



بررسی عوامل موثر بر ارتقاء حس تعلق پذیری در فضا و راهکارهای طراحی آن با رویکرد

روانشناسی محیطی



فرید فروزان فر، شقایق شوقی بیدختی

۱- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند

shaghayegh.shoghi1367@gmail.com

ارائه دهنده: شقایق شوقی بیدختی

خلاصه

در حال حاضر، یکی از کاستی های فضاهای معماری، عدم قابلیت ایجاد پیوندی عمیق مابین فضا و مخاطبان فضا است. موضوعی که از آن با عبارت حس تعلق یاد می شود. حس تعلق به مکان رابطه ای مستحکم و پر معنا بین مخاطب و فضای معماری است. پیوندی احساسی که مخاطبان، آن مکان را به عنوان قرارگاهی برای رجوع مجدد و مکرر به آن ارزشمند بدانند. در حقیقت حس تعلق به مکان شاخصی است که از طریق آن می توان میزان متمایز بودن آن مکان را با توجه به نوع برخورد و میزان استفاده مخاطبان نسبت به مکانی دیگر سنجید. مسلم است که این تمایزات حاصل جمعی از عوامل شامل محیط کالبدی و معماری، محیط اجتماعی، نوع فعالیت ها، سطح فرهنگ، تاریخ، ابعاد شخصی و روان شناسانه (ادراک، شناخت و احساس) می باشد. لذا با در نظر گیری تمام ابعاد تشکیل دهنده حس تعلق، می توان با توجه به مبانی علم روان شناسی محیط به یک دسته بندی کلی تر شامل عوامل درون فردی و برون فردی دست یافت. شناخت و ادراک فرد از یک مکان از شروط اولیه برای ایجاد حس تعلق به مکان می باشد. از این روخوانایی و وضوح فضا، آرامش، ایمنی و امنیت محیط، رضایتمندی و آسایش افراد از جمله عوامل ادراکی هستند که افراد براساس شایستگی ها و انگیزش های خود تجربه می کنند. در تحقیق حاضر ابتدا به بررسی ادبیات موضوع و مرور مبانی نظری مرتبط با ارتقاء حس تعلق پرداخته و پس از استخراج اصول و معیارهای مرتبط با تقویت حس تعلق به مکان و تحلیل آن ها، برخی از راهبردها و راهکارهای عملی طراحی جهت نیل به ارتقاء حس تعلق به مکان پیشنهاد شده است.

کلیدواژه: حس تعلق به مکان، عوامل ادراکی، راهبردهای طراحی، راهکارهای طراحی

۱. مقدمه

یکی از چالش‌هایی که امروزه متوجه طراحی کاربری‌های گوناگون می‌باشد، کمرنگ شدن هویت و پیوند میان فضا و مخاطب، افزایش نابهنجاری اجتماعی، نابرابری اجتماعی - اقتصادی و... است که در مجموع موجب کاهش کیفیت و کارایی لازم فضاهای گوناگون می‌شود. در این میان، عدم پیوند و ارتباط میان فضای معماری و مخاطب فضای معماری که از آن با عبارت "تعلق به مکان" یاد می‌شود، معزلی است که می‌تواند مسائلی از جمله تغییرات مکرر در فضا یا چیدمان مبلمان، تغییر کاربری مکان، متروک ماندن فضا و... به بار آورد. این معضل را می‌توان با توجه به جنبه‌های مختلفی که بر بهبود کارایی و کیفیت یک فضای معماری مؤثرند، حل کرد. از جمله، توجه به ابعاد کالبدی، فضایی، روانشناسی محیط. در این میان، گرچه جملگی آن‌ها واجد اهمیت می‌باشند، لکن علم روان‌شناسی محیط می‌تواند زمینه‌های مناسبی برای حل این معضل فراهم آورد.

تعلق مکان به عنوان پیوندی مؤثر که مردم با قرارگاه‌های مکانی برقرار می‌کنند تعریف می‌شود، جایی که آن‌ها تمایل به ماندن دارند و جایی که آن‌ها احساس راحتی و امنیت دارند. (Hidalgo & Hernandez in kamalipour, ۲۰۱۲) توآن (Tuan) مکان را فضایی تعریف می‌کند که معنادر شده است؛ آن‌چه که به عنوان فضای نا متمایز است، هنگامی که آن را بهتر بشناسیم و به آن ارزش عطا کنیم، به مکان تبدیل می‌شود. تعلق به کار رفته در این زمینه می‌تواند به عنوان رابطه‌ای عاطفی بین مردم و چشم انداز تعریف شود، که فراتر از شناخت، رجحان یا قضاوت می‌رود. احساس تعلق مفهومی است که در مرحله توصیف، به ابعاد و عوامل تشکیل دهنده آن قابل تجزیه است، اما در مرحله ادراک، درکی کلی از محبت و عاطفه نسبت به مکان است که شاید حتی برای شخص قابل وصف و بیان نباشد.

با این اوصاف در تفکیک ابعاد مختلف تشکیل دهنده حس تعلق، با توجه به آنچه که در ادبیات محققین این حوزه آمده است، ابعاد متفاوتی از محیط فیزیکی و معماری محیط گرفته تا عوامل روان‌شناسانه شخص و اجتماع، در ایجاد حس تعلق به مکان سهم‌اند. تعلق به مکان پیوندی است بین یک فرد یا گروه و مکان، که بر اساس سطح فضایی، درجه اختصاصی بودن و ویژگی‌های اجتماعی یا کالبدی مکان، متغیر است و از طریق احساس، شناخت، و فرایندهای روان‌شناسانه رفتاری، آشکار می‌گردد. (Scannell & Gifford, ۲۰۱۰)

در تحقیق حاضر با تأکید بر ابعاد کالبدی، اجتماعی و بعد روان‌شناسانه ادراک و شناخت شخص، این ابعاد را در دو دسته عوامل درون فردی و برون فردی ایجاد کننده حس تعلق، تقسیم بندی می‌کنیم. لذا روشن است که عامل‌های درون فردی عواملی هستند که از درون شخص حس تعلق را کنترل کرده و به بعد روان‌شناسانه ادراک و شناخت مرتبط‌اند. همچنین عامل برون فردی نیز از محیط خارج بر شخص تأثیر می‌گذارند، مانند بعد کالبدی، اجتماعی و فرهنگی.

۱.۱. ضرورت تحقیق

یکی از معانی مهم در ارتقاء کیفیت محیط‌های انسانی، حس تعلق به مکان می‌باشد. این حس که عامل مهم در شکل‌گیری پایه‌های ارتباطی استفاده کنندگان و محیط می‌باشد، نهایتاً منجر به ایجاد محیط‌های باکیفیت نیز خواهد گردید. یکی از ملاک‌های وجود حس تعلق در یک مکان، "نیازهای انسان" است، چراکه تعلق به یک مکان از نیازهای او محسوب شده (لنگ، ۱۳۸۱: ۴۶) و در صورت برطرف نشدن این نیاز، انسان و در مقیاسی وسیع‌تر، جامعه به تدریج هویت خود را از دست می‌دهد. (قاسمی، ۱۳۸۵: ۳۲۴) از سوی دیگر عدم تعلق مکانی بزرگترین تهدید در جهت از بین رفتن هویت خود مکان است و همین امر کاهش تعامل فرد و مکان را به همراه خواهد داشت و موجب می‌شود که نوعی ناهنجاری و بی‌تفاوتی نسبت به مکان به وجود آید. همچنین با ایجاد تعلق مکانی می‌توان شهری سالم به وجود آورد که در آن روابط اجتماعی و روان‌شناختی جاری است. چراکه سلامت شهروندان به لحاظ اجتماعی و روان‌شناختی رابطه مستقیمی با سطح و عمق شهروندی دارد. (عباس زادگان، ۱۳۸۵: ۳۱۳) اگر از دید سیاستگذاری و برنامه‌ریزی شهری نیز به این مقوله نظاره کنیم در می‌یابیم که اگر پیوند بین فرد و مکان و تعلق او به مکان رخ ندهد نمی‌توان به یکی از مهمترین اهداف شهرهای جدید که همان جذب، اسکان و تثبیت جمعیت است دست یافت. (رضازاده، ۱۳۸۵: ۲۳۶)

۱.۲. هدف تحقیق

هدف از انجام تحقیق حاضر، تبیین معنای حس تعلق به مکان و ابعاد تشکیل دهنده آن است، به طوری که در یک همگرایی از ادبیات این واژه عوامل شکل دهنده آن را در یک دسته بندی کلی گرد آوریم تا بر جایگاه عامل کالبدی و معماری به عنوان عاملی مهم تأکید شود، سپس در پایان، به تدوین و تحلیل راهکارها و دستورالعمل های طراحی در راستای نیل به این هدف پرداخته خواهد شد.

۱.۳. روش تحقیق

در این تحقیق کوشیده شده ابتدا با استفاده از منابع کتابخانه ای با بهره گیری از ادبیات موجود در حوزه روان شناسی محیطی که مرتبط با موضوع تحقیق حاضر می باشد و با بیانی تحلیلی-توصیفی چگونگی تأثیر فاکتورهای بیان شده در مستندات پژوهشی پیشین بر شکل گیری حس تعلق به مکان به عنوان درکی کلی متشکل از جمیع عوامل درونی و بیرونی را بررسی کرده و در ادامه با ارائه دیاگرام های تحلیلی، عوامل کالبدی، شناختی و اجتماعی تقویت کننده آن را تبیین کنیم. سپس با توجه به معیارهای به دست آمده، راهکارهایی به عنوان دستورالعمل های طراحی در راستای نیل به ارتقاء حس تعلق به مکان در فضای معماری پیشنهاد دهیم.

۱.۴. ادبیات تحقیق

تا پیش از دهه ۷۰ میلادی در مطالعات انجام شده در زمینه رابطه انسان و مکان، تعلق به مکان مورد توجه قرار نگرفته بود. در ۲۵ سال گذشته عواملی چون فضای شخصی، قلمروپایی، تراکم، معنای مکان و موضوعات مرتبط، موضوع تحقیقات در رابطه با انسان و مکان بودند. اما افزایش رو به تازید توجه تأثیر فرهنگ بر توجهات مکان، جابه جایی جمعیت در شهرهای جدید و لزوم تطابق با محیط جدید سبب گردید تا احساس انسان در رابطه با مکان، محور بسیاری از تحقیقات گردد. (دانشپور، ۱۳۸۸: ۳۸)

در شهرهای جدید شهروند خود را متعلق به فضا نمی داند و هیچ گونه حس تعلقی به آن ندارد. شباهت اعجاب آور تمامی این شهرهای جدید به یکدیگر بی مکانی آنها را تشدید و تکثیر می کند. (قاسمی، ۱۳۸۵: ۳۲۴) مفهوم بی مکانی از دهه ۱۹۷۰ و با آثار رلف وارد متون حرفه ای گردید. بی مکانی به همین کمیت یکسانی مکان ها اشاره دارد. به مکان هایی که مواجهه به یکی شان به معنی مواجهه با همه آنهاست و تفاوتی میان این و آن جا وجود ندارد. رلف بر اساس نظریه های گر چنین عنوان می کند که از دست رفتن تنوع مکانی در دنیای مدرن حاصل از دست رفتن معانی و مفاهیم بزرگتری است که تنوع مکانی بر آنها اشارت داشته است. رلف از منظر توریستی، محورهای توسعه یافته تجاری و هم چنین شهرهای جدید را به عنوان نمونه های بی مکانی یاد کرده است. قراگیری شهرهای جدید در ردیف فضاهای بی مکانی بر فقر کلی فرهنگی و مبنایی این فضاها اشاره دارد. (Relph, ۱۹۷۶) هنگامی که تنوع مکان ها از میان برود، حس بی مکانی و لا مکانی شکل می گیرد و این بزرگ ترین تهدید در ایجاد حس تعلق مکانی است. (رضازاده، ۱۳۸۵: ۲۳۸)

همانطور که اشاره شد عدم تعلق مکانی کمبود هویت مکانی را منجر می شود اما برخی از محققین معتقدند که هویت مکانی خود عاملی است که ایجاد تعلق مکانی را در پی دارد. اولین فردی که با طرح مقاله «شهر و هویت خود» به مسئله هویت پرداخت پروشانسکی بود. (Proshansky, ۱۹۷۸) سپس وی و جمعی از همکارانش موضوع را بازتر کردند و نظریه هویت مکانی را مطرح ساختند. طبق این نظریه، فضاهایی که خود با آنها مواجه می شود بخشی از هویت فردی وی می گردد و جنبه ای از وجود انسانی او می شود. همین هویت مکانی است که نوعی تعلق و دلبستگی بین فرد و مکان ایجاد می کند. (Proshansky et al, ۱۹۸۳)

بسیاری از نظریه پردازان با دید کلی تری به موضوع تعلق مکانی پرداخته اند و آن را به دو بعد کالبدی و اجتماعی طبقه بندی کرده اند. تیلور بعد کالبدی را مربوط به قدمت مکان و زمان آشنایی با آن و بعد اجتماعی را مربوط به به قید و بندهای بومی می داند و معتقد است که دو عامل کالبدی و اجتماعی در شکل گیری تعلق مکانی موثرند. (Taylor, ۱۹۸۵) در این زمینه مطالعات هیدالگو که در شهر سانتا کروز اسپانیا انجام شده نشان می دهد که تعلق اجتماعی بیش از تعلق کالبدی اهمیت دارد و به عبارتی فرآیند اجتماعی در ایجاد تعلق مکانی بیش از کیفیت کالبدی دارای اهمیت است. (Hidalgo, ۲۰۰۲) بنابراین

نقش ارتباطات اجتماعی که در مکان ها اتفاق می افتد نباید مورد غفلت قرار گیرند، چنان که برخی از محققین، دلبستگی به مکان را مبتنی بر مشارکت مردم در مکان، میزان اشتغال به شبکه های اجتماعی و تعاملات فرهنگی دانسته اند که نقشی مساوی و یا حتی مهم تر از کالبد مکان دارند. (Marcus, ۱۹۹۲) از آن جا که امکان فراهم شدن تعامل و مرادده اجتماعی از ویژگی های اصلی فضاهای عمومی است، لکن این فضاها به عنوان بستر تعاملات اجتماعی نقش مهمی را در تعلق مکانی ایفا می کنند. (Mitchell, ۱۹۹۶)

فضاهای عمومی فضاهایی هستند که افراد و گروه های مختلف اجتماعی در آن سهیم اند، این فضاها محل تبادل افکار و اطلاعات و مکانی برای شکل گیری شبکه های اجتماعی هستند. چنین فضاهایی بیش از آنکه تنها یک فضا باشند یک تجربه اند. (Hajer et al, ۲۰۰۱) که نتیجه چنین تعامل و تجاری در میان افراد و گروه های مختلف دریافت حس هویت جمعی، احترام به خود (عزت نفس)، ارتقاء مهارت های جمعی و مشارکت اجتماعی خواهد بود. چنین تعبیر و تفسیری از فضاهای عمومی در رابطه با حباب اجتماعی انسان ها از ارسطو تا کتون همواره مورد توجه شهرسازان و نظریه پردازان شهری بوده و هست. (دانشپور، ۱۳۸۶: ۲) در واقع در این تعریف فضاهای عمومی نوعی فضاهای جمعی هستند. فضای جمعی فضایی است که فرد را به مکث و سکون واداشته و شرایط لازم برای تعاملات اجتماعی را فراهم می کند. بنابراین در مقیاس های مختلف، از تک واحد مسکونی، واحد همسایگی و محله گرفته تا مقیاس وسیعتر شهر قابل بررسی است. (مفورد، ۱۳۸۱: ۷۱)

۲. تعاریف

۲.۱. فضا و مکان

فضا و مکان، ممکن است واجد معانی مشابهی به نظر آیند، لیکن نباید با هم اشتباه گرفته شوند. «در واقع فضا تبلور مکان و یکی از مشخصه های بسیار مهم آن است. انسان به مکان نیاز دارد. فضای معماری وسیله ای برای تحقق بخشیدن به مکان است.» (افشار نادری، ۱۳۷۸: ۶) «آنوین» متأثر از هایدگر، مکان را اینگونه تعریف می کند: با هویت بخشی «مکان ها» و سازماندهی آن ها، از دنیایی که در آن سکونت گزیده ایم، آگاه می شویم. (آنوین، ۱۳۸۶: ۵۵)

تعریف نوربرگ - شولتز از مکان اما می تواند به نوعی تمامی این تعاریف را دربر گیرد: «مکان نقش و حضور معماری در حقیقت را باز می نماید. مکان تجلی عینی باشیدن انسانی است و هویت او بر تعلق وی به مکان ها وابسته است. (نوربرگ - شولتز، ۱۳۸۸)

۲.۲. سطوح مختلف حس مکان

حس مکان دارای سطوح مختلفی است. هیومن پنج گونه حس مکان را تعریف کرده است که عبارت از ریشه داری عقیدتی، ریشه داری ناخودآگاه، مکان نسبی، بیگانگی با مکان و بیمکانی است. جنیفر کراس نیز به تبعیت از هیومن حس مکان را ترکیبی از رابطه با مکان و حس حضور در اجتماع تعریف می کند. او رابطه با مکان را به صورت زندگی نامه ای، معنوی، اعتقادی، روایتی، مادی و وابستگی دسته بندی می کند که با عواملی مانند هویت، درونیت و رضایتمندی پنج سطح مختلف از حس مکان یعنی ریشه داری منسجم، ریشه داری نامنسجم، بیگانگی با مکان، بیمکانی نسبی و بیمکانی مطلق را ایجاد می کند. در ادامه، در جدول ذیل سطوح مختلف حس مکان ارائه شده است. (ضرایبان و منعم، ۱۳۸۹)

جدول ۱- سطوح مختلف حس مکان

سطح	وضعیت ارتباط فرد با مکان
بی تفاوتی نسبت به مکان	این سطح معمولاً در ادبیات حس مکان مورد توجه واقع نمیشود ولی میتواند در سنجش حس مکان مورد استفاده قرار گیرد.
آگاهی از فرارگری در یک مکان	این سطح هنگامی است که فرد میداند که در یک مکان متمایز زندگی میکند و نمادهای آن مکان را تشخیص می-دهد ولی هیچ احساسی که او را به مکان متصل کند وجود ندارد. در این حالت، فرد ممکن است بداند که در یک مکان مستقر است ولی نمیداند که بخشی از آن مکان است.
تعلق به مکان	در این سطح، فرد نه تنها از نام و نمادهای مکان آگاه است بلکه با مکان احساس بودن و تقدیر مشترک داشتن نیز دارد. در این حالت، نمادهای مکان محترم و آنچه برای مکان رخ میدهد برای فرد مهم است
دلبستگی به مکان	در این سطح، فرد ارتباط عاطفی پیچیده با مکان دارد. مکان برای او معنا دارد و مکان محور فردیت است و تجارب جمعی و هویت فرد در ترکیب با معانی و نمادها به مکان شخصیت می دهد. در این حالت بر منحصربفرد بودن مکان و تفاوت آن با دیگر مکان ها تأکید می شود. این سطح نشان دهنده درآمیختگی و پیوستگی فرد با نیازهای مکان است. در این حالت، فرد اهداف مکان را تشخیص داده، با آنها منطبق شده و از آنها پیروی می کند. در فرد، شور، عشق، حمایت و از خود گذشتگی نسبت به مکان وجود دارد.
یکی شدن با اهداف مکان	این سطح به نقش فعال فرد در اجتماع که علت آن تعهد به مکان است توجه دارد و در مقابل، تمامی سطوح قبل که مبنای نظری داشتند، این سطح از رفتارهای واقعی افراد برداشت می شود.
حضور در مکان	این سطح بالاترین سطح حس مکان است و فرد عمیقترین تعهد را نسبت به مکان دارد و فداکاری زیادی برای گرایش ها، ارزشها، آزادی ها و رفاه در موقعیت های مختلف از خود نشان می دهد. در این سطح، آمادگی برای رها کردن علائق فردی و جمعی به دلیل علائق بزرگتر نسبت به مکان وجود دارد.
فداکاری برای مکان	

۲.۳. تعلق به مکان

مجموعه ای از حکایات و روایت های فردی و جمعی که توأم با مکان رخ می دهند در ایجاد تعلقات اجتماعی به مکان موثرند. (حیبی، ۱۳۸۷: ۱۶) این حس به گونه ای به پیوند فرد با مکان منجر می شود که انسان خود را جزئی از مکان می داند و براساس تجربه های خود از نشانه ها، معانی و عملکردها، نقشی را برای مکان در ذهن خود متصور می سازد. این نقش نزد او منحصر به فرد و متفاوت می باشد و در نتیجه مکان برای او مهم و قابل احترام می شود. یک مکان به دلیل امکان رخداد یک رابطه اجتماعی و تجربه مشترک میان افراد، احساس تعلق و دلبستگی را شکل می دهد. (پاکزاد، ۱۳۸۸: ۳۹) به طور کلی تعلق به مکان پیوندی احساسی و خوشایند بین افراد و مکانی خاص می باشد که مهمترین ویژگی این احساس این است که افراد تمایل به حفظ فیزیکی به آن مکان را در خود درک می کنند. (Hidalgo, ۲۰۰۱)

۳. عوامل شکل دهنده حس تعلق

حس تعلق در معماری، برآیند سه عامل فرد، دیگران و محیط می باشد. بر این اساس، عوامل تشکیل دهنده حس تعلق در طراحی به صورت زیر ارائه می گردد:

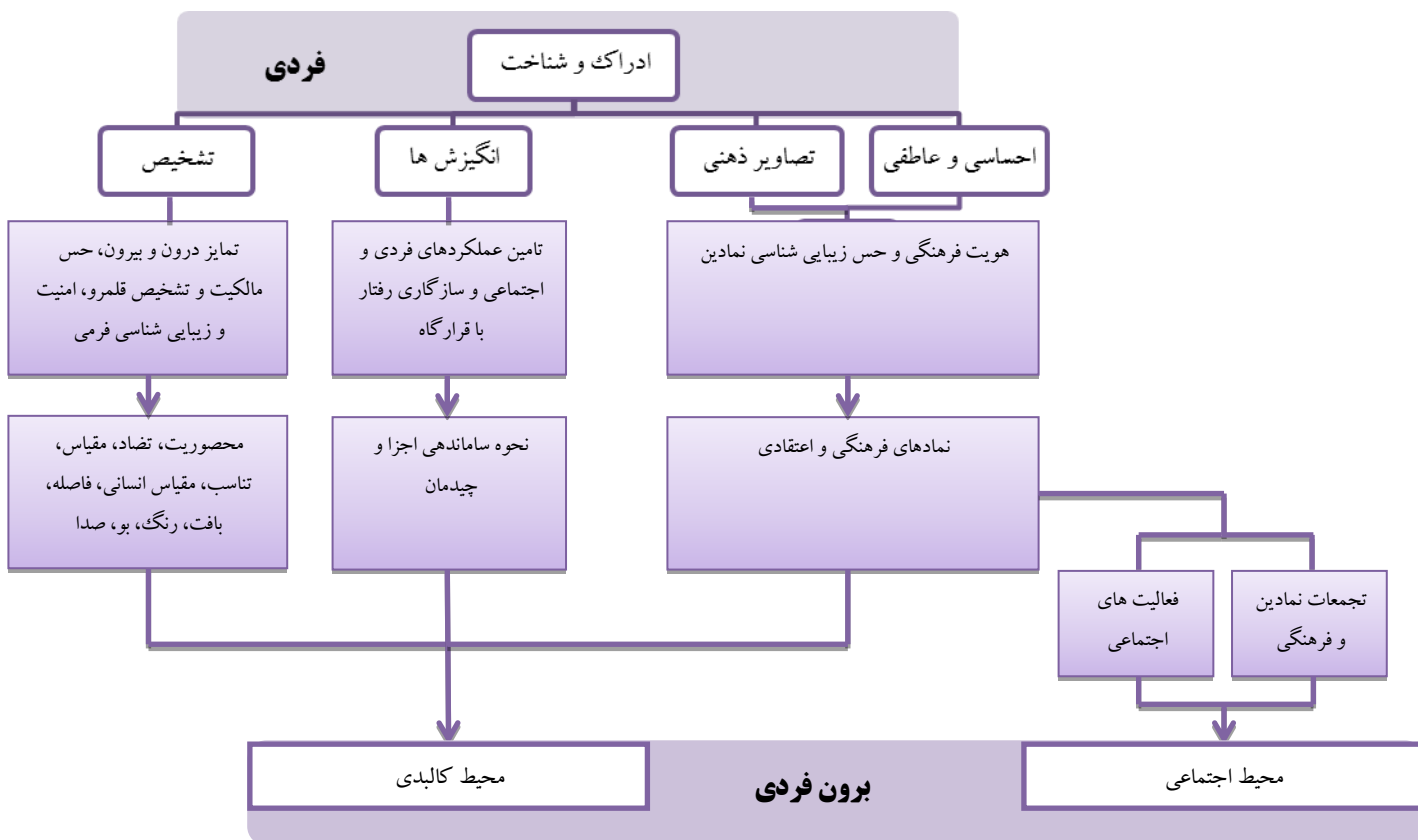
۳.۱. عوامل ادراکی-شناختی فردی:

شناخت و ادراک فرد از یک مکان، از شروط اولیه برای ایجاد حس تعلق به مکان می باشد. بدین منظور، محیط های با خوانایی و تمایز کالبدی، برای استفاده کنندگان، جزو محیط های مطلوب بوده و ادراک و شناخت بهتری از سوی افراد در آن صورت می گیرد. (فروزنده، ۱۳۸۹: ۳۳)

۳.۲. عوامل اجتماعی: محققینی همچون راپاپورت، پروشانسکی، ریجر و لاواراکاس، با پژوهش‌های خود، بر نقش عوامل کالبدی تاکید نموده، اما اشاره داشته‌اند که آنچه محیط کالبدی را به عنوان بستر تعامل اجتماعی بیان می‌کند، در اصل نمادها و سمبل‌های محیطی مشترک اجتماعی از یک سو و از سوی دیگر، قابلیت محیطی در تامین و گسترش این بعد از نیازهای انسانی است. در واقع، عناصر کالبدی نظیر فرم‌ها شامل اشکال، بافت و رنگ، منبعث از لایه‌های اجتماعی محیط، نقش ارتباطی با استفاده‌کنندگان ایفا می‌نمایند. (همان)

۳.۳. عوامل محیطی-کالبدی: این دسته از عوامل بر اساس نظریه‌ی مکان-رفتار در روانشناسی محیطی، به دسته‌بندی محیط به دو عامل مهم فعالیت و کالبد می‌پردازد. فعالیت‌های حاکم در یک محیط را بر اساس عوامل اجتماعی، کنش‌ها و تعاملات عمومی انسان‌ها تعریف می‌کنند و کالبد را به همراه متغیرهای فرم و ساماندهی اجزا، به عنوان مهم‌ترین عوامل در شکل‌گیری حس تعلق محیط ارزیابی می‌نمایند. عناصر کالبدی از طریق ایجاد تمایز محیطی و ارتباط درون و بیرون در فضاها، به ایجاد حس تعلق می‌پردازند. شکل، اندازه، رنگ و مقیاس به عنوان ویژگی‌های فرم، هر یک نقش موثری در شکل‌گیری حس تعلق داشته و نوع ساماندهی و چیدمان اجزاء کالبدی نیز عامل موثر دیگر می‌باشد. از سوی دیگر، عناصر کالبدی از طریق هم‌سازی و قابلیت تامین نیازهای انسان در مکان، در ایجاد حس تعلق موثر می‌باشند. (مطلبی، ۱۳۸۵: ۸) برآیند سه عامل فوق به بیان گرافیکی در گراف زیر نمایش داده شده است.

نمودار ۱- جنبه‌های فردی و برون فردی ادراک و شناخت (ماخذ: نگارنده)



در جدول زیر نظریات تئوری دانشمندان و عوامل موثر بر ایجاد حس تعلق به مکان در دیدگاه‌های مختلف مطرح شده است. در ادامه با مروری بر جدول زیر عوامل ادراکی موثر بر ایجاد حس تعلق در محلات را شناخته و به راهکارهای طراحی آن می‌پردازیم.

جدول ۲- عوامل موثر بر ایجاد حس تعلق به مکان (ماخذ: نگارنده)

عوامل موثر بر ایجاد حس تعلق به مکان	نظریه پردازان
احساس رضایت و تمایل به ماندگاری	جهان‌شاه پاکزاد
مالکیت حقیقی زمین یا حس وابستگی به چیزی که عزیز داشته می شود در ایجاد تعلق یک فرد یا گروه به یک مکان موثرند.	بیر و هیگنر
یادآوری خاطرات و حظ بصری نیز خاطره ای در ذهن ایجاد می کند که می تواند حس تعلق به مکان را افزایش دهد.	لنارد
سرزندگی - هویت - معنی - دسترسی - کنترل و نظارت	کوبین لیچ
وی از بین رفتن آیین ها را باعث مردن مکان می داند. آیین ها و افسانه ها و یا به عبارتی سنت ها در ایجاد حس تعلق و ماندگاری در مکان موثرند	رلف
تنوع فعالیت ها، اختلاط کاربری ها، توجه به خیابان، نفوذپذیری، تاکید بر تعامل اجتماعی و انعطاف پذیر بودن	جین جینکوپز
حفظ تسلسل حرکت ها، محصوریت فضا، پیوستگی لبه ها، کنترل محورها و پرسپکتیوها، مزوج نمودن فضاهای بیرون و درون	راجر ترنسلیک
۳حالات واکنشی نسبت به محیط:	دالند اپلارد
حالت واکنشی/عاطفی: دربرگیرنده واکنش عاطفی افراد نسبت به محیط	
حالت عملیاتی: غالباً توسط افراد بطور روزمره تکرار می شود، نظیر تردد	
حالت استنباطی: برای حمایت از دو فعالیت بالا، در جستجوی کسب اطلاعات از محیط است.	
ادغام کاربری ها و فعالیت ها، مقیاس انسانی، آزادی عابران پیاده، قابلیت دسترسی به همگان، ایجاد وضوح، محیط های ماندگار، کنترل تغییرات	فرانسیس تیبالدو
نفوذ پذیری، گوناگونی، خوانایی، انعطاف پذیری، سازگاری بصری، غنای حسی، قابلیت شخصی سازی.	یان بنتلی
وی ترجیح می دهد به جای مفهوم مکان از واژه محل استفاده کند، محل صرفاً محیط فیزیکی نمی باشد، بلکه شامل محیط فیزیکی می باشد که درون آن تعامل انسانی رخ می دهد و به لحاظ اجتماعی تعریف شده است؛ استفاده دائم و مستمر از یک مکان در زندگی باعث پیوند هویت مکان به هویت شخص می گردد.	آنتونی گیدنز
وی حس تعلق را وابسته به تصویر ذهنی فرد از مکان می داند. هرچه میان تصویر ذهنی فرد از مکان که بر پایه بر هم کنش او با محیطش شکل می گیرد و آنچه که ذهنیت مشترک شهروندان را می سازد نزدیکی وجود داشته باشد، فرد با محیط خود احساس "این همانی" بیشتری خواهد داشت	شولتر
وی انس و تعلق به محیط را با حس توطن تشریح می کند و انرا از ابعاد مختلف شرح می دهد:	
بعد فضایی: وطن یک بعد فضای مکانی جغرافیایی است که بصورت وحدت یافته تجربه می گردد.	
بعد فرهنگی: وطن پیوند بسیار نزدیکی با سنت ها، مراسم و زبان های معین دارد.	اشینگل
بعد زمانی: وطن طی فرآورده سنت و تاریخ است.	
بعد اجتماعی: وطن گردآمده ای است از همه کسانی که در آن هستند و به آن وابسته اند.	
بعد روانی: وطن فضایی است که انسان خود را از آن می داند و پیوند درونی با آن برقرار کرده است	
حس تعلق به مکان را ترکیبی از عوامل زیر می داند:	لو و آنتن
تعلق خاطر/ مکان ها که از نظر مقیاس، درک پذیری و مقتضیات متفاوتند/ عوامل بازیگر و تاثیر گذار/ روابط اجتماعی مستقر در مکان/ وجوه زمانی (خطی و چرخه ای)	
وی به بررسی تاثیرات عوامل اجتماعی و فیزیکی پیرامون بر روی رفتار انسان می پردازد و بر نفوذ پذیری مرز بین فضای زندگی و فضای خارجی تاکید دارد. هرچه انسان بر عنصرهای بیشتری از محیط فیزیکی که بر انسان تاثیر دارند شناخت پیدا کند، میزان نفوذپذیری فضای خارجی درون فضای زندگی وی بیشتر می شود و در نتیجه احساس تعلق خاطر بیشتری به فضای خارجی پیدا می کند	کرت لوین
روابط اجتماعی برآورده شدن نیازهای زیر در ایجاد حس تعلق به مکان موثر است: نیازهای فیزیولوژیک، نیاز به امنیت، نیاز به وابستگی، نیاز به عزت و اعتماد به نفس، نیازهای شناختی و زیبایی شناخت	جان لنگ

۴. حس تعلق به مکان در معماری

یکی از معانی مهم در ارتقاء کیفیت محیط های انسانی، حس تعلق به مکان می باشد. این حس که عامل مهم در شکل گیری پایه های ارتباطی استفاده کنندگان و محیط می باشد، نهایتاً منجر به ایجاد محیط های با کیفیت نیز خواهد گردید. به منظور بررسی ابعاد مختلف حس تعلق محیطی، تحلیل رویکردهای شناختی حس تعلق در جدول ذیل بیان گردیده است. (فروزنده، ۱۳۸۹: ۲۹)

جدول ۳- ابعاد مختلف مفهوم تعلق محیطی

ابعاد	مفروضات	مفروضات معرفت شناختی	مفروضات هستی شناختی
کمی و کیفی	رابطه ی حس تعلق و جنبه های شناختی انسان	ماهیت حس تعلق از ابعاد انسانی	

۴.۱. حس تعلق از رویکرد معرفت شناسی

به طور کلی، متفکرین این رویکرد را می توان در دو دسته، تقسیم بندی کرد: گروه اول: پدیدار شناسان، گروه دوم: روان شناسان محیطی

۴.۱.۱. گروه اول: پدیدار شناسان

از نگاه این گروه، تجربه، اصلی ترین رکن ادراک مفاهیم و معنای یک مکان است و لذا معنا در یک مکان، ارتباط مستقیم با نحوه ادراک انسانی و مقولات مربوط به آن دارد. تحقیقات به عمل آمده نشان می دهد که هرچه مدت ارتباط افراد با یک مکان بیشتر می شود، به همان نسبت، شناخت و ادراک انسان ها از آن مکان افزایش یافته و امکان ایجاد معنای تعلق در محیط نیز افزایش می یابد. (Hidalgo et al, ۲۰۰۱) رلف با بیان ارتباط ادراک با تجربه از مکان، اعتقاد دارد که در حس مکان، انسان ها مفهومی فراتر از خصوصیات کالبدی و عناصر کالبدی در یک مکان را درک می کنند و به نوعی پیوستگی و ارتباط ممتد با روح مکان را احساس می نمایند. وی با بیان این امر، به ارتباط اساسی و جدایی ناپذیر مفهوم حس مکان با جنبه های انسانی اشاره داشته و اعلام می دارد، آنچه که یک فضا را به یک مکان اعتلا می بخشد، آغشته شدن آن با معانی و مفاهیم عمیق است که در طول زمان گسترش و عمق پیدا می کند. (فروزنده، ۱۳۸۹: ۳۰) شولتز، چهار ویژگی انسانی را در ارتباط با محیط بیان می کند: ۱- حالت روحی ۲- فهمیدن ۳- گفتگو ۴- هستی با دیگران (شولتز، ۱۳۸۲) در محیط کالبدی، معنی را عامل هویت بخشی و فضای هستی را، عامل تعلق افراد به محیط بیان می نماید. (شولتز، ۱۳۸۴) از نظر وی، معنی و حس که انسان از طریق آن به مکان، هویت می بخشد، در ارتباط با دیگران پدید می آید.

۴.۱.۲. گروه دوم: روان شناسان محیطی

از نگاه متفکرین این علم، محیط انسانی در هر مرحله، با توجه به میزان و شدت ادراک، شناخت و احساس، دارای معانی مختلف و متعددی می باشد. هارولد پروشانسکی، هویت فردی را منبعث از هویت مکانی و این هویت را نشأت گرفته از ادراک، شناخت و نهایتاً احساسات نسبت به مکان می داند. وی با تاکید بر هویت مکان به عنوان بستر و عامل ارتباطی مهم در ارتباط انسان، بر نقش عوامل کالبدی به عنوان بخشی از عناصر اجتماعی در محیط تاکید می کند. (پروشانسکی، ۱۹۸۳) آلتمن، حس تعلق در محیط را بیش از تجربه ی شناختی دانسته و اعتقاد دارد که این حس، عقاید فرهنگی مرتبط کننده ی افراد با محیط را شامل می شود و خصوصیات این محیط را در سه عامل مقیاس، اختصاصی بودن و قابل دسترس بودن، بیان می نماید. (آلتمن، ۱۳۸۲: ۹۲) راپاپورت با تاکید بر نقش مولفه های اجتماعی- فرهنگی در شکل گیری محیط کالبدی، با ارائه نظریه ارتباط غیر کلامی، محیط را مجموعه ای از عناصر کالبدی ثابت، نیمه ثابت و متحرک تقسیم می کند که فرد بر اساس کدها و انگاره های فرهنگی خود، معنا و مفهوم خاص خود را از محیط و عناصر آن استنباط می کند. (راپاپورت، ۱۳۸۴: ۱۱۳) از نگاه وی، مکان در این رویکرد، به یک مکان نمادین تبدیل می گردد که در آن هر یک از عناصر، به صورت سمبل وار و نماد گونه، بخشی از فرهنگ اجتماعی محیط خود را نشان می دهند. بنابراین، بر اساس نگرش وی، حس تعلق و ارتباط مکانی، به صورت نمادها و سمبل های فرهنگی- اجتماعی

در محیط بروز می‌نماید و فرد بر اساس کدها و انگاره‌های فرهنگی خود، این نمادها را کشف و ارتباط خود با محیط را ایجاد می‌نماید. کورین لینچ با تاکید بر حس تعلق به عنوان یک ضابطه طراحی، با ارائه مفهوم ذهنی مکان، شامل خوانایی و خاطره جمعی از منظر استفاده‌کنندگان، عناصر کالبدی راه، لبه، نشانه و گره را به عنوان عوامل تاثیرگذار در شکل‌گیری مفهوم خوانایی محیطی اعلام می‌کند. (لینچ، ۱۳۷۴: ۲۱۵) رابرت رایان در مورد حس تعلق، به دسته‌بندی انواع تعامل محیطی به صورت فعال، نیمه‌فعال و غیر فعال اشاره و ضرورت وجود تعامل محیطی فعال را به عنوان یکی از فاکتورهای مهم و تاثیرگذار در شکل‌گیری حس تعلق اعلام می‌نماید و استفاده از عناصر طبیعی در طراحی محیط را یکی از عوامل ایجاد نوعی از تعامل، معرفی می‌کند.

۴.۲. رویکرد هستی‌شناسی به حس تعلق

در بررسی ابعاد و ماهیت حس تعلق از رویکرد هستی‌شناسی، توجه به نیازهای انسانی، ضروری می‌باشد. امروزه مدل‌های مختلفی از نیازهای انسانی در قلمرو علوم مرتبط با معماری ارائه شده است که از میان این مدل‌ها، مدل هرم نیازهای انسانی ارائه شده از سوی مازلو، توسط تعدادی از طراحان محیطی، در توسعه مبانی نظری طراحی، مورد توجه و اهمیت قرار گرفته است. (مطلبی، ۱۳۸۵: ۱۵) بر اساس دسته‌بندی مازلو، نیازهای اساسی و اولیه انسان به ترتیب شامل: نیازهای جسمانی، نیازهای ایمنی و امنیت، نیاز به تعلق، نیاز به احترام و نیازهای برتر شامل: نیاز به خودشکوفایی و نیاز به شناخت و زیبایی می‌باشد. از نظر نیازهای انسانی ارائه شده، حس تعلق، برگرفته از نوعی نیاز اجتماعی بودن انسان می‌باشد که به دنبال یافتن جای پایهای محکم در جهت ارتباط با محیط و پیوند صمیمانه با آن می‌باشد.

۵. راهبردهای طراحی موثر بر ارتقاء حس تعلق

۵.۱. مالکیت

تعلق احساسی است که به مرور زمان شکل می‌گیرد. معمار می‌بایست فضاها را به گونه‌ای متناسب با الگوی رفتاری مخاطبان مکان طراحی کند. از طرفی هماهنگی سازی رفتار کاربران و تامین نیازهایشان می‌تواند آن‌ها را به استفاده دراز مدت تشویق نمود. از این رو کاربری‌ها می‌بایست با نیازهای مخاطبان همخوانی داشته باشد. (قاسمی اصفهانی، ۱۳۹۰: ۷)

۵.۲. یاد آوری خاطرات

خاطره به عنوان بخشی از زندگی گذشته که در زمان حال دخالت می‌کند، شناخته شده است. بنابراین اگر فضا به صورتی ساماندهی شود که به غیر از ویژگی خود فضا، ما را از آنچه می‌بینیم جدا کرده و به زمان دیگری متصل کند، آن فضا را دلپذیر خواهیم یافت. اگر این خاطرات بخشی از زندگی مردم شوند همیشه وجود خواهند داشت و حفظ این خاطرات حس تعلق خاطر به فضا را بیشتر می‌نماید. (پاکزاد، ۱۳۸۲: ۴۲) عوامل خاطره انگیز کالبدی یا فعالیتی نظیر یک بازارچه کوچک و یا تک درخت میدان محله، محل‌های گردهمایی و فعالیت جمعی متعلق به همه ساکنان و بستر خاطرات فراوان است و باید اینها را در برابر مسائلی چون تهدید سواره، تعریض و تغییر فضاهای شهری، ساخت و سازهای سودجویانه و ... دفاع کرد. (حبیبی، ۱۳۸۷: ۳۶)

۵.۳. ایمنی و امنیت

به عقیده جان لنگ برقراری امنیت به عنوان اصلی‌ترین نیاز انسانی می‌تواند علاوه بر تامین نیازهای اصلی (فیزیولوژیک) زمینه ساز تامین سایر نیازها مانند تعلق، احترام و شکوفایی نیز باشد. برای امن ساختن فضاهای شهری، این فضا باید چنان طراحی شود که طیف وسیعی از اجتماع را درگیر فعالیت‌های متنوعی هستند، به خود جلب کند. امنیت در محیط می‌تواند به شیوه‌های گوناگون تامین شود. به عنوان مثال خوانایی با تصویر روشن از محیط به شخص نوعی احساس امنیت می‌دهد. معنی این حرف این است که احساس شیرینی که فرد از خانه و شهر خود دارد نه تنها به سبب آشنا بودن با آن بلکه به این دلیل است که تصویری دقیق از آن در ذهن او موجود است. راه دیگر شریک شدن چند دانه خصوصی در یک فضای عمومی است. این فضای نیمه عمومی می‌تواند یک گشادگی یا یک بن بست باشد. در چنین فضایی گرچه ورود افراد غیر ساکن مجاز است ولی همواره می‌دانند که پا به یک حریم خصوصی

نهاده اند و رفتارشان تحت نظارت شدید است. یان گل نظارت بر فضاهای شهری از طریق افزایش حضور ساکنان در عرصه عمومی را از مهمترین شروط تامین امنیت می داند. تشویق افراد به طی پیاده مسیرها برای دسترسی به نیازهای روزمره یا وقت گذرانی حضور آنها را پررنگ تر می کند. لذا به کمک پیش بینی فضا، تجهیزات و مبلمان، استقرار مناسب محل ورودی دانه ها نسبت به یکدیگر در یک مجموعه و اجتناب از فضاهای شهری تک عملکردی موجب افزایش حضور افراد و تامین امنیت محله می شود. (لینچ، ۱۳۸۷: ۶۴)

۵.۴. رضایتمندی سکونتی و آسایش

در نظریه پاکزاد، احساس رضایت و تمایل به ماندگاری، شاخصی مهم شمار می رود تا ساکنین تعلق و وفاداری خود را از دست ندهند. بهره گیری مناسب از تابش آفتاب، استفاده بهینه از ورزش باد، مهار مشکلات ناشی از بارش، مقابله با مسائل ناشی از افت و خیز دما و تعدیل رطوبت هوا از شروط تامین آسایش هستند. راحتی انسان در مواجهه با عوارض طبیعی زمین، تنظیم شیب با توجه به توان انسان، استقرار توده ها و فضاها متناسب با شیب، تراس بندی شیب در مسیر پیاده و استفاده از رمپ ها و پلکان های راحت در فضاهای محله ضروری بنظر می رسد.

۵.۵. خوانایی محیط

به طور کلی، خوانایی به کیفیتی از یک شی اتلاق می گردد که امکان تصویری قوی را در هر مشاهده گر مفروض افزایش دهد. میزان تصور هر فرد از محیط، بستگی به میزان درک او از اطلاعات مربوط به سازمان فضایی، الگوهای رفتاری، کمیت و کیفیت آن دارد. (لنگ، ۱۳۹۰: ۷۷) صرف نظر از الگوهای رفتاری، ساختار قوی و ساماندهی عناصر، شکل، رنگ و امثالهم، از عوامل مهم و موثر در افزایش کیفیت خوانایی محیط مورد نظر است. نمادهای فضایی و عوامل معماری که مورد توافق عامه هستند و معانی آشکار و ضمنی محیط را به طور صریح انتقال می دهند، اغلب به عنوان تقویت احساس خوانایی، مورد استفاده قرار می گیرند. (غلامعلی زاده، ۱۳۸۵: ۹۶) جوهره اصلی خوانایی محیط بر تمایز، تفکیک و تفاوت مابین اجزا و در عین حال هماهنگی و ارتباط آن ها با هم قرار دارد. به گونه ای که امکان کسب اطلاعات مربوط به ساختار کلی و نیز امکان کسب هر چه بیشتر اطلاعات اجزا به طور همزمان مقدور باشد. (یورگ گروتز، ۱۹۸۷) بر این اساس، اطلاعاتی از محیط که به نظر آشنا، محدود، تعریف شده، منظم، متشکل، رویت پذیر، دارای معنی و مورد انتظار باشند، سبب افزایش خوانایی می شوند. (غلامعلی زاده، ۱۳۸۵: ۹۷)

۵.۶. راهکارهای عملی موثر بر ارتقاء حس تعلق محیط

با توجه به فاکتورهایی که در بخش قبل بیان گردید، برخی از مهمترین راهبردهای عام طراحی جهت دست یابی به ارتقاء حس تعلق به مکان در جدول ذیل بیان داشته شده اند. از هریک از راهبردهای طراحی نیز مجموعه ای از راهکارهای طراحی استخراج گردیده است. لازم به توضیح است که برای هر موضوع طراحی، راهبردها و راهکارهایی مختص به همان موضوع می تواند تدوین و ارائه گردد. لکن موارد بیان شده در جدول ذیل نمونه راهبردها و راهکارهایی است که می تواند برای اکثر موضوعات، مشترک باشد. (مدن دوست، ۱۳۹۳: ۴۷)

جدول ۴- راهبردها و راهکارهای طراحی مربوط به قابلیت ایجاد حس تعلق

راهکار طراحی	راهبرد طراحی
استفاده از انواع الگوهای چیدمان	ایجاد وسعت مناسب در فضاها
فضاها به گونه ای پویا طراحی گردد که حس کنجکاوی مخاطبان را ارضا کند	استفاده از شکل و فرم مناسب برای هر فضا
در انتخاب فرمها، به زمینه و بستر طراحی توجه شود	استفاده از فرمهای خالص در روند طراحی مجموعه
برخوردراری از نمادهای آشنا و مشترک میان مخاطبان فضا و امکان تعاملات اجتماعی	پیش بینی فعالیت های زنده و جذاب و طراحی فضا بر اساس آن ها
در خلق فضاها، فرمها حتی الامکان با بیانی تازه ارائه گردند	تقویت ارتباطات اجتماعی در فضاهای مختلف
استفاده از احجام با اشکال متفاوت و متناسب با کاربری	ایجاد اختلاف در ارتفاع بنا
بهره گیری از رنگ های مختلف و متناسب جهت ایجاد تمایز	ایجاد اختلاف سطح در فضا
در نظر گرفتن ترکیبی از انواع عرصه ها	خلق جذابیت بصری از طریق استفاده از سرمایه های طبیعی

۷. نتیجه گیری

همانطور که در بررسی ها دیده شد، ارتباط عمیقی بین حس مکان و تبدیل شدن آن به حس تعلق وجود دارد. بطور کلی می توان گفت حوزه خصوصیات کالبدی، فعالیت، معنای شکل گرفته از حیات هر روزه اذهان مخاطبان، زمینه های شکل گیری هویت و خاطره و ایجاد سرزندگی در فضای معماری است. البته به نظر می رسد که حوزه های فعالیت و معنا از نظر کاربران واجد اهمیت بیشتری از عناصر کالبدی است و این امر نشان دهنده اهمیت برنامه ریزی در جهت ارتقای فعالیت های اجتماعی است. بنابراین، می توان به موارد بیان شده در جدول ذیل به عنوان مهمترین عوامل شکل دهنده حس تعلق مکان در افراد در تعامل با محیط کالبدی معماری اشاره نمود:

جدول ۵- عوامل موثر بر ایجاد حس تعلق به مکان در افراد در تعامل با محیط کالبدی (ماخذ: نگارنده)

تعامل معنایی	تعامل عملکردی			تعامل عاطفی	تعامل شناختی	
	ایمنی و امنیت	سازگاری فرم	کیفیت قرارگاه های رفتاری		آشنایی	خوانایی
معنای استفاده و معنای نمادین امکان برگزاری مراسم ها و گردهمایی ها در فضاهای جمعی - استفاده از المان های مناسب	- کنترل دسترسی وسایل نقلیه به فضا - کاربری در شب در مجاورت فضاهای میانی ساختمان ها - روشنایی مناسب فضاها - امکان نظارت افراد بر عرصه های میانی	استفاده از فرم های متنوع و جاذب و در نظر گرفتن محصوریت مناسب آن ها	-تنوع و انعطاف پذیری فضا -همسازی فعالیت ها -استفاده از مبلمان متناسب با عملکرد فضا - استفاده از پوشش گیاهی	-توجه به زیبایی شناسی -انعطاف پذیری فضاهای جمعی -ایجاد پیچیدگی و رمزآلودگی در فضا به منظور ایجاد شور و هیجان محیطی	-افزایش غنای حسی -جهت یابی -لبه سازی مناسب -شفافیت -راهها و ارتباطات فضایی مناسب	-امکان دسترسی آسان به منظور استفاده مکرر از فضا -تطابق با الگوهای گذراندن اوقات فراغت

شناخت و ادراک فرد از یک مکان از شروط اولیه برای ایجاد حس تعلق به مکان می باشد، بدین منظور محیط های با خوانایی و تمایز کالبدی برای استفاده کنندگان جزء محیط های مطلوب بوده و ادراک و شناخت بهتری از سوی افراد در آن صورت می گیرد. عوامل کالبدی همچون مشخص نمودن حرایم، حدود مالکیت و همسایگی ها از مهمترین عوامل ادراک مناسب انسانی از محیط می باشد. لذا من حیث المجموع نتیجه حاصله از این گفتار این است که حس تعلق، واجد دو بعد کالبدی و اجتماعی است که البته نتایج حاصل از بررسی ادبیات پژوهش نشان دهنده برتری تعلق اجتماعی بر تعلق کالبدی در محیط می باشد. حس تعلق به مکان منطبق بر مدل شکل گیری معنا در محیط (برآیند تعامل فرد، دیگران و محیط)، از یک سو وابسته به مشخصات و ویژگی های فردی شامل: انگیزش ها، شایستگی ها و شناخت افراد نسبت به مکان بوده و از سوی دیگر، ریشه در تعاملات اجتماعی و ارتباط فرد و دیگران در محیط دارد. در رابطه با موضوع تحقیق حاضر می توان بیان داشت که هر قدر که فضای کالبدی معماری بتواند در تامین سطوح مختلف نیازهای مخاطبان توانا تر باشد، به همان نسبت، مخاطبان نیز ارتباط خود با مکان طراحی شده را موثر دانسته و نهایتاً معنای استنباطی مثبتی به همراه خواهد داشت. در این راستا، هر چقدر سطوح تامین این نیازها، بر اساس هرم نیازهای مازلو در قسمت های فوقانی هرم اتفاق بیفتد، به همان نسبت، معنای محیطی عمیق تری شکل خواهد گرفت. بدین ترتیب مهم ترین راهکارهای افزایش حس تعلق به مکان به قرار زیر بیان داشته می شود: ۱- پیش بینی فعالیت های زنده و جاذب و طراحی فضا بر اساس آن ها ۲- تقویت ارتباطات اجتماعی در فضاهای مختلف ۳- در نظر گرفتن خواست گروه های مختلف از نظر خلوت یا تحرک فضایی ۴- در نظر گرفتن ترکیبی از انواع عرصه ها ۵- توجه به مسیرهای ارتباط دهنده مثل راهروها، به عنوان فضاهای عمومی که حیات مجموعه در آن ها جریان دارد ۶- خلق جذابیت بصری از طریق استفاده از سرمایه های طبیعی محیط مانند پوشش گیاهی.

۸. مراجع

- افشار نادری، کامران (۱۳۷۸). از کاربری تا مکان. مجله معمار، ص ۶.
- آلتمن، ایروین (۱۳۸۲). محیط و رفتار اجتماعی: خلوت، فضای شخصی، قلمرو و ازدحام، ترجمه‌ی علی نمازیان، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران
- آنوین (۱۳۸۶). معماری تحلیلی. (م.ا. نژاد، مترجم) اصفهان: خاک.
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۸). سیر اندیشه‌ها در شهرسازی ۳، تهران: انتشارات شهیدی.
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۲). معیارهای کیفی سنجش فضا. فصلنامه آبادی.
- جوان فروزنده، علی، قاسم، مطلبی (۱۳۹۰). مفهوم حس تعلق به مکان و عوامل تشکیل دهنده‌ی آن، نشریه‌ی هویت شهر، دوره‌ی پنجم، شماره‌ی هشت.
- حبیبی، سید محسن (۱۳۸۷). فضای شهری، حیات واقعه‌ای، و خاطره جمعی. مجله صف ه و پائیز و زمستان.
- دانشپور، سید الهادی، سپهری مقدم، منصور و چرخچیان، مریم، (۱۳۸۸). تبیین مدل دل‌بستگی به مکان و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۳۸.
- دانشپور، سید الهادی و چرخچیان، مریم (۱۳۸۶). فضاهای عمومی و عوامل موثر بر حیات اجتماعی. نشریه باغ نظر، شماره ۷.
- راپاپورت، آموس (۱۳۸۴). معنی محیط ساخته شده رویکردی در ارتباط غیر کلامی، (فرح حبیب)، تهران، انتشارات پردازش و برنامه ریزی شهری.
- رضازاده، راضیه (۱۳۸۵). رویکردی روان شناسانه و جامعه شناسانه به هویت مکانی در شهرهای جدید، در مجموعه مقالات همایش بین المللی شهرهای جدید، به کوشش رضا کربلایی نوری و فرانسه ریاحی دهکردی، تهران، انتشارات شرکت عمران شهرهای جدید.
- ضرابیان، فرناز و محمدرضا منعم (۱۳۸۹). بررسی میزان و عوامل تأثیرگذار بر حس مکان. شهرداریها، سال نهم، شماره ۸۹.
- عباس زادگان، مصطفی (۱۳۸۵). آفرینش حس شهروندی با توجه به نیازهای روانشناختی اجتماعی در شهرهای جدید، در مجموعه مقالات همایش بین المللی شهرهای جدید، به کوشش رضا کربلایی نوری و فرانسه ریاحی دهکردی، تهران، انتشارات شرکت عمران شهرهای جدید.
- غلامعلی زاده، حمزه (۱۳۸۵). محیط فیزیکی آموزش و فرایند خود شکوفایی دانشجویان معماری، پایان نامه دکتری، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده هنر و معماری.
- قاسمی اصفهانی، مروارید (۱۳۸۵). بررسی حس مکان در شهرهای جدید (نمونه موردی شهر جدید اندیشه)، در مجموعه مقالات همایش بین المللی شهرهای جدید، به کوشش رضا کربلایی نوری و فرانسه ریاحی دهکردی، تهران، انتشارات شرکت عمران شهرهای جدید.
- قاسمی اصفهانی، مروارید (۱۳۹۰). اهل کجا هستیم؟ هویت بخشی به بافت های مسکونی. تهران، روزنه.
- گروتز، یورگ (۱۳۸۶). زیباشناختی در معماری، ترجمه جهان‌شاه پاکزاد و عبدالرضا همایون، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- لنگ، جان، (۱۳۹۰). آفرینش نظریه معماری نقش علوم رفتاری در طراحی محیط، ترجمه: علیرضا عینی فر، تهران، مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.
- لینچ، کوین (۱۳۸۷). سیمای شهر، (منوچهر مزین)، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- مدن دوست، نوید (۱۳۹۳). طراحی دانشکده معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات گیلان؛ با هدف افزایش انطباق‌پذیری محیط فیزیکی آموزش رشته معماری با الگوهای یادگیری در این رشته، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه گیلان، دانشکده هنر و معماری.

- ممفورد، لوییز (۱۳۸۱). مدنیت و جامعیت مدنی در بستر تاریخ، (احمد عظیمی بلوریان)، تهران، موسسه خدمات فرهنگی رسا.

-نوربرگ-شولتز (۱۳۸۸). روح مکان: به سوی پدیدار شناسی معماری. (م. ر. شیرازی، مترجم) تهران: رخداده نو.

-Kamalipour, H & Jeddi Yeganeh, A& Alalhesabi, M. (۲۰۱۲). Predictors of Place Attachment in Urban Residential Environments: A Residential Complex Case Study. *Social and Behavioral Sciences*, ۳۵ (۲۰۱۲), pp ۴۵۹ – ۴۶۷.

-Scannell, L & Gifford, R. (۲۰۱۰). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology* ۳۰ (۲۰۱۰), pp ۱-۱۰

-Relph, E., *Place and placelessness*, London. ۱۹۷۶: ۱۱۷

-Proshansky, H.M., "The City and self-identity", *Environment and Behaviour*, ۱۰(۱۴۷-۱۶۹), (۱۹۷۸).

-Proshansky, H.M., Fabian, A.K, and Kaminoff, R., "Place-identity: physical world socialization of the self", *Journal of Environmental Psychology*, ۳(۵۷-۸۳), (۱۹۸۳).

-Taylor, R.B., Gottfredson, S.D. & Brower, B., "Attachment to place: Discriminant validity, and impacts of disorder and diversity", *American Journal of Community Psychology*, ۱۳(۵۲۵-۵۴۲), (۱۹۸۵).

-Hidalgo, M. C. & Hernandez, B., "Place attachment: Conceptual and empirical questions", *Journal of environmental Psychology*, ۲۱(۲۷۳-۲۸۱), (۲۰۰۲).

-Marcus, C.C., *Environmental memories*, New York, Plenum Press, ۱۹۹۲: ۱۲.

-Mitchell, D., "Introduction: Public space and the city", *Urban Geography*, (۱۲۷-۱۳۱), ۱۹۹۶.

-Hajer, Marten & Reijndorp., Arnold, *In Search of New Public Domain*. Rotterdam NAI Publishers. ۲۰۰۱: ۳.

-Hidalgo, C. (۲۰۰۱). & .Place Attachment: Conceptual and Empirical Questions. *Journal of Environmental Psychology*, vol. ۲۸۱- ۲۷۳, ۲۱