مدیریت شهری
شماره ۵۰ بهار ۱۳۹۷
No.50 Spring 2018
۱۶۳-۱۷۹
زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۳/۱۲ زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۶/۱۲/۲۸

ارزیابی تاثیرپذیری حس تعلق شهروندی از حس مکان با تاکید برمولفه‌ی معنای آن؛ مورد مطالعاتی: شوشتر نو در استان خوزستان

مهرانگیز پیریایی– گروه معماری، واحد دورود، دانشگاه آزاد اسلامی، دورود – ایران.
حمیدرضا نجفی نژاد– دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه معماری، واحد دورود، دانشگاه آزاد اسلامی، دورود، ایران.
سیدمحمد غفاری‌خلف‌محمدی*– دانشجوی دکترای معماری، گروه معماری، واحد دورود، دانشگاه آزاد اسلامی، دورود، ایران.
سارا خدادادی‌فر– دانشجوی دکترای معماری، گروه معماری، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد، ایران.

چکیده
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 می‌دهد، به‌طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می‌شود. این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی باخصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می‌گردد. حس مکان علاوه بر این که موجب احساس راحتی از یک محیط می‌شود، از مفاهیم فرهنگی موردنظر مردم، روابط اجتماعی و فرهنگی جامعه در یک مکان مشخص حمایت کرده و باعث یادآوری تجارب گذشته و دست‌یابی به هویت برای افراد می‌شود. از آنجا که فضا عاملی مؤثر در متمایز ساختن محیط از معماری است، به لحاظ کالبدی، محیطی با کاراکتر مشخص و می‌تواند در آفرینش حس مکان موفق‌تر باشد. با توجه به اهمیت این حس در ارتقاء کیفیت فضای طراحی شده این پژوهش به بررسی مفهوم حس مکان و عوامل مؤثر در شهر شوشتر نو در استان خوزستان بر آن پرداخته و تأثیرعوامل کالبدی و عوامل‌شناختی استفاده‌کنندگان بر احساس افراد نسبت به فضا را بررسی می کند. این مقاله در ابتدا به معنای حس مکان و مفهوم آن از دیدگاه‌های مختلف پرداخته و در نهایت سطوح مختلف و عوامل شکل‌دهنده آن ر ا بیان می‌کند و در نهایت مدلی برای نشان دادن چگونگی تأثیرات این عوامل ارائه می کند. مدل پیشنهادی قابل فهم و کاربردی این مقاله می‌تواند چارچوبی برای آگاهی طراحان نسبت به چگونگی تأثیر فضای معماری بر حس استفاده‌کنندگان فراهم آورد.

واژگان کلیدی: حس تعلق شهروندی، حس مکان، شوشتر نو، استان خوزستان.

Evaluation of the recognition of citizen belonging to the sense of place with emphasis on its meaning; case study: new Shoshtar in Khozestan province

Abstract
Sense of place means the perception of people from their environment and their less informed emotions of their environment, which makes the person in an internal connection with the environment so that an individual's understanding of the meaning of the surrounding environment is integrated and integrated. It is a factor that causes the transformation of a space into a particular sense of sense and behavior for specific individuals. in addition to having a sense of comfort from the environment, the sense of place has supported the cultural concepts of the people, social and cultural relations of the community in a given location and brings back past experience and the recognition of identity for individuals. Since space is an effective factor in distinguishing the environment from architecture, it is physically, an environment with a clear character, and can be more successful in creating a sense of place. Due to the importance of this sense in enhancing the quality of the designed space, this study examines the concept of location and effective factors in the city of Khuzestan province and the physical effects and cognitive factors of users affect the feeling of people in space. at first, it means the sense of place and its concept from different perspectives and finally presents the different levels and shape factors and finally presents a model for showing how these factors affect the effects of these factors. The proposed model can provide a framework for designers ' knowledge of how the architectural space affects consumers ' sense.

Key words: sense of citizenship, place sense, Khuzestan province.

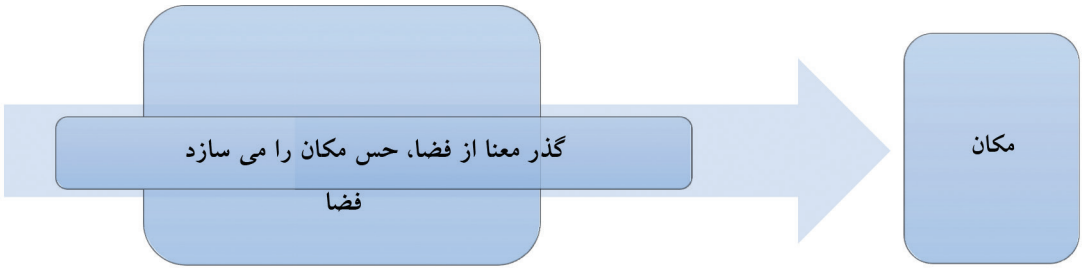
*. نویسنده مسئول مکاتبات، شماره تماس: ۰۹۱۶۵۰۷۳۲۰۰، رایانامه: sghafari@chmail.ir

مقدمه

«محیط مصنوع» شبکه‌ای پیچیده از روابط متنوعی است که نه تنها بین افراد با همدیگر بلکه بین افراد و محیط نیز رخ می‌دهد. زمانی که ارتباط انسان و محیط مبتنی بر تجربه‌ای برای انسان باشد، محیط به مکان تبدیل می‌شود. این ارتباط بدین‌معنی است که مکان یعنی یک بخش از تجربه محیطی، همراه با همگرایی شناخت تأثیرات و رفتارهای افرادی که با آنها زندگی می‌کنند (Pretty, 2011:275). در پدیدارشناختی مکان، «تجربه» اصلی‌ترین رکن در ادراک است. مفهوم حس مکان [در تقابل با مفهوم فضای انتزاعی]، به عنوان یکی از مهمترین ابعاد رابطه انسان و مکان، به بیان رابطه پایداری و عملکردی انسان و مکان پیرامونش می‌پردازد (shamai, 1991: 347-358). بر این منوال، مکان زمانی معنا پیدا می‌کند که درکی حسی در حوزه عناصر کالبدی، ارتباطات و نیز زمان، از آن صورت گرفته و تصویری ذهنی از خود بجای گذاشته باشد. با تکیه بر این رویکرد، انسان و مکان دارای شاخصه‌های همانندی، همچون خاطره و هویت هستند (حبیبی، ۱۳۸۷، ص ٤٩). «تعلق مکانی» به رابطه شناختی با یک محیط یا یک فضای خاص اطلاق می‌شود و در واقع «تعلق خاطر» به مکان، رابطه نمادین ایجاد شده توسط افراد با مکان است که معانی احساسی، عاطفی و فرهنگ مشترکی به یک فضای خاص می‌دهد (Altman @ Low,1992: 1-12). در بسیاری از ادبیات مرتبط با مکان، مفهوم مکان اغلب بر حس‌تعلق یا وابستگی احساسی به یک مکان تاکید دارد (Knox @ Pinch,2000). با توجه به اهمیت حس مکان در ارتقاء کیفیت فضای طراحی شده، این پژوهش به بررسی مفهوم حس‌مکان و عوامل مؤثر بر آن پرداخته و تأثیر عوامل کالبدی و عوامل شناختی استفاده‌کنندگان بر احساس افراد نسبت به فضا را بررسی می‌کند. کلیه محیط‌های شهری دارای معنا، نماد و ارزش‌اند، و به مثابه اسناد قابل پژوهش تاریخی هستند که با مطالعه، بررسی و شناخت علمی آنها می‌توان به مقولاتی از هویت و سیرت واقعیشان، تبیین ارزش‌های ماهوی و نیز برخی حقایق تاریخی و فرهنگی دیگر دست‌یافت و از آنها کسب معرفت نمود. اما نکته مهمی که تذکر آن ضرورت دارد این است که شهر دارای سازمانی متعادل متشکل از ساختارهای هم‌پیوند اجتماعی – مکانی و نمادین است (فلامکی، ۱۳۸۷، ص ۲۱۹). ضرورت تحقیق عبارتند از: ۱. نقش خاطره و مکانهای خاطره انگیز در ایجاد و تحکیم روابط اجتماعی شهروندان و تعامات چهره به چهره، ۲. لزوم حفظ مکانهای خاطره انگیز به منظور حفظ هویت شهر و تشخص بخشیدن به آن، ۳. نقش با اهمیت مکانهای خاطره انگیز در ایجاد پیوند میان نسلهای گوناگون و نیز پیوند با گذشته شهر، ۴. نقش با اهمیت مکانهای خاطره انگیز در ایجاد حس تعلق به شهر و در نتیجه احساس رضایتمندی از زندگی در شهر، ۵. نقش با اهمیت خاطرات جمعی شهروندان در بازشناسی و ارتقای هویت فردی آنها.

این مقاله در ابتدا به معنای حس مکان و مفهوم آن از دیدگاه‌های مختلف پرداخته و در نهایت سطوح مختلف و عوامل شکل‌دهنده آن را بیان می‌کند و در نهایت مدلی برای نشان دادن چگونگی تأثیرات این عوامل ارائه می‌کند. مدل پیشنهادی قابل فهم و کاربردی این مقاله می‌تواند چارچوبی برای آگاهی طراحان نسبت به چگونگی تأثیر فضای معماری بر حس استفاده‌کنندگان فراهم آورد. شهرک شوشتر نو در همجواری شهر شوشتر، از جمله شهرهای جدید الاحداث است که با هدف بهبود وضعیت اقتصادی و گسترش شهر شوشتر برنامه ریزی ساخت و طراحی آن صورت پذیرفت.

سؤالات و فرضیات تحقیق عبارتند از: سؤال اصلی در پژوهش حاضر اینست که چه مشخصه‌هایی از مکانها در شکل‌گیری حفظ و تداوم حس مکان و خاطره جمعی مؤثرند؟ بر این اساس و با توجه به مبانی نظری فرضیات



نمودار ۱. حس مکان و حضور در فضا، ماخذ: نگارندگان.

تحقیق را میتوان اینگونه عنوان کرد: در حفظ و ایجاد خاطره جمعی در فضاهای شهری، تأکید بر عناصرکالبدی به تنهایی نمیتواند منجر به حفظ خاطرات جمعی شود. در کنار آن فعالیتها و عملکردهای متنوع با مقیاسهای گوناگون در فضا در مقایسه با فرم در اولویت قرار میگیرند. حفظ ساختار کالبدی – فضایی مکان به عنوان ظرف شکل‌گیری خاطره، نقش مهم در حفظ و تداوم خاطره جمعی دارد.

پیشینه تحقیق

در رابطه با حس مکان و حس تعلق خاطر به آن پژوهشهای متعددی صورت گرفته که در اینجا به بخشی از آنها اشاره می‌شود:

۱. حیدری (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با مقایسه عناصر کالبدی خانه‌های سنتی و مجموعه‌های مسکونی جدید، نشان می‌دهد که حس تعلق کالبدی مکان در خانه‌های سنتی در مقایسه با مجتمع‌های جدید بیشتر است (حیدری و دیگران، ۱۳۹۳، ص ۱۵–۲۲).

۲. فلاحت (۱۳۸۵) در مقاله‌ای به بررسی مفهوم حس مکان و عوامل شکل‌دهنده آن پرداخته و تاثیر عوامل کالبدی و شناختی استفاده کنندگان بر احساس افراد نسبت به فضا را بررسی می‌کند (فلاحت، ۱۳۸۵، صص ۵۷–٦٦) .

۳. در دهه‌های هفتاد و هشتاد میلادی مطالعات و پژوهشهایی در مورد مفهوم مکان بر پایه رابطه مردم با محیط صورت گرفت که بر اساس آن رفتارشناسان محیطی صرفاً راهبردهای اثبات‌گرایانه را به کار نمی‌بندند بلکه هم به ذهنیات و هم به عینیات توجه کرده، ضمن آنکه در مطالعات خود به‌دنبال جنبه‌های احساسی و نیز ادراکی مابین انسان و مکان هستند (Moudon,2003:373).

٤. پژوهشگرانی همچون راپاپورت (۱۹۷۷)، مور (۱۹۸۵) و آکمن (۱۹۸٦) پژوهشی میدانی در رابطه با مطالعات رفتاری–محیطی انجام دادند. کانون این تحقیق ذهنی و عینی بود و نشان می‌دهد که مردم چگونه محیط ساخته شده را مشاهده و استفاده می‌کنند و این دو چگونه بر هم تاثیر می‌گذارند.

۵. از سوی دیگر رلف (۱۹۷٦)، نوربرگ شولتز (۱۹۸۳) و وایت (۱۹۸۸) مطالعاتی پیرامون مفهوم مکان با رویکرد میدانی و پژوهشی صورت داده و نشان دادند که مردم چگونه محیط اطراف را مشاهده، احساس و استفاده می‌کنند.

٦. همینطور در مطالعاتی پیرامون اکولوژی– طبیعت توسط مک‌هارگ (۱۹۷۱) و هوگ (۱۹۸٤) صورت گرفت که بر اساس آن با رویکردی ذهنی– عینی به فرایندهای طبیعی و محیطی ساخته شده پرداخته شده است.

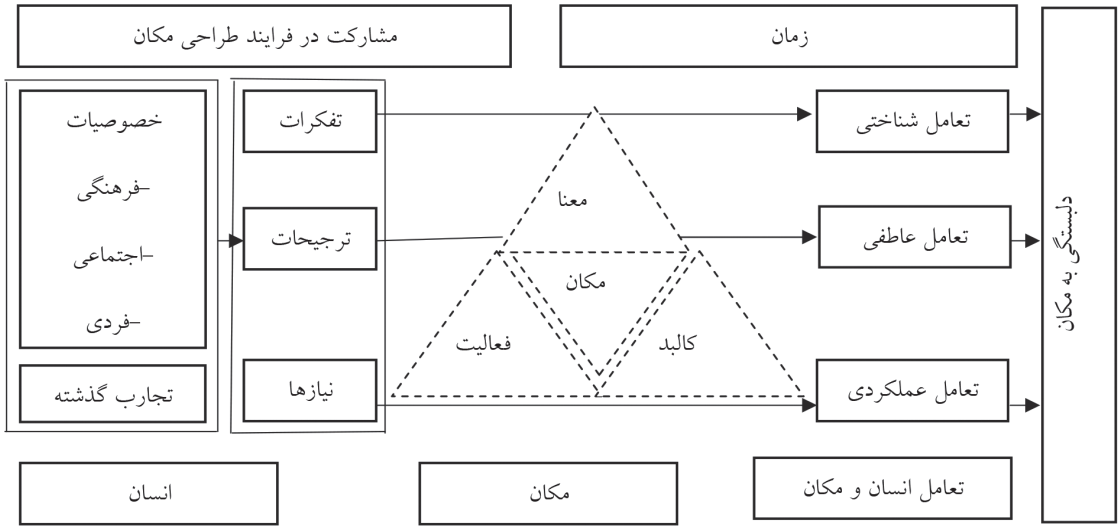
۷. کنزن (۱۹٦۰)، ولف (۱۹٦۵) و مودون (۱۹۸٦) مطالعاتی پیرامون گونه‌شناسی و ریخت‌شناسی شهر صورت دادند که کانون تحقیق صرفاً به‌صورت عینی بوده و با رویکردی پژوهشی به بررسی شکل و کالبد فضایی و هندسه شهر پرداختند (Cuthbert,2006:252-255).

ادبیات نظری

فقدان مکانی که انسان را در ارتباط با لایه‌های دیگر وجود خویش قرار می‌دهد و این لایه‌ها به شناخت انسان از محیط پیرامون و خویشتن خود کمک می‌کنند. شناخت از محیط و خویشتن باعث ایجاد معانی و تصاویر گوناگون از مکان‌های متفاوت در ذهن انسان می‌شود که معانی و تصاویر ذهنی مذکور به مکان؛ ارزش، دلبستگی، حس و هویت می‌دهد. ایجاد پیوندهای عاطفی با مکان پیش از نیازهای تعادل روانی است که لازمه غلبه بر بحران‌های هویتی است(Lewicka, 2008, 211). «شناخت» یک مکان، پدیده‌ای اجتماعی است (Lang, 1994: 291)؛ همچنین از شروط اولیه برای ایجاد حس تعلق به مکان. هویت یک مکان، آمیزه‌ای است خاص، از روابط اجتماعی که دارای دو وجه اصلی در ادراک «ماهوی و مادی» است. لذا قلمرو با یک مکان، هویت روان‌شناختی می‌یابد و با احساس مالکیت و ترکیب کالبدی به صورت نماد در می‌آید [و واجد مطلوبیت دانسته می‌شود] (Pastalan, 1970: pp.88-101). از سویی‌دیگر، حس مکان که برآیند ارتباط انسان و مکان و ادراک روحی و روانی فرد از محیط است؛ باعث شخصیت و هویت دادن به مکان همراه با یک کنش متقابل و دو طرفه جهت تامین حس تداوم است، که حاصل از دریافت عمومی جامعه بوده و می‌تواند ضامن ایجاد تعلق خاطر در افراد، در نهایت به ثبات و ماندگاری شهر در ذهن شهروند منجر شود (Hague, 2005:6). با توسعه جوامع انسانی و تغییر شیوه زندگی و سکونت مردم، توجه معماران، طراحان و برنامه‌ریزان به کیفیت فضاها

و محیط‌های ساخته شده افزایش‌یافته و نقش طراحی به عنوان ابزاری برای شکل دادن به محیط زندگی و پاسخگویی به توقعات و نیازهای انسان اهمیت بیشتری یافته است و پژوهش‌های زیادی درباره چگونگی تأثیر مت قابل محیط یا فضای ساخته شده بر ذهنیات و رفتارهای انسان، انجام شده است. پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد که محیط علاوه بر عناصر کالبدی شامل پیام ها، معانی و رمزهایی است که مردم بر اساس نقش ها، توقعات، انگیزه‌ها و دیگر عوامل آن را رمزگشایی و درک و در مورد آن به قضاوت می پردازند. حس کلی که پس از ادراک و قضاوت نسبت به محیط خاص در فرد به وجود می آید «حس مکان» نامیده می‌شود که عاملی مهم در هماهنگی فرد و محیط، باعث بهره برداری بهتر از محیط، رضایت استفاده‌کنندگان و در نهایت احساس تعلق آنها با محیط و تداوم حضور در آن می‌شود. حس مکان نه فقط باعث هماهنگی و کارکرد مناسب فضای معماری و انسان است بلکه عاملی برای احساس امنیت، لذت و ادراک عاطفی افراد نیز می باشد و به هویت‌مندی افراد و احساس تعلق آنها به مکان کمک می کند. حس مکان مفهوم مشخصی نیست که بتوان تعریف دقیقی برای آن ارائه داد، بلکه باید با آزمون روابط میان مکان و پایه های آن همراه باشد (Relf,1976). از دیدگاه پدیدارشناختی، مهم‌ترین مفاهیم مرتبط در بیان حس مکان، تجربه مکان در بستر محیط ادراکی و شخصیت آن است. بنابراین حس مکان به معنای ویژگی‌های غیر مادی یا شخصیت مکان است که معنای نزدیک به روح مکان دارد (فلاحت، ۱۳۸۵، ص ۵۸). پدیدارشناختی جغرافیا سنجیده و ارز یابی شود .معنای اصلی مکان فراتر از عملکردهایی است که مکان تأمین می کند، بالاتر از اجتماعی است که آن را اشغال می کند و ورای تجارب مصنوعی و دنیوی مکان است. اگرچه همه این موارد جنبه های لازم مکان هستند، اما ماهیت مکان در تجربه، یعنی از جهت التفات ناخودآگاهانه به مکان است که مکان را به مثابه مرکزی پرمحتوا و عمیق از هستی و وجود بشر، و این کیفیت خاص درون یک مکان تعریف می کند (Seamon,1996). به عقیده او مکان از ترکیب اشیا طبیعی و انسان ساخت، فعالیت ها، عملکردها و معانی به وجود می آید و تجربه آن می تواند از یک اتاق تا یک قاره را در برگیرد. «فضای شهری» بستری است که حیات مدنی در آن جریان می‌یابد، و رویدادها و حوادث در آن رخ می‌دهند (Tschu-mi,1994: 153)؛ رویدادها و حوادثی که حیات مدنی را به حیات واقعه‌ای تبدیل کرده (حبیبی، ۱۳۷۸، ص ۱۶) و سبب می‌شوند تا خاطره شکل بگیرد و ذهن محل انباشت خاطره‌ها شود. از آنجا که فضا عاملی مؤثر در متمایزساختن محیط از معماری است، به‌لحاظ کالبدی، محیطی با کاراکتر مشخص و متمایز می‌تواند در آفرینش حس مکان موفق‌تر باشد. لذا، دریافتن ارزش خاطره‌ای مشترک از طریق یادمان‌های گذشته و شناسایی عناصر گذشته و رشته خاطره‌ای آنها؛ میان سیمای کالبدی مکان‌های شهر و تبلور ساختارهای ذهنی ساکنان آن، رابطه‌ای مستقیم و قوی برقرار می‌کند (Stringer, ۱۹۷۵: ۲۱۶).

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۵۰ بهار ۱۳۹۷
No.50 Spring 2018



نمودار ۲. فرایند دلبستگی به مکان؛ ماخذ: دانشپور و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۴۵۷۷۷

مکان[5]

در فرهنگ لغت دهخدا، واژه‌ی مکان جایگاه و جای بودن و در فرهنگ لغت معین، این واژه محل استقرار تعریف گشته است. طبق تعریف فرهنگ لغت جغرافیای آکسفورد، واژه‌ی مکان به نقطه‌ای خاص در سطح زمین اشاره دارد که محلی قابل شناسایی برای موقعیتی است که ارزش‌های انسانی در آن، بستر شکل‌گیری و رشد یافته است (پورمند و دیگران، ۱۳۸۹، ص ۸۲). علاوه بر تعاریف فیزیکی، مکان دارای بار معنایی و محتوایی است. چنانچه بهرام سرمست و محمدمهدی متوسلی (۱۳۸۹، ص ۱۳۵) مکان را عنصر اصلی هویت ساکنان آن می‌دانند. انسان با شناخت مکان می‌تواند به شناخت خود نائل شود (حبیبی، ۱۳۸۷، ص ۳۹). علی مدنی‌پور (۱۳۷۹، ص ۳۲) مکان را بخشی از فضا و دارای بار ارزشی- معنایی می‌داند. وی همچنان معتقد است: مکان جایگاهی است فیزیکی با تمامی کیفیت‌های اجتماعی و مکانی‌اش که علیرغم پذیرا بودن تحول پیوسته، از کلیت مادی‌اش دفاع می‌کند و ارتباطات متقابلش را در لحظه‌ای از زمان بازگو می‌کند. زمانی که فضا در متن اجتماعی و در فرآیند تولیدش در نظر گرفته شد، می‌تواند هویت‌های چندگانه داشته باشد و بدین سبب در شرایطی خاص استوار گردد (همان، ص ۲۰).

معماری مکان

شولتز در نوشته‌هایش با رویکرد پدیدارشناسی، معماری را هنر مکان توصیف می‌نماید (مدیری، ۱۳۸۷، ص ۷۲). وی خاصیت معاری را تبدیل جایی به مکان می‌داند و این به فعل درآوردن محتوا بالقوه‌ی محیط است. از دیدگاه پدیدارشناسانه، مکان چیزی بیش از یک محل انتزاعی است؛ مکان، کلیتی است که از اشیاء و چیزهای واقعی ساخته شده و دارای مصالح، ماده، شکل، بافت و رنگ است. مجموعه‌ی این عناصر با هم کاراکتر محیطی مکان را تعریف می‌کنند (سرمست و توسلی، ۱۳۸۹، ص ۱۳۵). مکان زمینه‌ای برای فعالیت‌هاست و عموماً دارای هویت شناختی بوده و در برگیرنده‌ی عوامل اجتماعی متنوع و دارای تاریخی است که گذشته، حال و آینده را به‌هم پیوند می‌دهند (پرتوی، ۱۳۸۲، ص ٤۲).

حس مکان از دیدگاه روان‌شناسی محیطی

«هویت و دلبستگی به مکان» به‌عنوان یکی از راه‌های ارتباط بین انسان و مکان از طریق فرهنگ، سابقه تاریخی، خاطرات جمعی، نوع و ماهیت فناوری ساخت، عملکردها، نشانه‌ها، فرم‌ها و نمادهای شهری و ویژگی‌های بصری و کالبدی ادراک می‌گردد (امین زاده، ۱۳۸۹، ص ١٤). عوامل مختلف کالبدی، معنایی، کارکردی در نقش شهر به‌عنوان بستری برای پاسخگویی به نیازها و ظرفی برای فعالیت‌ها و رفتارهای ساکنین مؤثرند که از بین آن‌ها شاخص‌های بصری نقش مهمی در کیفیت فضاهای شهری ایفا می‌کنند. عناصر بصری بستری را به وجود می‌آورد که بر روی رفتار شهروندان تأثیر می‌گذارد و زمینه بروز رفتارهای اجتماعی خاصی را پدید می‌آورد (Appleyard,1979,146)؛ و درنهایت سبب بروز تعاملات، تعامل با محیط و تعامل با سایرین می‌گردد. پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد که محیط علاوه بر عناصر کالبدی، شامل «پیام‌ها۱، معانی۲ و رمزهایی»۳ است که مردم بر اساس نقش‌ها، توقعات، انگیزه‌ها و دیگر عوامل آن را رمزگشایی و درک می‌کنند و در مورد آن به قضاوت می‌پردازند. این تعاملات نتایج قابل‌تأملی را در پی دارد که از آن جمله می‌توان به ایجاد خاطره، خلق معنی ودلبستگی به مکان اشاره نمود. در این میان نشانه‌های شهری، نقش مهمی در خلق معانی نزد شهروندان دارند. این عناصر می‌توانند به نمادی از توسعه شهری، پیشرفت، هویت (در مقیاس محلی و ملی) و یا نشان‌های برای معرفی تمامیت شهر تلقی شوند. این نمادها رابطه میان شکل و محتوا، دال و مدلول، معناکننده و معناشونده هستند و تغییر در آن‌ها ممکن و جایزنیست (حبیبی و مقصودی، ۱۳۸٦). این حس کلی که پس از ادراک و قضاوت نسبت به محیط خاص در فرد به وجود می‌آید «حس مکان»٤ نامیده می‌شود که به عنوان عاملی مهم در هماهنگی فرد و محیط باعث بهره برداری بهتر از محیط، رضایت استفاده کنندگان و درنهایت احساس تعلق آنها به محیط و تداوم حضور در آن می‌شود. 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 می‌دهد به طوری که فهم و احساسات فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می‌شود. این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می‌شود. حس‌مکان علاوه بر اینکه باعث احساس راحتی از یک محیط می‌شود، از مفاهیم فرهنگی موردنظر مردم، روابط اجتماعی و فرهنگی جامعه در یک مکان مشخص حمایت کرده و باعث یادآوری تجارب گذشته و دست یابی به هویت برای، افراد می‌شود (فلاحت، ۱۳۸۵، صص ۵۷-٦٦).

رابطه با مکان	**نوع پیوند**	فرآیند
بیوگرافی	تاریخی و خانوادگی	متولد شدن و زندگی کردن در یک مکان، مکان را به مشخصه‌ای از تاریخچه شخصی فرد تبدیل می کند، با مرور زمان گسترش می یابد.
روحی، روانی	هیجانی، ناملموس	حس تعلق، به جای این که ایجاد شود، به سادگی احساس می‌شود توصیف آن دشوار و اغلب غیر منتظره است.
ایدئولوژیکی	اخلاقی و وجدانی	زندگی بر اساس رهنمودهای اخلاقی که می‌تواند مذهبی و غیر مذهبی باشدف در مورد مسئولیت انسان نسبت به مکان
روایی	افسانه ای	کسب اطلاعات در مورد یک مکان از طریق داستان‌ها، شامل اسطوره‌ها، شجره نامه‌های خانوادگی، شرح وقایع سیاسی و افسانه ای
انطباقی	شناختی (براساس انتخاب و مطلوبیت)	انتخاب یک مکان بر مبنای لیستی از ویژگی‌های مطلوب ترجیحات در مورد سبک زندگی، مقایسه مکان های واقعی با مکان ایده آل
وابسته	مادی	محدود شدن به واسطه وجود انتخاب و وابستگی به شخص دیگر یا فرصت اقتصادی

جدول ۱. پیوند بین انسان ومکان در زمینه‌های متفاوت ارتباط با مکان. مأخذ: Cross,۲۰۱۱:۳

نمودار ۳. سطوح مختلف حس مکان؛ ماخذ: یافته های تحقیق.

اصطلاح «حس مکان» از ترکیب دو واژه «حس و مکان» تشکیل شده است. واژه «حس» در فرهنگ لغات آکسفورد سه معنای اصلی دارد: «نخست یکی از حواس پنج گانه؛ دوم احساس، عاطفه و محبت که در روان‌شناسی به درک تصویر ذهنی گفته می شود یعنی قضاوتی که بعد از ادراک معنای شئ نسبت به خود شئ در فرد به وجود می‌آید که می‌تواند خوب، جذاب یا بد باشد؛ سوم، توانایی در قضاوت درباره یک چیز انتزاعی مثل معنای حس در اصطلاح حس جهت‌یابی که به مفهوم توانایی یک فرد در پیدا کردن مسیر یا توانایی مسیر در نشان دادن خود به انسان است و در نهایت حس به معنای شناخت تام یا کلی یک شئ توسط انسان می‌باشد». اما واژه حس در این اصطلاح بیشتر به مفهوم عاطفه، محبت، قضاوت و تجربه کلی مکان یا توانایی فضا در ایجاد حس خاص یا تعلق در افراد است. ازدیدگاه روان‌شناسی محیطی انسانها به تجربه حسی، عاطفی و معنوی خاص نسبت به محیط زندگی نیاز دارند. این نیازها از طریق تعامل صمیمی و نوعی همذات‌پنداری با مکانی که در آن سکونت دارد قابل تحقق است. این تعامل صمیمی و همذات‌پنداری، «روح یا حس مکان» نامیده می‌شود. از نظر شولتز حس مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه از محیط خود است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می‌دهد به‌طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یک پارچه می‌شود. این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه

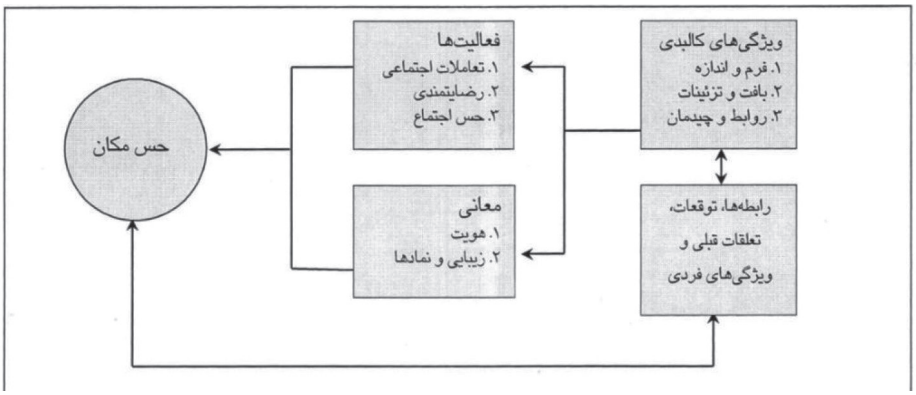
مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۵۰ بهار ۱۳۹۷
No.50 Spring 2018

جدول ۲. ارزیابی عناصر خاطره‌ساز در مکان؛ مأخذ: اسمعیلیان، ۱۳۹۰، ص ۱۸۶.

عناصر خاطره‌ساز در مکان	مولفه‌های شکل دهنده	معیار سنجش
کالبد مکان	بستر طبیعی	نشانه‌های طبیعی، عناصر طبیعی موثر در شکل بافت، دیدهای ویژه، شرایط اقلیمی
	بستر انسان‌ساخت	منظر شهری، بافت، عناصر نشانه‌ای، نقاط مکث و تاکید
فعالیت و رویداد در مکان	فعالیت فرهنگی، سیاسی، مذهبی، اجتماعی، تفریحی و روزمره زندگی	اعیاد و جشن‌ها، مراسم مذهبی و ویژه، عامل حرکت، تعاملات چهره به چهره، گذران اوقات، تعاملات جمعی
معنای مکان	هویت و حس تعلق	هم‌خوانی تصویر ذهنی افراد با وضع موجود مکان، تداوم تاریخی ادراکات فضا در بستر زمان
	تداعی معانی	تاریخچه خاص آن مکان و نام مکان

برای افرادی خاص می‌گردد. حس مکان علاوه بر اینکه موجب احساس راحتی از یک محیط می‌شود از مفاهیم فرهنگی مورد نظر مردم، روابط اجتماعی فرهنگی جامعه در یک مکان مشخص حمایت کرده و باعث یادآوری تجارب گذشته و دست‌یابی به هویت برای افراد می‌شود (Norberg-Schulz, 1975). لینچ در کتاب تئوری شکل شهر، معنای مکان را حاصل رابطه بین عناصر فضا با ساختارهای ذهنی مشاهده‌گر می‌داند. در این تعریف منظور از عناصر و اجزای فضا، عواملی است که محیط کالبدی به‌وسیله آنها تعریف می‌شود. الگوهای ذهنی در تعریف لینچ دربرگیرنده تمام مفاهیم و ارزشهایی است که شامل فرهنگ، منش، موقعیت، تجربه و ... استفاده‌کنندگان از فضا است. وی معنای مکان را معادل مفهوم هویت تعریف می‌کند و معتقد است که هویت یعنی حدی که شخص می‌تواند یک مکان را به عنوان مکانی متمایز از سایر مکان‌ها شناخته و یا بازشناسی نماید، به‌طوری که شخصیتی مشخص، بی‌نظیر و حداقل مخصوص به خود را دارا باشد (Lynch, 1984) (جدول ۲)

شکل‌گیری فضاهای‌همگانی در درجه نخست زاده‌فرهنگ اجتماعی است؛ زیرا هر ساختمانی بازتاب ذهنی ساکنان آن می‌باشد (جباری، ۱۳۷۹، ص ٤٠). هنرهای اسلامی با فواصل زمانی ـ مکانی فراوان دارای روحی واحد و وحدتی جدایی‌ناپذیر است که آن همانا روح پایداری در خلق بناهاست (مرصوصی، ۱۳۸۹، ص ۱۲۵). لذا فضاهای شهری تاریخی ایرانی، متفاوت با فرم‌هایی که امروزه بر این فضاها در کشور ما حاکم‌اند،؛ در بستر تاریخ، در دل شهر ایرانی ظهور می‌یابند، رشد می‌کنند، متحول می‌شوند، در هم درمی‌آمیزند و به ثبات می‌رسند. از نظر روانی حس مکان کاتالیزوری است که باعث تبدیل شدن یک محیط به یک مکان می‌شود، روند تجربه عمیق مکان نه به عنوان یک شئ بلکه به عنوان یک اُرگانیسم زنده است که بعد از انطباقهای متقابل پی در پی محقق می‌شود، از این‌رو روابط بین افراد و مکان‌ها نیازمند ثباتی خاص است. محیط این ویژگی‌ها را از طریق ترکیب نظم طبیعی و بشری کسب می‌کند. در رشته‌های علمی مانند روانشناسی، جامعه شناسی و انسان‌شناسی اصطلاحات تعلق به مکان، تعلق به اجتماع، ساختار عاطفه و معنا و تجربه، مهم‌ترین مباحث مطرح شده درباره حس مکان هستند. تعلق مکانی به این معنا است که مردم خود را به واسطه مکانی که در آن به دنیا آمده و رشد کرده اند، تعریف می‌کنند .این ارتباط که به طور کلی حس مکان نامیده می شود مردم را به گونه‌ای عمیق و ماندگار تحت تأثیر قرار می‌دهد و خاطره مکان هویت و قدرت انسان را تقویت می نماید. در واقع احساس تعلق و دلبستگی به مکان سطح بالاتری از حس مکان است که در هر موقعیت و فضا به منظور بهره مندی و تداوم حضور انسان در مکان نقش تعیین‌کننده‌ای می‌یابد. این حس به گونه‌ای به پیوند فرد با مکان منجر می شود که انسان خود راجزئی از مکان می‌داند و بر اساس تجربه‌های خود از نشانه‌ها، معانی، عملکردها، شخصیت و نقشی برای مکان در ذهن خود متصور می‌سازد .این نقش نزد او منحصر به فرد و متفاوت می‌باشد و در نتیجه مکان برای او مهم و قابل احترام می‌شود.

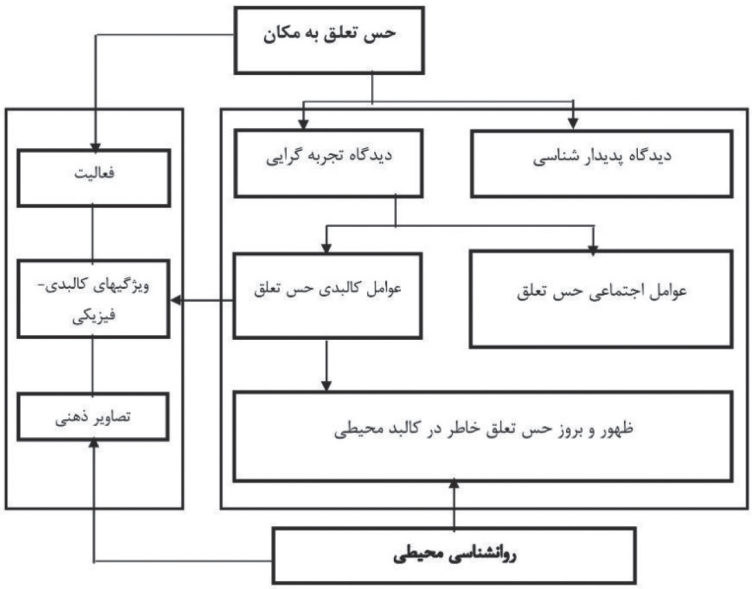


نمودار ٤. رابطه حس مکان و عوامل موثر بر آن: فعالیتها، معانی، ویژگیهای کالبدی؛ ماخذ: فلاحت، ۱۳۸۵:۶۳.

سطوح حس مکان

همان گونه که بررسی‌ها نشان داد حس مکان سطوح مختلف دارد، «هیومن» پنج گونه حس مکان را معرفی کرده است که عبارت از ریشه‌داری عقیدتی، ریشه‌داری ناخودآگاه، مکان نسبی، بیگانگی با مکان و بی‌مکانی است (Hummon,1992). «جنیفرکراس» نیز به تبعیت از هیومن حس مکان را ترکیبی از رابطه با مکان و حس حضور در اجتماع تعریف می‌کند. او رابطه با مکان را به صورت زندگی نامه‌ای معنوی، عقیدتی، روایتی، مادی و وابستگی دسته‌بندی می‌کندکه با عواملی مانند هویت، درونیت و رضایتمندی پنج سطح مختلف از حس مکان یعنی ریشه داری منسجم، ریشه داری نامنسجم، بیگانگی با مکان، بی‌مکانی نسبی و بی مکانی مطلق ایجاد می کند؛ و برای حس مکان سه مرحله اصلی تعلق مکان، دلبستگی به مکان و تعهد به مکان را با هفت سطح تعیین می‌کند (Cross,2001). این سطوح از حس مکان، کاربرد فرایند حس مکان را نشان می‌دهند که از بی‌تفاوتی تا حس فداکاری نسبت به مکان ر ا به ترتیب زیر شامل می شود (Shamai,1991):

۱. بی‌تفاوتی نسبت به مکان: این سطح معمولاً در ادبیات حس مکان مورد توجه واقع نمی‌شود ولی می‌تواند در سنجش حس مکان مورد استفاده قرار گیرد.
۲. آگاهی از قرارگیری در یک مکان: این سطح هنگامی است که فرد می‌داند که در یک مکان متمایز زندگی می‌کند و نمادهای آن مکان را تشخیص می‌دهد ولی هیچ احساسی که او را به مکان متصل کند، وجود ندارد. در این حالت فرد ممکن است بداند که در یک مکان مستقر است ولی نمی‌داند که بخشی از آن مکان است. در این سطح آگاهی از مکان فراتر از یک آدرس یا موقعیت نیست.
۳. تعلق به مکان: دراین سطح فرد نه تنها از نام و نمادهای مکان آگاه است، بلکه با مکان احساس بودن و تقدیر مشترک داشتن نیز دارد، دراین حالت نمادهای مکان محترم و آن چه برای مکان رخ می‌دهد، برای فرد نیز مهم است.
٤. دلبستگی به مکان: در این سطح فرد ارتباط عاطفی پیچیده با مکان دارد. مکان برای او معنا دارد و مکان محور فردیت است و تجارب جمعی و هویت فرد در ترکیب با معانی و نمادها به مکان شخصیت می دهد، در این حالت بر منحصر به فرد بودن مکان و تفاوت آن با دیگر مکانها تأکید می‌شود.
۵. یکی شدن با اهداف مکان: این سطح نشان دهنده درآمیختگی و پیوستگی فرد با نیازهای مکان است. در این حالت فرد اهداف مکان را تشخیص داده، با آنها منطبق شده و از آنها پیروی می‌کند؛ در فرد شور، عشق، حمایت و از خود گذشتگی نسبت به مکان وجود دارد.
٦. حضور در مکان: این سطح به نقش فعال فرد در اجتماع که علت آن تعهد به مکان است، توجه دارد. در مقابل تمامی سطوح قبل که مبنای نظری داشتند، این سطح و سطح بعدی از رفتارهای واقعی افراد برداشت می‌شود. فرد معمولاً این سطح را به‌طور ضمنی با سرمایه‌گذاری منابع انسانی مثل زمان، پول و غیره نشان می دهد.
۷. فداکاری برای مکان: این سطح بالاترین سطح حس مکان است و فرد عمیق‌ترین تعهد را نسبت به مکان دارد و فداکاری‌های زیادی در جهت گرایشات، ارزش‌ها، آزادی‌ها و رفاه در موقعیت‌های مختلف از خود نشان می‌دهد. در این سطح آمادگی برای رها کردن علایق فردی و جمعی به خاطر علایق بزرگتر نسبت به مکان وجود دارد.



نمودار ۵. رابطه روان‌شناسی محیطی با حس مکان و حس تعلق خاطر به مکان، ماخذ: نگارندگان.

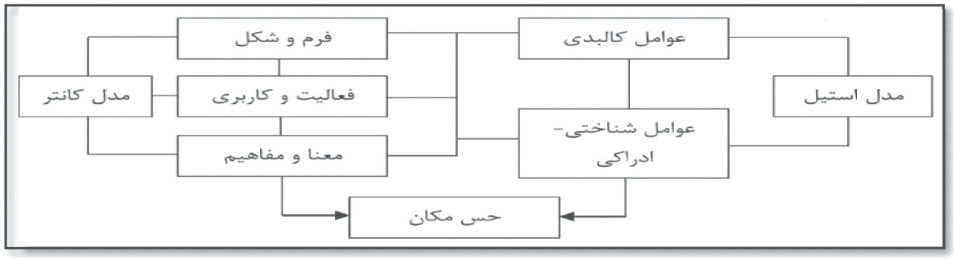
نمودار ٦. مدل مفهومی حس مکان؛ ماخذ: دانش‌پایه و دیگران، ۱۳۹۵، ص ۱۲۱.

عوامل شکل دهنده حس مکان

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

عوامل ادراکی و شناختی

حس مکان ترکیبی است پیچیده از معانی، نمادها وکیفیت هایی که شخص یا گروه به صورت خودآگاه یا ناخودآگاه از فضا یا منطقه ای خاص ادراک می‌کنند (shamai,Ding-enmans in ,1991)؛ و معانی و مفاهیمی که پس از ادراک



نمودار ۸. انطباق مدلهای استیل و کانتر در ارتباط با عوامل موثر در حس مکان، ماخذ: حیدری و دیگران، ۱۳۹۳، ص ۱۷.

دیدگاه	صاحب نظران	تعاریف	معیارهای مطرح شده مربوط به سنجش حس مکان
جامعه شناسی	دیوید هامون	حس مکان عبارتند از ادراکات ذهنی افراد درباره محیطشان و احساسات کم و بیش خود آگاه آنها در مورد آن	ساختارهای معنایی – هویت مکان
	جنیفر کراس	حس مکان، ترکیبی از رابطه با مکان و حس حضور در اجتماع	ساختارهای معنایی – هویت مکان
روانشناسی محیط	پروشانسکی	مکان به عنوان پایه ای برای شکل گیری و توسعه مفهوم هویت شخصی، هویت فردی را منبعث از هویت مکانی میداند	ادراک ، شناخت و نهایتاً احساسات نسبت به مکان– همچنین تاکید بر عوامل کالبدی و اجتماعی(تعامل و ارتباط تنگاتنگ فرد با محیط خود)
	آلتمن راپاپورت	حس مکان فراتر از از تجربه شناختی است و عقاید فرهنگی مرتبط کننده افراد با محیط را شامل میشود حس مکان بصورت نمادها و سنبل های فرهنگی – اجتماعی کالبدی در محیط بروز میکند	مقیاس، اختصاصی بودن، قابل دسترس بودن تاکید بر نقش مولفه های فرهنگی و اجتماعی در شکل گیری محیط کالبدی
اثبات گرایی	شاموئل شامای	حس مکان مخلوطی از احساسات خود آگاه و ناخود آگاه و دریافت ها (ادراک) است و به یک مکان معنا می دهد	ساختارهای معنایی و چگونگی دریافت ، تجربه و بیان افراد
	فریتز استیل	حس مکان شامل احساسات، ادراکات، رفتارها، نتایج و برآمدهایی است که در ارتباط با چیزی است که در آن موقعیت قرار داشته و با آن یکی شده است	عوامل کالبدی– شخصیت مکان – چگونگی تجربه مکان
	ادموند بیکن	فرم های معماری در محیط ایجاد غنا و تنوع می کنند و در ایجاد روح مکان وحس مکان موثرند.	عوامل کالبدی – شخصیت مکان
	کرمونا	عکس العمل سیستم حسی بدن نسبت به محرک های محیطی، حس از محیط را تشکیل میدهد.	آسایش و تصویر ذهنی؛ دسترسی و پیوستگی؛ استفاده ها و فعالیت ها؛ معاشرت پذیری
پدیدارشناسی	رلف	ادراک و قضاوتی که بر مبنای رمزگشایی از معانی در ذهن فرد شکل می گیرد، منجر به خلق حس مکان می گردد	ساختار کالبدی، فعالیت، معنا
	شولتز	مشخص و متمایز هستند حس مکان در مکان هایی یافت می شود که دارای شخصیت	سابقه سکونت و ساختار، معنایابی (تصور محیطی، ادارک و جهت)
	توآن	مکان دوستی، پیوندی بر محبت و تاثیر گذار میان مردم و مکان	شخصیت مکان و حضور فرد

جدول ٤. معیارهای سنجش حس مکان؛ ماخذ: نگارنده بر اساس یافته های تحقیق.

مکان توسط فرد رمزگشایی می‌شود از عوامل ایجاد حس مکان هستند. در این صورت حس مکان تنها به معنای یک حس یا عاطفه یا هرگونه رابطه با مکانی خاص نیست، بلکه نظام و ساختاری شناختی است که فرد با آن به موضوعات، اشخاص، اشیا و مفاهیم یک مکان احساس تعلق پیدا می کند .از این‌رو افراد بدون حس مکان قادر به زندگی در محیطی خاص نیستند؛ چرا که حس مکان توانمندی فضا یا مکان در ایجاد حسی خاص نسبت به کلیت مکان است و با این حس، مکان رابطه فرد با تمامی مفاهیم، اشخاص و سایر موضوعات موجود در آن مکان را تأمین می‌کند. به این ترتیب مکان‌ها در افراد مختلف حس‌های متفاوتی ایجاد می کنند و نقش شخصیت و تجارب گذشته انسانها در دریافت این حس مؤثر است. فضایی که در فرد حس مکان و تعلق ایجاد می‌کند. دیگر برای او فضا نیست و تبدیل به یک مکان می‌شود. در این صورت مکان کلیتی می شود که مردم تمام فعالیت‌ها و اتفاقات را با آن می شناسند، مثلاً مردم وقتی که به مسجدی وارد می‌شوند با مکان مسجد مواجه می‌شوند نه با اشکال مجرد، مردم، نماز و فضا و همین توانمندی مکان است که در ورای اجزا و فعالیتها موجب احساس تعلق به مکان مسجد می‌شود.

عوامل کالبدی

از نظر «فریتز استیل» مهم ترین عوامل کالبدی مؤثر در ادراک و حس مکان، اندازه مکان، درجه محصوریت، تضاد، مقیاس، تناسب، مقیاس انسانی، فاصله، بافت، رنگ، بو، صدا و تنوع بصری است او همچنین خصوصیاتی نظیر هویت، تاریخ، تخیل و توهم، راز و رمز، لذت، شگفتی، امنیت، سرزندگی، شور و خاطره را موجب برقراری رابطه متمرکز با مکان می داند. از نظر «سالواسن» حس مکان از تعامل سه عنصر موقعیت، منظر و درهم تنیدگی فردی به وجود می آید که هر کدام ازآنها به تنهایی برای خلق حس مکان کافی نیست. عوامل مختلفی چون بی‌حوصلگی، یکنواختی ساختمان‌ها و ظهور عصر دیجیتالی تهدیدی برای از نظر او حس مکان به حساب می‌آیند شخصیت کالبدی، مالکیت، اصالت، ساکنین و وسایل رفاهی، طبیعت مانند آب، گیاهان، آسمان، خورشید و فضاهای خصوصی و جمعی؛ اجزای تشکیل‌دهنده مکان هستند که در خلق حس مکان مؤثرند (Salvesen,2002). بنابراین بررسی‌ها نشان می‌دهد ویژگی‌های کالبدی محیط با ایجاد معانی و تأمین فعالیتهای خاص، در ایجاد حس مکان مؤثر است. تأمین فعالیت‌ها از فضا با رضایتمندی از ویژگی‌های متغیر محیط مانند دما، صدا و امکان انجام فعالیت‌های فردی و تعاملات اجتماعی توسط عناصر ایستای محیط مانند ابعاد، تناسبات و فرم‌ها به وجود می آید. شناخت و عاطفه نسبت به فضا با درک معانی، نمادها، زیبایی شناختی فرمی و معنایی فضا و هویت مندی با آن حاصل میشود.

جدول ۵. برخی انگاره‌های کالبدی مکان (فضایی، ریخت شناسانه، زمینه‌ای، بصری، هنری و منظر شهری)

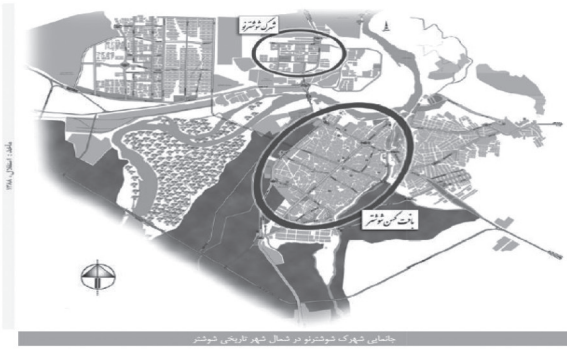
		انگاره پرداز	سال	پنداره	معیار طراحی شهری
۱	برنامه‌ریزی شهر هماهنگ با بن‌مایه‌های هنری	کامیلو زیته	۱۸۸۹	شبکه خیابان‌ها، میدان‌ها، ساختمان‌ها، بناهای یادبود	ریخت شناسانه
۲	برنامه‌ریزی شهری در عمل	ریموند آنوین	۱۹۰۹	نمای خیابان و نحوهٔ آمیختگی و نشانهٔ بصری آن	بصری
۳	آناتومی روستا	توماس شارپ	۱۹٤٦	زمینه‌گرایی در برنامه‌ریزی روستایی	زمینه‌ای
٤	مدیریت حس منطقه	کوین لینچ	۱۹۷٦	فرآینددستیابی به کیفیت حسی از بعد فضایی	فضایی
۵	منظر شهر	گوردن کالن	۱۹٦۱	برتری درک بصری بر دیگر زمینه‌ها در درک شهر و مکان	بصری
٦	یک‌زبان الگو	کریستوفرالکساندر	۱۹۷۷	ریخت‌شناسی ۲۷۳ الگو از مقیاس ریز تا کلان	ریخت شناسانه
۷	فضای شهری	راب کریر	۱۹۷۹	گونه‌بندی فضاهای کالبدی شهر	ریخت شناسانه
۸	چشم‌انداز شهری، توسعه و مدیریت تاریخی	وایت هند	۱۹۸۱	ریخت‌شناسی شهر بر اساس مدیریت شهری در طی دوران	ریخت شناسانه

		انگاره پرداز	سال	پنداره	معیار طراحی شهری
۹	شهر لبه	جو گرو	۱۹۹۱	پدید آمدن زیست‌گاه‌های نوین دارای همهٔ کاربری‌ها در کنارهٔ شهرهای بزرگ که به آزادراه‌ها وابسته‌اند.	فضایی
۱۰	ساخت شهرهای مردم مدار	فرانسیس تیبالدز	۱۹۹۲	موفقیت مدیریت و حفظ شهرها در گروی زمینه گرایی و مردم مداری	زمینه‌ای
۱۱	طراحی شهری (آذین‌ها و آرایه‌ها)	کلیف ماتین	۱۹۹۵	نما، چهارراه، خط آسمان، بام، نشانه، تندیس، اثاثیه، رنگ	بصری
۱۲	مطالعات کالبدی شهر تهران (ازنظر بصری و زیبایی‌شناسی)	منوچهر مزینی	۱۹۹۶	پیکر (ورودی، خط آسمان، نیمرخ، تندیس)؛ سیما (نشانه، لبه، گره، کوی)؛ چهره (فضا، نما، اثاثیه)	بصری
۱۳	کلان‌شهر پسین و به‌سوی بن‌مایه‌های شهرسازی (آندرس دوآنی، الیزابت پلاتر زیبرک) بازنگری طراحی: الیزابت پلاترزیبرک	(پیتر کلتورپ، آندره دوآنی، الیزابت پلاترزیبرک)	۱۹۹۲ ۱۹۹۳ ۱۹۹٤	توجه به جنبه‌های کالبدی و عرصهٔ عمومی شهر	ریخت شناسانه
۱٤	فضا ماشین است: یک نظریهٔ ساختاری معماری	بیل هیلیر	۱۹۹٦	نگاه نوین ساختاری و تحلیلی به فضا و تعمیم آن به علوم انسانی مرتبط	ریخت شناسانه
۱۵	طراحی شهر: به‌سوی یک شکل شهری پایدارتر	هیلدبرند فری	۱۹۹۹	تحلیل فضایی شهر گلاسگو و در نظر گرفتن جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی، محیطی و کالبدی در شکل‌گیری فضای شهری پایدار	فضایی

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۵۰ بهار ۱۳۹۷
No.50 Spring 2018

معرفی نمونه موردی

شهرک شوشتر نو یکی از نمونه‌های شناخته شده در شهرسازی ایران محسوب می‌شود که توسط کامران دیبا طراحی و اجرا شده است. این شهرک درسال ۱۳٦۲ جایزه معماری آقاخان را دریافت کرد و در سال ۱۳۷۷(۲۰۰۰م) در نمایشگاه آثار معماری و شهرسازی شاخص قرن به نمایش درآمد. در زمانی که نگاه معماران هم دوره اش به معماری مدرن و غرب معطوف بود، کامران دیبا به ارزش‌های معماری پایدار و فرهنگ و سنت ایرانی توجه داشت. و به گفته خود به دنبال معماری انسانی بوده که در این پروژه به این امر دست یافته است. او در این پروژه سعی داشت معماری سنتی را با بهره‌گیری از تکنولوژی جدید به معماری مدرن پیوند دهد که می‌توان گفت در این امر موفق بوده و طراحی او به خوبی با فرهنگ و تاریخ و سنت گره خورده است.



جانمایی شهرک شوشترنو در شمال شهر تاریخی شوشتر

موقعیت	استان خوزستان،شمال شهر شوشتر، از شرق و جنوب محدود به رودخانه شطیط
کارفرما	شرکت خانه سازی ایران،وزارت کشاورزی،شرکت کشت و صنعت کارون
مشاور	گروه معماران، مهندسان و برنامه ریزان D.A.Z
معمار	کامران دیبا
کاربری	خانه های سازمانی شرکت کشت و صنعت کارون
ظرفیت	بر اساس مطالعات ۳۱۰۰۰ نفر (ظرفیت فاز یک ۴۰۰۰ نفر)
مساحت کل طرح	۲۷۰ هکتار
برنامه اجرا	اجرا در ۵ فاز
زمان های اجرا	شروع مطالعات۱۳۵۲ ش (۱۹۷۳م) ، شروع فازیک۱۳۵۵ ش (۱۹۷۶م)، اتمام فاز یک ۱۳۵۶ش(۱۹۷۷م)،توقف ساخت۱۳۵۸ش۲(۱۹۷۹م)،ادامه ساخت پروژه۱۳۶۰-۱۳۸۰ش (۱۹۸۱-۲۰۰۱م)
اهداف ساخت	بهبود وضعیت اقتصادی شهر شوشتر، اسکان کارگران۱ شرکت کشت و صنعت کارون، گسترش شهر شوشتر
ایده های معماری	الگو برداری از شهرهای قدیم ایران بخصوص شوشتر مبنی بر ساماندهی منازل مسکونی در راستای محور اصلی شهر مشتمل بر بازار، مسجد و سایر اماکن عمومی مطابق الگوی طراحی شهرهای اسلامی
دریافت جایزه آقاخان	۱۳۶۵ش(۱۹۸۶م)
تکنیک ساخت:	دیوارهای آجری بار بر، شناژبتونی، سقفی از شبکه تیرهای فولادی،اتمام دیوار داخلی اتاق ها با اندود گچ و دیوار داخلی اشپزخانه با آجر

در دهه ۱۹۷۰ با افزایش قیمت نفت، حجم بی‌شماری از فعالیت‌های اقتصادی در منطقه خلیج فارس و ایران شکل گرفت. شهر جدید شوشتر پروژه‌ای بود که تحت‌تأثیر این فرایند و برای اسکان کارگران کارخانه کشت و صنعت کارون درنظر گرفته‌شد. پروژه به شرکت مشاورین daz واگذار شد (شایان ذکر است در آن هنگام خط مشی واحدی در خصوص شهرهای جدید در ایران وجود نداشت). کامران دیبا می‌گوید: «من از نسل دوم تحصیل کردگان در غرب هستم که سوغات تحصیلشان را با خود به ایران آوردند. آنچه ما به ارمغان‌آوردیم، مدرنیسم بود. منظور من از مدرنیسم جنبه‌های فیزیکی آن نیست، بلکه عمدتاً جنبه‌های روانشناختی، ارزش‌های انسانی و ایده‌های حاکم بر غرب را مدنظر دارم. اما مجموعه پیش گفته برای آوردن اندیشه‌ها و ارزش‌های دنیای بیگانه به داخل کشور کافی نبود. دغدغه و نیاز اصلی ما عبارت بود از یادگیری از سنت‌ها و ناهنجارها و ارزش‌های فرهنگ خودمان و کشف دوباره جامعه ایرانی و ادغام اندیشه غربی با فرهنگ ملی و محلی». دیبا پروژه را به شکل ساخت و ساز افقی پرتراکم به اجرا در آورد. از ساخت آپارتمان‌های چند طبقه پرهیز شد و شهر هویت شهرهای افقی را گرفت.

آخرین کار دیبا درسالهای اقامت در ایران طرح شهرک شوشتر نو بود که سرانجام دیبا را به آرزوی دیرین طراحی شهری و شهرسازی رساند و او توانست درآن ایده‌های شهرسازی خود را، که جسته و گریخته در طرح‌های معماری اش نمود کرده بود، به اجرا درآورد. به اصرار دیبا محل احداث شهرک شوشتر نو ازوسط صحرا به مجاورت شوشتر منتقل شد، چرا که می‌خواست شهرک نو به نوعی ادامه و گسترش شهر موجود باشد. برای طراحی این شهرک گروه بزرگی را سازمان داد و بر تمام جزئیات، از جمله نامگذاری معابراز قبیل شیرین و فرهاد و بلوار وصال، خود مداخله کرد. متاسفانه دیبا فرصت نیافت طرح شهرک را همان طورکه میخواست به اتمام برساند. چرا که معتقد بود در کشورهای در حال رشد، نقش معمار با تحویل ساختمانبه اتمام نمی‌رسد و گاه روش استفاده از ساختمان هم ممکن است محتاج مداخله مستقیم معمار سازنده باشد.

جدول ۱-۳- شاخص‌ها و معیارهای پیشنهادی در طراحی محلات ایرانی-اسلامی بر پایه اصول نوشهرگرایی

شاخص‌ها	معیارها
پیوستگی فضایی	- پیوند فضایی میان عناصر اصلی مجموعه - داشتن مراکز و قرارگیری آن‌ها بر سر تقاطع چند گذر فرعی یا اصلی - ترکیب و امتزاج میدان‌ها با عناصر فعال مانند بازار، مسجد جامع و مراکز محلات - ایجاد ترکیبی متجانس از نظر کالبدی و فضایی میان مجموعه شهر، محلات در مرکز شهر - ارتباط قوی مسجدجامع با سایر عناصر مرکز شهر - نقش عمده‌ی گذرهای اصلی و نقش آن در پیوند دادن محلات و مناطق شهری
وحدت و تنوع فضایی	- تباین فضایی با پهن و باریک شدن فضا، سر باز و بسته بودن آن، تغییر مقیاس - وجود رواق‌ها و سایبان‌ها - مستقیم‌نبودن معابر از ابتدا تا انتها
سلسله مراتب	- سلسله‌مراتب دسترسی و کاهش دسترسی از پخش‌کننده‌ی محلی تا دسترسی به واحد مسکونی - قرارگیری هر عنصر در جای خود براساس رعایت سلسله‌مراتب عملکردی - رعایت محرمیت برای ساختمان‌های مسکونی - درونگرایی و سادگی در ابنیه‌هایی چون مسکن، مدرسه و... - قرارگیری کاربری عمومی در کنار استخوان‌بندی اصلی و لبه‌ها و قرارگیری کاربری مسکونی در لایه‌های میانی بافت - رعایت محرمیت با سلسله‌مراتب فضاها از فضاهای عمومی تا خصوصی - رعایت محرمیت با استفاده از عناصری چون گذرهای سرپوشیده، طاق‌ها و...
تاکید بر روابط اجتماعی	- وجود فضاهایی که ارتباط اجتماعی و تماس‌های مردم با یکدیگر در آن‌ها رخ دهد. - امکان استفاده‌ی یکسان افراد جامعه از فضاهای عمومی و امکانات تجاری و مذهبی - شیوه‌ی کاربری چندگانه‌ی زمین (مغازه‌ها در طبقه‌ی همکف و واحدهای مسکونی در طبقات بالاتر) - قرارگیری بازارها در مرکز شهر و نفوذ مغازه‌ها و بازارهای کوچکتر به نواحی مسکونی - احاطه‌شدن مسجد در مرکز شهر با مغازه‌ها - شکل متراکم مناطق مسکونی با منازل به‌هم پیوسته و بلوک‌های کوچک
اهمیت دادن به مفهوم محله	- دارا بودن مرکز محله و قرارگیری آن در مسیر تقاطع دو یا چند گذر اصلی - فاصله‌ی معقول مرکز محله از همه‌ی نقاط محله - مرکز محله شـامل مسجد، بازارچه، میدانچه، تکیه، حسینیه و عناصر دیگری در مقیاس محلات مانند گرمابه، آب‌انبار، قهوه‌خانه و... - وجود پاتوق در محلات - دربرگیری مراکز محله با اماکن عمومی و قرارگیری سطوح مسکونی خانواده‌ها با حجم‌های پیوسته گرداگرد آن‌ها - قرارگیری خانه‌های کوچک و متوسط و بزرگ در کنار یکدیگر - قرارگیری دانه‌های بزرگی مانند فضاهای شهری از قبیل مساجد، حسینیه‌ها در کنار دانه‌های کوچکتر یعنی فضاهای مسکونی

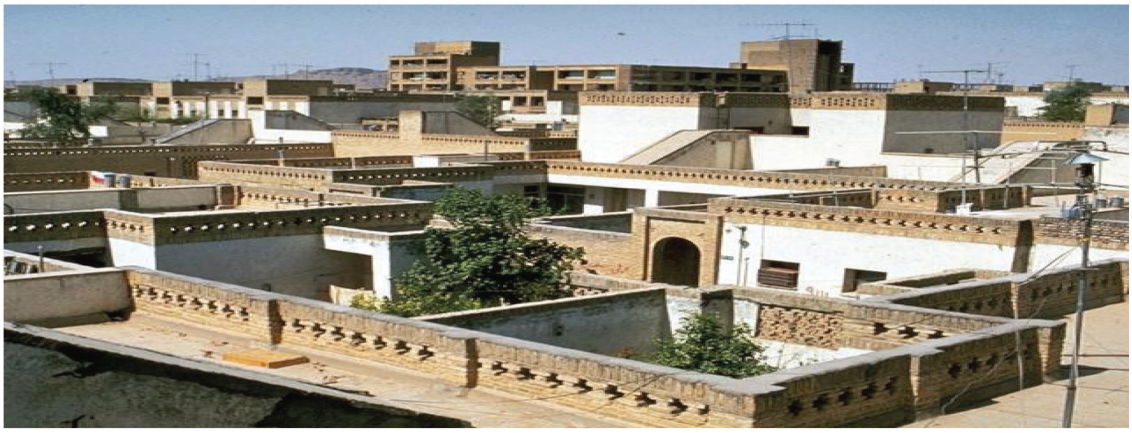
کیفیت فضای شهری در شوشتر نو

عموماً اینگونه می‌پندارند که در طراحی یک شهر یا شهرک مکان‌های زیستی از ساختمانها، پارکینگها، خودروها، ... مهم‌ترند. در دهه‌های گذشته در دوران مدرنیسم در سراسر دنیا اکثر فعالیت‌های مربوط به طراحی و ساخت مکان‌های زیستی در قالب شهرک، معطوف به ساخت عناصر منفرد یعنی ساختمانها بوده است.طراحان معمولا به مجموعه‌ای از ساختمانها می‌اندیشند که مسیرهای عبور و مرور ما بین آنها شکل می‌گیرد. مجموعه ای از عناصر مجزا که کل منسجم و واحدی را تشکیل نمی دهد. در حالیکه امروزه نظریه‌های شهرسازی تغییر کرده و توجه بیش از حد به عناصر منفرد را کنار گذاشته اند و به کل واحد می‌اندیشند. مبانی طراحی شوشتر نو به عنوان یک شهر معاصر از این تفکر بهره برده است. در حقیقت هدف اصلی طراح، تعریف عناصر و فضاهای معماری در انسجام با فضاهای عمومی (میادین) و شبکه‌های دسترسی عمومی است. منازل مسکونی در قالب واحدهای همسایگی تعریف شده اند و میادین و معابر به تفکیک استفاده کننده (پیاده یا سواره) با پوشش‌های گیاهی، ساباط ها، کفسازی‌های خاص و اسامی ویژه هویت‌گذاری شده اند. حتی به منظور ایجاد حس وحدت نماهای شهری نیز منسجم و یکپارچه با مصالح محدود به آجر و سیمان ساخته شده تا ادراک مخاطب نسبت به فضاهای اطراف بهتر صورت گیرد. انسجام و وحدت مجموعه به نوعی در کیفیت ادراک فضاهای شهری تاثیرگذار است و رابطه ای خاص و هماهنگ ما بین اجزا برقرار می‌کند وحدت با توجه به کثرت تصور و کثرت با هدف غائی وحدت دو مفهوم مکمل یکدیگرند که هم در طراحی ساختار فضاهای شهری و هم در طراحی نماها بخوبی به آن توجه شده است.بگونه ای که بطور ناخودآگاه تمامی اجزا مجموعه در ذهن هر شهروندی، در یک کل واحد متصور می‌شود. بدین ترتیب مکان هایی خلق می‌شود که ارزش فضایی آنها از پاسخ گویی به عملکرد مهمتر است. در واقع طراح به بهانه خلق فضای شهری مطلوب از عملکردها بهره می‌گیرد چرا که کیفیت‌های فضایی از ابعاد کمی فضاها مهمترند.

پیامدهای ظهور تکنولوژی

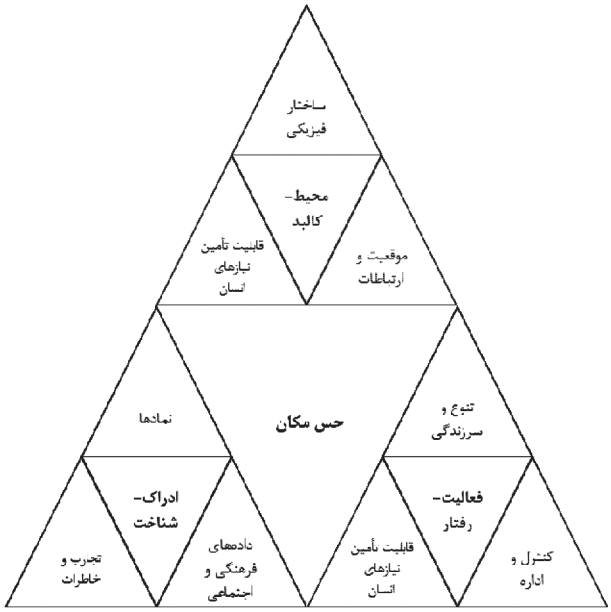
اغلب شهرها و محیط‌های سنتی و قدیمی ایران دارای بافت متراکم و فشرده‌ای هستند که بلوکهای ساختمانی طرح کلی آن را بوجود آورده‌اند و فضاهای باز در میان آنها پراکنده‌اند. ولی بیشتر شهرها در پی تحولات قرن بیستم و حضور ماشین و احداث خیابانهای عریض جهت عبور و مرور، الگوی سنتی خیابانهایشان را از دست داده و جای آن را به اتوبانها و ماشینها داده اند.طراح شوشتر نو در طراحی ساختار شهرک از شهرهای قدیم منطقه یعنی شوشتر و دزفول الگو گرفته است. چنانچه شبکه‌های عبور ماشین و پیاده مجزا طراحی شده و فضاهای عمومی با توجه به مقیاس فعالیت‌های انسانی تعریف شده اند. هرچند که طراحی این شهرک در زمان معاصر صورت گرفته و متناسب با نیازهای امروز بشر متمدن می‌باشد و با توجه به تکنولوژی حمل و نقل صورت پذیرفته است، اما باز هم شاهد تغییراتی مشابه تغییرات قرن بیستم در این محیط زیستی ارزشمند هستیم. بسیاری از معابر عبور پیاده به علت عبور ماشین آسیب دیده، کفسازی‌ها تخریب شده و برخی قسمت‌ها آسفالت شده اند، برخی از مسیرهای عبور مسدود شده اند تا پارکینگ‌های شخصی احداث شود. آنچنان باارزش و قابل احترام با ماشین رفتار می‌شود که گویی حضور و وجود آدم با تمام نیازهای کیفی و کمی به زیر سوال رفته است. آنچه در اولویت قرار دارد ماشین و مکان پارک آن است. آنقدر این وسیله تاثیرگذار وارد زندگی مردم شده است که آنان وجود پارکینگ‌های شخصی را بر داشتن محیط‌های باز عمومی ترجیح می‌دهند. در شهرک شوشتر نو فضاهای شهری با هویت بومی منطقه، تعریف و ساخته شده‌اند و تعلق خاطری در مردم بوجود می‌آورند که موجب می‌شود هر فرد خود را وابسته به آن مکان احساس کند چرا که مردم به فضاهای شهری هویت دار نیاز دارند.ادراک افراد مختلف از یک مکان متفاوت است اما برقراری ارتباط حسی با هویت فضا امری اجتناب ناپذیر است که بصورت کاملا طبیعی و تا خودآگاه صورت می‌پذیرد.آنچه که امروز با آن مواجهیم تغییرات بسیار و دخل و تصرف‌های ساکنین است که برخی ناشی از فرسودگی هاست و برخی دیگر حاصل نیازهای جدید امروز است، تغییراتی که باعث بحران هویت فضاهای شهری شده و انسجام و وحدت مجموعه را از بین برده، معنای حضور انسان با مفهوم عابر را به زیر سوال برده و عرصه‌های عمومی را به فضاهای باز بلا استفاده تبدیل نموده است.

تصویر ۱. مجموعه شوشتر نو؛ ماخذ: آرشیو نگارندگان.



نتیجه‌گیری و جمعبندی

آنچه یک فضا را به یک مکان ارتقاء می‌دهد آمیخته‌شدن آن با معانی و مفاهیم عمیق است که در طول زمان گسترش و ژرفا پیدا می‌کند. پس مکان حاصل معانی است که در طول زمان و با ادراک محیط به دست می‌آید. البته باید گفت شکل‌گیری معنای ناشی از ادراک انسانی در بستر زمان، مساله‌ای است که عمدتاً به بعد ناآگاهانه و ادراکی در لایه‌های خاموش تجربه افراد دلالت دارد و در روان‌شناسی از آن به وابستگی و حس تعلق تعبیر می‌شود که حسی توام با عاطفه در مکان است. مکان در این صورت ریشه‌دار تجربه می‌شود و لایه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی را نیز در بر می‌گیرد. مکان دربرگیرنده لایه‌های اجتماعی و فیزیکی محیط است، اما حس تعلق، لایه‌های ادراک، مفاهیم و تجربیات مکان را شرح می‌دهد. فعالیتها و شکل کالبدی موجود در مکان بر حس وابستگی افراد تاثیر می‌گذارد، از سوی دیگر ارتباطات فرهنگی و اجتماعی، خاطرات و مفاهیم شخصی نیز بر وابستگی و احساس تعلق به مکان موثر است. تعلق مکانی رابطه هم‌پیوندی بین انسان و محیط است. 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 می‌دهد به‌طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می‌گردد. این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می‌گردد. برداشت‌کلی حاصل از تعاریف حس مکان نشان می‌دهد که حس مکان حاصل ارتباط درونی انسان، تصورات ذهنی او و ویژگی‌های محیطی است. این مفهوم از یک‌سو ریشه در تجربه‌های ذهنی همچون خاطره، سنت، تاریخ، فرهنگ، اجتماع و غیره دارد و از سوی دیگر متأثر از زمینه‌هایی عینی و بیرونی در محیط مانند طرح، منظره، بو و صدا است که نشان می‌دهد. حس مکان مفهومی پیچیده از احساسات و دلبستگی انسان نسبت به محیط است که در اثر انطباق و استفاده انسان از مکان به وجود می آید، علاوه بر این چگونگی ارتباط و تجارب قبلی نیز در حس مکان مؤثرند .عوامل دیگری چون چگونگی انتخاب و رابطه با مکان و ویژگی های فردی و اجتماعی استفاده‌کنندگان نیز از عوامل تأثیر گذار بر حس مکان هستند. عوامل مؤثر بر حس مکان را می‌توان با مدل فوق نشان داد. براساس این مدل، ویژگی‌های کالبدی مکان با تأثیر گذاری بر فعالیت‌ها و تعاملات اجتماعی و غنی‌سازی معانی و مفاهیم مکان بر حس مکان استفاده کنندگان اثر گذاشته و این اثر برای درک شدن، به زمینه ای فرهنگی اجتماعی نیاز دارد. تاثیرپذیری از الگوی معماری سنتی ایران، شکل‌پذیری از محدودیت‌های اقلیمی، بهره‌گیری از ویژگی‌های فنی- بومی منطقه خوزستان، مبانی طراحی شهری و الگوهای سکونتی را شکل داد. استفاده از الگوهای بومی در طراحی بافت شهری، معماری مسکونی، موتیوهای معماری و تکنیک‌های اقلیمی از ویژگی هایی است که طراح بخوبی به آن‌پرداخته‌است .بررسی ویژگی‌های این طرح، عامل اشراف به غنای ارزشهای این شهرک می‌باشد، چرا که اکنون در زمانه ای به سر می‌بریم که شناخت چنین مجموعه هایی به غنای مبانی معماری و شهرسازی ما می‌افزاید. فقدان مدیریت شهری و تطبیق ندادن برنامه‌ها با شرایط و احتیاجات روز و شاید عدم توجه به علاقه مسئولین، این شهرک را



ناموفق ساخته است و عملا آن را تا به امروز به‌صورت یک پروژه ناکام و بلاتکلیف باقی گذارده است. اصول طراحی و شهرسازی شوشتر نو طرحی است درون‌گرا و با تراکم زیاد افقی و بر خلاف طرح‌های معمول آن دوره فاقد ساختمان‌های عمودی می‌باشد. حرکت پیاده و وسائل حمل و نقل تا حد ممکن از یکدیگر مستقل است و شریان اصلی و فعالیت شهری همانند شهرها سنتی توسط شبکه پیاده انجام می‌شود. همجواری شهر تاریخی شوشتر با این پروژه موجب گردید که طراح از این پتانسیل تاثیر پذیرد و با توجه به ایده اصلی شکل‌گیری مبنی بر طرح توسعه شهر شوشتر، الگوی شهرهای بومی منطقه همچون شوشتر و دزفول را مورد مطالعه قرار دهد.

توصیه‌ها و پیشنهادات

۱. با توجه به مشکلات موجود و به منظور جلوگیری از تغییر و تحولات احتمالی دیگر در سالهای آتی پیشنهاد می‌شود که بر اساس توصیه‌های ذیل در نگهداری این شهر زیبا و ارزشمند و این اثر یگانه معماری کوشا باشیم:
۲. ایجاد مدیریت واحد در شهرک با وظایف یک شهردار
۳. توجه به نیازهای امروز و تغییر و تحولات در جهت رفع آنها
٤. ساخت و ساز جدید متناسب با نیازهای ساکنین همانند احداث پارکینگ و مراکز تجاری
۵. ساماندهی معابر عمومی صرفا جهت حضور عابر
٦. توجه به عصر تکنولوژی و وجود خودروهای شخصی و مکان یابی درست آنها در بافت شهرک
۷. تعهد قوی و دلسوزانه مسوولان در جهت حفظ و نگهداری کیفیت محیط شهری
۸. تبیین قوانین اصولی برای شهروندان در جهت حفظ محیط شهری و احترام به حقوق سایرین

منابع و ماخذ

۱. امین زاده، بهناز (۱۳۸۹) ارزیابی زیبایی و هویت مکان، نشریه هویت شهر، شماره ۷، صص ١٤-۳.
۲. پرتوی، پروین (۱۳۸۸) پدیدارشناسی مکان، فرهنگستان هنر، تهران.
۳. پرتوی، پروین، (۱۳۸۸) پدیدار شناسی مکان، نشر فرهنگستان هنر، تهران.
٤. پورمند، حسنعلی؛ محمودی نژاد، هادی و رنج آزمای آذری، محمد (۱۳۸۹). «مفهوم مکان و تصویر ذهنی . مراتب آن در شهرسازی از دیدگاه کریستسن نوربری شولتز در رویکرد پدیدارشناسی». مدیریت شهری، ش ٢٦: ۹۲-۷۹.
۵. تیبالدز، فرانسیس (۱۳۸۳) شهرسازی شهروندگرا، احمدی نژاد، محمد، نشر خاک.
٦. جباری (۱۳۷۹)، حس مکان، کتاب ماه تاریخ و

جغرافیا، شماره۳۱
۷. جولایی، سیامک (۱۳۸۵) مجتمع مسکونی شوشتر نو، شارستان ۱۱ و ۱۲.
۸. حبیبی، رعناسادات (۱۳۸۷)، تصویرهای ذهنی و مفهوم مکان، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۳۵
۹. حبیبی، سید محسن (۱۳۸۲). «چگونگی الگوپذیری و تجدید سازمان استخوان‌بندی محله». هنرهای زیبا، ش ۱۳: ۳۹-۳۲.
۱۰. حبیبی، سید محسن و مقصودی، ملیحه (۱۳۸٦) مرمت شهری: تعاریف، نظریه‌ها، تجارب، منشورها و قطع‌نامه‌های جهانی، روش‌ها و اقدامات شهری، انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، چاپ سوم، تهران.
۱۱. حبیبی، سیدمحسن (۱۳۷۸)، فضای شهری، حیات واقعه‌ای و خاطره جمعی، نشریه صفه، شماره ۲۸، صص ۲۱ ـ ۱٦
۱۲. حبیبی، سیدمحسن (۱۳۸۰)، از شار تا شهر، انتشارات دانشگاه تهران، تهران
۱۳. دانش پایه، نثار و دیگران (۱۳۹۵) تدوین شاخصهای کالبدی موثر بر حس مکان، مدیریت شهری، شماره ٤۷.
۱٤. دانشپور، سید عبدالهادی، سپهری مقدم، منصور، چرخچیان، مریم (۱۳۸۸)،تبیین مدل دلبستگی به مکان و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۳۸، صص ۳۷-٤۸.
۱۵. دیبا، کامران (۱۳۸۵) معماری اسلامی چه چیزی نیست؟، شارستان ۱۲و ۱۱.
۱٦. شایان، حمید رضا (۱۳۷۵) شوشتر نو تداوم فرهنگ در کالبد امروز، معماری و فرهنگ.
۱۷. شولتس، نوربرت (۱۳۸۰) مسکن حومه و شهر، پوردیهیمی، شهرام، انتشارات روزنه.
۱۸. فلاحت، محمد صادق، سال (۱۳۸۵) مفهوم حس مکان و عوامل تشکیل دهنده آن، هنرهای زیبا.
۱۹. فلامکی، محمدمنصور (۱۳۸۷)، نظریه‌ای بر منشور مرمت شهری، نشر مرکز تحقیقات مطالعات مسکن و شهرسازی.
۲۰. کاشی، حسین، بنیادی، ناصر (۱۳۹۲) تبیین مدل هویت مکان و بررسی عناصر و ابعاد آن، نشریه هنرهای زیبا: ۵۲-٤۳
۲۱. مدنی‌پور، علی (۱۳۸۷). «طراحی فضای شهری نگرشی بر فرآیندی اجتماعی و مکانی». ترجمه‌ی فرهاد مرتضایی (چاپ سوم). تهران: سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران.
۲۲. مدیری، آتوسا (۱۳۸۷). «مکان». هویت شهر، ش ۲: ۷۹-٦۹.
۲۳. مرصوصی، نفیسه (۱۳۹۰)، تحلیل کارکردهای اقتصادی بازار تبریز و حوزهٔ نفوذ آن، شماره ۷، پژوهشهای جغرافیای انسانی
۲٤. میرغلامی مرتضی (۱۳۷۸) مدل مفهومی ارزیابی حس مکان براساس مولفه‌های کالبدی، ادراکی، عملکردی و اجتماعی. نشریه مطالعات شهری، شماره نوزدهم.

25. APPLEYARD, D; (1979) The Environment as a Social Symbol: Within a Theory of Environmental Action and Perception; Journal of the American Planning Association,(45): 143-153.
26. Moudon, Ann, Carmona, Mathew(2003), A catholic approach to organizing what urban designer should know, Black well Publishing, Australasia.
27. Knox, P & .Pinch, S. (2000) Urban Social Geography: An Introduction, prentice Hall: Harlow, 8-9.
28. Altman, I., S. Low, (1992), Place Attachment Springer US, Plenum Press: New York, pp 1-12.
29. Falamaki, Mohammad-Mansour (2008), Theory on the Charter of Urban Restoration, Publication of the Research Center for Housing and Urban Studies.
30. Habibi, S.M. (2000). Civil Society and Urban Life. HONAR-HA-YE-ZIBA, 7
31. Hague, C. (2005). Planning and Place Identity, In: Place Identity, Participation and Planning, Cliff Haguge and Paul Jenkins (Eds), London: Routledge.
32. Lang,jon (1994), urban design, the American experience, van no standard reinhold, new York, p:29
33. Pastalan, leon (1970), privacy as an expression of human territoriality, university of Michigan, p:88
34. Shamais(1991), sense of place an empirical measurement, geoforum, no.3, pp 347-358
35. Stringer,Peter (1975) Understanding the city , in Environmental interaction ,ed: David Canter, Surrey university, England
36. Tschumi, Bernard (1994) spaces and events, the city cultures reader ed: Malcolm Miles, Tim Hall, London and new york, Routledge, p: 154