

ارزیابی شاخصهای تاثیر گذار در میزان حس تعلق خاطر در منطقه اورامانات - کردستان

علیرضا مشبکی اصفهانی: عضو هیئت علمی گروه معماری دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

Email: alirezamoshabaki@yahoo.com

چکیده:

مکان در بر گیرنده لایه های اجتماعی و فیزیکی محیط است، اما حس تعلق، لایه های ادراک، مفاهیم و تجربیات مکان را شرح می دهد. فعالیتها و شکل کالبدی موجود در مکان بر حس وابستگی افراد تاثیر می گذارد، از سوی دیگر ارتباطات فرهنگی و اجتماعی، خاطرات و مفاهیم شخصی نیز بر وابستگی و احساس تعلق به مکان موثر است. تعلق مکانی رابطه هم پیوندی بین انسان و محیط است. امروزه مفاهیمی چون حس مکان، احساس تعلق خاطر و دلبستگی به مکان در حوزه های معماری و شهرسازی مخصوصاً در مطالعات محیطی بسیار مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. این در حالی است که به ساز و کار ارتباط میان این دو مفهوم چندان پرداخته نشده است. در این پژوهش بعد از تبیین مفاهیمی همچون حس مکان، حس تعلق خاطر و عوامل موثر بر آنها، چارچوب نظری پژوهش بر اساس ادبیات تحقیق استخراج می شود. نمونه مورد مطالعه منطقه اورامانات در غرب کشور می باشد. هدف این پژوهش شناسایی، سنجش و ارزیابی موله های تاثیر گذار در میزان حس تعلق خاطر در منطقه اورامانات کردستان می باشد. روش تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی بوده و جهت گردآوری اطلاعات از منابع کتابخانه ای و میدانی، طرح مصاحبه عمیق و تهیه پرسشنامه بسته جهت نگارش مبانی نظری و گردآوری اطلاعات ساکنین منطقه مورد مطالعه استفاده شده است. در اینجا با استفاده از جدول مورگان و کرجسی حدود ۳۵۰ پرسشنامه تدوین شد که بر اساس آن مشارکت کنندگان نظرات و فهم خود را در باره مکان سکونتشان بیان کردند. با توجه به مصاحبه ها و برداشت میدانی که صورت گرفت پارامترهایی همچون فرهنگ، جامعه، طبیعت و فعالیت که از تاثیر گذارترین جنبه ها بر احساس تعلق خاطر ساکنین به شمار می آمدند از بین خیل زیادی از پارامترهای موثر انتخاب شدند و بر اساس آن فرضیه هایی تدوین شد. در ادامه این فرضیه ها، مورد آزمون قرار گرفتند و از طریق آزمون مقایسه میانگینها و کاربرد ضریب همبستگی پیرسون و سطح معناداری، میزان تاثیر این پارامترها بر حس تعلق خاطر ساکنین مشخص شد.

واژگان کلیدی: حس مکان، حس تعلق خاطر به مکان، عوامل کالبدی، عوامل ادراکی شناختی، روستای اورامانات

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه:

حس مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه آنها از محیط خود است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می دهد به طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می گردد. این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می گردد. حس مکان علاوه بر اینکه موجب احساس راحتی از یک محیط می شود از مفاهیم فرهنگی مورد نظر مردم، روابط اجتماعی و فرهنگی جامعه در یک مکان مشخص حمایت کرده و باعث یادآوری تجارب گذشته و دست یابی به هویت برای افراد می گردد. تعلق مکانی به رابطه شناختی با یک محیط یا یک فضای خاص اطلاق می شود و در واقع تعلق خاطر به مکان، رابطه نمادین ایجاد شده توسط افراد با مکان است که معنای احساسی، عاطفی و فرهنگ مشترکی به یک فضای خاص می دهد (Altman @ Low, 1992: 1-12). در بسیاری از ادبیات مرتبط با مکان، مفهوم مکان اغلب بر حس تعلق یا وابستگی احساسی به یک مکان تاکید دارد (Knox @ Pinch, 2000). با توجه به اهمیت این حس در ارتقاء کیفیت فضای طراحی شده، این پژوهش به بررسی مفهوم حس مکان و حس تعلق خاطر به مکان و عوامل تاثیرگذار بر آن پرداخته و تاثیر عوامل کالبدی و ادراکی-شناختی محیط را بر احساس افراد نسبت به فضا بررسی می کند.

۱- ادبیات پژوهش
۱-۱- پیشینه تحقیق:

در رابطه با حس مکان و حس تعلق خاطر به آن پژوهشهای متعددی صورت گرفته که در اینجا به بخشی از آنها اشاره می شود: حیدری (۱۳۹۳) در مقاله ای با مقایسه عناصر کالبدی خانه های سنتی و مجموعه های مسکونی جدید، نشان می دهد که حس تعلق کالبدی مکان در خانه های سنتی در مقایسه با مجتمعهای جدید بیشتر است (حیدری و دیگران، ۱۳۹۳: ۱۵-۲۲). فلاحت (۱۳۸۵) در مقاله ای به بررسی مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن پرداخته و تاثیر عوامل کالبدی و شناختی استفاده کنندگان بر احساس افراد نسبت به فضا را بررسی می کند (فلاحت، ۱۳۸۵: ۵۷-۶۶). در دهه های هفتاد و هشتاد میلادی مطالعات و پژوهشهایی در مورد مفهوم مکان بر پایه رابطه مردم با محیط صورت گرفت که بر اساس آن رفتارشناسان محیطی صرفاً راهبردهای اثبات گرایانه را به کار نمی بندند بلکه هم به ذهنیات و هم به عینیات توجه کرده، ضمن آنکه در مطالعات خود به دنبال جنبه های احساسی و نیز ادراکی مابین انسان و مکان هستند (Moudon, 2003: 373). پژوهشگرانی همچون راپاپورت (1977)، مور (1985) و آکمن (1986) پژوهشی میدانی در رابطه با مطالعات رفتاری-محیطی انجام دادند. کانون این تحقیق ذهنی و عینی بود و نشان می دهد که مردم چگونه محیط ساخته شده را مشاهده و استفاده می کنند و این دو چگونه بر هم تاثیر می گذارند. از سوی دیگر رلف (1976)، نوربرگ شولتز (1983) و وایت (1988) مطالعاتی پیرامون مفهوم مکان با رویکرد میدانی و پژوهشی صورت داده و نشان دادند که مردم چگونه محیط اطراف را مشاهده، احساس و استفاده می کنند. همینطور در مطالعاتی پیرامون آکولوژی-طبیعت توسط مکهارگ (1971) و هوگ (1984) صورت گرفت که بر اساس آن با رویکردی ذهنی-عینی به فرایندهای طبیعی و محیطی ساخته شده پرداخته شده است. کنزن (1960)، ولف (1965) و مودون (1986) مطالعاتی پیرامون گونه شناسی و ریخت شناسی شهر صورت دادند که کانون تحقیق صرفاً به صورت عینی بوده و با رویکردی پژوهشی به بررسی شکل و کالبد فضایی و هندسه شهر پرداختند (Cuthbert, 2006: 252-255).

۱-۲- تعریف حس مکان

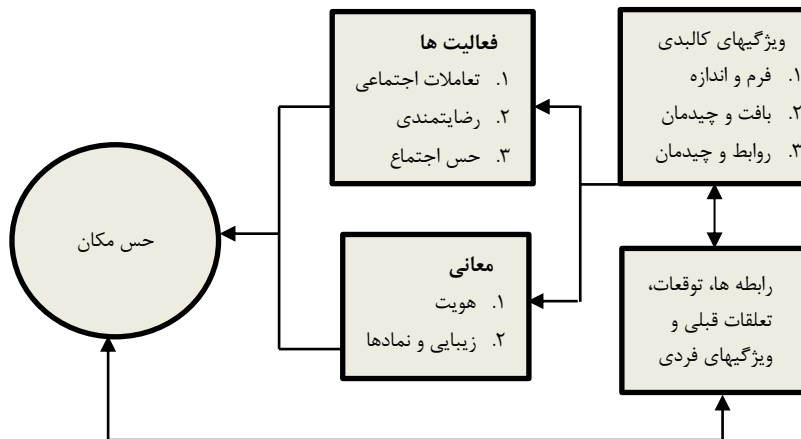
پژوهش های انجام شده نشان می دهد که محیط علاوه بر عناصر کالبدی، شامل پیام ها، معانی و رمزآهایی است که مردم بر اساس نقش ها، توقعات، انگیزه ها و دیگر عوامل آن را رمزگشایی و درک می کنند و در مورد آن به قضاوت می پردازند. این حس کلی که پس از ادراک و قضاوت نسبت به محیط خاص در فرد به وجود می آید حس مکان نامیده می شود که به عنوان عاملی مهم در هماهنگی فرد و محیط باعث بهره برداری بهتر از محیط، رضایت استفاده کنندگان و در نهایت احساس تعلق آنها به محیط و تداوم حضور در آن می شود. حس مکان، به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه آنها از محیط خود است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می دهد به طوری که فهم و احساسات فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می شود. این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می شود.

حس مکان علاوه بر اینکه باعث احساس راحتی از یک محیط می شود، از مفاهیم فرهنگی مورد نظر مردم، روابط اجتماعی و فرهنگی جامعه در یک مکان مشخص حمایت کرده و باعث یادآوری تجارب گذشته و دست یابی به هویت برای افراد می شود (فلاحت، ۱۳۸۵: ۵۷-۶۶). آموس راپاپورت^۱ نقش فرهنگ حاکم بر یک جامعه در شکل گیری معنای محیط را بسیار با اهمیت می داند. به اعتقاد وی مردم به یاری فرهنگ یعنی مجموعه ارزش ها، باورها، جهان بینی و نظام های نهادی مشترک، به محیط خود معنی هند و فضای بی معنی را به مکان تبدیل می کنند. از دیگر سو او اعتقاد دارد که فرهنگ به گونه ای نامستقیم یکی از پایه های اصلی زندگی روانی انسان ها است و با مطالعه فرهنگ می توان به ادراک انسان از محیطی که گرداگرد خود ساخته است پی برد (Rapaport, 1982).

از نظر شولتز حس مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه از محیط خود است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می دهد به طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یک پارچه می شود. این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افرادی خاص می گردد. حس مکان علاوه بر اینکه موجب احساس راحتی از یک محیط می شود از مفاهیم فرهنگی مورد نظر مردم، روابط اجتماعی فرهنگی جامعه در یک مکان مشخص حمایت کرده و باعث یادآوری تجارب گذشته و دست یابی به هویت برای افراد می شود (Norberg-Schulz, 1975). لینچ در کتاب تئوری شکل شهر، معنای مکان را حاصل رابطه بین عناصر فضا با ساختارهای ذهنی مشاهده گر می داند. در این تعریف منظور از

1 Message
2 Meaning
3 Mystery
4 Sense of Place
5 Amos Rapoport

عناصر و اجزای فضا، عواملی است که محیط کالبدی به وسیله آنها تعریف می شود. الگوهای ذهنی در تعریف لینچ در برگیرنده تمام مفاهیم و ارزشهایی است که شامل فرهنگ، منش، موقعیت، تجربه و ... استفاده کنندگان از فضا است. وی معنای مکان را معادل مفهوم هویت تعریف می کند و معتقد است که هویت یعنی حدی که شخص می تواند یک مکان را به عنوان مکانی متمایز از سایر مکان ها شناخته و یا بازشناسی نماید، به طوری که شخصیتی مشخص، بی نظیر و حداقل مخصوص به خود را دارا باشد (Lynch, 1984) بر اساس مطالعات فلاحت (۱۳۸۵)، می توان رابطه بین حس مکان و عوامل موثر بر آن را در نمودار ذیل ملاحظه نمود (شکل ۱).



شکل ۱. رابطه حس مکان و عوامل موثر بر آن: فعالیتها، معانی، ویژگیهای کالبدی، ماخذ: (فلاحت، ۱۳۸۵: ۶۳)

۳-۱- حس مکان از دیدگاه پدیدار شناسی^۱

حس مکان نه فقط باعث هماهنگی و کارکرد مناسب فضای معماری و انسان است بلکه عاملی برای احساس امنیت، لذت و ادراک عاطفی افراد نیز می باشد و به هویت‌مندی افراد و احساس تعلق آنها به مکان کمک می کند. از دیدگاه پدیدارشناسی مهم ترین مفاهیم مرتبط در بیان حس مکان، واژه‌های مکان دوستی، تجربه مکان و شخصیت مکان است و حس مکان به معنای ویژگی‌های غیرمادی یا شخصیت مکان است که معنایی نزدیک به روح مکان^۲ دارد، از لحاظ تاریخی روح مکان برای برپایی جشن و مراسم مذهبی به کار برده می شد که در آن بازدید کنندگان می‌بایست به حرکات عبادات در مراسم توجه زیادی می کردند. از این رو جایی که این اعمال و مراسم در آن اتفاق می افتاد خود تبدیل به مکان ویژه‌ای می گردید و این احساس احترام یکی از مشخصه‌های مکان بود که آن را از سایر مکان‌ها متمایز می کرد و روح مکان نامیده می شد (Brinckerhoff, 1994).

در تفسیرهای امروزی، حس مکان چیزی است که افراد در دوره زمانی خاص می آفرینند و نتیجه رسوم و اتفاقات تکراری است و حال و هوای محیط را توصیف می کند. بعضی از مکان‌ها آن چنان احساسی از جاذبه دارند که به فرد نوعی احساس وصف نشدنی القا کرده و او را سرزنده، شاداب و علاقه مند به بازگشت به آن مکان‌ها می کنند که حس مکان نامیده می شود. از نظر رلف، حس مکان مفهوم مشخصی نیست که تعریف دقیقی برای آن ارائه داد، بلکه با آزمون روابط میان مکان و پایه های پدیدار شناسی جغرافیا سنجیده و ارزیابی شود. از دید او معنای اصلی مکان فراتر از عملکردهایی است که مکان تأمین می کند (Relph, 1976). سطح اولیه حس مکان، آشنایی با مکان است که شامل، بودن در یک مکان بدون توجه و حساسیت به کیفیات یا معنای آن است. سطوح مختلف آشنایی با مکان عبارتند از:

۱- آشنایی بسیار عمیق با مکان: این سطح زمانی به وجود می آید که شخص خود در مکان حضور دارد و به صورت ناخودآگاه آن را تجربه می کند. در این حالت شخص با مکان یکی می شود.

۲- آشنایی معمولی با مکان: این سطح تجربه ناخودآگاه مکان است و بیشتر از آن که فردی باشد جمعی و فرهنگی است و شامل مشارکت عمیق و بدون اندیشه در نمادهای یک مکان است. این مشارکت به ویژه در تجربه مکان های مقدس و آشنا بروز می نماید.

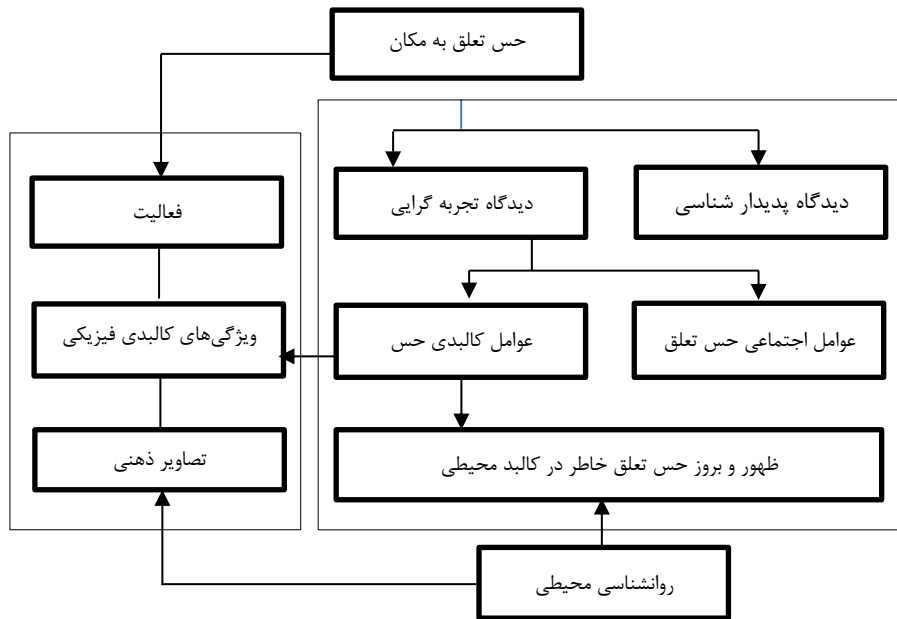
۳- آشنایی سطحی با مکان: این سطح، تجربه شخص حساس ولی ناآشنا با مکان است، که به دنبال فهم این موضوع است که مکان برای افرادی که در آن سکونت دارند چه شکل و معنایی دارد (Relph, 1976).

شخصیت مکان نیز از مهم ترین عوامل حس مکان است. از نظر سیمون، مکان نه تنها به یک محل جغرافیایی اشاره دارد بلکه نشان دهنده شخصیت اصلی یک سایت است که موجب تمایز آن از سایر جاها می شود. به این ترتیب در مکان ابعاد گوناگون چشم انداز جمع می آیند تا یک محیط متمایز و یک حس محلیت خاص را ایجاد کنند (Seamon, 1982: 119-140).

۳-۱-۴ حس مکان از دیدگاه روان شناسی محیطی^۳

اصطلاح حس مکان از ترکیب دو واژه حس و مکان تشکیل شده است. واژه حس در فرهنگ لغات آکسفورد^۴ سه معنای اصلی دارد:

1 Phenomenology
2 Genius Loci
3 environmental psychology
4 Oxford Dictionary



شکل ۲. رابطه روان‌شناسی محیطی و پدیدارشناسی با حس مکان و حس تعلق خاطر به مکان، (ماخذ: نگارنده)

نخست یکی از حواس پنج‌گانه^۱، دوم احساس^۲، عاطفه و محبت که در روان‌شناسی به درک تصویر ذهنی^۳ گفته می‌شود؛ یعنی قضاوتی که بعد از ادراک معنای شیء نسبت به خود شیء در فرد به وجود می‌آید که می‌تواند خوب، جذاب یا بد باشد؛ سوم، توانایی در قضاوت درباره یک چیز انتزاعی، مثل معنای حس در اصطلاح حس جهت‌یابی که به مفهوم توانایی یک فرد در پیدا کردن مسیر یا توانایی مسیر در نشان دادن خود به انسان است و در نهایت حس به معنای شناخت تام یا کلی یک شیء توسط انسان می‌باشد. اما واژه حس در این اصطلاح بیشتر به مفهوم عاطفه، محبت، قضاوت و تجربه کلی مکان یا توانایی فضا در ایجاد حس خاص یا تعلق در افراد است. 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 دارند، قابل تحقق است. این تعامل صمیمی و هم‌ذات‌پنداری، روح یا حس مکان نامیده می‌شود. (Relph, 1976) (شکل ۲).

۵-۱- سطوح مختلف حس مکان

بر اساس مطالعات صورت گرفته، حس مکان سطوح مختلفی دارد. هیومن، پنج‌گونه حس مکان را معرفی کرده است که عبارت از ریشه‌داری عقیدتی، ریشه‌داری ناخودآگاه، مکان نسبی، بیگانگی با مکان و بی‌مکانی است (Hummon, 1992). شامای، کاربرد فرایند حس مکان را در قالب سه مرحله اصلی تعلق به مکان^۴، دلبستگی به مکان^۵ و تعهد به مکان^۶ به صورت سلسله‌مراتبی در هفت مرحله نشان داده است (Shamai, 1991: 347-358). (شکل ۳).

شکل ۳. سطوح مختلف حس مکان بر اساس مطالعات شامای،

۱- حس تعلق به مکان	۱- بی‌تفاوتی نسبت به مکان: در ادبیات حس مکان مورد توجه واقع نمی‌شود، کاربرد در سنجش حس مکان ۲- آگاهی از قرارگیری در یک مکان متمایز: تشخیص نمادها، هیچ حسی او را به مکان متصل نمی‌کند. ۳- حس تعلق به مکان: آگاهی از قرارگیری در یک مکان، تشخیص نمادها و نشانه‌ها، احساس بودن در مکان
۲- دلبستگی به مکان	۴- دلبستگی به مکان: ارتباط عاطفی پیچیده با مکان، تشخیص نمادها، احساس بودن در مکان و داشتن تقدیر مشترک، مکان دارای معنای منحصر به فرد و دارا بودن محور فردیت، تجارب جمعی و هویت، ۵- یکی شدن با اهداف مکان: نشان دهنده در آمیختگی و پیوستگی فرد با نیازهای مکان، در این حالت در فرد شور، عشق، حمایت و از خود گذشتگی نسبت به مکان وجود دارد.
۳- تعهد به مکان	۶- حضور در مکان: نقش فعال فرد در اجتماع به علت تعهد به مکان، در مقابل تمامی سطوح قبل که مبنای نظری داشتند، این سطح و سطح بعدی از رفتارهای واقعی افراد برداشت می‌شود. مثلاً انجام سرمایه‌گذاری ۷- فداکاری برای مکان: بالاترین سطح حس مکان، فرد عمیق‌ترین تعهد را نسبت به مکان دارد، فداکاری‌های زیادی در جهت گرایش، ارزش‌ها، آزادی‌ها و رفاه، آمادگی برای رها کردن علایق فردی و جمعی به خاطر علایق بزرگتر نسبت به مکان

(ماخذ: نگارنده)

- 1 The five senses
- 2 Sense
- 3 Understanding the mental image
- 4 Belonging to place
- 5 Attachment to the place
- 6 Commitment to the place

۶-۱- عوامل شکل دهنده حس مکان

۶-۱-۱- عوامل ادراکی-شناختی^۱:

چنان که گفته شد حس مکان ترکیبی است پیچیده از معانی، نمادها و کیفیت هایی که شخص یا گروه به صورت خودآگاه یا ناخودآگاه از فضا یا منطقه ای خاص ادراک می کنند (Shamai, 1991: 347-358). فریتز استیل معتقد است حس مکان هر محیط بستگی به نحوه ارتباط انسان با آن محیط دارد. از نظر او:

۱- رابطه انسان و مکان تعاملی است، یعنی انسان ها چیزهای مثبت یا منفی را به محیط می دهند و سپس از آن می گیرند. بنابراین چگونگی فعالیت های مردم در کیفیت تأثیر محیط بر آنها اثر گذار است.

۲- تصور مکان نه فقط کالبدی، بلکه روانی یا تعاملی است و حس مکان به عنوان یک تجربه از ترکیب یک مکان رفتار و آنچه انسان به آن می دهد، به وجود می آید. به بیان دیگر برخی از چیزهایی که انسان در مکان ایجاد می کند، بدون او و مستقل از او به وجود نمی آیند.

۳- برخی از فضاها آنچنان روح مکان قوی دارند که بر انسان های مختلف تأثیرات مشابه می گذارند. قرارگاه های رفتاری نیز بر انسان تأثیر می گذارند و برای این تأثیرات الگوهایی وجود دارد و مردم نیز با کیفیت طراحی کالبدی و مراقبت مکان ها بر قرارگاه های رفتاری تأثیر می گذارند. این تأثیرات می تواند کوتاه مدت یا بلند مدت، مثبت یا منفی باشد (Steele, 1981).

۶-۱-۲- عوامل کالبدی^۲:

از نظر سالوآن حس مکان از تعامل سه عنصر موقعیت، منظر و درهم تنیدگی فردی به وجود می آید همینطور از نظر او شخصیت کالبدی، مالکیت، اصالت، ساکنین و وسایل رفاهی، طبیعت مانند آب، گیاهان، آسمان، خورشید و فضاهای خصوصی و جمعی؛ اجزای تشکیل دهنده مکان هستند که در خلق حس مکان مؤثرند (Salvesen, 2002). حس مکان در مکان هایی یافت می شود که دارای شخصیت مشخص و متمایز هستند و شخصیت محیطی از چیزهای ملموس ساخته شده که دارای مصالح، شکل، بافت و رنگ است، تشکیل شده است (Norberg-Schulz, 1997).

۷-۱- مفهوم حس تعلق به مکان:

تعلق به مکان که بر پایه حس مکان به وجود می آید 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 می داند و بر اساس تجربه های خود از نشانه ها، معانی، عملکردها و شخصیت مکان، نقشی برای آن در ذهن خود متصور می سازد و مکان برای او قابل احترام می گردد (Steele, 1981: 44). هر شیء که در یک مکان قرار دارد طبعاً نیازمند فضا است. رابطه ای متقابل و عکس العمل بین سه عامل رفتار انسانی، مفاهیم و مشخصات فیزیکی باعث ایجاد مکان می شود (افشارنادری، ۱۳۷۸: ۴). حس تعلق مکانی مفهومی پیچیده از احساسات و دلبستگی انسان نسبت به محیط است که در اثر انطباق و استفاده انسان از مکان به وجود می آید. از نظر کریستین نوربرگ شولتز تعلق مکانی در مکان هایی یافت می شود که دارای شخصیت مشخص و متمایز هستند، شخصیت محیطی از چیزهای ملموس ساخته شده که دارای مصالح، شکل، بافت و رنگ می باشد (Norberg schulz, 1997). از نگاه پدیدارشناسان جغرافیای انسانی، حس تعلق به معنای پیوندی محکم، عاملی تأثیرگذار میان مردم، مکان و اجزاء تشکیل دهنده آن است که این پیوند به صورت مثبت بوده و سبب گسترش ارتباط و تعامل فرد با محیط می گردد و با گذر زمان عمق بیشتری می یابد (Relph, 1976).

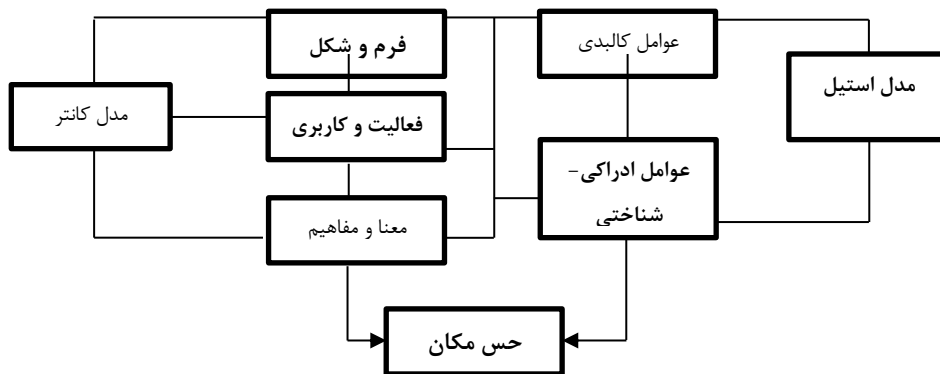
۸-۱- عوامل موثر بر ایجاد حس تعلق به مکان:

برخی از محققین نظیر آلمن و لو علاوه بر تاکید بر نقش اجتماعی مکان، به تعاملات و ارتباطات فرهنگی-اجتماعی در مکان اشاره و تعلق به مکان را از منظر تعلق اجتماعی یعنی گونه ای از تعلق به خاطر مردم (استفاده کنندگان) تعبیر نموده اند (Altman @ Low, 1992: 1-12). با این حال محققین دیگری نیز بر نقش عناصر کالبدی به عنوان عاملی مهم در شکل گیری حس تعلق تاکید داشته و ضرورت توجه به ابعاد کالبدی را در فرایند حس تعلق ضروری می دانند. بر این اساس عوامل تأثیرگذار در شکل گیری حس تعلق به مکان را می توان در دو دسته تقسیم بندی نمود: تعلق اجتماعی و تعلق کالبدی به مکان (مطلبی و فروزنده، ۱۳۹۰: ۳۲) پس تعلق کالبدی به مکان برگرفته از عناصر و اجزاء کالبدی مکان به عنوان بخشی از فرایند شناخت و هویت انسانی است. ریجر و لاوارکاس در مطالعات خود به نقش مهم و اساسی تعلق کالبدی اشاره کرده، به طوریکه فرد، محیط را به همراه عناصر کالبدی آن در جهت شکل دهی معنای تعلق به خاطر می سپارد (Riger @ Lavarkas, 1981: 55-66).

یکی از عواملی که بر میزان تعلق اجتماعی تأثیر گذار است نوع فعالیت ها و کاربری مکان مورد نظر است که فضا را همچون خمیری شکل داده و به آن مفهوم بخشیده و باعث شده که حس مکان به انسان القاء گردد. بر این اساس دو عنصر فعالیت و کالبد از عناصر اساسی در احساس تعلق به مکان محسوب می شوند. بنا بر نظر استیل مجموعه عواملی که حس مکان را به وجود می آورند به دو دسته عوامل شناختی-ادراکی و کالبدی تقسیم می شوند (Steele, 1981: 35). همینطور از نظر کانتر عواملی که بر شکل گیری حس مکان مؤثرند به سه دسته فرم و شکل، فعالیت و کاربری به همراه معنا و مفاهیم تقسیم می شوند (Canter, 1977: 139). ویژگی های کالبدی نه تنها باعث تمایز محیط های مختلف می شوند بلکه در معانی که افراد از آن محیط ادراک می نمایند نیز تأثیر گذار است. استیل مهمترین عوامل کالبدی مؤثر در ادراک مکان که بر روی حس مکان تأثیر گذار هستند را شامل عواملی همچون: اندازه، مقیاس، اجزاء، تنوع، فاصله، بافت، تزیینات، رنگ، بو، صدا، دما و تنوع بصری تعریف می کند. او همچنین خصوصیات نظیر هویت، تاریخ و توهم، راز و رمز، شور و خاطره، جاودانگی و ماندگاری، سرگرمی، اسرار خوشایندی، شگفت انگیزی، امنیت، سرزندگی، قابلیت زندگی، عوامل فرهنگی-اجتماعی و حافظه را که از موارد شناختی-ادراکی است را موجب برقراری رابطه متمرکز با مکان می داند (Steele, 1981: 35). پس با مقایسه تطبیقی دو مدل استیل (۱۹۸۱) و کانتر (۱۹۷۷) می توان گفت که عواملی همچون فرم و شکل به همراه فعالیتها و نوع

1 Cognitive - Perceptual Factors
2 Physical factors

کاربری مکان در مدل کانتر متناظر با عوامل کالبدی استیل و همینطور عامل معنا و مفاهیم در مدل کانتر متناظر با عوامل شناختی - ادراکی در مدل استیل می باشد. در نمودار ذیل می توان انطباق مدل‌های استیل و کانتر در ارتباط با عوامل موثر در حس مکان را مشاهده نمود(شکل ۴):



شکل ۴. انطباق مدل‌های استیل و کانتر در ارتباط با عوامل موثر در حس مکان، ماخذ: (حیدری و دیگران، ۱۳۹۳: ۱۷)

۲- روش تحقیق

این پژوهش به ارزیابی شاخص‌های تاثیر گذار در میزان حس تعلق خاطر در منطقه اورامانات - کردستان می پردازد. جامعه آماری این پژوهش ساکنین روستاهای منطقه اورامانات در جنوب شرقی شهر مریوان در استان کردستان می باشد. هدف این پژوهش شناسایی، سنجش و ارزیابی موله های تاثیرگذار در میزان حس تعلق خاطر در منطقه اورامانات کردستان می باشد. روش تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی بوده و جهت گردآوری اطلاعات از منابع کتابخانه ای و میدانی، طرح مصاحبه عمیق و تهیه پرسشنامه بسته جهت نگارش مبانی نظری و گردآوری اطلاعات ساکنین منطقه مورد مطالعه استفاده شده است. حجم نمونه بدست آمده بر اساس جدول مورگان و کرجسی^۱ حدوداً تعداد ۳۵۰ نفر از ساکنین در گروه‌های مختلف اجتماعی را در بر می گیرد که بر اساس آن مشارکت کنندگان نظرات و فهم خود را در باره مکان سکونتشان بیان کردند. با توجه به مصاحبه ها و برداشت میدانی که صورت گرفت پارامترهایی همچون فرهنگ، جامعه، طبیعت و فعالیت که از تاثیرگذارترین جنبه ها بر احساس تعلق خاطر ساکنین به شمار می آمدند از بین خیل زیادی از پارامترهای موثر انتخاب شدند و بر اساس آن فرضیه هایی تدوین شد. در ادامه این فرضیه ها، مورد آزمون قرار گرفتند و از طریق آزمون مقایسه میانگینها^۲ و کاربرد ضریب همبستگی پیرسون^۳ و سطح معناداری^۴، میزان تاثیر این پارامترها بر حس تعلق خاطر ساکنین مشخص شد. بر این اساس چارچوب نظری پژوهش با در نظر گرفتن عوامل فردی و محیطی با همپوشانی با عوامل موثر بر حس تعلق به مکان در شکل ۵ مطرح می گردد.

شکل ۵. مولفه های حس تعلق به مکان متأثر از مدل مفهومی پژوهش

همکاری در مقیاس محلی	فعالیت	عوامل محیطی	۴ تغییرات محیطی
رویداد خاطره ساز			
تعاملات اجتماعی			
طبقات اجتماعی	اجتماع		
فرم			
روابط و سازماندهی عملکردی			
شغل	کالبد	عوامل فردی	
نوع و مدت اقامت			
مرجع فرهنگی	ویژگی های فردی		
رضایت مندی			
امنیت			
توقعات و تعلقات	تصورات ذهنی		

(ماخذ: نگارنده)

۳- روستای اورامانات:

اورامان یا هورامان تخت شهری در بخش اورامان شهرستان سروآباد در استان کردستان ایران است. این شهر در منطقه هورامان در جنوب شرقی شهر مریوان در استان کردستان واقع شده است. اورامان، از غرب با عراق، از شمال با کردستان و از جنوب با جوانرود محدود می شود و جاده ای به طول ۷۵ کیلومتر آن را به شهر مریوان متصل می نماید. این شهر در دره ای شرقی - غربی و در شیب تندی روبه روی کوه «تخت» واقع شده است. خانه های شهر به طور کلی از سنگ و اغلب به صورت خشکه چین و به صورت پلکانی ساخته شده است که به همین دلیل آن را «هزار ماسوله» نیز می نامند. بنا به اعتقاد مردم منطقه اورامان زمانی شهری

1 Morgan and krejcie table
2 comparison of the averages
3 Pearson correlation coefficient
4 Significance level

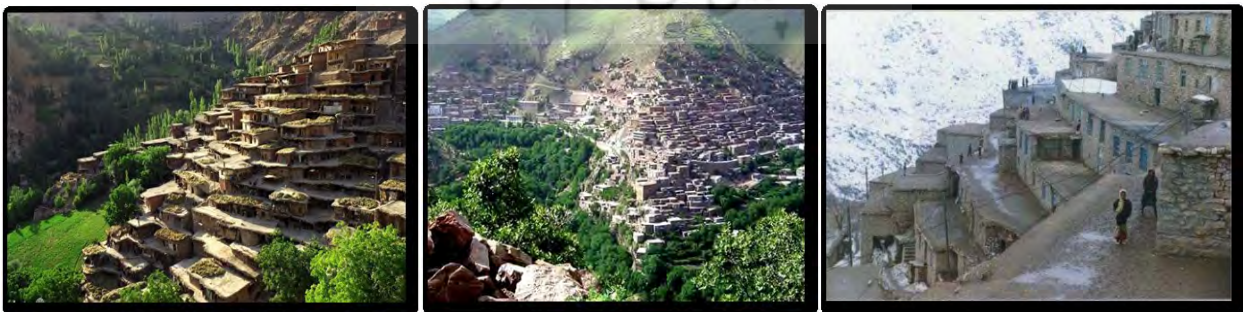
بزرگ بود و مرکزیتی خاص داشت و به همین خاطر از آن به عنوان تخت یا مرکز (حکومت) ناحیه اورامان یاد می‌کردند. مراسم پیر شالیار در این شهر بسیار معروف است. مردم اورامان تخت به اورامی (هورامی یا اورامانی) سخن می‌گویند که یکی از گویش‌های گورانی است که آن نیز زیرگروهی است از گویش‌های ایرانی شمال غربی. اورامی در گذشته زبان کتابت به شمار می‌آمده و لهجه رسمی بوده است. مردم اورامان تخت مسلمان و سنی مذهب هستند، با این وجود آیین‌های باستانی ایرانی هنوز در حافظه تاریخی برخاسته از نیاکان مردم این منطقه، جای دارد و آن را پاس می‌دارند. معماری اورامانات کاملاً با کوهستان انطباق یافته و متکی بر ساخت و ساز با استفاده از سنگ و بصورت خشکه چین است و خانه‌ها در روستاهای منطقه با توجه به شیب تند دامنه‌های صخره‌ای به صورت پلکانی ساخته شده‌است. خانه‌ها در اکثر موارد در دو طبقه ساخته شده و براساس معیشت فضاهای خانه‌ها با یکدیگر متفاوت است. در بسیاری از موارد طبقه همکف به محل نگهداری گله و انبار اختصاص دارد. فضای اصلی مسکونی در طبقه بالاتر واقع است و از بخش‌های مختلفی تشکیل می‌شود. مردم منطقه معتقدند اورامانات تخت زمانی شهری بزرگ بوده و مرکزیتی خاص داشته به همین دلیل از آن به عنوان تخت یا مرکز حکومت ناحیه اورامان یاد می‌کرده‌اند. به غیر از وضعیت خاص روستا از نظر معماری، موقعیت چشمه‌های پرآب، مراسم خاص و آداب و رسوم و وجود مقبره و مسجد پیر شالیار و به ویژه جمعیت و تعداد سکنه قابل توجه آن نشانگر اهمیت منطقه از دوره‌های گذشته است. پوشاک کردی آمیزه‌ای از رنگ و نقش است. لباس مردم اورامانات کردی است. پیش از ورود پارچه و کفش‌های خارجی و سایر منسوجات داخلی به استان کردستان، بیشتر پارچه‌ها و پای‌افزار مورد نیاز آنها توسط بافندگان و دوزندگان محلی بافته و ساخته می‌شده‌است (اشکال ۸، ۷، ۶).



شکل ۶. مراسمها و آیینهای مذهبی در اورامانات (ماخذ: نگارنده)



شکل ۷. موقعیت جغرافیایی منطقه اورامانات (ماخذ: نگارنده)



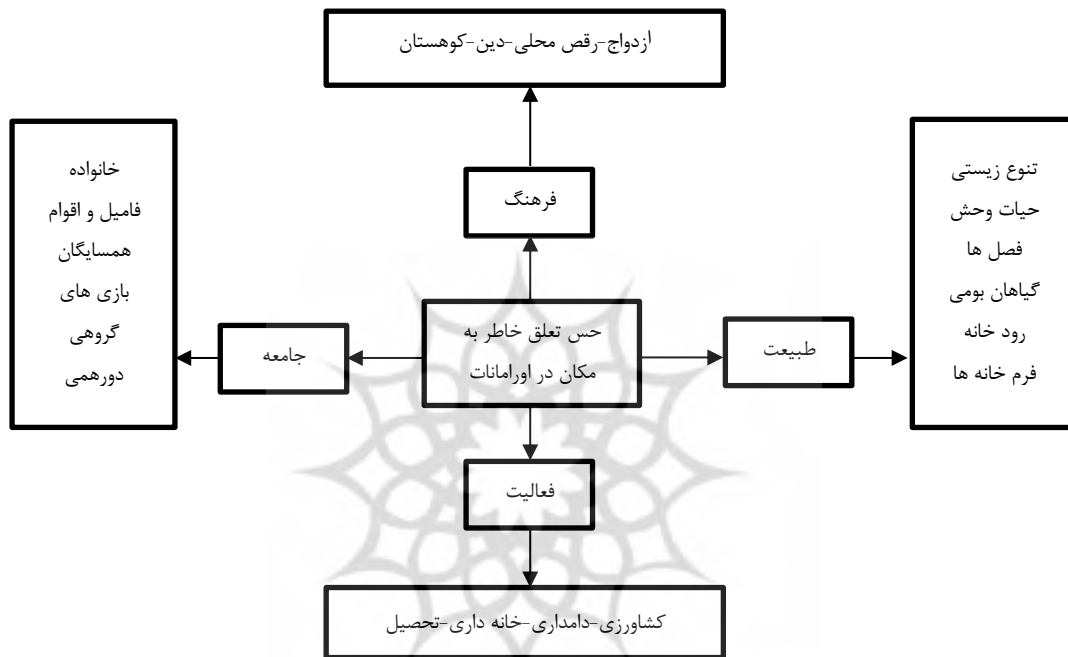
شکل ۸. معماری و طبیعت در اورامانات (ماخذ: نگارنده)



شکل ۹. اقتصاد و صنایع دستی در اورامانات (ماخذ: نگارنده)

۴- تجزیه و تحلیل یافته ها:

در این پژوهش معنای مکان و حس تعلق خاطر و عوامل موثر بر آنها در منطقه اورامانات بررسی شد. تحلیل پرسشنامه این تحقیق نشان داد که تاثیرگذارترین جنبه ها و معانی که از طریق حس مکان به ذهن ساکنین انتقال پیدا می کند در چهار گروه فرهنگ، فعالیت، طبیعت و جامعه شناسایی و طبقه بندی می شود. که این مفاهیم از عوامل تاثیرگذار در میزان حس تعلق در سکونتگاه های روستایی به شمار می روند (شکل ۱۰، ۱۱).



شکل ۱۰. عوامل تاثیر گذار بر حس تعلق خاطر در روستای اورامانات، (ماخذ: نگارنده)



شکل ۱۱. انطباق مدل های کانتیر و استیل با عوامل تاثیر گذار بر حس تعلق خاطر در روستای اورامانات، (ماخذ: نگارنده)

برای رسیدن به هدف این پژوهش از شیوه پیمایش استفاده شد. شیوه پیمایش در چارچوب راهبرد همبستگی از معمولترین شیوه های جمع آوری اطلاعات در حوزه های اجتماعی می باشد که با هدف اندازه گیری نگرشها، نظریه ها یا ارتباطات و همبستگی تعدادی متغیر در شرایط طبیعی به کار می رود. (دلور، ۱۳۸۰). در این پیمایش میزان حس تعلق خاطر و عوامل موثر بر آن نسبت به منطقه مورد نظر، طی پرسش هایی از ساکنین جمع آوری گردید و بر اساس آن فرضیه های پژوهش مورد آزمون قرار گرفت. در پرسش نامه بر اساس چارچوب نظری پژوهش در رابطه با مسائل کالبدی و ادراکی - شناختی سؤالاتی طرح شد. جهت اندازه گیری میزان پایایی و روایی پرسش نامه از ضریب آلفای کرونباخ^۱ که یکی از متداولترین روشهاست استفاده شده است. بدین منظور این ضریب را برای پرسشهای این پرسش نامه به تعداد ۳۵ عدد به صورت تصادفی بدست آورده که برابر با ۰/۸ بود. این مطلب نشان دهنده مطلوبیت میزان پایایی این پرسش نامه می باشد.

بررسی فرضیه های پژوهش:

در بررسی های به عمل آمده در پژوهشهای میدانی و نیز مصاحبه های صورت گرفته مشخص شد که از میان جنبه های فراوان ایجاد حس تعلق خاطر در این منطقه، چهار جنبه طبیعت، فرهنگ، جامعه و فعالیت ساکنان مهمتر تشخیص داده شدند و لذا به صورت خاص تاثیر آنها بر میزان حس تعلق خاطر در قالب فرضیه های ۱ تا ۴ در جدول (۱) تبیین شده است. بر این اساس در رابطه با عوامل چهارگانه، سطح معناداری و ضریب همبستگی پیرسون به طور جداگانه مورد آزمون قرار گرفت. ضریب همبستگی پیرسون به منظور تعیین میزان همبستگی، نوع و جهت رابطه بین دو متغیر فاصله ای یا نسبی و یا یک متغیر فاصله ای و یک متغیر نسبی به کار برده می شود. برای تایید یا رد موقتی این فرضیه ها، به دلیل فاصله ای بودن دو متغیر از ضریب همبستگی پیرسون به عنوان آزمون آماری استفاده شده است. در آزمون پیرسون رابطه $1 < 2K + 1$ حاکم است. (۲) یا ضریب همبستگی حاصل شده از این آزمون هرچه به عدد یک نزدیکتر شود مسلماً رابطه قوی تری را نشان می دهد و هر چه از عدد یک فاصله بگیرد رابطه ضعیف تر و اگر به عدد ۱- برسد همان رابطه قوی را در نقطه مقابل در ضعیف ترین حد ممکن خواهد داشت. اگر هیچ رابطه ای بین متغیرها وجود نداشته باشد میزان (۲) برابر با صفر خواهد بود.

فرضیه ۱: این فرضیه به دنبال یافتن رابطه میان دو متغیر مستقل و وابسته طبیعت و حس تعلق خاطر به مکان می باشد. ضریب همبستگی در این فرضیه برابر با ۰/۹۱۷ می باشد که به عدد یک نزدیک بوده و رابطه ای بسیار قوی بین مفاهیم حاکم است. سطح معناداری در این رابطه باید کوچکتر از ۰/۰۵ باشد تا رابطه معنادار باشد. این فرضیه با سطح معناداری ۰/۰۰۰ مورد تایید واقع شده و وجود رابطه در این فرضیه را تایید می کند.

جدول ۱. آزمون مقایسه میانگینها و سطح معناداری فرضیه های چهارگانه

ردیف	فرضیه	آزمون پیرسون	سطح معناداری
۱	میان عامل طبیعت و حس تعلق خاطر رابطه معناداری وجود دارد.	۰/۹۱۷	۰/۰۰۰
۲	میان عامل فرهنگ و حس تعلق خاطر رابطه معناداری وجود دارد.	۰/۷۱۲	۰/۰۲۰
۳	میان عامل جامعه و حس تعلق خاطر رابطه معناداری وجود دارد.	۰/۷۸۵	۰/۰۰۰
۴	میان عامل فعالیت و حس تعلق خاطر رابطه معناداری وجود دارد.	۰/۵۷۲	۰/۰۳۸

(ماخذ: نگارنده)

فرضیه ۲: این فرضیه به دنبال تبیین رابطه میان عامل فرهنگ به عنوان متغیر مستقل و عامل حس تعلق خاطر به عنوان متغیر وابسته می باشد. ضریب همبستگی بین دو متغیر ۰/۷۱۲ بوده و با توجه به نزدیکی به عدد یک بر رابطه ای قوی بین دو متغیر تاکید دارد. همینطور با توجه به اینکه سطح معناداری کوچکتر از ۰/۰۵ بوده (۰/۰۲۰) پس بین دو متغیر رابطه معناداری حکم فرماست.

فرضیه ۳: این فرضیه به دنبال یافتن ارتباط بین متغیرهای جامعه و حس تعلق خاطر بوده که ضریب همبستگی در اینجا ۰/۷۸۵ می باشد. از طرفی سطح معناداری نیز ۰/۰۰۰ بوده که گویای وجود رابطه قوی بین دو متغیر می باشد.

فرضیه ۴: این فرضیه به دنبال تبیین وجود رابطه بین عامل فعالیت به عنوان متغیر مستقل و حس تعلق خاطر به عنوان متغیر وابسته بوده که ضریب همبستگی در اینجا ۰/۵۷۲ می باشد و سطح معناداری آن نیز ۰/۰۳۸ بوده که در سطح ضعیف تری نسبت به سایر متغیرها قرار دارد. با این حال رابطه معنادار در سطح پایین تر بین دو متغیر وجود دارد.



شکل ۱۲. نمودار رابطه بین پارامترهای چهارگانه و حس تعلق خاطر در منطقه اورامانات (ماخذ: نگارنده)

طبق آنچه که در شکل ۱۲ مشاهده می شود عوامل چهارگانه در راستای محور افقی و ضریب پیروان و سطح معناداری این پارامترها در محور عمودی به نمایش گذاشته شده است. بر اساس این نمودار عامل طبیعت که یکی از مهمترین عوامل کالبدی-محیطی است در کنار معماری منحصر به فرد روستا تاثیر گذارترین پارامتر بر حس مکان و در نهایت بر میزان حس تعلق خاطر نسبت به منطقه خواهد بود. این در حالی است که عامل فعالیت به دلیل آنکه بخشی از جمعیت را به خود جذب کرده، کمترین میزان همبستگی و معناداری را با حس تعلق خاطر دارا می باشد.

نتیجه گیری:

آنچه یک فضا را به یک مکان ارتقاء می دهد آمیخته شدن آن با معانی و مفاهیم عمیق است که در طول زمان گسترش و ژرفا پیدا می کند. پس مکان حاصل معانی است که در طول زمان و با ادراک محیط به دست می آید. البته باید گفت "شکل گیری معنای ناشی از ادراک انسانی در بستر زمان، مساله ای است که عمدتاً به بعد ناآگاهانه و ادراکی در لایه های خاموش تجربه افراد دلالت دارد و در روان شناسی از آن به وابستگی و حس تعلق تعبیر می شود که حسی توأم با عاطفه در مکان است. مکان در این صورت ریشه دار تجربه می شود و لایه های مختلف اجتماعی و فرهنگی را نیز در بر می گیرد" (مطلبی و جوان فروزنده، ۱۳۹۰: ۲۹).

در این پژوهش در ابتدا سعی شده که علاوه بر تبیین مفاهیم حس مکان و حس تعلق خاطر، به عوامل موثر بر آنها پرداخته، سپس با همپوشانی این عوامل و جنبه های موثر بر حس تعلق خاطر در منطقه اورامانات، فرضیه هایی جهت برقراری ارتباط بین پارامترهای تاثیرگذار بر ایجاد حس مکان (طبیعت، جامعه، فرهنگ، فعالیت) به عنوان متغیرهای مستقل و حس تعلق خاطر به عنوان متغیر وابسته تدوین گردد. در مرحله بعد از طریق آزمون پیروان و بدست آوردن سطح معناداری در فرضیه ها، به ارزیابی شاخصهای تاثیر گذار بر میزان حس تعلق در منطقه اورامانات پرداخته شده است. لیکن نتایج آزمون حاکی از آن است که عامل طبیعت که یکی از مهمترین عوامل کالبدی-محیطی است در کنار معماری منحصر به فرد روستا تاثیر گذارترین پارامتر بر حس مکان و در نهایت بر میزان حس تعلق خاطر نسبت به منطقه خواهد بود. این در حالی است که عامل جامعه، در مرتبه دوم قرار گرفته و موید این نکته است که فضا چیزی جز رابطه نیست و بر اساس نوع روابط ایجاد شده می توان برای فضا مفهوم و معنایی خاص متصور شد. روابط اجتماعی نقش موثرتری نسبت به عوامل فرهنگ و فعالیت ایفا می کند. زیرا این روابط انسانی و اجتماعی خواهد بود که در طول تاریخ باعث انتقال سنتها و فرهنگ در منطقه شده که بعد از عامل کالبد و طبیعت از مهمترین عوامل تاثیرگذار در این زمینه می باشد. عامل فعالیت به دلیل آنکه بخشی از جمعیت را به خود جذب کرده، کمترین میزان همبستگی و معناداری را با حس تعلق خاطر دارا می باشد. بر این اساس در جدول ۲ تطبیق یافته های پژوهش با عوامل تاثیر گذار بر ایجاد حس تعلق خاطر به مکان، بر مبنای چارچوب نظری پژوهش ارائه می گردد.

جدول ۲. انطباق چهارچوب نظری پژوهش با عوامل تاثیر گذار بر حس تعلق خاطر در روستای اورامانات.

عوامل کلی تاثیرگذار بر حس تعلق	شاخصهای اصلی	زیر مجموعه شاخصهای اصلی
عوامل کالبدی	فرم و شکل	سبک ساختمان سازی متأثر از طبیعت پس زمینه
	روابط و سازماندهی	روابط موجود بین فضاهای عمومی، نیمه خصوصی و خصوصی
	مکانها و بناهای شاخص	بناهای تاریخی، مذهبی و مکانهای خاطره ساز مانند آرامگاه پیرشالیار
	طبیعت	توپوگرافی و مورفولوژی بستر، پوشش گیاهی
مسائل اجتماعی	تعاملات اجتماعی	روابط همسایگی، دوره های همسالان و بازیهای محلی
	طبقات اجتماعی	درآمد خانوار و نوع قومیتها تاثیر گذار است.
	تعاون و همکاریهای محلی	همکاریهای محلی در زمینه مراسمهای آیینی، ازدواج و ...
فعالیت	رویدادهای محلی خاطره ساز	برگزاری آیینهای جمعی، رقص محلی، مراسمهای مذهبی و محلی
	اقتصاد منطقه	فعالیتهای کشاورزی و دامداری و صنایع دستی
عوامل فردی	رضایت مندی از مکان	احساس رضایت از محیط زندگی
	حس امنیت	به دلیل وجود روح تعاون و همکاریهای محلی ایجاد حس امنیت در محیط زندگی
	تعلقات	نوع روابط، تعلقات محیطی، نوع و سطح توقعات
	مدت و نوع اقامت	مدت زمان اقامت در محله، مالکیت طولانی مدت بر مالکیت موقت (مستاجر) غالب است.
ویژگیهای فردی	مرجع فرهنگی	بستر فرهنگی که فرد در آن رشد کرده و به بالندگی رسیده است.
	اشتغال	وابسته به بستر منطقه، محیط زندگی، دامداری، کشاورزی

(ماخذ: نگارنده)

با توجه به موارد ذکر شده می توان جمع بندی کلی به شرح ذیل مطرح نمود:

- مفاهیم و محتوای سنتی ساختار طرحها در هنگام مواجه شدن انسان با بنا و ارتباط معنوی ایجاد شده، ادراک می شوند.
- شکل و فرم سنتی بنا به عنوان یکی از عوامل تاثیر گذار بر فرایند طراحی می تواند نقش مهمی در ایجاد و انتقال معنا به ذهن مخاطب ایفا نماید. مواد و مصالح سنتی در زمینه طرحها و بناها از پارامترهای موثر در شکل گیری زبان معماری در جهت ارتباط با انسان و محیط می باشد و با کیفیت و میزان ارزشمندی معماری بنا رابطه مستقیم دارد.
- تجارب و تعاملات اجتماعی که در مکان اتفاق می افتد، امکان معنا بخشیدن به آن را برای فرد میسر می نماید. ایجاد حس تعلق به مکان، مبتنی بر مشارکت مردم و میزان تعاملات فرهنگی در آن مکان می باشد.
- حس تعلق مکانی وابسته به فعالیتهایی است که افراد در قالب مقتضیات فرهنگی خود انجام می دهند (Altman@Low, 1992:7).
- دل بستگی و حس تعلق به مکان عموماً پس از آنکه افراد تجربه ای دراز مدت در یک مکان دارند، اتفاق می افتد و در این فرایند، مکان معنای وسیعی برای فرد می یابد (Kaplan, 1995:172).

- یکی از موثرترین ویژگی‌های مکان، فعالیت‌ها و تعاملات بین انسان و مکان است که در ارتقای حس تعلق و دلبستگی افراد به آن مکان نقش دارد (Altman@Low, 1992; Relph, 1976). در واقع نوع فعالیت‌های موجود در مکان، سبب کسب معنا از مکان می‌گردد و کسب معنا، خود زمینه ساز دلبستگی و حس تعلق خاطر به مکان است. همینطور ایجاد حس تعلق به مکان با وجود رویدادها و یا فعالیت‌های مداوم در آن مکان تقویت می‌گردد (Altman@Low, 1992:7).

فهرست منابع:

۱. افشارنادری، کامران (۱۳۷۸)، "از کاربری تا مکان"، مجله معماری، پاییز، صص: ۴-۶.
۲. دلاور، علی (۱۳۸۰)، "مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی"، نشر رشد، تهران.
۳. حیدری، علی و دیگران (۱۳۹۳)، "بررسی نحوه ارتباط میان دو مفهوم حس مکان و دلبستگی به مکان در خوابگاه دانشجویان"، هنرهای زیبا، دوره ۱۹، شماره یک، صص: ۲۲-۱۵.
۴. فلاح، محمد صادق (۱۳۸۵)، "مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن"، هنرهای زیبا، شماره ۲۷، صص ۶۶-۵۷.
۵. مطلبی، قاسم و جوان فروزنده، علی (۱۳۹۰)، "مفهوم حس تعلق به مکان و عوامل تشکیل دهنده آن"، دوره ۵، شماره ۸، بهار و تابستان، صص: ۳۷-۲۷.
6. 6-Altman, I., S. Low, (1992), "Place Attachment", Springer US, Plenum Press: New York, pp 1-12.
7. 7- Brinckerhoff, Jackson John (1994), "A Sense of Place, A Sense of Time", Yale University Press, New Haven and London.
8. 8- Canter, David, (1977), "The Psychology Of Place", London: Architectural Press.
9. 9- Hummon, D. (1992), "Community Attachment: local sentiment & sense of place", plenum, New York.
10. 10- Kaplan, S. (1995), "The restorative benefits of nature: Toward an integrated framework", Journal of Environmental Psychology, 15, pp: 169-182.
11. 11- Knox, P & Pinch, S. (2000), "Urban Social Geography: An Introduction", Prentice Hall: Harlow, 8-9.
12. 12- Lynch, Kevin. (1964), a theory of good city form, MIT Press.
13. 13- Norberg schulz, Christian, (1997), "Night Lands-Nordic building", MIT Press, Cambridge, Mass.
14. 14- Norberg-Schulz, Christian (1975), "Meaning in Western Architecture", Praeger Publishers, New York.
15. 15- Rapaport, A. (1982): "The meaning of the built environment". Tucson: University of Arizona Press.
16. 16- Relph, E. (1976), Place and placelessness. London: Pion Limited.
17. 17- R. Cuthbert, Alexander, (2006), "The Form Of Cities", Blackwell publishing, Australasia.
18. 18- Riger, Stephanie @ Lavarkas, Paul. j. (1981), "Community Ties: Pat-Terms of attachment and social interaction in urban neighbourhoods", American Journal Of Community Psychology, 9, pp: 55-66.
19. 19- Salvesen, David (2002), "The Making of Place"; Research on Place & Space Website, 20 Feb. 2003, 12 Mar. 2003, <http://www.matr.net/print-4108.html>.
20. 20- Seamon, David (1982), "The Phenomenological Contribution to Environmental Psychology", Journal of environmental psychology, no. 2, pp. 119-140.
21. 21- Shamai, S. (1991), "Sense of place: an empirical measurement", Elsevier, geoforum, Vol. 22, pp: 347-358
22. 22- Steele, Fritz, (1981), "The sense of place", CBI Publishing Company, Boston.
23. 23- V. Moudon, Ann, Carmona, Mathew (2003), "A catholic approach to organizing what urban designer should know", Black well Publishing, Australasia.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی