالن تاکید داشت که هدف طراحی شهری، دیکته کردن شکل شهر یا محیط نیست، بلکه هدف، دسترسی به فرمی معقول و ساده است. او اعلام کرد که دیگر نمی توان کمک بیشتری از نگرش علمی گرفت و باید به ارزش ها و استانداردهای دیگری روی آورد (Cullen, ۱۹٦۱:۷).

کالن، عامل مکان را بعنوان مفهومی مطرح کرد که به واکنش های ما نسبت به موقعیت بدنمان در محیط، مربوط می شود؛ وقتی که شما وارد اتاقی می شوید، به خود می گویید من بیرون آن هستم، من داخل آن می شوم و من در میان آن هستم (پاکزاد،۱۵۷:۱۳۹۰).

کالن با این باور که محیط شهری می باید تجربه لذت بخشی برای همگان باشد، در طرح های خود بر اهمیت انسان و حضور او در فضاهای شهری تاکید می کرد. وی همواره در ترسیم های خود، مردم را به صورتی واقعی و درگیر با فعالیت های روزانه نشان می داد، نه در هیاتی انتزاعی. حضور آدمک ها در کروکی های کالن، تنها برای نشان دادن مقیاس محیط پیرامون نیست بلکه بیش از هر چیز بازگو کننده حس و حال و گونه زندگی جمعی در فضاهای شهری است. به زعم او، مردم، یک عنصر مهم شهری هستند که سلیقه و حضور آنها، فضا را تحت تاثیر خود قرار می دهد. او هم چنین در مقاله ها و کرورکی های خود می کوشید تا میزان و چگونگی تاثیر جزئیات شهری بر حس مکان و حال و هوای مردم را به تصویر بکشد (همان:۱۶۱).

در مطالعات کالن، نگاه به شهر بعنوان دستاوردهای فرهنگی که معانی مختلفی برای ساکنان خود دارد، در بحث او پیرامون نشانه شناسی قابل بررسی است. او با طرح اصطلاح "زبان ایما و اشاره ها"، اینگونه توضیح می دهد که : "تعامل میان مردم و شهرهایی که در آن می زیند، اساسا از تبادل علامت ها تاثیر می پذیرد... حسن تفاهم میان افراد و محیط، دلبستگی مداومی را به همراه دارد؛ واضح است که این به کمک پیام ها و ایما و اشاره ها می تواند حاصل شود؛ و اهمیت "هویت"، بعنوان آنچه که در همه مشکلات شهری پنهان است را به ما می فهماند" (Gosling, ۱۹۹٦:۲۲٤).

هادی محمودی نژاد (۱۳۸۸، ص۵۷) برای مکان ۹ خصیصه قائل می شود که به قرار زیرند:

۱. روح مکان : روح هر مکان در چشم انداز آن منعکس می شود. یعنی شرایط مکانی، قبل از هر چیز ابتدا در چشم انداز آن بازتاب می یابد و ارزش هاو فعالیت ها و هدف های انسانی را به نمایش می گذارد.
۲. مکان و زمان : مشخصات مکانی در طول زمان تغییر می کند. این امر حاصل تغییر و دگرگونی در نگرشها و ارزشها و اهداف انسانی است.

۳. مکان و جامعه : ساختار هر جامعه از عوامل مهم در ساخت مکانی می باشد. بدینسان که هر مکانی نشان و نمادی از جامعه خود است.
۴. ریشه در مکان : انسان ریشه خود را در مکان جستجو می کند و تعلق به مکانی می یابد که در آن آزادی، نیازهای اساسی و امنیت او تامین گردد. هیچ فردی منفک از مکان خود نیست.
۵. مفاهیم مختلف مکان : مکان می تواند به صور مختلف تعریف شود.
۶. غربت زدگی و مکان : وابستگی به مکان علایقی را در انسان بوجود می آورد و دوری از آن دلتنگی و افسردگی را سبب می شود.
۷. یک واحد فضایی : مکان به یک واحد از فضا اطلاق می شود مثل یک شهر، یک استان، یک کشور. گاهی نیز مکان به بخش خاصی از فضا که بوسیله انسان اشغال شده باشد گفته می شود نظیر مکان سکونتی، مکان گذران اوقات فراغت. هر مکان شرایط منحصر بفرد خود را دارد.
۸. نمود عینی : مکان ها نمود عینی دارند و با تغییرات تاریخی، فرهنگی و اجتماعی عناصر جدیدی را می پذیرند و پاره ای از عناصر قدیمی را از دست می دهند.
۹. صفت مشخص : صفت مشخص مکان ها بوسیله عقاید و باورهای اجتماعی، اقتصادی، مذهبی و فرهنگی شکل می گیرد.

۵- مولفه های مکان

در زمینه مولفه‌های مکان در طراحی شهری، «کمیسیون معماری و محیط انسان‌ساخت بریتانیا» ضمن معرفی طراحی شهری به عنوان هنر ایجاد مکان برای مردم، به تدقیق رابطه طراحی محیط و ضرورت خلق مکان می‌پردازد؛ این راهنمای طراحی محیط بیان می‌دارد:

طراحی شهری روشی را شامل می شود که طی آن، مکان‌ها حیات می یابند و ماهیت‌هایی نظیر امنیت اجتماعی مطلوب، در سایه حیات مکان‌ها تحقق می‌یابند. در واقع طراحی شهری به ارتباطات مردم و مکان‌ها، سرزندگی و جابجایی شهروندان و فرم شهری و مناظر طبیعی و انسان‌ساخت توجه کرده و سعی در ارتقاء کیفیت این انگاره‌ها دارد.

همچنین این راهنما هفت هدف عینی طراحی شهری را که به مفهوم مکان مربوط هستند اینگونه بیان می‌کند: ۱- کاراکتر یا هویت محیطی: ایجاد مکانی که دارای خصوصیات و هویت مخصوص خود است؛ ۲- تداوم و محصوریت: ایجاد مکانی با فضاهای عمومی و خصوصی که این فضاها به طور واضح قابل تشخیص باشند؛ ۳- کیفیت عرصه عمومی: ایجاد مکانی با پهنه‌های بیرونی موفق و جذاب؛ ۴- سهولت جابجایی: ایجاد مکانی که بتوان به راحتی به آن داخل شد و در آن به حرکت و جابجایی پرداخت؛ ۵- خوانایی: ایجاد مکانی که تصویری روشن و قابل ادراک داشته باشد؛ ۶- سازگاری و تطابق: ایجاد مکانی که به راحتی قابلیت تغییر داشته باشد و واجد کیفیت انعطاف‌پذیری باشد؛ و ۷- تنوع و گوناگونی: ایجاد مکانی با تنوع گزینه-های قابل انتخاب برای شهروندان جهت انجام فعالیت‌های گوناگون (Carmona, ۲۰۰۳: ۹).

همچنین «دیوید کانتر» از پیشگامان مطالعات ادراکی معماری و طراحی شهری، در چارچوب نظری خود، که به "مدل مکان" شهرت دارد، محیط شهری به مثابه یک مکان را متشکل از سه بعد در هم تنیده کالبد، فعالیت‌ها و تصورات می‌داند. اگر چه کانتر مدل خود را در سال ۱۹۷۷ ارائه داده است، ولی قبل از وی مولفه های مکان در اندیشه های «رلف» در کتاب «مکان و بی مکانی» به صورت سه مولفه کالبد، فعالیت و معنی در ۱۹۷۶ ارائه شده است.

همچنین «پانتر» در ۱۹۹۱ و «مونتگمری» در ۱۹۹۸ اجزاء تفکر طراحی شهری در آفرینش مکان را در قالب مدل حس مکان رلف – پانتر و مدل مکان کانتر - مونتگمری با محوریت کالبد، فعالیت و معنی یا تصورات ارائه کرده‌اند.

«گلکار» نیز در سال ۱۳۸۰ و در قالب مدل مکان پایدار، از کالبد، فعالیت، تصورات و اکوسیستم به عنوان مولفه‌های مکان نام می‌برد (گلکار، ۱۳۸۰ :۵۳-۵۴).

پانتر در ۱۹۹۱ و مونتگمری در ۱۹۹۸ اجزا تفکر طراحی شهری را در قالب این دو مدل به صورت زیر طبقه بندی می کنند :

مدل حس مکان رلف – پانتر:

فعالیت: کاربرد ، حرکت پیاده، رفتار، الگوها، بو و صدا ، حرکت وسایل نقلیه

کالبد: منظر شهری ، شکل ساخته شده، نفوذ پذیری ، منظر سبز ، مبلمان

معنا: خوانایی، تعامل فرهنگی ، عملکردهای ادراکی ، جذابیت، ارزیابی های کیفی

مدل مکان کانتر- مونتگمری:

فعالیت: تنوع سرزندگی، زندگی خیابانی، دیدارهای چهره‌به‌چهره مردم، سنتها و سرگرمی های محلی، فرهنگ کافه نشینی، ساعت های باز، حرکت ، جاذبه ها، دادوستد، بافت نرم اقتصادی

فرم یا کالبد: مقیاس، نیرومندی، نفوذپذیری، نشانه های شهری، نسبت فضا به ساختمان ها، دانه بندی عمودی، عرصه عمومی

تصورات: نماد گرایی و خاطره، تصویر پذیری و خوانایی، تجربه حسی ، قابلیت ادراک، قدرت پذیرش دسترس روانی، جامعیت و جهان شمول بودن (Carmona, ۲۰۰۳:۹۹).

پس از آن، کورش گلکار در سال ۱۳۸۰، مولفه "اکوسیستم" را نیز به سه گانه های مکان اضافه نمود.

در راستای شناخت مولفه های تشکیل دهنده مکان، رلف با اشاره به سخن واگنر، تاکید می کند که "مکان، فرد، زمان و فعالیت" عناصر جدایی ناپذیر یک واحد و کلیت (مکان) را تشکیل می دهند؛ به این معنی که "شخص" برای بودن یا حضور، باید در "جایی" تعریف شده قرار گرفته و "فعالیت" مشخصی را در "زمانی" خاص انجام دهد (Relph,۱۹۷٦:٤٤).

رلف چنین نتیجه می گیرد که سه جزء اصلی مکان که در نوشته کامو دیده می شود، "مکان کالبدی"، "فعالیت" و "معنا" همان سه عنصر اساسی هستند که هویت مکان ها را تشکیل می دهند. رلف معتقد است که سه جزء اساسی مکان تقلیل یافتنی به تعداد کمتری نیست. آنچه در اینجا واضح است این است که محیط کالبدی، فعالیت ها و معانی همواره رابطه ای دوسویه دارند و ممکن است بتوان مجموعه ای از دیالوگ ها میان آنها متصور شد که در قالب یک ساختار کلی قابل تعریف باشد. بستر کالبدی و فعالیت ها با هم ترکیب می شوند تا به انسان ها فرصت های برابری در چرخه کارکردی موجودات زنده بدهند؛ فرم و معنی در تجربه ای بی واسطه و احساسی، از مناظر شهری ترکیب می شوند؛ فعالیت ها و معانی در امور اجتماعی و تاریخ مشترک ترکیب می شوند و محیط فیزیکی در آن نقش کمرنگ تری ایفا می کند. همه این دیالکتیک ها به یک مکان مربوط می شود و این بروز هویت برای مکان را در پی دارد. ظاهر فیزیکی، فعالیت ها و معانی، مواد خام تشکیل دهنده هویت مکان اند و رابطه دیالکتیکی میان آنها، عنصر اولیه ای ساختاری برای ایجاد هویت است (همان:۴۸).

هم چنین کانتر برای هر مکان سه مولفه می شناسد: ویژگی های فیزیکی، فعالیت ها و تصورات. به باور او ما نمی توانیم مکانی را کاملا بشناسیم یا بیافرینیم مگر هنگامی که بدانیم: ۱- انتظار چه "رفتاری" را در آن مکان داریم؛ ۲- "ویژگی های فیزیکی" آن محیط باید چگونه باشد و ۳- "تصورات" یا ذهنیتی که مردم از آن رفتار در آن محیط فیزیکی دارند چگونه است (Canter,۱۹۷۷:۱۵۹).

۶- حس مکان

دهه ۱۹۷۰، دهه اوج علاقه طراحان به کشف ارتباط مردم با مفاهیم مربوط به مکان است؛ که اغلب از بحث های پدیده شناسی هوسرل سرچشمه می گیرد. در فرهنگ لغت آکسفورد واژه مکان یک نقطه خاص در سطح زمین، یک محل قابل تعریف و شناسایی برای موقعیتی که از ارزش های بشری اشباع شده، تعریف شده است. مکان جا یا قسمتی از فضاست که از طریق عواملی که در آن قرار دارند صاحب هویتی خاص شده است (پورجعفر، ۱۳۸۷). بنابراین مکان صرفا یک جا نیست بلکه جایی خاص است. آنچه آن را خاص می سازد، امتزاج آن با ارزشهای بشری است (پرتوی، ۷۱:۱۳۸۷). مکان در زبان روزمره معنی وسیع تری از آنچه در حوزه جغرافیا به آن نسبت می دهند دارد. در فرهنگ لغت زبان انگلیسی وبستر (۱۰۹۹:۱۹۸۹) پنجاه و دو تعریف مختلف برای واژه مکان ارائه شده است؛ معانی که صرف نظر از معنای جغرافیایی آن به انواع ارتباط های فرد در یک جامعه یا در سایر شرایط اشاره دارد (همان).

راپاپورت مکان را یکی از چهار عنصر تعریف کننده فضا معرفی می کند، که در ترکیب با معنی، زمان و ارتباطات، محیط انسان ساخت را شکل می دهند. در حالی که فضا را گسترده ای باز و انتزاعی می بینیم مکان بخشی از فضاست که بوسیله شخصی یا چیزی اشغال شده و دارای بار معنایی و ارزشی است. مکان مرکز ارزش محسوس است، همراه با امنیت و پایداری که در آن نیازهای زیست شناختی برآورده می شود. این نکته در تضاد است با باز بودن و آزادی فضای متفاوت نشده (مدنی پور، ۳۲:۱۳۷۹). در واقع مکان ها اهداف یا کانون هایی هستند که حوادث و رویدادهای معنی دار هستی خود را در آنها تجربه می کنیم و در عین حال نقاط عزیمتی هستندکه از طریق آنها به جهت یابی در محیط نایل می شویم و در آن دخل و تصرف می کنیم (پرتوی، ۷۱:۱۳۸۷). رلف در تعریف مکان تاکید می کند که مکان ها برخلاف فضا انتزاعی نبوده بلکه پدیده هایی هستند که بطور مستقیم از جهان تجربه می شوند؛ بنابراین سرشار از معانی، چیزهای واقعی و فعالیتهای جاری در آن هستند. مکان ها منابع مهم شناسایی اشخاص و اجتماع ها بوده، اغلب کانون اصلی شکل گیری روابط عمیق احساسی فیزیکی میان انسان ها را شکل می دهند (پاکزاد، ۱۹۴:۱۳۸۷).

رلف در کتاب مکان و بی مکانی می نویسد: مکان ها ترکیبی از نظم طبیعی و نظم انسانی هستند و از مراکز با اهمیت تجارب بلافصل ما از جهان محسوب می شوند (پرتوی، ۷۵:۱۳۸۷). از دیدگاه او هرگاه ما فضایی را احساس کنیم یا بشناسیم هرچند احساسی بی شکل و لمس نشدنی باشد، آنجا می تواند یک مکان انگاشته شود. برای رلف مکانها ذاتا کانون گرد آمدن معناها هستند؛ معناهایی که در تجربه های ما شکل گرفته اند (پاکزاد، ۱۸۲:۱۳۸۷). مکان به معنی داشتن یک نقطه امن است که می توان از آنجا به دنیا نگریست، یک اتصال قوی که انسان را در موضعش با سایر اشیاء مرتبط می سازد، و دستیابی و یا ارتباط روحی و روانی با یک نقطه مشخص است (رلف، ۱۹۷۶).

رلف توضیح می دهد که تحلیل مولفه های هویت مکان ها، به هر حال کامل نیست و در این میان بعد مهم دیگری وجود دارد که کمتر از اجزا و دیالکتیک ها قابل لمس بوده اما آنها را نیز در بر می گیرد؛ او چنین بعدی از مکان را "روح مکان" یا "حس مکان" می نامد که اشاره به شخصیت یا هویت آن مکان دارند. روح مکان شامل توپوگرافی و ویژگی های ظاهری، کارکردهای اقتصادی، فعالیت های اجتماعی و معانی ویژه ای است که مرتبط با گذشته یا زمان حال هستند. روح مکان می تواند با تاکید عمیق بر یکی از مولفه های هویت شکل گیرد. وی از قول رنه دوبوس می نویسد: "تمایز، به رغم تغییرات، با قدرت کامل مقاومت می کند. ایتالیا و سوییس، پاریس و لندن، هویت خود را با وجود جنبش های اجتماعی، فرهنگی و تکنولوژیکی بسیار، حفظ کرده اند". رلف تاکید می کند روح مکان که در بطن تغییرات حفظ شده است، ظریف و نامحسوس اما قوی است و به راحتی با موضوع های صوری و مفهومی قابل تحلیل نیست. با این حال همزمان در تجربه ما از مکان ها به سادگی قابل تشخیص است (پاکزاد، ۲۰۷:۱۳۸۷).

محیط علاوه بر عناصر کالبدی شامل پیامها، معانی و رمزهایی است که مردم براساس نقش ها، توقعات و انگیزه ها آن را رمزگشایی و درک می کنند و در مورد آن به قضاوت می پردازند. این حس کلی که پس از ادراک و قضاوت نسبت به محیط خاص در فرد بوجود می آید، حس مکان نام دارد. حس مکان عامل مهمی در هماهنگی فرد و محیط بوده و باعث بهره برداری

بهتر از محیط، رضایت استفاده کنندگان و در نهایت احساس تعلق آنها به محیط و تداوم حضور در آن می شود (سرمست، ۵:۱۳۸۹).

حس مکان اغلب با واژه لاتین "Genius Loci"شناخته می شود و بیان گر این است که مردم هنگام حضور در فضا چیزی فراتر از خصوصیات کالبدی و حسی را درک می کنند و می توانند به روح مکان دست یابند. مفهوم حس مکان، ماهیت مکان را مشخص می کند و در مکان هایی یافت می شود که دارای کاراکتری مشخص و متمایز هستند (پرتوی، ۱۲۲:۱۳۸۷).

حس مکان 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 می دهد؛ بطوریکه فهم و احساس فرد با زمینه معنایی پیوند خورده و یکپارچه می شود. این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می گردد.حس مکان علاوه بر این که موجب احساس راحتی در یک محیط می شود، 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 می شود (فلاحت، ۵۷:۱۳۸۵).

از دید جان جکسن، معمار منظر، حس مکان حسی است که فرد در نتیجه یک اتفاق یا سنت در درون خود می سازد و با حس بازیابی و خواندن دوباره وقایع نگهداری می شود (محمودی نژاد، ۶۰:۱۳۸۸).

معمولا حس مکان بدین معناست که مردم تجربیاتی فرای خصوصیات فیزیکی مکان، که از طریق حس های پنج گانه قابل حصول است، داشته باشند و نوعی حس تعلق به روح مکان پیدا کنند (Jackson,۱۹۹٤، به نقل از Carmona,۲۰۰۳:۹۱).

۷- 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 مکان است. این حس به پیوند فرد با مکان منجر شده و در آن، انسان خود را جزئی از مکان دانسته و براساس 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 (Steele, ۱۹۸۱:٤٤).

این حس به گونه ای به پیوند فرد با مکان منجر می شود که انسان خود را جزئی از مکان می داند و براساس تجربه های خود از نشانه ها، معانی و عملکردها، نقشی را 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 .یک مکان به دلیل امکان رخداد یک رابطه اجتماعی و تجربهٔ مشترک میان افراد، احساس تعلق و دلبستگی را شکل می دهد (پاکزاد، ۳۱۹:۱۳۸۸). کراس معتقد است که ارتباطات با مکان و تعلق به مکان از طریق برقراری انواع پیوندهایی که افراد با مکان تشکیل می دهند صورت می گیرد (Cross,۲۰۰۵). وی انواع ارتباطات با مکان و فرآیند آنها را اینگونه تشریح می نماید (جدول ۱):

جدول ۱: انواع ارتباطات با مکان

رابطه	نوع پیوند	فرآیند
بیوگرافیکی	تاریخی و خانوادگی	متولد شدن و زندگی کردن در یک مکان، مکان جزء مکمل تاریخچه شخصی است، با مرور زمان ایجاد می شود.
روحی روانی	هیجانی و ناملموس	احساس کردن حس تعلق، صرفا احساس می شود به جای اینکه ایجاد شود، توصیف آن دشوار است، اغلب غیرمنتظره است.
ایدئولوژیکی	اخلاقی و وجدانی	زندگی بر اساس رهنمودهای اخلاقی در مورد مسئولیت انسان نسبت به مکان، رهنمودهای مذهبی و غیر مذهبی
روایی	افسانه ای	کسب اطلاعات در مورد یک مکان از طریق داستانها، از جمله ایجاد اسطوره ها، تاریخچه های خانوادگی و شرح وقایع
انطباقی	شناختی	انتخاب یک مکان بر مبنای ویژگی های مطلوب و ترجیحات در مورد سبک زندگی، مقایسه مکان های واقعی با مکان ایده آل
وابسته	مادی	محدود شد به واسطه عدم وجود انتخاب، وابستگی به شخص یا فرصت ها

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 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.

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,۱۹۹۲).

مهم ترین معنای تعلق به مکان، در تجربه رابطه نمادین فرد، گروه و مکان نهفته است که می تواند ضمن فرهنگی بودن از دیگر م نابع اجتماعی، سیاسی، تاریخی و فره نگی نیز معنا گرفته و تقویت شود.

مکان تنها یک سرپناه برای فعالیت های انسان نیست، بلکه پدیده ای است که انسان در تعامل خود با آن، بدان معنا بخشیده و به آن دلبسته می شود تا آن جا که گاه حتی خود را با آن باز نمی شناسد. اگر از زاویه نیازهای انسان نیز به این مسئله نظاره کنیم، نیاز انسان به تعامل عاطفی با مکانی که در آن زندگی می کند و یا به عبارتی تعلق به مکان، از جمله مهم ترین ابعاد رابطه انسان و مکان است که باید مورد توجه معماران، طراحان و برنامه ریزان شهری قرار گیرد.

در تعریف آلتمن "هویت مکانی" و "دلبستگی/تعلق خاطر" به مکان عبارتند از پیوندی که میان افراد و چیزها یا فضا پدید می آید؛ یعنی هنگامی که افراد مفاهیمی روانشناختی، اجتماعی و فرهنگی را به آن پیوند می زنند. تعلق به مکان مفهومی پیچیده و چند سطحی است که آلتمن آن را نیروی گرانش موثر میان مردم و مکان تعریف می کند و به عبارت دیگر دلبستگی، به پیوند احساسی که میان فرد و مکان شکل می گیرد مربوط می شود. همچنین آلتمن آن را اثر دوسویه عاطفه و احساسات، دانش و باورها، رفتارها و فعالیت ها در پیوند با مکان می داند (پاکزاد، ۳۱۹:۱۳۸۸).

آلتمن تعلق به مکان را پیوندی احساسی میان فرد با محیط فیزیکی می داند که از راه معنایی که فرد در فرآیندهای تعامل با مکان به آن محیط الصاق می کند شکل می گیرد و در پی این پیوند احساسی با مکان، فرآیندهای شخصی سازی آغاز می شوند و یک مکان را "مال من" و "مال ما" می کنند (همان).

او در کتاب وابستگی/دلبستگی به مکان، با پافشاری بر این که دلبستگی به مکان موضوعی چندسویه، احساسی و پیچیده است، توجه به تاثیر ۳ مولفه را در درجه و میزان پیوند افراد با مکان مهم می داند :

۱. مولفه "احساسات" فرد که به احساسات درونی فرد و موقعیت های روانی او باز می گردد (در این باره مسائل فیزیولوژیک هم دست دارند).
۲. مولفه "شناخت" که وابسته به ادراک و شناخت مکان از سوی فرد است. آلتمن اشاره می کند که گاهی در پیوند با مکان هایی که فرد هیچ گونه تجربه مکانی در پیوند با آنها ندارد نیز احساس دلبستگی یافت می شود.
۳. مولفه "فعالیت" و رفتار در مکان به این معنی که تا چه اندازه یک مکان کاراست؟ چقدر در دستیابی فرد به هدف های مورد نظرش، گزینش های گوناگون را پیش روی او قرار می دهد؟

برای نمونه، آلتمن می گوید اگر رابطه اجتماعی ویژه و معناداری در محیط و مکانی خاص رخ دهد، آن مکان و بستر بخشی از معانی رابطه اجتماعی واقع شده در آن را به خود جذب می کند. در واقع یک مکان به دلیل ایجاد امکان رخداد یک رابطه اجتماعی و تجربه مشترک میان افراد، احساس دلبستگی را شکل می دهد.

و سرانجام آلتمن می نویسد که تعلق به مکان با تغییرات زمانی در پیوند است و با گذر زمان در آن دگرگونی هایی پدیدار می شود (همان).

بیشترین توجه لینچ به کشف و درک تصویر ذهنی شهروندان و بینندگان از شهرهایشان بود، که بی ارتباط با بحث تعلق خاطر افراد به شهرهایشان نیست. به باور او هر شهروندی پیوندی دیرینه با برخی از بخش های شهر دارد و تصویر ذهنی او، با یادها و معانی بسیاری همراه است. او نوشت : "هیچ عاملی از شهر به خودی خود به تجربه در نمی آید، مگر آن که در پیوند با زمینه یا محیطش دیده شود، تسلسل رخدادهایی که سبب بروز آن گشته شناخته گردد و در رابطه با یادها و تجربه های پیشین باشد" (پاکزاد،۱۳۹۰:۱۶۹).

۸- حس تعلق به مکان در علوم مختلف

در علومی همانند روان شناسی، جامعه شناسی و انسان شناسی اصطلاحات تعلق به مکان و تعلق به اجتماع، مهم ترین مباحث مطرح شده در رابطه با حس مکان هستند. تعلق مکانی به این معناست که مردم خود را بواسطه مکانی که در آن به دنیا آمده اند و رشد کرده اند، تعریف می کنند. این ارتباط مردم را به گونه ای عمیق و ماندگار تحت تاثیر قرار می دهد و خاطره مکان، هویت و قدرت انسان را تقویت می نماید (سرمست، ۱۳۸۵:۵).

شامای در طبقه بندی هفت گانه خود در رابطه با مراتب حس مکان، تعلق به مکان را در قالب سطح سوم اینگونه تعریف می نماید : " 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 آنچه برای مکان رخ می دهد، برای فرد نیز مهم است. "

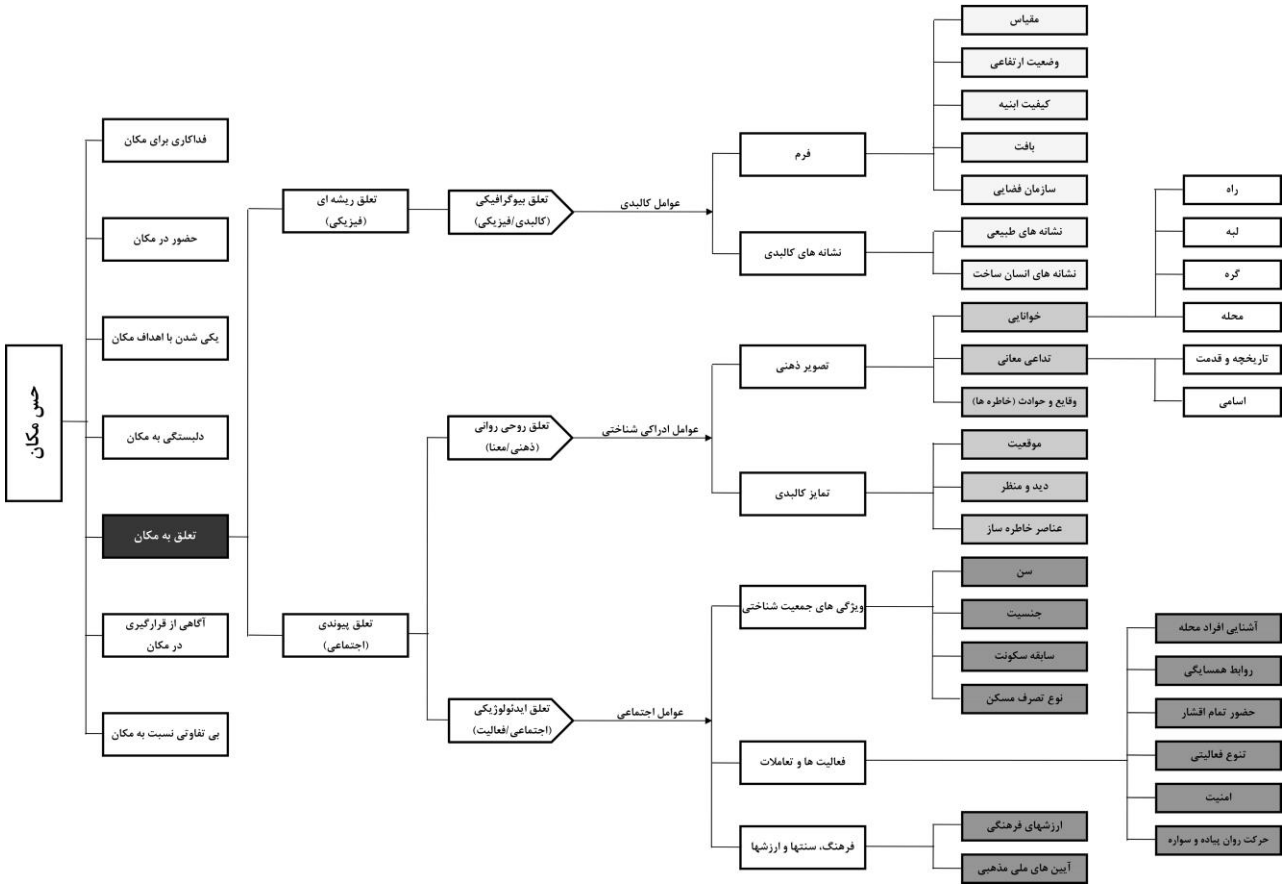
ریجر و لاوراکاس در ۱۹۸۱، از طریق تجزیه و تحلیل فاکتوریل، دو بعد برای تعلق به مکان در نظر گرفتند : تعلق ریشه ای (فیزیکی) و تعلق پیوندی (اجتماعی). پس از آن، صاحبنظران دیگری همچون تیلور در ۱۹۸۵، بر این نوع از تقسیم بندی صحه گذاشتند (Hidalgo, ۲۰۰۱).

۹- نتیجه گیری

همانطور که پیشتر ذکر شد، یکی از مشکلات موجود در تبیین مفهوم حس تعلق به مکان، تعدد اصطلاحات و واژگان بکار گرفته شده توسط صاحبنظران در رابطه با پیوندهای مردم و مکان، بدون توجه به وجود مرزهای لازم و گاه کاربرد اصطلاحات به جای یکدیگر است. بنظر می رسد که تدقیق جایگاه "حس تعلق به مکان" نسبت به مفاهیمی چون حس مکان، هویت مکان و دلبستگی مکانی، محققان را در دستیابی به تصویری روشن تر از مفهوم یاری کرده و گسترش مطالعات در این حوزه را تسهیل خواهد نمود. بر این اساس و با توجه به مطالعات صورت گرفته در پژوهش، حس تعلق به مکان بعنوان یکی از سطوح حس مکان خود متشکل از دو بعد تعلق ریشه ای (فیزیکی) و تعلق پیوندی (اجتماعی) می باشد.

براساس دیدگاه صاحبنظران و با اضافه نمودن عوامل موثر دیگر از سوی محقق، بعنوان جمع بندی ۷ معیار یا مولفه و ۲۵ ریزمعیار موثر بر ارتقاء حس تعلق به مکان، از مطالعات انجام شده مستخرج گردید (نمودار ۱).

نمودار ۱: حس تعلق به مکان و مولفه های موثر بر شکل گیری آن



۱۰- مراجع

[۱] Department of Communities and Local Government, Guidance on building a local sense of belonging, January ۲۰۰۹.

[۲] صالحی میلانی، س، باقری بهشتی، ش (۱۳۸۳)، بررسی تطبیقی اقدامات مرمت شهری در محورهای فرهنگی تاریخی اصفهان، فصلنامه آبادی، شماره دهم، دوره جدید.

[۳] کرمونا، م، مکانهای عمومی فضاهای شهری، فریبا قرائی، مهشید شکوهی، زهرا اهری و اسماعیل صالحی، تهران، انتشارات دانشگاه هنر تهران، ۱۳۹۱، چاپ دوم.

[٤] تیبالدز، ف، شهرسازی شهروندگرا، محمد احمدی نژاد، انتشارات معماری و شهرسازی، اصفهان، ۱۳۸۷.

[٥] پاکزاد، ج، سیر اندیشه ها در شهرسازی ۱ و ۲ و ۳، تهران، انتشارات آرمانشهر، ۱۳۹۰، چاپ دوم.

[٦] Cullen, Gordon, The concise Townscape, Architectural press, London, ۱۹۶۱.

[۷] Gosling, David, Gordon Cullen, Vision of design, Academy Editions, Britain, ۱۹۹۶.

[۸] محمودی نژاد، ه، فضا و مکان در طراحی شهری، تهران، انتشارات هله، ۱۳۸۸، چاپ اول.

[۹] Carmona,Matthew and Tim Heath and Oc Tarner and Steven Tiesdel (۲۰۰۳), Public places, urban space ,Architectural press,London.

[۱۰] Relph, Edward, Prospects of places, ۱۹۷۶ in: Lrice, Michael; Elizabeth Macdonalds, The urban design reader, ۲۰۰۶, Routledge.

[۱۱] Canter, David, The psychology of place, the architectural press, London, ۱۹۷۷.

[۱۲] گلکار، ک، آفرینش مکان پایدار، تاملاتی در باب نظریه طراحی شهری، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۰.

[۱۳] پورجعفر، م، صادقی، ع، یوسفی، ز، بازشناسی اثر معنا در جاودانگی مکان نمونه موردی روستای هورامان تخت کردستان، نشریه مسکن و محیط روستا، ۱۳۸۷، شماره ۱۲۵.

[۱٤] پرتوی، پ، پدیدارشناسی مکان، تهران، انتشارات فرهنگستان هنر، ۱۳۸۷، چاپ اول.

[۱٥] مدنی پور، ع، طراحی فضای شهری نگرشی بر فرایندی اجتماعی و مکانی، ترجمه فرهاد مرتضایی، نشریه شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری، ۱۳۷۹، تهران.

[۱٦] پاکزاد، ج، سیر اندیشه ها در شهرسازی۳، از فضا تا مکان، تهران، انتشارات آرمانشهر، ۱۳۸۷.

[۱۷] رلف، ا، مکان و بی مکانی، دکتر محمد رضا نقصان محمدی، دکتر کاظم مندگاری، مهندس زهیرمتکی، تهران، انتشارات آرمانشهر، ۱۳۸۹، چاپ اول.

[۱۸] سرمست، ب، توسلی، م، بررسی و تحلیل نقش مقیاس شهر در میزان حس تعلق به مکان، نمونه موردی تهران، مجله مدیریت شهری، ۱۳۸۹.

[۱۹] فلاحت، م، مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن، هنرهای زیبا، تابستان ۱۳۸۵، شماره ۲۶ ، ۵۷-۶۶.

[۲۰] فلاحت، م (۱۳۸۴)، نقش طرح کالبدی در حس مکان مسجد، مجله هنرهای زیبا، تهران، شماره ۲۲ ، صفحات ۴۲.

[۲۱] Steele, Fred (۱۹۸۱), Physical setting and organizational development, Reading, Mass, Addison-Wesley.

[۲۲] Cross, J. (۲۰۰۵). "What is Sense of Place", Research On Place & Space Website, ۲۰Feb.

[۲۳] Altman, I. and Setha Low, Place Attachment, Plenum Press Newyork,۱۹۹۲.

[۲٤] پاکزاد، ج، سیر اندیشه ها در شهرسازی ۱ و ۲، تهران، انتشارات آرمانشهر، ۱۳۹۰، چاپ دوم.

[۲٥] Hidalgo, Carmen, Hernandez, Bernardo, place attachment: conceptual and empirical questions, Journal of Environmental Psychology, Academic press, ۲۰۰۱.