

بررسی حس تعلق به مکان در بناهای مذهبی - تاریخی در راستای افزایش تعامل ساکنین محله با بنا (نمونه موردی: مسجد جامع اصفهان) Study on Place Attachment in Religious-Historical Buildings (Case study: Jameh Mosque of Isfahan)

نسیم السادات نکوئی^۱، کورش مؤمنی^۲ (نویسنده مسئول)، کورش عطاریان^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۲/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۸/۱۱

چکیده

حس تعلق به مکان سطح بالاتری از حس مکان است که منجر به محیط‌های با کیفیت می‌شود و انسان خود را جزئی از آن می‌داند و به آن احترام می‌گذارد. حس تعلق در معماری برآیند سه عامل فرد، دیگران و محیط می‌باشد که این حس شامل عواملی چون ادراک فرد از محیط، متغیرهای اجتماعی همچون نمادها، نشانه‌ها و کالبد بنا است و دارای سطوح مختلفی می‌باشد که شامل "رضایتمندی"، "رجحان مکانی"، "شناخت مکانی"، "نمادگرایی"، "تعلق مکانی"، "دلبستگی به مکان" و "تعهد به مکان" است. در راستای شناخت میزان حس تعلق افراد به مساجد تاریخی، مسجد جامع اصفهان به عنوان نمونه‌ای شاخص انتخاب شده است. این مسجد یکی از شاهکارهای معماری در دوران مختلف می‌باشد و در طول ایام دستخوش تغییراتی گشته است اما همچنان به عنوان فضایی مناسب برای عبادت مورد استفاده افراد زیادی قرار می‌گیرد. روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش توصیفی-پیمایشی می‌باشد که با استفاده از پرسشنامه و توزیع آن در مسجد جامع اصفهان، سطوح مختلف حس تعلق به مکان مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که نمادگرایی بیشترین رتبه و شناخت مکانی پایین‌ترین رتبه را در میان سطوح مختلف دارد و در میانه این دو، مابقی سطوح حس تعلق قرار می‌گیرند اما رجحان مکانی در میان پاسخ آزمودنی‌ها را نمی‌توان به عنوان یک عامل تأثیرگذار در نظر گرفت. لازم به ذکر است تفاوت معناداری در زمینه رجحان مکانی در میان مردان و زنان نسبت به مسجد جامع اصفهان وجود دارد و همچنین نمادگرایی به عنوان مهمترین عامل در میان قشر تحصیل کرده و متخصص شناخته می‌شود.

واژه‌های کلیدی:

حس تعلق به مکان، مسجد جامع اصفهان، نمادگرایی، شناخت مکانی، بناهای تاریخی - مذهبی.

۱. کارشناسی ارشد معماری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه صنعتی جندی شاپور دزفول، دزفول، ایران. nasim_nekoe@yahoo.com

۲. استادیار گروه معماری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه صنعتی جندی شاپور دزفول، دزفول، ایران. K_momeni@jsu.ac.ir

۳. استادیار گروه معماری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه صنعتی جندی شاپور دزفول، دزفول، ایران. attariank@gmail.com

۱- مقدمه

از معماری را ایجاد فضای مرکز و یا فضای هستی که در آن فرد خود را با محیط تطبیق داده و با آن هم ذات پنداری می‌کند اعلام می‌دارد (همان: ۳۰). کوین لینچ^۵ معنی‌دار بودن توانایی ادراک مکان را یک جز اساسی رضایت عاطفی و دل‌بستگی به مکان می‌داند. محققان و اندیشمندان ایرانی نیز در این راستا نقطه نظراتی دارند که می‌توان به خانم راضیه رضا زاده اشاره نمود که در مقاله‌ای با عنوان "کاربرد علوم محیطی در فرآیند مطالعاتی طراحی شهری" ایمنی و امنیت را بر حس تعلق مؤثر می‌داند (رضازاده، ۱۴۸۴). عبدالهادی دانشپور، منصور سپهری مقدم، و مریم چرخچیان در مقاله‌ای با عنوان "تبیین مدل دل‌بستگی به مکان و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن" نیز نوع فعالیت، معنی و ویژگی‌های کالبدی بر حس تعلق به مکان تأثیرگذار دانسته است (دانشپور، سپهری مقدم و چرخچیان، ۱۳۸۸). محمد صادق فلاحت، مدت اقامت را مؤثر می‌داند و در تحقیقی دیگر به همراه کلامی از احساس لذت در یک فضا نام می‌برد. عقیل حیاتی نیز به میزان مشارکت در فضا اشاره می‌کند (فاضلیان و قاسمی، ۱۳۹۲: ۶۱). محمد صادق فلاحت در مقاله‌ای با عنوان "نقش طرح کالبدی در حس مکان مسجد"، نشانه‌های کالبدی، طرح معماری و فعالیت‌ها را از مهم‌ترین عامل ایجاد و تقویت حس مکان می‌باشد (فلاحت، ۱۳۸۴).

تحقیقاتی نیز در مورد معماری مسجد جامع اصفهان صورت گرفته است از جمله می‌توان به مقاله‌ای تحت عنوان "بررسی شاخص‌های مؤثر در شکل‌گیری تعامل در معماری مسلمانان"، نوشته محمدرضا بمانیان و معصومه امینی اشاره نمود که به بررسی دوره‌های تاریخی مسجد جامع اصفهان پرداخته‌اند (بمانیان و امینی، ۱۳۹۰). محمود قلعه‌نویی و مانده کلانتری نیز در مقاله‌ای با عنوان "بررسی تغییر نقش مسجد جامع عتیق در ساختار شهری اصفهان در گذر زمان"، به بررسی جایگاه مسجد در شهر اصفهان پرداخته‌اند (قلعه‌نویی و کلانتری، ۱۳۹۲). محمد نعمتی و علی رضا شهلائی نیز در مقاله‌ای با عنوان "تحول فضایی در معماری مسجد چهار ایوانی نسبت به شبستانی" به سیر تحول مسجد جامع اصفهان اشاره کرده است (نعمتی و شهلائی، ۱۳۹۴). اما در مورد حس تعلق به مکان در مسجد جامع اصفهان تا به حال تحقیق میدانی و پیمایشی صورت نگرفته است که هدف اصلی این مقاله فوق می‌باشد.

مسجد به عنوان فضایی عبادی، سیاسی و اجتماعی همواره مورد توجه مسلمانان از گذشته تا کنون بوده است. در این میان مساجد تاریخی بسیار حائز اهمیت می‌باشد و همواره این مسئله مطرح می‌شود که مردم نسبت به فضاهای مساجد قدیمی تا چه میزان حس تعلق^۱ دارند؟ نیازهای معنوی آن‌ها در این گونه بناهای تاریخی تأمین می‌شود، آیا مردم از این فضاها رضایت دارند؟ در این راستا و برای مشخص کردن میزان حس تعلق مردم نسبت به مساجد تاریخی، مسجد جامع اصفهان، به عنوان نمونه‌ای شاخص از مساجد تاریخی به عنوان موزه‌ای از پانزده قرن معماری ایرانی-اسلامی انتخاب شده است. این مسجد در سال ۱۵۸ هـ.ق. ساخته شده و در طول دوران متفاوت، جهت برگزاری نماز مورد استفاده قرار گرفته است. امروزه نیز از این مسجد به عنوان فضایی برای عبادت استفاده می‌شود. در این راستا دو شبستان، یک ایوان و فضاهایی در صحن را برای نمازگزاران محیا و آماده کرده‌اند که "شبستان بیت‌الشتا" و "ایوان شمالی" برای زمستان‌ها و "شبستان صفوی" و "صحن" برای استفاده در تابستان می‌باشد که هدف مقاله میزان حس تعلق در این فضاها می‌باشد.

سؤالات تحقیق

- ۱- آیا مردم بومی محله شهشهان نسبت به مسجد جامع اصفهان حس تعلق خاطر قوی دارند؟
- ۲- آیا فضای تاریخی در مساجد می‌تواند بر حس تعلق افراد تأثیر نمادین داشته باشد؟
- ۳- کدام یک از مؤلفه‌های حس تعلق در مورد معماری مسجد جامع اصفهان حائز اهمیت است؟

۲- پیشینه تحقیق

حس تعلق به مکان مورد توجه بسیاری از محققان و اندیشمندان بوده است. در این میان ادوارد رلف^۲ با بیان ارتباط ادراک با تجربه از مکان، اعتقاد دارد که در حس مکان^۳ انسان‌ها مفهومی فراتر از خصوصیات کالبدی و عناصر کالبدی در یک مکان را درک می‌کند و به نوعی پیوستگی و ارتباط ممتد با روح مکان را احساس می‌نمایند (جوان فروزنده و مطلبی، ۱۳۸۹: ۲۹). کریستوفر نور برگ شولتز^۴ برپایه طبیعت و ساختار مکان به توصیف و تحلیل مکان و فضا به عنوان فضای هستی اشاره کرده و به روح مکان به معنای جوهره ارتباطی مکان با انسان اشاره می‌نماید و هدف

Table 1: Theories from experts in relation to place attachment

Schultz	The meaning defined by the factor of identity and space defined by the factor of attachment to the environment.
Altman	The place attachment involves the cultural beliefs that connect people with the environment, and they are expressed in three dimensions: scale, specificity and usability.
Rappaport	The place attachment and spatial relationship is manifested in the form of symbols and social-cultural symbols in the environment, and the man discovers these symbols, based on his codes and cultural notions, and relates to the environment.
Hume	A deep connection between the environment and the man
Kevin Lynch	The place attachment is a design criterion. he provides a mental concept of place including readability and collective memory from the perspective of users, the physical elements of the path, edge, sign, and node are considered as factors influencing the formation of the concept of environmental legibility.
Bentely	The place attachment perceived readability of the environment and categorizes it in a coherent affiliation and accountable affiliation. The place attachment represents the main characteristics of the formation of sustainable human spaces.
Robert Ryan	The presence of active environment interactions as one of the important and influential factors in the formation of sense of belonging declares, and introduces the use of natural elements in environmental design as one of the factors of the type of interaction. The place attachment from his point of view has been the primary requirement. Human beings have property and kind of belonging to their physical elements. These elements include the identification of the scope and domain of life, the recognition of privacy and physical elements.
Maslow	The sense of belonging derives from the kind of social need of a person who seeks to find certain answer to communicate with the environment and have a sincere connection with it. In describing this sense, he points to the existence of unwritten laws in human societies, while some of these laws are related to local cultures and communities, most of them are based on the profound dimensions of the psycho-personality needs of humans.
Lawson	The place attachment has been interpreted in terms of social attachment, that is, a type of attachment to the people
Altman & low	The place attachment is Belonging to the emotional and imaginative experience, it includes cultural beliefs and activities that connect humans to the environment.
Setha Low	Positive emotional affinities between the man and the place present that social groups, physical desirability, personality and position received from their place of life are involved.
Schumacher & Taylor	Positive emotional between a person and a specific place that is the most important feature of this desire to maintain close proximity to that particular location.
Hidalgo & Hernandez	The place attachment is defined as being dependent on a particular place and transforming the person as part of the place's identity, and they say that this occurs in the context of the social and psychological process between the man and the place, and the result is a feeling of interest in the place.
Bonaiuto	The place attachment has three dimensions of person, process, and place. The place attachment occurs to emotional links in these dimensions.
Scannell & Gifford	

۳- روش تحقیق

روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش توصیفی-پیمایشی می‌باشد که با استفاده از ابزار پرسشنامه، سطوح مختلف حس تعلق به مکان شامل رضایت‌مندی، رجحان مکانی، شناخت مکانی، نمادگرایی، تعلق مکانی، دلبستگی به مکان و تعهد به مکان مورد بررسی قرار گرفته است. این پرسشنامه‌ها در هنگام نماز ظهر و مغرب در مسجد جامع

اصفهان در میان نمازگزاران پخش گردیده است و نهایتاً با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS داده‌های حاصل از آن مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند.

۴- مبانی نظری تحقیق

مکان، به‌عنوان مراکز اصلی تجربه‌آنی ما از جهان شناخته می‌شود همچنین پدیده‌ای از جهان هستی است که به صورت مستقیم تجربه می‌شوند و پر از معنا هستند، پر از اشیا واقعی و

سپهری مقدم و چرخچیان، ۱۳۸۸: ۳۷). یک مکان به دلیل امکان رخداد یک رابطه اجتماعی و تجربه مشترک میان افراد، احساس تعلق و دل‌بستگی را شکل می‌دهد (پاکزاد، ۱۳۸۸: ۳۱۹). بخشی از شخصیت وجودی هر انسان که هویت اجتماعی وی را می‌سازد مکانی است که خود را با آن شناسایی کرده و به دیگران نیز می‌شناساند، در این راستا فرآیندهای اجتماعی در ایجاد تعلق مکانی بیش از کیفیت کالبدی اهمیت دارد (رضازاده، ۱۳۸۷: ۲۳۹). آدمی به‌عنوان یک موجود با ابعاد فردی و اجتماعی و همچنین مادی، روحی و روانی، دارای نیازهای مختلفی می‌باشد که همواره به دنبال تأمین آن‌ها در طول حیات خود می‌باشد. از نظر مازلو، یکی از این نیازها، نیاز تعلق و دوست داشتن است (لنگ، ۱۳۸۳: ۹۶). از این رو بر طبق نظریه تعلق مکانی، مفهوم حس تعلق، ایجاد پیوند عاطفی مثبت میان فرد و مکان تعریف شده است و بر طبق این نظریه، مردم به ایجاد پیوندهای احساسی و عاطفی با مکان مبادرت می‌ورزند. این پیوندها با میزان رضایت افراد، ارزیابی‌شان نسبت به محیط و برخی جنبه‌های هویتی آنها به همراه معیارهای عینی مانند مدت زمان سکونت، مشارکت در محله و شبکه‌های اجتماعی در ارتباط است (بهرام‌پور و مدیری، ۱۳۹۴: ۸۶).

۴-۱- سطوح مختلف مکان

شامای^۶ برای حس مکان سه مرحله اصلی تعلق به مکان، دل‌بستگی به مکان و تعهد به مکان را با هفت سطح تعیین می‌کند. این سطوح از حس مکان، کاربرد فرآیند حس مکان را نشان می‌دهد که از بی‌تفاوتی نسبت به مکان، آگاهی از قرارگیری در یک مکان، تعلق به مکان، دل‌بستگی به مکان، یکی شدن با اهداف مکان، حضور در مکان و فداکاری برای مکان را شامل می‌شود که در سطح تعلق به مکان فرد نه تنها از نام نمادهای مکان آگاه است، بلکه با مکان احساس بودن و تقدیر مشترک داشتن نیز دارد، در این حالت نمادهای مکان محترم و آنچه برای مکان رخ می‌دهد، برای فرد نیز مهم است (Shamai, 1991: 65).

۴-۲- عوامل تشکیل‌دهنده حس تعلق

براساس مدل کانتر^۷ مکان بخشی از فضای طبیعی یا فضای ساخته شده است که به لحاظ مفهومی یا مادی محدوده‌ای مشخص دارد و نتیجه روابط متقابل میان سه عامل رفتار انسانی با مفاهیم و مشخصات کالبدی مربوط به آن هستند. (Cassidy, 1997). شناخت فرد از مفاهیم و نمادهای موجود، باعث ایجاد ارتباط عمیق میان فرد و مکان می‌شود. همچنین عوامل فرهنگی و اجتماعی موجود در طرح که شامل نمادها و نشانه‌ها است، این شناخت را

فعالیت‌ها، آن‌ها منابع مهم هویت فردی و اجتماعی بوده و مراکز عمده وجود انسان به شمار می‌روند که مردم با آن‌ها روابط شدید احساسی و روانی دارند (رلف، ۱۳۸۹: ۱۶۸). قضاوت انسان‌ها نسبت به مکانی که در آن قرار می‌گیرند بر اساس تکررات و انتظارات شخصی خود است در نتیجه هر فرد نسبت به مکانی خاص قضاوت‌ها و احساسات مختلف داشته و به گونه‌ای مختلف از آن استفاده می‌کنند و در آن حضور می‌یابند (دانشپور، سپهری مقدم و چرخچیان، ۱۳۸۸: ۴۶). حس تعلق به مکان یکی از معانی مهم در ارتقاء کیفیت محیط‌های انسانی می‌باشد. این حس که عامل مهم در شکل‌گیری پایه‌های ارتباطی استفاده‌کنندگان و محیط است، نهایتاً منجر به ایجاد محیط‌هایی با کیفیت خواهد گردید (جوان فروزنده و مطلبی، ۱۳۸۹: ۲۸). احساس تعلق به مکان منتج از ادراک و حس مکان است (لینچ، ۱۳۷۶). تعلق به مکان سطح بالاتری از حس مکان است که به‌منظور بهره‌مندی و تداوم انسان در مکان نقش تعیین‌کننده‌ای می‌یابد (فلاح، ۱۳۸۴: ۳۷). حس مکان موجب احساس راحتی فرد در یک محیط شده و از مفاهیم فرهنگی موردنظر مردم، روابط اجتماعی و فرهنگی جامعه در یک مکان مشخص حمایت می‌کند (حسینی‌زاده و میرزاد، ۱۳۹۴: ۱۳۳). تعلق به مکان بر پایه حس مکان به وجود می‌آید و فراتر از آگاهی از استقرار در یک مکان است. این حس به پیوند فرد با مکان منجر شده و در آن انسان خود را جزئی از مکان می‌داند و بر اساس تجربه‌های خود از نشانه‌ها، معانی، عملکرد و شخصیت نقشی برای مکان در ذهن خود متصور می‌سازد و مکان برای او قابل احترام می‌شود (Steele, 1981: 44). در این صورت، مکان تبدیل به کلیتی می‌شود که مردم تمام فعالیت‌ها و اتفاقات را با آن می‌شناسند (Hummon, 1992: 114). تعلق مکانی به این معناست که مردم خود را به واسطه مکانی که در آن به دنیا آمده و رشد کرده‌اند تعریف می‌کنند (سرمست و توسلی، ۱۳۸۹: ۱۳۷). تعلق مکانی، مردم را به گونه‌ای عمیق و ماندگار تحت تأثیر قرار می‌دهد و خاطره، هویت و قدرت انسان را تقویت می‌نماید (فلاح، ۱۳۸۵: ۶۰). حس تعلق به مکان به لحاظ فرهنگی منعکس‌کننده مؤلفه‌های اصلی حیات اجتماعی - فرهنگی است (سرمست و توسلی، ۱۳۸۹: ۱۳۸). تحقیقات به عمل آمده نشان می‌دهد که هرچه مدت ارتباط افراد با یک مکان بیشتر می‌شود، به همان نسبت شناخت و ادراک انسان‌ها از آن مکان افزایش یافته و امکان ایجاد معنای تعلق در محیط نیز افزایش می‌یابد (Hidalgo et al., 2001). یکی از نیازهای هر انسانی که باید مورد توجه قرار گیرد، تعامل عاطفی فرد با مکان است که از آن به عنوان دل‌بستگی به مکان یاد می‌شود (دانشپور،

کدام از این عوامل شاخصه‌های مختلفی را دارد که می‌تواند تأثیرگذار باشد (جدول شماره ۲).

قوی تر می‌کند که هر دو این عوامل در کالبد بنا خود را به نمایش می‌گذارند. از این سو حس تعلق را می‌توان برآیند سه عامل فرد، عوامل اجتماعی و عوامل کالبدی دانست. هر

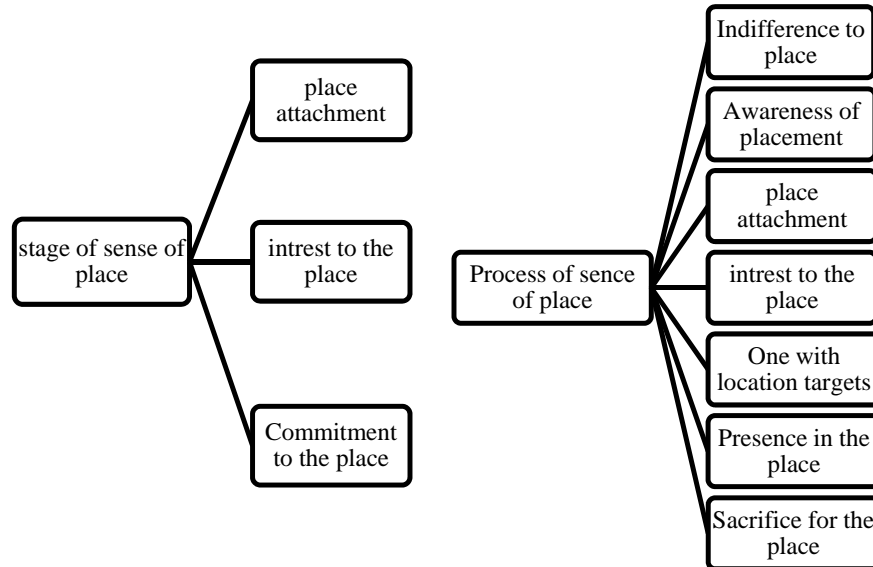


Fig. 1 Different levels of sense of place (Shamai, 1991: 65)

Table 2: Influential factors of place attachment (Javan. Forozande & Matlabi, 1389: 33)

Individual cognitive factors (man)	Readability		
		Physical distinction	privacy
social factors (other people)	Social variables	Limits of ownership	culture
		forms	symbols
place attachment	function		Social signs
			shape
Environmental factors (Environment)	framework		texture
			color
		social factors	reactions
		General human interactions	shape
			color
		forms	size
			texture
			scale
		Organization	
		Communication	

هویتی فرد به محیط اجتماعی است که در آن زندگی می‌کنند. در واقع دلبستگی به مکان رابطه احساسی، عاطفی و فرهنگی مشترکی به یک فضای خاص می‌دهد؛ بنابراین تعلق به مکان، چیزی بیش از تجربه عاطفی و

تعلق مکانی از جنبه‌های روانشناسی و هویتی قابل تفسیر است. در روان‌شناسی، تعلق مکانی به رابطه شناختی فرد با یک محیط یا یک فضای خاص اطلاق می‌شود و از لحاظ هویتی، تعلق مکانی رابطه تعلق و

و مکان به وجود نخواهد آمد و بالعکس، هر چقدر محیط در تأمین سطوح مختلف نیازهای انسانی توانا تر باشد، به همان نسبت فرد ارتباط خود با محیط را مؤثر می‌داند (جوان فروزنده و مطلبی، ۱۳۸۹: ۳۴). در این راستا با توجه به تصویر ۲ سطوح مختلفی برای حس تعلق به مکان در نظر گرفته شده است که این سطوح شامل رضایتمندی، رجحان مکانی، شناخت مکانی، نمادگرایی، تعلق مکانی، دل بستگی به مکان و تعهد به مکان می‌باشد. در این تحقیق با استفاده از این سطوح؛ حس تعلق به مسجد جامع اصفهان مورد بررسی قرار گرفته است.

شناختی بوده و عقاید فرهنگی مرتبط کننده افراد به مکان را نیز شامل می‌شود (Altman et al., 1992). حس تعلق واجد دو بعد کالبدی و اجتماعی است که تعلق اجتماعی بر تعلق کالبدی در محیط برتر است. حس تعلق به مکان از یک طرف وابسته به مشخصات و ویژگی‌های فردی شامل انگیزش‌ها، شایستگی‌ها و شناخت افراد نسبت به مکان بوده و از طرف دیگر ریشه در تعاملات اجتماعی و ارتباط فرد و دیگران در محیط دارد. اساساً انسان به دنبال یافتن پاسخ برای نیازهای خود در محیط می‌باشد و در صورت عدم تأمین نیازها از مکان، احساس عاطفی مثبتی بین فرد

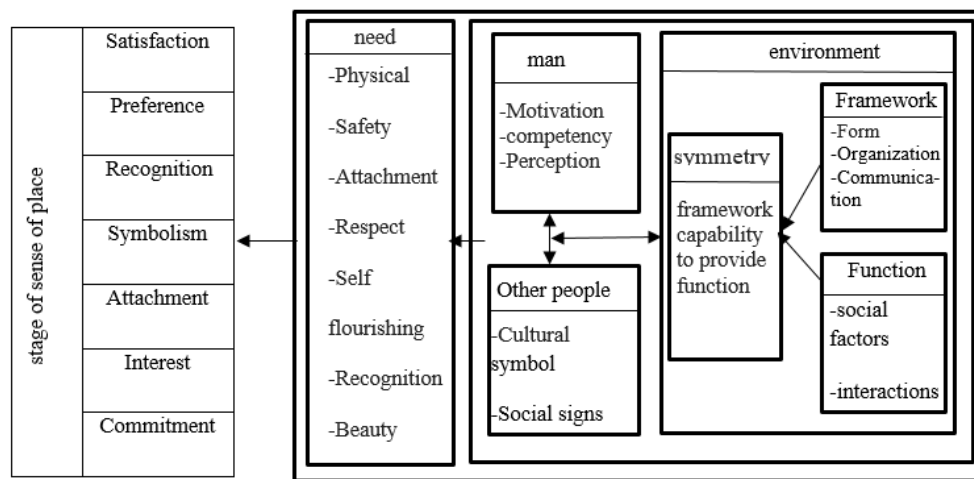


Fig. 2 Different levels of place attachment (Javan. Forozande & Matlabi, 1389: 33)

و بررسی می‌باشد. سطوح مختلف حس تعلق به مکان و عوامل مرتبط با هر کدام از سطوح که توسط صاحب‌نظران ارائه شده است، در جدول شماره ۳ گردآوری شده است.

۳-۴- مؤلفه‌ها و عوامل حس تعلق به مکان
با توجه به تحقیقات صورت گرفته و همچنین موارد ذکر شده در قسمت مبانی نظری تحقیق، سطوح حس تعلق به مکان دارای مؤلفه‌های متعددی است که نیازمند به مطالعه

Table 3: Factors of place attachment

Levels of place attachment	factors of place attachment	experts
Satisfaction	Readability	Kevin Lynch, Bentley,
	Clarity	
	Organization	Matthew Carmona
	safety	Fritz Steele, Matthew Carmona
	Public privacy	Altman, Maslow, Salvesen, Matthew Carmona
	Privacy	
	function	Kevin Lynch, Altman & low, Hume
Preference	color	Taylor, Altman, Maslow, Schumacher & Taylor, Fritz Steele, Salvesen, Maria Lewicka
	Harmony	
	material	
	Shape	
	form	
	scale	
	access	Matthew Carmona

	imagination	Altman & low, Scannell & Gifford, Schultz, Rappaport, Relph, Maria Lewicka
Recognition	history	
	culture	Altman & low, Altman, Rappaport, Setha Low, Lawson
Symbolism	symbol	Altman & low, Scannell & Gifford, Schultz, Rappaport, Relph, Maria Lewicka
	sign	
Interest	Emotional	Setha Low, Hidalgo & Hernandez, Scannell, , Scannell & Gifford
Attachment	Experiences	Scannell & Gifford, Fritz Steele, Larkin
Commitment	dependency	Scannell & Gifford, Bonaiuto, Schumacher & Taylor, Salvesen, Relph

۴-۴- حس تعلق در مسجد

در حوزه پدیدارشناسی حس مکان، حقیقت مکان است و بیشتر به معنای ویژگی‌ها و خصلت‌های غیر مادی یا شخصیت مکان به کار می‌رود که معنای نزدیکی به روح مکان دارد. به این معنا که بعضی مکان‌ها آن چنان جاذبه‌ای دارند که به فرد نوعی احساس وصف نشدنی القا می‌کنند و او را سرزنده و شاداب و علاقمند به حضور و بازگشت به آن مکان‌ها می‌کنند. در قرارگاه رفتاری مسجد، محیط کالبدی، فعالیت‌ها و تعاملات اجتماعی در رابطه با تصاویر ذهنی، معانی مختلف و با هویتی را ایجاد می‌کند که در حس مکان نمازگزاران و استفاده‌کنندگان مسجد مؤثر است. مهم‌ترین متغیرهای حس مکان مساجد در دو دسته معانی و فعالیت‌ها قابل بررسی هستند. در دسته معانی، هویت و زیبایی و در دسته فعالیت‌ها، تعاملات اجتماعی و حس اجتماع و رضایتمندی و راحتی مردم قرار دارند. علاوه بر این چگونگی ارتباط و تجارب قبلی نیز در حس مردم نسبت به مسجد با اهمیت است. عوامل دیگری چون چگونگی انتخاب و رابطه با مسجد و ویژگی‌های فردی و اجتماعی استفاده‌کنندگان نیز از عوامل تأثیرگذار بر حس مکان هستند. متغیرهای مداخله‌گر که از طریق ویژگی‌های کالبدی پشتیبانی می‌شوند، فعالیت‌ها، معانی و چگونگی رابطه با مسجد هستند. ویژگی‌های کالبدی از طریق فعالیت‌ها و رضایتمندی با حس تعلق به مکان ارتباط می‌یابد. بنابراین، ویژگی‌های کالبدی به واسطه ایجاد نشانه‌ها و تصاویر ذهنی، تسهیل فعالیت‌ها و رضایتمند کردن افراد، بر حس مکان و تعلق آن‌ها به مسجد اثر می‌گذارند. از این سو مساجدی که با ایجاد نشانه‌های آشنا و فراهم آوردن عملکردهای خاص، رضایتمندی و حس هویت را به وجود می‌آورند، موجب تقویت و افزایش حس مکان در نمازگزاران می‌شوند (فلاح، ۱۳۸۴: ۳۶-۳۸).

۴-۵- رابطه تعاملات اجتماعی و معماری

جان لنگ در کتاب "آفرینش نظری" می‌گوید که اگر مردم به تماس اجتماعی نیاز داشته باشند، در هر محیطی زمینه آن را فراهم می‌کنند. رابطه متقابل اجتماعی برای پاسخ به نیازهای انسان به پیوندجویی و احساس تعلق به مکان یک ضرورت است که دلیل بر مطلوب بودن تعامل اجتماعی است. لذا هر فرصتی برای دست یافتن به چنین منظوری مثبت ارزیابی شده است (لنگ، ۱۳۸۷: ۱۸۶). PPS (۲۰۰۰) نهادی است که برنامه‌ریزی برای فضاهای عمومی را مورد تحقیق قرار می‌دهد، فرصت‌های کالبدی مناسب جهت نشستن، مکث و تأمل بیشتر در فضا، فضاهای کانونی جهت تجمع افراد مثل ایستگاه اتوبوس، زمین‌بازی، مکان غذاخوری و ...، ورودی‌های دعوت‌کننده و دسترسی به فضا به لحاظ بصری و کالبدی، پیش‌بینی عناصر عملکردی در کنار ابعاد زیبایی‌شناسانه آن، راه‌ها و ارتباطات فضایی مناسب در هدایت مردم به درون فضا، خوانایی و وضوح فضایی، کنترل دسترسی وسایل نقلیه و امنیت پیاده، تعریف بدنه‌ها و هویت جداره‌ها، ارتباط با سیستم حمل و نقل شهری و پیش‌بینی فعالیت‌های جاذب را از عوامل مؤثر در پاسخگویی فضاهای عمومی به نحو مطلوب می‌داند (قنبریان و جعفری، ۱۳۹۳: ۶۰). چنانچه دانش‌پور و همکاران در تحقیق فرآیند اجتماع‌پذیری و ارتقا حیات جمعی درون فضاهای عمومی را مبتنی بر پذیرا بودن فضا برای افراد و گروه‌های مختلف، تأمین آسایش روانی و فیزیکی، لذت بردن افراد و گروه‌های اجتماعی از حضور در فضا و حضور اجتماعی فعال و مداوم فضا می‌داند (دانشپور و چرخ‌چیان، ۱۳۸۶: ۲۶). از این رو با توجه به شاخص‌های تعاملات اجتماعی و مطابقت آنان با مؤلفه‌های حس تعلق به مکان، می‌توان به این نتیجه دست یافت که برای افزایش میزان تعامل افراد با مکان خاص، نیاز به ایجاد حس تعلق در فرد

ساخت بخشی از آن سهیم بوده‌اند. به دلیل اهمیت فوق‌العاده زیاد مسجد و نقش سیاسی و مذهبی آن، هر حکومتی بخش‌هایی را به بنای مسجد اضافه کرد تا بتواند از خود یادگاری جاودان در این بنا باقی بگذارد تا آیندگان را از میزان اقتدار خود آگاه سازد (بمانیان و امینی، ۱۳۹۰: ۲۰) و تقریباً از تمامی پادشاهان سلسله‌های ایرانی بعد از اسلام در آن اثر و کتیبه‌ای دیده می‌شود. به ویژه در عهد سلجوقی، تیموری و صفوی (پیرنیا، ۱۳۸۷: ۱۱۴).

مسجد جامع اصفهان به عنوان موزه‌ای از معماری ایران است که گردشگران داخلی و خارجی زیادی را جذب می‌کند و همچنان در ساعات نماز، مردم برای خواندن نماز به این مسجد می‌آیند. هر سه نماز صبح، ظهر و عصر و مغرب و عشا و مراسم مذهبی در این مسجد برگزار می‌شود. فضاهایی که برای خواندن نماز در این مسجد تعبیه شده است به دو صورت فضاهای مناسب برای زمستان و فضاهای مناسب در تابستان تقسیم می‌شود که ایوان شمالی و شبستان بیت‌الشتا برای فصل سرد و شبستان صفوی و صحن برای فصل گرم استفاده می‌شود (تصویر ۳ و جدول ۴).

نسبت به آن مکان است تا با ایجاد این ارتباط، میزان رضایتمندی افراد و در نتیجه تعامل افراد با مکان فرد افزایش یابد.

۵- بررسی حس تعلق در مسجد جامع اصفهان

۵-۱- معرفی محدوده تحقیق

مسجد جامع اصفهان یا مسجد جمعه (آدینه) که مسجد جامع عتیق نیز نامیده می‌شود، یکی از کهن‌ترین و مهم‌ترین بناهای شهر اصفهان است که قدمت آن به ۱۵۸ ه.ق. و در دوره عباسی می‌رسد. مسجد جامع با گستره‌ای برابر با ۲۳۰۰ متر مربع، بزرگ‌ترین مسجد ایران به شمار می‌رود. بنای نخستین مسجد همچون دیگر مساجد اولیه از طراحی مستطیل شکل تشکیل شده که دارای شبستان‌های ستون‌دار در پیرامون صحنی بزرگ بوده است. در دوران‌های بعد، مسجد به چهار ایوانی تبدیل شد؛ بدین گونه فضای پیوسته و ساده شبستان‌ها و میان‌سراها با ایوان‌ها و دو گنبد از هم گسسته شد. آنچه از معماری آن برجای مانده است مربوط به دوره خلفای عباسی تا زمان دیلمیان و نیز سلجوقیان، ایلخانان، مظفریان و صفویان است که هر یک در

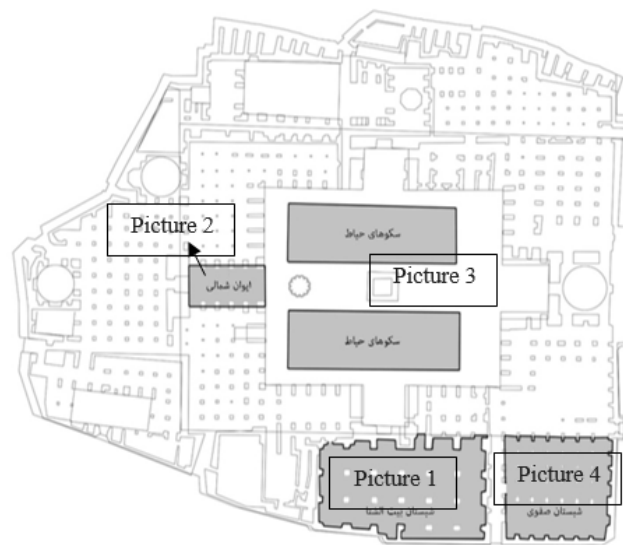


Fig. 3 Parts used for prayer in the Shrine Mosque of Isfahan 1

Table 4: Part used for prayer in the Jameh Mosque of Isfahan

Winter part

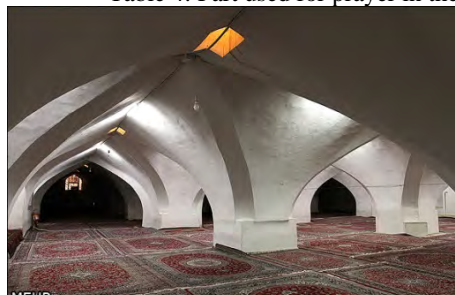


Fig. 4 Alstath's Shabestan (References: URL 1)



Summer part

Fig. 6 Apron (References: URL 1)

Fig. 5 Northern Shabestan (References: Writers)



Fig. 7 Safavid Shabestan (References: URL 1)

ایوان شمالی و بیشترین توزیع برای خانم‌ها شبستان بیت الشتا می‌باشد. اکثر مردها از مغازه‌داران بازارهای اطراف می‌باشند و اکثر خانم‌ها از سکنه محله می‌باشند. همچنین خریدارانی که به بازارها می‌آیند در هنگام نماز به مسجد می‌آیند. برخی از افراد نیز زیارت‌کننده علامه مجلسی که در کنار مسجد قرار دارد، می‌باشند.

۲-۲-۵- اطلاعات تکمیل‌کنندگان

از میان افراد جامعه آماری بیشترین افراد دارای مدرک کارشناسی و زیر دیپلم می‌باشد. همچنین بیشتر افراد متأهل می‌باشند. در میان نمازگذاران اکثریت آنها بیش از ۱۰ سال است که به این مسجد می‌آیند.

۳-۵- آزمون‌های تحقیق

در این پژوهش برای رسیدن به نتایج از چهار آزمون استفاده شده است. ابتدا آزمون t- تک- نمونه‌ای برای بررسی تأثیرگذاری هرکدام از مؤلفه‌های حس تعلق و در ادامه آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی مؤلفه‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. برای بررسی تفاوت نظر افراد با توجه به اطلاعات شخصی آنها (وضعیت تأهل، جنسیت، تحصیلات و مدت زمان استفاده از مسجد) از آزمون t- مستقل و آزمون آنالیز واریانس (آزمون F) استفاده شده است.

۲-۵- تجزیه و تحلیل

۱-۲-۵- نحوه تنظیم توزیع پرسشنامه

برای بررسی میزان حس تعلق در افراد نسبت به مسجد جامع اصفهان پرسشنامه‌ای با تعداد چهل و شش سؤال تهیه، تنظیم و توزیع شد. این پرسشنامه با استفاده از سطوح مختلف حس تعلق که عبارت‌اند از رضایتمندی، رجحان مکانی، شناخت مکانی، نمادگرایی، تعلق مکانی، دلبستگی به مکان و تعهد به مکان و همچنین عوامل مؤثر بر حس تعلق تهیه شد (جدول ۳). این پرسشنامه در بین صد نفر از نمازگزاران به صورت نمونه‌گیری غیراحتمالی اتفاقی (تصادفی) پخش شد و با توجه به این استفاده از مسجد جامع اصفهان در فصل سرد در شبستان بیت‌الشتا و ایوان شمالی و در فصل گرم در شبستان صفوی و صحن برای نماز مورد استفاده قرار می‌گیرد، این پرسشنامه در مسجد جامع اصفهان در هنگام نماز ظهر و در فصل سرد (در محدوده ایوان شمالی و شبستان بیت‌الشتا) توزیع شده است. بررسی‌های میدانی حاکی از این است در بین مراجعین مسجد، ترجیح آقایان برای نماز استفاده از ایوان شمالی است و ترجیح خانم‌ها استفاده از شبستان بیت‌الشتا می‌باشد. که برای توزیع پرسشنامه، بیشترین توزیع برای آقایان در

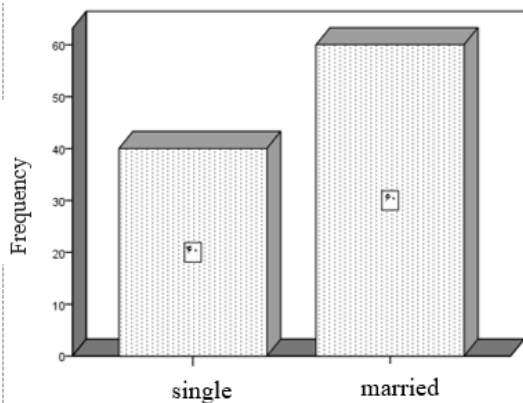


Fig. 8 Statistics sample based on marital status

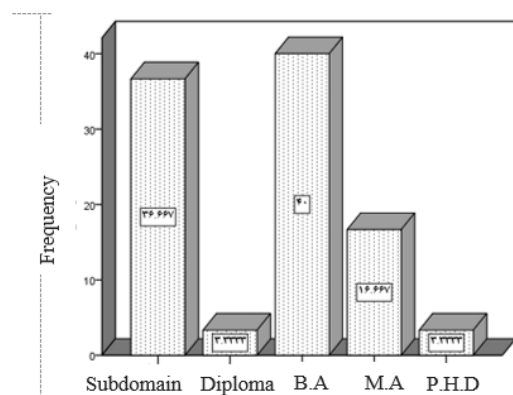


Fig. 9 Statistical sample based on education level

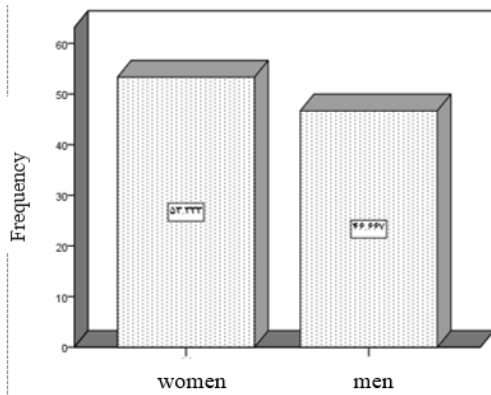


Fig. 10 Statistical sample based on age classification

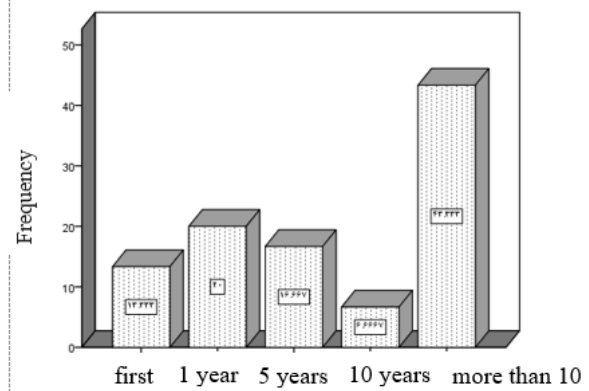


Fig. 11 Statistical sample based on years of use

مکانی، نمادگرایی مکانی، تعلق مکانی، دلبستگی مکانی، تعهد به مکان در مسجد جامع اصفهان، استفاده شده است. چنانچه مقدار سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ باشد فرضیه عدم تأثیر این عوامل رد می‌شود. جدول (۵) نتایج آزمون میانگین عامل‌ها در جامعه را نشان می‌دهد.

۵-۳-۱- تعیین سطح معناداری عوامل و شاخص‌های حس

تعلق

در این آزمون، فرضیه مطرح شده در مورد میانگین جامعه مورد بررسی قرار می‌گیرد که این فرضیه با توجه به طیف ۵ تایی لیکرت با سطح متوسط یعنی کد ۳ مقایسه می‌شود. از این آزمون برای تعیین میزان تأثیر شاخص‌های حس تعلق همچون رضایتمندی، رجحان مکانی، شناخت

Table 5: Results of the mean factor test

Variables	Average	Standard deviation	Test statistic	Test Value = 3			
				Significance level	Difference average	confidence interval 95%	
					Lower limit	upper limit	
Satisfaction	3.59	0.48	6.01	0.000**	0.59	0.39	0.80
Preference	2.70	0.80	-1.99	0.06	-0.30	-0.60	0.01
Recognition	2.32	1.40	-2.64	0.013**	-0.68	-1.20	-0.15
Symbolism	4.03	1.10	5.15	0.000**	1.03	0.62	1.44
Attachment	3.82	1.00	4.34	0.000**	0.82	0.43	1.21
Interest	3.75	0.50	8.15	0.000**	0.75	0.56	0.94
Commitment	3.44	0.60	3.60	0.001**	0.44	0.19	0.68

** Significantly at the level 0.01

* Significantly at the level 0.05

۳/۸۲، دلبستگی مکانی با میانگین ۳/۷۵ و تعهد به مکان با میانگین ۳/۴۴ به صورت معنادار و بیشتر از سطح متوسط می‌توانند عوامل تأثیر گذار باشند اما شناخت مکانی با میانگین ۲/۳۲ به صورت معنادار ولی کمتر از سطح متوسط می‌توانند جزو عوامل تأثیر گذار باشند و عامل رجحان مکانی چون مقدار سطح معناداری بیش از ۰/۰۵ می‌باشد نمی‌توان به عنوان یک عامل تأثیر گذار در نظر گرفت.

در جدول (۵) مقدار سطح معناداری مربوط به عوامل رضایتمندی، شناخت مکانی، نمادگرایی مکانی، تعلق مکانی، دلبستگی مکانی، تعهد به مکان، از مقدار ۰/۰۵ کوچک‌تر است و با فاصله اطمینان ۰/۹۵ می‌توان نتیجه گرفت که فرض عدم تأثیرگذاری این عوامل رد می‌شود ولی با توجه به میانگین عامل‌ها و حد بالا و پایین مشاهده می‌شود که عوامل رضایتمندی با میانگین ۳/۵۹، نمادگرایی مکانی با میانگین ۴/۰۳، تعلق مکانی با میانگین

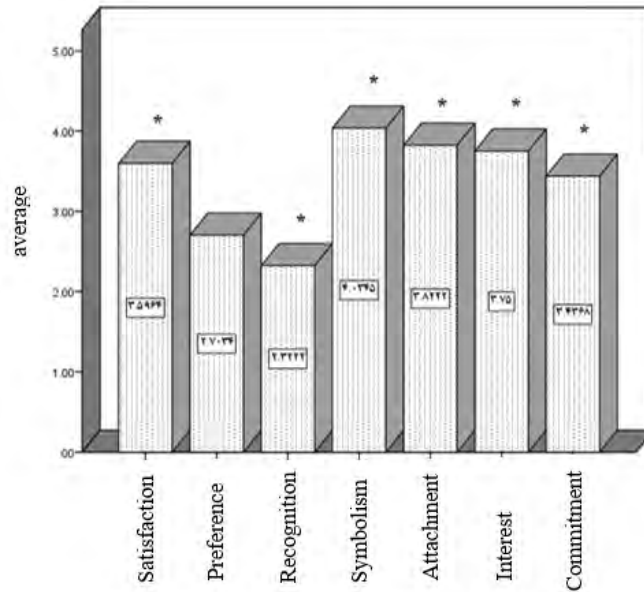


Fig. 12 Significance level of different factors of place attachment. (*The assumption of no effect is rejected)

که در جدول (۶) ملاحظه می‌شود از میان متغیرهای تحقیق رجحان مکانی و شناخت مکانی از رتبه پایین‌تری برخوردارند که به ترتیب نمادگرایی بیشترین رتبه و بعد از آن تعلق مکانی، دلبستگی مکانی، رضایتمندی، تعهد مکانی، رجحان مکانی و در پایین‌ترین رتبه شناخت مکانی قرار دارد که این تفاوت بین رده‌ها معنادار می‌باشد.

۵-۳-۲- رتبه‌بندی عوامل و شاخص‌های حس تعلق

به کمک آزمون فریدمن به رتبه‌بندی عوامل رضایتمندی، رجحان مکانی، شناخت مکانی، نمادگرایی مکانی، تعلق مکانی، دلبستگی مکانی، تعهد به مکان پرداخته شد. با توجه به جدول (۶) چون سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین بین هفت متغیر مورد بررسی تفاوت معناداری وجود دارد. شایان ذکر است که همانطور

Table 6: Average rank of research variables using Friedman test

Row	Variables	Average of factors	Statistical indicators	Calculated values
1	Symbolism	5.36	K ² Significance level	24.15
2	Attachment	4.48		0.000**
3	Interest	4.61		
4	Satisfaction	4.18		
5	Commitment	3.52		
6	Preference	2.93		
7	Recognition	2.91		

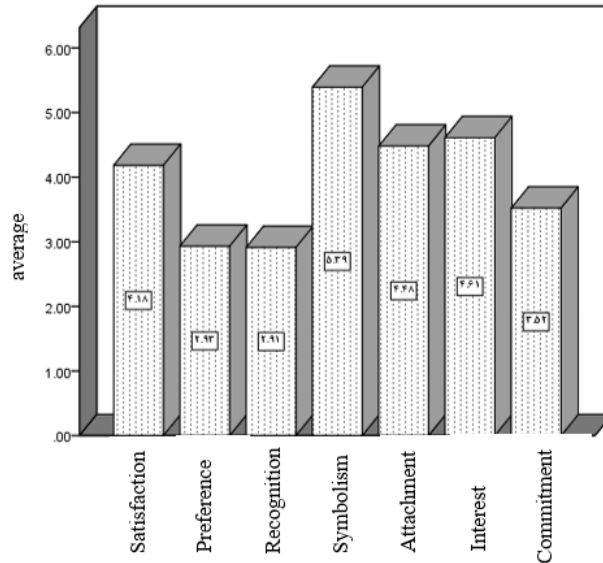


Fig. 13 Average rank of research variables of place attachment

با توجه به آزمون t- مستقل و اینکه سطح معناداری برای تمام عوامل بجز رجحان مکانی بیش از ۰/۰۵ به دست آمده است می‌توان نتیجه گرفت تفاوت معناداری بین نظرات زنان و مردان در مورد عوامل رضایتمندی ($t=-1/702$, $p=0/705$), شناخت مکانی ($p=0/103$), نمادگرایی مکانی ($t=-0/601$, $p=0/553$), تعلق مکانی ($t=1/092$, $p=0/452$), دلبستگی مکانی ($t=0/762$, $p=0/284$) و تعهد به مکان ($t=0/818$, $p=0/42$) وجود ندارد ولی در عامل رجحان مکانی ($t=-3/816$, $p=0/001$), تفاوت بین نظرات زنان و مردان متفاوت است.

۳-۳-۵- بررسی تفاوت شاخص‌های حس تعلق از دیدگاه مردان و زنان

با توجه به آزمون t- مستقل و اینکه سطح معناداری برای تمام عوامل بیش از ۰/۰۵ به دست آمده است می‌توان نتیجه گرفت تفاوت معناداری بین نظرات افراد مجرد و متال در مورد عوامل رضایتمندی ($t=-0/925$, $p=0/365$), رجحان مکانی ($t=-0/065$, $p=0/949$), شناخت مکانی ($t=2/09$, $p=0/051$), نمادگرایی مکانی ($t=-2/311$, $p=0/054$), تعلق مکانی ($t=-1/814$, $p=0/08$), دلبستگی مکانی ($t=0/364$, $p=0/719$) و تعهد به مکان ($t=0/336$, $p=0/74$) وجود ندارد.

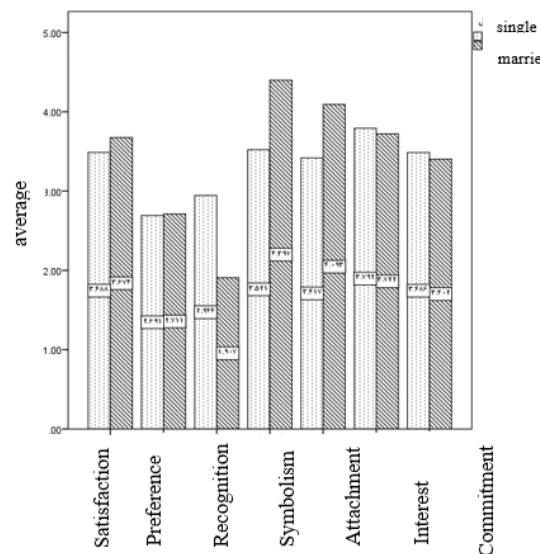


Fig. 14 Differences in place attachment from the viewpoint of married and single people

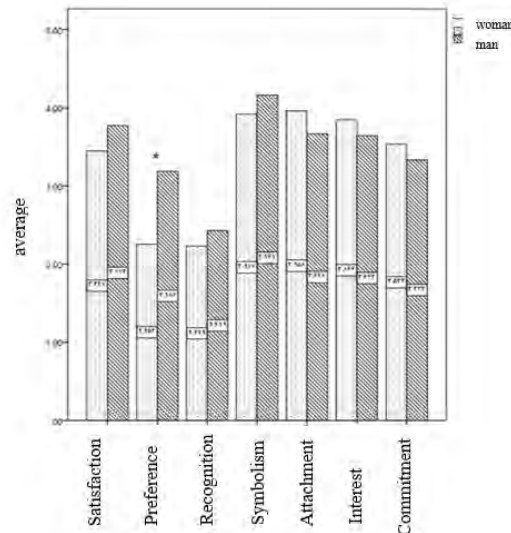


Fig. 15 The difference in place attachment from the viewpoint of men and women

تحصیلات وجود دارد که افراد با سطح تحصیلات دکتری تأثیر این عامل را بیش از دیگر افراد می‌دانند. با توجه به آزمون آنالیز واریانس (آزمون F) و اینکه سطح معناداری برای تمام عوامل بیش از ۰/۰۵ به دست آمده است می‌توان نتیجه گرفت تفاوت معناداری بین نظرات افراد نمونه براساس سال‌هایی که برای نماز به این مسجد می‌آیند در مورد عوامل رضایتمندی ($p=0/678, F=0/584$), رجحان مکانی ($p=0/80, F=0/41$), شناخت مکانی ($p=0/21, F=1/589$), نمادگرایی مکانی ($p=0/156, F=1/831$), تعلق مکانی ($p=1/889, F=1/776$), دل‌بستگی مکانی ($p=0/165, F=1/776$) و تعهد به مکان ($p=0/485, F=2/203$) وجود ندارد.

۴-۳-۵- بررسی عوامل و شاخص‌های حس تعلق بر اساس میزان تحصیلات
با توجه به آزمون آنالیز واریانس (آزمون F) و اینکه سطح معناداری برای تمام عوامل بیش از ۰/۰۵ به دست آمده است می‌توان نتیجه گرفت تفاوت معناداری بین نظرات افراد نمونه براساس تحصیلات متفاوت در مورد عوامل رضایتمندی ($p=0/202, F=1/655$), رجحان مکانی ($p=0/992, F=0/063$), شناخت مکانی ($p=1/126, F=0/367$), تعلق مکانی ($p=0/067, F=2/509$), دل‌بستگی مکانی ($p=0/19, F=1/662$) و تعهد به مکان ($p=0/63, F=0/652$) وجود ندارد. اما در عامل نمادگرایی مکانی ($p=0/38, F=3/006$) تفاوت معناداری براساس سطح

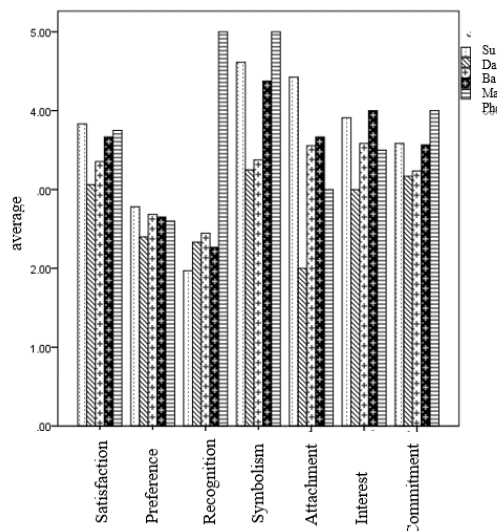


Fig. 16 Factors of place attachment based on the degree of education

عوامل رضایتمندی ($F=۰/۵۸۴$, $p=۰/۶۷۸$)، رجحان مکانی ($F=۱/۵۸۹$, $p=۰/۲۱$)، شناخت مکانی ($F=۰/۴۱$, $p=۰/۸۰$)، نمادگرایی مکانی ($F=۱/۸۳۱$, $p=۰/۱۵۶$)، تعلق مکانی ($F=۱/۷۷۶$, $p=۰/۱۶۵$)، دل بستگی مکانی ($F=۱/۸۸۹$)، و تعهد به مکان ($F=۲/۲۰۳$, $p=۰/۰۹۹$) وجود ندارد.

۵-۳-۵- بررسی عوامل و شاخص‌های حس تعلق بر اساس میزان اقامت
با توجه به آزمون آنالیز واریانس (آزمون F) و اینکه سطح معناداری برای تمام عوامل بیش از ۰/۰۵ به دست آمده است می‌توان نتیجه گرفت تفاوت معناداری بین نظرات افراد نمونه بر اساس سال‌هایی که برای نماز به این مسجد می‌آیند در مورد

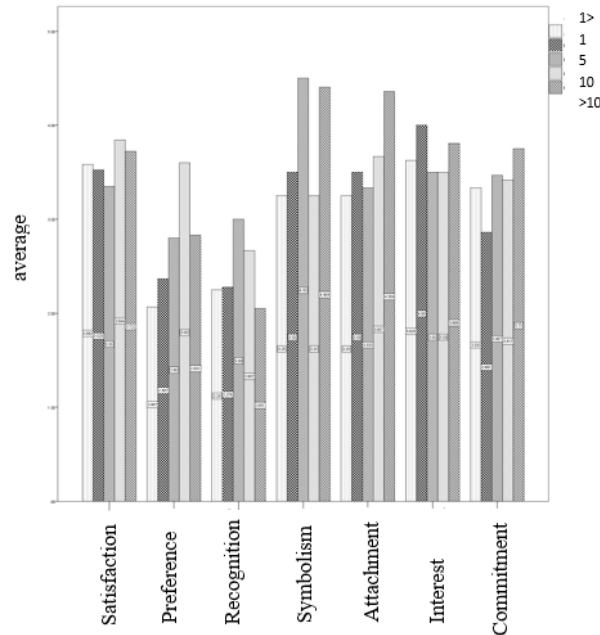


Fig. 17 Factors of place attachment based on the years of use

۶- تفسیر یافته‌ها
مسجد جامع اصفهان به عنوان نمونه‌ای شاخص در معماری ایران به شمار می‌رود که هر روزه افراد زیادی برای بازدید و عبادت به این مسجد می‌روند. این مسجد از لحاظ تاریخی، قدمت بالایی دارد همچنان مورد توجه و استقبال مردم محله، کسبه بازار و حتی افرادی از محله‌های اطراف برای نماز خواندن قرار می‌گیرد. در این تحقیق به بررسی میزان حس تعلق افراد به مسجد جامع اصفهان بررسی شد که پرسشنامه‌ای در میان افراد حاضر در مسجد در هنگام نماز ظهر توزیع شد.
در مسجد جامع اصفهان هفت مؤلفه سطوح مختلف حس تعلق به مکان بررسی شد که از توزیع پرسشنامه‌ها می‌توان به صورت کلی به این نتایج دسترسی پیدا کرد.
۱. اولین آزمون، آزمون t- تک- نمونه‌ای است که برای بررسی میزان تأثیرگذاری هر کدام از عوامل حس تعلق به مکان می‌باشد که نتیجه به دست آمده از آن به این صورت است که شش عامل رضایتمندی، شناخت مکانی، نمادگرایی مکانی، تعلق مکانی، دل بستگی مکانی و تعهد

به مکان تأثیرگذار می‌باشد اما رجحان مکانی را نمی‌توان به عنوان یک عامل تأثیرگذار در نظر گرفت.
۲. دومین آزمون، آزمون فریدمن می‌باشد که با استفاده از آزمون فریدمن به رتبه‌بندی مؤلفه‌ها پرداخته شد. که از با توجه به آن رجحان مکانی و شناخت مکانی از رتبه پایین‌تری برخوردارند که به ترتیب نمادگرایی بیشترین رتبه و بعد از آن تعلق مکانی، دل بستگی مکانی، رضایتمندی، تعهد مکانی، رجحان مکانی و در پایین‌ترین رتبه شناخت مکانی قرار دارد.
۳. در سومین آزمون از آزمون t- مستقل استفاده شده است که برای شناخت میزان سطح معناداری هر کدام از مؤلفه‌ها می‌باشد. در این آزمون تفاوت میان پاسخ افراد مختلف بررسی می‌شود که در این میان تفاوتی میان حس تعلق افراد مجرد و متال وجود ندارد و پاسخ آنها به مؤلفه‌های مختلف حس مکان نزدیک به هم می‌باشد. پاسخ زنان و مردان نیز بررسی شد که زنان و مردان در بیشتر مؤلفه‌ها نظر یکسانی داشتند و در بین مؤلفه‌های

۶- تفسیر یافته‌ها
مسجد جامع اصفهان به عنوان نمونه‌ای شاخص در معماری ایران به شمار می‌رود که هر روزه افراد زیادی برای بازدید و عبادت به این مسجد می‌روند. این مسجد از لحاظ تاریخی، قدمت بالایی دارد همچنان مورد توجه و استقبال مردم محله، کسبه بازار و حتی افرادی از محله‌های اطراف برای نماز خواندن قرار می‌گیرد. در این تحقیق به بررسی میزان حس تعلق افراد به مسجد جامع اصفهان بررسی شد که پرسشنامه‌ای در میان افراد حاضر در مسجد در هنگام نماز ظهر توزیع شد.
در مسجد جامع اصفهان هفت مؤلفه سطوح مختلف حس تعلق به مکان بررسی شد که از توزیع پرسشنامه‌ها می‌توان به صورت کلی به این نتایج دسترسی پیدا کرد.
۱. اولین آزمون، آزمون t- تک- نمونه‌ای است که برای بررسی میزان تأثیرگذاری هر کدام از عوامل حس تعلق به مکان می‌باشد که نتیجه به دست آمده از آن به این صورت است که شش عامل رضایتمندی، شناخت مکانی، نمادگرایی مکانی، تعلق مکانی، دل بستگی مکانی و تعهد

نتیجه دست یافته شد که از میان تمامی سطوح موجود، نمادگرایی تأثیر بیشتری بر مردم گذاشته است. با توجه به مؤلفه‌های این سطح که شامل نماد و نشانه‌های موجود در مسجد که همان گنبد، مناره، سردر و ... است، این مؤلفه‌ها سبب شده که تصویر مسجد در ذهن افراد نقش ببندد و علاقه آنان به بازگشت به آن محیط افزایش یابد. پس از آن تعلق مکانی، نقش مؤثر در ایجاد حس تعلق در میان افراد حاضر در مسجد ایجاد کرده است که به دلیل تجربه افراد از آن مکان بود و آن را می‌توان حاصل از حضور افراد در مسجد و خاطرات آنان از این مکان دانست. در این میان نکته حائز اهمیت آن است که شناخت مکانی در پایین‌ترین رتبه در میان افراد قرار دارد که نشان از این واقعیت است که افراد حاضر در مسجد از تاریخ و قدمت آن اطلاع کمی دارند و به دلیل پیشینه آن نیست که این مسجد را انتخاب و به آن حس تعلق دارند.

با بررسی‌های انجام شده می‌توان به این نتیجه رسید که افزایش تعامل افراد با محیط‌های مختلف، نیازمند ایجاد حس تعلق در میان افراد است که با بررسی‌های انجام شده بر روی مسجد جامع اصفهان، بهترین راه برای به وجود آوردن این حس در میان ساکنین محله شهشهان، وجود نماد و نشانه‌هایی از بناست که در ذهن افراد بماند و به وسیله آن بتوانند به توصیف مکان بپردازند. این نشانه‌ها می‌تواند در هر فضایی فرد را به یاد مکان مورد نظر بیاندازد و فرد را به بازگشت به مکان مورد نظر تشویق نماید. از جمله پیشنهادهایی که در این راستا می‌توان ارائه کرد: تعریف ورودی و مسیر منتهی به بنا با استفاده از تزیینات شاخص بنا مانند آجر چینی، کاشیکاری به عنوان نمادی از بنا، استفاده از تصاویر نقاط شاخص بنا در سطح محله و شهر برای یادآوری بنا به مردم، برگزاری کلاس‌های آموزشی جهت شناساندن نمادهای موجود در بنا و تاریخچه بنا به مردم، طراحی نورپردازی عناصر شاخص و نمادین بنا و سایر تمهیدات مشابه می‌توان اشاره نمود.

حس مکان تفاوت بین نظرات زنان و مردان در زمینه رجحان مکانی است.

۴. آزمون چهارم آزمون آنالیز واریانس (آزمون F) است، که با توجه به این آزمون افراد با تحصیلات دکتری تأثیر عامل نمادگرایی را بیش از افراد دیگر می‌دانند و در ارتباط با سایر مؤلفه‌ها با سایر افراد نظر تقریباً یکسانی دارند. همچنین مدت زمان استفاده از مسجد در افراد نمونه هیچ تأثیری در نظرات آنان ندارد و همگی آنان تقریباً نظر مشابهی دارند.

۷- نتیجه‌گیری

حس تعلق به مکان، یکی از روش‌های ایجاد و افزایش ارتباط میان فرد با محیط است، که باعث می‌شود فرد به آن محیط علاقه‌مند شود و خواستار بازگشت به محیط باشد. در این حالت، فضای برای فرد به مکان تبدیل می‌شود و در ذهن آن باقی می‌ماند. این حس تعامل میان فرد با مکان را افزایش می‌دهد بدین صورت که فرد با توجه به سطوح مختلف حس تعلق به مکان و همچنین مؤلفه‌های آن، خود را جزئی از مکان می‌داند. این حس را می‌تواند در هفت سطح طبقه‌بندی کرد که شامل "رضایتمندی"، "رجحان مکانی"، "شناخت مکانی"، "نمادگرایی"، "تعلق مکانی"، "دلبستگی به مکان" و "تعهد به مکان" است. همچنین دارای مؤلفه‌هایی برای سنجش آن می‌باشد. از جمله این مؤلفه‌ها می‌توان به خوانایی، وضوح، سازماندهی فضایی سازماندهی فضایی، امنیت و ایمنی، حریم، نوع فعالیت، تصور ذهنی، عوامل کالبدی، دسترسی، تاریخ، نماد، نشانه، فرهنگ، پیوند عاطفی، تجربیات افراد و وابستگی مکانی می‌باشد. در این تحقیق با توجه به بررسی‌های انجام شده، مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی در راستای بررسی حس تعلق به مکان با توجه به نظرات صاحب‌نظران و اندیشمندان بدست آمد (جدول ۳).

در این تحقیق با بررسی مؤلفه‌های حس تعلق به مکان و تأثیر هر کدام از سطوح آن در مسجد جامع اصفهان، به این

پی نوشت:

1. Place Pttachment
2. E. Relph
3. Sense of Place
4. Norberg-Schultz, Christian
5. Kevin Lynch
6. Shamai
7. David Canter

فهرست منابع:

- بمانیان، محمدرضا و امینی، معصوم (۱۳۹۰). بررسی شاخص‌های مؤثر در شکل‌گیری تعادل در معماری مسلمانان (نمونه موردی مسجد جامع اصفهان)، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات شهر ایرانی اسلامی، (۲۰)، صص. ۱۷-۲۷.
- بهرام‌پور، عطیه و مدیری، آتوسا (۱۳۹۴). مطالعه رابطه میان رضایتمندی ساکنان از محیط زندگی و میزان حس تعلق آنها در مجتمع مسکونی بلند مرتبه شهرک کوثر تهران، نشریه علمی - پژوهشی هنرهای زیبا، (۳)، صص. ۸۵-۹۴.
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۸). سیر اندیشه‌ها در شهرسازی ۳، تهران: انتشارات شهیدی.
- پیرنیا، محمدکریم (۱۳۸۷). سبک‌شناسی معماری ایران، چهاردهم، تهران: انتشارات سروش دانش.
- جوان فروزنده، علی و مطلبی، قاسم (۱۳۸۹). مفهوم حس تعلق به مکان و عوامل تشکیل دهنده آن، نشریه علمی - پژوهشی هویت شهر (۸)، صص. ۳۷-۲۷.
- رضازاده، رضیه (۱۳۸۴). کاربرد علوم محیطی در فرآیند مطالعاتی طراحی شهری، نشریه علمی-پژوهشی هنرهای زیبا (۲۴)، صص. ۳۷-۴۴.
- رلف، ادوارد (۱۳۸۹). مکان و بی‌مکانی. ترجمه نقاضان. محمدرضا، ماندگاری. کاظم و متکی، زهیر. انتشارات آرمانشهر، چاپ اول، تهران.
- دانشپور، عبدالهادی و چرخچیان، مریم (۱۳۸۶). فضاهای عمومی و عوامل مؤثر بر حیات اجتماعی، نشریه علمی - پژوهشی باغ نظر (۷)، صص. ۱۹-۲۸.
- دانشپور، عبدالهادی؛ سپهری مقدم، منصور و چرخچیان، مریم (۱۳۸۸). تبیین مدل دل‌بستگی به مکان و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن، نشریه هنرهای زیبا، (۳۸)، صص. ۳۷-۴۸.
- حسینی‌زاده، سعید و میرزاد، سیدعلی (۱۳۹۴). تبیین جایگاه مسجد جامع یزد در ایجاد حس مکان و هویت به فضای کالبدی شهر، فصلنامه مطالعات ملی، (۱)، صص. ۱۲۷-۱۵۰.
- سرمست، بهرام و توسلی، محمدمهدی (۱۳۸۹). بررسی نقش و جایگاه معیارهای اجتماعی در تحقق‌پذیری مرمت بافت‌های فرسوده شهری، نشریه علمی - پژوهشی مدیریت شهری، (۲۶)، صص. ۱۴۶-۱۳۳.
- فاضلیان، سید محسن و قاسمی، محمدرضا (۱۳۹۲). بررسی ویژگی‌های فضاهای اجتماعی مناسب در ایجاد حس تعلق به محله (مورد مطالعه: منطقه ۲ شهرداری تهران)، فصلنامه مطالعات مدیریت شهری، (۱۶).
- فلاحت، محمدصادق (۱۳۸۴). نقش طرح کالبدی در حس مکان مسجد، نشریه علمی - پژوهشی هنرهای زیبا، (۸)، صص. ۴۲-۳۵.
- فلاحت، محمدصادق (۱۳۸۵). حس مکان و عوامل تشکیل‌دهنده آن، نشریه علمی - پژوهشی هنرهای زیبا، (۲۶)، صص. ۶۶-۵۷.
- قلعه نویی، محمود و کلانتری، مائده (۱۳۹۲). بررسی تغییر نقش مسجد جامع عتیق در ساختار شهری اصفهان در گذر زمان، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات شهر ایرانی اسلامی، (۱۱)، صص. ۶۰-۴۹.
- قنبریان، عبدالحمید و جعفری، مرضیه (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر بر ارتقا تعاملات اجتماعی در میان ساکنان محله مسکونی (نمونه موردی: محله درکه-تهران)، نشریه علمی - پژوهشی انجمن معماری و شهرسازی ایران، (۷)، صص. ۵۷-۶۴.
- نعمتی، محمد و شهلائی، علی رضا (۱۳۹۴). تحول فضایی در معماری مسجد چهارایوانی نسبت به مسجد شبستانی (مطالعه موردی: مسجد جامع اصفهان)، نشریه علمی-پژوهشی هویت شهر، (۲۲)، صص. ۸۶-۷۵.
- لنگ، جان (۱۳۸۳). آفرینش نظریه‌های معماری (نقش علوم رفتاری در طراحی محیط) ترجمه: علیرضا، عینی‌فر. تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- لینچ، کوین (۱۳۷۶). تئوری شکل خوب شهر، ترجمه: سیدحسین بحرینی. تهران: موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- Altman I, Setha Low (1992). Place attachment, Plenum Press.
- Cassidy T (1997). Enviroment Psychology, Psychology press.
- Hidalgo C, Hernandez B (2001). Place attachment: conceptual and empirical question, Enviroment Psychology, pp. 273-281.
- Hummon D (1992). Community attechment: Local sentiment & Sence of place, Plenum.
- Shamai S (1991). Sence of place: An Empirical measurement, Geforum, Vol. 22, pp. 347-358.
- Steele F (1981). The scense of people, Boston: CBI Publishing Compony.
- URL1: Abbas Pustinduz, Retrieved 5 ,15, 2016, From mehrnews: <http://www.mehrnews.com /news/1656734> the design and performance of a passive solar house, In Building and Environment, Vol. 22, No. 1, pp. 67-75.