مدیریت شهری
شماره ۵۰ بهار ۱۳۹۷
No.50 Spring 2018
۴۳۵-۴۶۰
زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۰/۴ زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۱/۲۰

تدوین معیارهای طراحی منظر شهری در راستای برانگیزش حس تعلق به مکان

رضا قشقایی– دانشجوی دکتری معماری، گروه معماری، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران
خسرو موحد*– دانشیار معماری، گروه معماری، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران
حامد مضطر زاده– استادیار معماری، گروه معماری، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

چکیده

گسترش ابعاد مختلف شهرنشینی در سالهای اخیر و رواج یافتن اقدامات شهرسازی جدید، بافت‌های شهری را نیز تحت تاثیر خود قرار داده است، بطوریکه امروزه، محدوده های وسیعی از شهرهای کشور و علی الخصوص مناطق و مناطق جدید صورت گرفته در شهرها، با معضلات پیچیده‌ای از جمله بحران حس تعلق مکانی و هویت شهری رو به رو هستند و روند افت منزلت مکانی- اجتماعی آنها رو به افزایش است. لذا، منظر و سیمای شهری موضوعی مهم و حتی چالش برانگیز در میان صاحبنظران طراحی شهری، معماری و طراحی محیطی است، به گونه‌ای که نبود ادبیات واحد در این میان حتی به سوء برداشت‌هایی نیز انجامیده است. از طرف دیگر، اغلب مطالعات مربوط به مکان و موضوعات مرتبط با آن از جمله حس مکان که در حیطه روانشناسی ادراک و علوم تربیتی مورد مداقه قرار گرفته، در شهرسازی به خودی خود کفایت نمی‌کند و این وظیفه طراح و برنامه‌ریز است که با بهره برداری از این علوم اقدام به خلق حس مکان نماید و می بایست آنرا چنان طراحی کند که برای مردم قابل درک باشد و با خلق فضاهای عمومی با کیفیت و مطلوب در میان تراکم ساخت و سازها، پهنه ای برای شکل‌گیری رویدادهای جمعی مهیا سازند؛ فضاهایی که توان القاء حس مکان به شهروندان را دارند. در این مقاله به اصول و معیارهای طراحی منظر در راستای برانگیزش حس مکان اشاره شده و در پایان اصول ادراکی و زمینه ای در طراحی منظر شهری برای ارتقا حس مکان و تعلق به مکان به اختصار تدوین و ارائه شده است.

واژگان کلیدی: طراحی منظر، مکان، حس مکان، حس تعلق به مکان، اصول و معیارهای طراحی

Developing the principles and standards of urban landscape design for its effectiveness of sense of belonging to location

Abstract

the development of different urban dimensions in recent years and the prevalence of new urban development has also affected urban tissues, and today, the urban areas, especially the regions and regions in particular, face complex problems such as the sense of spatial belonging and urban identity, and their socio - spatial status decline is increasing. Therefore, urban landscape and aspect is an important and even challenging issue among urban planning pundits, architecture and environmental design, in a way that the lack of single literature has even led to. on the other hand, most studies concerning the location and issues related to it, including the sense of place in the field of cognitive psychology and education, is not sufficient in urban planning, and it must be designed to make sense for the people and create a region for the shape of mass events by creating public spaces with the quality and optimal conditions among construction density. In this paper, we refer to the principles and criteria of landscape design in order to update the sense of location, and at the end of conceptual and contextual principles in designing the urban landscape to enhance the sense of place and belonging to place.

Key words: landscape design, location, sense of place, sense of belonging to location, principles and design criteria

*. نویسنده مسئول مکاتبات، شماره تماس: ۰۹۱۷۳۴۲۱۶۴؛ رایانامه:khmovahed@iaushiraz.ac.ir

این مقاله برگرفته از رساله دکتری نگارنده اول تحت عنوان «تدوین اصول و معیارهای طراحی منظر سواحل شهری موثر در ایجاد حس تعلق به مکان» به راهنمایی نگارنده دوم (عهده‌دار مکاتبات و نویسنده مسئول) و مشاوره نگارنده سوم در دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز است.

مقدمه

نقش معماری و شهرسازی در راستای بهبود کیفیت زندگی می‌تواند خلق فضای مؤثر و واجد هویت و حس تعلق در نظر گرفته شود؛ چراکه پژوهش‌های متعددی در زمینه‌ی معماری و نیز روانشناسی محیط حاکی از آن است که محیط و فضای ساخته شده بر ذهنیات و رفتارهای انسان اثرگذار است (فلاحت، ۱۳۸۲، ص ۵۸). از سویی دیگر، «حس مکان و دلبستگی» به آن، به عنوان یکی از رشته‌های مهم خاطره‌ای میان انسان و مکان از محورهای مهم در پیدایی و پویایی خاطرات جمعی در جهت ارزش‌بخشی به بافت‌های شهری و تقویت کیفیت ادراک بصری فضاهای تاریخی است. لیکن امروزه؛ جایگاه ویژه این موضوع با در نظر گرفتن تمایلات توسعه شهری، به سوی ابعاد کالبدی ـ در تعارض با رشته‌های هویتی جامعه ـ به‌خوبی مورد کاوش قرار نگرفته است. از سویی دیگر، در دوران کنونی با توسعه جوامع انسانی و تغییرات در شیوه زندگی و سکونت مردم توجه معماران، طراحان و برنامه ریزان به کیفیت فضا و محیط های ساخته شده افزایش یافته و برای آنها نقش طراحی بعنوان ابزاری برای شکل دادن به محیط زندگی و پاسخگویی به توقعات و نیازهای انسان و ایجاد محیط های با کیفیت اهمیت بیشتری یافته است. در نظریات ارتباط انسان و محیط، محیط پیچیده تر از عوامل کالبدی و طراحی در نظر گرفته می‌شود، به این معنا که محیط علاوه بر عناصر کالبدی، مملو از پیامها، معانی و رمزهایی است که مردم بر اساس نقش‌ها، توقعات، انگیزه‌ها و دیگر عوامل آن را بازخوانی، رمز گشایی و درک می‌کنند، در مورد آن به قضاوت می‌پردازند و سپس حس خاص نسبت به آن پیدا می‌کنند (راپاپورت، ۱۳۹۱). در دوران مدرن، ارجح دانستن تکنولوژی و زندگی ماشینی و توجه صرف به عملکرد سبب کمرنگ شدن کیفیت حسی و معنایی مکان و این امر موجب نزول چشمگیر کیفیت بعد معنوی فضای زندگی انسان‌ها و به مرور زمان سبب تشدید عارضه‌های روحی و روانی حاصل از مدرنیته گردید. طبق مطالعات و پژوهش‌هایی که از سوی رفتارشناسان محیطی و نظریه‌پردازان از اواخر دهه‌ی هفتاد میلادی صورت گرفته است، حس مکان بر کیفیت رابطه انسان- مکان و شکل‌گیری هویت مکانی و در پی آن هویت فرد مؤثر است. این امر لزوم بازنگری و توجه معماران، طراحان و برنامه‌ریزان شهری را به مفهوم مکان و عوامل دخیل در شکل‌گیری حس مکان افزایش می‌دهد (کاشی و بنیادی، ۱۳۹۲، ص ٤٤). همچنین، «گدس» در این زمینه بر شش سطح: ۱. شناسایی، ۲. تجربه، ۳. احساس، ٤. هیجان، ۵. فکر و ٦. تصور تاکید می‌کند (Gedess,1949). «شامای» (۱۹۹۱)، به سه مرحله اشاره دارد که در آنها حس مکان رخ می‌دهد: تعلق به مکان، دلبستگی به یک مکان و تعهد به یک مکان. شامای برای حس مکان، سه مرحله اصلی مذکور را با هفت سطح تعیین می‌کند. این سطوح از حس مکان، کاربرد فرآیند حس مکان را نشان می‌دهند که از بی تفاوتی و آگاهی از استقرار تا تعلق، دلبستگی، یکی شدن با اهداف، مشارکت و درنهایت حس فداکاری و تعهد عمیق نسبت به مکان را شامل می‌شود (Shamai, 1991,347-358). «گاسو» ۱۹۷٦، سطوح مختلف آشنایی با مکان را در سه مرحله آشنایی سطحی با مکان، آشنایی معمولی با مکان و آشنایی بسیار عمیق با مکان طبقه‌بندی می‌کند (Gassow,1976). «پیتر برگر» (۱۹۷۱) سه سطح یکی شدن مردم شناسان را با فرهنگ‌هایی که مورد مطالعه قرار می‌دهند، این طور بیان می‌کند: سطح رفتاری، سطح تاکیدی و یا احساسی و سطح شناختی یا بومی‌شدن (برگر، ۱۹۷۱، به‌نقل از رلف، ۱۳۸۹). «هیومن» (۱۹۹۲) پنج گونه حس مکان را معرفی کرده است که عبارت از بی‌مکانی، بیگانگی با مکان، مکان نسبی، ریشه‌داری ناخودآگاه و ریشه داری عقیدتی (مدیری، ۱۳۹۱، ص ٤٥). «اسکانل» و «گیفورد»، حس تعلق به مکان را حاصل یک سازماندهی سه وجهی: ۱- بعد شخصی تعلق به مکان، ۲- بعد فرآیند روانشناختی تعلق به مکان، ۳- بعد مکانی تعلق به مکان میدانند (سیاوش پور و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۲۷).

در این مقاله به مفهوم حس مکان و احساس تعلق به مکان در فضاهای شهری و معماری پرداخته شده و مولفه‌های برانگیزش حس تعلق به مکان در منظر شهری مورد استنتاج و بررسی مفهومی قرار گرفته اند.

پیشینه تحقیق

برخلاف معماران مدرن، معماران و نظریه‌پردازان پسامدرن به تعبیر حس مکان بسیار توجه دارند، چراکه معتقدند در ساختنِ یک بنا می‌باید ویژگی‌های محیطی

– و به عبارتی حس و روح مکان – آن را دریافت و در کالبد معماری منعکس ساخت. از این پس اندیشمندان و نظریه‌پردازان بسیاری به دنبال تعریف مکان و شناخت خصیصه‌های آن – و نه صرفاً فضا– پرداختند تا بدین وسیله خلل کیفی معماری را به حداقل رسانده و به محیط‌هایی با کیفیت دست یابند. اهم رویکردهای مطرح شده در مقوله‌ی حس مکان عبارتند از پدیدارشناسانه، انتقادی و اثباتی. محیط کالبدی و تأثیرات آن بر زندگی روزمره‌ی مردم از مسائلی است که در دهه‌های اخیر از طرف متحصصین بسیاری از جمله «دیوید کانتر»، «فریتز استیل» و «دیوید سالوسن» مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است (فروزنده و مطلبی، ۱۳۹۰، ص ۲۸). 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. فلاحت (۱۳۸۵) در مقاله‌ای به بررسی مفهوم حس مکان و عوامل شکل‌دهنده آن پرداخته و تاثیر عوامل کالبدی و شناختی استفاده‌کنندگان بر احساس افراد نسبت به فضا را بررسی می‌کند (فلاحت، ۱۳۸۵، صص ۵۷–٦٦). ۲. 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 اثبات گرایانه را به کار نمی بندند بلکه هم به ذهنیات و هم به عینیات توجه کرده، ضمن آنکه در مطالعات خود به دنبال جنبه های احساسی و نیز ادراکی مابین انسان و مکان هستند (Moudon, 2003:373). 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. 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. 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. کنزن (۱۹٦۰)، ولف (۱۹٦۵) و مودون (۱۹۸٦) مطالعاتی پیرامون گونه شناسی و ریخت‌شناسی شهر صورت دادند که کانون تحقیق صرفاً به صورت عینی بوده و با رویکردی پژوهشی به بررسی شکل و کالبد فضایی شهر پرداختند (Cuthbert,2006:252-255). در ادامه تحقیقات مرتبط با منظر شهری و بررسی‌های مربوط به آن اشاره می شود: ۱. گرچه افراد زیادی درباره منظر شهری معاصر صحبت کرده‌اند (گیبرد ۱۹۵۳، ورسکت ۱۹٦۹، توگنات و رابرتسون ۱۹۸۷) اما منظر شهری و تحلیل آن بیشتر در مطالعه گوردون کالن شناخته می‌شود (Carmona et al, 2003). ۲. مطالعات منظر خیابان آلبرتا (شهر پورتلند، ایالت ارگان ایالات متحده آمریکا): در نهایت این تحقیق توصیه‌هایی جهت ارتقاء شرایط خیابان با توجه به اولویت‌های جامعه ارائه نمود. این پیشنهادات علاوه بر موارد کالبدی، شامل توصیه‌هایی به لحاظ ارتقاء هویت فرهنگی خیابان نیز می‌شد که شامل موارد زیر است: بهبود وضعیت پیاده‌راه‌ها به لحاظ ایمنی و کیفیت‌های بصری ـ آرام‌سازی ترافیک سواره ـ درنظرگرفتن محل‌هایی به عنوان پارکینگ با دسترسی مناسب ـ بازتاب و تقویت هویت فرهنگی در خیابان ـ استفاده از ترکیب هنر و رنگ در عناصرـ کنترل توسعه‌های جدیدـ استفاده از سیستم روشنایی تزئینی و ویژه (مخصوصا در تقاطع‌ها جهت افزایش حس امنیت و کمک به خلق حس هویت)ـ استفاده از پوشش گیاهی و درختان مناسبـ استفاده از مبلمان شهری جدید (از قبیل ایستگاه‌ها، قفسه‌های دوچرخه، نیمکت، سطل زباله) و همین‌طور دستورالعمل‌هایی جهت محل استقرار و ابعاد و اندازه آن‌ها (Katz & others ,2000). ۳. مطالعات و طراحی منظر خیابان احمدآباد (مشهد، ایران) : اهداف در نظر گرفته شده برای این خیابان شهری شامل موارد زیر می‌باشد: ارتقای کیفیت‌های بصری خیابان (عناصر طبیعی، مصنوعی و انسانی)، حفظ و ارتقای شخصیت بصری منظر و هویت سیمای خیابان (زمینه، ریتم، تداوم، تناسبات و ...)، حفظ و ارتقای کریدورهای دید مطلوب از عرصه عمومی (عابران پیاده و سواره) به عناصر مصنوع از جمله نشانه‌ها و حفظ حرائم آن‌ها، ارتقای توالی بصری در طول حرکت در خیابان، افزایش نفوذپذیری بصری در حیطه عمومی، ارتقای کیفیت سیمای زمین و افزایش

مطلوبیت فضاها برای حضور مردم، تشکیل عرصه‌های عمومی برخوردار از کیفیت‌های بصری، تعریف دروازه‌های بصری برای تقویت حس ورود به خیابان.

در ادامه در ابتدا به مفهوم مکان و مولفه‌های وابسته و پیوسته با آن و سپس مفهوم منظر و در انتها تبیین معیارهای طراحی منظر در راستای ارتقاء حس مکان و تعلق به مکان پرداخته میشود.

مبانی نظری تحقیق

مکان

مکان در برگیرنده لایه‌های اجتماعی و فیزیکی محیط است، اما حس‌تعلق، لایه های 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 هم پیوندی 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 به طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می‌گردد (Altman @ Low,1992: 1-12). رلف بر این عقیده است که فهم مکان می‌تواند منجر به احیا و نگهداری مکانهای موجود و خلق مکانهای جدید گردد. بدون فهم جامعی از مکان که در برگیرنده مشخصات انسانی است، مشکل می‌توان علت ویژه بودن بعضی از مکانها را توضیح داد (Sow- & Seamon ers, 2016).

طراحی فضا وابسته است به شناخت ما از مکان و آنچه حس مکان نامیده می‌شود. حس مکان بیان گر این است که مردم هنگام حضور در فضا چیزی فراتر از خصوصیات کالبدی را درک می‌کنند و می‌توانند به «روح مکان»[1] دست یابند (مدیری، ۱۳۸۷، ص ۷۰). «مکان خود به معنای جایی برای جاری شدن رویدادها و وقایع به منظور زندگی کردن است» (حبیبی، ۳۸۷، ص ٤٠)؛ بنابراین «مکان صرفاً یک‌جا نیست، بلکه جایی خاص است. آنچه مکان را خاص می‌سازد، رویدادهایی است که در آن به وقوع می پیوندد و امتزاج آن با ارزش‌های بشری است» (پرتوی، ۱۳۹۱، ص ۳). 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 سرمست و متوسلی (۱۳۸۹، ص ۱۳۵) مکان را عنصر اصلی هویت ساکنان آن می‌دانند انسان

جدول ۱. پیوند بین انسان و مکان در زمینه‌های ارتباط با مکان؛ مأخذ: Burgers,1999:3

رابطه با مکان	نوع پیوند	فرآیند
بیوگرافی	تاریخی و خانوادگی	متولد شدن و زندگی کردن در یک مکان، مکان را به مشخصه ای 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 می شود توصیف آن دشوار و اغلب غیر منتظره است.
ایدئولوژیکی	اخلاقی و وجدانی	زندگی بر اساس رهنمودهای اخلایف که می تواند مذهبیو غیر مذهبی باشدف در مورد مسئولیت انسان نسبت به مکان
روایی	افسانه ای	کسب اطلاعات در مورد یک مکان از طریق داستان ها، شامل اسطوره ها، شجره نامه های خانوادگی، شرح وقایع سیاسی و افسانه ای
انطباقی	شناختی (براساس انتخاب و مطلوبیت)	انتخاب یک مکان بر مبنای لیستی از ویژگی های 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

با شناخت مکان می‌تواند به شناخت خود نائل شود (حبیبی، ۱۳۸۷، ص ۳۹). برای رلف مکانها مراکز معنایی از محیط اند که از تجربیات شخصی شکل می گیرند. با ادغام فضا و معنا، افراد مستقلاً و یا همراه گروه یا اجتماعات، فضا را به مکان تبدیل می‌کنند (کارمونا و دیگران، ۱۳۸۸، ص ۱۸۹). شولتس بر این باور است که اقداماتی که رخ می دهد کم و بیش به چارچوب‌های فضایی تعریف شده برای رخ دادن نیاز دارد (به نقل از پرتوی، ۱۳۹۲، ص ۹۰).

هویت

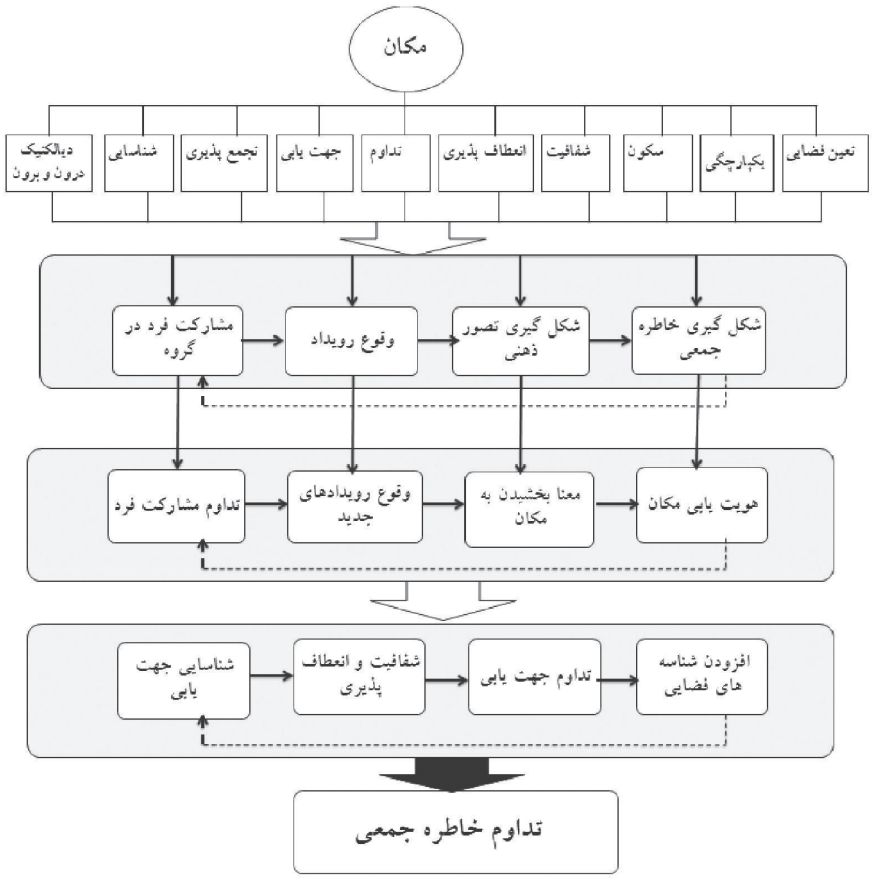
«هویت» در ریشه لاتین به معنای تشابه و تداوم است. هویت در نگرش کلان به معنای تشخّص، هستی و وجود و آنچه موجب شناسایی شخصی باشد [همچون شخصیت یا کیفیت] است و بیانگر ویژگی‌های هر فرد یا پدیده‌ای می‌باشد. «صدرالمتألهین» در این مورد معتقد است: «هویت هر موجودی عبارت است از نحوه خاص وجود او و در انسان هـویت واحده است که متشان به شئون مختلف می‌شود. انسان‌ها را مشخصاتی هست که به واسطهٔ آن‌ها هریک از دیگری متمایزند و تا آخر عمر وحدت شخصیت در آن‌ها باقی است و به آن هویت گویند» (حجت، ۱۳۸٤، 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 به‌عبارتی هیچ گونه رابطه‌ای با گذشته از آن برداشت نمی‌شود (نقی زاده، ۱۳۷۹، ص ٤۰).

معماری مکان

شولتز در نوشته‌هایش با رویکرد پدیدارشناسی، معماری را هنر مکان توصیف می‌نماید (مدیری، ۱۳۸۷، ص ۷۲). 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 به هم پیوند می‌دهند (پرتوی، ۱۳۸۲، ص ٤۲).

هویت مکان

مفهوم روانشناختی هویت مکانی اولین بار توسط «هارولد پروشانسکی» مطرح شد. هویت مکان، درک افراد از هویت خود در ارتباط با محیط کالبدی تعریف شده است (Proshansky, 1978). به طور کلی این مولفه به واسطه الگوی ایده های خوداگاه و ناخوداگاه، باورها، احساسات، ارزشها، اهداف و تمایلات رفتاری مرتبط با محیط شکل گرفته است. دلبستگی به مکان، ارتباط عاطفی پیچیده بین مردم و مکان که فراتر از شناخت، اولویت و قضاوت است. دلبستگی به مکان همچنین اشاره به غنای معانی دارد که متاثر از آشنایی و تدارم مراجعه است (Lindsay, Gifford,2014,21). مولفه سوم، وابستگی به مکان، وابسته به ادراک افراد است (چه مثبت چه منفی). این مولفه اشاره به ارتباطات فرد- مکان بر اساس فعالیت های مشخص دارد. اغلب وابستگی به مکان بعد از ارزیابی افراد درباره میزان موفقیت اماکن در دستیابی به اهداف مورد نظر استفاده کنندگان به وجود می‌آید. مفهوم «هویت»، زمانی که در ارتباط با مکان به‌کار گرفته می‌شود، به معنای مشخصه‌هایی از مکان است که باعث تمایز از دیگر مکان‌ها و تداوم در طول زمان است، «رلف» بر پایه مطالعات «لینچ»، هویت مکان را تشخص یا تمایز مکـانی می‌داند که پایه شنـاخت آن به عنوان یک کـل متمایز باشد (Relph,1976:45). در تفسیر این جمله می‌توان به گفته‌های تویگر و اوزل در ارتباط با هویت مکان پی برد که معتقدند: مکان وسیله‌ای برای شخصیت بخشیدن به فرد، به منظور تأمین حس تداوم و ایجاد اعتماد به نفس و اتکا به خود است. بنا به اظهارات فلدمن هویت یک محل عبارتست از الگوهایی آگاهانه و ناآگاهانه از احساسات، اعتقادات، نگرش‌ها، ارزش‌ها، باورها و تمایلات رفتاری که هویت فرد را با هویت یک محل مرتبط می‌سازد و تمایلاتی برای برقراری ارتباطات آتی با مکان ایجاد می‌کند (Feldman,1990:183).

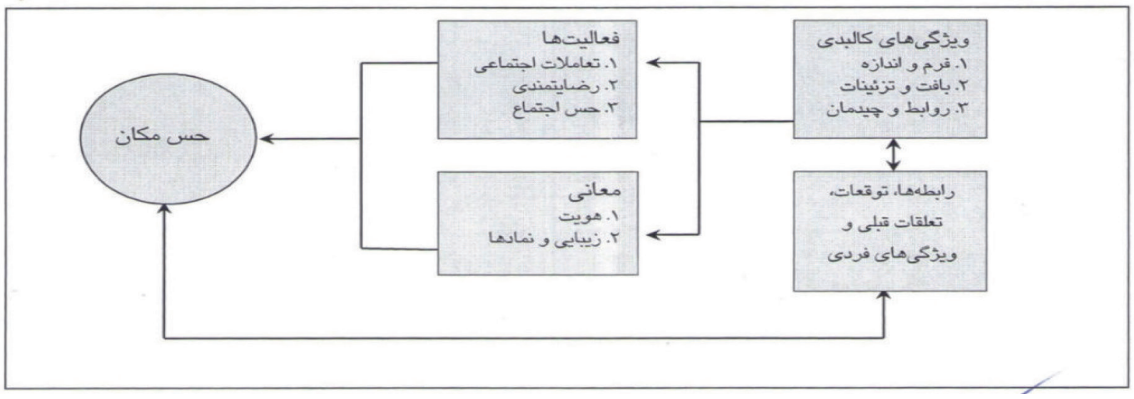


نمودار ۱. تداوم خاطره جمعی در مکان و معماری شهری؛ ماخذ: عباسی و دیگران، ۱۳۹٤، ص ۱٦۳.

حس مکان

اصطلاح حس مکان بدین معناست که مردم تجربیاتی فرای خصوصیات کالبدی مکان، که از طریق حواس پنجگانه قابل حصول است، داشته باشند و نوعی حس تعلق به روح مکان پیدا کنند (جکسون، ۱۹۹٤؛ به نقل از کرمونا، ۱۳۸۸، ص ۱۸۷). واژه «حس» در فرهنگ لغت آکسفورد سه معنای اصلی دارد: نخست یکی از حواس پنج گانه، دوم احساس، عاطفه و محبت یعنی قضاوتی که بعد از ادراک معنای شیء نسبت به خود شیء در فرد به وجود می‌آید که می‌تواند خوب، جذاب یا بد باشد، سوم توانایی در قضاوت درباره یک موضوع انتزاعی. درنهایت حس به معنای شناخت تام یا کلی یک شیء توسط 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 (فلاحت، ۱۳۸۵، ص ٦۰). 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 به طوری 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 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 دست یابی به هویت برای افراد می‌شود (Norberg-Schulz, 1975). «لینچ» 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

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



نمودار ۲. رابطه حس مکان و عوامل موثر بر آن: فعالیتها، معانی، ویژگیهای کالبدی، ماخذ: فلاحت، ۱۳۸۵، ص ٦٣

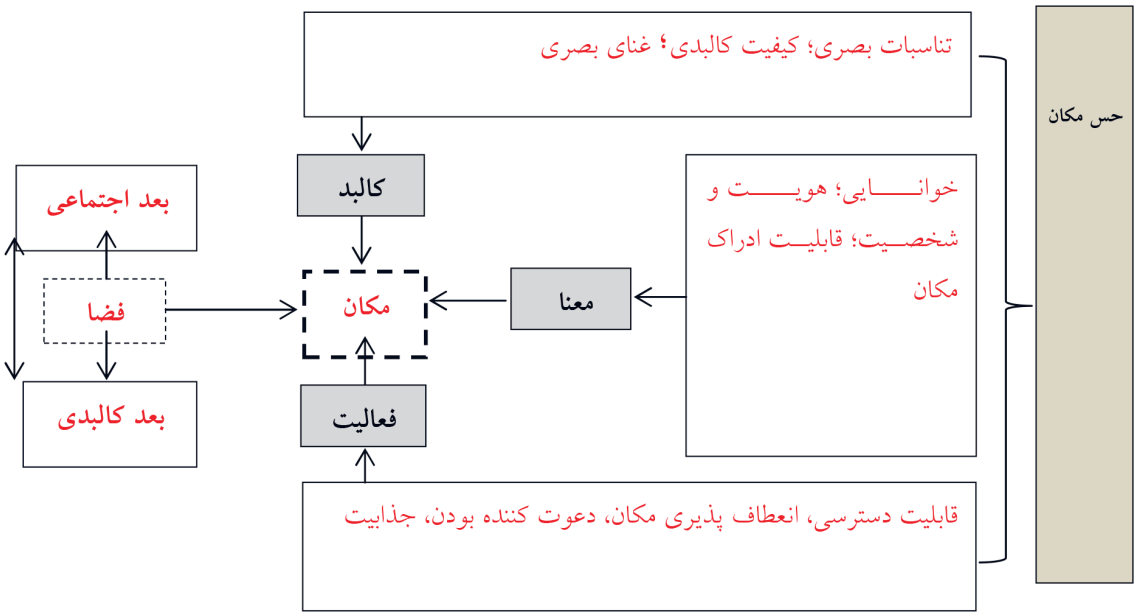
جدول ۲. ارزیابی عناصر خاطره‌ساز در مکان؛ مأخذ: یافته‌های تحقیق بر اساس فلاحت، ۱۳۸۵.

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

مشخص، بی‌نظیر و حداقل مخصوص به‌خود را دارا باشد (Lynch, 1984). مفهوم حس مکان در مقیاس‌های گوناگونی مورد بحث و ارزیابی قرار می‌گیرد؛ از سطح خانه شروع شده و به مقیا سهایی بزرگتر در حد محله منتهی می‌گردد. در این میان می‌توان به این امر اشاره نمود که فضاهای شهری از جمله مهمترین بخشهای شهرند که وجود حس مکان شهروندان نسبت به آنها از جمله مهمترین و ارزشمندترین معیارهای ارزیابی این فضاها به شمار می‌رود (میرغلامی، ۲۰۱٦). بر اساس مطالعات فلاحت (۱۳۸۵)، میتوان رابطه بین حس مکان و عوامل موثر بر آن را در نمودار ذیل ملاحظه نمود.

دو رویکرد اساسی در حوزه‌های فکری «پدیدارشناسی»[1] و «روان‌شناسی» در تعریف حس مکان وجود دارد. در رویکرد اول که همان نگاه پدیدارشناختی است، حس مکان به معنای ویژگی‌های غیرمادی مکان و با مفهومی 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 وتجربه‌ها 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 ١٤).

۱. پدیدارشناسی یا رویدادشناسی (phenomenology) در اصطلاح فلسفه و معرفت شناسی مکتبی است که اولین بار توسط ادموند هوسرل آلمانی در قرن بیستم پایه‌گذاری شد و این واژه در معماری به معنی بررسی ویژگی‌های غیرمادی مکان و شناخت روح مکان می‌باشد.



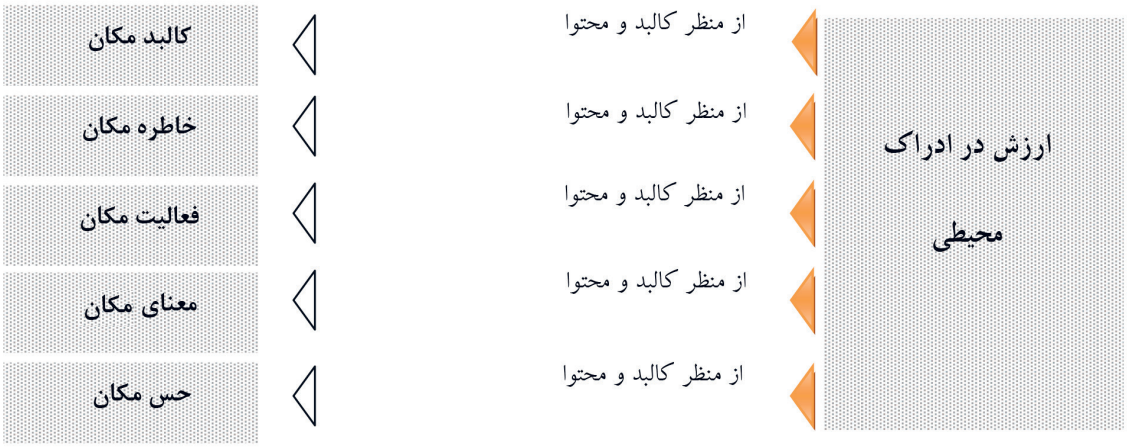
نمودار ۳. مراتب حس مکان؛ ماخذ: ترسیم نگارندگان.

اردلان و بختیار در کتاب «حس وحدت» (۱۳۹۰، ص ٤۳) آورده‌اند مفهوم مکان از ظرف (جسم) و مظروف (روح) تشکیل شده است. مکان وجود محسوس و ملموسی ندارد، اما در ذهن بیننده‌ای که به صورت بصری مرزهای فیزیکی را درک می‌کند و خرد او روح را به صورت مظروف در محدوده‌ی مرزها درک می‌کند وجود دارد. با این حال می‌توان اینطور اذعان داشت، محیط علاوه بر عناصر فیزیکی و کالبدی دارای محتوی و رمزهایی است که مردم بر اساس پیش‌فرض‌ها و انگیزه‌های خود آن را بازخوانی، رمزگشایی و درک می‌کنند (راپاپورت، ۱۹۹۰، ص ۲۳)؛ حسی که پس از شناسایی، ادراک و قضاوت نسبت به محیط در فرد ایجاد می‌شود، حس مکان نامیده می‌شود (رِلف، ۱۹۷٦، ص ۸۷). به اعتقاد «توآن» حس مکان به نوعی فاصله بین شخص و مکان اشاره دارد، چنانچه به شخص امکان می‌دهد به ارزش مکان پی ببرد و اصالت آن را درک کند (توآن، ۱۳۸٤، ص ۱۲٦). «رلف» در کتاب «مکان و بی مکانی» 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,2002:54).

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). 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 کیفیت های سه گانه کالبدی، فعالیتی و تصوری محیط شهر است» (گلکار، ۱۳۷۹، ص ۳۱).

رویکردهای نظری به حس مکان

اهم رویکردهای مطرح شده در مقوله حس مکان عبارتند از: «پدیدارشناسانه»، «انتقادی» و «اثباتی» که عمده تلاش‌ها در این زمینه در حوزه پدیدارشناسی صورت گرفته است. مفاهیم اصلی که پدیدارشناسان



نمودار ٤. ارزش در ادراک محیطی و تعامل شناختی، عاطفی و رفتاری؛ ماخذ: ترسیم نگارندگان.

در تعریف مکان به کار می‌گیرند، مفهوم درون و برون است (مدیری، ۱۳۸۷، ص ٦۹):

الف- رویکرد پدیدارشناسی؛ پدیدارشناسان حس مکان را مرتبط شدن با مکان به واسطه‌ی درک نمادها و کاراکتر محیط می‌دانند. رِلف در کتاب مکان و بی‌مکانی (۱۹۷٦) اذعان می‌دارد زمانی که ما فضا را می‌شناسیم و آن را احساس می‌کنیم، فضا واجد مفهوم مکان است. برای وی مکان‌ها مراکز معانی هستند (مدیری، ۱۳۸۷، ص ۷۱). «نوربرگ شولتز»[11] مکان را کلیتی از عناصر است که در کنار هم کاراکتر و ماهیت محیط را شکل می‌دهند، تعریف می‌کند. ماهیتی که بر اساس نوعی آگاهی و ادراک قرار دارد و مکان‌ها را مراکزی پر محتوا تعریف می‌کند (کلالی و مدیری، ۱۳۹۱، ص ٤٤).

ب- رویکرد انتقادی؛ این رویکرد با انتقاد به نگاه صرفاً پدیدارشناسی و ثابت به حس مکان، بر تأثیر عوامل پویای نظیر اقتصاد، فرهنگ، تعاملات اجتماعی و رخدادهایی از این دست تأکید می‌نماید. مسی در این رابطه می‌گوید، چنانچه پویایی در مفهوم فضا-زمان به کار گرفته شود، می‌توان مکان را به عنوان چیزی باز و چندگانه در نظر گرفت. به عقیده‌ی وی، متمایز بودن یک مکان حاصل قرار دادن مرزها در پیرامون آن نیست و هویت یک مکان با تقابل با آنچه در فرای مرزهای آنست تعریف نمی‌شود بلکه با آن فرای مرزها که آمیزه‌ای است از ارتباطات تعریف می‌شود.

پ-رویکرد اثباتی؛ در رویکرد اثباتی تمرکز بر ماهیت تحلیلی-علمی و عینی روابط میان اشیاء و عناصر استوار است و کوشش می‌شود نظریه‌های تبیینی از دل گزاره‌های توصیفی استخراج گردد و مؤلفه‌های سازنده‌ی مکان و حس مکان شناسایی شود؛ لذا مفهوم مکان و حس آن از صورت تجربه‌ی شخصی و ذهنی خارج شده و قابلیت تعمیم‌پذیری می‌یابد (مدیری، ۱۳۸۷، ص ۷۵).

مراتب حس مکان

شامای مراتب حس مکان را چنین تعریف کرده است (شامای، ۱۹۹۱، صص ۳۵۱-۳٤۹):

۱. **تعلق به مکان:** در این سطح فرد نه تنها از حضور در مکانی متمایز آگاه و با نام و نمادهای آن آشناست، بلکه با مکان احساس بودن و تقدیر مشترک داشتن نیز دارد، در این حالت نمادهای مکان محترم و آنچه برای مکان رخ می‌دهد، برای فرد نیز مهم است (فلاحت، ۱۳۸۵، ص ٦۱). حس تعلق به منظور بهره‌مندی و تداوم حضور انسان در مکان نقش تعیین‌کننده‌ای دارد (سرمست و متوسلی، ۱۳۸۹، ص ۱۳۷).

۲. **دلبستگی به مکان:** در این سطح فرد ارتباط عاطفی پیچیده با مکان دارد. مکان برای او معنا دارد و محور فردیت است و تجارب جمعی و هویت فرد در ترکیب با معانی و نمادها به مکان شخصیت می‌دهد؛ در این حالت بر منحصر به فرد بودن مکان و تفاوت آن با دیگر مکان‌ها تأکید می‌شود (فلاحت، ۱۳۸۵، ص ٦۱). این مرتبه از حس مکان بر اساس تعامل شناختی،

عاطفی و عملکردی بین افراد، گروه‌ها و محیط کالبدی- اجتماعی در طول زمان شکل می‌گیرد (چرخچیان، ۱۳۸۸، ص ۳۹).

۳. **تعهد به مکان**: این مرتبه برآیندی از سطوح یکی شدن با اهداف مکان، نقش‌مندی در مکان و فداکاری برای مکان است؛ در حد نهایی این مرتبه، آمادگی برای رها کردن علایق فردی و شخصی به خاطر علایق بزرگتر و جمعی نسبت به مکان وجود دارد. به عقیده‌ی ادوارد رلف[۱۶] (۱۹۷۶) این مرتبه به مکان به صورت ناخودآگاه و در طی زمان به وجود می‌آید.

سطوح حس مکان

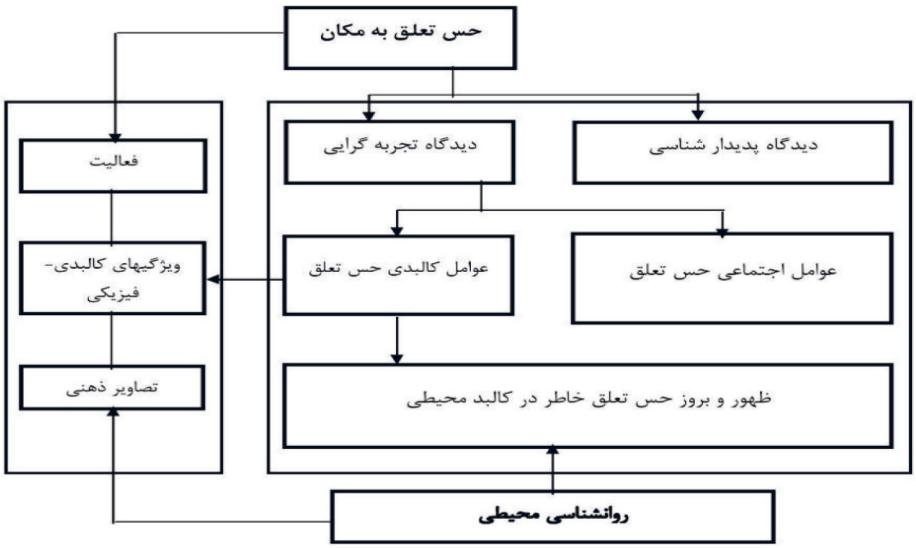
«گاسو» ۱۹۷۶، سطوح مختلف آشنایی با مکان را به صورت زیر طبقه بندی کرده است: ۱. **آشنایی سطحی با مکان**: این سطح تجربه شخص حساس ولی نا آشنا با مکان است که به دنبال فهم این موضوع است که مکان برای افرادی که درآن سکونت دارند چه شکل و معنایی دارد. در این سطح حس مکان خودآگاه است و برای مشارکت در معنای مکان بدون پذیرش قراردادهای اجتماعی تلاش می شود. ۲. **آشنایی معمولی با مکان**: این سطح تجربه ناخودآگاه مکان است و بیشتر از آن که فردی باشد جمعی و فرهنگی است و شامل مشارکت عمیق و بدون اندیشه در نمادهای یک مکان است. این مشارکت به ویژه در تجربه مکان های مقدس و آشنا بروز می نماید. ۳. **آشنایی بسیار عمیق با مکان**: این سطح زمانی به وجود می آید که شخص خود در مکان حضور دارد و به صورت ناخودآگاه آن را تجربه می کند. در این حالت شخص با مکان یکی میشود (گاسو، ۱۹۷۶، به نقل از رلف، ۱۳۸۹).

عوامل مؤثر بر حس مکان

بنابر مطالب پیش گفته، به نظر می‌رسد عوامل شکل‌گیری حس مکان در سه شاخص کلان و عمده‌ی کالبدی- فیزیکی، ادراکی- شناختی (معنا و مفاهیم) و فعالیتی- رفتاری قابل دسته‌بندی هستند که هر یک خود شامل زیرشاخص‌های مشخص می‌باشد.»

عوامل محیطی – کالبدی؛ در این دسته از عوامل کالبد به همراه متغیرهای فرم و ساماندهی اجزاء، به عنوان عاملی مهم در شکل‌گیری حس مکان یاد می‌شود. عناصر کالبدی به واسطه‌ی ایجاد تمایز محیطی و منظری شاخص به ایجاد حس مکان می‌پردازد. از نظر استیل (۱۹۸۱)، مهم‌ترین عوامل کالبدی مؤثر در ایجاد و ارتقاء حس مکان عبارتند از: اندازه‌ی مکان، درجه‌ی محصوریت، تضاد، مقیاس فضا و مقیاس انسانی، تناسبات، فاصله، بافت، رنگ، بو، صدا و تنوع بصری.

عوامل ادراکی – شناختی؛ محیط‌هایی با خوانایی و واجد نمادهای آشنا ضمن داشتن تمایز کالبدی، با ادراک و شناخت و لذا قضاوت بهتری از سوی انسان همراه است. «مونتگمری» (۱۹۹۸) معتقد است معنا

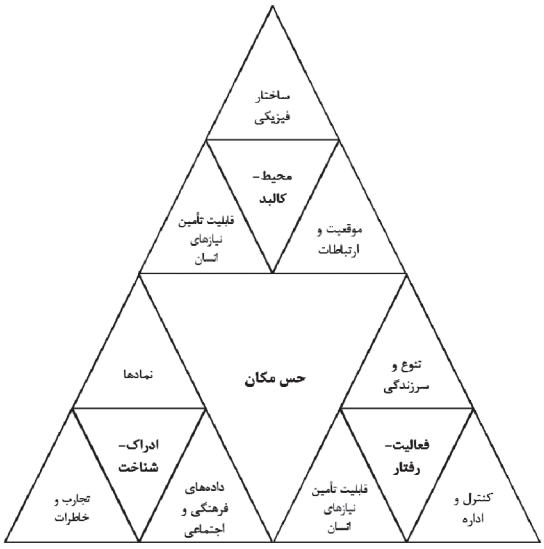


نمودار ٦. رابطه روان‌شناسی محیطی و پدیدارشناسی با حس مکان و حس تعلق خاطر به مکان، ماخذ: نگارندگان

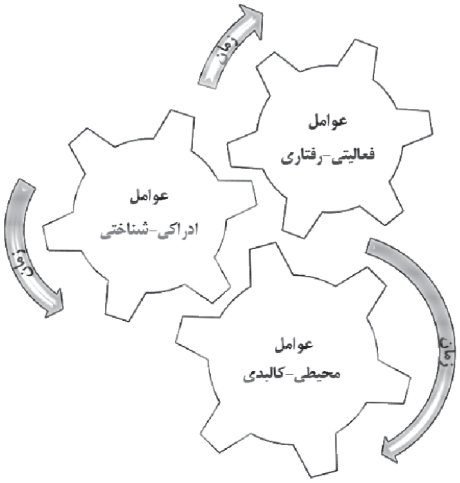
نمودار ۷. سطوح مختلف حس مکان بر اساس مطالعات شامای، ماخذ: نگارندگان.

می‌تواند از فعالیت و فرم ساخته شده‌ای در مکان مشتق شود. «یان زو»[19] (۱۹۹۵) با تکیه بر ساختار معنایی فضا، نگرش‌ها، جهان‌بینی‌ها، حکایات مکان، تجارب فردی و پیوندهای معنوی با مکان را در حس مکان مؤثر می‌داند.

عوامل فعالیتی – رفتاری؛ فعالیت‌های موجود در مکان، می‌تواند نشانی از قابلیت آن مکان در رفع نیازهای انسان و نیز واجد بار معنایی و محتوایی باشد، بدین سبب وجود فعالیت‌های متنوع و سرزنده و نیز تعاملات بین انسان- انسان و انسان- مکان از عوامل اثربخش در ایجاد و بهبود حس مکان شناخته می‌شود.



۹. مدل حس مکان بر اساس عوامل کلان؛ مأخذ: نگارندگان.

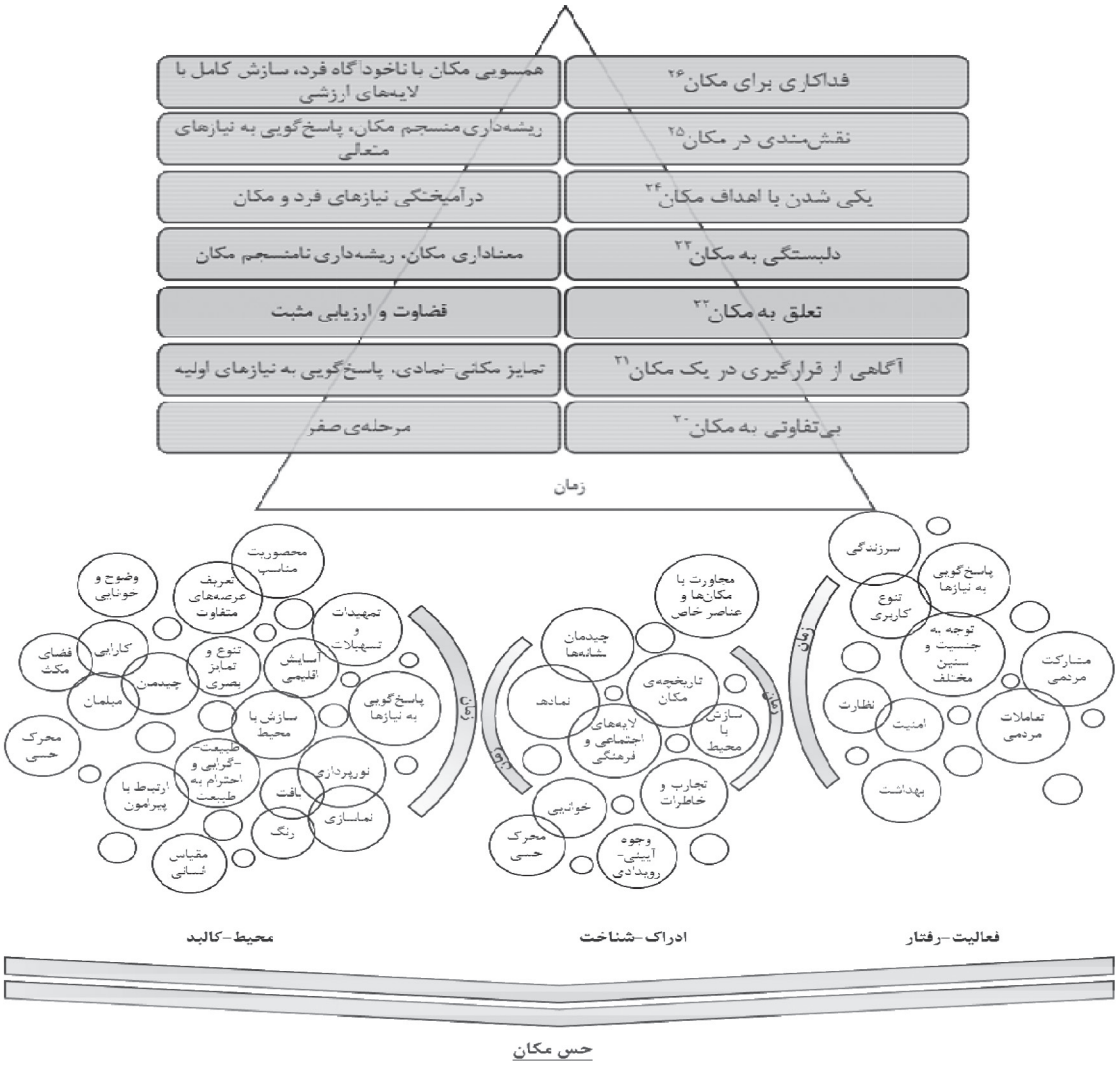


نمودار ۸. مدل فرآیند عاملی حس مکان؛ مأخذ: نگارنده.

و نمودار

مدل عوامل حس مکان با تکیه بر رویکرد اثباتی

با توجه به تأکید رویکرد اثباتی بر به عینیت درآوردن گزاره‌های توصیفی و نظری ایجاد حس مکان در معماری و شهرسازی، پس از بررسی عوامل کلان مؤثر بر شکل‌گیری و ارتقاء حس مکان و ارائه‌ی مدل فرآیند عاملی و نیز مدل حس مکان بر اساس عوامل عمده‌ی به دست آمده، مدل ایجاد سلسله مراتبی ایجاد حس مکان با تکیه بر عوامل خرد و بارز ارائه گشته است.



نمودار ۱۰. مدل شکل‌گیری سلسله‌مراتبی حس مکان؛ مأخذ: یافته‌های تحقیق براساس مطالعات.

حس تعلق به مکان

کاهش میزان تعلق انسان به فضا منجر به تغییر در بنیان‌های روابط انسانی گشته ودر 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 می‌کند و از نظر ابن خلدون تعصب داشتن یعنی تعلق خاطر یک فرد به مجموعه خویش (ابن‌خلدون، ۱۳۶۲، ص ۱۰). تعلق به مکان که بر پایه حس مکان به وجود می‌آید فراتر از آگاهی از استقرار در یک مکان است. این حس به پیوند فرد با مکان منجر شده و در آن انسان خود را جزیی از مکان می‌داند و بر اساس تجربه های خود از نشانه‌ها، معانی، عملکردها و شخصیت مکان، نقشی برای آن در ذهن خود متصور می‌سازد ومکان برای او قابل احترام می‌گردد (Steele,1981:44). حس تعلق مکانی مفهومی پیچیده از احساسات و دلبستگی انسان نسبت به محیط است که در اثر انطباق و استفاده انسان از مکان به وجود می‌آید. از نظر کریستین نوربرگ شولتز تعلق مکانی در مکانهایی یافت می‌شود که دارای شخصیت مشخص و متمایز هستند، شخصیت محیطی از چیزهای ملموس ساخته شده که دارای مصالح، شکل، بافت و رنگ میباشد (Norberg schulz,1997). از نگاه پدیدارشناسان جغرافیای انسانی، حس تعلق به معنای پیوندی محکم، عاملی تاثیرگذار میان مردم، مکان و اجزاء تشکیل دهنده آن است که این پیوند به

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

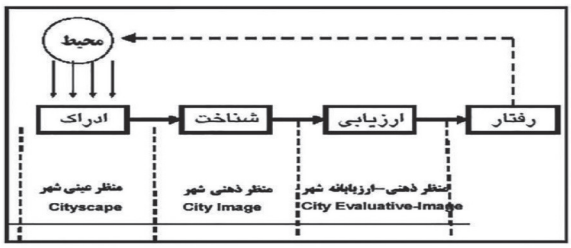
صورت مثبت بوده و سبب گسترش ارتباط و تعامل فرد با محیط می‌گردد و با گذر زمان عمق بیشتری می‌یابد (Relph,1976). «حس تعلق» به گونه‌ای به پیوند فرد با بافت منجر می‌شود که انسان خود را جزئی از بافت می‌داند و ما خواستار اصالت، امنیت، حس تعلق و خواهان زندگی در محیط‌هایی هستیم که در عین راحتی و انسانی بودن، دارای 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 ٤٥) و در حقیقت نزد ایرانیان حس تعلق به فضا نتیجه وجود کیفیاتی در فضاست که افراد را نسبت به اطراف خود متعهد می‌سازد (پاکزاد، ۱۳۸٦، ص ۲٦۰).

منظر

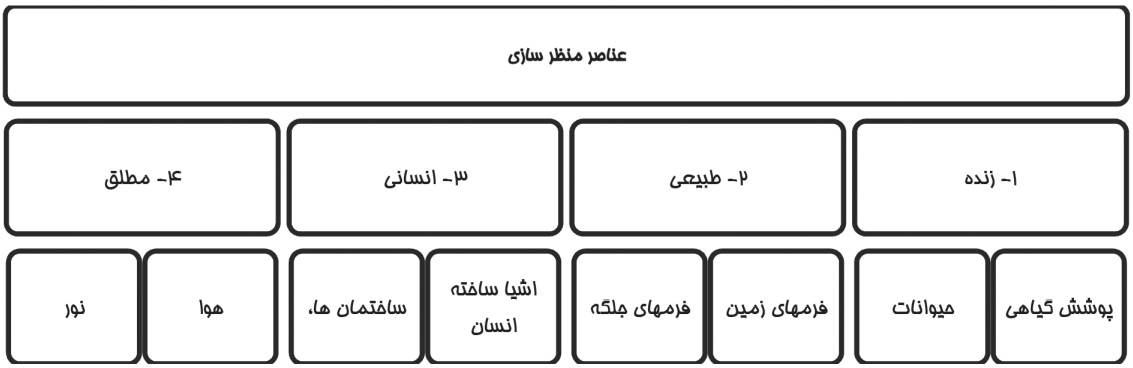
منظر اصطلاح نو و جدیدی در حوزه جغرافیایی انسانی، معماری، شهرسازی و مرمت می‌باشد. در زبان انگلیسی واژه معادل آن، landscape برگرفته از دو واژه Land و Scape می‌باشد؛ که لند، به مفهوم زمین یا سرزمین به بخش جامد پوستهٔ زمین گفته می‌شود (Collin, 2010, 122). «منظر» نتیجه تعامل‌های پیچیده و متعدد بین انسان و طبیعت است. این هنرکه در فضای بیرونی شکل می‌گیرد، همواره در تعامل با انسان بوده و انسان و مفاهیم بنیادی و اعتقادی وی در تعریف آن حائز اهمیت می‌باشند. درواقع می‌توان «منظر» را مبین مجموعه ای از جلوه‌های ادراک محیط، فرهنگ، باورها و نیز زمینه‌ای که انواع شکلها، الگوها و جلوه‌های حیات را درخود جای داده، در نظر گرفت (پوردیهیمی و سیدکلال، ۱۳۹۱، ص ۱۷).

منظر شهری

منظر شهری جنبهٔ عینی یا قابل درک محیط است که به نوبهٔ خود دارای فرم، عملکرد و معناست. (پاکزاد، ۱۳۸۵، ص ۱۱۰). منظری که اساساً سطح تماس انسان و پدیده شهر است. در واقع منظر شهری مانند نمای ظاهری و پوسته بیرونی هر شهر است که نگاه هر بیننده‌ای را در وهله نخست متوجه خود می‌کند. در این میان تعامل انسان و پدیده شهر از طریق منظر شهری شکل گرفته و جایگاه منظر شهری در ارتباط چند سویه انسان و محیط بسیار حائز اهمیت است (Alon -Moz-es,2006, 37).



نمودار ۱۱. سیستم منظر شهری در فرایند تعامل انسان- محیط؛ منبع: گلکار، ۱۳۸۷



نمودار ۱۲. عناصر منظرسازی؛ ماخذ: محملی، ۱۳۹۰

عوامل موثردر شکل‌گیری منظر شهری و ادراک آن

الف) ویژگی‌های کالبدی؛ هر مکان دارای کالبدی مصنوع یا طبیعی است که شناخت مکان بدون آن تحقق نمی یابد. چشم انداز دور و نزدیک، منظر طبیعی و مصنوع، بدنه‌ها، پیکره فضایی، نشانه‌ها، عناصر شاخص و غیر شاخص کالبدی، عناصر اصلی کف و بام، خطوط آسمان، آستانه، مسیرها، حدود، مرز و مواردی از این دست بستری را فراهم می‌آورند که شناخت مکان بدون شناسایی آنها به درستی امکان پذیر نیست و آنها در واقع به حال و هوا و شخصیت محلی مکان قطعیت می‌بخشند (شولتز، ۱۳۸۱، ص ۱۷۳).

ب) ویژگی‌های عملکردی؛ علاوه بر کالبد، یک مکان ویژگی های منحصر به فرد خود را از حضورکارکردهایی متمایز و فعالیت های زیستی مشخص به دست می‌آورد و در سایه روشن زندگی روزمره، فعالیت ها و عمکردهای رخ نموده احساس می‌شوند.

ج)ویژگی‌های فرهنگی- معنایی؛ یکی دیگر از ویژگی‌هایی که در تبدیل محیط به مکان مؤثر است، کیفیت معنایی محیط می‌باشد. محیط پیرامونی در صورتی می‌تواند به محیطی بامعنا تبدیل شود که امکاناتی غنی درتعیین هویت ارزانی دارد و پیوندی سرشار از معنا را با جهانی متشکل از اشیا و چیزهای مختلف برقرار سازد (شولتز، ۱۳۸۱، صص ۲۲-۳۱). معانی پیش از ما نیز وجود داشته‌اند و تاریخ و زندگی دارند، اما در تعامل با حیات مکانی و زمانی ما دوباره بازسازی و بازتولید می‌شوند (پریموزیک، ۱۳۸۸، ص ٤٠). درواقع ویژگی‌فرهنگی جامعه همچون روحی در کالبد مکان نفوذ می‌کند، درآن تجلی می‌یابد و خود را در بستر مکانی و فضایی نمایان می‌سازد در نتیجه مولفه معنایی مکان، بستری کیفی و استعاری است برآمده از حضور رویدادها و خاطرات جمعی و به طور کلی آن دست ویژگی‌هایی که مکان به واسطه‌ی آن دارای معنا شده است (کیانی، پورعلی، ۱۳۹۰، ص ٦٣).

بنیان‌های فکری منظر شهری

بنیان‌های فکری منظر شهری ادراکی/زمینه‌گرا را می‌توان در نظریه‌هایی که به بازخوانی انتقادی معماری و طراحی شهری مدرن (طراحی شهری عملکردگرا) پرداخته‌اند، جستجونمود. در واقع وظیفه طراحانی که درصدد خلق منظر شهری ادراکی/ زمینه گرا باشند را باید جستجو و کشف معانی تاریخی، طبیعی، فرهنگی در محیط شهری و عینیت بخشیدن‌شان در قالب‌های کالبدی و بصری تعریف نماییم (گلکار، ۱۳۸۷، صص ۱۰٦و۱۰۷). در این راستا جهت شناخت این رویکرد از منظر و شناسایی و استخراج معیارها، مطالعات به دو صورت انجام می‌گیرد:

الف- بعد ادراک در منظر شهری؛ ادراک، فرایند زیست‌شناختی و روان‌شناختی کسب اطلاعات از محیط است (لنگ، ۱۳۸۳، ص ۸۹). شامل جمع‌آوری، سازمان‌دهی و فهم اطلاعات محیطی است (کارمونا، ۱۳۸۸، ص ١٦٨). ادراک تجربه چیزی توسط اعضای حسی ما می‌باشد. محرک‌ها، یعنی شرایط فیزیکی خارجی که اعضای حسی را به فعالیت وا می‌دارند، آغاز کننده ادراک بوده و به این ترتیب ادراک پنهانی در ذهن بیدار می‌شوند. از سوی دیگر ادراکات، ساختارهایی ذهنی هستند که شناخت و قضاوت را در بردارند (ماتلاک، ۱۳۷۹، ص ۲٤۳). در واقع می‌توان بیان نمود آن بخش از فرم که به وسیله انسان اخذ می‌شود، منظر است و منظر سامانه معنی‌دار فرم و عملکرد است که واجد ارتباط فی مابینی است که انسان آن را درک می‌کند (بهزادفر، ۱۳۸٤، ص ٤٠) و آن بخش از فضا که توسط انسان قابل ادراک می‌شود، منظر فضا می‌باشد (پاکزاد، ۱۳۸۵، ص ۳۱). چهار حس با اهمیت انسان که تفسیر محیط را شکل می‌دهند، عبارتند از بینایی، شنوایی، بویایی و لامسه (کارمونا و دیگران، ۱۳۸۸، ص ١٦٨).

۱. **بینایی**: حس بینایی مهم ترین حس است و بیشترین اطلاعات را نسبت به مجموعه بقیه حس‌ها از محیط جمع‌آوری می‌کند. جهت‌یابی در محیط از طریق این حس انجام می‌گیرد (همان، ص ١٦٨). در بینایی از انرژی نورانی استفاده می‌شود و شکل، بافت، رنگ، تراکم نور و حرکت همواره با جنبه‌هایی از ابعاد فضایی مانند فاصله و عمق تشخیص داده می‌شوند (بل، ۱۳۸۲، ص ۵۸).
۲. **شنوایی**: پورتئیس(۱۹۹٦) بیان نموده است، شنوایی از نظر اطلاع رسانی قوی نیست، اما از نظر احساسی بسیار مهم است. ما بسیار تحت تاثیر فریاد، موسیقی، رعد و برق و یا ترنم حرکت برگ‌ها در باد و صدای آب قرار می‌گیریم (کارمونا، ۱۳۸۸، ص ١٦٨).
۳. **بویایی**: بویایی نیز مانند شنوایی در انسان رشد چندانی نکرده است، با این وجود گرچه از نظر اطلاع رسانی حتی از شنوایی نیز ضعیف تر است، اما از بابت احساسی از آن غنی‌تر است

(همان، ص ۱۶۸).

۴. **لامسه**: در محیط شهری به طوری که پورتئیس (۱۹۹۶) بیان نموده است، بیشتر تجارب ما از بابت حس لامسه از طریق پاها و پشت ما در حال نشستن به‌دست می‌آید و دست‌ها زیاد از این بابت فعال نیستند (همان، ص ۱۶۹).

ب- بعد زمینه در منظر شهری؛ «زمینه‌گرایی»[2] یکی دیگر از دیدگاه‌های کل‌گرا در شهرسازی است که به زمینه به عنوان رویدادی تاریخی می‌نگرد. زمینه‌گرایی ابتدا به ابعاد صرفاً کالبدی توجه داشت، اما در سیر تکاملی خود زمینه انسان‌گرایانه را نیز در بر گرفت و حوزه مطالعات خود را به وجوه اجتماعی- فرهنگی گسترش داد (تولایی، ۱۳۸۷، صص ۱۲۵و۱۲۶). ابعاد مختلف زمینه در منظر شهری شامل موارد زیر می‌باشد:

۱. زمینه کالبدی: بافت شهر درواقع رنگ، بافت، مقیاس، سبک، شخصیت و ویژگی‌های محیط را شامل می‌شود (Watson,Plattus, Shibley, ۲۰۰۳ :۴). آنتونی تاگنات۳ (۱۹۸۷) نوآوری در زمینه را با در نظرگرفتن قواعدی مجاز می‌شمارد: سازگاری مقیاس عناصر با زمینه ـ پیوستگی نما به منظور ایجاد رابطه میان بناها ـ ارتفاع طبقات و سلسله مراتب بلندی بناها ـ انسجام تک بناها ـ ردیفی شدن بازشوها ـ انتخاب، کاربرد و ترکیب مصالح ـ سیمای بام خانه‌ها ـ نسج و رنگ بناها ـ تنوع محلی ـ آب و هوا و گیاهان که موفقیت همه این موارد به جایگزینی متناسب آن ها با زمینه بستگی دارد (تولایی، ۱۳۸۷، ص ۱۲۶-۱۲۸). بنابراین در زمینه‌گرایی کالبدی طراح نه‌تنها خود شی بلکه رابطه متقابل آن را با سایر اشیای موجود در زمینه ملحوظ می‌دارد (گلکار، ۱۳۸۵، ص ۳۸).

۲. **زمینه انسان گرایانه**: در پاسخ به این مسائل سه نظریه عمده ارائه شده است: ۱. نظریه شکل- زمینه: در این نظریه همزیستی مثبت توده (شکل) و فضای باز خالی (زمینه) مد نظر است. ۲. نظریه اتصال: در نظریه اتصال، از اتصال خطوطی که عناصر را به یکدیگر پیوند می‌دهد بحث می‌شود. این خطوط به وسیله پیاده‌روها، فضاهای باز خطی و سایر عناصر پیوند دهنده شکل می‌گیرند که اجزای کالبدی را به هم مرتبط می‌سازند. ۳. نظریه مکان: اساس نظریه مکان درک خصوصیات انسانی و فرهنگی فضای کالبدی است (تولایی، ۱۳۸۷، صص ۱۳۵-۱۳۸).

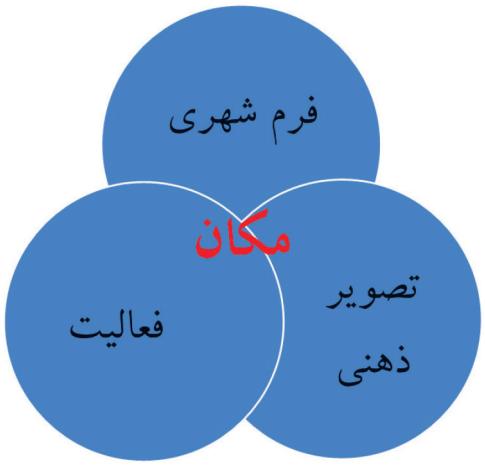
۳. **زمینه تاریخی**: یکی از اصول محیط و منظر آشنایی با زمینه تاریخی قلمداد شده است (طبیبیان، ۱۳۸۱، ص۴۰). مطالعات پل‌هنری‌گلای[4]، به هفت مورد اشاره میکند: بازسازی یادمان‌های اصلی ـ تکرار نقش‌مایه‌های سنتی معماری ـ تاکید بر مرکز و حاشیه ـ یکی‌سازی سررشته‌های تاریخی ـ حفظ مقیاس ادراک شده شهر ـ انتخاب رهنمودهای تاریخی برای طراحی ـ ابقای کاربری‌های سنتی در مرکز شهر (تولایی، ۱۳۸۷، ص ۱۴۱-۱۴۴).

۴. **زمینه فرهنگی- اجتماعی**: سازماندهی محیط ساخته‌شده، سازماندهی معنی نیز هست که در آن ویژگی‌های کالبدی نظیر مصالح، رنگ، ارتفاع، اندازه و مقیاس، خاصیت ارتباطی و نمادین دارد. عناصر کالبدی در محیط معانی متفاوت دارند و این معانی به‌طور نظام یافته‌ای به فرهنگ پیوند خورده‌اند (تولایی، ۱۳۸۷، صص ۱۵۲-۱۵۷).

جدول ۳. کیفیات مرتبط با منظر ادراکی/زمینه‌گرا خیابان شهری؛ ماخذ: یافته ها.

	رویکرد	ابعاد رویکرد	کیفیت‌های مرتبط
منظر شهری	اد راک	فرم	خوانایی
		عملکرد	
		معنا	غنای حسی
	زمینه	انسان گرایانه	حس تعلق به مکان
		کالبدی	تناسبات بصری
		تاریخی	اصالت (هویت) تاریخی
		اجتماعی و فرهنگی	معنا (حس)

2. Contextualism
3. Anthony Tugnutt
4. P.H.Gleye



نمودار ۱۳. ابعاد مکان؛ ماخذ: Montgomery, 1998:93

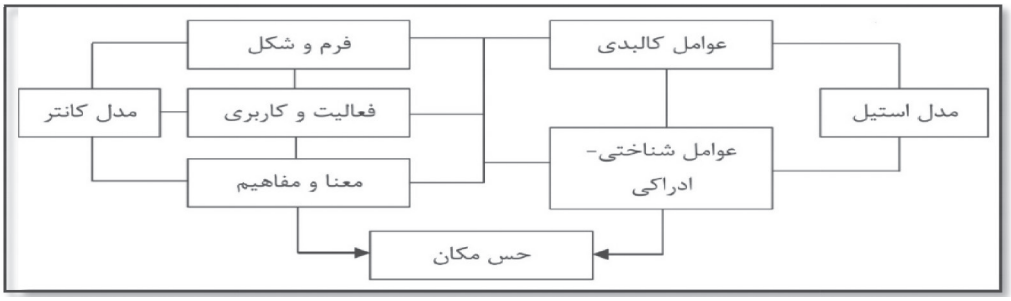
تبیین چارچوب نظری عوامل کالبدی در حس تعلق به مکان در منظر شهری

با مطالعه و بازخوانی تجارب، رویکردها و مطالعات نظری و عملی در حوزه حس مکان، مولفه های پیشنهادی حس مکان در مناطق جدید شهری، اراده شده است. حس مکان صورت گرفته در این مرحله را میتوان بر اساس مدل حس مکان «جان پانتر» بیان کرد. مدل حس مکان جان پانتر که بر مولفه های کالبد، فعالیت و معنا، بعنوان مولفه های دخیل در خلق حس مکان دلالت دارد، را می‌توان از روایت های فرعی مدل مکان «دیوید کانتر»- از پیشگامان مطالعات ادراکی معماری و طراحی شهری - دانست. بر این اساس، مولفه های پیشنهادی ارتقاء حس مکان در مناطق جدید شهر در پژوهش حاضر در سه حیطه عملکردی فعالیتی (رفتاری)، کالبدی (شناختی) و ادراکی احساسی (عاطفی) دسته بندی می‌شوند:

۱. حیطه کالبدی بیانگر قابلیت ها و خصیصه های منحصر به فرد مکان و چگونگی تاثیر گذاری مولفه های کالبدی در تقویت حس مکان است. مولفه‌های زیباشناختی با دریافت های احساسی، ادراکی، شناختی و ترجیحات محیطی افراد در قبال مکان‌های شهری سروکار دارد. کالبد یک مکان در قالب متغیرهای تناسبات بصری، غنای بصری و کیفیت کالبدی فضایی، مهمترین عوامل در شکل گیری حس مکان ارزیابی می‌شود.

۲. مولفه‌ها و خصوصیات ادراکی احساسی (عاطفی) نیز اشاره به تاثیرگذاری ادراک و تصورات ذهنی افراد در شکل گیری احساس و عاطفه نسبت به مکان و ارتقاء حس مکان دارد و با دریافت های ادراکی، شناختی و ترجیحات محیطی افراد در قبال مکان های شهری سر و کار دارد. ویژگی های خاص یک مکان که سبب تمایز و تشخیص آن از سایر مکان ها می‌شوند به علت کمک به فرد برای شناخت و معرفی خود بعنوان بخشی از یک چارچوب اجتماعی مکانی ویژه، به تقویت حس مکان کمک می‌کند (لنگ، ۱۳۹٤، ص ۱٦۲).

۳. حیطه عملکردی فعالیتی که بر نقش عوامل اجتماعی در شکل گیری حس مکان تاکید میکند، شامل جنبه های مختلف حضور، مشارکت، برقراری تعاملات اجتماعی و برخورداری از حمایت اجتماعی در محیط، جامعه و اجتماعات محلی است. وابستگی به مکان زمانی تقویت شده و تداوم می‌یابد که بین نیازهای استفاده کنندگان و محیط آنان یک تطابق و تعاملی سازنده بر قرار باشد.



نمودار ۱٤. انطباق مدلهای استیل و کانتر در ارتباط با عوامل موثر در حس مکان، ماخذ: حیدری و دیگران، ۱۳۹۳، ص ۱۷.

جدول ٤. تعامل عوامل کالبدی محیط و حس تعلق به مکان؛ ماخذ: ملحمی، ۱۳۸۹.

عوامل کالبدی محیط	نحوه شکل‌گیری حس تعلق به مکان
دسترسی	جذابیت در دسترسی پیاده نسبت به سواره
توده و فضا	مطلوبیت محصوریت فضایی و تولید فضاهای باز و ترکیبات زیباشناسانه بین توده و فضا
سیمای شهری	وحدت جداره‌ی نماها و هماهنگی با بافت
ویژگی کیفی و کمی	ابعاد و تناسبات فضاها، تفکیک حریم‌های عمومی و خصوصی، تولید خلوت، چشم‌انداز مناسب
همجواری‌ها	شناسایی ابنیه‌های ارزشمند، نمادها و نشانه‌های شهری
فضای سبز	ایجاد سرزندگی و حس شادابی در فضا

جدول ۵. سطوح و مراحل اساسی فرآیند شکل گیری حس مکان؛ ماخذ: یافته‌های تحقیق.

سطح (مرحله)	تلقی از سطح و مرحله	تعریف	کارکردهای کلیدی (زیر سطح ها)
سطح احساسی(آشنایی سطحی با مکان)	درون بودن رفتاری (مشاهده)	آگاهی از قرارگیری در مکان بدون هرگونه احساسی هستند که فرد را به مکان مقید سازد.	آگاهی از قرارگیری در مکان
سطح شناختی (آشنایی معمولی با مکان)	درون بودن عاطفی (ادراک عمدتا خودآگاه)	تجربه ناخودآگاه مکان و شامل مشارکت در مکان بواسطه نمادهای آن است.	خاطره جهت گیری بازسازی ذهنی حس مکان
سطح رفتاری (آشنایی عمیق با مکان)	درون بودن وجودی (ادراک عمدتا ناخودآگاه)	شخص در مکان حضور دارد و بصورت ناخودآگاه آنرا تجربه میکند و با مکان یکی میشود.	حضور در مکان دلبستگی به مکان تعلق به مکان

در جایگاه جهت‌گیری این پژوهش و با استناد به دیدگاه‌ها، نظرات و پژوهش های مرتبط و مورد بررسی، از همپوشانی مدل «**رلف، شامای و گاسو**» سطوح و مراحل اساسی فرآیند شکل گیری حس مکان در مناطق جدید شهر در قالب سه سطح یا مرحله اصلی، قابل تدوین است: ۱. سطح نخست، شامل برون بودن اتفاقی است. در این سطح، مکانها تنها به عنوان پس زمینه یا جایگاهی برای امور تلقی میشوند و معمولاً تحت الشعاع عملکردها و فعالیتهای موجود در آن قرار میگیرند. ۲. سطح دوم، درون بودن رفتاری است که در آن فرد به طور آگاهانه به ظاهر مکان توجه دارد و از آنجا که مکان برای فرد آشناست، به جزئیات شکل دهنده آن توجه بیشتری میکند. ۳. سطح سوم، درون بودن عاطفی است که در آن تجربه‌کننده مکان، ارتباط عاطفی با مکان دارد و با تلاشی آگاهانه میکوشد تا با پذیرش معانی یک مکان، احساس آنها و دانستن و احترام به نمادهایش و همذات پنداری با آن، به جریان رویدادهای آن مکان راه یابد.

نتیجه‌گیری و جمع‌بندی

حس مکان یکی از مهم‌ترین معیارهای ارزیابی موفقیت و کیفیت یک محیط انسانی است که لازمه‌ی آن وجود انسان و مکان و ارتباط متقابل این دو ضمن ارتباط میان انسان- انسان می‌باشد؛ بر این اساس می‌توان

اینطور اذعان نمود که یکی از وظایف مهم معماری و شهرسازی تحقق عینی حس‌مکان است. چنین حسی- با رویکردی اثباتی- با تکیه بر مؤلفه‌های محیطی-کالبدی، ادراکی- شناختی و فعالیتی- رفتاری امکان تجلی و ارتقاء می‌یابد. در این میان عامل کالبد، نخستین عاملی است که نقش آن در شکل‌گیری مکان و حس مکان به چشم می‌آید؛ اما توجه صرف به عوامل کالبدی برای ایجاد سطحی عمیق از حس مکان کافی نمی‌باشد و بدین‌سبب عوامل فعالیتی- رفتاری با نقشی بینابینی امکان دسترسی به سطوح میانی حس مکان را میسر می‌سازند. دستیابی به مراتب ژرف حس مکان در کنار عوامل کالبدی و فعالیتی با بهره از عوامل ادراکی- شناختی که عمدتاً ریشه در لایه‌های فرهنگی، اجتماعی و تاریخی و نیز تجارب و خاطرات فردی و جمعی دارند، محقق می‌شود. آنچه یک فضا را به یک مکان ارتقاء می‌دهد آمیخته شدن 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 لایه های 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 ریشه دار تجربه می‌شود و لایه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی را نیز در بر می‌گیرد. بر اساس آنچه گفته شد، می‌توان برخی راهکارهای کیفیت بخش در یک محیط شهری را که می‌توانند مقوم حس تعلق به مکان باشند و یا به عبارتی اصالت در آن دارای جایگاه ارزشی است، اینگونه معرفی کرد:

۱. تقویت و نمایش نمادهای بیانگر هویت ملی (نشانه و سمبول)؛
۲. ایجاد و تقویت رابطه این همانی بین انسان و محیط زندگی (حس تعلق خاطر به بافت)؛
۳. ایجاد ارتباط انسان با گذشته و تاریخ خویش (زنده کردن باورها و خاطرات)؛
٤. عدم ایجاد احساس غربت در مکان (القاء حس مکان)؛ و
۵. تقویت آشناییها و وحدت جامعه (هماهنگی و پیوستگی در رفتارشناسی بافت)

با توجه به نظریات بررسی شده در ارتباط با بعد ادراک در منظر، می‌توان معیارها را در قالب موارد زیر خلاصه نمود: ارتباط معنی‌دار میان فرم و عملکرد؛ قابل ادراک بودن؛ ترکیب مناسب میان عناصر و ایجاد کل منسجم؛ توانایی جهت‌یابی؛ توجه به حس بینایی و شنوایی؛ توجه به حواس بویایی و لامسه؛ وجود حس نظم و الگو؛ وجود ریتم؛ وجود تعادل بصری (شناخت تقارن)؛ توجه به زیبایی‌های بصری و حرکتی؛ توجه به عوامل فرهنگی و اجتماعی؛ طبیعی بودن فضا؛ مدنیت/قابلیت حفظ فضا(مراقبت)؛ میزان تعریف‌شدگی فضا؛ وجود معنای تاریخی؛ توجه به رنگ؛ بافت و.. (جزئیات سطوح و وجود مقیاس انسانی.

با توجه به نظریات بررسی شده در ارتباط با بعد زمینه در منظر، می‌توان معیارها را در قالب مولفه‌های زیر خلاصه نمود: توجه به رنگ، سبک و شخصیت و ویژگی‌های بافت؛ توجه به رابطه متقابل عنصر با سایر عناصر؛ توجه به سازگاری مقیاس عناصر با زمینه؛ توجه به پیوستگی نما به منظور ایجاد رابطه؛ توجه به ارتفاع طبقات و سلسله‌مراتب بلندی؛ انسجام میان تک‌بناها؛ ردیفی بازشدن بازشوها و حفظ تداوم دیواره خیابان- توجه به ترکیب مناسب مصالح؛ توجه به سیمای بام خانه‌ها (خط بام و آسمان)؛ وجود تنوع محلی؛ توجه به گیاهان و آب و هوا؛ توجه به رفتار انسان؛ عوامل فرهنگی، اجتماعی و تاریخی (نظریه مکان)؛ همزیستی مثبت توده و فضا (نظریه شکل- زمینه)؛ توجه به پیوند میان عناصر با عناصر خطی (نظریه اتصال)؛ توجه به دوره ساختمان‌ها در منظرسازی؛ وجود ریتم؛ مقیاس انسانی؛ توجه به عناصر سیمای شهر لینچ؛ بازسازی یادمان‌های اصلی؛ تکرار نقش‌مایه‌های سنتی؛ تاکید بر مراکز و حاشیه؛ ابقای کاربری‌های سنتی؛ توجه به نظام نشانه‌ها و نمادها و استفاده از نشانه‌های شاخص در خلق کانون فعالیت.

با توجه به نظریات بررسی شده در ارتباط با کیفیات مرتبط با منظر شهری ادراکی/زمینه‌گرا، می‌توان معیارها را در قالب موارد زیر خلاصه نمود: قابل ادراک بودن (خوانایی)؛ توجه به رنگ، سبک؛ شخصیت و ویژگی بافت؛ ارتباط معنی‌دار میان فرم و عملکرد؛ ترکیب مناسب میان عناصر و ایجاد کلی منسجم؛ توجه به عناصر سیما (راه، لبه، گره، نشانه، حوزه)؛ توجه به حس شنوایی و بینایی؛ توجه به حس بویایی و لامسه؛ توجه به حس حرکت؛ اعمال پیچیدگی عظیم و پرقدرت؛ ایجاد شگفتی و اعمال رمز و

راز بصری؛ تفسیر تصورات ذهنی مناسب در فضا؛ وجود گوناگونی و انعطاف‌پذیری (تنوع کاربری‌ها هماهنگ با جزئیات کالبدی)؛ توجه به سیمای بام خانه‌ها (خط بام و آسمان)؛ توجه به وزن‌ها (ریتم‌های افقی و عمودی و بازشوها)؛ توجه به نمادپردازی در مکان (بعد مفهومی معماری)؛ وجود حس نظم و الگو؛ توجه به چگونگی رابطه بیرون و درون بنا (یکی شدن)؛ توجه به سه بعد فعالیت، معنی و کالبد؛ توجه به عوامل فرهنگی و اجتماعی؛ تکرار رویدادها (جشن‌ها و مراسم و..)؛ حضور عوامل تداعی کننده خاطرات و نقش انگیزی (استفاده از علائم، نمادها و ..)؛ توجه به هویت مکان؛ درک محیط با تمام حواس؛ توانایی جهت‌یابی؛ تداوم دیواره خیابان؛ توجه به نظام نشانه‌ها و نمادها؛ وجود فعالیت بارز در فضا؛ سازگاری میان مکان با عملکرد، اقتصاد، اجتماع و طبیعت، توجه به گیاهان و آب و هوا.

برای افزایش دو مفهوم حس مکان و تعلق خاطر ساکنان به بافت به استناد دانش سنتی که می‌تواند منجر به خلق تصورات زیبای ذهنی در ساکنین یک محله گردد و جایگاه اصالت را در بافت تثبیت کند، می‌توان راهکارهای ذیل که از جنس مفاهیم کیفی می‌باشد بر شمرد:

جدول ٦. مولفه‌های ادراکی منظر؛ ماخذ: نگارندگان

ادراک منظر	(*) ارتباط معنی‌دار میان فرم و عملکرد؛ (*) قابل ادراک بودن؛ (*) ترکیب مناسب میان عناصر و ایجاد کل منسجم؛ (*) توانایی جهت‌یابی؛ (*) توجه به حس بینایی و شنوایی؛ (*) توجه به حواس بویایی و لامسه؛ (*) وجود حس نظم و الگو؛ (*) وجود ریتم؛ (*) وجود تعادل بصری (شناخت تقارن) ؛ (*) توجه به زیبایی‌های بصری و حرکتی؛ (*) توجه به عوامل فرهنگی و اجتماعی؛ (*) طبیعی بودن فضا؛ (*) مدنیت/قابلیت حفظ فضا(مراقبت) ؛ (*) میزان تعریف‌شدگی فضا؛ (*) وجود معنای تاریخی؛ (*) توجه به رنگ؛ (*) بافت و..(جزئیات سطوح و وجود مقیاس انسانی.

جدول ۷. مولفه‌های زمینه‌ای در منظر؛ ماخذ: نگارندگان

زمینه در منظر	(*) توجه به رنگ، سبک و شخصیت و ویژگی‌های بافت؛ (*) توجه به رابطه متقابل عنصر با سایر عناصر؛ (*) توجه به سازگاری مقیاس عناصر با زمینه؛ (*) توجه به پیوستگی نما به منظور ایجاد رابطه؛ (*) توجه به ارتفاع طبقات و سلسله‌مراتب بلندی؛ (*) انسجام میان تک‌بناها؛ (*) ردیفی بازشدن بازشوها و حفظ تداوم دیواره خیابان؛ (*) توجه به ترکیب مناسب مصالح؛ (*) توجه به سیمای بام خانه‌ها (خط بام و آسمان) ؛ (*) وجود تنوع محلی؛ (*) توجه به گیاهان و آب و هوا؛ (*) توجه به رفتار انسان؛ (*) عوامل فرهنگی، اجتماعی و تاریخی (نظریه مکان)؛ (*) همزیستی مثبت توده و فضا (نظریه شکل- زمینه) ؛ (*) توجه به پیوند میان عناصر با عناصر خطی (نظریه اتصال)؛ (*) توجه به دوره ساختمان‌ها در منظرسازی؛ (*) وجود ریتم؛ (*) مقیاس انسانی؛ (*) توجه به عناصر سیمای شهر لینچ؛ (*) بازسازی یادمان‌های اصلی؛ (*) تکرار نقش‌مایه‌های سنتی؛ (*) تاکید بر مراکز و حاشیه؛ (*) ابقای کاربری‌های سنتی؛ (*) توجه به نظام نشانه‌ها و نمادها و استفاده از نشانه‌های شاخص در خلق کانون فعالیت.

جدول ۸. کیفیات مرتبط با منظر شهری ادراکی/زمینه‌گرا؛ ماخذ: نگارندگان

کیفیات مرتبط با منظر شهری ادراکی/زمینه‌گرا	(*) قابل ادراک بودن (خوانایی)؛ (*) توجه به رنگ، سبک؛ (*) شخصیت و ویژگی بافت؛ (*) ارتباط معنی‌دار میان فرم و عملکرد؛ (*) ترکیب مناسب میان عناصر و ایجاد کلی منسجم؛ توجه به عناصر سیما (راه، لبه، گره، نشانه، حوزه)؛ (*) توجه به حس شنوایی و بینایی؛ (*) توجه به حس بویایی و لامسه؛ (*) توجه به حس حرکت؛ (*) اعمال پیچیدگی عظیم و پرقدرت؛ (*)ایجاد شگفتی و اعمال رمز و راز بصری؛ (*) تفسیر تصورات ذهنی مناسب در فضا؛ (*) وجود گوناگونی و انعطاف‌پذیری (تنوع کاربری‌ها هماهنگ با جزئیات کالبدی)؛ (*) توجه به سیمای بام خانه‌ها (خط بام و آسمان)؛ (*) توجه به وزن‌ها (ریتم‌های افقی و عمودی و بازشوها)؛ (*) توجه به نمادپردازی در مکان (بعد مفهومی معماری)؛ (*) وجود حس نظم و الگو؛ (*) توجه به چگونگی رابطه بیرون و درون بنا (یکی شدن)؛ (*) توجه به سه بعد فعالیت، معنی و کالبد؛ (*) توجه به عوامل فرهنگی و اجتماعی؛ (*)تکرار رویدادها (جشن‌ها و مراسم و..)؛ (*) حضور عوامل تداعی‌کننده خاطرات و نقش انگیزی (استفاده از علائم، نمادها و ..)؛ (*) توجه به هویت مکان؛ (*) درک محیط با تمام حواس؛ (*) توانایی جهت‌یابی؛ (*) تداوم دیواره خیابان؛ (*) توجه به نظام نشانه‌ها و نمادها؛ (*) وجود فعالیت بارز در فضا؛ سازگاری میان مکان با عملکرد، اقتصاد، اجتماع و طبیعت، توجه به گیاهان و آب و هوا.

۱. تقویت هویت جمعی و زنده کردن خاطرات جمعی در یک محله از طریق ایجاد زمینه‌های اجتماعات اختیاری.
۲. افزایش و استمرار ماندگاری فضااز طریق افزایش امکان اسکان در یک بافت محله ای که می‌تواند 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.
٤. تأکید بر استفاده از الگوهای ساختاری و رفتاری بر جای مانده در هر محله که تداعی کنندهٔ اصالت بافت می گردند.
۵. انسداد و انسجام در کیفیات فضایی و گریز از تحولات یکباره می‌تواند از دست رفتن احساس تعلق به مکانیت شکل گرفته در طول زمان محله را باعث شود.
٦. تقویت استمرار حس مکان از طریق پیش گیری از تمایل جابه‌جایی‌ها یا به عبارتی تشویق به عدم مهاجرت ساکنین محلات مختلف.
۷. همسویی و پیوستگی رفتاری ساکنین محله در فراهم آوردن صمیمیت‌ها و امکان ارتباط و مودت بیشتر اهالی.

با توجه به عینی- ذهنی بودن منظر شهری و همچنین این موضوع که سه بعد «کارکردی»، «منظر» و «زیست‌بوم» در شکل‌گیری منظر مطلوب در راستای حس تعلق به مکان دخالت دارند؛ بر اساس مطالعات انجام شده در این رساله شاخص‌های ذیل به عنوان معیارهای سنجش منظر شهری مطلوب و آرامش‌بخش در راستای حس تعلق به مکان بدست آمده است.

جدول ۹. انگاره‌های منظر شهری و برانگیزش حس تعلق مکان؛ مأخذ: نگارندگان

انگاره‌ها	توضیحات
حس مکان	حس مکان یا روح مکان، به کیفیت منحصر به فرد ویژه‌ای که یک مکان نسبت به سایر مکان‌ها دارد اشاره می‌کند. این حس ناملموس است اما ویژگی باارزشی محسوب می‌شود که احساس تعلق و خودمانی بودن را در محیط به وجود می‌آورد.
هویت مکان	هویت مکان در اثر تجربه مستقیم محیط فیزکی شکل گرفته و ایجاد می‌شود. همچنین بازتابی از وجوه اجتماعی و فرهنگی مکان است و به ویژگی‌های قابل تشخیص مکان بیرونی اشاره دارد؛ در حالیکه «هویت مکانی»، احساسی درکی فرد یا جمع است که به واسطه ارتباطشان با یک مکان برانگیخته می‌شود
	هویت مکانی به ابعادی از شخص اشاره می‌کند که هویت شخصی فرد در ارتباط با محیط فیزکی توسط الگوی پیچیده‌ای از ایده‌های آگاهانه و غیرآگاهانه، باورها، اولویت‌ها، احساسات، ارزش‌ها، اهداف، گرایش‌های رفتاری و مهارت‌های مرتبط با محیط را تعریف می‌کند
	هویت مکانی قوی و مثبت، ادراک منفی را از برخی مسایل محیطی کاهش داده و این موضوع به نوبه خود تأثیر جدی بر شکل‌گیری و افزایش احساس امنیت در محیط‌های شهری خواهد داشت. گوستاوسون نیز در مطالعه موضوع هویت مکانی، چهار عنصر «تمایز» (هدف مردم از استفاده از مکان)، «عزت نفس» (رضایت فردی برای تعلق در محیط فیزیکی و اجتماعی)، «اثربخشی» (عملکرد و نوع فعالیتی که در محیط فیزکی انجام میشود) و«تداوم و پیوستگی» (آشنایی و تجربه شخصی فرد از محیط) را اساس شکل‌گیری این موضوع می‌داند
خاطره‌انگیزی	احساس فضا و درک محیط با خاطرات عجین شده است. و بخشی از معانی مکان را می توان در تجربه‌ها و حالات روحی انسان جستجو کرد. چرا که کالبد شهر نمادی انتزاعی یا نمایشی نیست بلکه همواره با حضور در زندگی روزمره با ذهن ساکنین پیوند می‌خورد و موجودی واقعی می‌شود که قابل درک است
	خاطره یک عمل مجسم شده‌است که به حضور در مکان وابسته است. شهرها چه به عنوان محصولی اجتماعی و چه محصولی فیزکی دارای عینیتی هستند که وجود دارند و آثار آن ورای ادراک فردی آنها، واقعی به معنای کامل کلمه مشخص است. با این وجود، تجربه بودن در شهر می‌تواند مرز عینیت و ذهنیت در لذت بخش‌ترین یا هراس‌انگیزترین طرق، مبهم و تار باشد.

انگاره‌ها	توضیحات
خوانایی محیط	اگر ساکنان و گروه‌های ذی‌نفوذ در فضای شهری امکان شناسایی خود را در فضا از دست بدهند احساس امنیت روانی در فضای شهری به خاطر احساس جرم خیزی به احساس ناامنی تبدیل می‌شود.
	ادراک انسان از فضا (منظر)، نقش بسزایی در احساس امنیت و افزایش سطح رضایت و آرامش از محیط دارد. فضای خوب شهری زمانی خواناست که واضح باشد و همانند خواندن یک کتاب درک و فهم شود. لینچ نیز در این خصوص از مهمترین عوامل آشنایی فرد با محیط و تشکیل تصویر ذهنی از محیط را نقش‌انگیزی آن محیط می‌داند
	تأثیر وجود تصویری روشن از شهر را می‌توان در موارد ذیل برشمرد: ۱. جهت یابی در شهر؛ ۲. ایجاد حس آشنایی و امنیت در محیط؛ ۳. افزایش عمق و شدت تجارب انسانی؛ ٤. ایجاد زمینه خاطرات مشترک و پیوستگی بافت اجتماعی
ادراک عمومی و لذت بصری	ادراک عمومی به فرآیند استخراج مفهوم از محرک‌های پیچیده در منظر گفته می‌شود. چراکه ادراک انسان از منظر نقش تعیین کننده‌ای در ایجاد احساس امنیت در شهروندان نسبت به محیط‌های شهری دارد. این ادراک دربرگیرنده تابع انبوهی از متغیرهای درونی و بیرونی است که هرکدام تأثیر خاص خود را برجای می‌گذارد.
	مهمترین عوامل مؤثر بر ادراک انسانی عبارتند از: ۱.حواس پنجگانه: بینایی، چشایی، شنوایی، لامسه، بویایی؛ ۲. نیازها، زیستی، اجتماعی، روانی و فرهنگی؛ ۳. کنجکاوی: شناخت محیط و پیش بینی تأثیرات آن؛ ٤. زیبایی شناسی: ذوق و سلیقه، زمینه فرهنگی، تجارب عاطفی

در جدول زیر معیارها و شاخص‌هایی که می‌توانند در سنجش انگاره‌های اصلی منظر شهری تأثیرگذار باشند مورد اشاره قرار گرفته است:

جدول ۱۰. جمع‌بندی شاخص‌های سنجش انگاره‌های منظر شهری در راستای حس تعلق به مکان؛ ماخذ: یافته‌های تحقیق.

	انگاره	معیارها	تعریف
منظر شهری	تعلق پذیری	احترام به نیازهای انسانی	توجه به موضوعاتی چون آرامش، ایمنی و زیبایی
		عدم تمایل به جایگزینی	-
		انعطاف‌پذیری	توانایی و قدرت فضا در پذیرفتن عملکردها و انجام فعالیت‌های گوناگون
		سازگاری بصری	متناسب بودن خصوصیات بصری منظر با عملکرد و معنی محیط
	اعتمادپذیری	تأثیر بر مخاطبان	-
		حس اعتماد به نفس	-
		تمایز	عناصر متمایزکننده منظر ار نقاط دیگر، تعریف هدف مردم از استفاده از مکان
		اثربخشی	وجود منظر متناسب با عملکرد و نوع فعالیت در محیط
		تداوم و پیوستگی	آشنایی و تجربه شخصی فرد از محیط و منظر
		فرهنگ	توجه به آداب، رسوم و باورهای جامعه در منظر

منظر شهری	خاطره‌انگیزی	حس تعلق	رضایت فرد از منظر و حس تعلق در محیط
		مأنوس بودن	–
		تجربه در محیط	خاطرات موجود از منظر محیط در ذهن افراد- تجربه محیط و اثر منظر
	خوانایی	جهت‌یابی	خاطرات موجود از منظر محیط در ذهن افراد- تجربه محیط و اثر منظر
		روشنی و وضوح	تصویر روشن از فضا در ذهن هر ناظر
		وجود راهنما	وجود عناصر راهنما
		وجود نشانه	وجود عناصر شاخص منظر و نشانه برای شناسایی محیط
		انطباق فرم و عملکرد	سهولت خوانش فضا در انطباق فرم و عملکرد
	ادراک عمومی و لذت بصری	زیبایی‌شناسی (زیبایی)	چشم‌نوازی کالبد فضا یا ترکیب‌بندی، کیفیت رنگ و مصالح- رابطه با پیوند بنا با محیط
		جذابیت	–
		احساس آشفتگی	وجود اغتشاش و عناصر چشم‌آزار
		تنوع	تنوع فرم‌ها (تنوع عملکردها در حس مکان)
		ایمنی	توجه به ایمنی (تفکیک سطوح تردد) وجود فضاهای بی‌خطر و آزاررسان
		نفوذپذیری بصری	ارتباط بصری با نقاط مختلف
		آلودگی	وجود الودگی‌های تأثیرگذار بر زندگی انسانی، آلودگی صدا، محیطی (زباله)، آلودگی بصری
		سرزندگی	–
	فرم و ریخت‌شناسی	شکل و اندازه	وجود نظم هندسی- اندازه مناسب و...
		روابط و چیدمان	چیدمان مبلمان شهری، ارتباط مبلمان شهری با نیازهای انسان
		ابعاد و مقیاس (انسانی)	رعایت و توجه به مقیاس انسانی
		بافت و تزیینات	–
		وسعت	وسعت فضاها
		نور	روشنایی و نورپردازی مناسب بنا در شب، استفاده مناسب از نور روز
		تناسب	توجه به تناسبات فضایی- تناسب منظر با اندازه فضا
		رنگ	وجود رنگ‌های آرامش‌بخش در فضا
	بُعد زیست‌بوم	استفاده از عناصر طبیعی	استفاده از فضای سبز، درختان و عناصر طبیعی موجود در محیط

منابع و ماخذ

۱. رلف، ادوارد (۱۳۹۵) مکان و بی مکان، ترجمه نقصان محمدی محمدرضا، نشر آرمانشهر، تهران
۲. اردلان، نادر و بختیار، لاله (۱۳۹۲) «حس وحدت: نقش سنت در معماری ایرانی». ترجمه‌ی ونداد جلیلی (چاپ چهارم). تهران: علم معمار رویال.
۳. بحرینی و دیگران (۱۳۸۸) تحلیل مبانی نظری طراحی شهری معاصر، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
٤. بل، سایمون (۱۳۸۲) منظر: الگو، ادراک و فرایند، ترجمه بهناز امین زاده، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۵. پارسی، حمید رضا (۱۳۸۱) شناخت محتوای فضای شهری، مجله دانشکده هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، شماره ۱۱.
٦. پاکزاد جهانشاه و اسدی خوانساری حسین (۱۳۹۰) راهنمای طراحی فضای شهری در ایران، انتشارات پیام سیما.
۷. پاکزاد، جهانشاه (۱۳۷۵) هویت، این همانی با فضا، مجله صفه، سال ششم، ش ۲۲-۲۱،
۸. پاکزاد، جهانشاه (۱۳۸۰) اصول و ضوابط طراحی فضاهای شهری، مرکز مطالعات شهر سازی و معماری، تهران.
۹. پاکزاد، جهانشاه (۱۳۸۱) کیفیت محیط شهری: مطالعه معوقه شهروندان، فصلنامه پژوهشی، تحلیلی، آموزشی مدیریت و برنامه ریزی، سازمان شهرداری کشور، سال سوم.
۱۰. پاکزاد، جهانشاه (۱۳۸٤) راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران، تهران، وزارت مسکن و شهرسازی.
۱۱. پاکزاد، جهانشاه (۱۳۸۵) «سیمای شهر؛ آنچه کوین لینچ از آن می‌فهمید»، فصلنامه آبادی، سال شانزدهم، شماره ۵۳: ۲۰-۲٦
۱۲. پاکزاد، جهانشاه (۱۳۸٦) مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری، چاپ دوم، تهران، انتشارات شهیدی.
۱۳. پاکزاد، جهانشاه، (۱۳۷۵) هویت و این همانی با فضا، مجله صفه، شماره‌های ۲۱و۲۲.
۱٤. پاکزاد، جهانشاه (۱۳۸٦) سیر اندیشه‌ها در شهرسازی، از کمیت تا کیفیت، وزارت مسکن و شهرسازی، تهران.
۱۵. پرتوی، پروین (۱۳۸۷) «پدیدارشناسی مکان». تهران: فرهنگستان هنر.
۱٦. پروین پرتوی (۱۳۹۱) بررسی تطبیقی جایگاه میادین در حفظ و ارتقای خاطره جمعی شهروندان، فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات شهری، پاییز، ش ٤، تهران: ۱۲-۱.
۱۷. پریتموزیک، دنیل تامس، مرلوپونتی (۱۳۸۸) فلسفه و معنا، ترجمه: محمدرضا ابولقاسمی، چ۱، تهران: نشر مرکز.
۱۸. پوردیهیمی، شهرام، سیدکلال نورتقانی، عبدالمجید (۱۳۹۱) «هویت و مسکن؛ بررسی ساز و کار تعامل هویت ساکنین و محیط مسکونی»، مسکن و محیط روستا، شماره ۱٤۱، بهار.
۱۹. پورمند، حسنعلی؛ محمودی نژاد، هادی و رنج‌آزمای آذری، محمد (۱۳۸۹) مفهوم مکان و تصویر ذهنی و مراتب آن در شهرسازی از دیدگاه کریستسن نوربری شولتز در رویکرد پدیدارشناسی. مدیریت شهری، ش ۲٦: ۹۲-۷۹.
۲۰. توان، یی فو، (۱۳۸٤) تقابل اصالت و حس مکان، مجله خیال، شماره ۱٦.
۲۱. تولایی، نوین (۱۳۸۷) شکل شهر منسجم، انتشارات امیرکبیر، تهران.
۲۲. جوان فروزنده، علی و مطلبی، قاسم (۱۳۹۰) «مفهوم حس تعلق به مکان و عوامل تشکیل‌دهنده آن». هویت شهر، ش ۸ : ۳۷-۲۷.
۲۳. چرخچیان، مریم؛ دانشپور، عبدالهادی و سپهری مقدم، منصور (۱۳۸۸) «تبیین مدل دلبستگی به مکان و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن». هنرهای زیبا، ش۳۸: ٤۸-۳۷.
۲٤. حبیبی، رعنا سادات (۱۳۸۷) تصویرهای ذهنی و مفهوم مکان، نشریه هنرهای زیبا، ۳۵ ، ۳۹ - ۵۰.
۲۵. حجت مهدی (۱۳۸۰) میراث فرهنگی در ایران سیاستها برای یک کشور اسلامی، چاپ اول، سازمان میراث فرهنگی
۲٦. حجت، عیسی، (۱۳۸٤) هویت انسان ساز، انسان هویت پرداز، نشریه هنرهای زیبا، شماره۲٤.
۲۷. حسینی، س. ب و رزاقی اصل، س (۱۳۸۷) حرکت و زمان در منظر شهری: انگاره‌ها و مفاهیم طراحی، نشریه بین‌المللی علوم مهندسی دانشگاه

علم و صنعت ایران، ویژه نامه مهندسی معماری و شهرسازی، جلد ۱۹، شماره ٦.
۲۸. دانشپور، زهره (۱۳۸۷) درآمدی بر نظریه‌های برنامه‌ریزی با تاکید ویژه بر برنامه‌ریزی شهری، تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۲۹. دانشپور، عبد الهادی (۱۳۹۰) مدیر، طراح، مردم؛ سه رأس مثلث طراحی موفق، نشریه سازمان زیباسازی شـهر تهران، شماره ۲.
۳۰. دانشپور، عبدالهادی (۱۳۸۰) بازشناسی مفهوم هویت در فضای عمومی شهری، دانشکده هنرهای زیبای دانشگاه تهران: تهران.
۳۱. دانشپور، عبدالهادی (۱۳۸۳) درآمدی بر مفهوم و کارکرد هویت محیط انسان ساخت، باغ نظر.
۳۲. دانشپور، عبدالهادی و منصور سپهری مقدم و مریم چرخچیان (۱۳۸۸) تبدیل مدل دلبستگی به مکان، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۳۸.
۳۳. دانشپور، عبدالهادی؛ رضا زاده، راضیه؛ سجودی، فرزان و محمدی مریم (۱۳۹۱) بررسی کارکرد و معنای فرم شهر مدرن از منظر نشانه شناسی لایه ای، نامه معماری و شهرسازی، شماره ۷۱
۳٤. راپاپورت، اموس (۱۳۹۱) معنای محیط ساخته شده، ترجمه دکتر فرح حبیب، انتشارات شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری، وابسته به شهرداری تهران.
۳۵. رلف، ادوارد، (۱۳۸۹) مکان و بی مکانی، ترجمه محمدرضا محمدی، تهران، آرمانشهر
۳٦. سرمست، بهرام و متوسلی، محمدمهدی (۱۳۸۹) بررسی و تحلیل نقش مقیاس شهر در میزان حس تعلق به مکان، مدیریت شهری، ش ۲٦: ۱٤٦-۱۳۳.
۳۷. سیاوش پور، بهرام. شادلو جهرمی، مجتبی. مولایی رامشه، زهره (۱۳۹۳) ابعاد تشکیل‌دهنده حس تعلق به مکان، با تاکید بر عوامل کالبدی، اجتماعی و احساسی، ششمین کنفرانس مدیریت و برنامه ریزی شهری، مشهد.
۳۸. صادقی فرشته، رویا؛ دانشگر مقدم، گلرخ و دژدار، امید (۱۳۹۱) «بررسی رابطه طرح کالبدی در مجتمع‌های مسکونی و حس دلبستگی به مکان در بین ساکنین». مدیریت شهری، ش ۳۰: ۲٦٤-۲۵۳.
۳۹. طبیبیان، م (۱۳۸۱)، مولفه‌های محیط و منظر، مجله محیط شناسی، ویژه‌نامه طراحی محیط.
٤۰. عباسی، زهرا و دیگران (۱۳۹٤) تحلیل انگاره‌های محیطی موثربر مولفه معنا در بازارهای سنتی؛ مدیریت شهری، شماره ٤۰.
٤۱. فروزنده، جوان، مطلبی، قاسم (۱۳۹۰) مفهوم حس تعلق به مکان و عوامل تشکیل دهنده آن، هویت شهر: ۲۷-۳۷.
٤۲. فلاحت محمد صادق (۱۳۸۵) مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن، مجله هنرهای زیبا، شماره ۲٦، تهران
٤۳. کارمونا، م. هیت، ت. تنراک. تیسدل، ا (۱۳۸۸) مکان‌های عمومی، فضاهای شهری: ابعاد گوناگون طراحی شهری، ترجمه دکتر فریبا قرائی. دکتر مهشید شکوهی. دکتر زهرا اهری. دکتر اسماعیل صالحی، انتشارات دانشگاه هنر، تهران.
٤٤. کاشی، حسین و بنیادی، ناصر (۱۳۹۲) «تبیین مدل هویت مکان-حس مکان و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن». هنرهای زیبا، ش ۳: ۵۲-٤۳.
٤۵. کاشی، حسین، بنیادی، ناصر، (۱۳۹۲) تبیین مدل هویت مکان و بررسی عناصر و ابعاد آن، نشریه هنرهای زیبا: ۵۲-٤۳
٤٦. کرمونا، متیو، هیت، تیم، اک، تنروف تیسدل، استیون (۱۳۸۸)، «مکان‌های عمومی، فضاهای شهری: ابعاد گوناگون طراحی شهری»، ترجمه قرائی، شکوهی، اهری و صالحی، تهران، انتشارات دانشگاه هنر.
٤۷. کلالی، پریسا، مدیری، آتوسا (۱۳۹۱) تبیین نقش مؤلفه معنا در فرایند شکلگیری حس مکان، نشریه هنرهای زیبا، دوره ۱۷، شماره ۲.
٤۸. گلکار، کوروش (۱۳۸۷) محیط بصری شهر: سیر تحول از رویکرد تزئینی تا رویکرد پایدار، علوم محیطی، سال ۵، شماره ٤.
٤۹. گلکار، کوروش (۱۳۸۵) مفهوم منظر شهری، آبادی، شماره ۵۳.
۵۰. گلکار، کورش (۱۳۷۹) مولفه‌های سازنده کیفیت طراحی شهری، نشریه صفه، شماره ۳۲، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۵۱. گلکار، کورش (۱۳۹۳) آفرینش مکان پایدار، چاپ دوم، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
۵۲. گلکار، کوروش (۱۳۸۰) مولفه‌های سازندهٔ کیفیت طراحی شهری، مجله صفه، شماره ۳۲، ص٤۵.

۵۳.لنگ جان (۱۳۸۵) طراحی شهری، ترجمه سید حسین بحرینی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۵٤.لنگ، جان (۱۳۸۳) آفرینش نظریه معماری، ترجمه دکتر علیرضا عینی‌فر، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۵۵.لینچ، ک (۱۳۷٦) تئوری شکل خوب شهر، ترجمه منوچهر مزینی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۵٦.لینچ، کوین (۱۳۹۰) سیمای شهر، دکتر سید حسین بحرینی، مترجم، چاپ دهم، دانشگاه تهران.
۵۷.ماتلاک، جان (۱۳۷۹)، آشنایی با طراحی محیط و منظر، ترجمه معاونت آموزش و پژوهش سازمان پارک‌ها و فضای سبز شهر تهران، انتشارات سازمان پارک ها و فضای سبز شهر تهران، تهران.
۵۸.محملی ابیانه، حمید رضا (۱۳۹۰) ارزیابی مفهوم منظر در طرح های شهری: مقایسه تطبیقی سیر تکوین طرح های جامع تهران با تجارب جهانی. باغ نظر(۱۷).
۵۹.مدنی پور، علی (۱۳۷۹) طراحی فضای شهری: نگرشی بر فرایندهای اجتماعی- مکانی، ترجمه فرهاد مرتضایی، تهران، شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری.
٦۰.مدیری، آتوسا (۱۳۸۷) «مکان»، هویت شهر، ش ۲: ۷۹-٦۹.
٦۱.میرغلامی مرتضی (۱۳۹۲) مدل مفهومی ارزیابی حس مکان براساس مولفه های کالبدی، ادراکی، عملکردی و اجتماعی. نشریه مطالعات شهری،شماره نوزدهم.
٦۲.نقی زاده، محمد (۱۳۷۹) رابطه هویت سنت معماری با مدرنیسم و نوگرایی، مجله هنرهای زیبا شماره ۷.
٦۳.نقی زاده، محمد و امین زاده، بهناز (۱۳۸۲) مفهوم و مراتب فضای کیفی، مجله خیال فصلنامه فرهنگستان هنر، ش ۸، ۱۱۹-۹۸.
٦٤.نقی زاده، محمد و بهادر زمانی و اسلام کرمی (۱۳۸۹) ملاحظات فرهنگی در شکل دهی به نماهای شهری با تکیه بر ساختارهای نماهای شهری ایرانی در دوران اسلامی، نشریه هویت شهر، پاییز و زمستان، ش ۷، تهران: ص ۷٤-٦۱.
٦۵.نقی زاده، محمد و بهناز امین زاده (۱۳۸۲) مفهوم و مراتب فضای کیفی، فرهنگستان هنر، مجله خیال، شماره ۸.
66.Altman, I., & Low, S. (۱۹۹۲). Place attachment. New York: Plenum.
67.Gedess,Patrick,1949,Cities in Evolution ,London
68.Lindsay J. McCunn, Robert Gifford,2014, Interrelations between sense of place, organizational commitment, and green neighborhoods, Cities, 41 , 20–29
69.Proshansky, H. M. (1974). The city and self-identity. Environment and Behavior, 10,147–169.
70.Shamai,S. (1991), Sense of place: an empirical measurement, Isreael, geoforum, Vol.22, pp: 347-358
71.Feldman, R.M.,(1990) Setllement Identity: Psychology Bonds with Home Places In A Mobile Society, Environment and Behavior , p.183.
72.Proshansky, H. M. (1978) The City and Self-Identity Environment and Behavior. pp. 147-169.
73.Relph, Edward (1976) Place and place iessness, pion limited, London, p.45.
74.Salvesen, David (2002) The Making Of Place, New York, p.54.
75.Tuan, Yi-Fu (1981) Space and Place: The Perspective of Experience, University of Minnesota Press, p.126.
76.Canter, David (1977 a). "The Psychology of Place". London: Architectural Press.
۷۷.Canter, David (1997b). "The Facet of Place". Environment, Behavior, and Design, no.4: 109-147.
78.Carmona, Mathew; Health, Tim; Oc, Taner, and Tiesdell, Steve (2003). "Public Places-Urban Spaces". Oxford: Architectural Press.

79.Gassow, Alan (1971). "A Sense of Place". San Francisco: Friends of Earth.
80.Salvesen, David (2002). "The making of Place". <http://www.matr.net/print-4108.html>: (3 May. 2015).
81.Shamai, Shmuel (۱۹۹۱). "Sense of Place: an Empirical Measurement". Geoforum, no.۳۵۸-۳٤۷ :۳.
82.Burgers J, De Uistad: Over stedelijkvermak, Van arkel, 1999
83.Canter, David,(1977),"The Psychology Of Place",London:Architectural Press.
84.Chambers, Robert,)1994(. The origins and practices of participatory rural appraisal. World Development,22) ۷).
85.Lynch ,K .(1990) "CITY SENSE CITY DESIGN" ,edited by: Banerjee ,T. and Southworth ,M ,Cambridge , Massachusettes ,London ,England
86.Lynch, K .(1960) "THE IMAGE OF THE CITY" ,Massachusetts Institute of Technology Cambridge ,Massachusettes ,and London ,England
87.Montgomery, J (1998), Making a city: urbanity, Vitality and Urban Design, Journal of Urban Design, Vol.3, No.1.
88.Norberg schulz, Christian,(1997), "Night Lands-Nordic building", MIT Press, Cambridge,Mass.
89.Norberg-Schulz, Christan (1975)," Meaning in Western Architecture", Praeger Publishers, New York.
90.Relph, E. (1976), Place and placelessness. London: Pion Limited.
91.Salvesen, David (2002),"The Making of Place"; Research on Place & Space Website, 20 Feb. 2003, 12 Mar. 2003, http://www.matr.net/print-4108.html.
92.Seamon, David (1982)," The Phenomenological Contribution to Environmental Psycology", Journal of environmental psycology, no. 2, pp. 119-140.
93.Shamai,S. (۱۹۹۱), "Sense of place: an empirical measurement", Elsevier, geoforum, Vol.۲۲, pp: ۳۵۸-۳٤۷
94.Steele, Fritz, (۱۹۸۱), "The sense of place",CBI Publishing Company,Boston.
95.V.Moudon, Ann, Carmona,Mathew (۲۰۰۳), "A catholic approach to organizing what urban designer should know", Black well Publishing, Australasia.