

شناسایی و تحلیل عوامل موثر در شکل‌گیری حس مکانی در فضاهای عمومی شهری (مطالعه موردی: فرهنگسرای نیاوران، موزه هنرهای معاصر، تئاتر شهر)

امیر حسین صیاد^۱

پژوهشگر دکتری تخصصی معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت، ایران

افرا غریب پور

گروه معماری، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، ایران

مهسا دلشاد سیاهکلی

گروه معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد لاهیجان، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۲/۱۷

چکیده

حس مکانی مفهومی است کلی و پیچیده که در ارتقای کیفیت محیط‌های انسانی و در شکل‌گیری پایه‌های ارتباطی استفاده کنندگان از محیط و فضا تاثیر و نقش بسزایی دارد. حس مکانی باعث تبدیل فضا به مکان، شکل‌گیری حس تعلق به مکان و منجر به ایجاد هویت در افراد شده که از کیفیت فضا و چگونگی طراحی فضاها تأثیر می‌پذیرد. با توجه به اهمیت موضوع در مقاله حاضر، با هدف بررسی عوامل شکل‌دهنده حس مکانی و سنجش معیارهای شناسایی شده در فضاهای عمومی شهری (تئاتر شهر، فرهنگسرای نیاوران، موزه هنرهای معاصر) صورت گرفته است. روش تحقیق در مقاله حاضر توصیفی - تحلیلی و بر اساس مرور منابع کتابخانه‌ای و نظرسنجی از کارشناسان و متخصصین امر به روش میدانی انجام گرفته است. از مدل‌های تحلیل عاملی و سنجش سطح جذابیت به تحلیل داده‌های گردآوری شده پرداخته شد. نتایج حاصل از مدل نشان‌دهنده آنست که مهمترین عوامل تأثیرگذار در فرآیند شناخت، ارزیابی و ایجاد حس مکانی در فضاهای عمومی شهری، عامل کالبدی-محیطی، اجتماعی - فرهنگی و ذهنی - تجربی بوده و در فرآیند ایجاد حس مکانی عامل حس مکانی نسبت به عوامل دیگر شناسایی شده تأثیر بیشتری داشته و در ادامه نتایج حاصل از مدل سنجش سطح جذابیت نشان داد که در فرهنگسرای نیاوران و موزه هنرهای معاصر با توجه به عوامل شناسایی شده، رابطه عاطفی پیچیده‌ای فرد با فضا ایجاد می‌کند و فرد به مکان معنا می‌دهد و مکان برای او معنا دارد، ولی در تئاتر شهر، فرد با وجود اینکه می‌داند در یک مکان متمایز قرار گرفته است و نمادهای مکان را تشخیص می‌دهد ولی هیچ احساسی که او را به آن مکان متصل کند دیده نمی‌شود.

کلمات کلیدی: حس مکانی، فضاهای عمومی شهری، مدل سنجش سطح جذابیت، شهر تهران.

مقدمه

امروزه از دست رفتن مکان پیش از هر چیز در سطح شهر احساس می‌شود. قرارگاه مدرن به جای آنکه مکانی شهری باشد، به صورت خانه‌ی گسترده شده‌ای شرح و بسط یافت (نوربرگ شولتز، ۱۳۸۸: ۲۷۹). مفهوم مکان و حس مکان امروزه از مهمترین مسائل پیش رو در فضاهای شهری و معماری بوده و چالش بسیاری از متخصصان شهری و معماری می‌باشد. حس مکان نوعی رابطه میان انسان و مکان را تبیین می‌کند و به مفهوم پیوند عمیق عاطفی و حسی است که مابین فرد و مکان ایجاد می‌شود و با ایجاد این پیوند، محیط بیوفیزیکی برای فرد تبدیل به یک مکان دارای مشخصات و ویژگی‌های متمایز و عجیب با هستی و هویت فرد می‌گردد. نتیجه این حس برای افراد ایجاد امنیت، راحتی، آسایش زیستن در مکان و خودمانی شدن در مکان و انگیزه ماندن و زیستن در آن می‌شود (Ardoin, ۲۰۰۶: ۱۱۹). وجود حس مکان در فضاهای شهری و معماری در واقع موجب شکل‌گیری رابطه‌ای خاص بین فرد و محیط می‌گردد. این حس، عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می‌شود. حس مکان و تعلق مکانی علاوه بر اینکه موجب احساس راحتی از یک محیط می‌گردد، باعث دستیابی به هویت برای افراد می‌شود (فلاحت، ۱۳۸۵: ۱۱). این حس به عنوان عاملی مهم در شکل‌گیری پایه‌های ارتباطی انسان و محیط، زمینه ارتقا کیفیت محیط را فراهم می‌آورد. چرا که احساس عاطفی نسبت به مکان سبب می‌شود تا افراد ارتباطات و تعاملات نزدیک‌تری با شهروندان دیگر در فضاهای عمومی برقرار کند، پیوندهای اجتماعی قوی‌تری با مکان داشته باشند، و هنگام حضور در فضا احساس سرزندگی و شادکامی کند. ارتباط با مکان را می‌توان از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار داد. برای نمونه از لحاظ مقیاس می‌تواند بسیار بزرگ باشد (کشور - شهر)، اندازه متوسط (محله) داشته باشد یا حتی کوچکتر (خانه) باشد (پرتوی، ۱۳۸۸: ۶۲). آنها می‌توانند ملموس یا سمبولیک، تجربه شده یا تجربه نشده، شناخته یا ناشناخته باشد. در افراد مختلف، روابط حاصل از ارتباط با مکان‌های متنوع حس‌های متفاوت از هم ایجاد می‌کند. که به ویژگی‌های فیزیکی، اجتماعی و فرهنگی آن مکان مرتبط است. در حال حاضر بحران مکان به مفهوم فقدان معنی اجتماعی در فضا و زمان یکی از دلایل اصلی عدم توانایی فضاهای زیستی در فراهم آوردن محتوای لازم برای «باشیدن» انسان‌ها می‌گردد. فضاهای شهری ظرف فعالیت‌های شهری و بستری برای تعاملات اجتماعی و زمینه‌ساز شکل‌گیری سرمایه اجتماعی به شمار می‌آیند و میزان موفقیت فضاهای شهری با میزان استفاده از فضا و حضور انسان در آن متناسب است (رحیمی، ۱۳۹۹: ۶۹۱). در این میان می‌توان به این امر اشاره نمود که فضاهای عمومی شهری نقش فعالی در سلامتی شهر و شهروندان ایفا می‌کند. به خصوص که با رواج زندگی آپارتمانی دیگر در فضاهای سکونت جایی برای رسیدن به آرامش و تفریح وجود ندارد؛ انسان‌ها بیش از پیش به پارک و فضاهای عمومی شهری مراجعه می‌کنند و وقتی را در آن می‌گذرانند، می‌تواند به واسطه ارتباط قوی که از لحاظ کمی و کیفی با افراد ایجاد می‌کند به مکان خاص با ویژگی‌هایی متمایز از دیگر مکان‌ها تبدیل شود که پیوند با مکان و تعلق به آن را منجر می‌شود. بنابراین در این پژوهش هدف بررسی محیط کالبدی و حس مکان فضاهای عمومی شهری (فرهنگسرای نیاوران، موزه هنرهای معاصر و تئاتر شهر) بر اساس معیارهای حس مکان می‌باشد.

برای انجام پژوهش حاضر، از روش تحقیق نمونه موردی استفاده شده است؛ به طوری که با مطالعات کتابخانه‌ای و منابع الکترونیکی به جمع‌آوری اطلاعات پرداخته و در مرحله بعد، با بررسی میدانی مصادیق، تحلیل و بررسی شده

است. همچنین با تهیه پرسشنامه، نگرش مراجعان این فضاها انجام گرفت. در این بررسی، فض به عنوان کل و فضاهای تشکیل دهنده آن به عنوان اجزاء انتخاب شدند تا میزان اثرگذاری مکان بر مخاطب مشخص شود. کاربران و افراد مراجعه کننده به این فضاها به عنوان جامعه آماری هستند. ۳۸۱ نفر از کاربران این فضاها (برای هر مکان ۱۲۷ نفر بصورت تصادفی) به عنوان نمونه آماری انتخاب گردیدند. ابزار تجزیه و تحلیل در مقاله حاضر نرم افزار SPSS و EXCEL می‌باشد. از مدلهای تحلیل عاملی جهت تعیین موثرترین عامل استفاده می‌شود و سپس با استفاده از مدل سنجش سطح جذابیت به سنجش معیارها و عوامل شناسایی شده در فرهنگسرای نیاوران، تئاتر شهر و موزه هنرهای معاصر پرداخته می‌شود.

در راستای تحقیق حاضر سوال زیر مطرح می‌گردد:

- جایگاه عوامل ایجاد حس مکان و اهمیت آن‌ها نسبت به هم در فضاهای عمومی شهری چیست؟
 - چه تفاوتی بین فضاهای عمومی شهری مورد بررسی (تئاتر شهر، موزه هنرهای معاصر و فرهنگسرای نیاوران) به لحاظ شاخصهای حس مکانی وجود دارد؟
- اهدافی کلی تحقیق به شرح زیر میباشد:
- بررسی عوامل شکل‌دهنده حس مکان؛
 - سنجش معیارهای شناسایی شده در فضاهای عمومی شهری (تئاتر شهر، فرهنگسرای نیاوران، موزه هنرهای معاصر).

رویکرد نظری

پژوهشگران زیادی به مطالعه مکان، حس مکان و زمینه‌های شکل‌گیری آن در مقیاس‌های مختلفی چون خانه، محله، شهر، کشور و مکان‌های متفاوتی مانند محل کار، فضاهای آموزشی، فضاهای عمومی و تفریحی پرداخته‌اند. از تحقیقات انجام یافته در این رابطه، در داخل کشور می‌توان به "مدل مفهومی ارزیابی حس مکان بر اساس مؤلفه‌های کالبدی، ادراکی، عملکردی و اجتماعی (آیسم و میر غلامی، ۱۳۹۵) و "نقش طرح کالبدی در حس مکان در مسجد" (فلاح، ۱۳۸۴) و از تحقیقات در عرصه جهانی می‌توان به "حس مکان به عنوان یک نگرش: نگرش ساکنان ساحل دریاچه نسبت به املاکشان" (Jorgensen & Stedman, 2001) و "مقایسه مؤلفه‌های حس مکان در محلات مدرن و سنتی" (Ghoomi et al, 2015)؛ اسکانل و گیفورد در سال ۲۰۱۰ با ارائه یک چارچوب مفهومی متشکل از انسان، فرایند و مکان به بررسی و ارزیابی حس تعلق و دلبستگی به مکان پرداخته‌اند (Scanell & Gifford, 2010). هرناندز و همکاران در سال ۲۰۱۰ بر مفهوم سازی پیوند عاطفی - احساسی افراد با مکان‌ها پرداخته‌اند (Hernandez, 2010) اشاره نمود. راجان چیتراکر^۱ (۲۰۱۶) در پژوهشی به معنای حس مکان در فضاهای عمومی، در بافت‌ها شهری در حال تغییر پرداخت و به این نتیجه رسید که بیشتر ساکنان جدید محله درک درستی از اهمیت فضاهای عمومی در زندگی اجتماعی دارند و این دلیل را ناشی از حس مکان و حس اجتماعی محلاتی و نتیجه دیگر عوامل فردی می‌دانست. علیرغم پژوهش‌ها و مطالعات قابل ملاحظه در زمینه بررسی مفاهیم و ارزیابی متغیرهای حس مکان که به

¹ . Rajjan Man Chitrakar

برخی از آن‌ها اشاره گردید، به نظر می‌رسد جای خالی پژوهش‌هایی که به ارائه مدل ارزیابی و سنجش حس مکان در پارک‌ها بپردازند و اثرات عوامل مختلف مؤثر بر و متأثر از حس مکان تلاش کنند کاملاً محسوس است.

در همین راستا پژوهش‌هایی در زمینه شکل‌گیری حس مکان در پارک‌ها انجام یافته‌اند که بشرح زیر می‌باشد:

مکان بخشی از فضای جغرافیایی است و به صورت یک دستگاه و مجموعه محدود شده‌ای می‌باشد که در آن روابط اجتماعی، هویت و زندگی به وجود می‌آید (شکویی، ۱۳۸۶: ۲۸۷). مکان عنصر اصلی هویت ساکنان آن است. انسان با شناخت مکان میتواند به شناخت خود نائل شود (حبیبی، ۱۳۸۲: ۳۹). مکان جایی است که ما ادراکی کامل از هستی و بودن خود داشته باشیم. از دیدگاه پدیدارشناسانه، مکان کلتی است از اشیا و چیزهای ساخته واقعی ساخته شده و دارای مصالح، ماده، شکل، بافت و رنگ است. مجموعه این عناصر باهم کاراکتر محیطی مکان را تعریف میکنند. مکان دارای زمینه‌ای برای فعالیت‌هاست و عموماً دارای هویت شناختی بوده، دربرگیرنده عوالم اجتماعی متنوع و دارای تاریخی که گذشته، حال و آینده را به هم می‌پیوندد (سرمست و متوسلی، ۱۳۸۹: ۱۳۴). به طور کلی تعاریف مربوط به مکان را میتوان به دو دسته کلی تقسیم کرد (Sime, 2011):

۱. مکان به عنوان یک موقعیت جغرافیایی.

۲. مکان به عنوان ظرفی برای انتقال معنا.

محیط علاوه بر عناصر کالبدی شامل پیام‌ها، معانی و رمزهایی است که مردم بر اساس نقش‌ها، توقعات، انگیزه‌ها و دیگر عوامل، آن را رمزگشایی و درک می‌کنند و در مورد آن به قضاوت می‌پردازند. این حس کلی، که پس از ادراک و قضاوت نسبت به محیط خاص در فرد به وجود می‌آید، حس مکان نامیده میشود (سرمست و متوسلی، ۱۳۸۹: ۱۳۶). مفهوم حس مکان، پوشش عاطفی بین مردم و مکان را توضیح می‌دهد. مطالعات تجربی، حس مکان را ساختاری چند بعدی می‌داند که موجب ارتباط عاطفی با محیط جغرافیایی می‌شود و این ارتباط به خوبی با ارزش‌ها، نمادها و معنای فرهنگی هماهنگ شده است (McKercher, 2015: 53).

رویکردهای مختلف به حس مکان

نگاه علمی به پدیده پیوند افراد با مکان، مقوله تازه‌ای نیست؛ انواع دیدگاه‌ها در حوزه‌های علمی متفاوت مانند پدیدارشناسی، انسان‌شناسی، روانشناسی محیط، معماری، جامعه‌شناسی، جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری برای این مفهوم تعاریف متفاوتی را ارائه داده‌اند (Hidalgo and Hernandez, 2003: 273). در تمام علوم مورد اشاره رابطه انسان و محیط بر اساس تعامل و یک حس تجربی انسان از محیط مورد مطالعه قرار گرفته شده است. در این حالت انسان و محیط مجموعه‌ای واحد را به وجود آورده و هیچ یک به تنهایی قابل تعریف نیست. اما به دلیل آنکه تعریف‌های آن‌ها به کیفیات و مشخصات متفاوتی از مکان بر می‌گردد، سه نوع نگاه به حس مکان وجود دارد:

• حس مکان: احساس که از تفاوت‌های فضایی، جهت یابی فضا و درک آن به وجود می‌آید.

• روح مکان: پیوند با کیفیت‌های منحصر به فرد مکان و درک آن یا مشخصه آن مکان.

وابستگی به مکان: ادراک ذهنی از یک مکان و ارتباط فردی با آن بر اساس تجربی شخصی. وابستگی به مکان، ارتباط عاطفی پیچیده بین مردم و مکان است که فراتر از شناخت، اولویت و قضاوت است. دلبستگی به مکان همچنین اشاره به غنای معانی دارد که متأثر از آشنایی و تداوم مراجعه است (Lindsay, Gifford, 2014: 21). عناصر شکل‌دهنده

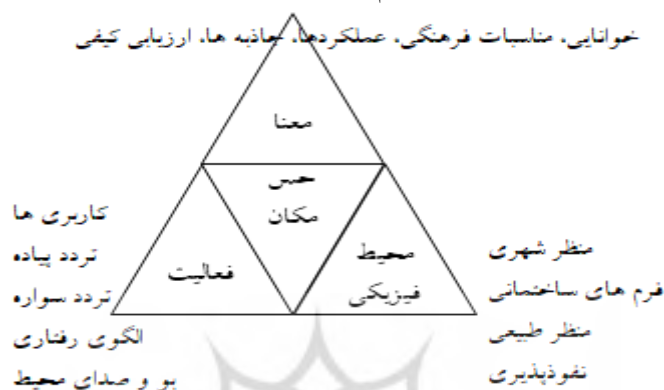
این سه گروه را می‌توان در درجه‌های متفاوتی از عناصر فیزیکی و فضایی تا عناصر شخصی و غیر مادی و ذهنی کنار هم قرار داد که ممکن است برای طراح، قابل کنترل و یا غیر قابل کنترل باشد (Steele, 1981:36). رلف بیان می‌کند که «مکان، ترکیبی است از جا، منظر، آیین، مسیر، افراد دیگر، تجربه شخصی، اهمیت دادن و پاسداری از کاشانه و زمینه‌ای برای دیگر مکان‌ها» وی بر این عقیده است که فهم مکان می‌تواند منجر به احیا و نگهداری مکان‌های موجود و خلق مکان‌های جدید گردد (Relph, 1976:29).

مکان زمانی مکان می‌شود که انسان در ارتباط با لایه‌های دیگر قرار گیرد. این لایه‌ها می‌تواند توسط فعالیت‌های مشترک با دیگر هم‌نوعان، در ارتباط با طبیعت قرار گرفتن و یا در کنج محیط مصنوع قرار گرفتن، نمایان و روشن شود و بدین صورت انسان با لایه‌های دیگر وجود خود که به نوعی دیگر در عالم خارج نیز وجود دارند، آشنا می‌شود و بدین ترتیب شناخت وی از محیط پیرامون و خویشتن افزون می‌گردد. کریستیان نوربرگ شولتز، حس مکان را پدیده-ای کلی با ارزش‌های ساختاری، فضایی و جوی می‌داند که انسان از طریق ادراک جهت‌یابی و شناسایی به آن نائل می‌گردد. حس مکان در طول زمان، یک حقیقت زنده باقی مانده است. حس مکان، زمانی بیشتر آشکار می‌شود که به دلایلی ریتم معمول زندگی به هم بخورد، مثلاً هنگامی که مکان به دلیل وقوع جنگ یا سوانح طبیعی تغییر یابد. کرمونا خصوصیات مکانهای عمومی موفق که منجر به ایجاد احساسات و دلبستگی به مکان میشود را در داشتن آسایش و تصویر ذهنی، دسترسی و پیوستگی، تنوع فعالیتها و معاشرت پذیری می‌داند (Carmona, 2010:168). شامای اظهار میدارد، حس مکان مخلوطی از احساسات خودآگاه و ناخودآگاه و دریافت‌ها (ادراک) است؛ مفهومی است غنی که چگونگی دریافت، تجربه و بیان افراد را شامل میشود و به یک مکان معنا میدهد. حس فرد از مکان روی نگرشها و رفتار وی در آن مکان تأثیر میگذارد (Shamai, 1991:347-358). مفهوم حس مکان از دیدگاه پدیدارشناسی به معنای حقیقت و ماهیت مکان می‌باشد که نشانی بر اهمیت معانی و پیام‌های موجود در مکان است. از این دیدگاه، یکی شدن انسان - محیط یا این همانی، موجب ظهور مکان میشود (Shahcheraghi & Bandarabad, 2017:19).

به عقیده روانشناسان محیطی، حس مکان بیش از تجربه شناختی است و عقاید فرهنگی مرتبط کننده افراد با محیط را شامل میشود و خصوصیات این محیط را در سه عامل مقیاس، اختصاصی بودن و قابل دسترس بودن بیان میکنند (Altman & Low, 1992). در متون روانشناسی محیطی به طور کلی مفهوم حس مکان ناظر بر دو موضوع اصلی است: نخست معنای مکان، یعنی معنایی که فرد به واسطه آن‌ها مکان را تصور و توصیف می‌کند. معنای مکان عمدتاً در پاسخ فرد به سئوالات توصیفی مانند «این مکان چه معنایی برایت دارد؟» یا «این مکان چگونه جایی است؟» جست و جو می‌شود. و دوم، نوع احساس و عمق رابطه فرد با مکان؛ یعنی تصور فرد از نسبتی که میان خود و آن مکان قائل است (گلرخ، ۱۳۹۸:۸). اثبات گرایان بیشتر عوامل کالبدی را در ایجاد حس مکان مؤثر دانسته اند. در این راستا، «استیل» مهمترین عوامل کالبدی مؤثر در ادراک و حس مکان را اندازه مکان، درجه محصوریت، تضاد، مقیاس، تناسب، مقیاس انسانی، بافت، رنگ و تنوع بصری معرفی میکند (Steel, 1981:11-12).

مدل های نظری حس مکان

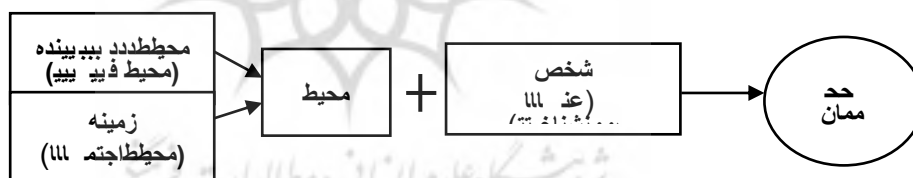
مدل‌های متنوعی جهت تبیین مؤلفه‌ها و شرح چگونگی ساز و کار آن‌ها در ایجاد حس مکان از سوی محققان ارائه شده است. در این میان مدل‌های ارائه شده از سوی پانتر^۱ (۱۹۹۱) و استیل (۱۹۸۱) از مدل‌های پایه‌ای در این مفهوم بوده و به صورت ساده و در عین حال روشن توانسته‌اند تا حدودی کلیات ابعاد حس مکان را شرح دهند. مدل پانتر (شکل شماره ۱) بر اساس سه وجه محیط فیزیکی، فعالیت‌ها و معانی شکل گرفته است. محیط فیزیکی عمدتاً بر مفاهیم منظری و فضایی ملموس دارد، وجه فعالیت‌ها شامل نوع کاربری و نیز جریانات رفتاری موجود در فضا بوده و وجه معنا نیز اشاره به عوامل درونی انسانی شامل مفاهیم فرهنگی و ادراکی دارد.



شکل شماره (۱): مدل حس مکان پانتر

منبع: (Punter, 1991)

در مدل ارائه شده توسط استیل^۲ مؤلفه محیطی فیزیکی و اجتماعی بیان شده است که در تعامل با مؤلفه مستقل "شخص" یا به عبارتی با عناصر روانشناختی انسان، حس مکان را بوجود می‌آورند.



شکل شماره (۲): مدل حس مکان استیل

منبع: (steele, 1981)

هر دو مدل ارائه شده به نوعی مؤلفه‌ها و عناصر همدیگر را پوشش می‌دهند و در تعریف رابطه تعاملی بین مؤلفه‌ها مشترک می‌باشند. سادگی و صراحت ارائه شده در مدل‌ها در فهم اولیه ساز و کار حس مکان مؤثر بوده ولی برای تبیین دقیق‌تر ساز و کار و همچنین روشن کردن عناصر شکل دهنده مؤلفه‌ها، به نظر می‌رسد نیاز به یک مدل دقیق‌تری که عناصر و کیفیات هر کدام از مؤلفه‌ها و چگونگی رابطه تعاملی آن‌ها با جزییات کامل‌تری تبیین شده می‌باشد.

متغیرهای مورد استفاده در سنجش حس مکان در پارک‌ها

نظر به کیفی بودن متغیرها، شاخص‌هایی با قابلیت اندازه‌گیری و سنجش در نظر گرفته شده و سئوال‌ات پرسشنامه با استفاده از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت بر این اساس طراحی شده است. ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مورد بررسی در این پژوهش به شرح جدول شماره ۱ ارائه شده است.

^۱ punter

^۲ steele

جدول شماره (۱): ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های سنجش عوامل موثر در شکل‌گیری حس مکان در فضاهای عمومی شهری

| ردیف | شاخصها | ردیف | شاخصها |
|------|--|------|--|
| 1 | وجود فضاهای تجسم پذیر در (منظور فضاهایی که از کیفیت و جاذبه‌های بصری سیمای شهری لازم برخوردار بوده که جاذب مردم برای حضور در آن مکان باشد). | 12 | احساس امنیت در فضا |
| 2 | همخوانی با فرهنگ بومی | 13 | امکان حرکت آرام در فضای بواسطه مسیرها و شیب‌راه |
| 3 | وجود نمادهای خاطره انگیز در مکان | 14 | میزان آشنایی و آگاهی افراد از فضا |
| 4 | وجود عناصر تاریخی در مکان | 15 | ارتباط فضای مورد مطالعه با جنبه‌های مختلف زندگی فرد |
| 5 | حس کنجکاوی در افراد | 16 | آرامش فضای مورد مطالعه به لحاظ دوری از هرج و مرج و تنشهای جامعه |
| 6 | وجود عناصر و فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی در مکان | 17 | شاخص بودن فضای مورد بررسی به عنوان نماد شهری |
| 7 | تنوع در جنس و رنگ مصالح بکار برده شده در بناها | 18 | امکان حضور گروه‌های سنی و جنسی مختلف در فضای مورد بحث |
| 8 | وجود عناصر طبیعی در مکان (یکی شدن با طبیعت) | 19 | بروز فعالیت‌های مختلف در فضای مورد بحث، قابلیت عملکردی فضا (استراحت، ورزش، بازدید و ...) |
| 9 | ابعاد و اندازه فضاهای طراحی شده در مکان | 20 | ارتباط بخش‌های مختلف فضا بواسطه ترکیب عناصر مجموعه |
| 10 | دینامیک بودن فضا (امکان حرکت افراد در فضا به واسطه مسیرها و شیب‌راه) | 21 | بروز اتفاقات معنادار در فضا |
| 11 | امکان بروز تعاملات اجتماعی فردی و جمعی در فضا | 22 | میزان رضایتمندی از زندگی |

منبع: یافته‌های پژوهش

روایی و پایایی ابزار سنجش

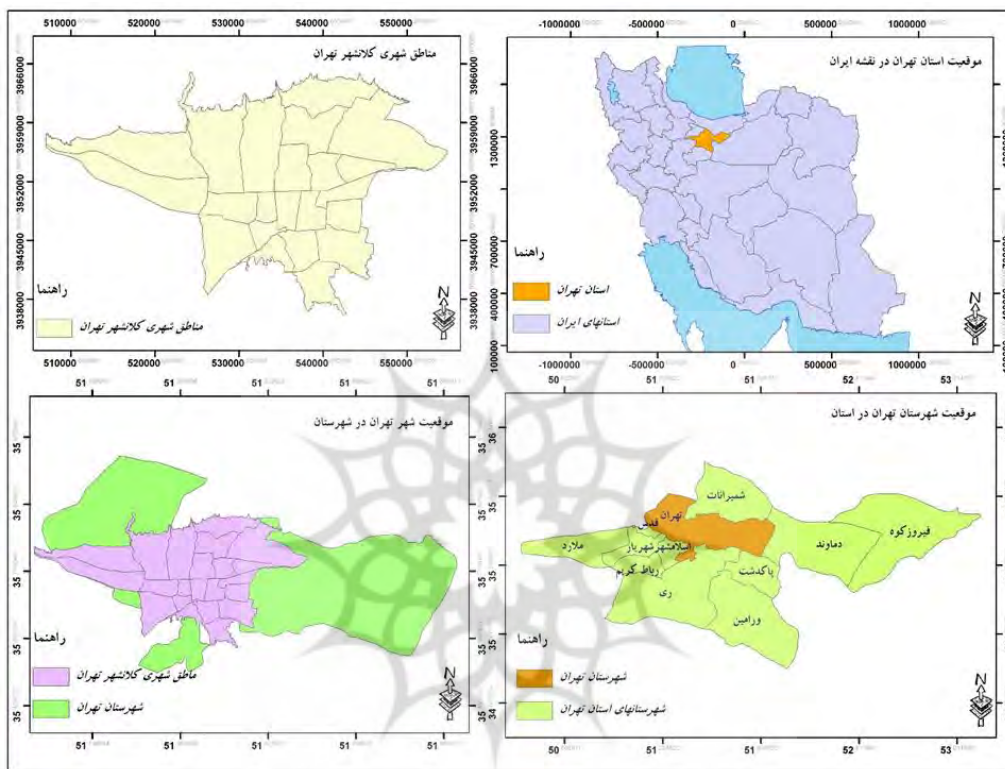
با توجه به ابعاد و مؤلفه‌های حس مکان و شاخص‌های مطرح شده ۲۹ سؤال طراحی و در اختیار محققان و کارشناسان قرار گرفت. با توجه به نظرات خبرگان در نهایت تعداد سئوال‌ات به ۲۲ سؤال کاهش یافت و روایی پرسشنامه تأیید گردید. برای تأیید پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ در مجموع برای فرهنگسرای نیاوران ۰.۶۸۷ و برای تئاتر شهر ۰.۷۱۴ و برای موزه هنرهای معاصر ۰.۷۰۶ محاسبه گردید. با توجه به میزان آلفای کرونباخ محاسبه شده برای هریک از گویه‌ها می‌توان گفت که همبستگی درونی گویه‌ها بالا و به عبارت دیگر ابزار پژوهش از پایایی خوبی برخوردار است.

معرفی محدوده مورد مطالعه

محدوده تحقیق حاضر شامل مجموعه فرهنگی و هنری فرهنگسرای نیاوران، موزه هنرهای معاصر و تئاتر شهر تهران در استان تهران، شهر تهران میباشند. تهران بزرگترین و مهم‌ترین شهر ایران و یکی از شهرهای بزرگ دنیاست. این بزرگی و اهمیت به دلیل موقعیت ویژه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و جغرافیایی آن و تمرکز امکانات در مقایسه با سایر نقاط کشور است. شهر تهران در دامنه جنوبی رشته کوه‌های البرز با متوسط متر ۱۱۹۰ ارتفاع از سطح دریا قرار گرفته و متوسط دمای تهران بین ۴- تا ۴۲+ درجه بوده است. بر اساس اطلاعات دریافتی از سایت رسمی شهرهای بزرگ دنیا، تهران به لحاظ مساحت صد و بیست و پنجمین کلان شهر دنیاست اما از نظر جمعیت در رتبه بیست و هشتم جهان قرار دارد و سومین کلان‌شهر پرجمعیت خاورمیانه و پرجمعیت‌ترین شهر باختر آسیا به‌شمار می‌رود. از نظر اداری تهران به ۲۲ منطقه و ۱۱۲ ناحیه شامل ری و تجریش تقسیم شده است و به‌همراه توابع خود جمعیتی برابر ۱۳، ۴۲۲، ۳۶۶ نفر و مساحتی برابر ۱۸، ۸۱۴ کیلومتر مربع دارد) مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). از دید ناهمواری‌های طبیعی، تهران به دو ناحیه‌ی کوهپایه‌ای و دشتی تقسیم می‌شود. به لحاظ آب و هوایی تهران دارای اقلیم نیمه‌خشک است. شمال شهر به دلیل ارتفاع بیشتر، خنک‌تر از دیگر مناطق شهر است. همچنین بافت نامتراکم، وجود باغ‌های کهن، بوستان‌ها، فضای سبز حاشیه‌ی بزرگراه‌ها و کم بودن فعالیت‌های صنعتی در شمال شهر کمک کرده‌اند تا هوای مناطق شمالی به‌طور متوسط ۲ تا ۳ درجه‌ی سانتی‌گراد خنک‌تر از مناطق جنوبی شهر باشد.

تهران یکی از مهم‌ترین مراکز گردشگری ایران به حساب می‌آید و دارای مجموعه‌ای از جاذبه‌های گردشگری است که شامل کاخ‌ها و موزه‌هایش می‌شود. برج آزادی نماد تهران است و از منشور کوروش بزرگ، برای نخستین‌بار در این مکان

پرده‌برداری شد. برج میلاد نیز نماد دیگر تهران و بلندترین برج ایران است. به عنوان یک مرکز سیاسی و اداری، مهم‌ترین نهادهای دولتی و قضایی ایران، همانند وزارتخانه‌ها و مجلس شورای اسلامی در این شهر واقع شده‌است. تهران در سال ۲۰۰۹ میلادی، میزبان ۶۴۶ هزار گردشگر خارجی بود و در سال ۲۰۱۲ این آمار به ۱۱/۱ میلیون تن تغییر یافت. افزایش پیوسته‌ی ورود گردشگران خارجی به این شهر باعث شد آمار این گردشگران در سال ۲۰۱۵ به ۵۱/۱ میلیون تن برسد. تهران با جذب ۶۴/۱ میلیون گردشگر در سال ۲۰۱۶ میلادی، یکی از مهم‌ترین شهرهای خاورمیانه در زمینه‌ی گردشگری بوده است. (برنامه راهبردی و عملیاتی شهر تهران، ۱۳۹۵).



شکل شماره (۳) موقعیت جغرافیایی شهر تهران. منبع: نگارندگان

موزه هنرهای معاصر

موزه‌ی هنرهای معاصر تهران یکی از سرشناس‌ترین موزه‌های ایران است. این موزه در سال ۱۳۵۶ در امیرآباد تهران بنا شد. بنای موزه را کامران دیبا در سبک معماری مدرن و با الهام از بادگیرهای کویری ایران طراحی کرد. ساختمان موزه‌ی هنرهای معاصر از نمونه‌های معماری نوین در ایران به شمار می‌رود. در این سازه، از معماری سنتی ایران و مفاهیم فلسفی همراه عناصر مدرن بهره گرفته شده است. علت انتخاب این فضاها به دلیل ویژگی‌هایی چون: قرارگیری در پر رفت و آمدترین نقاط شهر، دسترسی آسان، رجوع اقشار مختلف، ظرفیت بالای کاربری‌های جذاب جمعیت، قرارگیری مکان‌های گذارن اوقات فراغت و بافت معماری منحصر به فرد آنها می‌باشد.



شکل شماره (۴) نمایی از بنای موزه هنرهای معاصر. منبع: نگارندگان

فرهنگسرای نیاوران

فرهنگ سرای نیاوران بنایی است که در مجموعه نیاوران در شمال شرقی شهر تهران واقع است. این بنا از نظر طراحی معماری معاصر ایران دارای اهمیت می‌باشد. فرهنگسرای نیاوران نام مجموعه‌ای فرهنگی - هنری است که کار ساخت آن در سال ۱۳۵۵ آغاز گشت و در سال ۱۳۵۶ به پایان رسید. این بنا از نظر معماری و فعالیت‌هایی که در آن صورت گرفته و می‌گیرد دارای اهمیت بالایی است.



شکل شماره (۵) نمایی از بنای فرهنگسرای نیاوران. منبع: نگارندگان

بنای تئاتر شهر

این مجموعه در سال ۱۳۴۶ توسط علی سردار افخمی طراحی و در سال ۱۳۵۱ افتتاح شد. تئاتر شهر تهران، بزرگ‌ترین و مدرن‌ترین مجموعه نمایش تئاتر ایران است که بنایی استوانه‌ای و مدور دارد و به صورت حرفه‌ای برای اجرای نمایش طراحی شده است و جزء میراث فرهنگی کشور است.



شکل شماره (۶) نمایی از بنای تئاتر شهر تهران، منبع: نگارندگان

تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش

بطور کلی تحلیل عاملی، تکنیکی آماری است که معمولاً برای استخراج زیر مجموعه‌های غیرهمبسته معرف‌هایی که واریانس مشاهده شده در مجموعه داده اولیه را تبیین می‌کنند، مورد استفاده قرار می‌گیرد. در دهه ۱۹۵۰ لورنز در پژوهش‌های هواشناسی و اقلیم‌شناسی روش تحلیل عاملی را بکار برد. وی نام این روش را تابع تجربی غیر همبسته نامید، امتیاز این روش در این است که ضمن اینکه تعداد متغیرها را کاهش می‌دهد مقدار اولیه پراش موجود در داده‌های اصلی را حفظ می‌کند. در اغلب موارد نتایج نهایی فرایند تحلیل عاملی، به عنوان داده‌های اولیه روش خوشه بندی استفاده می‌شوند (پورطاهری، ۱۳۹۶: ۱۵۷). هر قدر مقدار همبستگی داخلی بین متغیرها نزدیک‌تر باشد، تعداد عامل‌های پدید آمده کمتر خواهد بود. معرف‌های مورد استفاده در پژوهش حاضر شامل ۲۲ معرف هستند که در جریان پیمایش از بین ۷۵ تن از کارشناسان، اساتید و دانشجویان دکتری در حوزه معماری و طراحی شهری، گردآوری شده‌اند. به منظور بررسی مناسب بودن داده‌ها در تحلیل اکتشافی، ابتدا شاخص کفایت نمونه برداری و آزمون ضریب بارتلت محاسبه شده تا پس از حصول اطمینان از توانایی انجام تحلیل اکتشافی، فرایند انجام تحلیل با شیوه تحلیل مؤلفه‌های اصلی ادامه خواهد یافت. ارزش KMO برای این مطالعه ۰/۸۶۹ و آزمون بارتلت که برای تشخیص مقدار همبستگی مدل عاملی پژوهش است ۲۲۶۵.۴۱۸ با سطح معناداری $0/001 \geq 0/001$ نشان می‌دهد که داده‌های بدست آمده برای تحلیل عاملی مناسب هستند. در جدول شماره (۲) ستون دوم جدول به مقدار ویژه اختصاص دارد. مقدار ویژه عبارت از واریانس مجموعه متغیرهای مشاهده شده، می‌باشد که توسط هر عامل تبیین شده است، اولین عامل همیشه بیشترین واریانس متغیرها را تبیین می‌کند و بنابراین بزرگترین مقدار ویژه را دارد. عامل دوم، بیشترین واریانس بعدی را تبیین می‌کند و همین‌طور الی آخر، بر اساس ملاک کیزر، عامل‌هایی که مقدار ویژه آنها کمتر از عدد (۱) است، در انتخاب عامل‌ها به حساب نمی‌آیند. ستون سوم به مقدار واریانسی اشاره دارد که هر عامل توانسته است نسبت به کل واریانس مجموعه متغیرها، آن را تبیین کند. ستون آخر درصد تجمعی واریانس را نشان می‌دهد، مقادیر این ستون، به درصد تراکمی و تجمعی هر مقدار واریانسی اشاره دارد که هر عامل توانسته است آن را تبیین کند.

جدول شماره (۲): مقادیر ویژه و واریانس تجمعی متغیرهای مورد بررسی

| عامل | مقادیر ویژه | درصد واریانس | درصد تجمعی واریانس |
|------|-------------|--------------|--------------------|
|------|-------------|--------------|--------------------|

| | | | |
|---|-------|-------|-------|
| ۱ | ۱۰.۵۲ | ۲۸.۶۸ | ۲۸.۶۸ |
| ۲ | ۷.۲۶ | ۱۹.۳۸ | ۴۸.۰۶ |
| ۳ | ۴.۶۷ | ۱۵.۲۴ | ۶۳.۳۰ |

منبع: یافته‌های پژوهش

نامگذاری عوامل

با توجه به بارهای عاملی، عامل اول ۱۰ متغیر را در برمی‌گیرد، متغیرهایی که در عامل اول قرار گرفته‌اند، مواردی هستند که به بخش کالبدی و محیطی، مربوط می‌شوند. بدین منظور عامل اول بعنوان عامل کالبدی- محیطی نامگذاری میشود. عامل دوم از ۶ متغیر شکل گرفته است که در آن همچنانکه ملاحظه میگردد تمامی متغیرها ماهیت اجتماعی - فرهنگی دارند که عامل دوم به عامل اجتماعی و فرهنگی نامگذاری میگردد. در نهایت عامل سوم که از ۶ متغیر را در بر گرفته است که با توجه به موارد عامل سوم تمامی متغیرهای ماهیت درونی و فردی داشته و بعنوان عامل ذهنی و تجربی نامگذاری میگردد (جدول شماره ۳).

جدول شماره (۳): بارهای عاملی هر یک از متغیرها در بررسی عوامل موثر در شکل‌گیری حس مکان در فضاهای عمومی شهری

| متغیرها | عامل اول | عامل دوم | عامل سوم |
|---|----------|----------|----------|
| وجود فضاهای تجسم پذیر در مکان (منظور فضاهایی که از کیفیت و جاذبه‌های بصری سیمای شهری لازم برخوردار بوده که جاذب مردم برای حضور در آن مکان باشد). | ۰.۷۱۸ | * | * |
| وجود عناصر تاریخی در مکان | ۰.۷۱۱ | * | * |
| وجود نمادهای شناخته انگیز در مکان | ۰.۶۹۲ | * | * |
| وجود عناصر طبیعی در مکان (یکی شدن با طبیعت) | ۰.۶۷۵ | * | * |
| امکان حرکت آرام در فضای بواسطه مسیرها و شیپراجه | ۰.۶۷۲ | * | * |
| ارتباط بخشهای مختلف فضا بواسطه ترکیب عناصر مجموعه | ۰.۶۵۹ | * | * |
| ابعاد و اندازه فضاهای طراحی شده در مکان | ۰.۶۲۴ | * | * |
| دینامیک بودن فضا(امکان حرکت افراد در فضا به واسطه مسیرها و شیپراجه) | ۰.۵۵۹ | * | * |
| تنوع در حس و رنگ مصالح بکار برده شده در بناها | ۰.۵۱۳ | * | * |
| شاخص بودن فضای مورد بررسی به عنوان نماد شهری | ۰.۴۸۶ | * | * |
| میزان رضایتمندی از زندگی | ۰.۶۸۵ | * | * |
| وجود عناصر و فعالیتهای اجتماعی و فرهنگی در مکان | ۰.۶۵۲ | * | * |
| بروز فعالیتهای مختلف در فضای مورد بحث، قابلیت عملکردی فضا(استراحت، ورزش، بازدید و ..) | ۰.۶۲۳ | * | * |
| امکان بروز تعاملات اجتماعی فردی و جمعی در فضا | ۰.۶۲۸ | * | * |
| بروز اتفاقات معنادار در فضا | ۰.۵۳۵ | * | * |
| امکان حضور گروه‌های سنی و جنسی مختلف در فضای مورد بحث | ۰.۴۹۹ | * | * |
| همخوانی با فرهنگ بومی | ۰.۶۷۹ | * | * |
| حس کنجکاو در افراد | ۰.۶۰۳ | * | * |
| آرامش فضای مورد مطالعه به لحاظ دوری از هرج و مرج و تنشهای جامعه | ۰.۵۹۳ | * | * |
| ارتباط فضای مورد مطالعه با جنبه‌های مختلف زندگی فرد | ۰.۵۷۱ | * | * |
| میزان آشنایی و آگاهی افراد از فضا | ۰.۵۴۴ | * | * |
| احساس امنیت در فضا | ۰.۵۳۲ | * | * |

منبع: یافته‌های پژوهش

همچنانکه از جدول شماره (۳) مشخص است در عامل کالبدی - محیطی بیشترین بار عاملی به متغیر وجود فضاهای تجسم پذیر در مکان با بار عاملی ۰.۷۱۸ اختصاص دارد و کمترین بار عاملی به متغیر شاخص بودن فضای مورد بررسی بعنوان نماد شهری با بار عاملی (۰.۴۸۶) اختصاص دارد. در عامل دوم نیز بیشتر بار عاملی را متغیر میزان رضایتمندی از زندگی (۰.۶۸۵) دربر گرفته است و کمترین بار عاملی به متغیر امکان حضور گروه‌های سنی و جنسی مختلف در فضای مورد بحث با بار عاملی ۰.۴۹۹ مربوط است. در نهایت در عامل سوم بیشترین مقدار بار

عاملی به متغیر همخوانی با فرهنگ بومی اختصاص دارد با مقدار ۰.۶۷۹ و کمترین بار عاملی نیز به متغیر احساس امنیت در فضا با بار عاملی ۰.۵۳۲ اختصاص دارد.

عامل کالبدی - محیطی

عامل محیطی و کالبدی یکی از مهمترین عوامل در ایجاد و تجربه سطوح مختلف مکانی است. در این عامل بیشتر تناسب، اندازه، نفوذپذیری، المانها و جزئیات فضای ایجاد شده و ... مدنظر هستند، برای مثال ترکیب و اندازه عناصر طراحی شده در ایجاد احساسات و تحرکات بدنی افراد تاثیر بسزایی میتواند داشته باشد در واقع فضاهای بزرگتر در ایجاد تأثیر سه بعدی قوی نقش کمتری دارند، هرچه فضای ایجاد شده بزرگتر باشد منجر به حس خرد شدگی و درهم کوبیدن فرد می‌شود و در ایجاد مفهوم فضایی نقش خیلی کمی دارد. شناخت محیط خارجی در واقع رفتار و یا پاسخی است که در اثر محرکهای داخلی و خارجی از انسان سر می‌زند و شناخت و بررسی خصوصیات فیزیکی و محیطی فضا و چگونگی واکنش انسان نسبت به آن است بنابراین کیفیت این فرستنده یکی از عوامل اصلی در بحث حس مکانی می‌باشد.

عامل ذهنی - تجربی

همانطور که در قسمت عامل کالبدی - محیطی اشاره شد، موضوع ادراک شامل بحث و بررسی خصوصیات فیزیکی محرک یا فرستنده و چگونگی پاسخ انسان به آن است. از طرفی خصوصیات روانی، آموخته‌ها، تجربه‌ها و انگیزه‌های فرد (گیرنده و معانی ذهن او) در موقعیت‌های اجتماعی و برداشت او را شامل می‌گردد. یکی از فاکتورهای مهم و اصلی در مورد عامل ذهنی و تجربی تصویر ذهنی است در واقع وقتی فرد یک شی را به طور روشن میبیند و با آن آشنا می‌شود، تصویر ذهنی ایجاد می‌گردد. باید دانست که تصاویر ذهنی ممکن است بصری نباشند، مثلا ممکن است سمعی باشند. افراد از صداهای آشنا تصاویرهای سمعی در ذهن دارند که می‌توانند به کمک آنها صداهای تازه را بازشناسند. با توجه به مواردی که در عامل ذهنی و تجربی مورد شناسایی قرار گرفته است در ایجاد تصاویر ذهنی تأثیر بسزایی داشته و در طراحی شهری و معماری ایجاد تصاویر ذهنی بصری بسیار در ایجاد ماندگاری خاطره بسیار مهم تلقی می‌گردد.

عامل اجتماعی - فرهنگی

حضور پر جنب و جوش زندگی، پویایی، تنوع و فعالیتهای گوناگون، حضور افراد و برخوردهای چهره به چهره در بستر مناسب بروز فعالیتهای اجتماعی در زمانها و مکان های مختلف فضا، کیفیتی است حاصل از وجود سرزندگی در فضاهای شهری است. در بحث ایجاد حس مکانی در فضاهای عمومی شهری، محرک بیرونی تنها به عامل کالبدی و فیزیکی اشاره ندارد، یکی از زمینه‌های اصلی ایجاد محرک در فرآیند ایجاد حس مکانی، زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی است.

سنجش عوامل شناسایی شده در فضاهای مورد بررسی

با توجه به بررسی و مطالعات کتابخانه‌ای، مشخص شده که حس مکانی مراحل مختلف دارد، که شامای ۳ مرحله اصلی مختلف آنرا شناسایی کرده که عبارتند از: تعلق به مکان، دلبستگی به مکان، تعهد به مکان، در ادامه پژوهش با توجه به متغیرها و عوامل شناسایی شده به سنجش سطوح حس مکانی در سه مکان که به عنوان فضاهای عمومی شهری (فرهنگسرای نیاوران، تئاتر شهر، موزه هنرهای معاصر) شناخته شده‌اند پرداخته می‌شود، که برای این منظور از

پرسشنامه محقق ساخته‌ای استفاده شده است، از مراجعان و بازدیدکنندگان این مکانها به عنوان نمونه آماری در طی چهار هفته بررسی بعمل آمد.

جهت بررسی سطوح حس مکانی در سه فضای مورد بررسی (موزه هنرهای معاصر، فرهنگسرای نیاوران و تئاتر شهر) که از نتایج نظرسنجی مراجعین به این مکانها (۳۸۱ نمونه آماری که برای هر پارک ۱۲۷ نمونه آماری مورد بررسی قرار گرفت) استخراج گردید، از مدل سنجش سطح جذابیت استفاده شد. قضاوت یا ارزیابی در خصوص سطوح مکانی فضاهای مورد بررسی، با معیارهای پیشنهادی که از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و مشورت با اساتید و متخصصین طراحی شهری و معماری بدست آمده، در بردارنده امتیازی میان عدد ۱ تا ۵ با توجه به وزن معیار خواهد بود. همچنین رتبه سطح جذابیت مبتنی بر سه گروه ۱ (سطح ۱) تا ۳ (سطح ۳) خواهد بود. همچنانکه در جدول شماره (۶) مشاهده می‌شود. با توجه به معیارهای مورد بررسی در بخش عامل کالبدی - محیطی، هیچ یک از فضاهای مورد بررسی به لحاظ عامل کالبدی - محیطی در سطح ۱ جذابیت قرار ندارند. فقط فرهنگسرای نیاوران و موزه هنرهای معاصر در سطح جذابیت قرار گرفته اند و تئاتر شهر در سطح سه جذابیت قرار گرفته است. نتایجی که از این بخش می‌توان گرفت این است که دو فضای فرهنگسرای نیاوران و موزه هنرهای معاصر با توجه به جزئیات طراحی و فضای پیرامون و معیارهای مورد بررسی، حالت دل‌بستگی به مکان را در مخاطب بوجود می‌آورد، که در این مرحله فرد رابطه عاطفی پیچیده با محیط پیرامون خود دارد، مکان برای او معنا دارد و محور فردیت است. ولی فضای تئاتر شهر با توجه به بررسی های میدانی، مخاطبین را در همچنین سطحی از حس مکانی قرار نمی‌دهد.

جدول شماره (۶): سنجش سطوح مکانی با توجه به عامل کالبدی

| مکان | جمع امتیازات | شاخص بودن فضای مورد بررسی به عنوان نماد شهری | تنوع جنس و رنگ مصالح بکار برده شده در بناها | ابعاد و اندازه فضاهای طراحی شده در مکان | ارتباط بخشهای مختلف فضا بواسطه ترکیب عناصر مجموعه | امکان حرکت آرام در فضای بواسطه مسیرها و شیب‌راه | وجود عناصر طبیعی در مکان (یکی شدن با طبیعت) | وجود نمادهای خاطره انگیز در مکان | وجود عناصر تاریخی در مکان | وجود فضاهای تجسم پذیر در مکان |
|-------------------|--------------|--|---|---|---|---|---|----------------------------------|---------------------------|-------------------------------|
| موزه هنرهای معاصر | ۳۴ | ۵ | ۳ | ۴ | ۳ | ۴ | ۲ | ۵ | ۵ | ۳ |
| فرهنگسرای نیاوران | ۳۸ | ۲ | ۴ | ۵ | ۵ | ۵ | ۵ | ۴ | ۳ | ۵ |
| تئاتر شهر | ۲۹ | ۴ | ۳ | ۵ | ۴ | ۴ | ۱ | ۳ | ۲ | ۳ |

منبع: یافته‌های پژوهش

در ادامه به بررسی معیارهای عامل اجتماعی - فرهنگی در سه فضای مورد بررسی پرداخته شده، همچنانکه در جدول فوق نشان داده است. تنها فرهنگسرای نیاوران به لحاظ عامل اجتماعی - فرهنگی در سطح یک قرار دارد و موزه هنرهای معاصر و تئاتر شهر در سطح ۲ جذابیت قرار دارند. در عامل اجتماعی - فرهنگی یکی از فاکتورهای اساسی میزان رضایتمندی از زندگی است که با توجه به بررسیهای میدانی این فاکتور نشان از کیفیت زندگی افراد است در فرهنگسرای نیاوران نسبت به دو فضای مورد بررسی بالاتر بوده و بیشترین مراجعین به این مکان از طبقات بالا و مرفه جامعه هستند، البته یکی از دلایل آن می‌تواند مکان‌گزینی فرهنگسرای نیاوران باشد، و قرارگیری کاربریهای پیرامون آن است ولی موزه هنرهای معاصر بعلاوه مجاورت در قلب تجاری شهر تهران و ماهیت تجاری کاربریهای پیرامونی، ماهیت وجودی خود را تقریباً از دست داده است.

جدول شماره (۷): سنجش سطوح مکانی با توجه به عامل اجتماعی - فرهنگی

| میزان رضایتمندی از زندگی | وجود عناصر و فعالیتهای اجتماعی و فرهنگی در مکان | بروز فعالیتهای مختلف در فضای مورد بحث، قابلیت عملکردی فضا | امکان بروز تعاملات اجتماعی فردی و جمعی در فضا | بروز اتفاقات معنادار در فضا | جنسی مختلف در فضای مورد بحث | جمع امتیازات | جذابیت |
|--------------------------|---|---|---|-----------------------------|-----------------------------|--------------|--------|
| موزه هنرهای معاصر | ۳ | ۲ | ۳ | ۲ | ۴ | ۱۶ | ۲ |
| فرهنگسرای نیاوران | ۴ | ۵ | ۵ | ۴ | ۵ | ۲۶ | ۱ |
| تئاتر شهر | ۳ | ۳ | ۴ | ۴ | ۲ | ۲۰ | ۲ |

منبع: یافته‌های پژوهش

در نهایت عامل ذهنی و تجربی مورد بررسی قرار گرفت، دو عامل اجتماعی - فرهنگی و کالبدی - محیطی بیشتر محرکهای بیرونی در فرآیند حس مکانی هستند، ولی عامل ذهنی - تجربی بیشتر محرک درونی و فردی بوده و بررسی بیشتر معیارهای مورد بررسی در این عامل ارتباطی با فضای مورد بررسی نداشته از جمله معیار میزان آشنایی و آگاهی افراد از فضا، حس کنجکاوی در افراد که در بحث شناخت و دریافت سطوح حس مکانی بیشتر محرکهای فردی هستند. در بررسی عامل ذهنی - تجربی در محدوده‌های مورد مطالعه، هر سه فضا در سطح عامل ذهنی و تجربی واقع شده اند، با این تفاوت که فرهنگسرای نیاوران با اختلاف زیادی نسبت به دو فضای مورد بررسی در سطح دو قرار گرفته است، با وجود هم سطح بودن این فضا با هم در این عامل، ولی فرهنگسرای نیاوران از کیفیت مطلوبی به لحاظ معیارهای مورد بررسی برخوردار است (جدول شماره ۸).

جدول شماره (۸): سنجش سطوح مکانی با توجه به عامل ذهنی - تجربی

| همخوانی با فرهنگ بومی | حس کنجکاوی در افراد | مطالعه به لحاظ دوری از هرج و مرج و تنشهای جامعه | مورد مطالعه با جنبه‌های مختلف زندگی فرد | ارتباط فضای مورد مطالعه با جنبه‌های مختلف زندگی فرد | میزان آشنایی و آگاهی افراد از فضا | احساس امنیت در فضا | جمع امتیازات | جذابیت |
|-----------------------|---------------------|---|---|---|-----------------------------------|--------------------|--------------|--------|
| موزه هنرهای معاصر | ۴ | ۴ | ۲ | ۴ | ۴ | ۲۳ | ۲۳ | ۲ |
| فرهنگسرای نیاوران | ۴ | ۵ | ۴ | ۴ | ۴ | ۲۴ | ۲۴ | ۲ |
| تئاتر شهر | ۳ | ۲ | ۲ | ۲ | ۲ | ۱۴ | ۱۴ | ۲ |

منبع: یافته‌های پژوهش

نتیجه‌گیری و دستاورد علمی پژوهش

در مقاله حاضر همچنان که در بخش مبانی نظری اشاره شد، ادراک اشیا به طور کلی، رفتار یا پاسخی است که همواره به دنبال اثر محرک داخلی یا خارجی (فرستنده) از انسان (گیرنده) سر می‌زند. موضوع ادراک شامل بحث و بررسی خصوصیات فیزیکی محرک یا فرستنده و چگونگی پاسخ انسان به آن است. از طرفی خصوصیات روانی، آموخته‌ها، تجربه‌ها و انگیزه‌های فرد (گیرنده و معانی ذهن او) در موقعیت‌های اجتماعی و برداشت او را شامل می‌گردد. بنابراین در مقاله حاضر به بررسی عوامل موثر در فرآیند شناخت و حس مکانی مورد بررسی پرداخته شده است؛ و بدین منظور ابتدا با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و نظرسنجی از اساتید و کارشناسان متخصص، پرسشنامه‌ای متشکل از معیارهای دخیل در امر شناخت و حس مکانی طراحی گردید. سپس با استفاده از نظرسنجی از ۷۵ تن از دانشجویان دکتری رشته معماری و شهرسازی (طراحی شهری) و اساتید و متخصصین به تکمیل و

نظرسنجی از افراد مذکور پرداخته شد و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار تحلیل آماری spss و مدل تحلیل عاملی استفاده گردید. نتایج حاصل از مدل تحلیل عاملی نشان داد که می‌توان ۲۲ معرف تاثیرگذار در امر شناخت و ایجاد حس مکانی را، به سه عامل محیطی - کالبدی، اجتماعی فرهنگی و ذهنی - تجربی تقلیل داد و می‌توان گفت این عوامل با زیرمجموعه‌های تشکیل دهنده آنها، فرآیند شناخت و ایجاد مراحل حس مکانی را بر عهده دارند. سه مرحله اصلی حس مکانی که توسط شامای پیشنهاد شده عبارتند از تعلق به مکان، دلبستگی به مکان، تعهد به مکان، که در ادامه با استفاده از مدل سنجش سطح جذابیت به بررسی عوامل شناسایی شده، در سه محدوده فرهنگسرای نیاوران، تئاتر شهر، موزه هنرهای معاصر در شهر تهران پرداخته شد. نتایج حاصل از مدل سطح جذابیت در عامل محیطی - کالبدی حاکی از آن است که فرهنگسرای نیاوران و موزه هنرهای معاصر در سطح ۲ جذابیت و تئاتر شهر در سطح ۳، به لحاظ عامل اجتماعی - فرهنگی فرهنگسرای نیاوران در سطح ۱ و موزه هنرهای معاصر و تئاتر شهر در سطح ۲ و از بعد ذهنی - تجربی هر سه فضای مورد مطالعه در سطح ۲ جذابیت قرار دارند در فرهنگسرای نیاوران و موزه هنرهای معاصر با توجه به عوامل شناسایی شده، رابطه عاطفی پیچیده‌ای فرد با فضا ایجاد می‌کند و فرد به مکان معنا می‌دهد و مکان برای او معنا دارد، فرد اهداف مکان را تشخیص داده و درآمیختگی و پیوستگی با اهداف مکان در فرد بوجود می‌آید، نتایج حاصل از بررسی‌های میدانی از فضای تئاتر شهر نشان می‌دهد که فرد در مرحله اول سطوح مکانی شناسایی شده توسط شامای قرار دارد. در واقع فرد با وجود اینکه می‌داند در یک مکان متمایز قرار گرفته است و نمادهای مکان را تشخیص می‌دهد ولی هیچ احساسی که او را به آن مکان متصل کند دیده نمی‌شود و با وجود اینکه فرد می‌داند در یک مکان مستقر است ولی آگاهی فرد از مکان در حد یک آدرس و موقعیت است، البته به لحاظ معماری و ساخت شناسی و مصالح بکار برده شده در بنای تئاتر شهر بسیار قابل توجه می‌باشد ولی به علت موقعیت و همجواری کاربری‌های پیرامونی و عوامل اجتماعی و فرهنگی، میزان شناخت و دریافت حس مکانی این فضا، نسبت به دو فضای مورد بررسی پایین است. در نهایت می‌توان گفت که ظرفیت ادراک و شرایط ادراکی تعیین کننده عواملی هستند که یک ناظر می‌بایستی شرایط مشخص را ادراک کند. و ابعاد کالبدی و محیطی فضاها و زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی افراد از یک طرف به عنوان محرک‌های خارجی در فرآیند حس مکانی دخالت دارند و عامل بعدی میزان آمادگی ذهنی افراد است که متشکل از ارزش‌ها، معیارها، اولویت‌ها، تجارب، اهداف و در نهایت استعدادها و حالت روحی ناظر است. نتیجه مقاله حاضر با نتیجه تحقیق معروفی و بایزیدی با عنوان سنجش تداوم حضور در فضاهای عمومی شهری و عوامل مؤثر بر آن (نمونه موردی: پارک خانواده شهر مهاباد) همسویی داشته که در مقاله خود به این امر تأکید داشته‌اند که اگرچه دلبستگی و و خاطره‌انگیزی فضا تا حد زیادی بستگی به ادراکات و احساسات مختلف شخصی افراد از فضا دارد اما می‌توان با تقویت کلیه عوامل بر دلبستگی و خاطره‌انگیزی فضاهای عمومی شهری به داشتن احساس خوب و مثبت کاربران از ماندن در فضا نیز کمک شایانی نمود.

۴۴۲ فصلنامه علمی - پژوهشی جغرافیای و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال یازدهم، شماره دو، بهار ۱۴۰۰

- آیتم، معصومه؛ میر غلامی، مرتضی (۱۳۹۵). مدل ارزیابی حس مکان بر اساس مؤلفه‌های کالبدی، ادراکی، عملکردی و اجتماعی، نمونه موردی: خیابان امام ارومیه. مدیریت شهری، دوره ۵، شماره ۱۹، صص ۸۰-۶۹.
- پرتوی، پروین (۱۳۸۸). پدیدارشناسی مکان، فرهنگستان هنر، تهران.
- حیبی سید محسن (۱۳۸۲). چگونگی الگوپذیری و تجدیدی سازمان استخوان‌بندی محله، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۱۳، صص ۳۹-۳۲.
- رحیمی، هومن (۱۳۹۹)، بررسی و تحلیل مؤلفه‌های فضای عمومی شهری به جهت دستیابی به تعاملات اجتماعی (نمونه موردی: منطقه ۲۱ تهران، فصلنامه علمی و پژوهشی جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، سال دهم، شماره ۴، پاییز ۹۹، صص ۶۹۲-۷۰۸.
- سرمست، بهرام؛ محمد مهدی، متوسلی (۱۳۸۹). بررسی و تحلیل نقش مقیاس شهر در میزان حس تعلق به مکان، مطالعه موردی: شهر تهران، مدیریت شهری، دوره ۸، شماره ۲۶، صص ۱۶۴-۱۳۳.
- شکویی، حسین (۱۳۸۶). فلسفه‌های محیطی و مکتب‌های جغرافیایی، تهران، نشر گیتا شناسی.
- شهرداری کلانشهر تهران (۱۳۹۴). برنامه راهبردی و عملیاتی شهر تهران.
- فلاح، محمدصادق (۱۳۸۴). نقش طرح کالبدی در حس مکان مسجد، فصلنامه هنرهای زیبا، شماره ۲۲، صص ۴۲-۳۵.
- فلاح، محمدصادق (۱۳۸۵). مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۶، صص ۶۶-۵۷.
- گلرخ، شمیم (۱۳۹۸). کاربست معیارهای ترجیحات محیطی در ارزیابی کیفی فضای شهری، با تأکید بر حس مکان. فصلنامه علمی - پژوهشی شهرسازی صفا، سال ۲۹، شماره ۸۵، صص ۹۴-۷۷.
- لینچ، کوین (۱۳۷۶). تئوری شکل خوب شهر. ترجمه سید حسین بحرینی، انتشارات دانشگاه تهران.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۵). سالنامه آماری استان تهران.
- معروفی، سیامند، بایزیدی، قادر (۱۳۹۷)، سنجش تداوم حضور در فضاهای عمومی شهری و عوامل مؤثر بر آن (نمونه موردی: پارک خانواده شهر مهاباد)، سال هشتم، شماره ۴ پاییز ۱۳۹۷، صص ۲۳۷، ۲۵۴.
- نوربرگ شولتز، کریستین (۱۳۸۸). روح مکان. به سوی ژدیدارشناسی معماری، ترجمه: محمدرضا شیرازی، رخداندنو، تهران.
- Altman, I., & Low, S. (1992). Place attachment. New York: Plenum.
- Ardoin, N. M. (2006). Toward an Interdisciplinary Understanding of Place: Lessons for Environmental Education. Canadian Journal of Environmental Education, No.11, pp. 112-126.
- Carmona, M., (2010). Public Spaces Urban Spaces, translate by: Fariba Gharaee, Tehran University press
- Fallahat, M.S., (2006). The role of the physical plan in the sense of the place of the mosques, Journal of Honarhaye Ziba, No.22, pp.35-42.
- Ghoomi, A.H & Yazdanfar, S.A & Hosseini, S.B & Norozian Malekli, S. (2015). Comparing the Components of Sense of Place in the Traditional and Modern Residential Neighborhoods. Journal of Social and Behavioral Sciences. No.201, pp.275-285.
- Hernandez, B., Martin, A. M., Ruiz, C., & Hidalgo, M, C., (2010). The role of place identity and place attachment in breaking environment protection laws, Journal of Environment Psychology, 30(3), 281-288.
- Hidalgo, M.C. and Hernandez, B. (2003). Place attachment: conceptual and empirical questions, Journal of Environmental Psychology, 21: 273-281.
- Hummon, David (1992), Community Attachment: Local Sentiment & Sense of Place, Plenum, New York.
- Jorgenson, B. S. , & Stedman, R. C., (2001). Sense of place as an attitude. Journal of Environment Psychology, 21, 233-248.
- Lindsay J. McCann, Robert Gifford, (2014). Interrelations between sense of place, organizational commitment, and green neighborhoods, Cities, 41, 20.
- McKercher, B., Wang, D., & Park, E. (2015). Social impacts as a function of place change. Annals of Tourism Research, 50, 52-66.
- Norberg-Schulz, Christan (1997), The Phenomenon of Place, Princeton Architectural Press, New York.
- Punter, J. v., Participaton in the Design of Urban Space, Landscape Design, (1991). No. 200, pp 24-27.

- Rajjan Man Chitrakar, Meaning of Public Space And Sense of Community: The Case of New Neighborhoods in the Kathmandu Valley, Arch net-ijar, Volume 10 - Issue 1 - March 2016 - (213-227).
- Relph, E.(1976), Place and placelessness, pion, London.
- Scanell, L, Gifford, R, (2010). "Defining Place Attachment: A tripartite Organizing Framework", Journal of Environment Psychology, Vol 30, pp1- 10.
- Shahcheraghi, A., Bandarabad, A., (2017). Included in the Environment, Tehran: Jahad Daneshgahi press.
- Shamai, S. (1991). Sense of place: an empirical measurement, Israel, geoforum, Vol.22, pp.: 347- 358.
- Sime, J. D, (2011). Creating places or designing spaces? Journal of Environmental Psychology, 6(1): 49-63.
- Steele, Fritz, (1981). "The Sense of Place", Boston CBI, Publishing Company.
- Steele, Fritz (1981), The Sense of Place, CBI Publishing Company, Boston.
- Xu, Yan (1995), "Sense of Place and Identity", Research on Place & Space Website; 20 Feb. 2003; 12 Mar.

