

مکان

دکتر اتوسا مدیری*

تاریخ دریافت مقاله: ۸۷/۰۱/۱۷

تاریخ پذیرش نهایی: ۸۷/۰۵/۱۵



چکیده:

هدف مقاله بررسی نظریات مکان در چهارچوب سه رویکرد اثباتی، انتقادی و پدیدارشناسانه است. در بخش نخست به تعاریف مکان با رویکردی همه جانبه و در بخش دوم به نظریات پدیدارشناسان و مفاهیم اصلی بسط داده شده توسط رالف و شولتز پرداخته می‌شود. بخش سوم مقاله انتقادهایی است که عمدتاً مسی و هابرماس به رویکرد صرف پدیدارشناسی مکان ارائه می‌کنند. بخش چهارم مقاله به نظریات، راهکارها و معیارهای اثبات‌گراها نظیر مونگمری و کانتر پرداخته می‌شود.

مفاهیم اصلی که پدیدارشناسان در تعریف مکان بکار می‌گیرند، مفهوم درون و برون و موضع شناسی است. رویکرد انتقادی به نقش ساختارهای اقتصادی و اجتماعی در شکل‌گیری مکان می‌پردازد و رویکرد اثباتی در قالب سه مؤلفه‌ی کالبد، معنا و فعالیت شکل‌گیری مکان را تبیین می‌کند. اما آنچه در کنار تمامی مفاهیم، ساختارها و مولفه‌ها اهمیت دارد، انسان، حضور وی و تعامل او با تمامی شکل‌دهنده‌ها است. عناصر فوق به روش تحلیل محتوا بررسی شده‌اند.

کلید واژه‌ها: مکان^۱، زیست جهان^۲، گشتالت^۳، موضع‌شناسی^۴، درون و برون

مقدمه

مفهوم مکان در تقابل با مفهوم فضای انتزاعی شکل گرفته است. شولتس (۱۳۵۳) می نویسد: "هستی فضاها از مکان ها است نه از خود فضا." لذا طراحی فضا وابسته است به شناخت ما از مکان و آنچه حس مکان نامیده می شود. حس مکان اغلب با واژه لاتین *Genius Loci* شناخته می شود و بیان گر این است که مردم هنگام حضور در فضا چیزی فراتر از خصوصیات کالبدی و حسی^۵ را درک می کنند و می توانند به روح مکان دست یابند.

دهه ۱۹۷۰ اوج علاقه‌ی طراحان به کشف ارتباط مردم با مفاهیم مکان است؛ که اغلب از بحث های پدیده شناسی هوسرل^۶ سرچشمه می گیرد. جستجو در مفهوم مکان به سه رویکرد **پدیدار شناسانه**^۷، **انتقادی**^۸ و **اثباتی**^۹ منتهی می گردد؛ که عمده‌ی تلاش‌ها در این زمینه در حوزه پدیدارشناسی است. لذا بخش نخست مقاله پس از تعریف مکان به رویکرد **پدیدارشناسی** می‌پردازد و در این رویکرد دیدگاه شولتس به دلیل اهمیتی که وی در بسط مفهوم مکان دارد، به صورت جداگانه مورد بررسی قرار می‌گیرد. سپس به دیدگاه‌های رویکرد **انتقادی** پرداخته می‌شود؛ رویکرد انتقادی پدیدار شناسی را برای دست یافتن به مکان ضروری ولیکن کافی نمی‌داند و در قسمت انتهایی مقاله به رویکرد **اثباتی** پرداخته می‌شود. رویکرد اثباتی در جستجوی شناخت و ارائه‌ی معیارها و شاخص‌هایی است که به خلق مکان موفق منجر شود. هدف مقاله بررسی و بیان نظرات مکان در چهارچوب رویکردهای فوق با استفاده از روش تحلیل محتوا است.

تعاریف مکان

مکان تجلی گاه عینی زیست جهان است. مکان، ثبات و پایداری فضایی و زمانی زیست جهان است (شولتز، ۱۳۸۱: ۳۱). مکان، فضای دارای معنا است، به همین دلیل مکان را قسمتی از فضا که به وسیله‌ی روابط اجتماعی مشخص می‌شود، تعریف می‌کنند. بدین ترتیب واقعیت یک مکان همواره پذیرای آن است که تعریف خود را در دل یک فرآیند اجتماعی جای دهد (Logan & Molotch, 1987:47). راپاپورت^{۱۰} مکان را یکی از چهار عنصر تعریف کننده‌ی فضا معرفی می‌کند، که در ترکیب با معنی، زمان و ارتباطات، محیط انسان ساخت را شکل می‌دهند. دلمشغولی فرد یا گروه با فضا به آن معنای مکان می‌دهد، دست‌کم تا اندازه‌ای که آن را از سایر مکان‌ها جدا سازد. لینچ^{۱۱} هویت مکان را به سادگی منحصر به فرد بودن آن از سایر مکان‌ها تعریف می‌کند. مبنای او برای این شناسایی ماهیت جداگانه داشتن است (لینچ، ۱۳۷۲). گودال^{۱۲}، مکان را بدین گونه تعریف می‌کند: در حالی که فضا را گستره‌ای باز و انتزاعی ببینیم، مکان بخشی از فضا است که به وسیله شخص یا چیزی اشغال شده است. مکان مرکز ارزش محسوس است، که همراه با امنیت و پایداری نیازهای زیستی انسان را بر آورده می‌کند. عارفی مکان را طبیعی‌ترین، خالص‌ترین و بی‌واسطه‌ترین نوع ارتباط بین مردم و فضا تعریف می‌کند و رالف^{۱۳} می‌گوید: مکان به معنی داشتن

یک نقطه امن است که می توان از آنجا به دنیا نگریست ، یک اتصال قوی که انسان را در موضعی با سایر اشیاء مرتبط می سازد ، و دستیابی و یا ارتباط روحی و روانی با یک نقطه‌ی مشخص است (Relph, 1976) .

" مکان جایگاهی است فیزیکی با تمامی کیفیت های اجتماعی و مکانی اش که علی رغم پذیرا بودن تحول پیوسته ، از کلیت مادی اش باز دفاع می کند و ارتباطات متقابل اش را در لحظه ای از زمان بازگو می کند. زمانی که فضا در متن اجتماعی و در فرآیند تولیدش دیده شد، می تواند هویت هایی چندگانه داشته باشد و با این حال در شرایط خاص استواری جای گیرد (مدنی پور، ۱۳۷۹: ۲۰)."

رویکرد پدیدارشناسانه

پدیدارشناسان، زمان و مکان زیست جهان را به گونه ای متقابل وابسته به یکدیگر می دانند و فهم پدیدارشناسانه از مکان را، متفاوت از توضیح و تبیین علمی می دانند^{۱۴}. از این رو پدیدارشناسی هستی در مکان و حضور را به منزله ی فراهم ساختن مناسبات گوناگون میان اجزا و عناصر می داند. در این مناسبات هم محیط پیرامونی و هم کاربرد و نمادگرایی به یک اندازه قوت و مشارکت دارند (شولتز، ۱۳۸۱: ۱۹۴). همه‌ی مکان‌ها عامل مشترکی دارند که این یکی از بنیادی‌ترین مسائل دانش است؛ یعنی ارتباط میان امر خاص و امر کلی. اما باید به این حقیقت توجه نمود که مکان‌ها همه به نحوی متفاوت از یکدیگر هستند و تجربه‌ی هر شخص از یک مکان مشخص همواره و ناگزیر تجربه‌ای ذهنی و مخصوص به خود اوست (شولتز، ۲۸۱: ۶۹).

مکان و مفهوم درون و برون

ادوارد رالف در کتاب مکان و بی مکان (۱۹۷۶) که یکی از اولین کتاب‌هایی است که با رویکرد پدیدارشناسی به روانشناسی و حس مکان می‌پردازد؛ می‌گوید: زمانی که ما فضا را می‌شناسیم و آن را احساس می‌کنیم، حتی اگر آن فضا بی‌شکل و غیرملموس باشد، فضا واجد مفهوم مکان است. برای رالف مکان‌ها مراکز معانی هستند، که براساس زیست جهان شکل یافته‌اند. با لبریز ساختن فضاها با معانی منحصر بفردی که جوامع آن‌ها را شکل می‌دهند، می‌توان فضاها را به مکان‌ها تغییر داد؛ مانند میدان ونسلاس^{۱۵}، که مرکز انقلاب مخملین^{۱۶} پراگ بود. وی اساس حس مکان را در تجربه ی ناخودآگاه درون و برون، به معنی تمایز میان این دو می‌داند و انواع هویت مکان را که بر اساس تفکر درون و بیرون شکل می‌گیرد، به شرح زیر بیان می‌کند:

حضور درونی^{۱۷}: زمانی که مکان زنده و پویاست ، انباشته از معانی دانسته و تجربه شده است.

درون بودگی ارزشی^{۱۸}: زمانی که مکان ارزش های فرهنگی را که خلق کرده است، بیان می کند.

درون بودگی رفتاری^{۱۹}: زمانی که مکان یک محیط بسته و واجد کیفیت منظر شهری یا منظر طبیعی است و می تواند مبنایی برای خلق تجربه جمعی محسوب گردد.

برون بودگی اتفاقی^{۲۰}: زمانی که عملکردهای مکان، مناسب و برگزیده هستند و هویت مکان چیزی فراتر از عملکرد آن نیست.

برون بودگی هدفمند^{۲۱}: زمانی که مکان به مرتبه‌ی فضای دربرگیرنده‌ی اشیا و فعالیت‌ها تنزل می‌یابد.

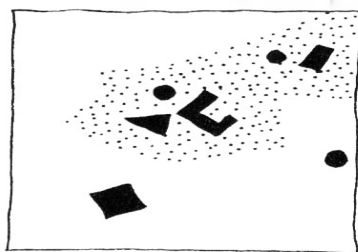
هویت عام مکان: زمانی که هویت مکان توسط رسانه‌های جمعی بوجود می‌آید و از تجربه‌ی مستقیم به دور است. هویتی مصنوعی و مکانیکی بوجود می‌آید که فاقد تجارب فردی و خصوصیات نمادین هویت مکان است.

حضور در برون^{۲۲}: زمانی که هویت مکان از بین رفته است و تعامل با مکان ممکن نیست. مکان‌هایی این‌چنینی اغلب بی‌هدف هستند و شکل‌گیری‌شان نیز اتفاقی صورت می‌گیرد.

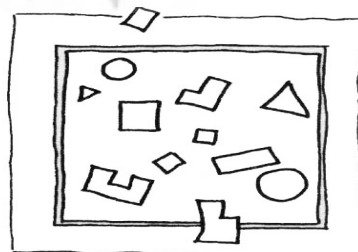
در بسیاری از ادبیات مرتبط با مکان، مفهوم مکان اغلب بر حس تعلق یا وابستگی احساسی به یک مکان تاکید دارد و با واژه‌هایی همچون "ریشه داشتن"، "هم‌پیوندی"^{۲۳} و یا "هویت" تعریف می‌شود. مفهوم درون و برون اغلب به آسانی با واژه‌ی قلمرو و به وسیله‌ی تعریف مردم با مرزهای کالبدی و ذهنی تعریف می‌شود. مردم گروه‌ها را شکل می‌دهند و یکدیگر را به وسیله متمایز کردن درون و برون سازماندهی می‌کنند. از این رو قلمروپذیری اغلب اساس توسعه‌ی اجتماعی بافت‌هایی است، که از طریق شکل دادن افکار و اعمال ساکنینشان صورت می‌گیرد (Knox & Pinch, 2000:8-9).

مکان و موضع‌شناسی

شولتس معمار نروژی، در نوشته‌هایش با رویکرد پدیدارشناسی، معماری را هنر مکان توصیف می‌نماید. وی کتاب روح مکان را با همین دیدگاه به سال ۱۹۷۹ نوشت. شولتس مکان را با فرم و موضع‌شناسی آن تعریف می‌کند و آن‌چه ساختارپذیری مکان را موضع‌شناختی می‌نماید، مفهوم درون و برون بودگی است که با اصول نظریه‌گشتالت و تحقیقات پیاژه^{۲۴} در مورد چگونگی آغاز ادراک کودک متناظر می‌نماید. همان‌گونه که در تصویر شماره ۱ نشان داده می‌شود، دو قانون زمینه مشترک^{۲۵} و محصوریت^{۲۶} به تعریف مفهوم درون و برون می‌پردازد.



ماخذ: (Carmona, 2003:132)

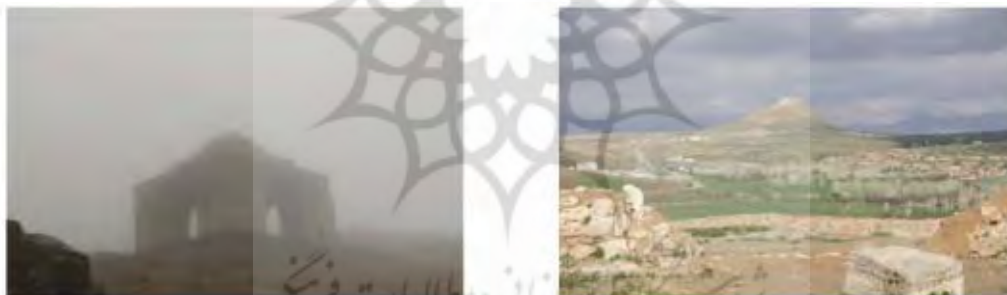


تصویر شماره ۱: قانون زمینه مشترک نظریه گشتالت

نظم هندسی در مقام مقایسه با نظم موضع‌شناختی، مستلزم وجود پیوستگی فضایی از پیش تعیین شده‌ای است، که آن را از پیش مطلوب و موجود می‌انگارد (شولتس، ۱۳۸۱: ۵۹). شولتس ساختارهای موضعی را با عناوینی چون صورت، فرم و فضا تعریف

می کند و میان کاربرد یک مکان و ساختار های موضعی آن مکان قرابتی تعریف می کند (شولتز، ۱۳۸۱: ۱۴۹). لذا حس مکان را این گونه توصیف می کند: " آن گاه که چشم انداز مسکون با انسان نزدیکی پیدا می کند؛ فضا، فرم و صورت همه در کار یکدیگر می شوند و تاثیر مکان را چند برابر تشدید می کنند و این همان تاثیری است که از روزگاران باستان بدان لفظ روح مکان داده شده است" (شولتز، ۱۳۸۱: ۶۰).

هویت هر مکان با شیوهی معمول و هر روزهی ساختمان هایش و سبک معماری اش تایید و اثبات می شود. بدان معنا که فضا و فرم و صورت، زبان رسمی مکان را شکل می دهند (شولتز، ۱۳۸۱: ۱۸۹). شولتز اشاره می کند که همه‌ی فرم های بنیادین در معماری بر اساس اصول زمینه مشترک و محصوریت شکل گرفته اند و از این رو بر محدودیت های پیوستگی استوار گشته اند. " جا یا موضع همواره درونی است حتی اگر در فضای باز به تصویر درآید. جا ضرورتاً و کمابیش ارتفاعی دارد و هم این ارتفاع و هم محدودیت کرانه هایش، تنش موجود در ذرات مکان را در نسبت میان زمین و آسمان مشهود و مرئی می سازد. بلندی های طبیعی همچون قله، ستیغ و خط الراس و مانند این ها کیفیت گشتالتی دارند و وجود و شکل گیری فضای مشخصی را وعده می دهند. گشتالت های طبیعی بیشتر موضع شناختی هستند تا هندسی و شیوه ی هستی آن ها ساختارهایی همچون جهت و مرکز را شامل می شود (شولتز، ۱۳۸۱: ۱۵۲). در تصاویر شماره ۲ و ۳ نمونه هایی از ویژگی گشتالتی اشاره شده، که ویژگی های طبیعی، جا یا موضع درونی را تعریف می کند، ارائه می گردد.



ماخذ: نگارنده

تصویر شماره ۳: چهار طاقی نیاسر

ماخذ: نگارنده

تصویر شماره ۲: تخت سلیمان

آن چه سازنده و شکل دهندهی موضع شناختی است، کاربرد انسان است. بنابراین موضع شناختی با مرزبندی مکان و کاربرد آن تعریف می شود:

مرزبندی مکان، که با از بین رفتن آن مفهوم مکان نیز مخدوش می شود و با مفهوم درون بودگی گشتالت معنی می یابد. در تصویر شماره ۴ و ۵ نیز نمونه مکان هایی به تصویر کشیده شده است که مرزبندی با استفاده از ویژگی های طبیعی و همچنین مصنوع، موضع شناختی آن را شکل می دهد و مرز درون و برون در آن آشکار است. نکته قابل توجه این است که چهار بنای تخت سلیمان، چهار طاقی نیاسر، قلعه مهستان و قلعه رودخان همگی از بناهای تاریخی هستند ولی در این نوشته بر ویژگی گشتالتی آن ها به عنوان عامل سازنده حس مکان تاکید می شود.



تصویر شماره ۴: قلعه ی قهستان ، مفهوم درون و برون
ماخذ: نگارنده



تصویر شماره ۵: قلعه رودخان، مفهوم درون و برون - مرزهای مکان
ماخذ: نگارنده

کاربرد مکان، اصطلاح کاربرد مکان نه تنها کاربرد ساختمان‌ها و مکان‌های زیستن و تلاش آدمی را شامل می‌شود، بلکه به خود کاربرد مکان چونان یک کلیت اشاره دارد. هنگامی که می‌گوییم از یک خیابان استفاده می‌کنیم یا آن را به کار می‌گیریم، الزاما نه بدان معنا است که فروشگاه یا دفتری در این خیابان داریم، بلکه بیشتر بدان معنا است که ما از این خیابان، از آن حیث که خیابان است، استفاده می‌کنیم و بدین اعتبار خود را به رویداد هستی پذیری خیابان داخل و منضم می‌کنیم. از این رو کاربرد مکان در بر گیرنده‌ی همه‌ی معنایی است که از سود بردن مستفاد می‌شود، از کنش عملی گرفته تا معناها و سرانجام شرایط روحی و روانی. به واقع منظورمان سنت‌هایی است که کاربرد و عرف‌های زیست‌جهان را مشخص می‌سازد. استفاده از یک مکان به تعبیری دیگر معطوف است به یک کلیت فراگیر؛ ما آدمیان نه تنها از نهادهای اجتماعی همچون ساختمانها، مدارس و کلیساها استفاده می‌کنیم (سود می‌بریم) - بلکه از فضا برای استقرار نقطه‌ی پشتیبان وجود و هستی مان نیز بهره مند می‌شویم. به عبارتی کاربرد مکان هم به کنش و هم به مکان کنش اشاره دارد. این اصطلاح راهی را بیان می‌کند که زندگی و مکان در آن از یکدیگر جدایی ناپذیرند، از این رو مفهوم اصیل زیست‌جهان از آن حاصل می‌شود (شولتز، ۱۳۸۱: ۳۹). **از سوی دیگر هویت انسان تابعی است از نقش و میزان مشارکت وی در هویت بخشی به یک مکان.**

وی در ادامه به تعریف سامانه‌های فضایی؛ لحظه‌ها و سوبه‌های کاربرد می‌پردازد و به این شیوه مکان و حضور در آن را

تعریف می‌کند، که با توجه به هدف مقاله پرداختن به عناصر مشخصی است، لذا مجال پرداختن به آن‌ها وجود ندارد.

رویکرد انتقادی

مکتب انتقادی از دل مارکسیسم هگلی اولیه، به نام مکتب فرانکفورت شکل گرفته است. در نخستین سال‌های شکل‌گیری‌شان، وابستگان به مکتب انتقادی، مارکسیست‌های کاملاً سنتی بودند که بخش عمده توجه‌شان به مسائل اقتصادی بود. بعدها توجه‌شان را از اقتصاد به نظام فرهنگی معطوف ساختند و به کاربرد فنون دقیق علمی-اجتماعی روی آوردند. از این رو رابطه‌ی میان علم، سیاست و افکار عمومی در جامعه‌ی سرمایه‌داری مورد توجه نسل دوم مکتب فرانکفورت قرار گرفت (ریترز، ۱۳۸۳: ۸۵).

انتقادات به دیدگاه پدیدارشناسی

پدیدارشناسی بر این باور است که آن چه به فهم می‌آید، باید همواره فهمیده باقی بماند، حتی اگر خود را به شیوه‌هایی دائماً در تغییر حاضر سازد (شولتز، ۱۳۸۱: ۳۱). مسی^{۲۷} در نقد رویکرد فوق می‌گوید، چنانچه پویایی در مفهوم فضا-زمان به کار گرفته شود، می‌توان درکی از مکان به عنوان چیزی باز و متخلخل داشت. مکان در شبکه همواره متغیر روابط اجتماعی در تمامی سطوح و مقیاس‌ها به آن و لحظه در می‌آید. هویت یک مکان آمیزه‌ای از روابط اجتماعی است و بدین واسطه همواره پویا، چندگانه و بحث‌برانگیز است. به نظر مسی خاص بودن یک مکان ساخته‌ی قرار دادن مرزها به دور آن نیست و هویتش با تقابل نسبت به آنچه فرای مرزها است تعریف نمی‌شود بلکه دقیقاً با آن فرای مرز که آمیزه‌ای است از ارتباطات تعریف می‌شود (Messay, 1994:5).

هابرماس^{۲۸} تفاوت عمده مابین رویکرد پدیدارشناسانه و انتقادی را در تفاوت مابین زیست‌جهان و روزمرگی که به کسب تجارب مکان منتهی می‌شود، در تفاوت مابین کنش ارتباطی، و نظام ساختارهای اجتماعی و اقتصادی دولت و بازار می‌داند؛ لذا پدیدارشناسی را به جهت این که بر مورد اول متمرکز می‌گردد و مورد دوم را نادیده می‌انگارد، رویکرد کاملی نمی‌داند. داوی^{۲۹} چون هابرماس توجه به زیست‌جهان و حضور در آن را موجب نوعی بی‌توجهی مطلق به اثرات ساختار اجتماعی و ایدئولوژیکی در تجارب روزمره می‌داند (Dovey, 1999:51-52).

رویکرد اثباتی

در رویکرد اثباتی تمرکز بر ماهیت تحلیلی-علمی و عینی روابط میان اشیا استوار است و کوشش می‌شود که نظریه‌های تبیینی از دل گزاره‌های توصیفی استخراج شود. لذا مفهوم مکان و حس مکان از صورت تجربه‌ی شخصی و ذهنی خارج شده و قابلیت تعمیم‌پذیری پیدا می‌کند. همچنین تلاش می‌شود، مولفه‌های سازنده‌ی آن شناسایی گردد.

مکان و مولفه‌های سه‌گانه خلق آن

در کنار رویکردهای پدیدارشناسی و انتقادی عده‌ای دیگر همچون کانتر^{۳۰} و مونتگمری^{۳۱} تلاش کردند، تا با مطالعه‌ی مکان‌های موفق به شناسایی عواملی بپردازند که می‌توانند، مکانی موفق خلق کنند. به عبارتی با رویکردی اثباتی تلاش کردند تا مفهوم مکان و حس مکان را از صورت تجربه‌ی شخصی و ذهنی خارج کرده و قابلیت تعمیم‌پذیری به آن دهند.

رالف هویت هر مکان را در آدرس جداگانه داشتن مکان تعریف می‌کند. بدون این که توضیح دهد که این منحصر به فرد بودن چگونه قابل شناسایی است. زیرا برای او چنین تغییراتی فردی هستند و به راحتی توسط واژه‌های مفهومی یا فرمال درک نمی‌شوند. او می‌گوید: خصوصیات کالبدی، معانی و فعالیت‌ها، سه پایه‌ی هویت مکان را شکل می‌دهند. البته نباید چنین تصور کرد که حس مکان در این سه عنصر قرار گرفته است؛ بلکه تعامل انسان با این سه عنصر است که حس مکان را شکل می‌دهد (Relph, 1976:45).

مونتگمری می‌گوید: " این که چرا یک مکان موفق است و چگونه می‌توان این موفقیت را ایجاد کرد بسیار دشوار است. در حالی که معانی مکان، ریشه در خصوصیات کالبدی و فعالیت‌های وابسته بدان دارد، ولی آن خصوصیات کالبدی مکان را شکل نمی‌دهند؛ بلکه مقاصد و تجربیات انسانی هستند که خصوصیات مکان را شکل می‌دهند. بنابراین آن چه را که محیط ارائه می‌دهد، عملکردی است که عمل‌آرزنده‌ی خود ما آن را شکل می‌دهد (Montgomery, 1998:94). مونتگمری فضای عمومی موفق را در نوع فعالیت فضا می‌داند، که می‌بایست تا حد امکان متنوع باشد؛ به عقیده‌ی او بدون حضور یک فعالیت پایه‌ی اقتصادی، امکان خلق مکان خوب وجود ندارد. مکان می‌بایست زمینه‌ی فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی را نیز فراهم کند. کلیدهای مونتگمری برای خلق یک مکان مناسب به شرح زیر است:

۱. بکارگیری کاربری‌های مختلط تا حد امکان که شامل کاربری مسکونی هم باشد.
۲. تعداد واحدهای تجاری که مالک محلی دارند و یا مستقل کار می‌کنند نسبت به فروشگاه‌های بزرگ.
۳. ساعات‌الگوی کار و در صورت امکان جای دادن فعالیت‌های شامگاهی و شبانه‌گاهی.
۴. حضور، وسعت و تخصصی بودن بازارهای خیابانی.
۵. دسترس‌پذیر بودن سینماها، تاترها، رستوران‌ها و مکان‌های ملاقات عمومی؛ خدماتی که ارائه می‌دهند، قیمت و کیفیت خدمات دهی.
۶. دسترس‌پذیر بودن فضاهای نظیر باغ‌ها، میداين، گوشه‌های خیابان که به مردم امکان تماشا و انجام فعالیت‌های را می‌دهند، مانند: نمایش‌های فرهنگی.

۷. الگوی فعالیت مختلط که امکان خود ارتقایی و سرمایه‌گذاری کوچک مقیاس را فراهم می‌کند.

۸. وجود قطعات و واحدها در ابعاد و قیمت‌های مختلف.

۹. میزان خلاقیت در معماری که تنوعی از سبک‌ها، گونه‌ها و طرح‌های معماری در آن وجود داشته باشد.

۱۰. حضور زندگی خیابانی فعال و عرصه‌های عمومی (Montgomery, 1998:99).

کانتر در تکمیل کار رالف و مونتگمری، مکان را شامل فعالیت، خصوصیات کالبدی و معانی محیط تعریف می کند. اغلب در تعاریف مکان بر اهمیت خصوصیات کالبدی اغراق می شود، در حالی که فعالیت ها و معانی اغلب تاثیر مهم تری در خلق حس مکان دارند. جکسن^{۳۲} می گوید: "طبق مشاهدات انجام شده، حس مکان در اروپا بیشتر بر پایه خصوصیات کالبدی تعریف می شود تا در آمریکا." او می گوید حس مکان در آمریکا به معماری یا عناصر یادمانی یا طراحی فضا مربوط نیست، بلکه بیشتر به رویدادهایی که روزانه، هفتگی یا فصلی اتفاق می افتد و ما انتظار رخداد آن ها را می کشیم و یا رخداد آن ها را به خاطر می آوریم و با دیگران در آن سهیم می شویم، وابسته است. از دیدگاه زمانی، ابعاد کالبدی مکان در زمان های کوتاه ثابت اند و در زمان های بلند توسط ابعاد اجتماعی-فرهنگی تغییر می کنند (Jackson, 1994: 158-9).

PPS^{۳۳} در جستجوی تبیین مفاهیم گفته شده در بالا و بیان رابطه ی تحلیلی میان عوامل شکل دهنده ی مکان چهار عامل اصلی را در موفقیت مکان معرفی می نماید: **راحتی و تصویر پذیری؛ دسترسی و ارتباط؛ کاربرد و فعالیت؛ اجتماعی بودن.** PPS^{۳۴} در این راستا به مطالعه پروژه های موفق و بسط شاخص های مکان موفق پرداخته است. آنچه در جدول زیر ارائه شده است، شاخص های کمی و معیارهای کیفی است که می تواند در طراحی و ارزیابی مکان مورد استفاده قرار گیرد.

جدول: عوامل، معیارهای و شاخص های یک مکان موفق

عوامل کلیدی	معیارهای کیفی	شاخص های کمی
راحتی و تصویر پذیری	راحتی جذابیت تاریخ معنویت	آمار جرم و جنایت رتبه ی بهداشتی کیفیت ساخت و ساز داده های محیطی
دسترسی و ارتباط	خوانایی سهل الوصول بودن پایایی پیوستگی	داده های ترافیکی مد گسیختگی کاربرد عبوری عملکرد پیاده روها الگوی استفاده از پارکینگ ها
کاربرد و فعالیت	واقعی پایداری مخصوص منحصربفرد سرگرم کننده	ارزش ملک میزان اجاره الگوی استفاده از زمین میزان خرده فروشی تجارت های محلی
اجتماعی	همکاری همسایگی نظارت افتخار پذیرا	زندگی خیابانی شبکه های اجتماعی کاربردهای شامگاهی مشارکت اجتماعی در تصمیم گیری ها تعداد زنان، کودکان و کهن سالان

ماخذ: (Project for Public Space -PPS: 2001)

نتیجه گیری

در تمامی رویکردهای بررسی شده، تجربه و یا به بیان پدیدارشناسان حضور در زیست‌جهان، اصلی‌ترین رکن شناخت مکان و حس آن است؛ گرچه پدیدارشناسان تجربه‌ی شخص از مکان را منحصر به فرد می‌دانند. همان‌گونه که کانت نیز مکان را منحصر و جزئی از فاعل شناسا تعریف می‌کند. دیدگاه اثباتی نیز انسان و تعامل او با عوامل کالبدی، فعالیت و معنا را کلید اصلی شکل‌گیری مکان تعریف می‌کند. تحدید مکان و مرز بندی آن بر مبنای نظریه گشتالت نیز در رویکردهای بررسی شده، مورد توجه خاص پدیدارشناسان قرار گرفته است. دو قانون بست و زمینه‌ی گشتالت مبنای تعریف مفهوم درون و برون است، که بسط این مفهوم توسط عوامل دیگری همچون کارکرد، خاطره، خوگیری، قلمرو و هویت صورت می‌گیرد. مفهوم درون و برون سابقه‌ی طولانی در ادبیات شهرسازی دارد، کالن^{۳۴} نیز در تعریف نقاط دراماتیک از بسط مفهوم درون و برون استفاده می‌کند.

پدیدارشناسان معتقد هستند که کاربرد مکان را نمی‌توان به سطح رفتارهای حرکتی، تائرات حسی، تجارب عاطفی، یا درک و دریافت منطقی فروکاست، زیرا که این کاربرد در آن واحد در بر دارنده‌ی همه‌ی این بعدها است؛ ولی اثبات‌گراها با تقلیل مفهوم کاربرد به اجزایش سعی در عمومیت بخشیدن به تجربه‌ی مکان دارند.

تکنولوژی ارتباطات و حرکت تاثیر عمده‌ای در مفاهیم مکان و جامعه داشته است. در گذشته حفظ ارتباطات جغرافیایی و استفاده محدود از تکنولوژی حمل و نقل از مهمترین عوامل حفظ و تولید مکان بوده است. اما امروزه که مشکل ارتباط جغرافیایی حل شده است، فرهنگ‌های کمی باقی مانده اند که مکان - پایه هستند و احتمال این وجود دارد که این فرهنگ‌ها هم دیگر مکان - پایه باقی نمانند. از این رو خلق مکان و ممانعت از شکل‌گیری نامکان یکی از مهم‌ترین وظایف افراد درگیر در حوزه‌ی عمومی است. بی‌مکانی عکس‌العملی است نسبت به نبود یا عدم حضور محیطی که ما بدان علاقمند هستیم. چنین نامکان‌هایی، گفته‌ی رالف را در مورد حضور بیرونی تایید می‌کند. زیرا مردم احساس نمی‌کنند که متعلق به این فضاها هستند و در نتیجه اهمیتی هم به چگونگی محیط نمی‌دهند. فضاها بی‌مکان‌جایی هستند که افراد در آن‌ها به جامعه‌ی بزرگتری از طریق تعاملات محدود و خاص تعلق نمی‌یابند و دچار تنهایی قراردادی^{۳۵} می‌شوند.

از این رو است که ن/الین^{۳۶} خلق مکان را وظیفه‌ی اصلی طراحان شهری می‌داند.

پی نوشتها

- 1- Place
- 2- Life_ World
- 3- Gestalt
- 4- Topology
- 5- Sensory
- 6- Husserl
- 7- Phenomenology
- 8- Critical
- 9- Positive
- 10- Rapoport
- 11- Lynch
- 12- Goodall
- 13- Relph
- 14- مانند تعریفی که کانت از دو مفهوم پیشینی زمان و مکان ارائه می‌دهد
- 15- Wenceslas
- 16- velvet revolution
- 17- Existential Insideness
- 18- Epithetic Insideness
- 19- Behavioral Insideness
- 20- Incidental Outsideness
- 21- Objective Outsideness
- 22- Existential Outsideness
- 23- Association
- 24- Piaget
- 25- Common Ground or Common Enclosure
- 26- Closure
- 27- Messy
- 28- Habermas
- 29- Dovey
- 30- Canter
- 31- Montgomery
- 32- Jackson
- 33- Project for Public Space
- 34- Cullen
- 35- Contractual Solitariness
- 36- Nan Ellin

منابع:

۱. راپاپورت، اموس (۱۳۸۴)، "معنی محیط ساخته شده: رویکردی در ارتباط غیر کلامی"، ترجمه حبیب. فرح، انتشارات پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
۲. ریتر، جرج (۱۳۸۳)، "نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر"، ترجمه ثلاثی، محسن، انتشارات علمی فرهنگی، تهران.
۳. شولتس، نوربرگ - کریستیان (۱۳۵۳)، "هستی، فضا و معماری"، ترجمه حافظی، محمد حسن، انتشارات کتاب فروشی تهران، تهران.
۴. شولتس، نوربرگ - کریستیان (۱۳۸۱)، "معماری: حضور، زبان و مکان"، ترجمه احمدیان، سید علیرضا، موسسه معمار نشر، تهران.
۵. فکوهی، ناصر (۱۳۸۳)، "انسان شناسی شهری"، نشر نی: تهران.
۶. لینچ، کوین (۱۳۷۲)، "سیمای شهر"، ترجمه ی مزینی، منوچهر، انتشارات دانشگاه تهران: تهران.
۷. مدنی پور، علی (۱۳۷۹)، "طراحی فضای شهری: نگرشی بر فرآیندی اجتماعی و مکانی"، ترجمه مرتضایی. فرهاد، انتشارات شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری: تهران.
۸. نوذری، حسینعلی (۱۳۸۱)، "بازخوانی هابرماس: در آمدی بر آراء، اندیشه‌ها و نظریه‌های یورگن هابرماس"، نشر چشمه: تهران.
9. Carmona, Matthew, Heath. Tim, Oc. Taner, Tiesdell. Steve (2003), "Public Places, Urban Spaces", Architectural Press: Oxford.
10. Logan, J. & Molotch, H. (1987), "Urban Fortunes: The Political Economy of Place", University of California Press: Berkeley.
11. Jackson, J.B (1994), "A Sense of Place, A Sense of Time", Journal of Urban Design, 6.
12. Knox, P. & Pinch, S. (2000), "Urban Social Geography": An Introduction, Prentice Hall: Harlow
13. Project for Public Space (PPS) (2001), "How to Turn a Place Around: A Hand Book for Creating Successful Public Spaces", Project for Public Space, Inc: New York.
14. Relph, E (1976), "Place and PACELESSNESS", Pion: London.
15. Messy, D (1994), "Space, Place and Gender", Polity Press: Cambridge.
16. Montgomery, J (1998), "Making a City: Urbanity, Vitality and Urban Design", Journal of Urban Design, 3.



پروژه نگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی