

## عوامل مؤثر بر شکل‌گیری حس مکان ماندگار در اذهان عمومی\*

مهندس وریا اساسی\*\*، دکتر ایرج اعتصام\*\*\*، دکتر آزاده شاهچراغی\*\*\*\*

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۱۰/۱۶ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۲/۰۱/۱۵

### چکیده

بررسی عوامل مؤثر بر جاودانگی و مقبولیت یک اثر معماری در میان عموم از آن جهت لازم و ضروری است که امروزه بحران در زیستگاه‌های بشری ناشی از عدم توجه کافی به مقوله مکان و کیفیات آن در خلق فضاهای معماری و شهری قابل تأمل است. شرط لازم برای ماندگاری مکان در اذهان، برخورداری آن مکان از حس تعلق اکثریت مخاطبان است؛ لذا معنای مکان و عوامل تشکیل‌دهنده حس تعلق به آن، می‌تواند در دستیابی به هدف پژوهش، یعنی عوامل ایجاد حس مکان ماندگار در اذهان عمومی کمک شایانی نماید. در پژوهش حاضر با تعریف مکان و عوامل تشکیل‌دهنده حس مکان، بر پایه تحلیل محتوای متون به‌دست‌آمده از روش کتابخانه‌ای، مدلی با عنوان عوامل ایجاد مکان ماندگار در اذهان عمومی ارائه می‌گردد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد، برای ایجاد مکان ماندگار در اذهان عموم، توجه توأم به سه عامل محیط، تصورات و مدیریت ضروری است.

### واژه‌های کلیدی

حس مکان، معانی، ادراک، کیفیت، ماندگاری.

\*این مقاله مستخرج از مطالعات رساله دکتری نویسنده اول، با عنوان «تدوین الگوی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری مکان ماندگار در خاطره جمعی» است، که به راهنمایی دکتر ایرج اعتصام و مشاوره دکتر آزاده شاهچراغی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران در حال تدوین می‌باشد.  
\*\* دانشجوی دکتری معماری، دانشکده عمران، هنر و معماری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

Email: Voria\_assasi@yahoo.com

\*\*\* استاد، گروه معماری، دانشکده عمران هنر و معماری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (مسئول مکاتبات).

Email: Irajtessam@yahoo.com

\*\*\*\* دانشیار، گروه معماری، دانشکده عمران، هنر و معماری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

Email: A.Shahcheraghi@yahoo.com

## مقدمه

یکی از مسائلی که در شهرهای امروزی مورد توجه قرار گرفته پایین بودن سطح کیفی زندگی شهروندان است. این بی کیفیتی ناشی از بی توجهی به مکان و معنای آن می باشد. مکانی که انسان را در ارتباط با لایه های دیگر وجود خویش قرار می دهد و این لایه ها به شناخت انسان از محیط پیرامون و خویشتن خود کمک می کنند و باعث ایجاد یک حس کلی به فضا در مخاطب می گردد. 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 عامل مهم در هماهنگی فرد و محیط، باعث بهره برداری بهتر از محیط، رضایت استفاده کننده و در نهایت احساس تعلق آنها به محیط و تداوم حضور در آن می شود. حس تعلق به معنای پیوندی محکم و عاملی تأثیرگذار، میان مردم و مکان می باشد که این پیوند به صورت مثبت بوده و سبب گسترش عمق ارتباط و تعامل فرد با محیط می گردد و با گذر زمان عمق و گسترش بیشتری می یابد (کاشی و بنیادی، ۱۳۹۲، ۴۴). از رویکرد هستی شناسی حس تعلق جزء نیازهای اولیه و اساسی انسانی می باشد که فرد به دنبال تأمین آن می باشد و درجات مختلف این حس در فضاهای معماری، احساسات و عکس العمل های متفاوتی را به همراه دارد که شامل دسته بندی های متفاوتی در فضاهای معماری نظیر فداکاری برای مکان، دلبستگی برای مکان و تعهد به مکان می گردد؛ بنابراین ایجاد حس تعلق در فضاهای معماری منجر به تغییر آنها به اماکن بامعنی برای افراد و ایجاد پیوندهای محیطی- انسانی می گردد و فضا را به محیط بامعنی و پایدار که منجر به شکل گیری مکانی ماندگار در خاطر انسان و همچنین تداوم حضور وی می گردد. لذا این نوشتار به دنبال پاسخ برای این پرسش ها است که حس مکان چیست و چه رابطه ای با حس تعلق دارد؟ و همچنین متغیر و عوامل تأثیرگذار در شکل دهی حس تعلق به فضاها (ماندگاری مکان در اذهان عموم) کدامند؟ جهت پاسخگویی به این پرسش ها دو فرضیه مطرح می گردد در فرضیه اول مؤلفه های کیفی فضاهای معماری در شکل گیری تصویر مثبت و ماندگار از چنین فضاهایی در ذهن کاربر و در پی آن در ایجاد حس تعلق به مکان تأثیرگذار و مهم تلقی شده اند و فرضیه دوم به این صورت مطرح می گردد که متغیرهای فردی و زمینه ای در شکل گیری حس تعلق به مکان تأثیر دارند. پس از پاسخگویی به پرسش ها با توجه به فرضیه ها و بر اساس دیدگاه نظریه پردازان در نهایت مدلی از عوامل تأثیرگذار بر حس مکانی به نام (مدل مکان ماندگار) ارائه می گردد.

## روش پژوهش

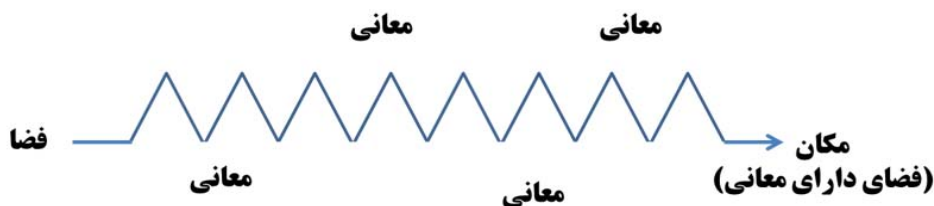
روش پژوهش در این تحقیق توصیفی-تحلیلی است که با توصیف و شناخت مکان و حس مکان و عوامل مرتبط با آن، با استفاده از ادبیات موجود در حوزه مذکور پرداخته، سپس با ارائه دیاگرام های تحلیلی نقش عوامل مختلف را بر شکل گیری حس مکان تبیین می نماید. در نهایت مدل مکان ماندگار مشتمل بر مؤلفه ها و عوامل اصلی و کیفیت های تأثیرگذار بر شکل گیری حس مکان ماندگار در اذهان عمومی ارائه می شود.

## پدیده مکان

### واژه شناسی و تعریف مکان

در فرهنگ لغت دهخدا مکان صیغه اسم ظاهر است، مشتق از مکان به معنای بدن (دهخدا، ۱۳۷۳، جلد ۱۳) و بدن به معنای (وجود هستی) و (هستی داشتن) است. یکی دیگر از معانی بودن «واقع شدن» و «روی دادن» است (دهخدا، ۱۳۷۳، جلد ۳). همچنین گذراندن عمر و زندگی کردن نیز معنی می شود (دهخدا، ۱۳۷۳، جلد ۳). در فرهنگ لغت جغرافیایی آکسفورد (Mayhew, 2009, 327) واژه مکان «یک نقطه خاص در سطح زمین، یک محل قابل تعریف و شناسایی برای موقعیتی که از ارزش های بشری اشباع شده» تعریف شده است؛ بنابراین مکان صرفاً همین جا نیست، بلکه جایی خاص است. آنچه آن را خاص می سازد، امتزاج آن با ارزش های بشری است. رلف درباره تعریف مکان به نقطه ای که با ارزش های انسانی ممزوج شده است می گوید: مکان یک فرم فیزیکی دارد و دارای امتدادی در فضاست و بنابراین نمی تواند یک نقطه باشد (رلف، ۱۳۸۹، ۳۰۱). ادوارد اس. کیسی<sup>۲</sup> نیز معتقد است برخلاف مکان ها، چشم اندازها به ندرت دارای اسم هستند. او در مقام مقایسه می گوید همان طور که انسان نامی روی بدن خود نمی گذارند، در حالی که خودشان اسم دارند، چشم اندازها هم غالباً اسم ندارند و در نهایت نتیجه می گیرد که بدن و چشم انداز، مرزهای مکان هستند، بدن مرز درونی و چشم انداز مرز بیرونی است. «مکان چیزی است که بین بدن و چشم انداز رخ می دهد» (Casey, 1998, 29). بنابراین با توجه به تعاریف فوق آنچه یک فضا را به یک مکان ارتقا می دهد، آمیخته شدن آن با معانی و مفاهیم عمیق است که در طول زمان گسترش و ژرف پیدا می کند (شکل ۱).

در واقع کشف معنی مکان، ارتباط انسان را با مکان برقرار می کند. اما موضوع مهم در اینجا، چگونگی کشف معانی و تجربه آنها در محیط و شناسایی این موضوع است که آیا معانی ادراک شده توسط فرد،



شکل ۱. رابطه فضا و مکان (مأخذ: جوان فروزنده، ۱۳۸۸، ۶۸)

در ادامه دیدگاه هایدگر، شولتز معتقد بود که در گذشته زندگی بشر صمیمانه با چیزها و مکان‌ها پیوند داشت و جهان همچون عالمی از کیفیت‌ها و معانی تجربه می‌شد (شولتز، ۱۳۸۷، ۳۰).

در اینجا ذکر نظریات ادوارد رلف در مورد مکان می‌تواند نگاه پدیدار شناسان به مکان را بیشتر شرح دهد. وی می‌گوید: آن جنبه‌ها از عالم زندگی شده که ما آنها را به عنوان مکان‌ها تمیز می‌دهیم به این دلیل متمایز می‌شوند که با تمرکز از نیات ما، طرز تلقی، منظوره‌های ما و تجارب ما درگیر هستند. به دلیل این توجه کانونی، آنها از فضایی پیرامونی مجزا می‌شوند، در عین حالی که کماکان بخشی از آن باقی می‌مانند (رلف، ۱۳۸۹، ۵۰). معنی اساسی مکان و جوهرش نه از موقعیت‌ها می‌آید و نه از کارکردهای جزئی و بدیهی که مکان‌ها دارند و نه از اجتماعی که آن مکان را اشغال می‌کند و نه از تجارب سطحی و معمولی دنیوی - هر چند که تمام اینها جنبه‌های متداول و شاید ضروری مکان‌ها است.

جوهر مکان در قصدیت به شکل عمده ناخودآگاهانه‌ای نهفته است که مکان‌ها را به عنوان مراکز عمیق هستی انسان تعریف می‌کند برای هر کس در واقع یک هم‌نشینی عمیق با و آگاهی از مکان‌هایی وجود دارد که در آنجاها به دنیا آمدیم و بزرگ شدیم، جاهایی که در آنها اینک زندگی می‌کنیم با جاهایی که در آنها تجاربی خصوصاً تکان‌دهنده داشته‌ایم، این هم‌نشینی به نظر می‌رسد که تشکیل‌دهنده یک منبع‌هایی از هویت و امنیت فردی و فرهنگی باشد، نقطه‌ای برای آغاز حرکت و خروج از آن که ما به خود در جهان جهت می‌دهیم. فیلسوفی فرانسوی به نام گابریل مارسل<sup>۳</sup> به نقل از ماتوره این را به سادگی خلاصه کرده است «یک فرد از مکانش متمایز نیست، او خود همان مکان است» (رلف، ۱۳۸۹، ۵۰).

در جدول ۱ برای روشن‌تر شدن موضوع نظر گروهی از پدیدار شناسان

(در محیط) وجود دارد یا (در ذهن نظاره‌گران) مسلماً کشف چگونگی معنادار شدن فضا و نحوه ارتباط و ادراک آن توسط انسان می‌تواند در شناسایی عوامل تشکیل‌دهنده حس تعلق به یک مکان مؤثر باشد؛ لذا در اینجا با توجه به اهمیت چگونگی کشف معانی و تجربه آنها، بررسی دیدگاه‌ها و نظرات گوناگون در خصوص معانی مکان و رابطه فرد با مکان ضروری به نظر می‌رسد.

### فلسفه مکان از دیدگاه صاحب‌نظران

در رویکرد پدیدارشناسی، مکان همان فضای زیسته خوانده می‌شود؛ یعنی جایی که تجلی سکنی‌گزینی است و آکنده از هویت باشد. «فضای زیسته» مکانی است با تنوعی از موقعیت‌ها برای برقراری تعاملات انسانی درحالی که امکان مداومی را برای بازنگری، تفسیر و تأویل خود ارائه می‌دهد (پرتوی، ۱۳۸۷، ۱۸). هایدگر در مقاله معروفش با عنوان «بناکردن، سکنی‌گزینی و اندیشیدن» می‌گوید: «خانه‌های امروزی ممکن است خوب طراحی شده باشد. نگهداری آنها آسان باشد، به طور جذبی ارزان باشد، هوا، نور و خورشید را خوشامد بگویند. اما، آیا ضمانتی برای اینکه امر سکنی‌گزینی در این خانه‌ها رخ دهد وجود دارد؟» هایدگر واژه سکنی‌گزینی را با معنای هستی‌شناسانه به کار می‌گیرد روشی که تو هستی، من هستم، روشی که ما انسان‌ها بر روی زمین هستیم سکنا‌گزینی نام دارد (Stefanovic, 1998, 72). هایدگر در ادامه بحث می‌گوید که مسئله غامض در ارتباط با مقوله سکنی‌گزینی، مسئله زیاده‌روی نکردن و حفاظت کردن است، یعنی توجه مهربانانه به زمین، اشیاء، مخلوقات و مردم، همان‌گونه هستند و همان‌گونه که می‌توانند باشند (Zimmerman, 1983, 112). به اعتقاد وی سکنی‌گزینی، گردآوری عناصر چهارگانه زمین، آسمان، فانیان و خدایان است.

جدول ۱. گزیده‌ای از نظریات پدیدارشناسان در مورد مکان

ردیف	صاحب‌نظران	سال	دیدگاه پدیدار شناسان در مورد مکان
۱	شولتز	۱۳۸۷	مکان فضای احساسی و درک شده‌ای است که با خاطره درمی‌آمیزد؛ بنابراین بخشی از معنای مکان را باید در تجارب و حالات روحانی انسانی جستجو کرد.
۲	ماتلاک <sup>۴</sup>	۱۳۷۹	مکان ساختار ذهنی تجربه زمانی- فضایی است که فرد از طریق ادراک و شناخت محیط و با نسبت‌دادن معانی به صحنه‌ها به دست می‌آید
۳	سیمون <sup>۵</sup>	۲۰۰۰	فرد و جهان، دو جزء جدایی‌ناپذیرند، افراد در ارتباط با جهان خود موجودیت می‌یابند دو مفهوم «زیست‌جهان» و «مکان» مفاهیم مهمی هستند زیست‌جهان (life world) به زمینه مفهوم و آهنگ تلویحی و سربسته زندگی روزمره اشاره دارد. یک بعد پراهمیت و معنی‌دار زیست-جهان تجربه انسانی از مکان است.
۴	رلف	۱۹۷۶	عوامل اصلی مکان شکل محیط کالبدی، فعالیت‌ها و معانی هستند مکان از طریق معانی آنها شناخته می‌شوند و این معنا اگرچه ممکن است ریشه در محیط فیزیکی و یا فعالیت‌ها داشته باشد. اما چیزی بیش از آنهاست و وابسته به فرهنگ و نگرش تمایلات و مقاصد و تجارب متنوع مردم می‌باشد.

موجب تبدیل یک فضا به مکانی با ویژگی‌های حسی و رفتاری ویژه برای افراد می‌گردد. در اینجا لازم است جهت درک مفهوم حس مکان و عوامل تشکیل‌دهنده آن، معنای حس مکان از دیدگاه عده‌ای از صاحب‌نظران بررسی گردد (جدول ۲).

بر اساس دیدگاه صاحب‌نظران فوق می‌توان گفت حس مکان در اثر ارتباط متقابل انسان با عوامل کالبد فیزیکی، فعالیت‌ها و معانی در وی شکل می‌گیرد (شکل ۳).

### هویت مکان

هویت در فرهنگ لغت دهخدا عبارت است از تشخیص (دهخدا، ۱۳۷۳، ۳۴۹) و در فرهنگ عمید هویت یعنی حقیقت شی یا شخص که مشتمل بر صفات و جوهر وی باشد؛ یعنی آنچه که باعث شناسایی و تمایز فرد از دیگری می‌شود؛ از این رو هویت در خلأ مطرح نمی‌شود، الزاماً یک خود وجود دارد و یک غیر و گرنه شناسایی معنا پیدا نمی‌کند (میرمقتدایی، ۱۳۸۳، ۳۲). مفهوم هویت در اثر معماری موضوعی چالش‌برانگیز است که اغلب نظریه‌پردازان برای تشریح آن از مفاهیم دیگری استفاده کرده‌اند. برخی این مفهوم را معادل روح یا حس مکان در نظر گرفته (نوربرگ شولتز، ۱۳۸۷، ۴۳)، گروهی آن را به عنوان شخصیت فضا (رلف، ۱۳۸۹، ۶۴) و برخی دیگر آن را معادل معنای محیط (ابل، ۱۳۸۷، ۲۷۸)، (برودبنت، ۱۳۸۹، ۷۵) (لنگ، ۱۳۹۷، ۱۷۰)، (لینچ، ۱۳۹۰، ۱۷۲) و گروهی نیز هویت را به عنوان مشخصه‌های کالبدی اثر (فن مایس، ۱۳۸۴، ۱۵)، (پروشانسکی و همکاران، ۱۹۸۳، ۵۷) در نظر می‌گیرند و گروهی دیگر روح و معنای

درباره مکان به صورت خلاصه آمده است. نکته اصلی در رویکرد پدیدارشناسانه، مبتنی بر این فرض است که مردم و محیط آنها به طور تنگاتنگ درهم تنیده‌اند. به گونه‌ای که هر یک آن دیگری را به وجود می‌آورد و منعکس می‌نماید. مردم در محیط همانند سوژه‌های مرتبط با یک شی عمل نمی‌کنند بلکه مردم هستمونها و موجوداتی تجربه‌کننده هستند که اعمال، رفتارها و شناخت‌های آنان در محیطی تحقق می‌یابد که تحت تأثیر این اعمال قرار دارد (شکل ۲).

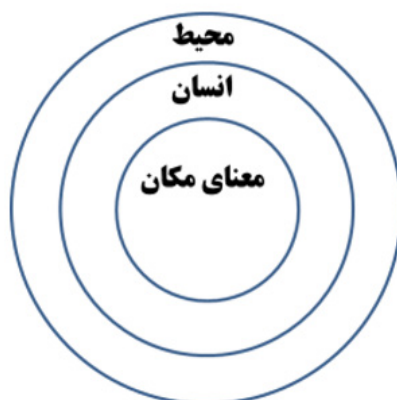
بنابراین، در دیدگاه پدیدار شناسان، «تجربه مکان» اصلی‌ترین رکن ادراک مفاهیم و معنای یک مکان است و از این رو معنا در یک مکان ارتباط مستقیم با شیوه تجربه مکان توسط فرد و یا به بیان دیگر، نوع ارتباط فرد با محیط در شکل‌گیری مکان دارد.

### تجربه مکان

متغیرهای اصلی مؤثر بر تجربه مکان از مطالعات انجام شده در دو حوزه نظری، حس مکان و هویت مکان قابل استخراج‌اند. در ذیل به تشریح عوامل ایجادکننده هر یک از معانی فوق پرداخته می‌شود.

### حس مکان

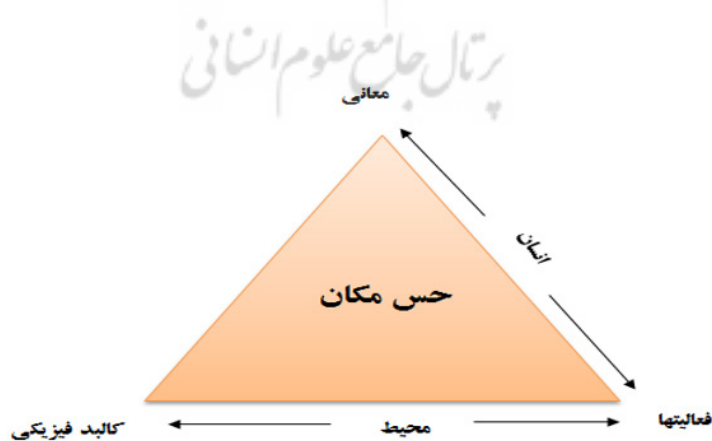
حس مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم‌وبیش آگاهانه آنها از محیط خود است که شخص را در ارتباط درونی با محیط قرار می‌دهد به طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی پیوند خورده و یکپارچه شده و این حس عاملی است که



شکل ۲. ارتباط انسان، محیط، معنای مکان

جدول ۲. تعریف حس مکان از دیدگاه صاحب‌نظران

ردیف	صاحب‌نظران	سال	تعریف حس مکان
۱	رلف	۱۹۷۶	حس مکان به معنای مرتبط شدن با مکان و به‌واسطه درک نمادها و فعالیت‌های روزمره است. این حس می‌تواند در مکان‌های زندگی فرد به وجود آمده و با گذر زمان عمق و گسترش یابد.
۲	توان <sup>۶</sup>	۱۹۷۴	حس مکان یک فاصله انتزاعی بین خود و مکان است که امکان درک مکان را به وجود می‌آورد
۳	شامای <sup>۷</sup>	۱۹۹۱	حس مکان مخلوطی از احساسات خودآگاه و ناخودآگاه و ادراک است، مفهومی است غنی که چگونگی دریافت، تجربه و بیان افراد را شامل می‌شود و به یک مکان معنا می‌دهد
۴	نوربرگ شولتر	۱۳۸۷	حس مکان در مکان‌هایی یافت می‌شود که دارای هویت و شخصیت باشد و این هویت مشخص از چیزهایی ملموس که دارای مصالح، شکل، بافت و رنگ هستند، ساخته شده است.
۵	استفانویچ <sup>۸</sup>	۱۹۹۸	حس مکان مفهومی ارزشی و چندبعدی است و به شناسایی نمادین و عاطفی فرد نسبت به مکان مربوط می‌شود
۶	پرتی <sup>۹</sup>	۲۰۰۳	یک فضای فیزیکی با هر مقیاسی به خودی خود، حسی از مکان ایجاد نمی‌کند، بلکه طی برهم کنش‌هایی بین افراد و مکان، و بین خود افراد این حس تولید می‌شود



شکل ۳. عوامل مؤثر بر ایجاد حس مکان از دیدگاه صاحب‌نظران

### نحوه درک هویت مکان در علم روان‌شناسی

در علم روان‌شناسی فهم مکان از طریق ادراک آن امکان‌پذیر است؛ از این رو بحث در باب فرایند ادراک می‌تواند در فهم مکان و عوامل شکل‌گیری حس مکان و هویت آن رهگشا باشد. از نظر گروهی از محققان ادراک فرایندی دومرحله‌ای است نخست مرحله الهام است که بر اساس واکنشی تقریباً آبی نسبت به شکل‌ها با الگوهای کلی محیط شکل می‌گیرد و ریشه در نیاز بشر به ارزیابی سریع و اقدام جهت بقا و امنیت دارد. مرحله دوم دربرگیرنده رمزگشایی از اشارات محیطی است که در اشیاء و روابط آنها وجود دارد (شاهچراغی و بندرآباد به نقل از مالاتاک، ۱۳۹۴) اتیلسون به این منظور چهار بعد از ادراک را به طور هم‌زمان در ذهن ما اتفاق می‌افتد بررسی کرده است (شاهچراغی و بندرآباد به نقل از اتیلسون، ۱۳۹۴).

- بعد شناختی: شامل فکر کردن (در مورد محرک محیطی)، سازماندهی و ذخیره اطلاعات

- بعد عاطفی: شامل احساسات است که درک ما از محیط تأثیرگذار است.

- بعد تفسیری: شامل معانی یا تداعی‌هایی که از محیط گرفته می‌شود.

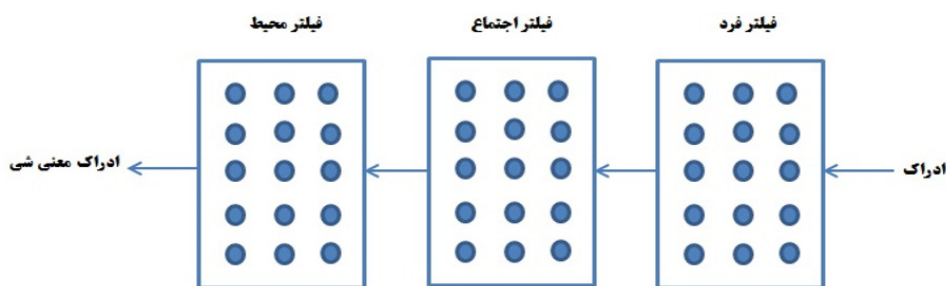
- بعد ارزش‌گذاری: شامل ترکیب ارزش‌ها و ترجیحات و تعیین خوب و بد.

در واقع اگر چه مکانیزم عملکرد حواس ممکن است برای همه افراد مشابه باشد؛ اما چگونگی پالایش آن، عکس‌العمل نشان‌دادن، سازماندهی و ارزش‌گذاری آنچه حس می‌شود متفاوت است. این تفاوت‌ها در ادراک محیطی وابسته به عواملی است؛ مانند سن، جنس، قومیت، سبک زندگی، طول مدت سکونت در منطقه، اجتماع و فرهنگی که شخص در آن زندگی و بزرگ شده است با وجود این که هر کس در دنیای خاص خود زندگی می‌کند؛ اما تشابهات در

مکان را به عنوان زیرمجموعه هویت ذکر می‌کنند (رلف، ۱۳۸۹، ۶۴). در هر صورت چنین واژه‌هایی اگر چه دارای تمایزات معنایی با یکدیگر بود، اما تمامی آنها به برخی ویژگی‌های خاص محیط اشاره دارند که موجب یکتایی و تمایز یک محیط از سایر مکان‌ها شده و معنایی مشخص را بیان می‌کند. به این ترتیب می‌توان مفهوم هویت را معادل معنای محیط در نظر گرفت و اختلاف میان دیدگاه‌های مختلف را تمایز میان تعاریف و سطوح مختلف معنا بیان کرد (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۵، ۲۲).

تمامی دیدگاه‌های مطرح شده در زمینه معنا در معماری نیز وابسته به تعاریف مطرح شده در باب ماهیت معنا بوده و ریشه در علوم مختلفی مانند جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و زبان‌شناسی دارد. به‌عنوان مثال برخی زبان‌شناسان (از جمله سوسور، چامسکی، پالمر، پیرس، کوپیر) به نقش ساختار زبان و قواعد نحو، برخی‌مردم‌شناسان (از جمله چامسکی، مالینو فسکی، بوس، ورف، سایپر، تیلور، هال) به تأثیر فرهنگ در فرایند ادراک و خلق معنا و برخی جامعه‌شناسان (از جمله تانن با ام، آزگود، سوسی) به بحث ارزش‌ها، تأثیر و جایگاه آن در حصول معنا تأکید می‌کنند (حبیب، ۱۳۸۵، ۶). در مکتب گشتالت معانی محصول عملکرد و شخصیت هندسی محیط بوده (لنگ، ۱۳۹۲، ۱۰۸).

تمایز میان تعاریف مطرح شده در رابطه با مفهوم هویت در معماری را می‌توان از منظر سطوح مختلف معنا در معماری ادراک کرد. چون همان‌طور که در هویت مطرح گردید، هویت در خلأ مطرح نمی‌شود الزاماً یک دیگری وجود دارد که هویت شی یا شخص را مورد شناسایی قرار می‌دهد؛ لذا نحوه درک و شناسایی وی بر فهم هویت می‌تواند مؤثر باشد. با توجه به اهمیت چگونگی کشف و ادراک معانی مکان و تجربه آن بررسی دیدگاه روان‌شناسان محیط در خصوص نحوه ادراک مکان و درک هویت آن ضروری می‌نماید.



شکل ۴. عوامل مؤثر بر ادراک شی

نحوه زندگی اجتماعی، تجارب گذشته و محیط زندگی کنونی موجب می‌شود که برخی از جنبه‌های تصویرهای ذهنی گروه بزرگی از مردم مشترک باشد (شکل ۴).

### سطوح معنا

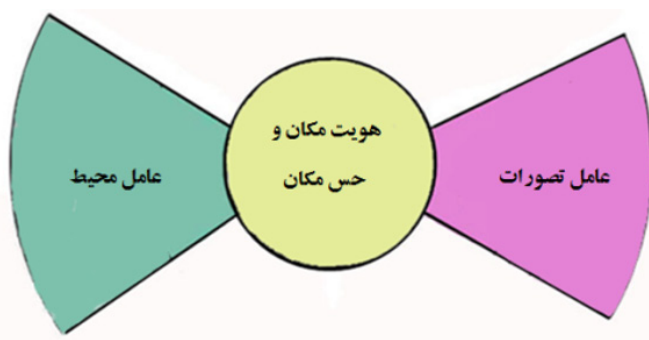
با توجه به اهمیت چگونگی کشف معانی مکان و تجربه آنها، بررسی دیدگاه‌ها و نظرات گوناگون در خصوص سطوح مختلف معنا و روش‌های طبقه‌بندی آن ضروری می‌نماید. در این خصوص یکی از طبقه‌بندی‌های مذکور توسط جیمز گیسون در رابطه با سطوح مختلف تعامل میان انسان و محیط ارائه شده است که دارای شش سطح از معنا بود که عبارت‌اند از:

معانی آبی و ابتدایی (مبین ویژگی‌های فیزیکی) معنای کارکردی (مبین عملکرد و سودمندی پدیده) معنای ابزاری (پاسخگو به مقاصد و کاربردهای ویژه)، معنای عاطفی و ارزشی (مبین جنبه‌های احساسی قابل درک از پدیده)، معنای نشانه‌ای (مبین جنبه‌های نشانه‌ای پدیده) و معنای نمادینی گردد (Gibson, 1950) یکی دیگر از طبقه‌بندی‌های مطرح در این زمینه توسط رولان بارت ارائه شده است که وی در آن سه درجه از معنا را به شرح زیر معرفی می‌کند. نخستین درجه ارائه اطلاعات است دومین درجه، معنایی نمادین می‌آفرینند و سومین درجه که آن را معنای بی‌حسی نامیده است با افزونه‌ای از معنای همراه است که در حد دو درجه پیش نمی‌گنجد (کلالی و مدیری، ۱۳۹۱، ۴۶). آکو با طبقه‌بندی معنای محیط به دو سطح از معنای محیط به صورت صریح و ضمنی اشاره دارد. وی با ارائه نمودن این تقسیم‌بندی، معنای صریح را مبین عملکرد اصلی یا به عبارت دیگر عملکرد قابل حصول یک موضوع و معنا یا اشاره ضمنی را به عنوان عملکرد ثانویه و دارای طبیعت نمادین و سمبولیک معرفی نموده و آن را از معنای

صریح فراتر دانسته و در واقع اشاره‌ای به صفات با خصوصیات انتزاعی موضوع می‌داند (همان). در این میان نظریه کنش متقابل رویکردی میانه را نسبت به ماهیت معنا در نظر می‌گیرد که بر مبنای آن معنای پدیده‌ها نه در ذات خود اشیا و نه در ذهن انسان قرار داشته، بلکه محصول روابط متقابل اجتماعی است بر این مبنای انتقال معنا تنها زمانی صورت می‌گیرد که اشتراک معنایی میان اطلاعات ارسال شده از طرف فرستنده و اطلاعات موجود در حافظه گیرنده وجود داشته باشد. پس هویت یا معنای یک اثر معماری، محصول تعامل و کنش متقابل اجتماعی میان فرد و آن اثر بوده (شکل ۵) که بر مبنای تعامل میان ویژگی‌های اثر و تصویر ذهنی مخاطب شکل می‌گیرد بر این مبنای استفاده از تداعی معانی نقشی ویژه در هویت‌بخشی به آثار معماری بر عهده دارد (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۵، ۲۴) و هر چه فرد معنای ضمنی مکان را بتواند بهتر درک کند بیشتر با آن مکان احساس این همانی خواهد داشت و فرد با آن مکان ارتباط عمیق‌تری حاصل نموده و اثر به مثابه بخشی از وجود فرد در ذهن وی ثبت و ماندگار می‌گردد. با توجه به مطالب آمده در مورد ادراک و معنای متفاوت محیط در نگاه اثبات‌گرایانه علم روان‌شناسی این گونه مطرح است که نحوه ادراک و ارتباط انسان با معنای مختلف محیط سطوح گوناگونی از حس مکان را به وجود می‌آورد که انسان مراتب متفاوتی از حس مکان را درک می‌کند که در اینجا به بررسی سطوح مختلف حس مکان و ارتباط آن با سطوح مختلف معنا می‌پردازد.

### سطوح مختلف حس مکان

در نگاه اثبات‌گرایانه علم روان‌شناسی این گونه مطرح است که سطح درک انسانی از معنای مختلف محیط سطوح گوناگونی از حس مکان را به وجود می‌آورد که شامای آن را در ۷ سطح طبقه‌بندی می‌کند.



شکل ۵. عوامل مؤثر بر ایجاد هویت و حس مکان

## معیارهای ایجاد حس مکان و هویت مکان از دیدگاه صاحب نظران

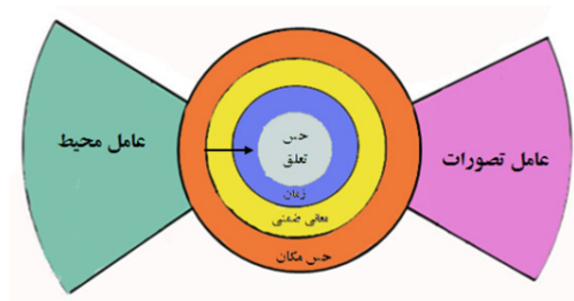
بنابر مطالب پیش گفته به نظر می‌رسد عوامل مؤثر در شکل‌گیری هویت مکان و حس مکان همسان هستند و شامل عوامل فیزیکی محیط و اتفاقات رخ داده در آن و معنای موجود در ذهن کاربر و جامعه باشد. اما در اینجا برای رسیدن به مدل عوامل بنیادین مؤثر بر شکل‌گیری حس مکان ماندگار در اذهان عمومی لازم است ویژگی‌های مکان با کیفیت از دیدگاه نظریه پردازان بررسی شود تا بتوان بر اساس کیفیت‌های فضای مطلوب به مؤلفه‌های اصلی تشکیل دهنده حس مکان دست یافت. در **جدول ۳** کیفیت‌های مدنظر هر کدام از نظریه پردازها به طور خلاصه آمده است.

با بررسی دیدگاه نظریه پردازان در مورد مکان‌های با کیفیت یکی از مؤثرترین ویژگی‌های مکان که سبب ارتقای حس مکان می‌گردد فعالیت‌ها و تعاملات بین انسان-مکان و انسان-انسان در آن مکان است.

فعالیت بسیار زیاد محصول دو مفهوم جدا از هم اما مرتبط با هم است. سرزندگی و تنوع، سرزندگی وجه تمایز موفقیت مناطق شهری از یکدیگر است. سرزندگی به شماری از مردم در داخل و اطراف خیابان، در زمان‌های مختلف روز و شب، میزان جذب امکانات و تسهیلات، تعداد رویدادهای فرهنگی و جشن‌ها در طول سال، وجود یک زندگی خیابانی فعال و به‌طور کلی تا چه حد یک مکان باعث احساس شادی و نشاط می‌شود اشاره دارد (Montgomery, 1998, 97) اما این را همیشه نمی‌توان پذیرفت به‌عنوان مثال در حال حاضر تعداد زیادی محله‌های پر جنب و جوش وجود دارد که به مکان‌های کسل‌کننده و بی‌اثر تبدیل شده‌اند حقیقت آن است که ترکیب‌هایی از مخلوط فعالیت‌های در ارتباط با هم و همچنین طریقی که مکان‌ها در طول زمان به‌وسیله آن اداره و کنترل می‌شوند بر حس مکان و ماندگاری این حس در طول مدت فعالیت آن فضا مؤثر می‌باشد (Carmona et

۱- بی‌تفاوتی نسبت به مکان ۲- آگاهی از قرارگیری در یک مکان ۳- تعلق به مکان ۴- دل‌بستگی به مکان ۵- یکی شدن با اهداف مکان ۶- حضور در مکان: در این سطح فرد در مکان مورد نظر به دلیل تعلق و دل‌بستگی به آن در آن مداخله نموده و حضور فعال دارد ۷- فداکاری برای مکان: نمونه بارز و مشهود آن حس فداکاری مردم خرمشهر برای نجات شهرشان (Shamai, 1991).

به‌طور کلی جمع‌بندی از مباحث به فرایند ادراک و سطوح مختلف معنای محیط و سطوح مکان، بیانگر این است که دو گونه معنا، گونه‌ی اول مشتمل بر (معنای موجود در ذهن انسان) و متأثر از ارزش‌ها و عوامل فرهنگی اجتماعی و گونه دوم مشتمل بر (معنای موجود در مکان) و مرتبط با ویژگی‌های محیطی و کالبدی مکان وجود دارد که گونه دوم آن نیز به شکلی تحت‌تأثیر ارزش‌ها قرار دارد و در ادامه این فرایند معنای موجود در ذهن انسان و همچنین معنای موجود در مکان، از طریق تجارب حسی دریافت شده و در مرحله بعد ادراک ناشی از آگاه شدن از طریق خواص را شکل می‌دهد. پس از شکل‌گیری آگاهی ناشی از تجارب حسی در مرحله‌ای بالاتر این احساس با ادراک همراه شد و منجر به شناخت کامل و عمیق‌تر و در واقع ادراک معنادار می‌گردد. در اینجا مشخص می‌گردد که بر مبنای عوامل سه‌گانه مؤثر بر ادراک انسان (زمینه‌های فردی و شخصی، فیزیکی، فرهنگی) و از طریق آنها، می‌توان، ادراک ابعاد گوناگون معنای مکان و در پی آن رسیدن به سطوح بالایی حس مکان نائل آمد. در واقع در سطوح بالای حس مکان است که حس تعلق به محیط ایجاد می‌گردد و با توجه به مطالبی که در بخش هویت ذکر گردید، به دلیل ارتباط فرد با معنای ضمنی مکان، با آن احساس این همانی خواهد کرد و حس تعلق به معنای پیوندی محکم و عاملی تأثیرگذار میان مردم و مکان اتفاق خواهد افتاد (شکل ۶) و این پیوند، سبب گسترش عمق تعامل فرد با محیط شده و ماندگاری مکان در ذهن وی می‌گردد و با گذر زمان عمق و گسترش بیشتری می‌یابد.



شکل ۶. عوامل تأثیرگذار در شکل‌گیری حس تعلق



جدول ۳. معیارهای ایجاد حس‌مکان از دیدگاه صاحب‌نظران (مأخذ: گلگار، ۱۳۹۰، ۱۳۵ و ۱۳۶)

نظریه‌پرداز	کیفیت‌ها و معیارهای مطلوب فضا
جین جکوبز (۱۹۶۱)	اختلاط اجتماعی، فضاهای انعطاف‌پذیر، نفوذپذیری، تنوع و غنای فعالیت‌ها و امکان نظارت و مراقبت
کوبین لینچ (۱۳۹۰)	سرزندگی <sup>۱۰</sup> ، معنی <sup>۱۱</sup> ، سازگاری <sup>۱۲</sup> ، دسترسی <sup>۱۳</sup> ، کنترل و نظارت (با دو فوق معیار کارایی و عدالت)
کلمن (۱۹۸۷)	حفاظت تاریخی، سرزندگی و تنوع، توجه به بستر طبیعی محیط، غنا <sup>۱۴</sup>
جکوبز و اپیلیارد (۱۹۸۷)	محیطی برای همه، اصالت، معنی، سرزندگی و تنوع، دسترسی به فرصت‌ها، کنترل و مدیریت
ساوت ورث (۱۹۸۹)	هویت، مقیاس انسانی، ساختار، خوانایی <sup>۱۵</sup> و فرم دید و منظر
پانتر (۱۹۹۱)	ساختار فیزیکی فعالیتی کاربری‌ها، میزان تردد پیاده، میزان تردد سواره، الگوهای رفتاری، محیط مصنوع و خوانایی
پانتر و کرمونا (۱۹۹۷)	معنایی ادراک همگانی، تداعی معنی فرهنگی، ارزیابی‌های کیفی، منظر عینی شهر، نفوذپذیری، اقلیم خرد، فرم مصنوع و نحوه اداره و کنترل شدن
مونتگومری (۱۹۹۸)	سرزندگی و تنوع

al., 2007, 102). در واقع با توجه به نظرات افرادی مانند جیکوبز، اپیلیارد، کمیته مشورتی برنامه‌ریزی انسانی، پانتر و کرمونا مدیریت و نحوه کنترل مکان از عوامل مؤثر در ارتقای حس‌مکان می‌باشد. بدیهی است که عامل مدیریت جهت ماندگاری کیفیت مکان در طول زمان یکی از شرط‌های لازم است (شکل ۷).

### جمع‌بندی

ماندگاری این حس در فضا در درازمدت عامل مدیریت و برنامه‌ریزی نیز نقش مهمی را ایفا می‌کند که در اینجا به بررسی هر کدام از این عوامل می‌پردازیم.

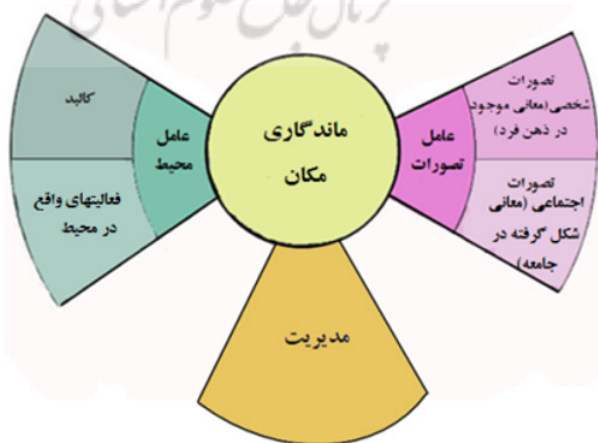
#### - معنای شخصی (عامل تصورات)

حس مکان تنها به معنای یک حس یا عاطفه یا هرگونه رابطه با مکانی خاص نیست، بلکه نظم و ساختاری شناختی است که فرد با آن به موضوعات اشخاص - اشیا و مفاهیم یک مکان بر اساس ادراک شخصی، نیازها و هویت فردی احساس تعلق پیدا می‌کند.

#### - معنای اجتماعی (عامل تصورات)

به عقیده برخی ابتدا تعلق به اجتماع و در قالب نام گروه اجتماعی (خانواده)، محله، شهر و... شکل می‌گیرد و سپس تعلق به مکان در

با توجه به بررسی‌های آمده و از رویکرد نگرش‌های مختلف برآیند عامل تصورات شامل (معنای شخصی و اجتماعی) و محیط که خود شامل کالبد فیزیکی محیط و فعالیت‌های انجام شده در آن می‌باشد جهت ایجاد معنی در فضا و حس تعلق به مکان مؤثر می‌باشد که جهت



شکل ۷. عوامل اصلی تأثیرگذار در ایجاد حس‌مکان ماندگار

بین معیارهای کیفی عوامل بالا پیشنهاد می‌شود به دید ما در تجویز اقدامات و مداخلات محیطی جهت ایجاد مکانی ماندگار و مطلوب همواره دو پرسش اصلی بایستی مدنظر قرار گیرد؛ مثلاً جهت تأمین کیفیت نفوذ فیزیکی که جزو معیارهای کیفی عامل کالبدی می‌باشد بایستی پرسید: ۱- آیا اقدام پیشنهادی با توجه به هزینه‌ی خود واجد کارایی لازم است؟ (فوق معیار کارایی) ۲- هزینه اقدام مزبور از کدام بخش از یا طبقه اجتماعی پرداخت خواهد شد (فوق معیار عدالت).

## ۱- پی‌نوشت‌ها

1. Relph
2. Edward S. Casey
3. Gabriel Marcel
4. Matlack
5. Seamon
6. Tuan
7. Shamaï
8. Stefanovic
9. Pretty

۱۰. به مفهوم امکان بقای زیست‌شناختی و جامعه‌شناختی انسان در محیط شهر.
۱۱. به مفهوم معنادار بودن مکان‌های شهری.
۱۲. به مفهوم انطباق فرم با فعالیت‌های گوناگون.
۱۳. به مفهوم سهولت نفوذ فیزیکی به بخش‌های مختلف بافت شهری.
۱۴. توجه به ظرافت و ریزه‌کاری در محرک‌های حسی مختلف.
۱۵. به مفهوم قابلیت قرائت سهل محیط.
۱۶. کارایی: بر پایه مفیدبودن هر نوع کار باید گفت، بسیاری از آیات و احادیث ما را از کار بی‌بهره و بی‌فایده و اسراف و تنزیر در کار یا خودنمایی و جلوه فروشی در کارها پرهیز داده و به کار مفید و موردنیاز توصیه داده است (نقره کار، ۱۳۸۷، ۴۸۲).
۱۷. اصل عدالت: یعنی هر چیزی در جای متناسب خود (بجا و متناسب) و در یک جریان قانونمند و هم‌هدف قرار گرفته است. عدالت ایجاد می‌کند به موضوعات ذیل توجه کرد: ۱- پاسخگویی به نیازهای مختلف انسان. ۲- تعادل در احقاق حقوق شهروندان. ۳- هماهنگی شهر با تعادل عالم موجود تکدید و توجه به طبیعت و بوم‌گرایی (امین‌زاده و نقی‌زاده، ۱۳۸۱).

## ۱- فهرست مراجع

۱. ابل، کریس. (۱۳۸۷). معماری و هویت. (فرح حبیب، مترجم) تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات. (نشر اثر اصلی ۱۹۹۷).
۲. برودبنت، جفری. (۱۳۸۹). با برادبنت، درباره معماری، (نیلوفر رضوی، هدیه

قالب هویت مکان و نام یک مکان بروز می‌کند. در این خصوص لویکا تعلق به مکان را به عنوان امتدادی از من چنین وصف می‌کند. (من به یک مکان به دلیل اینکه دوستانم در آنجا زندگی می‌کنند یا ریشه‌های خانواده من در آنجاست، یا من بهترین سال‌هایم را در آنجا گذرانده‌ام) تعلق پیدا می‌کنم و بنابراین مکان برای هویت شخصی من مهم است) (Lewicka, 2008, 212).

### - عوامل کالبدی (محیط)

کالبد به همراه متغیرهای فرم و ساماندهی اجزاء، به عنوان مهم‌ترین عوامل در شکل‌گیری حس تعلق ارزیابی می‌شوند عناصر کالبدی از طریق ایجاد تمایز محیطی ارتباط درون و بیرون در فضاها به ایجاد حس تعلق می‌پردازد، از سوی دیگر عناصر کالبدی از طریق همسازی و قابلیت تأمین نیازهای انسان در مکان در ایجاد حس تعلق مؤثر می‌باشد (جوان فروزنده و مطلبی، ۱۳۹۰).

### - عامل فعالیت (محیط)

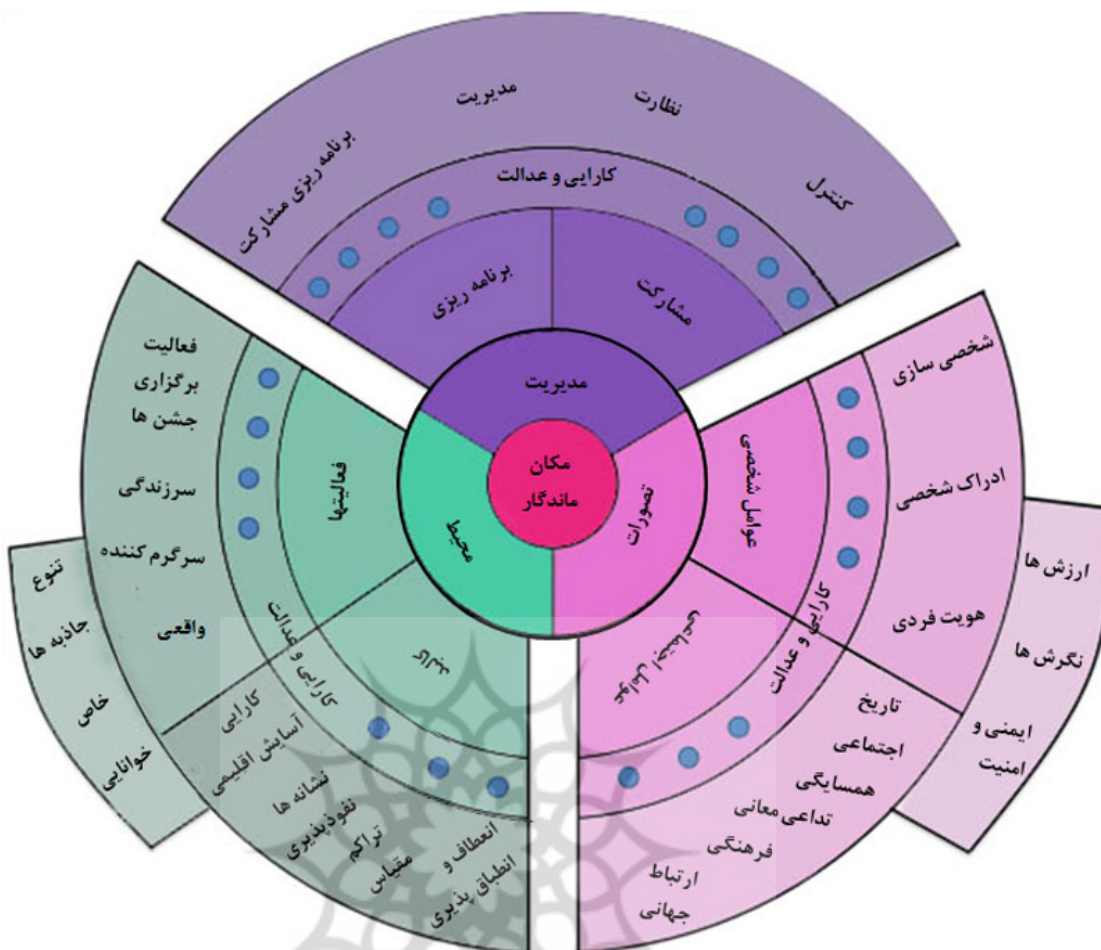
یکی از مؤثرترین ویژگی‌های مکان که سبب ارتقای حس مکان می‌گردد، فعالیت و تعاملات بین انسان- مکان و انسان- انسان در آن مکان است (Relph, 1976) عامل‌های اجتماعی مرتبط با مکانی که می‌تواند باعث سرزندگی یک فضا شود و عاملی مهم در ارتقای حس مکان به‌عنوان زیر مؤلفه‌های از فعالیت‌ها تلقی می‌شود (Turner, 2006, 204).

### - عامل مدیریت و برنامه‌ریزی

تا اینجا هر چه بیان شد شرط لازم و ناکافی برای رسیدن به حس مکان ماندگار است. اما آنچه شرط کافی برای رسیدن به هویت و حس مکان می‌باشد برنامه‌ریزی و مدیریت عوامل دخیل در فضا در طول زمان می‌باشد با توجه به نظرات کرمونا طریقی که مکان‌ها در طول زمان به‌وسیله آن اداره شده و کنترل می‌شوند، و عاملی مهم و مؤثر بر ایجاد حس مکان و شکل‌گیری حس مکان ماندگار در اذهان عمومی می‌باشد.

## ۱- نتیجه‌گیری

با توجه به مطالب آمده می‌توان مدل عوامل اساسی تأثیرگذار در ایجاد حس مکان ماندگار در اذهان عمومی را بر اساس شکل ۸ ارائه داد. بر اساس این مدل عوامل اصلی در جهت ایجاد مکان ماندگار عبارت‌اند از: ۱- مؤلفه محیط (شامل عوامل کالبد و فعالیت) ۲- مؤلفه تصورات (شامل معانی شخصی و اجتماعی) ۳- مؤلفه مدیریت (شامل عوامل مدیریت و برنامه‌ریزی) می‌باشد که هر کدام از این عوامل دارای معیارهای کیفی می‌باشند که به‌طور گسترده در نمودار ارائه گردیده همچنین دو فوق معیار کارایی<sup>۱۶</sup> و عدالت<sup>۱۷</sup> جهت تنظیم روابط



شکل ۸. مدل عوامل و مؤلفه‌های اساسی تأثیرگذار در ایجاد حس مکان ماندگار در اذهان عمومی

۱۰. شاهچراغی، آزاده؛ و بندرآباد، علیرضا. (۱۳۹۴). *محاط در محیط: کاربرد روانشناسی محیط در معماری و شهرسازی*، تهران: انتشارات سازمان جهاد دانشگاهی تهران.
۱۱. شولتز، دوان. (۱۳۷۷). *نظریه‌های شخصیت*، ترجمه سید محمدی، تهران، (نشر اثر اصلی ۱۹۷۶).
۱۲. شولتز، کریستیان نوربرگ. (۱۳۸۷). *معماری، حضور، زبان و مکان*، (علیرضا احمدیان: مترجم)، تهران: نیلوفر. (نشر اثر اصلی ۲۰۰۰).
۱۳. فن مایس، پی. یر. (۱۳۸۴). *عناصر معماری از صورت تا مکان*، (فرزین فر دانش، مترجم)، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
۱۴. کاشی، حسین؛ و بنیادی، ناصر. (۱۳۹۲). *تبیین مدل هویت مکان - حس مکان و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن*. *هنرهای زیبا*، ۱۸(۳)، ۴۳-۵۲.
۱۵. کلای، پریسا؛ و مدیری، اتوسا. (۱۳۹۱). *تبیین نقش مؤلفه معنا در فرایند شکل‌گیری حس مکان*. *هنرهای زیبا*، ۱۷(۲)، ۴۳-۵۱.
۱۶. گلکار، کورش. (۱۳۹۰). *آفرینش مکان پایدار*، تهران: انتشارات دانشگاه نوریخ و کیوان جورابچی، مترجمان) تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
۳. پرتوی، پروین. (۱۳۸۷). *پدیده‌شناسی مکان*، انتشارات فرهنگستان هنر.
۴. جوان فروزنده، علی. (۱۳۸۸). *تبیین فضاهای باز مجتمع‌های مسکونی در ایجاد حس تعلق*، رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات، تهران.
۵. جوان فروزنده، علی؛ و مطلبی، قاسم. (۱۳۹۰). *مفهوم حس تعلق به مکان و عوامل تشکیل دهنده آن*. *هویت شهر*، ۵(۸)، ۲۷-۳۷.
۶. حبیب، فرح. (۱۳۸۵). *کندوکاوی در معنای شکل شهر*. *هنرهای زیبا*، ۲۵، ۱۴-۵.
۷. دهخدا، علی اکبر. (۱۳۷۳). *لغت نامه دهخدا*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۸. رلف، ادوارد. (۱۳۸۹). *مکان و بی مکانی*. (محمدرضا نقصان محمدی، کاظم مندگاری و زهید متکی، مترجمان). تهران: آرمانشهر (نشر اثر اصلی ۱۹۷۶).
۹. سلیمانی، محمد رضا؛ اعتصام، ایرج؛ و حبیب، فرح. (۱۳۹۵). *بازشناسی مفهوم و اصول هویت در معماری*. *هویت شهر*، ۱۰(۲۵)، ۱۵-۲۶.

30. Montgomery, J. (1998). *The Image of the City*. Cambridge: MIT Press. شهید بهشتی.
31. Pretty, G. H., Chipuer, H. M., & Bramston, P. (2003). Sense of Place Amongst Adolescents and Adults in Two Rural Australian Towns: the Discriminating Features of Place Attachment, Sense of Community and Place Dependence in Relation to Place Identity. *Environmental Psychology*, 23, 273-287. ۱۷. لنگ، جان. (۱۳۹۰). آفرینش نظریه معماری (نقش علوم رفتاری در طراحی محیط)، (علیرضا عینی فر: مترجم)، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم. (نشر اثر اصلی ۱۹۸۷).
32. Proshansky, H. M., Fabian, A. K., & Kamion, J. R. (1983). Place-Identity: Physical World Socialization of the Self. *Environmental psychology*, 3, 57-83. ۱۸. لینچ، کوین. (۱۳۹۰). تئوری شکل خوب شهر، (حسین بحرینی: مترجم)، تهران: انتشارات دانشگاه تهران. (نشر اثر اصلی ۱۹۵۹).
33. Punter, J., & Carmona, M. (1997). *The Design Dimension of Planning: Theory, Content and best Practice for Design Policies*. London: e & FN Spon. ۱۹. ماتلاک، جان. (۱۳۷۹). آشنایی با طراحی محیط و منظر، (حوزه معاونت خدمات شهری سازمان پارکها و فضای سبز شهر تهران: مترجم)، تهران. (نشر اثر اصلی ۲۰۰۰).
34. Punter, J. (1991). Participation in the design of urban space. *Land Space Design*, 200, 24-27. ۲۰. میرمقتدایی، مهنا. (۱۳۸۳). معیارهای شناخت و ارزیابی هویت کالبدی شهرها. هنرهای زیبا، ۱۹، ۱۷-۲۶.
35. Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. London: Pion. ۲۱. نقره‌کار، عبدالحمید. (۱۳۸۷). درآمدی بر هویت اسلامی در معماری و شهرسازی، انتشارات مسکن و شهرسازی، تهران.
36. Seamon, D. (2000). *Phenomenology, Place, Environment and Architecture: A Review of the Literature*. Phenomenology online, Retrieved May 28, 2015 from <https://researchgate.net>. ۲۲. نقی‌زاده، محمد؛ و امین‌زاده، بهناز. (۱۳۸۱). آرمان شهر اسلام: شهر عدالت، صفحه ۱۲ (۳۵)، ۲۱-۳۱.
37. Shamai, S. (1991). Sense of Place: An Empirical Measurement. *Geofonum*, 22 (3), 347-538. 22. Carmona, M., Health, T., OC, T., & Tiedsell, S. (2007). *Public Place, Urban Spaces*. Oxford: Architectural press.
38. Southworth, M. (1989). Theory and Practice of Contemporary Urban Design. *Town Planning Review*, 60 (4), 369-402. 23. Casey, E. S. (1998). *The Fate of Place: A Philosophical History*. Berkely: university of California Press.
39. Stefanovic, I. L. (1998). Phenomenological Encounters with place: Cavata to Square one. *Enviromental psychology*, 18, 31-99. 24. Coleman, J. (1987). Opportunities for Innovation in Urban Design Education. *Australian Planners*, 25(4), 28-31.
40. Tuan, Yi. Fu. (1974). *Topophilia: A Study of Environmental Perception Attitudes and Values*. Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall. 25. Gibson, J. (1950). *The Perception of the Visual World*. Boston: Houghton Mifflin.
41. Turner, P., & Turner, S. (2006). Place, Sense of Place, and virtual Environments. *Social Informatics Research Group*, 15(2), 209-212. 26. Jacobs, A., & Appleyard, D. (1987). Toward an urban design manifesto. *Japa*, 53(1), 112-120.
42. Zimmerman, M. (1983). Toward a Heideygerian Ethos for Radical Environmentalism. *Enviromental Ethics*, 5, 99-131. 27. Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. London: Jonathan Cape.
28. Lewicka, M. (2008). Place Attachment, Place Identity, and Place Memory, Restoring the Forgotten City Past. *Environmental Psychology*, 28, 209-231.
29. Mayhew, S. (2009). *Dictionary of Geography*. Oxford: University Press.



## Affecting Factors on the Formation of Sense of Location in Public Minds

*Voria Asasi\**, Ph.D., Department of Art and Architecture, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.  
*Iraj Etesam*, Professor, Department of Art and Architecture, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.  
*Azadeh Shahcheraghi*, Associate Professor, Department of Art and Architecture, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

### Abstract

During the present century, the term location with its extensive range of meanings has been presented in almost all architectural spaces. Building of location has incarnated implications and beliefs of human beings and has a deep relationship with their existence. For a location to remain in the public minds, it must attract a vast majority of addresses and create a sense of attachment to itself. Sense of attachment is a sense of space that individuals feel themselves as a part of it and where they find their desires and transactions. Thus, space in this sense of location turns into a context for individuals' social memories and meanings. One of the problems considered in today's cities is the low quality of citizens' life. This lack of quality results from inattention to location and its meaning; A location which relates humans with other layers of their existence and these layers help humans recognize their environment that leads to a general feeling to space in the addresses. This general feeling which is created after perception and judgment of a particular environment in person is called sense of location which is an important factor in creating coordination between the individual and the particular environment, better use of the environment, user's satisfaction and finally a sense of attachment to environment and a continuous presence in it. Sense of attachment is a strong connection and a significant factor among people and location. This connection is positive and leads to an expanded deep relationship and individual's interaction with the environment which can be more extended by the passage of time. In fact, sense of attachment is a human sublime feeling by which the individual and the environment interact with each other. This feeling finally leads to create individual, environmental and social deep connections. Based on ideas of existentialism, sense of attachment is a preliminary and essential need of humans which they try to satisfy. Different degrees of this feeling in architectural spaces has been accompanied by different feelings and reactions including different classifications in architectural spaces such as sacrifice for location, interest in location and commitment to location. As a result, creating a sense of attachment in architectural spaces leads to transforming them into meaningful locations for individuals and developing environmental-human connections and changing the space to a meaningful and lasting environment which will lead to the formation of a permanent location in the memories of human beings as well as their continuous presence. In this study which aims to retrieve and introduce the role of each element and component forming the sense of location and attachment to it, experts' opinions and judgments were considered based on reviewing texts and related documents on this subject. And by presenting analytical diagrams, roles of these factors in the formation of sense of location and attachment were analyzed. Finally, a permanent location model including the main parameters and factors as well as qualities affecting the formation of a lasting sense of location in the minds of the public was presented.

**Keywords:** Sense of location, Meanings, Perception, Quality, Persistence.

\* Corresponding Author Email: [voria\\_assasi@yahoo.com](mailto:voria_assasi@yahoo.com)