

تبیین مدلی در شناسایی و تقویت عوامل تأثیرگذار بر حس مکان و خاطره جمعی (نمونه موردی: حاشیه رودخانه دز)*

علمی پژوهشی

زینب لطافتی**

حمیدرضا انصاری***

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۰/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۵/۱۵

چکیده

عدم احساس تعلق انسان به محیط پیرامون و فضاهای شهری یکی از مشکلاتی است که در نوشته‌های صاحب‌نظران و نظریات مردم دیده می‌شود. تبدیل شدن یک فضا به مکان و به تبع آن، پدید آمدن حس مکان، محصول مؤلفه‌های عینی و ذهنی است. تأثیر توأمان این مؤلفه‌ها به معنادار شدن مکان نزد مخاطب می‌انجامد و محیط را به عنصری هویت‌بخش تبدیل می‌کند. این پژوهش در پی آن است که رابطه میان مؤلفه‌های عینی و ذهنی فضا و سطوح حس مکان را شناسایی کند. لذا با بهره‌گیری از روشی کیفی تحلیلی، چارچوب نظری در قالب نمودارهایی تدوین شده است. نتیجه این تحقیق تبیین مدلی در شناسایی عوامل تأثیرگذار بر حس مکان و خاطره جمعی است. این مدل، مؤلفه‌های مؤثر بر پیدایش حس مکان را به دو دسته عینی و ذهنی تقسیم‌بندی می‌کند. مؤلفه‌های عینی با معیارهای کالبدی که به پیدایش قرارگاه‌های رفتاری می‌انجامد و مؤلفه‌های ذهنی با تصاویر ذهنی فردی و تصاویر ذهنی جمعی که به پیدایش خاطره‌انگیزی مکان می‌انجامد، مورد تحلیل و ارزیابی قرار گرفته‌اند. در ادامه و در چارچوب این مدل، عوامل مذکور از طریق پرسشنامه‌های کیفی و مشاهدات میدانی در حاشیه رود دز ارزیابی گردیده و کارایی مدل سنجیده شده است. در واقع، نمودارهای تدوین شده در بخش اول می‌توانند چارچوبی برای ارزیابی ویژگی‌های یک مکان باشند و به کار بردن آن‌ها در ارتباط با رود، در عین ارزیابی محدوده، روشی کاربردی را برای سنجش سایر مکان‌ها ارائه می‌دهد. تحلیل پرسشنامه‌ها نشان می‌دهد آسیاب‌ها، پل قدیم و رودخانه دز، با دارا بودن معانی عمیق در ذهن مخاطبان، مراتب بالایی از حس مکان و خاطره‌انگیزی را دارا می‌باشند. این سطح از حس مکان نزد هر سه دسته از پرسش‌شوندگان (دزفولی‌ها، دزفولی‌های ساکن تهران و گردشگران) پدید آمده است. همچنین تحقیق موردی نشان‌دهنده آن است که رابطه معناداری میان سطح معنای مکان و سطح حس مکان وجود دارد.

کلیدواژه‌ها:

حس مکان، خاطره جمعی، معانی مکان، قرارگاه رفتاری، دزفول، رودخانه دز.

* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده اول با عنوان طراحی موزه آب: همنشینی جدید برای آسیاب‌های آبی دزفول می‌باشد که در دانشکده معماری دانشگاه تهران تحت راهنمایی نویسنده دوم به انجام رسیده است.

** کارشناس ارشد معماری، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران

*** استادیار، دانشکده معماری، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، نویسنده مسئول، hrsarsari@ut.ac.ir

مطالعات معماری ایران

دو فصلنامه معماری ایرانی
شماره ۱۵ - بهار و تابستان ۹۸

۶۵

پرسش‌های پژوهش

۱. پیدایش حس مکان در یک فضای شهری متأثر از چه عواملی است؟
۲. عوامل شکل‌دهنده حس مکان چه رابطه‌ای با خاطره‌انگیزی فضا و پیدایش قرارگاه‌های رفتاری دارند؟
۳. در مستحدثات مرتبط با رود دز، چه ارتباطی میان سطح معنای محیط با مراتب حس مکان وجود دارد؟

مقدمه

شناخت حس مکان و چگونگی تحقق سطوح مختلف آن در فضاهای شهری و معماری مقوله‌ای است که در چند دهه اخیر در مباحث نظری معماری و طراحی شهری مورد توجه واقع شده است. اما این مطالعات هنوز به مدلی جامع در شناخت این پدیده نینجامیده و هر تحقیقی از منظری خاص به آن نگریسته است.^۱

مکان به معنای جایی برای جاری شدن رویدادها و وقایع به‌منظور زندگی کردن است (حبیبی ۱۳۸۷) و حس مکان عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیت حسی و رفتاری ویژه می‌شود و این حس به‌گونه‌ای به پیوند فرد با مکان منجر می‌شود که انسان خود را جزئی از مکان می‌داند (فلاح ۱۳۸۵)؛ به‌طوری که کاراکتر مکان را کاملاً درک کرده و رابطه‌ای دوسویه میان کاراکتر مکان و کاراکتر شخصیتی فرد برقرار شود^۲ (میرمقتدایی ۱۳۸۸). پیش‌تر، هوسرل بیان کرده بود که ادراک^۳ تابع مستقیمی از جسمانیت^۴ و حس است. این نکته ما را به این مضمون راهبر می‌شود که ادراک ما از مکان، متأثر از دو مؤلفه عینی (کالبدی) و ذهنی (شناختی) است. می‌توان گفت ویژگی‌های عینی مکان در شکل‌دهی به قرارگاه رفتاری مؤثرند؛ قرارگاه‌هایی که به‌واسطه ویژگی‌های کالبدی مکان، منجر به بروز فعالیت و رفتاری خاص در مکان می‌شوند. از طرفی ویژگی‌های ذهنی منجر به شکل‌گیری و ثبت خاطره در مکان می‌شوند. در واقع تبدیل شدن یک مکان به یک قرارگاه رفتاری خاطره‌انگیز، نشانه‌ای مهم از تحقق حس مکان است. تحقق حس مکان می‌تواند در قالب فضاهای عمومی در مقیاس‌های متفاوتی چون مقیاس محله‌ای، شهری و یا حتی جهانی پدید آید.

همان‌طور که گفته شد، شکل‌گیری فضاهای عمومی از قالب‌های تحقق حس مکان است؛ فضاهایی که افراد و گروه‌های مختلف اجتماعی در آن سهیم‌اند. این فضاها، محلی برای تبادل افکار و مکانی برای شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی هستند و چنین فضاهایی بیش از آنکه یک فضا باشند، یک تجربه‌اند (Hajer and Reijndorp 2001). با توجه به اهمیت مفاهیم بالا، شناخت مؤلفه‌های حس مکان و معیارهای مؤثر بر شکل‌گیری آن‌ها، شاخص‌ها، نشانه‌های تحقق حس مکان و قالب‌های تحقق آن، امری ضروری به نظر می‌رسد. در واقع برنامه‌ریزی و طراحی یک فضا در جهت تبدیل شدن به یک مکان، منوط به شناخت معنی، هویت و کارکرد فضا و مکان است. یادآوری این نکته که هویت بشری مستلزم هویت مکان است، بر اهمیت این امر می‌افزاید (پرتوی ۱۳۸۲). از این‌رو ضرورت مسئله را باید در بحران پدیدآمده برای انسان امروزی در عدم داشتن حس تعلق به مکان زیست خود جست‌وجو کرد؛ بحرانی که لازم می‌نماید تحقیقات گسترده‌ای در خصوص چگونگی تحقق حس مکان صورت پذیرد و رابطه میان عوامل تأثیرگذار بر آن تبیین گردد.

از این‌رو در این مقاله سعی شده علاوه بر تعریف کلیدواژه‌های مطرح‌شده، مصادیقی از عوامل تأثیرگذار بر آن‌ها و همچنین رابطه میان آن‌ها ارائه گردد تا بتوان از آن‌ها در موردپژوهی‌ها بهره برد. این مقاله با هدف تبیین مدلی در فرایند چگونگی شناسایی و تقویت حس مکان و ایجاد خاطره جمعی در قرارگاه‌های رفتاری، ضمن بررسی دیدگاه‌های مختلف، از جنبه‌ای کیفی و با روش استدلال منطقی به تدوین این مدل نظری می‌پردازد و آن را در بستر حاشیه رود دز مورد بررسی قرار می‌دهد. تحقیق موردی در حاشیه رود دز، نه به‌عنوان تحقیقی برای شکل دادن به مدل مذکور، بلکه به‌عنوان «مطالعه موردی حامی مدل»^۵ عمل می‌کند. از این‌رو بسط این تحقیق موردی به سایر سایت‌ها می‌تواند اعتبار مدل مذکور را سنجیده و قوام بخشد.

این تحقیق در دو بخش اصلی شکل گرفته است: بخش اول به شرح مبانی نظری و تدوین مدلی برای شناسایی و تقویت عوامل تأثیرگذار بر مکان می‌پردازد. در این بخش، ضمن بحث در خصوص فضاهای شهری و چگونگی ارتباط کاربران با این فضاها، تعاریف مختصری از کلیدواژه‌هایی چون مکان و حس مکان، معنا در مکان، و خاطره در مکان ارائه می‌شود. در ادامه، مدلی نظری مبتنی بر این مطالعات تبیین می‌گردد. در بخش دوم سعی شده تا مصادیق ارزیابی این کلیدواژه‌ها در ارتباط با ساحل رودخانه دز مطرح گردد و از طریق پرسشنامه‌هایی، دیدگاه‌های مردم در خصوص این محدوده بررسی شود. انجام این پژوهش موردی کمک می‌کند تا قابلیت مدل در شناسایی عوامل تأثیرگذار بر حس مکان سنجیده شده و رابطه میان بخش‌های مختلف این مدل ارزیابی گردد.

۱. فضاهای عمومی شهری و نیازهای انسانی

فضاهای شهری و فضاهای عمومی از جمله فضاهایی هستند که افراد جامعه در ساعات و اوقات مختلف در آن‌ها حضور داشته و به فعالیت‌های مختلفی می‌پردازند. این فضاها محل برآوردن نیازهای مختلف انسانی، ارتباطات و تعاملات اجتماعی، تبادل افکار و اطلاعات، و به تبع آن‌ها پیدایش شبکه‌های اجتماعی هستند. این فضاها دارای ابعاد مختلف با معیارهایی برای ارزیابی هستند که عبارت‌اند از:

- اجتماع‌پذیری: ایجاد فرصت‌های لازم برای تعاملات اجتماعی میان افراد جامعه و ایجاد رابطه قوی‌تری با مکان و جامعه خود (قابل ارزیابی با میزان حضور گروه‌های مختلف اجتماعی، شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی و زندگی در ساعات مختلف شبانه‌روز)؛

- فعالیت و کاربری: رویدادهای اجتماعی، نوع فعالیت‌ها و کاربری‌های موجود درون فضا و توان آن‌ها در جذب افراد و گروه‌های مختلف (قابل ارزیابی با میزان و دفعات مراجعه افراد به فضا و مشارکت در فعالیت‌های مختلف)؛

- دسترسی و ارتباط: نحوه سیر کولاسیون، ارتباطات فضایی، قابل رؤیت بودن فضا و نحوه دستیابی به فضا (قابل ارزیابی با امکان دسترسی، تداوم حرکت و حضور گروه‌های اجتماعی ویژه)؛

- تصویر ذهنی و آسایش: چگونگی ساماندهی کالبدی فضا و دریافت آسایش ذهنی از فضا، پایداری (نحوه و میزان حمایت و حفاظت از فضا)، تشخیص و خوشایندی بصری فضا در جذب مردم به یک قرارگاه و دریافت آسایش ذهنی از فضا (دانشپور و چرخچیان ۱۳۸۶).

از طرفی، تأمین نیاز انسان برای در کنار جمع بودن، مستلزم خصوصیتی است که فضاهای عمومی را می‌توان دارای بیشترین ظرفیت برای این امر برشمرد. لیکن این امر بدون پاسخ‌گویی به نیازهای اولیه انسان میسر نیست. دانشپور و چرخچیان (۱۳۸۶) معتقدند فضایی می‌تواند انسان را به خود جلب کند که در درجه اول تأمین‌کننده نیازهای زیر باشد:

الف. آسایش فیزیولوژیکی و ذهنی: که در رابطه با نیازهای اولیه انسان است و مؤثر در ادراک سایر کیفیات فضا؛

ب. اشتغال غیرفعال: به معنای امکان مشاهده و نظاره دیگران و اتفاقات و رویدادهای پیرامون؛

ج. زیبایی بصری و ابعاد زیبایی‌شناسانه: به معنای جاذبه‌های بصری و مطلوبیت کالبدی و حسی فضا؛

د. مطلوبیت اجتماعی ناشی از تعامل افراد: یعنی حضور افراد و گروه‌های مختلف اجتماعی و میزان تعاملات اجتماعی بین آن‌ها؛

ه. امنیت: به معنای رؤیت‌پذیری فضا، امکان ادراک محیطی، خطوط دید آزاد، وجود علائم و نشانه‌ها، تصور مکان

و ارزش‌های زیبایی‌شناسانه مکان؛

و. اشتغال فعال: مبتنی بر تماس مستقیم مردم با محیط همچون تعامل با آشنایان، گردهمایی، قدم زدن، بازی،

تفریح، فعالیت‌های جسمی و نقش مستقیم در ایجاد تصویر ذهنی مطلوب افراد از فضا (whyte 1980)؛

ز. کشف و راز: به معنای خلق فضاها و منظرهای متنوع، فعالیت‌های گوناگون با هدف تأمین تنوع، جاذبه و تجارب

گوناگون و ایجاد حرکت (Car 1992).

این مطالعات نشان می‌دهد که برای ایجاد ارتباط مؤثر میان محیط شهری و کاربر می‌بایست فضای شهری به شبکه گسترده‌ای از نیازهای انسان پاسخ دهد. هرچه این پاسخ‌گویی جامع‌تر و کامل‌تر باشد، احساس تعلق شهروندان به فضاهای شهری افزایش یافته و این فضاها تبدیل به مکان می‌شوند، مکان‌هایی که نزد مردم دارای معنی و ارزش خاصی هستند. همان‌طور که می‌دانیم معنی به شکل فضایی و کیفیت وابسته است ولی در عین حال به فرهنگ، منش، موقعیت، تجربه و مقصد مشاهده‌گر نیز بستگی دارد (لینچ ۱۳۷۶، ۱۶۷) از این‌رو ضروری است که به عوامل تأثیرگذار بر شکل‌گیری حس مکان در فضاهای شهری پرداخته شود و چگونگی ارتباط میان این عوامل با یکدیگر تبیین گردد.

۲. مکان و حس مکان

برای فهم دقیق مفهوم مکان و حس مکان، به مباحث «مکان و ساختار آن»، «حس مکان و ابعاد آن»، «مؤلفه‌های شکل‌دهنده حس مکان»، و «تداعی معانی در مکان» پرداخته می‌شود:

۲.۱. مکان و ساختار آن

مفهوم مکان در علوم مختلفی همچون معماری، طراحی شهری، جغرافیا، روان‌شناسی محیط و... مورد مطالعه قرار گرفته است. با این حال به‌طور کلی تعاریف مربوط به مکان را می‌توان به دو دسته اصلی تقسیم کرد: دسته اول، مکان را به‌عنوان یک موقعیت جغرافیایی دانسته و دسته دوم، مکان را به‌عنوان ظرفی برای انتقال معنا برمی‌شمارند (Amdur and Epstein-pliouchtch 2009). دسته اول بیشتر به ابعاد کالبدی و فیزیکی مکان توجه دارد، این در حالی است که دسته دوم، بیشتر معانی و مفاهیمی را که درون مکان است، مورد توجه قرار داده و بر این اعتقاد هستند که به‌واسطه وجود این معانی، مکان از یک موقعیت جغرافیایی صرف متمایز می‌شود. در این رویکرد، مکان به فضایی اطلاق می‌شود که در آن، انسان با محیط پیرامونش دارای تعامل است. مکان نه‌تنها از طریق بستر فیزیکی‌اش، بلکه به‌وسیله طیفی از فرایندهای اجتماعی‌روان‌شناختی که در آن روی می‌دهد، مشخص شده و نه‌تنها درون مواضع فیزیکی تجسم می‌یابد، بلکه سرشار از معانی نمادین و دل‌بستگی‌های عاطفی و احساساتی است که افراد درباره یک موضع خاص در ذهن دارند (Cuba and Hummon 1993; Stedman 2002). از این‌رو مکان مظلوف راکدی برای ویژگی‌های زیستی‌فیزیکی نیست بلکه پدیده‌ای حاصل از مجموعه‌ای از مکانیزم‌های فرهنگی و اجتماعی است که ارزش‌ها و معانی ویژه‌ای را به آن نسبت می‌دهند (Cheng and Daniels 2003, 847) به نقل از حیدری و بهدادفر (۱۳۹۵). در واقع، مکان به معنای جایی برای جاری شدن رویدادها و وقایع به‌منظور زندگی کردن است و همچنان که ارتباط نزدیکی با هستی و حیات دارد، خود، هستی‌بخش نیز می‌باشد (حبیبی ۱۳۷۸).

امروزه کاربرد مکان به فرایندی پیچیده بدل شده است. فراشدی که نمی‌توان آن را به سطح رفتارهای حرکتی، تأثرات حسی، تجارب عاطفی، یا درک و دریافت منطقی فروکاست. تنها بدان دلیل که ساختار این کاربرد در آن واحد دربردارنده همه این بُعدهاست (نوربرگ شولتز ۱۳۸۱). طبق این دیدگاه، مکان کانونی است که در آن، انسان هستی خود را از طریق حوادث و رویدادهای معنادار تجربه کرده و همچنین نقطه‌ای است که جهت‌یابی و دخل و تصرف انسانی را میسر می‌کند. از این‌رو، شخصیت مکان با حضور آدمی معنا می‌یابد. رلف معتقد است مکان فقط جایی برای یک چیز نیست بلکه یک‌جا به علاوه هر چیزی است که آنجا را اشغال کرده و آن را پدیده‌ای معنادار می‌کند (فلاح، کمالی، و شهیدی ۱۳۹۶).

مداخله انسان‌ها در مکان، زمانی بیش از همیشه موفق خواهد بود که بتوانند در وهله اول، کاراکتر اصلی مکان را بشناسند و پیرو آن، محیط‌هایی انسانی ایجاد کنند که با این کاراکتر بیشتر هماهنگ باشد تا ناسازگار، تحمیلی و دیکتاتورمآبانه. از نگاهی دیگر، اما در همین راستا، ادوارد رلف مکان را پدیده‌ای می‌داند که معنی اصلی و ماهیت آن، نه از محل‌ها یا از عملکردهای عادی که مکان تأمین می‌کند و نه از اجتماعی که آن را اشغال می‌کند ناشی می‌شود؛ گرچه همه این موارد جنبه‌های رایج و شاید لازم مکان هستند (پرتوی ۱۳۸۲). او در کتاب مکان و بی‌مکانی، در سال

۱۹۷۶ عنوان کرد: «مکان ویژگی‌هایی دارد که آگ چه آن‌ها مختص همان مکان هستند اما بین مکان‌های دیگر نیز می‌توانند مشترک باشند و شاید جنبه‌های لازمی از یک مکان باشند، اما مکان با آن‌ها تعریف نمی‌شود. این ویژگی‌ها عبارت‌اند از: محل، جامعه‌ای که محل را اشغال می‌کند و تجربیاتی که در آن اتفاق می‌افتد. جوهره مکان از جایگاه عمیقی در وجود انسان نشئت می‌گیرد. و تقریباً برای همه، ارتباط عمیقی بین خودشان و مکانی که به دنیا آمده‌اند، رشد کرده‌اند، اکنون زندگی می‌کنند و تجربه ویژه‌ای در آن داشته‌اند، وجود دارد.» در اصل مردم مکان‌ها را می‌سازند، تجربیات را به اشتراک می‌گذارند، سنت‌ها را اختراع می‌کنند و جشن می‌گیرند، مناظر را تغییر می‌دهند و در نهایت جوامع را می‌سازند. در این مسیر، مردم مهر خود را به یک مکان می‌زنند (Salvesen 2002).

۲.۲. حس مکان^۶ و ابعاد آن

در پی تعامل انسان با مکان، حسی شکل می‌گیرد که از آن با نام حس مکان یاد می‌شود. این حس به‌سختی قابل معنا کردن و اندازه‌گیری است؛ زیرا امری ذهنی است. حس مکان برای افراد مختلف، معانی متفاوتی دارد. برای برخی این حس از خاطرات مشترک، تجربیات، سنت‌ها و تاریخ نشئت می‌گیرد. برای بقیه، حس مکان از دیدنی‌ها، بوها و صداهای متمایز حاصل می‌شود (Salvesen 2002). حس مکان، به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم‌وبیش 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. حس مکان علاوه بر اینکه باعث احساس راحتی از یک محیط می‌شود، از مفاهیم فرهنگی مورد نظر مردم، روابط اجتماعی و فرهنگی جامعه در یک مکان مشخص حمایت کرده و باعث یادآوری تجارب گذشته و دستیابی به هویت برای افراد می‌شود (فلاحت ۱۳۸۵). حس مکان به معنای مرتبط شدن با مکان به‌واسطه درک نمادها و فعالیت‌های روزمره است. این حس می‌تواند در مکان زندگی فرد به وجود آمده و با گذر زمان عمق و گسترش یابد (Relph 1976). ارزش‌های فردی و جمعی بر چگونگی حس مکان تأثیر می‌گذارند و حس مکان نیز بر ارزش‌ها، نگرش‌ها و به‌ویژه رفتار فردی و اجتماعی افراد در مکان تأثیر می‌گذارد و افراد معمولاً در فعالیت‌های اجتماعی با توجه به چگونگی حس مکانشان شرکت می‌کنند (Canter 1971). در مجموع می‌توان گفت رابطه روشنی میان کاراکتر شخصیتی فرد، درک کاراکتر مکان و حس مکان وجود دارد؛ به طوری که شخصیت فرد و ویژگی‌های فردی او به ایجاد تصویری ذهنی از مکان می‌انجامد (پرتوی ۱۳۸۲) و دریافت ما از مکان^۸ را رقم خواهد زد و در سطوح مختلفی بروز می‌یابد.

حس مکان نه فقط باعث هماهنگی و کارکرد مناسب فضای معماری و انسان است بلکه عاملی برای احساس امنیت، لذت و ادراک عاطفی افراد نیز می‌باشد و به هوشمندی افراد و احساس تعلق آن‌ها به مکان کمک می‌کند. از دیدگاه 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^۹ نامیده می‌شود. از نظر روانی حس مکان کاتالیزوری است که باعث تبدیل شدن یک محیط به یک مکان می‌شود (فلاحت ۱۳۸۵). این حس که بر پایه حس خوشایند هماهنگی و آشنایی با محیط، در پی ادراک معانی آن شکل می‌گیرد، موجب انسانی شدن فضا و در نتیجه برقراری ارتباط، افزایش مقبولیت و تمایل افراد به حضور و بهره‌برداری از مکان می‌شود، به گونه‌ای که نقشی تعیین‌کننده در میزان جذب مخاطبان و انجام فعالیت در فضا دارد، عاملی که حیات یا مرگ فضا وابسته بدان است. در واقع، حس مکان حاصل ارتباط درونی انسان، تصورات ذهنی وی و ویژگی‌های محیطی است. این مفهوم از یک سو ریشه در تجربه‌های ذهنی دارد و از سوی دیگر متأثر از زمینه‌های عینی و بیرونی محیط است که باعث تداعی‌های مختلف از یک مکان می‌شود (فلاحت، کمالی، و شهیدی ۱۳۹۶). سالوسن حس مکان را با تأثیر متقابل سه عامل، مکان، چشم‌انداز و مشارکت شخصی مرتبط می‌داند. از نظر او، یک مکان به یک موقعیت خاص گره خورده است. یک ساختمان، یک همسایگی، یک خیابان، یک منطقه، یک ایالت، یک کشور، یک قاره و یک سیاره (جزئی از یک کل). به‌طور کلی وقتی مردم به

مکان فکر می‌کنند، به ویژگی‌های فیزیکی آن و جایی که روی نقشه اشغال می‌کند، فکر می‌کنند. اما موقعیت تنها یک مؤلفه از یک مکان است؛ زیرا یک مکان تنها می‌تواند در خاطر ما باشد و وجود خارجی نداشته باشد. همچنین یک موقعیت می‌تواند جایگاهش را در ذهن مردم از دست بدهد و در نتیجه حس مکان خود را از دست بدهد. در واقع، مکان فراتر از یک نقطه روی نقشه است و فراتر از یک چشم‌انداز. مکان، به مردم و اتفاقاتی که برای مردم معنادار است، مرتبط است. با این دیدگاه، حتی مکان‌هایی که اکنون خالی از مردم شده‌اند، می‌توانند حس مکان داشته باشند. مکان‌ها آنچه هستیم و آنچه را خواهیم شد شکل می‌دهند. حس مکان، حس تملک و تعهد را فراهم می‌کند؛ زیرا مخزنی از خاطرات مشترک، تجربیات و رؤیاهاست. وقتی مردم احساس وابستگی به مکانی دارند (از نظر احساسی، فرهنگی و روانی)، انگیزه بیشتری برای مراقبت از آن دارند (Salvesen 2002). بنابراین به‌طور کلی می‌توان گفت افراد بدون حس مکان قادر به زندگی در محیطی خاص نیستند؛ زیرا حس مکان توانمندی فضا یا مکان در ایجاد حسی خاص 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. دانشپور و همکارانش با بررسی نظریات مختلف و متأثر از دیدگاه رلف (Relph 1976) در مدلی به تبیین فرایند دل بستگی به مکان می‌پردازند و آن را از ابعاد کالبد، معنا و فعالیت متأثر می‌دانند (دانشپور و دیگران ۱۳۸۸). رضایی نیز مبتنی بر نوشته‌های دیوید کانتر و جان پانتز از سه بُعد کالبدی ذهنی و رفتاری در مدلی برای پیدایش حس مکان یاد می‌کند (رضایی ۱۳۹۲). اما اگر بخواهیم به مدل کانتر با دقت بیشتری نظر بیفکنیم باید بگوییم که این سه بُعد، اموری هم‌وزن نمی‌باشند؛ زیرا وجه کالبدی مستقل از انسان بوده و بُعد ذهنی مبتنی بر انسان است. اما بعد رفتاری ماحصل حضور انسان در فضا و شیوه تعامل با آن است. از این رو مقاله حاضر برای شکل‌گیری حس مکان، دو دسته مؤلفه‌های عینی و ذهنی را قائل می‌شود؛ و آنچه را کانتر تحت عنوان بعد رفتاری ذکر می‌کند، در این مقاله، اصلی‌ترین بارزه حضور آدمی در کالبد یا همان مؤلفه‌های عینی-می‌نامیم؛ بارزه‌ای که خود را در قالب پدید آمدن قرارگاه‌های رفتاری به نمایش می‌گذارد.

بحث در خصوص قرارگاه‌های رفتاری به تحقیقات بارکر بازمی‌گردد. هنگامی که ویژگی‌های عینی مکان، به‌گونه‌ای شاخص در ذهن مخاطب، جای گیرد و منجر به بروز رفتاری شاخص در آن مکان شود، در واقع آن مکان، به یک قرارگاه رفتاری تبدیل شده است؛ در تعریف قرارگاه رفتاری می‌توان گفت: محیط شامل مجموعه قرارگاه‌های رفتاری^{۱۰} است که با هم فصول مشترکی دارند. قرارگاه‌های رفتاری واحدی برای تحلیل و طراحی محیط، به درک محیط ساخته‌شده به‌عنوان بخشی از یک مکان رفتاری عام‌تر اختصاص یافته است. این قرارگاه‌های رفتاری، دارای دو عنصر اساسی‌اند؛ یک الگوی شاخص رفتار و یک محیط فیزیکی (Barker 1968). بدین طریق می‌توان گفت که شکل‌گیری هر قرارگاه رفتاری محصول تعامل انسان و محیط است.^{۱۱}

۳.۲. مؤلفه‌های شکل‌دهنده حس مکان

همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، با توجه به مفهوم حس مکان در دیدگاه‌های مختلف، مؤلفه‌های شکل‌دهنده حس مکان را می‌توان در دو گروه مؤلفه‌های ذهنی و عینی به‌صورت زیر دسته‌بندی کرد:

- مؤلفه‌های ذهنی (شناختی)

حس مکان ترکیبی است پیچیده از معانی، نمادها و کیفیت‌هایی که شخص یا گروه به‌صورت خودآگاه یا ناخودآگاه از فضا یا منطقه‌ای خاص ادراک می‌کنند؛ معانی و مفاهیمی که پس از ادراک مکان توسط فرد رمزگشایی می‌شود، از عوامل ایجادکننده حس مکان هستند. در این صورت حس مکان تنها به معنای یک حس یا عاطفه یا هر گونه رابطه با مکانی خاص نیست، بلکه نظام ساختاری شناختی است که فرد با آن به موضوعات، اشخاص، اشیا و مفاهیم یک مکان احساس تعلق پیدا می‌کند (فلاحت ۱۳۸۵). در واقع، عوامل ادراکی و شناختی، آن دسته از عوامل هستند که در ساختار مکان، کاراکتر آن را شکل می‌دهند و از اهمیت بسیاری برخوردارند. کاراکتری که با کاراکتر شخصیتی فرد پیوند خورده و هر دو بر یکدیگر اثرگذارند. به همین دلیل، تصاویر فردی و جمعی در ذهن مخاطب که یا از قبل در ذهن مخاطب بوده و در مواجهه با مکان تقویت می‌شود و یا تصاویری که در مواجهه با مکان به‌طور مستقل شکل

می‌گیرد، بر ویژگی‌های ذهنی یک مکان اثرگذارند. فریتز استیل^{۱۲} معتقد است حس مکان هر محیط، به نحوه ارتباط انسان با آن محیط بستگی دارد. از نظر او رابطه انسان و مکان تعاملی است؛ یعنی انسان‌ها چیزهای مثبت یا منفی را به محیط می‌دهند و سپس از آن می‌گیرند (Steele 1981). بنابراین انسان به مکانی که در آن زندگی می‌کند، از پیش، مجموعه‌ای از مفاهیم فرهنگی می‌دهد و این پیش‌مفهوم‌ها، راهی را که انسان با مکان مواجه می‌شود شکل می‌دهند. همچنین قرارگاه‌های رفتاری بر انسان تأثیر می‌گذارند و برای این تأثیرات الگوهایی وجود دارد و مردم نیز بر قرارگاه‌های رفتاری تأثیر می‌گذارند (فلاحت ۱۳۸۵).

– مؤلفه‌های عینی

از نظر فریتز استیل، مهم‌ترین 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 خصوصیات نظیر هویت، تاریخ، تخیل و توهم، راز و رمز، لذت شگفتی، امنیت، سرزندگی، شور و خاطره را موجب برقراری رابطه متمرکز با مکان می‌داند (Steele 1981). از نظر نوربرگ شولتز، حس مکان در مکان‌هایی یافت می‌شود که دارای شخصیت مشخص و متمایز هستند و شخصیت محیطی از چیزهای ملموس ساخته شده که دارای مصالح، شکل، بافت و رنگ است (Norberg-Schulz 1997). 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، تناسب و فرم‌ها به وجود می‌آید (فلاحت ۱۳۸۵). در کنار ویژگی‌های کالبدی، زمینه‌های فعالیتی یک مکان نیز بر ویژگی‌های عینی آن اثرگذار است و عاملی ملموس در درک یک مکان به حساب می‌آید.

۲.۴. سطوح مختلف حس مکان

حس مکان مردم را به گونه‌ای عمیق و ماندگار تحت تأثیر قرار می‌دهد و خاطره مکان، هویت و قدرت انسان را تقویت می‌کند. در واقع احساس تعلق و دلبستگی به مکان سطح بالاتری از حس مکان است که در هر موقعیت و فضا به‌منظور بهره‌مندی و تداوم حضور انسان در مکان نقش تعیین‌کننده‌ای می‌یابد. این حس به‌گونه‌ای به پیوند فرد با مکان منجر می‌شود که انسان خود را جزئی از مکان می‌داند و بر اساس تجربه‌های خود از نشانه‌ها، معانی و عملکردها، شخصیت و نقشی برای مکان در ذهن خود متصور می‌سازد. این نقش نزد او منحصر به فرد و متفاوت است و در نتیجه مکان برای او مهم و قابل احترام می‌شود (همان). در روان‌شناسی، تعلق مکانی به رابطه شناختی فرد با یک محیط یا یک فضای خاص اطلاق می‌شود. در واقع دلبستگی به مکان رابطه نمادین ایجادشده توسط افراد به مکان است که معانی احساسی، عاطفی و فرهنگی مشترکی به یک فضای خاص می‌دهد. دلبستگی به مکان مبنایی برای درک فرد و گروه نسبت به محیط است و معمولاً در محیطی فرهنگی به وجود می‌آید. بنابراین تعلق به مکان، چیزی بیش از تجربه عاطفی و شناختی بوده و عقاید فرهنگی مرتبط‌کننده افراد به مکان را نیز شامل می‌شود (Altman and Low 1992).

حس مکان دارای سطوح مختلفی است. هیومن^{۱۳} پنج گونه حس مکان را معرفی کرده است که عبارت است از: ریشه‌داری عقیدتی، ریشه‌داری ناخودآگاه، مکان نسبی، بیگانگی با مکان و بی‌مکانی. جنیفر کراس^{۱۴} (۲۰۰۱) 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 زندگی‌نامه‌ای، معنوی، اعتقادی، روایتی، مادی و وابستگی دسته‌بندی می‌کند که با عواملی مانند هویت، درونیت و رضایت‌مندی پنج سطح مختلف از حس مکان یعنی ریشه‌داری منسجم، ریشه‌داری نامنسجم، بیگانگی با مکان، بی‌مکانی نسبی و بی‌مکانی مطلق را ایجاد می‌کند. کراس برای حس مکان سه مرحله اصلی تعلق به مکان، دلبستگی به مکان و تعهد به مکان را با هفت سطح تعیین می‌کنند. این سطوح از حس مکان، کاربرد فرایند حس مکان را نشان می‌دهند که از بی‌تفاوتی تا حس فداکاری نسبت به مکان را شامل می‌شود. شامای نیز هفت سطح را برای حس تعلق به مکان تعیین می‌کند (فلاحت ۱۳۸۵).

جدول ۱: سطوح مختلف حس مکان بر اساس نظریات شامای (Shamai 1991)

بی تفاوتی به مکان	مورد سنجش حس مکان - ابتدای بازه
آگاهی از قرارگیری در یک مکان	احساس زندگی در یک مکان متمایز و تشخیص نمادهای آن مکان؛ آگاهی از مکان در حد تشخیص آدرس و یا موقعیت نه بیشتر
تعلق به مکان	احساس بودن با مکان؛ احترام به نمادهای مکان؛ اهمیت وقایع و رخدادها می مکان
دلبستگی به مکان	ارتباط پیچیده فرد با مکان؛ درک معانی موجود در مکان و اثر متقابل تجارب جمعی و هویت فردی با معانی و نمادهای مکان؛ تأکید بر منحصربه‌فرد بودن مکان و تفاوت آن با سایر مکان‌ها
یکی شدن با اهداف مکان	درآمیختگی و پیوستگی فرد با نیازهای مکان؛ تشخیص، انطباق و پیروی فرد از اهداف مکان؛ شکل‌گیری حس از خودگذشتگی و عشق به مکان
حضور در مکان	تعهد به مکان و به تبع آن، نقش فعال فرد در اجتماع؛ برداشت این سطح از رفتار عملی فرد (برخلاف جنبه نظری سطوح قبل)؛ حضور کامل در مکان با سرمایه‌گذاری منابع انسانی چون زمان، پول و...
فداکاری برای مکان	عمیق‌ترین تعهد فرد نسبت به مکان؛ فداکاری در جهت گرایش‌ها و ارزش‌ها در موقعیت‌های مختلف؛ رها کردن علایق فردی و جمعی در جهت علایق برتر نسبت به مکان - انتهای بازه

سطوح مختلف حس مکان

۲.۵. تداعی معانی در مکان

رلف در کتاب مکان و بی‌مکانی، در پی چگونگی و چرایی معنی‌دار شدن مکان‌ها برای مردم است (Relph 1976). وی مکان را در سه وجه کالبد، فعالیت و معنا تعریف می‌کند و معتقد است که از میان این سه وجه، معنا نسبت به دو وجه دیگر از اهمیتی بیشتر برخوردار است و دشوارتر از بقیه به دست می‌آید (Tuan 1977).

اهمیت معنا تا جایی است که برخی از صاحب‌نظران، معنا را نیاز بنیادین انسان برمی‌شمارند و بلوغ آدمی را منوط به آگاه شدن از معناها می‌دانند؛ هر فرد در درون نظام معنایی زاده می‌شود که آن نظام معنایی از طریق مظاهر نمادینش به فهم آدمی درمی‌آید.^{۱۵} اما چگونه معنای مکان به وجود می‌آید؟ پاره‌ای از نظریه‌پردازان بر این اصل اعتقاد دارند که با طراحی محیط کالبدی، معنا به وجود می‌آید. از دیدگاه ایشان، ساختار کالبدی محیط همانند یک نشانه عمل کرده و باعث انتقال معنا می‌شود. بر این اساس، معنای مکان بر اثر توجه طراح به ویژگی‌های فیزیکی محیط از جمله ترکیب فرم، سایه و روشن، رنگ، صدا، نور و... شکل می‌گیرد. عده‌ای دیگر معتقدند که محیط خود به ذات معنایی ندارد، بلکه این انسان‌ها هستند که به آن معنی می‌دهند. در همین راستا گروهی معتقدند که معمار یا طراح با استفاده از نمادها و نشانه‌هایی، گاه به صورت کالبدی و گاه در قالب عملکرد، معانی را به محیط القا می‌کنند. گروهی دیگر نقش استفاده‌کنندگان از مکان را در شکل‌گیری معنای آن بسیار بااهمیت قلمداد می‌کنند. بنا به نظر ایشان، افراد مختلف بسته به نوع انگیزه‌ها و نیازهای مختلفی که دارند، قابلیت‌های مختلف محیط را ادراک کرده و با رفتاری که در راستای آن قابلیت در محیط از خود نشان می‌دهند، به آن محیط معنا می‌دهند (حیدری و بهدادفر ۱۳۹۵). 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 به وسیله آن‌ها تعریف می‌شود. الگوهای ذهنی در تعریف لینچ دربرگیرنده تمام مفاهیم و ارزش‌هایی است که شامل فرهنگ، منش، موقعیت و تجربه استفاده‌کنندگان از فضا است (لینچ ۱۳۷۶). راپاپورت نیز به نقش فرهنگ در شکل‌گیری معنای محیط اشاره می‌کند. او معتقد است ذهن آدمی با بهره‌گیری از طبقه‌بندی اشکال و انگاره‌ها، طرح‌واره‌هایی را پدید می‌آورد و از طریق همین طرح‌واره‌ها به محیط اطراف خود معنا می‌بخشد (Rapoport 1982). برخی دیگر معتقدند این طرح‌واره‌ها تا حدودی فطری و تا حدودی آموختنی هستند و پیوند ادراک و شناخت را برقرار می‌سازند، تصوراتی که مردم از محیط خود دارند نوعی طرح‌واره ذهنی است (لنگ ۱۳۸۱). ادراک، فرایند کسب اطلاعات از محیط اطراف انسان است که فرایندی فعال و هدفمند بوده و نقطه‌ای است که شناخت و واقعیت به هم می‌رسند (Neisser 1977). طرح‌واره‌ها نه تنها فرایندهای ادراکی، بلکه واکنش‌های احساسی و اعمال را هدایت می‌کنند و در مقابل، این واکنش‌ها، طرح‌واره‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند. احساسات و کنش‌های انسانی، توسط قابلیت‌های محیط طبیعی و ساخته‌شده، محیط فرهنگی و شخصیت درونی انسان محدود می‌شوند (لنگ ۱۳۸۱).

مکاتب فکری مختلف برای معنا، ریشه‌ها و تعاریف گوناگونی را ارائه داده‌اند. نظریه‌های تجربه‌گرا^{۱۶} معتقدند که معنا پس از ثبت ساختار آن توسط دریافت‌کننده به رویدادها داده می‌شود. پیروان مکتب کنش متقابل^{۱۷} بر این باورند که با وقوع ادراک، معنا نیز درک می‌شود و برای دادن معنایی جدید، تجربه گذشته در ادراک مداخله می‌کند. تحلیل درون‌نگر^{۱۸} می‌گوید که معانی قبلاً به وجود آمده‌اند. نظریه‌پردازان گشتالت معتقدند که معانی بیانی، حاصل عملکرد شخصیت هندسی محیط هستند. روانکاوان^{۱۹} ویژگی ناخودآگاه ذهن را در نظر می‌گیرند که خاطراتی در آن ثبت می‌شود و توسط روان، بیدار نگه داشته می‌شود (همان).

با توجه به اهمیت چگونگی کشف معانی مکان و تجربه آن‌ها، بررسی دیدگاه‌ها و نظریات گوناگون در خصوص سطوح مختلف معنا و روش‌های طبقه‌بندی آن‌ها ضروری می‌نماید (کلالی ۱۳۹۱). در این خصوص، یکی از طبقه‌بندی‌های مذکور توسط جیمز گیسون^{۲۰} در خصوص سطوح مختلف تعامل میان انسان و محیط ارائه شده است که دارای شش سطح از معنا بوده و سلسله‌مراتبی از سطوح افزایش‌یابنده، معنای محیط‌های شهری را از مراحل ادراک تا ارتباط با ارزش‌ها و مفاهیم غیر فضایی را شامل می‌شود. سطوح معنا بنا بر عقیده وی شامل معانی آنی و ابتدایی (مبیین ویژگی‌های آشکار فیزیکی)، معانی کارکردی (مبیین عملکرد و سودمندی پدیده)، معنای ابزاری (پاسخ‌گو به مقاصد و کاربردهای ویژه)، معنای ارزشی و عاطفی (مبیین جنبه‌های احساسی قابل درک از پدیده)، معنای نشانه‌ای (مبیین جنبه‌های نشانه‌ای پدیده) و معنای نمادین می‌گردد (Gibson 1950). رابرت هرشبرگر فهرست متفاوتی را بر اساس یک نظریه واسطه‌ای^{۲۱} ارائه کرده است؛ او پنج سطح معنا را تشخیص داده است که بعضی از آن‌ها، با سطوح معنای گیسون معادل‌اند. اول معنای ظاهری است که شامل ادراک شکل و فرم است (تقریباً شبیه سطح اول گیسون)؛ دوم معنای رجوع‌کننده (معادل سطح ششم گیسون)؛ سوم معنای عاطفی است؛ چهارم معنای ارزش‌مآبانه و اینکه آیا چیزی خوب است یا بد (شبیه سطح چهارم گیسون) و سطح پنجم، معنای تجویزی است. تفاوت مفهوم قابلیت محیط و مفهوم معنای تجویزی این است که اولی به امکانات رفتاری ساختار محیط بازمی‌گردد و دومی با اتکا به ساختار محیط، به درجه‌ای از اجبار در رفتار دلالت می‌کند (لنگ ۱۳۸۱).

با توجه به سطوح حس مکان و سطوح معانی موجود در مکان که در بالا به آن‌ها اشاره شد، می‌توان ارتباطی میان این دو مفهوم برقرار کرد که در جدول زیر آورده شده است:

جدول ۲: رابطه میان سطوح حس مکان و معانی شکل‌گرفته در آن

سطوح حس مکان	سطوح معانی موجود در مکان
بی‌تفاوتی به مکان	معنای آنی و ابتدایی
آگاهی از قرارگیری در یک مکان	معنای کارکردی
تعلق به مکان	معنای ابزاری
دلچسپی به مکان	معنای ارزشی و عاطفی
یکی شدن یا اهداف مکان	معنای نشانه‌ای و نمادین
حضور در مکان	
فداکاری برای مکان	

با شناخت معانی مختلف مکان و روند شکل‌گیری آن و نیز عوامل تأثیرگذار بر ادراک آن توسط افراد، می‌توان به خلق محیطی مطلوب دست یافت که هدف اصلی معماری و شهرسازی است. معماران و غیرمعماران و طراحان در فرایند طراحی محیط، بر اساس مبانی فکری خویش و با استفاده از عناصر و اجزای کالبدی، معانی را به صورت رمزی و نمادین به محیط القا می‌کنند. در مقابل کاربران نیز با رمزگشایی از نشانه‌های به کاررفته، معانی مورد نظر را ادراک و در مواردی نیز معانی جدیدی را از آن محیط برداشت می‌کنند (Amdur and Epstein-pliouchtch 2009). هرچه فرایند رمزگذاری و رمزگشایی به یکدیگر نزدیک‌تر باشد، معمار به رسالت خویش در خلق محیطی مطلوب برای کاربران، در سطح بهتری دست یافته است (حیدری و بهدادفر ۱۳۹۵).

معانی موجود در مکان ابعاد گوناگون فردی و اجتماعی دارند و زمانی که معانی موجود در مکان از بعد فردی به بعد

اجتماعی تبدیل شود و از حالت اختصاصی بودن خارج شود، می‌توان گفت مراتب بالایی از حس مکان در بین مخاطبان شکل گرفته و آن مکان با تمام ویژگی‌های عینی و ذهنی خود، به مکانی شاخص در بُعد منطقه‌ای، شهری و حتی جهانی مبدل می‌شود. از وجوه شکل‌گیری معنا در بعد فردی می‌توان به مواردی چون انطباق ویژگی‌های عینی و ذهنی مکان با طرح‌واره‌های ذهنی، شکل‌گیری حس مکان، احساس امنیت با حضور در مکان و خاطره‌مندی مکان اشاره کرد. از وجوه شکل‌گیری معنا در بُعد اجتماعی می‌توان به مواردی چون گرایش طرح‌واره‌های فردی به یکدیگر و مشترک شدن آن‌ها میان مخاطبان، شکل‌گیری مراتب بالای حس مکان، افزایش قابل توجه تعاملات اجتماعی و فعالیت‌های گروهی در مکان، جهت‌یابی و آدرس‌دهی به کمک آن مکان و تمایل به اختصاص قرارهایی در آن مکان اشاره کرد.

۳. خاطره و خاطرهٔ جمعی

واژه خاطره در لغت‌نامهٔ دهخدا به‌صورت زیر تعریف شده است: «اموری که بر شخص گذشته باشد و آثاری از آن در ذهن شخص مانده باشد، گذشته‌های آدمی، وقایع گذشته که شخص آن را دیده یا شنیده است، دیده‌های گذشته یا شنیده‌های گذشته» (دهخدا ۱۳۴۵). لغت‌نامهٔ آکسفورد، خاطره را این‌گونه تعریف کرده است: «قدرت انباشت اطلاعات در ذهن خودآگاه و توانایی به یاد آوردن آن‌ها به‌صورت ارادی، ذخیرهٔ تجارب گذشته برای کاربرد در آینده» (Oxford 1994). در هر دو تعریف، به وجود وقایع یا تجارب اشاره شده است؛ یعنی شکل‌گیری خاطره، مستلزم حدوث یک واقعه یا کشف یک تجربه است. به تعبیر دیگر، ابتدا واقعه و حادثه رخ می‌دهد و سبب می‌گردد تا خاطره شکل گیرد. خاطره هیچ‌گاه بی واقعه در خیال نقش نمی‌بندد و آن زمان که واقعه یا حادثه پایان می‌پذیرد و روزها از آن می‌گذرد، آنچه در ذهن باقی می‌ماند، فضایی است که واقعه یا حادثه در آن رخ داده است... خاطره‌ها مرجع انسان در تفکر به زندگی خویش هستند. زندگی انسان در محدوده‌ای مطرح می‌شود که خاطره‌ها در آن شکل گرفته باشند و خاطره بدون واقعه معنی ندارد (حبیبی ۱۳۷۸). هر اندازه، تعداد افراد درگیر در واقعه بیشتر باشد، اهمیت آن افزایش می‌یابد. اشیاء و فضاهای به‌جامانده از واقعه نیز دارای ارزش خواهند بود. گاه از یک خاطره، فقط اسامی و نام‌ها باقی می‌ماند. بسیاری از فضاهای شهری امروز، نام‌هایی دارند که یادآور خاطرات گذشتهٔ تاریخی آن‌هاست. بدین ترتیب، فرایند شکل‌گیری خاطره به‌صورت زیر است (میرمقتدایی ۱۳۸۸):

واقعه ← خاطره ← اشیاء، مکان‌ها، نام‌ها (یادآوری / تداعی خاطره)

خاطره صرفاً به واقعه وابسته نیست بلکه نشانه‌ها و علامت‌های شکلی را نیز در بر می‌گیرد. شرط لازم برای کاربرد مکان، به معنای حقیقی کلمه، «خاطره» است. باید نخست بتوانیم عناصر بنیادین را بشناسیم و تشخیص دهیم و این ممکن نیست مگر خاطره‌ای از آن‌ها داشته باشیم. عناصری که نشانه‌ها و علامت‌های شکلی مکان و در عین حال شاخص‌های آن به شمار می‌آیند (نوربرگ شولتز ۱۳۸۱، ۴۸).

خاطره ممکن است جمعی یا فردی باشد. هرچه تعداد افرادی که قادر به یادآوری خاطره هستند افزایش یابد، خاطره از قلمرو فردی خارج شده و به حوزهٔ جمعی وارد می‌شود. واژه خاطرهٔ جمعی^{۲۲} که برای اولین بار توسط موریس هالبوکس^{۲۳} در سال ۱۹۲۵ در کتاب چارچوب اجتماعی خاطره به کار رفته، به معنی خاطراتی است که گروهی از انسان‌ها در آن سهیم بوده، آن را به دیگران انتقال داده و در شکل‌گیری آن دخالت دارند. آلدو روسی^{۲۴} معمار نوزدگرای ایتالیایی، از نخستین کسانی است که مفهوم خاطرهٔ جمعی هالبوکس را وارد ادبیات معماری و شهرسازی نمود. روسی در بخشی از کتاب مشهورش، معماری شهر، از شهر به‌مثابهٔ تاریخ یاد کرده و به دو روش تاریخی نگاه به شهر اشاره می‌کند. نخست شهر به‌مثابهٔ یک عنصر مصنوع مادی که رد پای زمان روی آن به چشم می‌خورد و دوم، تاریخ به‌مثابهٔ مطالعهٔ ساختار شکل‌گیری مصنوعات شهر (حسینی کومله و ستوده علمباز ۱۳۹۲). از این‌رو در ادامه، به مفاهیم مرتبط با «خاطره، مکان و فضای شهری» پرداخته شده است.

– خاطره، مکان و فضای شهری

مکان، یک مفهوم انتزاعی و ذهنی نیست، بلکه اولین قرارگاه ارتباط مستقیم با جهان و محل زندگی انسان است.

به همین دلیل سرشار از معنا، واقعیت‌های کالبدی و تجربه‌های انسانی بوده و رابطه عمیقی با انسان برقرار می‌کند. مکان به‌عنوان ظرفی که دربرگیرنده وقایع و حوادث است، می‌تواند به حفظ خاطرات کمک کند. یک خاطره واضح و روشن، مستقیماً به یک مکان مشخص مربوط می‌شود. به عبارت دیگر، خاطره، مکان‌محور است یا حداقل به پشتوانه مکانی نیاز دارد (میرمقتدایی ۱۳۸۸).

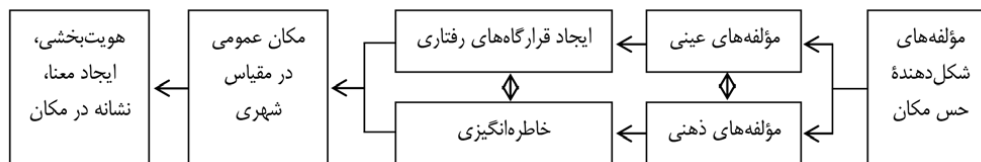
در واقع تجربه‌های مکانی، زمان‌مند و خاطره‌مدار هستند و از آنجا که در شکل‌گیری خاطره، شخصیت فرد با مکان درمی‌آمیزد، خاطره کارکردی بنیادین در یگانه‌پنداری فرد با محیط می‌یابد.^{۳۵} شکل‌گیری خاطرات در قلمرو سکونتگاه‌های جمعی، یعنی شهر و محلات آن امکان‌پذیر است. لذا همان‌طور که خاطرات جمعی ماهیت اجتماعی دارند، بستر شکل‌گیری آن‌ها نیز باید محل تعامل اجتماعی (یعنی شهر) باشد. از سویی دیگر، خاطرات جمعی معمولاً از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شوند. در این صورت سابقه سکونت در شهر، عامل تقویت خاطرات جمعی است. ساکنان قدیمی شهر، خاطرات سکونتگاه خود را به یاد آورده و نقل می‌کنند اما مهاجران و تازه‌واردان، خاطرات سکونتگاه قبلی خود را برای نسل جدید نقل کرده و از گذشته شهر خاطره‌ای ندارند. یادبودهای شهری (یادمان‌ها، سبک معماری بناها، دیوار نوشته‌ها، اسامی مکان‌ها) در این رابطه نقش مهمی دارند. با توجه به مطالب عنوان شده مبنی بر اینکه خاطره با واقعه یا تجربه‌ای در مقیاس فردی و یا جمعی در خیال نقش می‌بندد و ظرف وقوع واقعه، مکان است، می‌توان گفت ویژگی‌های ذهنی یک مکان یعنی تصاویر فردی و جمعی شکل‌گرفته در اذهان مخاطبان که وابسته به شرایط کالبدی آن مکان نیز هست، دلیلی بر شکل‌گیری و ثبت خاطره است که بنا بر تحقیقات میرمقتدایی این امر، در قالب دو ساختار اتفاق می‌افتد: ساختار اجتماعی و ساختار فضایی کالبدی. ساختار اجتماعی آن، بیشتر مختص اموری است که ویژگی‌های فردی و روابط بین انسان‌ها را شامل می‌شود همچون یادآوری و انتقال خاطرات، امنیت مکان و حضور مستمر در آن، جایگاه ویژه مکان در فرهنگ مردم و تمایل به گردهمایی در آن و احیای مراسم و آیین‌ها. ساختار فضایی کالبدی آن نیز بیشتر مختص اموری است که در ارتباط با مکان سرشار از خاطره رخ می‌دهد؛ همچون حفظ و احیای بناهای تاریخی، شکل‌گیری و توسعه مکان‌هایی با کاربری جمعی به‌واسطه تقویت خاطرات جمعی و حفظ نام‌ها و اسامی آن‌ها (میرمقتدایی ۱۳۸۸).

۴. تدوین چارچوب نظری

طبق مطالعات صورت‌گرفته، بین مؤلفه‌های شکل‌دهنده حس مکان، ایجاد قرارگاه‌های رفتاری (نتیجه ارتقای حس مکان در فضاهای شهری) و خاطره‌انگیزی، و در نهایت، شکل‌گیری سطوحی از معنا در فضاهای جمعی، رابطه‌ای معنادار وجود دارد. حس مکان متأثر از مؤلفه‌های عینی و ذهنی شکل می‌گیرد. مجموعه ویژگی‌ها و خصایص عینی یک مکان در ایجاد قرارگاه‌های رفتاری در آن مکان مؤثرند. در واقع هنگامی که ویژگی‌های عینی مکان، به شکلی خاص در ذهن مخاطب، جای گیرد و منجر به بروز رفتاری شاخص در آن مکان شود، آن مکان به یک قرارگاه رفتاری تبدیل شده است؛ زیرا یک قرارگاه رفتاری، دارای دو عنصر اساسی است: یک الگوی شاخص رفتار و یک محیط فیزیکی.

مجموعه ویژگی‌های ذهنی در خاطره‌انگیزی و ایجاد خاطره جمعی مؤثرند. در واقع، عوامل ادراکی و شناختی و ویژگی‌های ذهنی، آن دسته از عواملی هستند که در ساختار مکان، کاراکتر آن را شکل می‌دهند و از اهمیت بالایی برخوردارند؛ زیرا بدون وجود این کاراکتر، همه سطوح محیطی، جنبه انتزاعی پیدا خواهند کرد. در واقع زمانی که یک فضای شهری تبدیل به قرارگاهی رفتاری می‌شود، قابلیت شکل‌گیری خاطرات جمعی و فردی را در خود می‌پروراند و در پی آن یک مکان عمومی شهری پدید می‌آید، مکانی که می‌تواند برای گروه زیادی از مردم یک جامعه خاطره‌انگیز بوده و دارای هویتی شاخص گردد. در این وضعیت است که یک فضای شهری، نشانه‌ها و معانی‌ای را در خود جای می‌دهد که در رسیدن به آخرین سطح حس مکان یعنی فداکاری برای مکان، تأثیر بسزایی خواهد داشت. در واقع، معانی موجود در مکان ابعاد گوناگون فردی و اجتماعی دارند و زمانی که معانی موجود در مکان از بعد فردی به بعد اجتماعی تبدیل شود، می‌توان گفت مراتب بالایی از حس مکان در بین مخاطبان شکل گرفته و آن مکان با تمام ویژگی‌های عینی و ذهنی خود، به مکانی شاخص در مقیاس محله، شهر و حتی جهانی مبدل می‌شود. البته ذکر این

مطلب نیز ضروری است که تمامی این عوامل در عرض هم هستند و رابطه‌ای دوطرفه دارند. در تصویر زیر، چارچوب کلی این رابطه دوطرفه به صورت خلاصه آورده شده است:



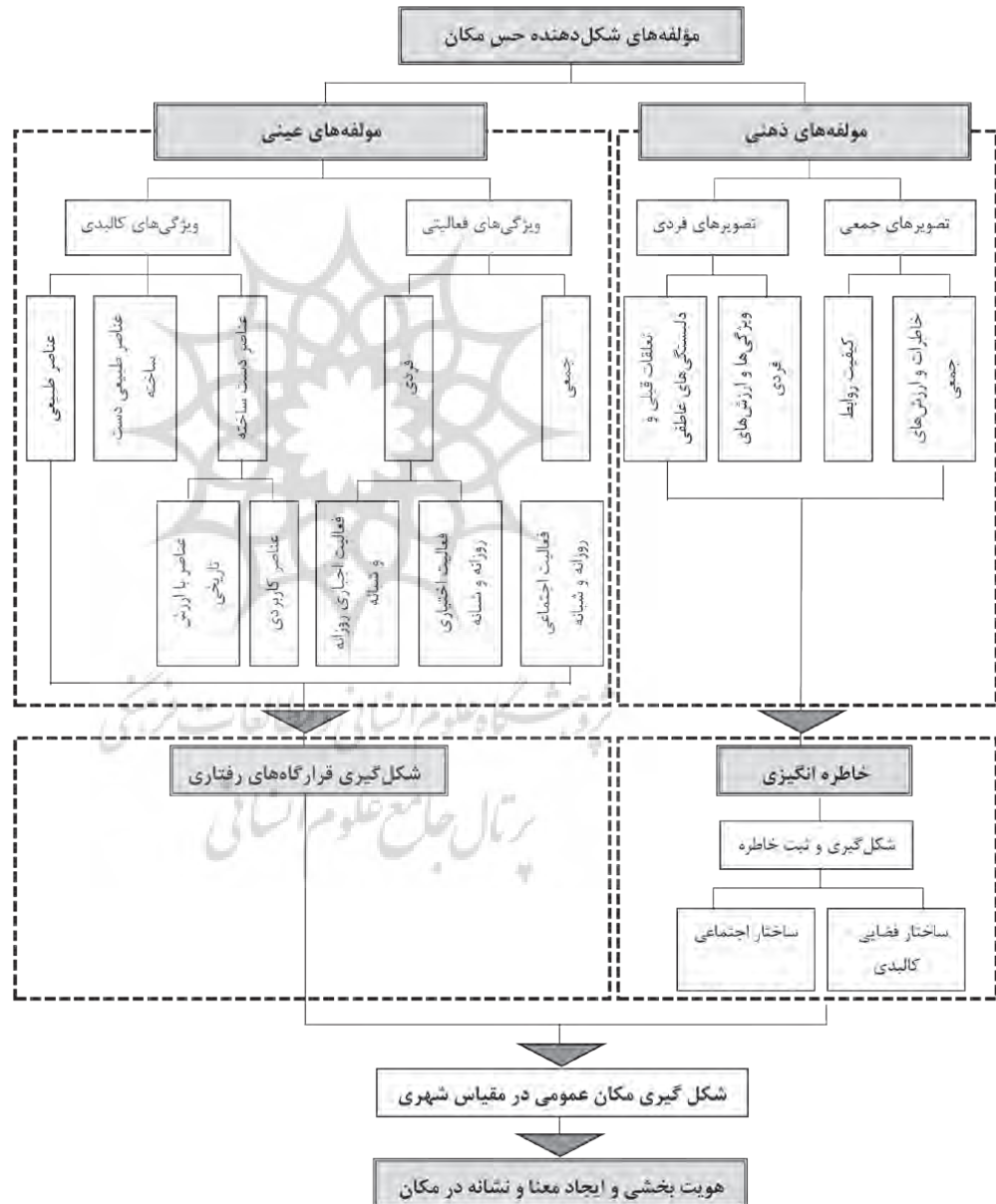
تصویر ۱: رابطه میان مؤلفه‌های شکل‌دهنده حس مکان، نشانه‌ها و قالب‌های تحقق آن

در جهت مصداق‌وار کردن تصویر بالا، هریک از عناوین آن، با استفاده از مطالعات بخش پیشینه پژوهش، به تفصیل دسته‌بندی و بسط داده شده است تا بتواند در مورد پژوهی‌ها استفاده شود.

یک مکان و به تبع آن حسی که توسط مخاطب به آن شکل می‌گیرد، وابسته به مؤلفه‌های عینی و ذهنی است. مؤلفه‌های عینی مکان را با الهام و تلخیص از نوشته‌های رلف (۱۹۷۶) می‌توان به دو دسته کلی ویژگی‌های کالبدی و ویژگی‌های فعالیتی تقسیم‌بندی کرد. ویژگی‌های کالبدی می‌توانند شامل عناصر طبیعی، عناصر طبیعی دست‌ساخته و عناصر دست‌ساخته بشر باشند. دست‌ساخته‌های انسان می‌توانند شامل بناهای بارز تاریخی و یا بناهایی باشند که با هدف رفع نیازهای انسان و هماهنگی با شرایط زمانه ساخته شوند. ویژگی‌های فعالیتی، ویژگی‌هایی هستند که شرایط فعالیت‌های فردی و جمعی را تأمین می‌کنند. فعالیت‌های فردی را می‌توان به دو بخش فعالیت‌های اجباری و اختیاری تقسیم کرد. فعالیت‌های جمعی فعالیت‌هایی هستند که باعث دعوت‌کنندگی مکان شده، با جذب حضور انسان‌ها، باعث بالا رفتن امنیت و مطلوبیت مکان می‌شوند و در تمام طول شبانه‌روز می‌توانند پاسخ‌گوی فعالیت‌های مخاطبین باشند. اگر تمامی موارد ذکر شده در قالب ویژگی‌های عینی، با کیفیت بالایی در یک مکان جاری شوند، آن مکان به یک قرارگاه رفتاری مبدل خواهد شد؛ زیرا همان طور که در بخش‌های قبل اشاره شد، یک قرارگاه رفتاری، دارای دو عنصر اساسی الگوی شاخص رفتاری و محیط فیزیکی است که می‌توان گفت الگوی شاخص رفتاری در پی ویژگی‌های فعالیتی مکان شکل می‌گیرد و محیط فیزیکی نیز تمام ویژگی‌های کالبدی مکان را شامل می‌شود.

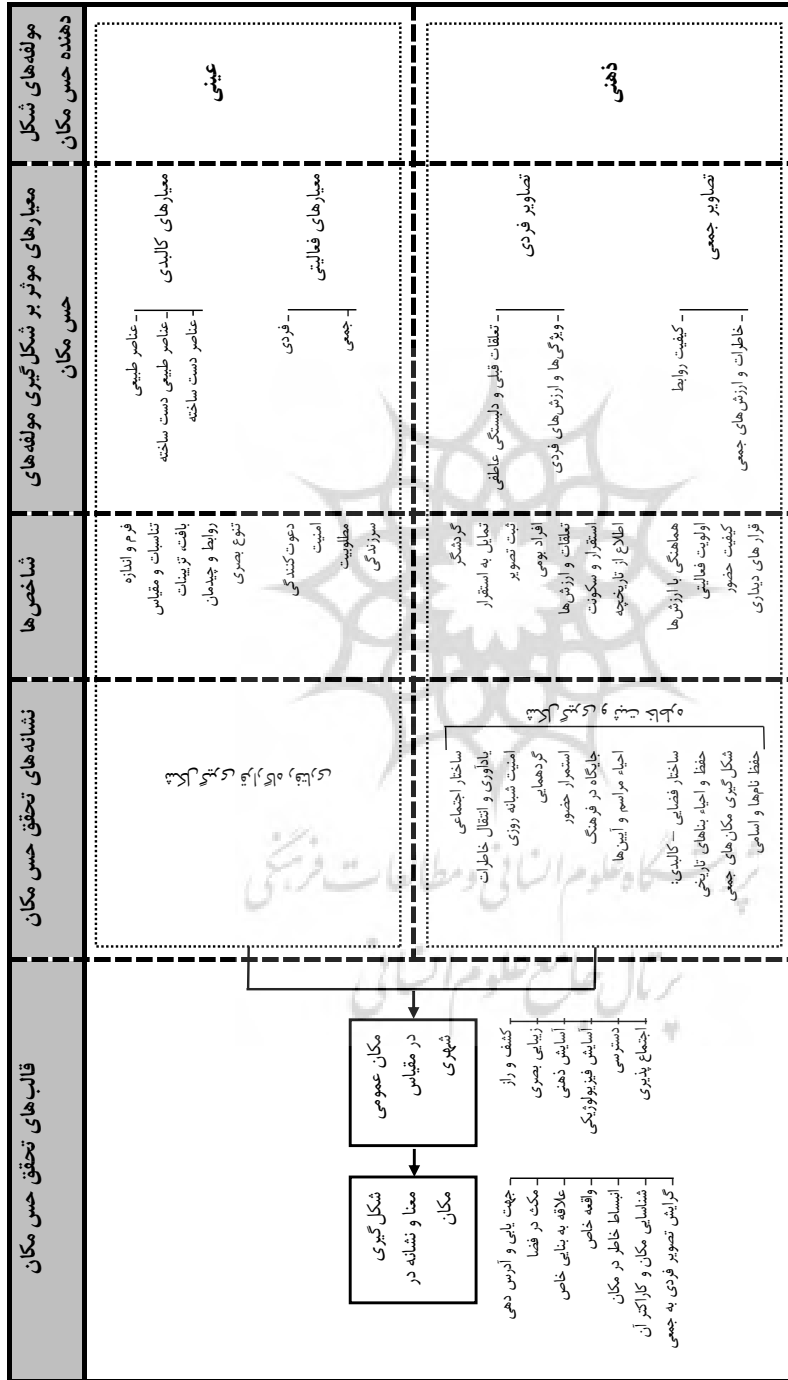
از طرفی، ویژگی‌های ذهنی یک مکان، وابسته به تصاویری هستند که از گذشته تا حال، در ذهن مخاطب شکل گرفته و می‌گیرند و به دو دسته کلی تصاویر فردی و تصاویر جمعی تقسیم می‌شوند. در واقع، مجموعه‌ای از مکانیزم‌های فرهنگی و اجتماعی بر شکل‌گیری تصاویر ذهنی اثر می‌گذارد و در رابطه‌ای متقابل میان مکان و تصاویر ذهنی، کاراکتر مکان شکل می‌گیرد. شکل‌گیری کاراکتری شاخص از مکان در ذهن مخاطب، در شکل‌گیری مراتب بالایی از حس مکان بسیار مؤثر است. تصاویر فردی شکل‌گرفته در مخاطب، وابسته به برخی تعلقات قبلی و دل‌بستگی‌های عاطفی مخاطب و همچنین ویژگی‌های فردی و ارزش‌هایی است که به مرور زمان در ذهن او شکل گرفته است. تصاویر جمعی نیز تابع روابط افراد با یکدیگر و خاطرات و ارزش‌های جمعی‌ای است که در ذهن آن‌ها نقش بسته است. مجموعه تصاویر فردی و جمعی شکل‌گرفته در ذهن مخاطب از یک مکان، موجب خاطره‌انگیزی آن مکان می‌شود و این خاطرات شکل‌گرفته، می‌توانند به مرور در ذهن مخاطب، ثبت و ماندگار شوند. امر انتزاعی شکل‌گیری و ثبت خاطرات نیز، با ساختار کالبدی و اجتماعی مکان و جامعه، ارتباط تنگاتنگی دارد. شکل‌گیری و ثبت خاطرات در بُعد کالبدی، موجب ایجاد و یا ارتقای مکان‌هایی با کاربری جمعی، تمایل افراد به حفظ این مکان‌ها و حفظ نام‌ها و اسامی آن‌ها می‌شود و در بُعد اجتماعی، موجب افزایش امنیت اجتماعی و ارتقای توانایی مکان در پذیرش مراسم و آیین‌ها در خود می‌گردد و وقایع تاریخی را در خود جای می‌دهد. همچنین، موجب استمرار سکونت افراد در یک مکان و شاخص شدن آن مکان در فرهنگ آن جامعه (برای مثال جایگاه شاخص در ادبیات و سینما) می‌شود. با توجه به تمامی مطالب بالا، اگر یک قرارگاه رفتاری، برای افراد جامعه خاطره‌انگیز شود، تبدیل به یک مکان عمومی

در مقیاس شهری می‌شود؛ مکانی که آسایش ذهنی و فیزیولوژیکی ایجاد می‌کند، باعث شکل‌گیری اشتغال فعال و غیرفعال می‌شود، سرشار از امنیت است، حس کنج‌کاوی مخاطب را با کشف و راز شکل گرفته در خود پاسخ می‌دهد، مطلوبیت اجتماعی دارد و مراتبی از زیبایی بصری را در خود جای داده است. در نهایت می‌توان گفت شکل‌گیری تمامی مراحل ذکرشده، موجب هویت‌بخشی به مکان و ایجاد معنا و نشانه در آن می‌شود. معانی‌ای که از بُعد فردی خارج شده و میان گروه زیادی از انسان‌ها مشترک می‌شود. معانی‌ای در سطح‌بندی‌های مختلف و کارایی‌های متفاوت؛ مراتب بالای این معانی، در ارتقای حس تعلق به مکان نقش بسزایی دارد. رابطه تمامی موارد مطرح‌شده را می‌توان در تصویر زیر مشاهده کرد.^{۲۶}



تصویر ۲: مدل مؤلفه‌های تأثیرگذار در پیدایش و تقویت حس مکان و هویت مکان

در جهت کاربردی‌تر کردن تصویر بالا، سعی شده معیارهای مؤثر بر مؤلفه‌های شکل‌دهنده حس مکان، شاخص‌ها، نشانه‌های تحقق حس مکان و در نهایت قالب‌های تحقق آن در تصویر ۳ آورده شود تا بتوان از آن‌ها در مورد پژوهی‌ها بهره برد.



تصویر ۳: بسط مؤلفه‌های شکل‌دهنده حس مکان، شاخص‌ها، نشانه‌ها و قالب‌های تحقق آن.^{۳۷}

۵. تعمیم چارچوب نظری پژوهش بر حاشیه رودخانه دز

در این بخش از مقاله، روی ساحل رودخانه دز در محدوده میان پل قدیم و پل جدید تمرکز شده است؛ به این ترتیب که برای سنجش معیارها و شاخص‌های مطرح‌شده در تصاویر بالا، سه نوع پرسشنامه طراحی شد که در ادامه به نحوه طراحی آن پرداخته می‌شود و پس از آن، نتایج پرسشنامه‌ها مورد تفسیر قرار می‌گیرد. این پرسشنامه‌ها برای سنجش نظریات سه گروه از مردم شامل دزفولی‌ها، دزفولی‌های ساکن تهران، و گردشگران طراحی شد. به‌رغم اینکه این پرسشنامه‌ها در برخی از بخش‌ها، تفاوت‌هایی ظاهری با یکدیگر داشتند، همه آن‌ها محورهای ثابتی را مورد سنجش قرار می‌دهند. انجام این تحقیق موردی به‌منظور کنترل، ارزیابی و قابلیت تعمیم بخش نظری پژوهش و مدل تدوین شده است.

۵.۱. طراحی پرسشنامه

برای طراحی پرسشنامه‌ها، ابتدا سعی شد مصادیق تصویر ۲ در ارتباط با رودخانه دز در محدوده میان پل قدیم و پل جدید شناسایی شود که در جدول ۳ آورده شده است. سپس، شاخص‌های مطرح‌شده، به سؤالاتی کاربردی تبدیل شدند به‌گونه‌ای که زمینه قرارگاه رفتاری رود و هشت عنصر اصلی مرتبط با رودخانه یعنی پل قدیم دزفول، رود فیروزه‌ای‌رنگ دز، آسیاب‌های مرمت‌نشده و مرمت‌شده، کت‌ها، سکوه‌های روی آب، پارک‌های ساحلی رعنا و محلات قدیم حول محدوده، مورد سنجش قرار گیرند.

جدول ۳: مصادیق زیرمجموعه‌های عنوان‌شده در تصویر ۲ در ارتباط با رودخانه دز (محدوده میان پل قدیم و پل جدید)

	عناصر طبیعی	آب فیروزه‌ای‌رنگ رودخانه
ویژگی‌های کالبدی	عناصر طبیعی دست‌ساخته	کت‌های حاشیه رود، پارک‌های ساحلی
	عناصر دست‌ساخته	عناصر تاریخی: پل قدیم، آسیاب‌ها، محلات قدیم، امازاده رودبند عناصر کاربردی: سکوه‌های روی آب، پل جدید، مراکز تفریحی و...
	فعالیت فردی	فعالیت اجباری: عبور و مرور، دادوستد و...
ویژگی‌های عینی	فعالیت اختیاری روزانه: شنا، قایق‌سواری، نظاره آب، بازدید از آثار تاریخی، ماهی‌گیری، پیاده‌روی	فعالیت اختیاری شبانه: شنا، قایق‌سواری، بازدید از آثار تاریخی، پیاده‌روی
	فعالیت جمعی	استفاده از کت‌ها و سکوه‌های روی آب، حضور در پارک ساحلی، بازدید از آثار تاریخی، پیاده‌روی دسته‌جمعی
تصویر فردی	تعلقات قبلی	محله سکونت در قدیم، تصاویر دوران کودکی، خاطرات نسل‌ها، ایام زنده‌تر بودن رود به‌دلیل وابستگی بیشتر به آن
	ویژگی فردی	سن، تحصیلات، محله و شهر سکونت، جنسیت و...
تصویر جمعی	روابط	روابط فAMILI و دوستی، گروه‌های اجتماعی مانند گروه‌های مذهبی و آیین‌های خاص آن‌ها در ارتباط با رود دز و...
	خاطرات جمعی	شنا کردن به‌صورت جمعی، حضور خانواده‌ها در کت‌ها و سکوه‌ها و نحوه گذراندن اوقات فراغت، ایام زنده‌تر بودن رود به‌دلیل فعال بودن آسیاب‌ها و پل قدیم و...

برای شناخت و تحلیل مؤلفه‌های عینی و ذهنی، سنجش میزان شکل‌گیری خاطره، ایجاد معنا و نشانه، و مراتب حس مکان شاخص‌هایی تدوین شده و مبتنی بر آن سؤالاتی طراحی گردید که در جدول ۴ به آن‌ها اشاره شده است.

جدول ۴: انطباق سؤالات پرسشنامه با شاخص‌ها و زیرمجموعه‌های مطرح‌شده

ویژگی‌های فرهنگی		ویژگی‌های مذهبی	
اطلاع از تاریخ و سرگذشت عناصر	سنجش	جلب توجه بیشتر	سنجش ویژگی‌های کالبدی برای رسیدن به قرارگاه رفتاری
انتقال خانه به مکانی خاص	تصویر فردی پاسخ دهندگان برای	پیوستگی میان عناصر و پیوستگی با زمینه	
محلۀ مورد علاقه در محدوده	دهندگان برای	تنوع عناصر حول رود	
انتخاب مکان جهت استقرار در آن	خاطره‌انگیزی مکان	انتخاب نوع کاربری	
عکس‌برداری از عناصر محدوده	عکس‌برداری از عناصر محدوده	سرزندگی محدوده در شب و روز (در تمام شبانه‌روز)	سنجش ویژگی‌های فعالیتی برای رسیدن به قرارگاه رفتاری
اختصاص قرارهای دوستانه یا خانوادگی	سنجش تصویر	برگزاری مراسم و آیین‌ها	
مورد توجه گروه‌های سنی مختلف	تصویر جمعی پاسخ دهندگان برای	انتخاب مکان برای استقرار در آن	
برگزاری مراسم و آیین‌ها	دهندگان برای		
حداکثر زمان حضور	خاطره‌انگیزی مکان		
حضور در محدوده با چه کسانی	مکان		
صرف هزینه در جهت ارتقای محدوده			
ویژگی‌های مکان		ویژگی‌های اجتماعی	
انتخاب عنصری به‌عنوان نماد شهر	معنای نمادین	تمایل به احیای کاربری	سنجش میزان شکل‌گیری خاطره در بعد فضایی کالبدی
پیشنهاد مراسم خاص حول رود	معنای کارکردی	صرف هزینه در جهت ارتقای محدوده	
آدرس‌دهی به‌وسیلهٔ عناصر حول رود	معنای نشانه‌ای	سال‌های زنده‌تر رود	
شکل‌گیری و مراتب معنا	ارزیابی شکل‌گیری و نشانه در مکان	سرزندگی محدوده در شب و روز	
تعلق خاطر به عنصر یا مکانی حول رود	معنای ارزشی	تداعی خاطرات گذشته	
معنای ارزشی		محدوده در اشعار و ضرب‌المثل‌ها	
تمایل به بردن مهمان به مکانی حول رود	معنای ابزاری و ارزشی	سال‌های زنده‌تر رود	سنجش میزان شکل‌گیری خاطره در بعد اجتماعی
معنای ابزاری و ارزشی		تداعی خاطرات گذشته	
مکانی مورد توجه گروه‌های سنی مختلف	معنای آبی و ارزشی	تقسیم‌بندی خاطرات مربوط به رود	
		حداکثر زمان حضور	
		برگزاری مراسم و آیین‌ها	
		انتقال خاطرات نسل به نسل	
ویژگی‌های اجتماعی		ویژگی‌های فداکاری	
تعلق به مکان	آگاهی از نمادها و احساس همراهی با مکان؛ تمایل به استقرار در محدودهٔ رود	تعلق به مکان	فداکاری برای مکان
دلبستگی به مکان	ارتباط عاطفی با مکان و منحصر به فرد بودن مکان؛ عکس‌برداری از محدوده، اختصاص قرارهای خانوادگی یا دوستانه به مکان؛ تعلق خاطر به مکان	یکی شدن با اهداف مکان	
یکدیگر را با اهداف مکان	تشخیص اهداف مکان و حمایت از مکان؛ مبارزه با ناهنجاری، یادآوری خاطرات	حضور در مکان	
حضور در مکان	تعهد به مکان و نقش فعال فرد در مکان؛ برگزاری مراسم و احیای آیین‌ها؛ حضور بدون محدودیت زمانی، علاقه به شب و روز محدوده به‌صورت یکسان		
فداکاری برای مکان	تعهد عمیق به مکان و رها کردن علایق برای مکان؛ صرف هزینهٔ شخصی برای مکان		

سؤالات هریک از این پرسشنامه‌ها، در سه بخش سؤالات چندگزینه‌ای، سؤالات تشریحی و سؤالات مرتبط با نقشه پاسخ داده شده‌اند. سؤالات چندگزینه‌ای به ده محور اصلی زیر می‌پردازند:

۱. عنصری که بیشترین جلب توجه را می‌کند، ۲. زمان مطلوب برای حضور (فصل، روز یا شب)، ۳. اولویت‌بندی فعالیت‌های انجام‌شده، ۴. ساعات حضور، ۵. گروه‌های غالب سنی حاضر در محدوده، ۶. پیوستگی عناصر با زمینه، ۷. کاربری پیشنهادی جدید، ۸. تمایل به سکونت در محل‌های حاشیة رود، ۹. گذاشتن قرارهای خانوادگی در محدوده، ۱۰. تمایل به صرف هزینه برای مرمت و بهبود کیفیت محیط.

سؤالات تشریحی به گونه‌ای نیمه‌ساختاریافته طرح شده و به موارد زیر معطوف بودند:

۱. انتخاب و معرفی نماد شهر، ۲. چگونگی صرف هزینه، ۳. احیای کاربری، ۴. ناهنجاری‌های محیط، ۵. محله مورد علاقه در شهر، ۶. خاطرات و انواع آن، ۷. سال‌های زنده‌تر رود، ۸. وقایع و مراسم انجام‌شده در محدوده، ۹. عناصری که برای آدرس‌دهی و به‌عنوان نشانه استفاده می‌شوند.

در بخش سؤالات مرتبط با نقشه نیز از پرسش‌شوندگان خواسته شد تا موارد زیر را در ارتباط با رودخانه و عناصر حاشیة آن در نقشه علامت‌گذاری کنند:

۱. محل استقرار، ۲. محل گرفتن عکس، ۳. محدوده قابل قبول برای حضور ماشین، ۴. تعلق خاطر بیشتر، ۵. یادآور خاطرات، ۶. نام محلی عناصر مختلف، ۷. بردن مهمان به آنجا، ۸. انتخاب محل مورد علاقه برای سکونت، ۹. محل حضور گروه‌های سنی مختلف.



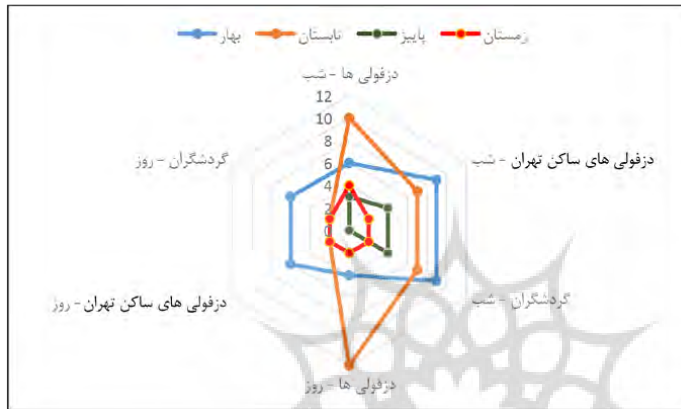
تصویر ۴: عناصر اصلی شکل‌دهنده قرارگاه رفتاری شاخص رودخانه دز

۲.۵. تفسیر پرسشنامه‌ها

همان‌طور که گفته شد، پرسشنامه‌ها برای نظرسنجی سه دسته از مردم شامل دزفولی‌ها، دزفولی‌های ساکن تهران، و گردشگران طراحی شد. تعداد کل پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه ۵۹ نفر بود که متناسب با دسته‌های فوق به ترتیب شامل ۲۵ نفر (۱۶ مرد و ۹ زن)، ۱۳ نفر (۷ مرد و ۶ زن) و ۲۱ نفر (۱۵ مرد و ۶ زن) هستند.

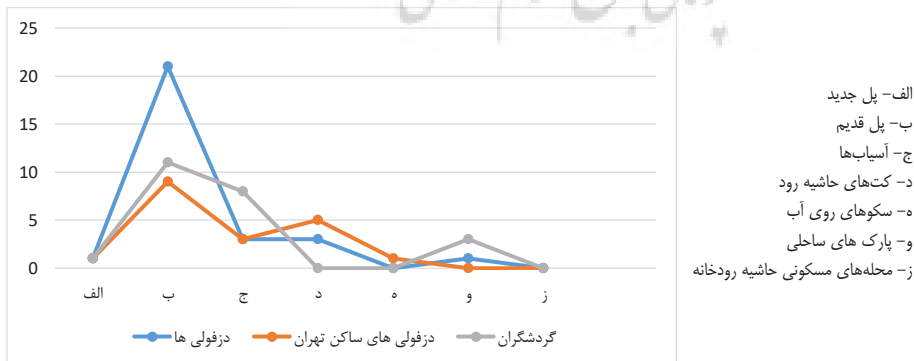
تحلیل پرسشنامه‌ها نشان داد که میان مشخصات فردی پاسخ‌دهندگان با پاسخ آن‌ها رابطه چشمگیری وجود ندارد؛ از این رو تحلیل و بررسی پاسخ‌ها در هر دسته به صورت کلی صورت گرفته و مشخصات فردی نظیر سن، جنس و میزان تحصیلات در آن لحاظ نشده است. همچنین تحلیل پرسشنامه‌ها نشان می‌دهد که نظریات سه دسته از مردمی که مورد مطالعه قرار گرفته‌اند، در اغلب موارد به یکدیگر نزدیک‌اند. البته در خصوص گردشگران باید گفت که تأثیر محل سکونت گردشگران بر نظریاتشان قابل تأمل است. از میان گردشگران، ۱۱ نفر ساکن شهرهای خوزستان

شوش، اهواز، اندیمشک) و بقیه ساکن شهرهایی دورتر (تهران، کرج، مشهد، ایلام، ارومیه و کاشان) بودند. نظریات گردشگرانی که ساکن شهرهای خوزستان هستند درباره سؤالات و بخش‌های مختلف پرسشنامه، به نظریات دزفولی‌ها (ساکن در دزفول و یا تهران) بسیار نزدیک است که شاید بتوان آن را نتیجه خاطرات مشترک منطقه‌ای و بومی، کیفیت رابطه آب و زندگی در این منطقه، و شرایط اقلیمی دانست. بر اساس نتایج حاصل از پرسشنامه‌ها، رودخانه دز، در شب از محبوبیت بیشتری برخوردار است. البته اهالی دزفول در روزهای تابستان نیز استقبال خوبی از رودخانه دارند.



تصویر ۵: نمودار استقبال مردم از رودخانه و حاشیه آن در روزها و شب‌های فصول مختلف سال

در بخش‌هایی از این پرسشنامه، جایگاه هشت عنصر اصلی شکل‌دهنده قرارگاه رفتاری رود دز در فاصله میان پل قدیم و جدید در زمینه ویژگی‌های عینی، ویژگی‌های ذهنی و شکل‌گیری و ثبت خاطره مورد بررسی قرار گرفته‌اند؛ در زمینه ویژگی‌های عینی، شاخص‌هایی همچون جلب توجه بیشتر، پیوستگی با زمینه قرارگیری و عناصر اطراف، تنوع بصری و سرزندگی در تمام شبانه‌روز به‌واسطه شکل‌گیری فعالیت‌ها حول خود، مورد سنجش قرار گرفته‌اند. با توجه به پاسخ‌ها می‌توان گفت پل قدیم و پس از آن، رود و آسیاب‌ها، به‌لحاظ ویژگی‌های عینی و به تبع آن، تبدیل شدن به قرارگاه رفتاری، در اولویت هستند. برای نمونه می‌توان به شاخص «جلب توجه بیشتر»، برای سنجش ویژگی‌های عینی عناصر مذکور اشاره کرد. همان‌طور که در تصویر ۶ مشاهده می‌شود، به‌ترتیب سه عنصر پل قدیم، آسیاب‌ها و کت‌ها بیشترین جلب توجه را دارند.^{۲۸}



تصویر ۶: میزان جلب توجه (یکی از شاخص‌های ویژگی‌های عینی) عناصر مرتبط با رودخانه

هشت عنصر ذکر شده در زمینه ویژگی‌های ذهنی، در مواردی همچون میزان اطلاع از تاریخچه عناصر، میزان تمایل به انتقال محل زندگی به نزدیکی آن‌ها، تمایل به استقرار در کنار عناصر و عکس‌برداری از آن‌ها برای ثبت تصویر آن‌ها در ذهن، میزان اختصاص قرارهای دیداری دوستانه یا خانوادگی حول آن‌ها، مورد توجه بودن عناصر بین گروه‌های سنی مختلف و تمایل به برگزاری مراسم و آیین‌هایی اختصاصی حول آن‌ها، مورد سنجش قرار گرفته‌اند؛ تحلیل پرسشنامه‌ها نشان می‌دهد آسیاب‌های مرمت‌شده و پارک ساحلی و پس از آن، پل قدیم، رود، کت‌ها و سکوها در اولویت هستند.

در زمینه شکل‌گیری و ثبت خاطره در ارتباط با این هشت عنصر، مواردی چون تمایل به احیای کاربری و صرف هزینه در جهت ارتقای آن‌ها، تداعی خاطرات گذشته با دیدن عناصر، حضور در کنار آن‌ها بدون محدودیت زمانی و تمایل به انتقال خاطرات در ارتباط با آن‌ها به نسل‌های آینده، مورد سنجش قرار گرفته‌اند که به روشنی می‌توان ارتباط میان ویژگی‌های ذهنی و خاطره‌انگیزی را از پاسخ‌ها درک کرد؛ زیرا در ارتباط با عناصر عنوان شده در بخش ویژگی‌های ذهنی یعنی آسیاب‌های مرمت‌شده و نشده، پل قدیم، کت‌ها، رود و پارک ساحلی، سطوح قابل قبولی از خاطره‌انگیزی با توجه به ویژگی‌های ذهنی آن‌ها شکل گرفته است.

جدول ۵: خلاصه سنجش عناصر اطراف رود در محدوده پل قدیم و پل جدید

عناصر حول رود و محدوده	پل قدیم	رود	آسیاب مرمت‌نشده	آسیاب مرمت‌شده	کت	سکو	پارک ساحلی	محلات قدیم
ویژگی‌های عینی	جلب توجه بیشتر							
	پیوستگی میان عناصر							
	تنوع عناصر حول رود							
ویژگی‌های ذهنی	سرزندگی در شبانه روز							
	اطلاع از تاریخ و سرگذشت							
	انتقال خانه به مکانی خاص							
	انتخاب مکان برای استقرار							
شکل‌گیری و ثبت خاطره	عکس‌برداری از عناصر							
	اختصاص قرارهای دیداری							
	مورد توجه گروه‌های سنی							
	برگزاری مراسم و آیین‌ها							
شکل‌گیری و ثبت خاطره	تمایل به احیای کاربری							
	صرف هزینه در جهت ارتقا							
	تداعی خاطرات گذشته							
	حضور بدون محدودیت زمانی							
انتقال خاطرات نسل به نسل								
تمایل به انتقال خاطرات بین نسل‌ها و تمایل به شنیدن خاطرات توسط نسل‌های جوان‌تر								

طبق آنچه درباره مراتب معنا در مکان در بخش نظری پژوهش بیان شد، می‌توان گفت معرفی عنصری به‌عنوان نماد شهر، تمایل به برگزاری مراسم‌های خاص در کنار یک عنصر، آدرس‌دهی و جهت‌یابی مخاطبان به‌وسیله یک عنصر، تعلق خاطر شاخص به یک عنصر، تمایل به بردن مهمان و عزیزان به مکانی و مورد توجه قرار گرفتن یک عنصر میان تمام گروه‌های سنی، به‌ترتیب مصداق شکل‌گیری معنای نمادین، معنای کارکردی، معنای نشانه‌ای،

معنای ارزشی، معنای ابزاری و ارزشی، و معنای آنی و ابتدایی می‌باشد که با توجه به این مصادیق، بالاترین سطح معنا (معنای نمادین) در ارتباط با چهار عنصر پل قدیم، رود، آسیاب‌های مرمت‌شده و مرمت‌نشده شکل گرفته است. همچنین بیشتر سطوح و مراتب معنا در ارتباط با این عناصر شکل گرفته و سایر عناصر یعنی کت، سکو و پارک ساحلی معنا دارای سطوح معنایی خوبی در میان مردم هستند.

طبق مراتب حس مکان و دسته‌بندی ذکرشده در بخش نظری پژوهش، می‌توان گفت انتخاب یک مکان برای استقرار در آن مصداق تعلق خاطر به مکان، عکس‌برداری از یک عنصر و ثبت آن در ذهن و همچنین اختصاص قرارهای دیداری و خانوادگی به یک مکان مصداق دلبستگی به مکان، مبارزه با ناهنجاری‌های ایجاد شده در مکان، تداعی خاطرات با قرارگیری در مکان و تعلق خاطر به آن، مصداق یکی شدن با اهداف مکان، تمایل به برگزاری مراسم و آیین‌ها، حضور بدون محدودیت زمانی در مکان و سرزندگی در تمام طول شبانه‌روز مصداق حضور کامل مخاطب در مکان و در نهایت تمایل به صرف هزینه شخصی جهت ارتقای یک مکان در تمام ابعاد خود، مصداق فداکاری برای مکان است.

جدول ۶: خلاصه سنجش عناصر اطراف رود دز در محدوده پل قدیم و پل جدید

عناصر حول رود و محدوده	پل قدیم	رود	آسیاب مرمت‌نشده	آسیاب مرمت‌شده	کت	سکو	پارک ساحلی	محلات قدیم
نماد شهر - معنای نمادین								
ایجاد معنا و نشانه در مکان								
مراسم خاص - معنای کارکردی								
آدرس‌دهی به وسیله عناصر - معنای نشانهای								
تعلق خاطر به عنصر - معنای ارزشی								
بردن مهمان به مکان - معنای ابزاری و ارزشی								
جذب گروه‌های سنی - معنای آنی و ارزشی								
تعلق به مکان								
انتخاب مکان برای استقرار								
عکس‌برداری از عناصر								
دلبستگی به مکان								
اختصاص قرارهای دیداری								
تعلق خاطر به عنصر								
مبارزه با ناهنجاری‌ها								
مبارزه با قلیان و حضور جوانان بی‌بندوبار، ارتقای بهداشت محدوده								
یکی شدن با اهداف مکان								
تداعی خاطرات گذشته								
تعلق خاطر به عنصر								
برگزاری مراسم و آیین‌ها								
حضور در مکان								
حضور بدون محدودیت زمانی								
سرزندگی در شبانه‌روز								
فداکاری برای مکان								
صرف هزینه شخصی برای ارتقای فضاها								
اظهار تمایل به صرف هزینه شخصی برای بهبود فضاها توسط اکثر پاسخ‌دهندگان دزفولی								

با توجه به مصادیق ذکرشده می‌توان گفت در ارتباط با تمامی این هشت عنصر، بالاترین سطح حس مکان یعنی فداکاری برای مکان شکل گرفته است. ضمن اینکه در ارتباط با پل قدیم و آسیاب‌های مرمت‌نشده و کت‌ها، سطوح متنوعی از حس مکان شکل گرفته که تمامی این نتایج، کاملاً هماهنگ با سطوح معنایی شکل گرفته در عناصر در

تصویر ۳ می‌باشد؛ یعنی هرچه ویژگی‌های عینی یک مکان و به تبع آن، قرارگاه رفتاری ایجادشده شاخص‌تر باشد و همچنین ویژگی‌های ذهنی و به تبع آن، خاطره‌انگیزی یک مکان شاخص باشد، آن مکان دارای سطوح گوناگون معنا و حس مکان می‌شود و به همین دلیل در ذهن مخاطب ماندگار.

نتیجه

از آنجایی که شاید بتوان گفت وظیفه اصلی معمار و شهرساز، ایجاد مکان‌هایی با مراتب بالای حس مکان و با کاراکتری پرمعنی و متمایز است، شناخت مؤلفه‌ها، معیارها و شاخص‌های تأثیرگذار بر آن‌ها و رابطه میانشان، از اهمیت فراوانی برخوردار است. در بسیاری از پژوهش‌ها، عوامل مؤثر بر حس مکان و ایجاد معنا و نشانه در مکان عنوان شده اما رابطه میان آن‌ها، مصادیقشان و چگونگی تحقق آن‌ها در بالاترین سطح خود در یک مکان، موضوعاتی است که کمتر به آن‌ها پرداخته شده است. به‌طور کلی می‌توان گفت مؤلفه‌های شکل‌دهنده حس مکان به دو قسم ویژگی‌های عینی و ذهنی تقسیم می‌شوند که ویژگی‌های عینی با تمام معیارها و شاخص‌هایش در ایجاد مکانی جهت بروز فعالیت‌های شاخص در آن یعنی ایجاد قرارگاه رفتاری مؤثر است. از طرفی، ویژگی‌های ذهنی نیز با تمام معیارها و شاخص‌هایش، در خاطره‌انگیزی یک مکان اثر می‌گذارد و این دو نشانه تحقق حس مکان (قرارگاه رفتاری و خاطره‌انگیزی)، یک مکان را از مقیاس فردی خارج کرده و به مکانی عمومی در مقیاس جمعی تبدیل می‌کند و در این صورت است که معانی و نشانه‌هایی مشترک میان مخاطبان در مکان پدیدار می‌شود. حال هرچه معانی شکل گرفته مراتب بالاتری داشته باشند، حس مکان شکل گرفته نیز در مرتبه بالاتری در مخاطب بروز می‌کند. در واقع تمامی مراحل بالا، به‌نوعی نحوه شکل‌گیری مراتب بالای حس مکان را نشان می‌دهد که بالاترین مرتبه آن، فداکاری برای مکان است و در این حالت است که یک مکان همیشه زنده و پویا می‌ماند و گذر زمان همواره پرده‌ای از اصالت را بر آن می‌کشد. تحقیق موردی حاضر نشان داد که رابطه معناداری میان سطح معانی شکل گرفته از یک مکان با سطح حس مکان، خاطره‌انگیزی و نیز پیدایش قرارگاه‌های رفتاری وجود دارد؛ به‌طوری که در میان آن دسته از عناصر حاشیه رودخانه دز که دارای سطح بالایی از معانی - یا همان معانی نامدین - هستند، بالاترین مرتبه حس مکان شکل گرفته است و هرچه سطح معانی موجود در یک مکان کاهش یافته، سطح حس مکان نیز تنزل یافته است. یافته این تحقیق می‌تواند تأییدی بر مدل پیشنهادی این مقاله باشد. بدیهی است تعمیم این تحقیق بر زمینه‌های دیگر و تعداد بیشتر می‌تواند نقاط پنهان ضعف و قوت مدل را شناسایی کرده و به تدقیق آن بینجامد.

پی‌نوشت‌ها

۱. شاید بتوان مارتین هایدگر را به‌عنوان آغازگر این مبحث به‌شمار آورد. او در مقاله «ساختن، سکنی گزیدن، و اندیشیدن» (هایدگر ۱۳۸۱) در پی پاسخ به این سؤال که مسئله اصلی معماری امروز چیست، به «سکنی گزیدن» اشاره می‌کند و چنین بیان می‌دارد که «مسئله این است که بشر سکنی گزیدن را فراموش کرده و از خانه ذات خویش دور شده است» (ریخته‌گران ۱۳۸۲، ۱۲۰). به دنبال این موضوع، وی مقوله مکان را مطرح می‌کند. نوربرگ شولتز، مفسر آراء هایدگر در معماری، مکان را تجلیگاه زیست جهان (Lebenswelt) دانسته و معماری را به‌عنوان هنری ایزاری، «هنر [شکل دادن به] مکان» برمی‌شمارد (نوربرگ شولتز ۱۳۸۱، ۳۱). پیدایش مفهوم مکان را می‌توان در رویکرد پدیدارشناسانه هایدگر جست‌وجو کرد اما در ادامه این مبحث، می‌توان به حوزه‌هایی همچون روان‌شناسی محیطی نیز ورود پیدا نمود و گسترش یافت.
۲. این ویژگی‌ها تصویری از مکان را در زمان پدید می‌آورد؛ تصویری که وجهی ثابت یا «همانی» دارد بی‌آنکه «این همان» باشد (همان، ۲۴۳).

3. Wahrnehmung
4. Corporeality
5. Supporting Case Study

۶. 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. مجموعه این عناصر با هم کاراکتر محیطی مکان را تعریف می‌کنند (پرتوی ۱۳۸۲).

7. Sense of Place

8. Comprehension of Place

۹. در گذشته از شخصیت ویژه یا جان مکان، تحت عنوان Genius Loci یا روح محل یاد می‌کردند.

10. Behavior Setting

۱۱. محیط فیزیکی ساختاری کالبدی است مرکب از سطوح مرتبط به هم و متشکل از الگوهای خاص که فضاهای باز و سبز، ساختمان‌ها، اتاق‌ها و چیدمان فضا را تشکیل می‌دهند. یک ترکیب فضایی، چیزهایی را برای استفاده‌کنندگان بالقوه تأمین می‌کند و چیزهای دیگری را تأمین نمی‌کند. قابلیت‌های محیط به دو دسته مستقیم و غیرمستقیم قابل تقسیم هستند. قابلیت‌های مستقیم، تأمین فعالیت‌ها توسط محیط است؛ درحالی‌که قابلیت غیرمستقیم، شامل چیزهایی چون معانی نمادین است که به همبستگی الگوها با یک مرجع و سودمندی یک الگو بستگی دارد. قرارگاه یا مکان رفتاری، ترکیبی پایدار از فعالیت و مکان در نظر گرفته شده است که شامل اجزای زیر است: فعالیتی بازگشت‌کننده و قابل تکرار یا الگوی جاری رفتار، طرح خاصی از محیط یا محیط کالبدی، رابطه‌ای سازگار بین این دو یا همساختی، دوره زمانی خاص. این بدین معناست که اگر الگوهای جاری رفتار در یک قرارگاه رفتاری در زمان‌های مختلف بروز نمایند، یک مکان کالبدی می‌تواند جزئی از چند قرارگاه یا مکان رفتاری باشد (لنگ ۱۳۸۱).

12. Fritz Steele

13. David Hummon

14. Jennifer E. Cross

۵۱. برای اطلاعات بیشتر نک: نوربرگ شولتز ۱۳۸۱.

16. Empiricist

17. Transactionalists

18. Introspective Analysis

19. Psychoanalysts

20. James Gibson

21. Mediatonal

22. Collective Memory

۲۳. Maurice Halbwachs؛ فیلسوف و جامعه‌شناس فرانسوی که به‌علت نظریات و کتابش درباره‌ی خاطره جمعی شناخته می‌شود.

24. Aldo Rossi

۲۵. در خصوص الزامات شکل‌گیری خاطره در مکان، نک: نوربرگ شولتز ۱۳۸۱، ۴۹.

۲۶. در تدوین این مدل، علاوه بر مطالعات ذکر شده و تحلیل نگارندگان، از سه مقاله زیر بهره گرفته شده است:
- پیربابایی، محمدتقی، و حسن سجاذزاده. ۱۳۹۰. تعلق جمعی به مکان، تحقق سکونت اجتماعی در محله سنتی، نشریه باغ نظر ۸ (۱۶): ۲۸-۱۷.

- میرزایی، شکوفه، سیاوش تیموری، و سعیده نژادستاری. ۱۳۹۱. معنا در مکان و آفرینش هویت: نمونه موردی بازار کرمانشاه. فصلنامه مطالعات ملی ۵۰ (۲): ۱۲۱-۱۴۱.

- محمدی، محمود و دیگران. (۱۳۹۱). فضاهای عمومی شهری، تحقق تعاملات اجتماعی در بافت‌های تاریخی، نشریه مرمت و معماری ایران (مرمت آثار و بافت‌های تاریخی فرهنگی) ۲ (۴): ۲۸-۱۵.

۲۷. درباره معیارها و شاخص‌های مطرح‌شده در این تصویر، بیان مطالب زیر خالی از لطف نیست:

- وقتی عنصری از لحاظ فرم و اندازه، بافت و مصالح و نحوه قرارگیری میان سایر عناصر، دارای پیوستگی با زمینه خود باشد، و همین طور تنوع بصری قابل قبولی را برای مخاطب خود ایجاد کند، باعث جلب توجه بیشتری شده و به‌عنوان عنصری شاخص مطرح می‌شود.

- به‌لحاظ ویژگی فعالیت، هنگامی که یک عنصر یا یک محدوده، مراتبی از دعوت‌کنندگی، امنیت، مطلوبیت، پاسخ‌گویی فعالیت و سرزندگی را داشته باشد، می‌تواند در کنار ویژگی‌های کلیدی خود، به یک قرارگاه رفتاری تبدیل شود.

- تصاویر فردی ایجادشده از یک مکان را می‌توان از دو منظر ارزیابی کرد: یکی برای کسی که بار اول است که با آن مکان مواجه می‌شود. تمایل چنین فردی به استقرار در آن مکان و عکس‌برداری از آن، می‌تواند نشان‌دهنده شکل‌گیری تصویری از آن مکان در ذهن فرد باشد؛ زیرا وقتی یک مکان یا محدوده برای ثبت تصویر کاندید می‌شود، به معنای ثبت ظاهر صرف آن نیست بلکه عکس‌برداری آن، به‌نوعی تصاویر ذهنی فرد را نیز برای او به یادگار خواهد گذاشت. تصاویر فردی از منظر بعدی، برای فردی که ساکن همان منطقه است (بومی) قابل بررسی است. اطلاع از تاریخ و سرگذشت یک عنصر، تمایل به استقرار و حتی سکونت در کنار آن و تعلق خاطر به یک مکان، از جمله شاخص‌هایی برای سنجش کیفیت تصویر فردی شکل‌گرفته در ذهن بومی‌های یک منطقه است.

- تصاویر جمعی ایجادشده از یک مکان را می‌توان با چهار شاخص اولویت‌های فعالیت، کیفیت حضور در مکان، تمایل به قرارهای دیداری خانوادگی یا دوستانه و رابطه میان مکان و ارزش‌های ذهنی گروهی از افراد سنجید؛ زیرا وقتی تمایل اکثر افراد برای حضور در مکانی به‌صورت جمعی باشد و کیفیت حضورشان در قالب گروه‌های خانوادگی یا دوستانه باشد، نشان می‌دهد تصاویر فردی ایجادشده از آن مکان برای تمامی افراد آن گروه مشترک بوده است. همین طور وقتی یک محدوده، طیف سنی وسیعی را در خود جای دهد، باز هم نشان از اشتراکات تصاویر ذهنی فردی و ایجاد تصاویر ذهنی جمعی مشترک در ذهن افراد و حتی گروه‌های سنی مختلف است.

۲۸. البته از نظر دزفولی‌های ساکن تهران، کت‌های حاشیه رودخانه اندکی بیش از آسیاب‌ها جلب توجه می‌کنند که شاید علت آن را بتوان در عدم حضور ایشان در محل و رجوع به خاطرات دانست. کت‌ها محل فعالیت افراد بوده؛ درحالی که آسیاب‌ها بیشتر از جنبه بصری و عینی مورد توجه قرار می‌گیرند. شاید با بسط این تحقیق نزد تعداد بیشتری از بومی‌های ساکن شهرهای دیگر بتوان چنین نتیجه گرفت که خاطره‌انگیزی از طریق وجوه کارکردی تأثیری ماندگارتر از سایر وجوه دارد.

منابع

- پرتوی، پروین. ۱۳۸۲. مکان و بی مکانی رویکردی پدیدارشناسانه. *هنرهای زیبا* ۱۴(۲): ۴۰-۵۰.
- حبیبی، رعناسادات. ۱۳۸۷. تصویرهای ذهنی و مفهوم مکان. *هنرهای زیبا* ۳۵(۳): ۳۹-۵۰.
- حبیبی، سید محسن. ۱۳۷۸. فضای شهری، حیات واقعه‌ای و خاطره جمعی. *صفه* ۹(۲۸): ۱۶-۲۱.
- حسینی کومله، مصطفی، و فاطمه ستوده علمباز. ۱۳۹۲. نقش خاطره جمعی در باززنده‌سازی بافت‌های شهری: ارائه راهکار در خصوص ناحیه تاریخی لاهیجان. *هنرهای زیبا* ۱۸(۴): ۷۹-۹۲.
- حیدری، علی‌اکبر، و نازگل بهدادفر. ۱۳۹۵. بررسی وجوه مختلف معنای مکان از دید معماران و غیر معماران، *باغ نظر* ۱۳(۴۳): ۱۱۷-۱۲۸.
- دانشپور، سید عبدالهادی، و مریم چرخچیان. ۱۳۸۶. فضاهای عمومی و عوامل مؤثر بر حیات جمعی. *باغ نظر* ۴(۷): ۱۹-۲۸.
- دانشپور سید عبدالهادی، منصور سپهری مقدم، و مریم چرخچیان. ۱۳۸۸. تبیین مدل دل‌بستگی به مکان و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن. *هنرهای زیبا* ۱(۳۸): ۳۷-۴۸.
- دهخدا، علی‌اکبر. ۱۳۴۵. *لغت‌نامه دهخدا*. جلد دوازدهم. تهران: دانشگاه تهران.
- رضایی، محمود. ۱۳۹۲. سنجش‌های پیاده‌پذیری: نقش پیاده‌راه‌سازی در بهبود حس مکان. *هنرهای زیبا* ۱۸(۴): ۱۵-۲۴.
- ریخته‌گران، محمدرضا. ۱۳۸۲. *پدیدارشناسی، هنر، مدرنیته*. تهران: ساقی.

- فلاحت، محمدصادق. ۱۳۸۵. مفهوم حس مکان و عوامل شکل‌دهنده آن. هنرهای زیبا ۲۶ (۲): ۵۷-۶۶.
- فلاحت، محمدصادق، لیلا کمالی، و صمد شهیدی. ۱۳۹۶. نقش مفهوم حس مکان در ارتقای کیفیت حفاظت معماری، باغ نظر ۱۴ (۴۶): ۱۵-۲۲.
- کلالی، پریسا، و آتوسا مدبری. ۱۳۹۱. تبیین نقش مؤلفه معنا در فرایند شکل‌گیری حس مکان، هنرهای زیبا ۱۷ (۲): ۴۳-۵۲.
- لنگ، جان. ۱۳۸۱. آفرینش نظریه معماری: نقش علوم رفتاری در طراحی محیط. ترجمه علیرضا عینی‌فر. تهران: دانشگاه تهران.
- لینچ، کوین. ۱۳۷۶. تئوری شکل خوب شهر. ترجمه سید حسین بحرینی. تهران: دانشگاه تهران.
- میر مقتدایی، مهتا. ۱۳۸۸. معیارهای سنجش امکان شکل‌گیری، ثبت و انتقال خاطرات جمعی در شهر. هنرهای زیبا ۳۷ (۱): ۵-۱۶.
- نوربرگ شولتز، کریستیان. ۱۳۸۱. معماری: حضور، زبان و مکان. ترجمه علیرضا سید احمدیان. تهران: معمار نشر.
- هایدگر، مارتین. ۱۳۸۱. شعر، زبان و اندیشه رهایی. ترجمه عباس منوچهری. تهران: مولی.
- Altman, Irwin, and Setha M. Low. 1992. *Place Attachment: Human behavior and Environment*. New York: Plenum Press.
- Amdur, Liron, and Marina Epstein-pliouchtch, M. 2009. Architects' Places, Users' Places: Place Meaning at the New Central Bus Station, Tel Aviv. *Journal of Urban Design* 14 (2): 147-161.
- Barker, Roger G. 1968. *Ecological Psychology: Concepts and methods for studying the environment of human behavior*, Stanford, CA: Stanford University Press.
- Canter, David. 1971. *The Psychology of place*. London: The Architectural Press.
- Cross, Jennifer E. 2001. *What is sense of place, Research on place & space*, Available at https://www.researchgate.net/publication/282980896_what_is_sense_of_place (accessed September 12, 2018)
- Car, Steohen. 1992. *Public Space*. Massachusetts: Cambridge University Press.
- Cheng, Antony S., and Steven E. Daniels. 2003. Examining the interaction between geographic scale and ways of knowing in ecosystem management: a case study of place-based collaborative planning. *Forest Science*. no. 49: 841-854.
- Cuba, Lee, and David M. Hummon. 1993. A place to call home: identification with dwelling, community and region. *Sociological Quarterly*. no. 34: 111-131.
- Gibson, James Jerome. 1950. *The Perception of the Visual World*. Boston: Houghton Mifflin.
- Hajer, Maarten, and Arnold Reijndorp. 2001. *In search of new public domain*. Rotterdam: NAI Publishers.
- Neisser, Ulrich. 1977. *Cognition and reality*. San Francisco: Freeman.
- Norberg-Shulz, Christian. 1997. *The phenomenon of place*. New York: Princeton Architectural Press.
- Oxford. 1994. *Oxford learner's dictionary of current English*. New York: Oxford University Press.
- Rapoport, Amos. 1982. *The meaning of the built environment: A nonverbal communications approach*. Beverly Hills, Ca: Sage.
- Relph, Edward. 1976. *Place and placelessness*. London: Pion.
- Salvesen, David. 2002. *The making of place. Research on place & space*. Available at <https://matr.net/news/the-making-of-place> (accessed January 12, 2018)
- Shamai, Shmuel. 1991. Sense of place: An empirical measurement, *Israel geoforum* vol 22: 347-358.

- Stedman, Richard C. 2002. Toward a social psychology of place: Predicting behavior from place-based cognitions, attitude, and identity. *Environment & Behavior* 34 (5): 561-581.
- Steele, Fritz. 1981. *The Sense of Place*. Boston: CBI Publishin Company.
- Tuan, Yi-Fu. 1977. *Space and place: The perspective of experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Whyte, William H. 1980. *Social life of small urban spaces*. New York: Project for public spaces Inc.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مطالعات معماری ایران

دو فصلنامه معماری ایرانی
شماره ۱۵ - بهار و تابستان ۹۸