

تبیین مدل نظری ارتقاء حس مکان در طراحی معماری و شهر

همایون قیاسی - گروه معماری، واحد مهدی شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، مهدی شهر، ایران.
اسماعیل صرافى گهر* - گروه معماری، واحد مهدی شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، مهدی شهر، ایران.

Intertextual relationship of tissue with an emphasis on originality cities urban restoration and valuation tissue

Abstract

texture of the cities is a meaning and a special meaning which does change and social and cultural representations of its inhabitants. On the other hand, textures and buildings of ancient architecture in historic cities seen what they are but what they experience. In other words originality tissue and restoration are received in the sense that transcends architectural appearance and texture of dimensions. Conscious and unconscious behavior is hidden dimensions and involves humans. The analytical method and the method of logical reasoning to the authenticity of the tissue cities will be discussed. And the associated restoration of architectural monuments and values of tissue especially like to emphasize the conceptual values. The need for urban restoration period, the sense of place and belonging to a place of meaningful aspects of historical context and its impact on the authenticity of valuation to weave through restoration and approaches are discussed. And Operational and strategic solutions in this field are discussed, which can provide authenticity tissues during restoration interventions.

Keywords: urban restoration, authenticity and tissue identity, sense of place, intervention approaches in urban restoration, sense of belonging.

چکیده

امروزه موضوع حس مکان و احساس تعلق به مکان، از محورهای مهم در ارزش بخشی به بافتهای شهری و معماری بناها خاصه ابنیه تاریخی است که ضرورت برانگیزش احساس تعلق، همخوانی رفتار و همگرایی در بافت را برای مرمت مناسب در راستای کمال بخشی و حقیقت دهی به بافت و طراحی شهری را نشان می دهد. بر این اساس در این مقاله به موضوع تبیین مدل نظری ارتقا حس مکان در طراحی شهری و معماری خاصه مرمت بناها و ابنیه تاریخی پرداخته شده است. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است که از ابزار گردآوری داده مبتنی بر مطالعات کتابخانه ای و اسنادی استفاده شده است. در پایان نیز به این نکته اشاره شده است که در زمینه اصالت بخشی به بافتهای تاریخی مبتنی بر ارزش های موجود در بافت و ایجاد حس تعلق به مکان که روح مکان را نیز در بر دارد، بهترین درک از حفاظت میراث فرهنگی، درکی «فرهنگی - اجتماعی» است که تنها یک «تمرین تکنیکی» نیست و خیلی از اعمال «اولیه و ثانویه» را در مداخلات فیزیکی را شامل می شود. برای این بررسی ها، مهم است که زمینه های پروژه حفاظت میراث فرهنگی از قبیل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، جغرافیایی و مدیریتی بطور جدی و عمیق بعنوان محصول مصنوع مورد بررسی قرار گیرد.

واژگان کلیدی: حس مکان، ارزش گذاری بافت، حس تعلق به مکان.

مقدمه

مفهوم مکان فرصتی را برای جبران عدم توازن در تأکید بر روی محیط فیزیکی و رفتار و تجارب انسانها در برخی حوزه های مربوطه (مثل معماری و جغرافیا) و در سایر حوزه ها (مثل روانشناسی) ارائه می دهد. اصطلاح مکان در مقابل فضا مستلزم یک رابطه ی عاطفی قوی موقتی یا طولانی بین یک شخص و یک مکان فیزیکی خاص است و بذل توجه بیشتری به محیط فیزیکی دارد (رلف، ۱۳۸۹). 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، به طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط 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 از 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، ۱۳۸۵). از سویی دیگر، بافت قدیم شهرهای ایرانی دارای آنچنان بار معنایی و مفهومی بوده که بی هیچ تردیدی، باید از آن به عنوان اصیل ترین و زیباترین جلوه هنر و فرهنگ یاد کرد و به دلیل چنین بافت معماری و شهری ارزشمندی است که از کوچه پس کوچه های بافتهای تاریخی، بوی الفت و عطر معنویت، به مشام می رسد. بافت قدیم در شهرهای تاریخی چیزی نیستند که می بینیم بلکه آنست که تجربه می کنیم، به عبارتی دیگر اصالت آن را با این مفهوم که معماری بافت از ابعاد ظاهری گذشته، به ابعاد پنهان رسیده و رفتار خودآگاه و ناخود آگاه انسان را دربر می گیرد، در می یابیم. اگر توانایی آن را از باب مکاشفه بدست آوریم، به رموز راز نهفته در بطن آن فایق آمده و جایگاه اصالت آن را درست درک کنیم، آن وقت می توانیم جزء جزء آن

را سر مشق و الگو قرار داده و در «مرمت آن بافت» موفق بود. در شکل گیری هویت مکانی دو مرحله وجود دارد: در مرحله نخست، فرد محیط را شناسایی میکند که هویت مکان نامیده می شود. در مرحله دوم فرآیند پیوند روانی با مکان صورت می گیرد و بهشکل هویت مکانیتداوم می یابد. هویت مکانی در خلق حس مکانی ابیمکانی نقش اساسی دارد. حس مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کمابیش آگاهانه آنها از محیط خود است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می دهد، به طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند می یابد و یکپارچه می شود. این حس موجب تبدیل یک فضا به مکانی ابویژگیهای حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص میشود. حس مکان افزون بر این که موجب احساس آرامش از یک محیط می شود از مفاهیم فرهنگی مورد نظر مردم، روابط اجتماعی و فرهنگی جامعه در یک مکان مشخص حمایت میکند و باعث یادآوری تجارب گذشته و دستیابی به هویت برای افراد می شود. با این حال، حس مکان امری از پیش تعیین شده ای نیست بلکه از تعامل انسان با مکان زندگی روزمره پدید می آید: فرد مجموعه های از تصورات قبلی خود را به محیط میدهد. همین تصورات چگونگی پاسخ او به محیط را تعیین می کند (فلاحت، ۱۳۸۵، ص ۶۳).

روح مکان یا حس مکان یا هویت مکان (به لاتین: *genius loci*) به یک کیفیت متمایز، یگانه و خاص یک مکان یا فضا اشاره دارد که مورد توجه نویسندگان و هنرمندان و دیگر بازدیدکنندگان واقع می شود. فضاهای دارای این کیفیت ها از روحیه و جو تجربی متمایزی بهره مندند که عمیقاً به یاد ماندنی است. در این راستا توجه نکردن به میراث فرهنگی خطر ایجاد هویت از طرف عوامل غیر فرهنگی را به همراه خواهد داشت که این خطر می تواند جایگاه اصالت را در بافت متزلزل نموده و منجر به ناهنجاری و به تبع آن اعوجاج در بافت گردد. با این مبنا شاید بتوان گفت تنها با احیاء هویت و نگاهداشت اصالت

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 Winter 2016

۱۴۸

یک بافت قدیمی است که می‌توان به مرمت زیبایی آن امیدوار بود. این پژوهش معتقد است در مقوله مرمت شهری با رویکرد ارزش‌گذاری بافت و همچنین برای تثبیت جایگاه اصالت و هویت بخشی آن، باید بین معماران و مرمتگران ایجاد همسویی و همدلی کرد؛ بدین معنی که تعلق، رفتار و همگرایی در بافت را برای مرمت مناسب درخصوص رسیدن به کمال و حقیقت بافت جهت داد. فضای زیستی گذشتگان فقط دارای ارزش‌های کالبدی و فیزیکی نیست و نمی‌توان آن را فقط از دیدگاه کالبدی تجزیه و تحلیل نمود. اصطلاح حس مکان از ترکیب دو واژه حس و مکان تشکیل شده است. واژه حس در فرهنگ لغت آکسفورد سه معنای اصلی دارد نخست یکی از حواس پنج‌گانه، دوم احساس، عاطفه و محبت که در روانشناسی به درک تصویرذهنی گفته می‌شود یعنی قضاوتی که بعد از ادراک معنای شینسبت به خود شیدر فرد به وجود می‌آورد که می‌تواند خوب جذاب یا بد باشد. سوم توانایی در قضاوت درباره یک موضوع انتزاعی، مثل معنای حس در اصطلاح حس جهت‌یابی که به مفهوم توانایی یک فرد در پیدا کردن مسیر یا توانایی مسیر در نشان دادن به خود انسان است. اما واژه حس در اصطلاح حس مکان بیشتر به مفهوم عاطفه، محبت، قضاوت و تجربه کلی مکان یا توانایی آن در ایجاد حس خاص یا تعلق در افراد است. از دیدگاه روانشناسی محیط انسان به تجربه حسی، عاطفی و معنوی خاص نسبت به محیط نیاز دارد. این نیاز از طریق تعامل صمیمی و نوعی هم‌ذات‌پنداری با مکانی که در آن سکونت دارد قابل تحقق است. پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد محیط علاوه بر عناصر کالبدی شامل پیام‌ها، معانی و رمزهایی است که مردم بر اساس نقشه‌ها، توقعات، انگیزه‌ها و دیگر عوامل آن رمز‌گشایی و ادراک می‌کنند و در مورد آن به قضاوت می‌پردازند. این حس کلی پس از قضاوت نسبت به محیط خاص در فرد و محیط در بهره‌برداری بهتر از محیط و رضایت استفاده

کنندگان و در نهایت احساس تعلق آنها به محیط و تداوم حضور در آن می‌شود. در این مقاله به تبیین مدل نظری ارتقاء حس مکان در طراحی معماری و شهر پرداخته شده و مواردی چند در این رابطه مورد اشاره قرار می‌گیرد.

ادبیات و مبانی نظری

مفهوم هویت

«هویت» در ریشه لاتین به معنای تشابه و تداوم است، یعنی در آن هم اشتراک وجود دارد و هم استمرار؛ به عبارتی آنچه در طول تاریخ ثابت و مشترک مانده و تحول و دگرگونی تاریخی روی آن اثر نگذاشته است. اما نباید ماهیت پارادوکسی هویت را نیز فراموش کرد؛ بدین معنی که هویت بطور همزمان حامل یک عنصر ایستا و پویاست، از یک سو رجوع به مفهوم هویت بیانگر استمرار و تداوم تاریخی است، اما از سوی دیگر نباید این واقعیت را نادیده بگیریم که هویت دائماً در معرض فرآیند بازتعریف و بازتولید است. از سویی دیگر، هویت در نگرش کلان به معنای تشخیص، هستی و وجود و آنچه موجب شناسایی شخصی باشد [همچون شخصیت یا کیفیت] است و بیانگر ویژگی‌های هر فرد یا پدیده‌ای می‌باشد. «هویت هر موجودی عبارت است از نحوه خاص وجود او و در انسان هویت واحده است که متشان به شئون مختلف می‌شود. انسان‌ها را مشخصاتی هست که به واسطه آن‌ها هریک از دیگری متمایزند و تا آخر عمر وحدت شخصیت در آن‌ها باقی است و به آن هویت گویند» (حجت، ۱۳۸۴، ص ۵۷). بدیهی است از نقطه نظر واژه‌شناسی هویت مترادف تاریخ قلمداد می‌شود. مثلاً وقتی از شهری بی‌هویت یا بافتی بی‌هویت سخن به میان می‌آید، منظور آن است که نشانه‌ای از گذشته را در خویش ندارد و یا به عبارتی هیچ گونه رابطه‌ای با گذشته از آن برداشت نمی‌شود (نقی زاده، ۱۳۷۹، ص ۴۰). این همان دیدگاهی است که فوکو برای چپستی هویت در معنای نوین آن با شعار «ما باید سرپیچی کنیم از آن چیزی که هستیم» بیان کرده است.



فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 winter 2016

۱۴۹

اما، هویت برای انسان سنتی (مذهبی) در یک بافت سنتی، باوری است که به مدد ایمان به غیب شکل می گیرد و سازنده و پردازنده پندار، کردار و رفتار اوست، در حالی که انسان مدرن (سکولار) خود به مدد خود هویت خویش را می سازد. هویت در جامعه سنتی، واحد و الهی و در جامعه مدرن متکثر و اکتسابی است. در یک نگاه سنتی هویت انسان مقدم بر وجود اوست و در نگاه مدرن وجود انسان مقدم بر هویت اوست (حجت، ۱۳۸۴، ص ۵۹). مطالعات «هالباکس» نشان داده بود که پیوند فضایی و همبستگی گروهی، مکانی که یک گروه در آن زندگی می کند، تخته سیاهی نیست که بتوان روی آن اعداد و نشانه هایی را نوشت و بعد پاک کرد؛ مکان از گروه تأثیر می پذیرد و بر گروه تأثیر می گذارد. بدین شیوه هرگونه فعالیت گروه، بیانی فضایی پیدا می کند و مکانی که گروه در آن زندگی می کند، تنها گرد آمده ای از این بیان ها خواهد بود. هر جنبه و هر جزئیاتی از این مکان، دارای معنایی است که تنها برای اعضای همان گروه ادراک پذیر است. زیمل و هالباکس باور داشتند که وابستگی فرد به یک مکان، برآمده از میزان تعامل گروهی است که بر یک مکان تأثیر گذارده و از آن تأثیر می پذیرد.

مفهوم هویت مکان

ماهیت یک مکان در بعضی عرصه ها، کنشی زمانی است که با فصل ها و یا دوره های یک روز همانند هوا تغییر می کند. عواملی که بیش از هرچیز، موقعیت های متفاوت را تعیین می نماید. شولتز معتقد به این است که؛ ماهیت یک مکان در بعضی عرصه ها، کنشی زمانی است که با فصل ها و یا دوره های یک روز همانند هوا تغییر می کند. عواملی که بیش از هرچیز، موقعیت های متفاوت را تعیین می نماید. پراشانسکی (۱۹۷۸:۱۴۷) هویت مکان را اینگونه تعریف می کند: ابعادی از انسان که معرف هویت فرد در ارتباط با محیط کالبدی است. وی در مقاله «شهر و هویت» مفهوم هویت مکان

را این چنین تعبیر می کند که «این مکان نشان می دهد من هستم». در تفسیر این جمله می توان به گفته های توپگر و اوزل در ارتباط با هویت مکان پی برد که معتقدند: مکان وسیله ای برای شخصیت بخشیدن به فرد، به منظور تأمین حس تداوم و ایجاد اعتماد به نفس و اتکا به خود است (Twigger, Uzzell & ۱۹۹۶:۲۲۰). بنا به اظهارات فلدمن هویت یک محل عبارتست از الگوهایی آگاهانه و ناآگاهانه از احساسات، اعتقادات، نگرش ها، ارزش ها، باورها و تمایلات رفتاری که هویت فرد را با هویت یک محل مرتبط می سازد و تمایلاتی برای برقراری ارتباطات آتی با مکان ایجاد می کند (Feldman, ۱۹۹۰:۱۸۳). مفهوم «هویت»، زمانی که در ارتباط با مکان به کار گرفته می شود، به معنای مشخصه هایی از مکان است که باعث تمایز آن از دیگر مکان ها و تداوم آن در طول زمان است (Lewika, ۲۰۰۸:۵۴). رلف بر پایه مطالعات «لینچ»، هویت مکان را تشخیص یا تمایز مکانی می داند که پایه شناخت آن به عنوان یک کل متمایز باشد (Relph, ۱۹۷۶:۴۵). «هویت مکان» اساسی ترین مفهوم مرتبط با بعد شناخت شناسیدلبستگی به مکان می باشد. روانشناسان معتقدند که در حالت کلی افراد در صورتی با یک مکان ارتباط برقرار می کنند که مکان به آنها کمک کند که بدانند کیستند، به همین دلیل است که واژه هویت مکان، زمانی که توسط روانشناسان به کار گرفته شود، به منظور مشخصه ای از انسان است.

ارزش گذاری طراحی معماری و شهر

برای شناخت کامل ارزشها باید مسائل اصلی تاثیرگذار در ارزش ها مورد شناسایی قرار گیرند با درک کامل از نحوه ظهور و بروز مسائل تاثیرگذار می توانیم تصمیم بگیریم که در مواجهه با مسائل مذکور چه روندی باید طی شود، برای درک کامل از ارزش ها نیازمند شناخت بستر و زمینه هایی هستیم که باعث بروز مسئله شده اند. یک جزء اساسی بازنمایی یک مساله، تشریح زمینه ای است که مساله

جدول ۱. نظریات نظریه پردازان پیرامون هویت شهری؛ مآخذ: طاهره نصر، ۱۳۹۳، ص ۱۸.

دوره تاریخی	نام نظریه پرداز	خلاصه نظریه
پیش شهرسازی فرهنگ گرا: قرن ۱۹	جان راسکین ۱۸۱۸-۱۹۰۰ ویلیام مورس	تأکید بر احیاء مرحله مطلوب گذشته، توجه به مسائل تاریخی و رمانتیک، ایجاد شهر بر اثر تلاش‌های فرهنگی گروهی، برای اصلاح شهر باید فرهنگ شهر را اصلاح کرد. اهمیت روح انسانی که در گروه‌های انسانی شکل می‌گیرد در مقابل فرد (که توسط ترقی گرایان مطرح است).
	اوژن ویوله لودوک ۱۸۱۴-۱۸۷۹	حذف بخش‌های اضافه شده به بنا پس از تاریخ اصلی آن، تکمیل یا احداث بنای فرسوده یا ناتمام بر پایه سبک گذشته بنا به صورت اولیه از طریق شهرداری، حفظ بنای کاملاً فرسوده و تخریبی. هدف لودوک از مداخله در بافت‌های تاریخی، احیاء کالبد و در پی آن بهبود کارکرد می‌باشد.
	جان راسکین ۱۸۱۸-۱۹۰۰	راسکین با دیدی کاملاً هجران زده به گذشته و با الهام از گذشته سعی بر آن داشت تا تحولی اساسی در اندیشه فرهنگی مردم ایجاد کند.
شهرسازی ترقی گرا		نبودن روح و حیات شهری، نبودن تماس‌های اجتماعی شایسته در یک شهر زنده، اعتقاد بر اینکه عصر صنعت، برش قاطع تاریخی با گذشته است. در این نظریه، موقعیت، مکان، فرهنگ و سنت جایگاهی ندارد.
	لوکوربوزیه ۱۸۸۷-۱۹۶۵	در بافت‌های شهری بهبود کارکرد با تخریب کالبد می‌باشد.
	کنگره سیام ۱۹۳۳	مهم‌ترین اختلافات بر سر مسأله زیبایی بود. هدف سیام «کار برای خلق محیط کالبدی که نیازهای روحی شهروند و نیازهای مادی را فرو نماند» اعلام شد. مطرح شدن نیازهای روحی در کنار نیازهای مادی، گامی بود به جلو، ولی از لحاظ نظری شکافی بود بین نسل قدیم و جدید سیام.
	آلبو روسی ۱۹۳۱-۱۹۹۷	می‌توان گفت که شهر خود، خاطره جمعی مردمش است و همچون «خاطره» با اشیاء و مکان‌ها رابطه دارد. شهر، تجلیگاه خاطره جمعی است.
شهرسازی فرهنگ گرا	کامیلوسیت ۱۹۰۳-۱۸۴۳	بازگشت به شیوه‌های هنری قرون وسطی، ارزش بنای تاریخی در هماهنگی با محیط اطراف، میدان و بقیه فضاهای شهری به عنوان «محل تعامل اجتماعی» و فضایی چند عملکردی، قواعدی کالبدی را که وی هنری می‌نامد برای حفظ و تقویت این زندگی جمعی در شهر، از دل فضاهای باز جذاب تاریخی استخراج نماید. حس مکان عصر جدید، میدان به عنوان مرکز افتخار آفرین زندگی جمعی؛ نخستین شخصی است که از کاربرد هنر برای زیبایی شهر و اقدامات بهسازی و نوسازی شهری سخن گفته است.
	لوکا بلترامی ۱۸۵۴-۱۹۳۳	تعلق بنا به محیط شهری، یعنی هیچ بنایی به خودی خود معنی ندارد و تنها از طریق محیط اطرافش تعریف می‌شود.
	لئوناردو بنه ولو — ۱۹۳۳	تداوم تاریخی با توجه به مراحل تحول شهری، امری حیاتی است. هدف از مداخله در بافت کهن، بهبود کالبد و شرایط زیست ساکنان است.
	لودویکو کوآرونو ۱۹۱۱-۱۸۸۷	مرمت شهری امری چند وجهی است که تمام وجوه اقتصادی، کالبدی و ... را در بر می‌گیرد. احیای بافت‌های تاریخی از وجوه مختلف، هدف وی از مداخله در بافت‌های کهن، بهبود عملکرد با احترام به کالبد زنده و پویا است.
	گوستاو جیووانی	هدف وی از مداخله در بافت‌های کهن، بهبود عملکرد با احترام به کالبد زنده و پویا است. احیاء بافت شهری مد نظر او است.
	کنزو تانگه ۲۰۰۵-۱۹۱۳	شهر باید در آزادی، تنوع، تعادل، انگاره‌ها، تحرک و گزینش نامحدود زندگی کند. هدف وی از مداخله در بافت‌های کهن، حفظ سنت با پاسخ به نیازهای نو است.
	تری فارل — ۱۹۳۸	بناها و مجموعه‌های تاریخی گنجینه‌ای از اعتقادات و خاطرات نسل‌های گذشته است. اعتماد به گذشته، رهگشای زمان حال است. رد تخریب و بازسازی، مشارکت مردم در مرمت، انطباق میان بناهای قدیم و جدید.
	کامیلو بوی تو ۱۸۳۶- ۱۹۱۴	بازگرداندن روح حیات و فعالیت به بنای تاریخی است تا مرمت کالبدی آن.
پست مدرنیست	وان ایک ۱۹۹۸-۱۹۱۸	از معماری و برنامه‌ریزی شهری مدرن به دلیل بی هویتی و یکنواختی کالبدی آن انتقاد می‌کند.
	چارلز جنکر — ۱۹۳۹	گذار از شعور ملی به هویت محلی؛ گذار از فرهنگ منسجم به خرده فرهنگ‌ها، گذار از سبک محدود به گونه‌های متفاوت. هدف وی از مداخله در بافت‌های کهن، زنده کردن باورها و تصورات محلی ساکنان شهر است.
	کریستوفر الکساندر — ۱۹۳۶	الکساندر به دنبال ایجاد شهرهایی است که حس هویت را نه تنها خود داشته باشد بلکه به ساکنان نیز القاء کنند. احساس تعلق خاطر، شهرها با ایجاد کلیت در درون خود این حس هویت را به ساکنان القاء کنند.

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 winter 2016

۱۵۱

در آن رخ داده است. «تسمر و ریچی» (۱۹۹۷) یک الگوی مفهومی و مجموعه‌ای از فرآیندها برای تجزیه و تحلیل و تهیه نقشه فیزیکی، سازمانی و اجتماعی- فرهنگی وقوع مسائل ارائه کرده‌اند. مفهوم یک مسئله مشابه در زمینه‌های متفاوت اجتماعی یا کاری مختلف خواهد بود» (فردانش، ۱۳۸۷، ص ۱۶۳) زمینه‌ها و بستر وجودی ارزش‌ها در آثار تاریخی و فرهنگی می‌تواند در قالب ۳ دسته مجزا از هم مورد بررسی قرار گیرد:

(*) **بعد اول: ارزشهای فرهنگی؛ هر اجتماعی** برای خود دارای فرهنگ و تمدن ویژه‌ای است که بر اساس انباشت آداب و سنن جاری جامعه، در طول زمان، شکل آیین و رسوم به خود می‌گیرد و پوسته‌ظاهری و بیرونی آن شکل و سیاق فرهنگ می‌باشد و فرهنگ هر جامعه را از مجاورین و معاصرین خود مجزا می‌سازد و نشانه‌هایی می‌باشد که در نماد شناسی بعنوان نماد جامعه و مردم آن محسوب می‌گردد. آثار و مباحث تاریخی و فرهنگی برای حفاظت و نگهداری ارزشمند می‌باشند نگهداری که منجر به آموختن از آنها برای تکامل زندگی انسانی گردد و اگر اینگونه نباشد تاریخ و ارزش‌های آن مورد استفاده نخواهد بود: «این نوشته‌ای است در تاریخ اجتماعی عقاید و به ویژه درباره شعبه‌های به هم پیوسته «آنال» که در بر گیرنده مفاهیم روش شناسی و تاریخ‌نگاری آن است. این تلاش کنجکاوانه‌ای است که دانشمندان فرانسوی برای بهره‌گیری از مفاهیم اقتصادی، زبان شناسی، جغرافیایی، انسان شناسی، فیزیولوژی و علوم طبیعی جهت بررسی و مطالعه تاریخ و وارد کردن موقعیت تاریخی، در علوم اجتماعی و انسانی انجام داده‌اند و آن‌ها مخالف تاریخ سیاسی یا هر تاریخی بودند که نتواند از بررسی سطحی رویدادها فراتر رود» (استویانوویچ، ۱۳۸۶، ص ۲۳). از ارزش‌های موجود در مسائل فرهنگی و تاریخی می‌توانیم به مفاهیمی همچون منظر فرهنگی-تعاملات مذهبی، روابط انسانی و اجتماعی و مدیریت‌های مذهبی اشاره نمود

که از ابعاد بیرونی و ظاهری آثار تاریخی محسوب می‌گردند.

(*) **بعد دوم: ارزشهای کالبدی و اقتصادی؛** هر اثر تاریخی ذاتاً دارای ارزش اقتصادی می‌باشد. ارزش اقتصادی موجود در آنها نه تنها در ارزش‌های سرمایه‌ای و ثروت‌مداری هر جامعه بلکه در ارزش‌های معنوی و غیر مادی هم به منصه ظهور و بروز رسیده است، این ارزش را در ۳ دسته می‌توان دسته‌بندی نمود:

۱. دسته اول: «ارزشهای ملکی و فیزیکی بافت؛ هر اثری به خاطر موقعیت قرارگیری در محدوده تاریخی یک شهر یا مجتمع زیستی یا در خارج از آن دارای ارزش سرمایه‌ای می‌باشد و اگر قوانین و مقررات شفاف و حمایتی جامع در این زمینه وجود داشته باشد دارایی ارزشمند فیزیکی محسوب می‌گردد، این بخش از ارزش اقتصادی در ارزیابی ارزش‌های سرمایه‌ای ارتباطی با متخصصان امر ندارد و این بخش ارزش را بازار و فعالان اقتصادی تعیین می‌کنند: «اگر در صدد انجام برآورد ارزش‌های فرهنگی هستیم تا منابع مورد نیاز برای حفظ، مراقبت، نگهداری یا بهبود وضع این میراث را ارزیابی نماییم، نیاز به ابزارهایی داریم. برآورد قیمت بعضی از این گونه‌داراییها در بازار می‌تواند نقطه آغاز این ارزیابی باشد. برای مثال، یک خانه تاریخی را متعلق به فردی خاص و در شهر قرار داشته باشد می‌تواند به فروش رساند و قیمت آن دست کم می‌تواند تا حدودی ارزش آن را به عنوان سرمایه فرهنگی و در مقایسه با ارزش فیزیکی محض آن منعکس نماید» (تراسبی، ۱۳۸۲، ص ۳۴).

۲. دسته دوم: «ارزشهای غیرملکی؛ در ترکیب با سایر ارزشها، در زمینه اقتصادی به رشد و توسعه آنها کمک می‌کند و باعث جلوه‌گر شدن ارزشهای فرهنگی و اجتماعی بواسطه حضور ارزش اقتصادی می‌گردد. «ارزش اقتصادی یکی از قدرتمندترین راههای شناخت اجتماعی، ارزیابی و ارزشهای وابسته سایر چیزها است» (Randall Mason، ۲۰۰۲، ص

۱۲)؛ یعنی ارزش اقتصادی یک اثر موجبات شکل گیری شناختی از سایر ارزش های جوامع می شود: «در واقع، فایده های دارایی فرهنگی در کل جامع اعم از جامعه محلی، منطقه ای، ملی یا بین المللی پخش می شود و دامنه فایده بستگی به درجه اهمیت دارایی مورد نظر دارد. این فایده ها دست کم اجزای آشنایی چون ارزش اختیاری، میراثی و موجودیت را در بر می گیرد. ارزش اختیاری، طبق تعریف از تمایل فرد به نگهداری اختیار کسب فایده از دارایی در آینده ای نامشخص ناشی می شود. ارزش میراثی به ارزش دارایی به عنوان شیء اشاره دارد که به نسل های بعد به ارث می رسد و ارزش موجودیت منعکس کننده قاعده اظهار شده ای است که افراد به صرف آگاهی از وجود آن دارایی و صرف نظر از استفاده یا عدم استفاده از آن به دست می آورند.» (تراسبی، ۱۳۸۲، ص ۳۵).

۳. دسته سوم: «ارزشهای فرهنگی، هویتی و ماهوی»؛ مهمترین بخش از ارزش اقتصادی مربوط به ساماندهی و رونق بخشی به بخش فرهنگ و آشنایی با سنت ها و ارزشهای هر جامعه ای می گردد در این بخش هر چند که مسئله اقتصاد منجر به سرمایه گذاری در زمینه آثار تاریخی می شود ولی در نهایت معرفی سنت و آیین های اجتماعی و فرهنگی جامعه است که منتفع می گردد گردشگری امروزه بعنوان یک صنعت محسوب می گردد و اقتصاد خیلی از جوامعی که دارای جاذبه های فرهنگی و اجتماعی

هستند برای بهره مندی از سود سرشار این بخش به سرمایه گذاری در این بخش می پردازند و انتفاع اقتصادی سرشاری نصیب جامعه و افراد آن جامعه می گردد، ولی در نهایت امر این سرمایه گذاری اقتصادی منجر به معرفی قابلیت ها و ارزش های آن جامعه محسوب می شود و گردشگرانی که سفر را به عنوان یک عمل تفریحی و برای گذران اوقات فراغت برای خود بر می گیرند ناخواسته با جلوه های فرهنگی و آداب و رسوم آن جامعه آشنایی پیدا می کنند و این بخش نه تنها بعنوان یک فعالیت اقتصادی که بعنوان یک بازخورد فرهنگی به حساب می آید: «گردشگری نباید بدون فرهنگ وجود داشته باشد، این حکم ناگزیر است و گردشگری در هر شکلیش موجب تاثیر فرهنگی بر بازدید کننده و میزبان است» (افخمی، ۱۳۸۶، ص ۷۹).

(*) **بعد سوم: ارزشهای ادراکی؛** هر فردی بسته به خواست ها و نیازهای خود، ادراکی از محیط پیرامون خود دارد، زیست انسانی و بهینه فرد در اجتماع ارتباط مستقیم با درک وی از محیط و مکان متعلق به آن دارد، وابستگی و توجه به محیط زیست موضوع مهم و اساسی در تصمیم گیری دارد که از آن جمله می توان به حس تعلق خاطر به یک مکان اشاره نمود از فاکتورهای وابستگی مکانی غیر از بحث مالکیت که به اعتقاد نگارنده بسیار تعیین کننده و مهم و پیچیده است: «یکی از مهمترین پیچیده ترین مسائل انسان که او را از سایر موجودات

جدول ۲. جدول اسناد جهانی مرمت، مربوط به دوران شکلگیری مرمت علمی؛ ماخذ: بنیادی، ۱۳۹۱، ص ۷۰.

تاریخ	عنوان سند	توضیحات
۱۸۷۷ م.	مانیفست انجمن حفاظت بناهای تاریخی (SPAB Manifesto)	مانیفست انجمن مراقبت از ساختمان های تاریخی (SPAB) موضوع مراقبت از بناها را به تمام سبک ها و زمان ها توسعه می دهد و تا امروز مبنای فلسفی برای فعالیت انجمن بوده است.
۱۹۰۴ م.	توصیه نامه ششمین کنفرانس بین المللی معماران.	این توصیه نامه اولین تلاش های حفاظت معماری را ثبت کرده است. توصیه نامه بر اهمیت مداخله حداقل در ساختارهای تخریب شده و یافتن استفاده کارکردی برای ساختمان های تاریخی تأکید می کند. این سند اصول وحدت سبکی راه برای احیا بر اساس بیان سبکی واحد (طبق نظر ویوله لودوک) ترویج می نماید. تفکیک یادمان ها به یادمان های مرده و زنده در این کنفرانس مطرح می گردد.

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 winter 2016

۱۵۳

متمایز می کند کیفیت ادراکات انسانی است» (دیبا و انصاری، ۱۳۷۴، ص ۳۸۵).

از عوامل تاثیر گذار بر ادراک محیط می توان به جنسیت، سن، خاطرات بچگی، مذهب، سیاست، طبقه اجتماعی، ملیت و فرهنگ اشاره نمود که می توانند تعیین کننده این مطلب باشند که مکان، در یک شخص تعلق و حس وابستگی ایجاد می کند یا نه؟ بنابراین یک طراح و خالق باید سعی کند با در نظر داشتن این موارد محیطی را به وجود آورد که شخص حاضر در مکان مورد نظر با شکل گیری حس وابستگی نسبت به نگهداری از آن مکان اقدام کند (نژاد ابراهیمی، ۱۳۹۱).

بر این اساس در ادامه مفهوم حس مکان و اصالت بخشی به بافتهای تاریخی مورد بررسی قرار می گیرد.

برای دستیابی به حس مکان در محلات و فضاهای شهری باید خصوصیات زیر را مدنظر داشته باشیم:

۱. محلات جدید شهر باید با گذشته و حال شهر پیوند برقرار کرده و خصوصیات آن را در خود مجسم سازد. «راب کریر» در این زمینه معتقد است که فضاهای قدیمی را باید از نو کشف کرد. زمانی این هدف دستیافتنی می شود که ابتدا کارکردهای آن را ارزشگذاری می کنیم و بعد در مکان مناسب آنرا در طرح کلی شهر برنامه ریزی کنیم. شهرسازان همواره وظیفه اخلاقی می دانند که خصوصیات زمان را در کارهای خود متجلی کنند.

۲. محلات به عنوان عناصری نمادین برای ایجاد نقاط تاکید در شهر: از نظر «کوپن لینچ» مکان باید هویت قابل ادراک داشته باشد. این نوع هویت یا حس مکان می تواند احساس تعلق به همراه داشته باشد، میان مردم و مکانها ارتباط برقرار کند و وحدت بوجود آورد. ایجاد مکانهای متنوع امکان انتخاب افراد را از مکانهای خلوت تا شلوغ، محصور تا آزاد و ساده تا پیچیده افزایش می دهد.

۳. شناخت فعالیتهای مردم با توجه به فضا و کنش انسان و کالبد ساخته شده: وضوح شکل بصری و

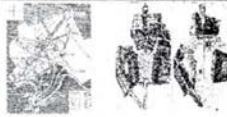
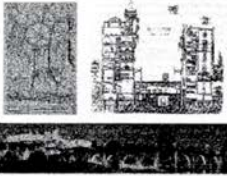
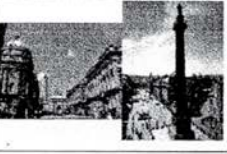
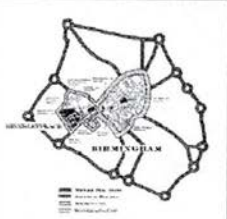
عملکرد فضا باعث ادراک صحیح از آن و در نتیجه ارتباط مناسب مردم با فضا می شود که در نهایت به اهمیت اجتماعی فضا می انجامد. هرگاه عملکردی با اهداف فضایی منطبق باشد فضا دارای مفهوم می شود. انسان جزئی از فضا است و با ارزشها و هنجارها به این فضا معنا می بخشد. الگوی روابط اجتماعی ثابت نیست و هر فضا با جایگزین شدن روابط اجتماعی خاص چهره متفاوتی به خود می گیرد. به همین دلیل باید به دنبال فضایی بود که به تغییرات سریع جامعه، تکنولوژی و اقتصاد پاسخگو باشد. به این ترتیب شهر نیازمند فضاهایی است که به طور ساختاری بازندگی قرین شود؛ یعنی قابل انعطاف و قابل احیاء باشد.

۴. تناسب شهرسازی با زمان: فضا برای اینکه بتواند ارزشمند و ماندگار باشد باید روح زمان را در خود مجسم کند. ما در عصر عدم قطعیت زندگی می کنیم و بسیاری از اموری که تردیدناپذیر بودند، امروز هم مورد تردید جدی قرار گرفته اند. مادر دنیایی قرارداریم که با سرعت شتابان در حرکت است. در واقع باید چارچوب ساختاری را برای این ساختمان هادرنظر گرفت که فضاها در آن قابل تغییر باشند. در غیر این صورت فضایی که نتواند خود را با تغییرات سریع علم و جامعه منطبق سازد، پس از مدت کوتاهی کهنه می شود و بدون استفاده باقی می ماند (ضرابیان و منعم، ص ۲۷ و ۲۸).

مفهوم حس مکان

معماری که می خواهد طراحی کند و یا فضای خلق شده قبلی را مرمت کند، باید متوجه باشد که مکان و زمانی که قرار است در این فضای خلق شده جاری و سپری شود، بر انسان ها چه اثری گذاشته و می گذارد. اما «جایگاه اصالت یعنی نحوه احترام به روح مکان و این به معنای نسخه برداری از نمونه های قدیمی نیست، بلکه بدان معناست که «این همانی» مکان را تعیین کرده و آن را به شیوه هایی همواره نو تاویل نماییم. تنها در آن صورت است که می توانیم از سنتی زنده و ماندگار سخن بگوییم که تغییر را

جدول ۳. تجربیات مرمت شهری در کشورهای صنعتی؛ ماخذ: بنیادی، ۱۳۸۸.

زمان	دوره	توسعه شهری حفاظت گرا	توسعه کمیت گرای شهری	دوره	تجارب و مصادیق
مرمت علمی زنانس	دوران پیش از	مراقبت آئینی و احیای سبکی Traditional Preservation & Stylistic Restoration	بازسازی شالوده ای Restructuring	مرکزالتاسم	
قرن ۱۹ تا اوائل ۲۰	مرمت علمی شکل گیری	مراقبت و احیای علمی Preservation, Scientific Restoration ویوله لودوک، جان راسکین، ویلیام موریس لوکا بلترامی SPAB, NATIONAL TRUST	توسعه شهری Urban Development بارون هوسمان باومیستر اوژن هنارد	اقتصاد صنعتی	
اوائل قرن ۲۰ تا دهه ۴۰	دوران استفاده از مرمت شهری جهت پاسخگویی به مشکلات شهری	Modern Conservation حفاظت نوین کامیلیو بوئی تو جیو واتونی، ریگل	Modern Development توسعه شهری مدرن له کوربوزیه منشور آتن ۱۹۳۳	بحران و جنگ جهانی	
از ۱۹۴۵ تا اواخر دهه ۶۰		باززنده سازی شهری Urban Revitalization بازسازی ورشو مرمت شهری یورک، باث، چستر، چی چستر کنگره گوپینو ۱۹۶۰، کنگره ونیز، ۱۹۶۴	رشد حومه در شهرنشینی مدرن Urban Redevelopment & Reconstruction بازسازی مناطق تاریخی بر اساس طرح های جامع	رونق پس از جنگ	
اواخر دهه ۶۰ و ۷۰		جهانی شدن میراث فرهنگی مرمت شهری اوربینو، بولونیا، فرارا و ... شکل گیری نهادهای بین المللی ... ICOMOS, ... گردهمایی پاریس ۱۹۷۲، کنگره آمستردام ۱۹۷۵ حراست شهری Urban Safeguarding	آغاز نقد بر معماری و شهرسازی مدرن Urban Renewal نوسازی شهری	بحران انرژی	
دهه ۱۹۸۰		گردهمایی واشنگتن، ۱۹۸۷ مرمت شهری در مقیاس محلات در شهرهای اروپا	دولت رفاه Property led Regeneration بازآفرینی مالکیت محور شهری	آغاز جهانی شدن	
دهه ۱۹۹۰		Cultural led & Community led Regeneration بازآفرینی حفاظت محور و بر محور اجتماعات محلی	Design led Regeneration بازآفرینی طراحی محور	رونق اقتصاد جهانی	
اوائل دهه ۲۰۰۰		حفاظت یکپارچه Integrated Conservation تداوم سنتی Traditional Continuity اقدامات رنزو پیانو در ایتالیا توسعه پایدار Sustainable Development نوزائی شهری Urban Renaissance اقدامات ریچارد راجرز در انگلستان	بحران جهانی اقتصاد		

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 winter 2016

۱۵۵

با مرتبط ساختن آن به مجموعه‌ای از پارامترهای بنیان نهاده شده در محل معنادار می‌سازد» (شولتز، ۱۳۸۸، ص ۲۶۰)، و این حکایتی است که در نگاه پدیدارشناسان معنای اصالت را در بافت مستحکم می‌سازد و به آن غنا و ارزش می‌بخشد. لذا «حس مکان» مقوله‌ای را شامل می‌شود که در انسان احساس شوق و شغف، ناراحتی، و غم را موجب می‌گردد. حس مکان در مکان‌های مذهبی و گاهاً در مکانهای تاریخی بعنوان روح مکان شناخته می‌گردد. «ارزش‌های فردی و جمعی بر چگونگی حس مکان تاثیر می‌گذارد و حس مکان نیز بر ارزش‌ها، نگرش‌ها و به ویژه رفتار فردی و اجتماعی افراد در مکان تاثیر می‌گذارد و افراد معمولاً در فعالیت‌های اجتماعی با توجه به چگونگی حس مکانشان شرکت می‌کنند؛ 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 می‌باشد و به هویت‌مندی افراد و احساس تعلق آنها به مکان کمک می‌کند؛ لذا باید اذعان داشت که دو رویکرد اساسی در حوزه‌های فکری «پدیدارشناسی» و «روان‌شناسی» در تعریف حس مکان وجود دارد. در رویکرد اول که همان نگاه پدیدارشناختی است، حس مکان به معنای ویژگی‌های غیرمادی مکان و بامفهوم‌ی نزدیک به روح مکان تعریف می‌شود. «کریستیان نوربرگ شولتز، یی‌فو توآن، ادوارد رلف، آن‌باتیمر، کنت فرامپتون، کریستوفر الکساندر و دیوید سیمون» از جمله نظریه‌پردازانی هستند که به مکان از جنبه پدیدارشناختی می‌نگرند. شولتز مکان را فضایی درک شده و عجین شده با خاطره‌ها و تجربه‌ها و حالات روحی در انسان تعریف می‌کند. از نظر وی «مکان محلی برای باشیدن انسان‌ها است». او جهت‌یابی و شناسایی را از مهمترین مؤلفه‌های ویژگی مکان می‌داند و معتقد است زمانی که هر دو به خوبی در مکان تحقق یابند، انسان به حس مکان نایل می‌شود (شولتز، ۱۳۸۸، ص ۱۴). از سوی دیگر جغرافی‌دانان

انسانی نیز، حس مکان را با عبارات عاطفی بیان می‌کنند. برای مثال توآن لغت «مکان دوستی» یا «عشق به مکان» را ابداع کرد و آنرا پیوندی پر محبت و تأثیرگذار میان مردم و مکان‌ها می‌داند و از نظر «سالواسن» شخصیت کالبدی، مالکیت، اصالت ساکنین، وسایل رفاهی و فضاهای خصوصی و جمعی اجزاء تشکیل‌دهنده مکان هستند که در خلق حس مکان مؤثرند (Salvesen: ۵۴، ۲۰۰۲)؛ لذا از ماهیت نظرات اندیشمندان فوق‌الذکر در حوزه‌های مختلف برمی‌آید که سه جنبه تعامل انسان و محیط که اکثر محققان در تأثیر آن بر فرآیند حس مکان اتفاق نظر دارند عبارتند از: تعامل شناختی، عاطفی و رفتاری با مکان، که بنا به گفته پژوهشگران مشخصه‌های کالبدی، فعالیتی و معنایی مکان قادرند بر شکل‌گیری این تعامل در مفهوم روانی مرمت تأثیرگذار باشند (دانشپور و دیگران، ۱۳۸۸، ص ۳۷). از دیدگاه پدیدارشناختی مهم‌ترین مفاهیم مرتبط در بیان حس مکان، تجربه مکان و شخصیت مکان است و حس مکان به معنای ویژگی‌های غیرمادی یا شخصیت مکان است که معنای نزدیک به روح مکان دارد» (فلاح، ۱۳۸۵، ص ۵۸)، مدل مشهور کانتر از مکان که یکی از پیشگامان مطالعات ادراک معماری و شهرسازی است یک مکان را متشکل از سه بعد در هم تنیده «کالبد»، «تصورات» و «فعالیتها» می‌داند. وی در تعریف مکان برآیند این سه مولفه را محیط شهری معرفی می‌کند: «کیفیت طراحی شهری عبارت است از برآیند سه مولفه که هر یک از آنها متکفل برآورده ساختن یکی از کیفیت‌های سه‌گانه کالبدی، فعالیتی و تصویری محیط شهر است» (گلکار، ۱۳۷۹، ص ۳۱)؛ انسان به عنوان موجود اجتماعی که دارای قوه تخیل و تعقل است همیشه سعی در بهینه کردن زندگی خود در قالب مظهر و زندگی (معماری) می‌باشد؛ به گونه‌ای که با شناخت نیاز و خواسته‌های خود همواره در پی محیطی بوده است که آرامش فیزیکی و غیر فیزیکی را برای خود آماده کند عدم

توجه به هر کدام از این نیازها و خواسته‌ها موجب شکل‌گیری تنش‌ها و چالش‌هایی در ذهنیت و عینیت رفتاری انسان می‌گردد. ایرانیان از دیرباز نگاهی روانشناختی به فرآیند شکل‌گیری ساختار مکانی بافت محلات داشتند. فلامکی در رویکردی روانشناختی، حس مکان را همان محفل رابطه‌های فضایی کالبدی همسایگی‌ها و همجواری‌ها بر مبنای شناخت رفتارهای فضایی ساکنان و افراد بومی بافت‌ها می‌داند و از این رو است که بنا به اعتقاد وی در برخی تجربه‌های جهانی مرمت شهری که توان علمی بازشناسی و ارزیابی کیفی رابطه‌های جاری میان فرد و فضای کالبدی محل زندگی شخصی و گروهی را ندارند، برای اصالت بخشیدن به فضای مرمتی خود متوسل به محفل رنگ‌ها، اندازه‌ها، فاصله‌ها و تناسبات فضایی شده و شناخت و درک زیبایی تنها به احساس صوری از فضا در بافت شهری تبدیلی می‌گردند (فلامکی، ۱۳۸۷، ص ۷۸). به اعتقاد «توان» حس مکان به نوعی فاصله بین شخص و مکان اشاره دارد، چنانچه به شخص امکان می‌دهد به ارزش مکان پی‌برد و اصالت آن را درک کند (توان، ۱۳۸۴، ص ۱۲۶). «رلف» در کتاب «مکان و بی‌مکانی» اظهار می‌دارد: «معنای اصلی ماهیت مکان از موقعیت خاص ساکنان محل و یا تجربیات ظاهری و فیزیکی برنمی‌خیزد، بلکه تمام این موارد از ویژگی‌های حیاتی یک مکان یا به تعبیری دیگر همان اصالت مکان است. او مکان را تلفیق فضا با خاطره و رویدادها می‌داند و حس مکان را چیزی فراتر از آن و در پیوستگی با زمان گذشته می‌داند» (salvesen، ۲۰۰۲: ۵۴)، همان مولفه‌ای که در تعریف هویت نیز متذکر شدیم. مردم چیزی فراتر از خصوصیات فیزیکی مکان را تجربه می‌کنند و می‌توانند پیوسته خود را با روح مکان احساس کنند. به سخنی دیگر مکان‌ها ذاتاً پایگاه‌های معنایی هستند که در طول زندگی بر اساس رویدادها شکل گرفته‌اند (حبیبی، ۱۳۸۷، ص ۳۳). در حقیقت این نکته را باید پذیرفت که نقش

انسان و رفتار او نیز در جایگاه مرمت بافت و اصالت بخشی به آن بی‌تأثیر نبوده و نگاه علوم رفتاری در این راستا مؤثر تلقی می‌شود. ساختار یک مکان، حالتی ثابت و همیشگی نیست ولی این بدان معنا نیست که حس مکان در افراد، نسبت به بافت لزوماً تغییر می‌کند یا از بین می‌رود. مکان‌های پایدار شرط لازم برای زندگی انسان هستند، در نتیجه مکان‌هایی که تاکنون ماندگار بوده‌اند، شرایط لازم برای زندگی را داشته‌اند و به تعبیری دیگر اصالت خود را حفظ کرده‌اند (شولتز، ۱۳۸۸، ص ۱۸۷). از این دیدگاه انسان‌ها به تجربه حسی، عاطفی و معنوی خاص نسبت به محیط زندگی نیاز دارند و در حقیقت حس مکان کاتالیزوری است که باعث تبدیل شدن یک محیط به یک مکان می‌شود (فلاح، ۱۳۸۵، ص ۵۹). مکان‌ها می‌توانند هم کیفیات خوب و همچنین بد داشته باشند. شناسایی روشی که مردم مکان‌ها را درک کرده و نسبت به آن عکس‌العمل نشان می‌دهند توانایی مهمی برای تمامی کسانی به شمار می‌رود که به کیفیت مکان‌ها علاقه‌مند هستند. ویژگی‌هایی که استفاده و لذت انسانی را تشویق می‌کند، موضوعات طبقه‌بندی شده از ایمنی و امنیت تا مطبوع بودن بصری و حسی را شامل می‌گردد (چپ من، ۱۳۸۴، ص ۱۹۷).

مفهوم حس تعلق

«میچرلیچ» مهم‌ترین عامل در شکل‌گیری تعلق خاطر ساکنان یک بافت محله‌ای را تجربه‌ها و خاطره‌هایی می‌داند که انسان از تعامل با هم‌نوعان خود در آن بافت به دست آورده است. او پیوند دوسویه و تنگاتنگ خانه مسکونی با بافت پیرامون را به عنوان میدانی برای روابط انسانی مشترک و همچنین آرامش را عامل دیگری در پیدایش حس تعلق می‌داند که در زیبا شدن فضای ذهنی بافت‌های قدیمی مؤثرند، که این در حقیقت همان اشتراک و استمرار است که در تعریف هویت بدان پرداخته شده و عاملی در تثبیت جایگاه اصالت در



فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 winter 2016

۱۵۷

بافت محله ای تعریف می گردد. حس تعلق به گونه ای به پیوند فرد با بافت منجر می شود که انسان خود را جزئی از بافت می داند و براساست تجربه های خود از نشانه ها، معانی، عملکردها و شخصیت، نقشی برای بافت 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. ما می خواهیم با حفظ خاطره های گذشته، در حال زندگی کنیم و برای آینده ی خویش تدابیری بیندیشیم. ما خواستار اصالت، امنیت، حس تعلق و خواهان زندگی در محیط هایی هستیم که در عین راحتی و انسانی بودن، دارای عناصر و اجزای زیبایی نیز باشد؛ به طوری که روح ما را به آرامش برساند و بتوانیم توان و نبوغ خود را بکار گیریم تا محیطی بدست آوریم که متعلق به همه باشد و همگان از آن لذت ببرند و به داشتن آن افتخار کنیم (پاکزاد، ۱۳۷۵، ص ۴۵) و در حقیقت نزد ایرانیان حس تعلق به فضا نتیجه وجود کیفیاتی در فضا است که افراد را نسبت به اطراف خود متعهد می سازد (پاکزاد، ۱۳۸۶، ص ۲۶۰). لذا روانشناسان محیط بر این عقیده اند که تقویت پیوندهای عاطفی با مکان در فائق آمدن بر بحران هویت عصر حاضر و اصالت بخشیدن به آن نقش اساسی دارد و در این جهان دائماً در حال

تغییر، به انسان حس پایداری و جاودانگی می بخشد (Hay, ۱۹۹۸:۵). روانشناسی محیط، تعامل عاطفی بین انسان و مکان را تحت عنوان «حس مکان» مورد مطالعه قرار داده است تا علاوه بر دستیابی به حس رضایت بیشتر از محل سکونت، حس تعلق، دلبستگی به فضا، امنیت، هویت و اصالت را در انسان تقویت نماید. از بین رفتن حس تعلق نتیجه دید مدرنیستی به فضا می باشد که جدایی افراد از یکدیگر و کمبود تعاملات اجتماعی در کنار سایر معضلات شهری را در بر دارد. چنانچه به گفته شولتز بسیاری از مردم احساس می کنند که زندگی شان «بی معنا» است و از خود بیگانه شده اند. کاهش میزان تعلق انسان به فضا منجر به تغییر در بنیان های روابط انسانی گشته و در صورت ادامه این روند، انسان صورت مدنی یا به عبارتی اصالت خود را از دست خواهد داد (شولتز، ۱۳۸۱). لغت نامه دهخدا واژه تعلق را علاقه داشتن، عشق به چیزی داشتن و میل به کسی داشتن معنی می کند و از نظر ابن خلدون تعصب داشتن یعنی تعلق خاطر یک فرد به مجموعه خویش (ابن خلدون، ۱۳۶۲، ص ۱۰).

مرمت شهری و ارزش بافت

تجربیات جهانی مرمت شهری به تفکیک هدف اصلی، اهداف اقتصادی، اهداف اجتماعی و اهداف فرهنگی

جدول ۴. اسناد مرمت شهری از اوایل قرن بیستم تا نیمه دهه چهل میلادی؛ ماخذ: بنیادی، ۱۳۹۱، ص ۷۱.

تاریخ	عنوان سند	توضیحات
۱۹۳۱ م.	منشور آتن.	منشور آتن بعنوان بیانیه معماران مدرن در ۱۹۳۱ میلادی، با وجود دیدگاه ضد تاریخی این بیانیه، بر لزوم محافظت مجموعه های شهری نیز تأکید نمود. در این بیانیه آمده است که محوطه های تاریخی باید مورد حمایت قرار گیرند و پاسداری شوند و محدوده های اطراف آنها نیز مورد توجه قرار گیرند. هنگام ساخت بنا خصوصیات و سیمای ظاهری شهرها رعایت شوند، خصوصاً در همسایگی یادمان های باستانی، که باید به محیط اطراف آنها نیز توجه کرد. حتی از بعضی مجموعه ها و دورنماهای شهری نیز باید مراقبت کرد.
۱۹۳۵ م.	پیمان روریج	جامعه بشری در نیمه اول قرن بیستم درگیر جنگ های جهانی بود و صدمات بسیاری به شهرهای تاریخی در جهان وارد آمد. جهت مراقبت از هرگونه خطر برای یادمان هایی که گنجینه فرهنگی بشر تلقی می گردند، از جمله لزوم نصب علائم بصورت دایره ای سرخ که در میان آن سه گوی سرخ رنگ باشد، چه در مالکیت ملتها و چه خصوصی باشد، در جنگ یا صلح ضوابطی اعلام نمود.



علامت یادمان فرهنگی پیمان روریج

یعنی بیشتر به کمیات پرداخته می‌شود نه کیفیات فضایی. در مقابل، حکمای مسلمان به اصالت عوامل کیفی در بافت معتقد بودند. در تفکر سنتی معماران در ماهیت حجم و فضا، اصالت زاییده عوامل کمی نیست بلکه کیفیات است که فضا را در یک محیط تشکیل می‌دهد. اگر فرم از محتوا جدا گردد، فضا اصالت خود را بر اساس بینش افلاطونی از دست می‌دهد و به فرم ظاهری یا غیراصیل تعبیر می‌گردد (نقی زاده و امین زاده، ۱۳۸۲، ص ۹۹).

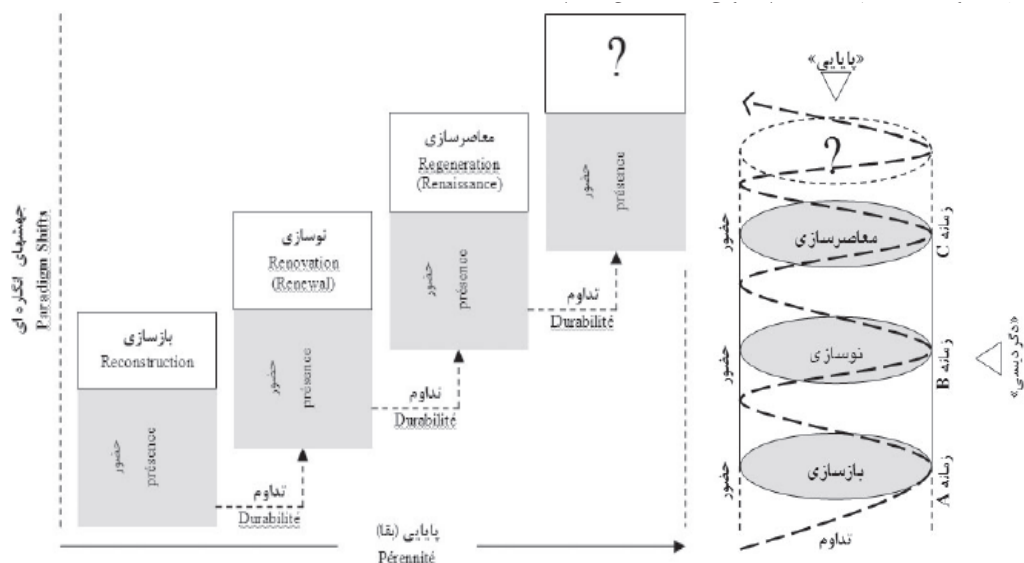
مفهوم اصالت مکان

نقی زاده (۱۳۷۹، ص ۳۴) اصالت داشتن و دارای الگو بودن را یکی از معیارهای زیبایی ماندگار می‌داند و افلاطون انسان سنتی را کسی می‌داند که نسبت به اصالت خویش وفادار بماند و در حقیقت، اصالت را وفادار به سنتی بود نمی‌پندارد (بینای مطلق، ۱۳۸۵، ص ۷۱). واژه انگلیسی authentic (اصیل) برگرفته از واژه یونانی authentikos (خودم، همان = autos) است و می‌توان آن را با اصل در مقابل کپی، حقیقی در برابر تصنعی و راستین در مقابل بدل بیان کرد. اصیل بودن به معنی کارکرد خود مختارانه، داشتن اعتبار و اقتدار، و نیز اصل، یکتا، دقیق، حقیقی و راستین بودن است. اما در پیوند با زمان، باید گفت اصالت یک کار هنری، میزان راستین بودن وحدت ذاتی، فرآیند خلاق و نمود فیزیکی آن کار و نیز تأثیرات پیام آن در طول زمان تاریخی آن است (Jokilehto: ۱۹۹۵، ۶). سندنارا (۱۹۴۴) نیز بر مفهوم اصالت تأکید کرده و معتقد است توانایی ما برای درک ارزش‌های میراثی، به میزان معتبر یا موثق و در نتیجه، اصیل بودن منابع داده‌ها بستگی دارد. بنیاد دیدگاه‌های اصالت به یونان کهن می‌رسد و در معنی اصالت یعنی سازگاری با طبیعت درونی خود. همه ما با طبیعت درونی خود به یک میزان سازگاری نداریم، یا به یک اندازه اصیل و منسجم نیستیم و باید پذیرفت که هیچ سیستمی نمی‌تواند با نسخه‌برداری از معیاری بیرونی و تحمیلی، درباره‌ی اینکه چه باید باشد، به سازگاری

بیشتری با خود نایل شود و به اصالت دست یابد (نقی زاده، ۱۳۷۹، ص ۳۹). آلن جیکوبز و دانلد اپلپارد (۱۹۸۷) کیفیت‌هایی را به ترتیب زیر برای دستیابی به فضایی مطلوب و ماندگار فهرست نمودند: کهنه‌ویت و اصالت، از جمله آنها است (گلکار، ۱۳۸۰، ص ۴۵). مفهوم اصالت در مولفه‌های نامبرده در حوزه مرمت شهری نیز همچون دیگر هنرها (چنانچه بتوان آن را هم‌ردیف دیگر هنرها پذیرفت) مخاطبین گسترده‌ای دارد و با توجه به اینکه مردم بافت با این مفاهیم در تماس هستند می‌توان به جایگاه و حساسیت آن در مرمت پی برد. «از آنجا که گواه تاریخی بر اصالت استوار است، اکنون اگر استمرار زمانی اثر در نتیجه تکثیر از اهمیت بیفتد آنچه در واقع در معرض خطر قرار می‌گیرد، «اصالت اثر» یا «تجلی» آن است» (Benjamin, ۱۹۷۹: ۲۳۳)؛ بدین معنی که تکرار بی حد و اندازه از جایگاه اصالت آن اثر کاسته و ارزش آن از اعتبار ساقط می‌گردد. انسان مهم‌ترین عامل معنا دهنده به مکان است و از عوامل تأثیرگذار در رفتار انسان در اماکن عمومی، ادراکی است که او از مکان دارد. انسان از مکان‌های متفاوت تصاویر متفاوتی در ذهن دارد. احساسات بر ادراک محیطی و شکل‌گیری تصویر ذهنی انسان از مکان تأثیر می‌گذارند. همین تصاویر ذهنی است که به مکان هویت می‌دهند. افزون بر ساختار کالبدی مکان، خاطرات افراد در هویت بخشیدن به مکان مؤثر است (سادات حبیبی، ۱۳۸۷، ۴). هویت‌های مکانی از سه عامل درهم تنیده تشکیل می‌شوند: ۱- عوامل مشخص طبیعی و نمودهای ظاهری آن؛ ۲- فعالیتهای مشاهده‌پذیر و کارکردها؛ و ۳- مفاهیم یا نمادها (شکوئی، ۱۳۸۶، ص ۲۷۵).

حس مکان، بافت و طراحی شهری

مکان به خودی خود فاقد هویت و شخصیت است. ولی حس مکان که ارتباط انسان و مکان است و ادراک روحی و روانی فرد از محیط است که باعث شخصیت و هویت دادن به مکان است. رابطه بین انسان و مکان یک کنش متقابل و دو طرفه است

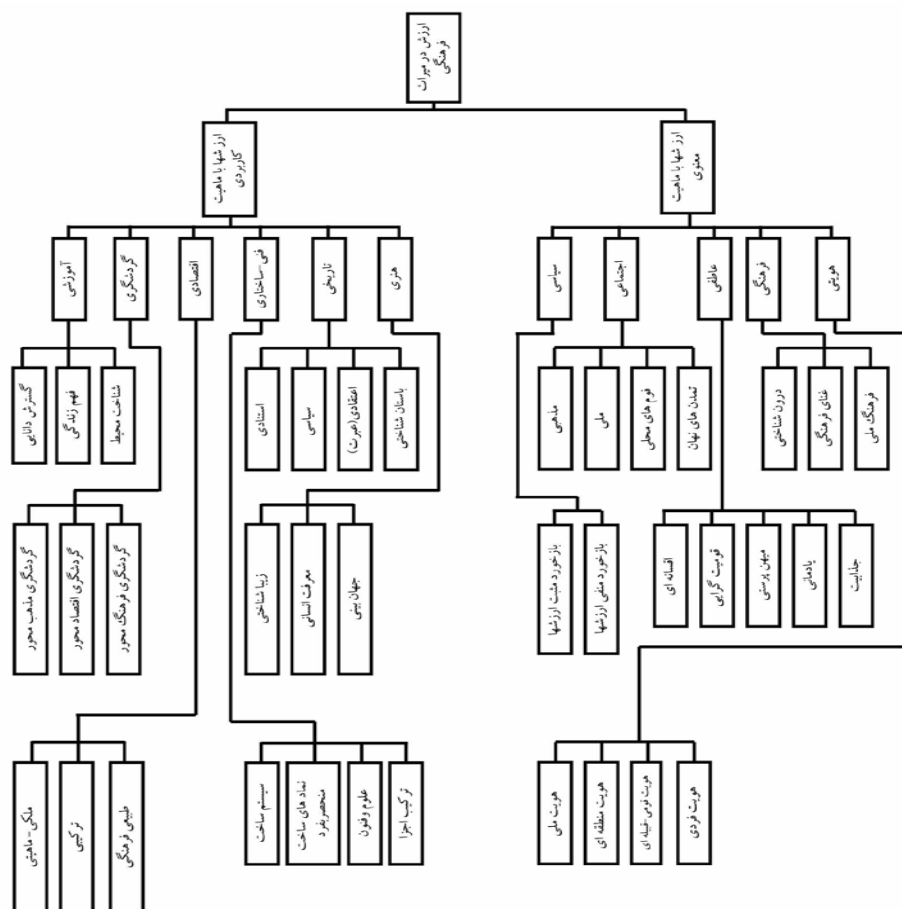


نمودار ۱ (سمت راست). دو نگاه عمودی و افقی به مرمت شهری و نمودار ۲ (سمت چپ). حضور، تدام و پایایی در مرمت شهری؛ ماخذ: لطفی، ۱۳۸۶، ص ۲۲.

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 winter 2016

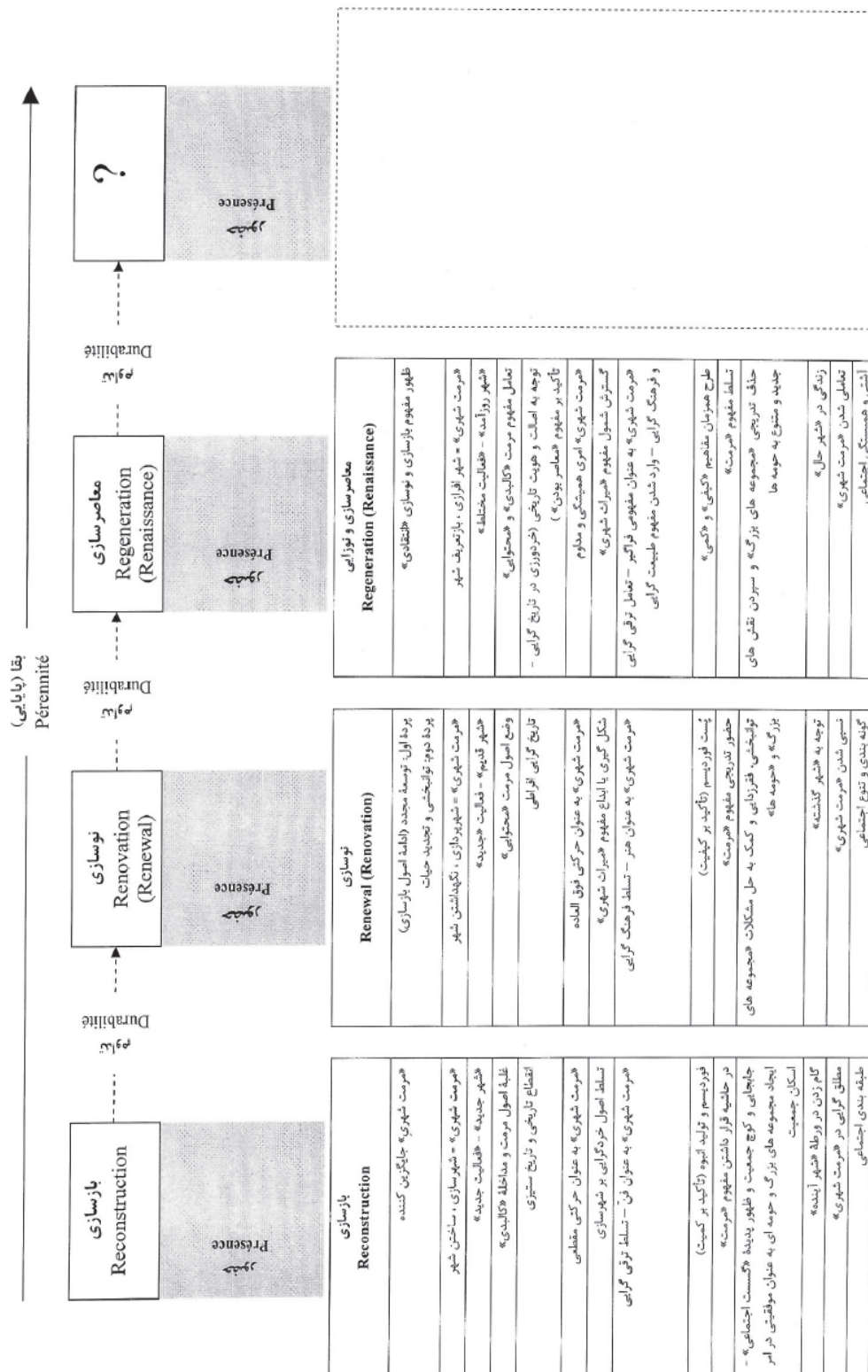
۱۶۱



نمودار ۳. ارزشهای موجود در بافتهای تاریخی و مرمت بافت؛ ماخذ: نژاد ابراهیمی، ۱۳۹۱.

که همین رابطه و کنش باعث ایجاد خاطره ها و تداعی هویت مکان برای انسان می شود. دو مقوله هویت و حس مکان به عنوان مؤلفه های دخیل در میزان ارزشمندی و تأثیرگذاری فضاهای شهری، معرفی شده اند و با تعریفی مختصر از دو مقوله فوق به چگونگی اثرگذاری این مقوله ها بر فضاهای شهری بررسی شده است. نتیجه ای که از این مبحث استنباط می شود این است که در مکان ها و فضاهای شهری تأثیر شهرسازی، معماری، کاربری مکان و نوع فعالیت با حس مکانی فرد و خاطرات و المانهای ذهنی پیوند خورده و حس مکان شهری را تشکیل می دهند. که چگونگی طراحی این فضاها و مقوله شهرسازی بسیار تأثیر گذار بر حس مکانی فرد است. از سوی دیگر با افزایش حس تعلق به فضا، فرصت شکل گیری خاطره جمعی و در نهایت تعریف هویت مشخص مکانی برای هر محله فراهم می آید؛ که نتیجه آن بالا بردن ادراک زیبایی و تفهیم اصالت در یک بافت است. حکایت معنای اصالت تقابل دو تفکر سنت و مدرنیته در نوع نگاه های متفاوت بسترهای فرهنگی - اعتقادی آنها است. بدین ترتیب که در فحوای نوین اصالت بخشی مرمت از این ایده که به یک مدل یا آرکی تایپ خاص شباهت دارند ریشه نمی گیرد بلکه منبعث از بیانی خلاق و منحصر به فرد توسط اجتماع یا هنرمندی خاص می باشد که در تعریف خود اصيل بودن یا راستین بودن آنرا به عنوان کیفیتی خلاقانه و جزء تشکیل دهنده میراث مشترک بشریت می دانند، در صورتی که برای رسیدن به اصالت در دیدگاه سنتی، الگوهای مقدس و ایده هایی که غیر جعلی بودن آن محرز باشد مورد استفاده قرار می گرفت و از طرفی دیگر در خلاقیت اثر بیشتر از جوهره های انسانی - معنایی استفاده می شد. در نگرش سنتی ابعاد ایده پردازی با محوریت مسایل دینی و با نگاه متافیزیکی مطرح می شد و اصولاً تنوع و سلايق شخصی در آن نیازی نبوده است. براین اساس، مکان سازنده بخشی از شخصیت و هویت افراد است که خود را با آن

می شناسند و به دیگران می شناسانند. آنگاه که درباره خود می اندیشند خود را وابسته به آن مکان می دانند و آن مکان را بخشی از خود می انگارند و با آن روابط عمیقی برقرار می کنند. پس هویت مکانی بخشی از زیربنای هویت انسان و برآیند شناخت او درباره جهانی (محیط ادراکی و واقعی) است که در آن می زیست. این شناخت شامل یادهای، احساسات، دیدگاه ها، ارزش ها، ترجیحات، مفاهیم و آرمان های انسان درباره مکان هایی است که به ادراک و رفتار او جهت می دهند. از اینرو، مکانی مکان است که با ذهن انسان پیوند یابد و قابلیت یادآوری داشته باشد و بخشی از ذهن شود. چه بسا دو مکان از نظر فاصله عددی بسیار به هم نزدیک باشند اما به دلیل آنکه فرد خاطره ای از آن ندارد و هیچ گونه ادراک حسی در آن رخ نداده است به نظر شخص آندو، دور از هم به نظر برسند و در یکی خود را بیابد و در دیگر چیزی نیابد. مکان به سبب پویش های انسانی که در آن رخ داده است نیز معنا می یابد. این فعالیت ها و خاطرات که در ذهن انسان ها نقش می بندند ممکن است فردی یا جمعی باشند که با گذشت زمان و رجوع چندباره به مکان و بروز رویدادهای مشترک در زمانی خاص در مکان به حافظه و خاطره جمعی شکل دهند (سادات حبیبی، ۱۳۸۷، ص ۴۵). از نظر اجتماعی شهرها مکانهای مناسبی برای شکل گیری فضاهای اجتماعی، ارتقاء و اعتلا و گسترش روابط و ارزش های انسانی و هویت ملی و محلی هستند. لذا توجه به مقوله هویت در شهرها و طراحی شهری و فضاهای شهری امری مهم و قابل توجه تلقی می شود. زمانی که در شهرها و زندگی اجتماعی دچار بحران هویت باشیم و احساس تعلق به مکان و حس مکانی برای افراد وجود نداشته باشد با هاله ای از سستی و خودباختگی بر شهرها و فضاهایی بی روح و فاقد ارزش روبه رو هستیم. 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

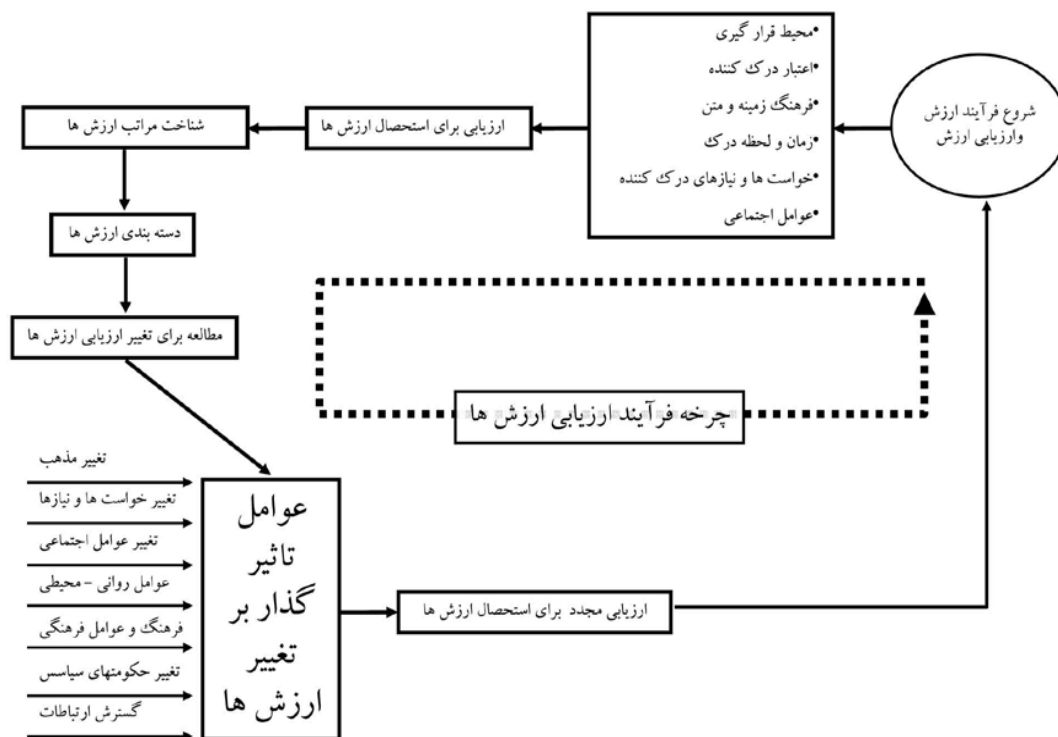


طراحی به عنوان ابزاری برای شکل دادن به محیط زندگی و پاسخ گویی به توقعات و نیازهای انسان اهمیت بیشتری یافته است و پژوهش های زیادی درباره چگونگی تأثیر متقابل محیط یا فضای ساخته شده بر ذهنیات و رفتارهای انسان، انجام شده است. رابطه بافت که ترکیبی از فضاهای معماری است با سرزمینی که در آن پدید می آید، همان رابطه ای است که انسان با آداب و رسوم، خاطرات، سنت ها و نمادها و در حقیقت با فرهنگ خویش دارد در نتیجه مشخص می شود که انسان سرگردان که تعلق جا و مکانی ندارد فقط می تواند یک معماری و بافتی-ریشه و بی هویت را پدید آورد، [همان چیزی که در بافت شهری مدرن امروزه هویدا است]، که بر مبنای طرح های زیباشناختی جدید و در قالب مدها و سبک های زودگذر، آمد و شد می کنند و در صورتی که خاطرات جمعی، نشانه ها، سنت ها و آداب اقوام مختلف را در خود حفظ ننمایند و ارزشی برای آنها قائل نگردند، فضای بافت زشت و بی روح تلقی می گردد، همان زشتی که افلاطون آن را اعوجاج در زیبایی می نامد و در آنها جایگاهی برای اصالت نمی بیند. در واقع سرانجام ساختار مبنای نظری این مقاله مبین این مطلب است که اصالت، شخصیت و کمال بافت است که می تواند فضای شهری را جایگاهی والا ببخشد و در بازآفرینی مفهوم مرمت بافت نیز می توان با این نگاه به مطلوبیت آن امیدوار بود. همانگونه که مرور تجربیات گذشته نشان می دهد، همواره تقویت حس تعلق ساکنینو تفهیم حس مکان در مرمت فضا از موثرترین شیوه ها می باشد. مرمت با رویکرد هویت بخشی به بافت در تفکر سنتی نیز به نوبه خود با حفظ و احیاء ابنیه و نشانه های تاریخی محلات امکان پذیر می گردد. حفظ و بقای خاطرات جمعی، از طریق نقل شفاهی یا حفظ آثار کالبدی و یادبودهای شهری همچون یادمان ها، سبک معماری بناها، دیوار نوشته ها و حتی اسامی مکان ها در هرچه زیباتر شدن مفهوم مرمت و اصالت بخشیدن به بافت قدیم می تواند

موثر باشد. از سویی دیگر به نظر می رسد مدت زمان اقامت و تعامل ساکنان و بافت می تواند در ایجاد انگیزه و احساس تعلق خاطر مرتبط باشد و در نظام فکری سنتی، این ارتباط در صورتی می تواند از طرف معمار و یا مرمت گر جایگاه اصالت و یا ارزش را در فضا القاء نماید که: ۱. اولاً مبتنی بر مبنای نظری، زبان سمبلیک و باورهایی که در فرآیند شکل گیری آن فضا راهنمای کالبد و ریخت بافت گردیده اند باشد و ۲. ثانیاً درک معنایی فضایی که به انسان منتقل می شود؛ از طرف ایشان تقویت گردد و ۳. نهایتاً اینکه هویت اشخاص و مکان در بافت با مفاهیم متافیزیکی و معنایی ارتباط برقرار نماید. ما بر این باوریم که مهم ترین مرحله رابطه انسان و فضا، حس تعهد و تعلق شخص نسبت به فضا می باشد. این حس از دو عامل موثر فضا و انسان به صورت توأمان ساخته شده و تغییرات هر کدام در میزان تعلق تأثیرگذار است. تعلق فرد به فضا نتیجه جریان ارتباط سالم و مستحکم در فضا است و وجود عناصر مشترک باعث به وجود آمدن حس تعلق به فضا می گردد و در این صورت است که می توان به تثبیت جایگاه اصالت در فضا پی برد.

نتیجه گیری و جمع بندی

طراحی شهری ورای پرداختن به مقولات عملکردی-عینی، بامدیریت کیفیات غیر محسوس محیط (نظیر معانی مختلف محیطی، خاطرات جمعی مرتبط با اماکن و حس مکان) و به طور کلی با تعیین کالبدی بخشیدن به فرهنگ جامعه سر و کار دارد. لوزانو معتقد است که طراحی، خود یکی از مولفه های فرهنگ است و چنانچه طراحی شهری بر اساس درس هایی گرفته شده از گذشته، و نیز مطابق با واقعیت های حال باشد، قادر خواهد بود که نه تنها موجب ارتقای محیط انسان گردیده و درهای اجتماعی-اقتصادی را تسکین بخشد، بلکه میتواند درتنظیم مجدد اهداف فرهنگی مان کمک نماید. برخی محققان، نقش طراحی شهری را مدیریت حس مکان تعریف نموده اند. حس مکان، هویت و کیفیاتی



نمودار ۵. فرآیند ارزش گذاری مرمت و عوامل تاثیر گذار بر ارزیابی اولیه و مجدد ارزش بناهای تاریخی؛ ماخذ: نژاد ابراهیمی، ۱۳۹۱.

که منجر به منحصر به فرد بودن هر شهری برای خودش می گردد، از جمله مقولاتی است که می بایست تحت عنوان کیفیات تجربی طراحی شهری در نظر گرفته شوند. نقش یک طراح شهری خلاق و پاسخگو، درک عناصری است که به شخصیت هر مکان کمک می نماید و متعاقباً، خلق فرم هایی است که با خصوصیات منحصر به فرد آن مکان متناسب باشد. همچنین، شناسایی، بر طرف ساختن و یا تخفیف عناصری که حس مکان بودن را ضایع می سازند، از دیگر نقش های طراحان شهری است. در واقع، با انجام دادن این کارها، طراح شهری عملاً مدیریت حس مکان را بر عهده می گیرد. نوربرگ شولتز 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. لذا در نگاهی علمی به این پژوهش باید گفت که به هر جهت، اراده و خواست هنرمندان آگاه به مبانی سنتی و انسان های مدرن امروزی، دستیابی به شهری دیگر یا شهری مطلوب است. شهری که با یادآوری و تقویت خاطرات جمعی، فضاهایی مطلوب و درخور توجه خلق کند. در نگاه سنتی می توان اذعان داشت بافت و ابنیه تاریخی از وحدت و هماهنگی والایی برخوردارند، رنگ و بوی دلپذیر و مطبوعی دارند و به قدری آشنا و صمیمی هستند که ارتباط و پیوندی مستحکم با انسان برقرار می نمایند. برای وجود و روح انسان ساخته شده اند، هم پذیرای جسم هستند و هم نوازشگر روح، پس در مرمت آن بیشتر بکوشیم و جایگاه اصالت در آن را بیشتر در نظر بگیریم. حس مکان، هویت، زمینه و یا ویژگی های منحصر بفرد ساختمان یا فضا برای ساکنان و استفاده

کنندگان می باشد که شامل درک افراد از محیط های فیزیکی و اجتماعی، دلبستگی آنها به محل و احساس تعلق خاطر داشتن به فضا است. می توان این حس را عاملی دانست که فضایی را به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص مبدل می کند. حس مکان تنها به احساس راحتی در یک محیط اطلاق نمی شود، بلکه با داشتن معانی فرهنگی و اجتماعی از مکانی خاص یادآور تجارب گذشته و دستیابی به هویت برای افراد خاص می گردد. با به میان آمدن بحث معماری سنتی خانه های ایرانی ناخودآگاه معانی هویت و دلبستگی به فضای معماری به ذهن خطور می کند، تداعی معانی یک فضای سنتی معماری بدون داشتن احساس تعلق خاطر امری غیر ممکن می انگارد. برای افزایش دو مفهوم حس مکان و تعلق خاطر ساکنان به بافت به استناد دانش سنتی که می تواند منجر به خلق تصورات زیبای ذهنی در ساکنین یک محله گردد و جایگاه اصالت را در بافت تثبیت کند، می توان راهکارهای ذیل که از جنس مفاهیم کیفی می باشد بر شمرد: ۱. تقویت هویت جمعی و زنده کردن خاطرات جمعی در یک محله از طریق ایجاد زمینه های اجتماعات اختیاری؛ ۲. افزایش و استمرار ماندگاری فضا از طریق افزایش امکان اسکان در یک بافت محله ای که می تواند باعث اصالت بخشی به آن گردد؛ ۳. همجهتی در زبان سمبولیک متعارف بافت و زیبا کردن محیط روانی و رفتاری محله بوسیله زنده کردن باورها؛ ۴. تأکید بر استفاده از الگوهای ساختاری و رفتاری بر جای مانده در هر محله که تداعی کننده اصالت بافت می گردند؛ ۵. انسداد و انسجام در کیفیات فضایی و گریز از تحولات یکباره می تواند از دست رفتن احساس تعلق به مکانیت شکل گرفته در طول زمان محله را باعث شود؛ ۶. تقویت استمرار حس مکان از طریق پیش گیری از تمایل جابه جایی ها یا به عبارتی تشویق به عدم مهاجرت ساکنین محلات مختلف؛ ۷. همسویی و پیوستگی رفتاری ساکنین

محله در فراهم آوردن صمیمیت ها و امکان ارتباط و مودت بیشتر اهالی. کیفیت محیط پیرامون تنها به برابری و پایداری منحصر نمی گردد، اگرچه اینها از ضروریات هستند. تنوع و سرزندگی مکان ها، کارایی اقتصادی و امنیت و حس خوشحالی نیز مهم اند. مکانها می توانند واجد کیفیاتی عالی از نظر فضایی، بصری و تجربی باشند و این ترکیب اینهاست که ویژگی های مکان های همیشه برتر را تشکیل می دهد. در پایان می توان دریافت که در حوزه علوم رفتاری نیز حس تعلق نتیجه فضایی مطلوب است و ارتقاء آن در نهایت منجر به افزایش کیفیت زندگی افراد استفاده کننده از فضا نیز خواهد شد و فی نفسه در اصالت بخشیدن به فضا تأثیرگذار خواهد بود و تأثیر کیفی آن باعث ارتقاء ادراک زیبایی از یک بافت می گردد که با افزایش حس تعلق به بافت، فرصت شکل گیری خاطره جمعی و در نهایت تعریف هویت مشخص برای هر محله فراهم می آید. با مطالعات صورت گرفته روی روند شکل گیری و مولفه های تأثیر گذار در شناخت و شناسایی ارزش ها می توان اینگونه نتیجه گیری کرد که در مباحث سیاست گذاری برای مداخله در آثار تاریخی اعم از آثار ملموس یا غیر ملموس، محور اصلی و تعیین کننده برای مداخله باید ارزش های استحصالی از اثر باشد و البته استخراج ارزش های نهان یک اثر تاریخی- فرهنگی وابسته به مولفه هایی است که در قالب ۳ مولفه کالبدی- فیزیکی، تاریخی- فرهنگی و زیستی- محیطی مورد تحلیل قرار گرفت. در این مطالعه تلاش گردیده به مولفه هایی جهت اصالت بخشی بافت از مناظر فرهنگی، رفتاری، اعتقادی و زیبایی شناختی دست یافته شود. در راستای اصالت بخشی بافت بر اساس برانگیزش حس مکان و احساس تعلق به آن، توجه به نکات زیر در حوزه ارزشهای بافتهای تاریخی لازم بنظر می رسد: ۱. شیوه های سنتی ارزیابی معنا به شدت به تاریخ، تاریخ هنر و اندیشه های حرفه ای نگهداری باستانشناسی

وابسته هستند و آنها بصورت اولیه در میان معناهای نامنظم و آشفته پذیرفته شده اند؛ ۲. مطالعه ارزشها راه مفیدی برای درک زمینه و جنبه های فرهنگی اجتماعی حفاظت میراث فرهنگی است؛ ۳. ارزش های میراث فرهنگی بطور طبیعی متفاوت و گاهاً دارای تضادهایی هستند؛ ۴. نظم یا روش واحد بصورت جامع یا رضایت بخش از ارزش های میراث فرهنگی جواب نداده است؛ بنابراین ترکیبی از شکل روش ها و گوناگونی نظم ها باید در هر ارزیابی جامع از ارزشهای سایت های میراث فرهنگی دخیل باشد؛ ۵. مدیریت و برنامه ریزی حفاظت در یک استراتژی جامع بوسیله گزینش روی نظم های متفاوت و در فراخوانی دیدگاه های درونی و برونی در فرآیند برنامه ریزی باید بکار برده شود؛ ۶. ارزیابی فراگیر از ارزش های میراث فرهنگی و یکپارچگی این ارزشهای متفاوت به برنامه ریزی و مدیریت حفاظت پایدار منجر خواهد شد؛ ۷. توجه به ارزشهای اقتصادی بعنوان نیروی بالقوه شکل گیری حفاظت و میراث فرهنگی از دامنه سنتی حفاظت حرفه ای خارج شده است و یکپارچگی آن با ارزش های فرهنگی موجود یک چالش جدی و خاص می باشد.

منابع و مآخذ

ابن خلدون، عبدالرحمن (۱۳۶۲) مقدمه تاریخ العبر، مترجم پروین گنابادی، بنگاه ترجمه و نشر، تهران.
ابن خلدون، عبدالرحمن (۱۳۸۸) مقدمه ابن خلدون، ترجمه محمد پروین گنابادی، انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ دوازدهم، تهران، جلد اول.
استویانوویچ، ترایان (۱۳۸۶) روشی تاریخی یا پارادایم آنال، ترجمه نسرين جهانگرد، نشر فضا، تهران.
افخمی، بهروز (۱۳۸۶) مقدمه ای بر ارتباط باستان شناسی و گردشگری فرهنگی، انتشارات عیلام و سازمان میراث فرهنگی - صنایع دستی و گردشگری، تهران، چاپ اول.
انصاری مجتبی، محسن طبسی (۱۳۸۳) قوانین جزایی حوزه میراث فرهنگی ضرورت بازنگری در اندیشه ها و روش ها، فصلنامه علمی، فرهنگی و هنر اثر، شماره

۳۶ و ۳۷.

بمات، نجم الدین (۱۳۸۱) شهر اسلامی، مترجم م.، حلیمی و م.، استانبولچی، نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
بینای مطلق، محمود (۱۳۸۵) نظم و راز، انتشارات هرمس.

بنیادی، ناصر (۱۳۹۱) سیر تحول در اندیشه مرمت شهری، هویت شهر، شماره ۱۰.

پاکزاد، جهانشاه (۱۳۸۰) اصول و ضوابط طراحی فضاهای شهری، مرکز مطالعات شهر سازی و معماری، تهران.

پاکزاد، جهانشاه، (۱۳۷۵) هویت و این همانی با فضا، مجله صفا، شماره های ۲۱ و ۲۲.

پاکزاد، جهانشاه، (۱۳۸۶) سیر اندیشه ها در شهر سازی، از کمیت تا کیفیت، وزارت مسکن و شهر سازی، تهران.

پور جعفر محمد رضا (۱۳۸۸) مبانی بهسازی و نوسازی بافت قدیم شهرها، پیام، ایران.
تراسبی، دیوید (۱۳۸۲) هفت پرسش درباره اقتصاد میراث فرهنگی، مجموعه مقالات جنبه های اقتصادی میراث فرهنگی، ویراستار مایکل هاتر وایلد ریزو، ترجمه علی اعظم محمد بیگی، انتشارات امیر کبیر، تهران.

توان، یی فو، (۱۳۸۴) تقابل اصالت و حس مکان، مجله خیال، شماره ۱۶.

حبیبی سید محسن - مقصودی ملیحه (۱۳۸۱) مرمت شهری، انتشارات دانشگاه تهران

حبیبی، سید محسن، (۱۳۸۰) فضای شهری، حیات واقعی و خاطره های جمعی، مجله صفا، شماره ۲۸.

حجت مهدی (۱۳۸۰) میراث فرهنگی در ایران سیاستها برای یک کشور اسلامی، چاپ اول، سازمان میراث فرهنگی

حجت، عیسی، (۱۳۸۴) هویت انسان ساز، انسان هویت پرداز، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۴.

دانشپور، عبدالهادی و منصور سپهری مقدم و مریم چرخچیان (۱۳۸۸) تبدیل مدل دلبستگی به

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 winter 2016

۱۶۷

مکان، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۳۸.

دیبا داراب و انصاری مجتبی (۱۳۷۴) چگونگی شکل گیری ارتباط انسان با محیط مصنوع، مجموعه مقالات گنگره تاریخ معماری و

رهنما، محمد رحیم (۱۳۸۸) شناسایی نقاط با ارزش شهری- مفاهیم، مبانی، تئوری ها و انواع ارزش های شهری، انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد، چاپ اول، مشهد.

ریتزر، جرج، (۱۳۷۴) نظریه جامعه شناسی در دنیای معاصر، مترجم محسن ثلاثی، انتشارات علمی، تهران. سند نارا (۱۹۹۴) سایت مرمتگر، پیش گفتار نارا، بند ۱۱ و ۱۲.

شعبانی رضا (۱۳۸۵) ایرانیان و هویت ملی، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، تهران، چاپ اول.

شولتز، کریستیان نوربرگ (۱۳۸۱) مفهوم سکونت به سوی معماری تمثیلی، مترجم م. یاراحمدی، نشر آگه، تهران.

شولتز، کریستیان نوربرگ (۱۳۸۸) روح مکان، بسوی پدیدارشناسی معماری، مترجم م. شیرازی، نشر رخداد نو.

صفامنش، کامران (۱۳۸۳) تجربه مرمت شهری و احیای فرهنگی بخش تاریخی تهران، مجله آبادی، شماره ۴۵.

صمدی رندی یونس (۱۳۷۶) مجموعه قوانین و مقررات، آیین نامه ها، بخش نامه ها و معاهدات میراث فرهنگی کشور، سازمات میراث فرهنگی کشور

عزیزی، محمد مهدی (۱۳۷۹) سیر تحول سیاست های مداخله در بافت های کهن شهری در ایران، مجله هنرهای زیبا، شماره ۷.

فردانش، هاشم (۱۳۸۷) مبانی نظری تکنولوژی آموزشی، انتشارات سمت، تهران، چاپ دهم.

فلاح محمد صادق (۱۳۸۵) مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن، مجله هنرهای زیبا، شماره ۲۶، تهران

فلاح، محمد صادق، (۱۳۸۵) مفهوم حس مکان و

عوامل شکل دهنده آن، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۶.

فلامکی محمد منصور (۱۳۸۲) سیری در تجارب مرمت شهری از ونیز تا شیراز، موسسه فرهنگی و هنری نشر فضا

فلامکی محمد منصور (۱۳۸۴) حریم گذاری بر ثروت های فرهنگی، نشر: فضا (وابسته به موسسه علمی و فرهنگی فضا)

فلامکی، محمد منصور (۱۳۸۷) نظریه ای بر منشور مرمت شهری، نشر مرکز تحقیقات مطالعات مسکن و شهرسازی.

فلامکی، محمد منصور (۱۳۸۴) سیری در تجارب مرمت شهری از ونیز تا شیراز، وزارت مسکن و شهرسازی.

فیلدن برنارد، (۱۳۸۶) یوکا یوکیلتو، راهنمای مدیریت برای محوطه های میراث جهانی، ترجمه پیروز حناچی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۶، چاپ اول، تهران.

گلکار، کورش (۱۳۷۹) مولفه های سازنده کیفیت طراحی شهری، نشریه صفه، شماره ۳۲، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.

گلکار، کورش (۱۳۸۰) مولفه های سازنده کیفیت طراحی شهری، مجله صفه، شماره ۳۲، ص ۴۵.

لطفی، سهند (۱۳۸۶) پژوهشی درباره دگردیسی و پایداری در مرمت شهری، هنرهای زیبا، شماره ۳۱.

مجموعه خلاصه مقالات سمینار تداوم حیات در بافت قدیمی شهرهای ایران (۱۳۶۸) دانشگاه علم و صنعت، دانشکده معماری و شهرسازی، گروه مرمت و

احیای ابنیه و بافت ها، تهران مرتضوی، شهرناز (۱۳۸۰) روانشناسی محیط و کاربرد آن، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران، چاپ اول

مطهری، مرتضی (۱۳۷۶) جامعه و تاریخ، انتشارات صدرا، تهران چاپ دهم

موثقی، رامین و سحر آیرملو (۱۳۸۵) عناصر هویت فرهنگی در شهر، همایش بین المللی شهر برتر طرح برتر، سازمان عمران شهرداری همدان.

chitectural and Urban conservation in Japan. edition
Axel Menges. Stuttgart/London. 1998. ISBN
3-930698-6

Benjamin, W. (1979). The Work of Art in the Age
of Mechanical Reproduction, edited by H. Arendt.
Fontana-Colins. p. 223.

Feldman, R.M. (1990). Settlement Identity: Psychol-
ogy Bonds with Home Places In A Mobile Society.
Environment and Behavior, p. 183.

Hay, Robert. (1998). Sense Of Place In Develop-
mental Context. Environmental Psychology Journal.
Canada. p. 5-29.

Hornby, A.S. (1995). Oxford Advanced Learner's Dic-
tionary. Fifth Edition. Oxford University Press.

Jokilehto, J. (1995). Viewpoints: The Debate on
Authenticity. ICCROM Newsletter XXI: 6-8.

Lewika, M. (2008). Place Attachment, Place Identity
and Place Memory. JEP. p. 54.

Proshansky, H. M. (1978). The City and Self-Identity
Environment and Behavior, pp. 147-169.

Relph, Edward. (1976). Place and place iessness. pion
limited, London. p. 45.

Twigger, R. & Uzzell, D. (1996). Place and Identity
processes, journal of Environmental Psychology,
p. 22

نژاد ابراهیمی، احد (۱۳۹۱) رساله دکتری معماری
دانشکده هنر و معماری دانشگاه تربیت مدرس به
راهنمایی دکتر محمدرضا پورجعفر و مشاوره دکتر
مجتبی انصاری.

نقی زاده، محمد و بهناز امین زاده (۱۳۸۲) مفهوم
ومراتب فضای کیفی، فرهنگستان هنر، مجله خیال،
شماره ۸.

نقی زاده، محمد، (۱۳۷۹) رابطه هویت سنت معماری
با مدرنیسم و نوگرایی، مجله هنرهای زیبا شماره ۷.
یوکیلتو یوکا (۱۳۷۷) استانداردها، اصول و منشورهای
بین المللی حفاظت، ترجمه سوسن چراغچی، فصلنامه
علمی، فرهنگی و هنر اثر، شماره ۳۰-۲۹.

نصر، طاهره (۱۳۹۳) واکاوی مفهوم هویت در در
سنجش پارادایم سنجش تحلیل حیات بخشی،
هویت شهر، شماره ۱۸.

یوکیلتو یوکا (۱۳۸۷) تاریخ حفاظت معماری، ترجمه
محمد حسن طالبیان، خشیار بهاری، انتشارت روزنه:
میراث فرهنگی و گردشگری و بنیاد پارسه، تهران.
یوکیلتو، یوکا، (۱۳۸۷) تاریخ حفاظت معماری،
ترجمه م، طالبیان و خ، بهاری، انتشارات روزنه، چاپ
اول.

Randall Mason (2002). Assessing Values in conserva-
tion planning: Methodological Issues and Choices.
assessing the values of cultural heritage (research re-
port). edited Marta de la Torre. the Getty Conserva-
tion Institute. Los Angeles

Erica Avrami-Randall Mason-Marta la Torre
(2000). Values and heritage conservation (research re-
port). the Getty Conservation Institute. Los Angeles
Pendlebury John-Lisane Gibson (2009). valuing his-
toric environments. published by Ashate publishing
company. ISBN 978-0-7546-9043-6

-Feilden Bernard (2003). conservation historic build-
ing, third edition. Architectural Press. ISBN 0-7506-
5863-0

Rct Enders Siegfried-Niels Gutschow. HOZON Ar-

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 Winter 2016

۱۷۰