

بررسی و تحلیل چگونگی تطابق عوامل کالبدی با ابعاد ادراکی - شناختی حس مکان از منظر فرهنگی - اجتماعی، مورد مطالعاتی: فضاهای عمومی شهر کرمانشاه*

پریا خندان^۱ - حسین رضایی^{۲*}

۱. کارشناسی ارشد معماری، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه، کرمانشاه، ایران.
۲. استادیار گروه معماری، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه، کرمانشاه، ایران (نویسنده مسئول).

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۰/۲۳ تاریخ اصلاحات: ۹۸/۰۴/۲۲ تاریخ پذیرش نهایی: ۹۸/۰۷/۰۱ تاریخ انتشار: ۹۹/۱۲/۳۰

چکیده

در شرایط جامعه امروز به‌ویژه ضعف کیفی فضاهای عمومی، توجه به رابطه انسان- محیط در قالب دانش روانشناسی محیطی و تحقق مراتب بالای حس مکان به‌واسطه فرآیند طراحی معماری از اهمیت بسیاری برخوردار می‌باشد. از آنجایی که چگونگی ادراک محیطی و ایجاد حس مکان در هر فرهنگ، متفاوت از دیگری است طراحی در هر محیط مستلزم شناخت فرهنگ حاکم خواهد بود. بنابراین سؤال اصلی تحقیق حاضر این است که عوامل فرهنگی- اجتماعی چه تأثیری در فرآیند ادراک و شناخت مؤلفه‌های کالبدی حس مکان در فضاهای عمومی داشته و چگونه می‌توان تأثیر آن‌ها را در قالب یک مدل تبیینی، بررسی نمود؟ لذا هدف پژوهش، بررسی چگونگی تحقق حس مکان در فضاهای عمومی با توجه به متغیر تعدیل‌کننده فرهنگ و تطابق عوامل کالبدی این فضاها با ابعاد ادراکی- شناختی ذهن و ارائه نتیجه به صورت یک مدل بوده که در قالب یک مطالعه موردی، اعتبارسنجی می‌شود. این تحقیق از حیث هدف، از نوع توسعه‌ای- کاربردی می‌باشد که در مرحله اول با روش توصیفی- تحلیلی پیش رفته و با کنکاش در نظریه‌های محققان پیشین به یک مدل تبیینی می‌انجامد. در مرحله بعد با راهبردی پیمایشی و سنجش نظر افراد در باب نمونه‌های موردی به صورت آماری تکمیل می‌شود. نتایج پژوهش، چگونگی شکل‌گیری فرآیند حس مکان و تحقق مراتب بالای آن از لحظه حضور فرد در مکان را با تأکید بر تأثیر جریان‌های فرهنگی- اجتماعی به شکل یک نمودار منعکس می‌کند که در آن، تأثیر خاص بر نحوه ادراک کالبد متناسب با ویژگی‌های شخصیتی مختلف مخاطبان باعث ایجاد سطوح مختلفی از حس مکان در فضاهای عمومی می‌شود. بنابراین با در نظر گرفتن تأثیر مؤلفه فرهنگ، می‌توان به درجات متفاوت رجحان عوامل کالبدی نزد کاربران محیطی هر منطقه خاص دست یافت و با لحاظ تمهیدات حاصل از تحلیل آن‌ها در فضاهای عمومی که اهمیت آن‌ها در اجتماعات انسانی غیرقابل انکار است می‌توان در راستای محقق نمودن مراتب بالایی از حس مکان، افزایش کیفیت زندگی و جبران بحران هویت جوامع امروزی اقدام نمود.

واژگان کلیدی: حس مکان، ادراک محیطی، ابعاد ادراکی- شناختی، عوامل کالبدی، عوامل فرهنگی- اجتماعی.

* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد معماری نویسنده اول با عنوان «بررسی و تحلیل میزان تطبیق‌پذیری ابعاد کالبدی حس مکان در فضاهای عمومی با ابعاد ادراکی- شناختی آن از منظر فرهنگی- اجتماعی» تحت راهنمایی نویسنده دوم می‌باشد که در دانشکده فنی و مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه به انجام رسیده است.

۱. مقدمه

مسئله بحران هویت، پایین بودن سطح کیفی زندگی مردم، عدم احساس تعلق و دلبستگی آن‌ها به مکان‌ها از جمله مشکلاتی است که امروزه در نتیجه پیشرفت جوامع انسانی، تغییر شیوه زندگی مردم و عدم توجه معماران و شهرسازان به رفتار محیطی انسان‌ها و کیفیت فضاهای طراحی شده به وجود آمده است. در موقعیت کنونی، نقش طراحی به‌عنوان ابزاری برای شکل دادن به محیط زندگی، پاسخگویی به خواسته‌ها و نیازهای انسانی، افزایش سطح کیفی فضاها از طریق توجه به مباحث روانشناسی محیطی به منظور سعی در بهبود شرایط از اهمیت بالایی برخوردار است. این شاخه از علم روانشناسی بیان می‌کند که تجارب و رفتار انسان‌ها را نمی‌توان بدون در نظر گرفتن شرایط محیطی و به صورت مجزا بررسی کرد (Rezaei, Kera- & Nasir Salami, 2018). به عبارتی رابطه میان انسان و محیط یک رابطه دو طرفه است که از طریق ادراک صورت می‌پذیرد و روانشناسی محیطی به بررسی آن می‌پردازد (Nasir Salami & Sohanigar, 2013). از این دیدگاه، انسان‌ها به تجربه حسی، عاطفی و معنوی خاص نسبت به محیط زندگی نیاز دارند. این نیازها از طریق تعامل صمیمی و نوعی همذات‌پنداری با مکانی که در آن حضور دارند قابل تحقق است. این تعامل که حس مکان نامیده می‌شود عاملی مهم در هماهنگی فرد و محیط بوده و باعث بهره‌برداری بهتر از محیط، رضایت استفاده‌کنندگان و در نهایت احساس تعلق، تداوم حضور و افزایش سطح کیفی زندگی می‌شود (Falihat, 2006). طبق پژوهش‌های راپوپورت^۱ محیط علاوه بر عناصر کالبدی، شامل پیام‌ها، معانی و رمزهایی است که مردم بر اساس نقش‌ها، توقعات، انگیزه‌ها و دیگر عوامل، آن را رمزگشایی و درک می‌کنند و در مورد آن به قضاوت می‌پردازند. حسی که پس از ادراک و قضاوت نسبت به محیط در فرد به وجود می‌آید حس مکان نامیده می‌شود (Rapoport, 1990) که بنا به نظر استیل^۲ عوامل شکل‌دهنده به آن را می‌توان به دو دسته عوامل کالبدی و عوامل ادراکی- شناختی تقسیم کرد (Steele, 1981). از طرفی انسان‌ها موجوداتی فعال، اجتماعی و در ارتباط مداوم با محیط پیرامون خود هستند و به در اجتماع بودن نیاز دارند (Pakzad & Bo-zorg, 2016). تأمین نیاز انسان به دوست داشتن و در کنار جمع بودن نیز مستلزم وجود یک قرارگاه کالبدی جمعی است و فضاهای عمومی بیش‌ترین ظرفیت را در این رابطه دارا می‌باشند (Daneshpour & Charkhchyan, 2007). این در حالی است که معمولاً در فضاهای شهری کمترین توجه به فضاهای عمومی (در مقیاس معماری) شده است. از سوی دیگر، بررسی پژوهش‌های انجام گرفته در حوزه حس مکان، نشان می‌دهد که اختلاف نظر قابل توجهی بین پژوهشگران در تعریف این مفهوم وجود ندارد. اما یکی از مشکلات موجود، ارائه نظرهای کلی و معرفی مؤلفه‌هایی

است که همگی از ویژگی‌های معماری خوب بوده و شاید کم‌تر به حس مکان به صورت مستقیم پرداخته شده است. بنابراین در این پژوهش سعی خواهد شد به‌طور دقیق‌تری به بیان مؤلفه‌های مؤثر بر تحقق حس مکان در فضاهای عمومی پرداخته شود. همچنین این تحقیق، مؤلفه فرهنگ را به‌عنوان یک عامل تأثیرگذار در درک انسان‌ها از نشانه‌های کالبدی می‌بیند و این امر علی‌رغم تأکید بر اهمیت آن در تحقیق‌های اخیر کم‌تر مورد توجه قرار گرفته است. درک انسان‌ها از عوامل کالبدی با توجه به عامل فرهنگ می‌تواند متفاوت باشد و این مسئله موجب رفتارهای فضایی مختلف و احساس متفاوت افراد نسبت به مکان‌ها می‌شود که در نهایت چگونگی کیفیت محیط را رقم می‌زند. به عبارت دیگر این پژوهش به دنبال بررسی نحوه ادراک و شناخت مؤلفه‌های کالبدی حس مکان در مکان‌های عمومی با توجه به متغیر مهم فرهنگ بوده و در راستای نیل به این هدف پس از ارائه یک مدل نظری سعی شده تا نمود آن در دو نمونه موردی از طریق توزیع پرسشنامه و تحلیل نتایج حاصل از آن، بررسی و اعتبارسنجی شود.

۲. پیشینه تحقیق

با توجه به اهمیت موضوع حس مکان در ارتقاء کیفیت فضاهای شهری به‌ویژه مکان‌های عمومی و تأثیر آن بر هویت فردی و جمعی، این پژوهش به بررسی این مفهوم و تحلیل عوامل تشکیل‌دهنده آن می‌پردازد و سعی دارد با ارائه‌ای الگوواره‌ای به تبیین چگونگی تحقق مراتب بالای حس مکان در فضاهای عمومی دست یابد. ویژگی اصلی فضاهای عمومی این است که زندگی جمعی، فرهنگ شهری و مباحث روزمره را بیان کرده و در ضمن بر آن‌ها تأثیر مثبت بگذارد (Worpole, 1992). عرصه‌های عمومی مهم‌ترین بخش از ساختار شهرها می‌باشند و مکان‌هایی هستند که بیش‌ترین میزان تماس و تعامل انسان‌ها در آن‌ها روی داده و مردم دائماً به آن‌ها دسترسی فیزیکی و معنایی دارند (Tibbalds, 1992). مطالعات انجام گرفته در این رابطه، تصدیق می‌کند که فضاهای عمومی، انعکاسی از ارزش‌های فرهنگی بوده و تعریفی جهت تجمع و گردهمایی گروه‌های نژادی و قشرهای مختلف اجتماعی در عرصه شهری هستند (Hayden, 1995). بدیهی است که قضاوت در مورد چگونگی کیفیت فضاهای عمومی به ادراک شخصی افراد باز می‌گردد و ادراک نیز متأثر از جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی می‌باشد. در این رابطه، محققان بسیاری به مطالعه و بررسی پرداخته‌اند که اینجا به بررسی اجمالی نتایج برخی از آن‌ها پرداخته می‌شود. البته اکثر تحقیقات پیشین به‌طور عمده نگرشی کلی به موضوع داشته و آن را به فضاهای خاصی معطوف نکرده‌اند. به‌عنوان مثال، استفانوویک^۳ (۱۹۹۸) در کتاب «برخوردهای پدیدارشناختی با مکان» بیان می‌کند که

و فرهنگی جامعه بروز می‌یابد. این امر تا آنجا پیش می‌رود که طبق نظر شهیدی و همکاران (۲۰۱۵)، فرهنگ، قومیت و اقلیم جغرافیایی حتی می‌تواند بر روی ویژگی‌های شخصیتی افراد و رفتار آن‌ها تأثیرگذار باشد.

۳. مبانی و چارچوب نظری تحقیق

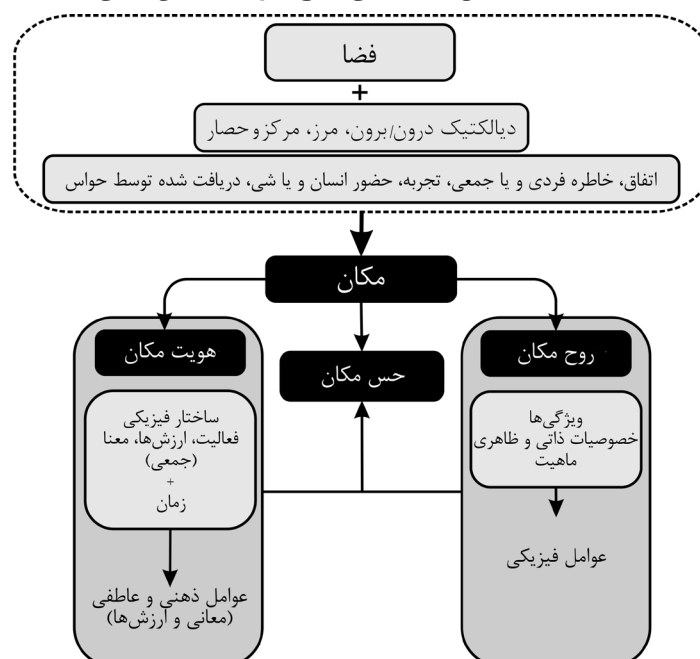
در این بخش، مبانی نظری پژوهش در چند قسمت مطرح شده و بر این اساس، چارچوب نظری تحقیق در قالب یک مدل ارائه می‌شود.

۳-۱- تفاوت فضا، مکان و سایر مفاهیم وابسته

هایدگر معتقد است که فضا، هستی خود را از مکان می‌گیرد و این مکان است که به فضا موجودیت می‌بخشد (Hei-degger, 1971). از جمله عوامل مهم تعیین‌کننده ساختار فضایی مکان‌ها نیز می‌توان به دیالکتیک درون/برون، مرز، مرکز و حصار اشاره کرد (Partovi, 2004). از طرفی یک مکان، بخشی از فضا است که در اثر برهم‌کنش افراد با محیط به وجود می‌آید و توسط حس، درک و بیان می‌شود (Falahat, 2006). لذا طی یک فرآیند فرهنگی، فردی و گروهی معنادار شده است (Altman & Low, 1992). روح یک مکان در برگیرنده ویژگی‌های معمارانه و زندگی‌بخش آن می‌باشد (Rezaei, 2019) که ماهیت آن را تعیین کرده (Kashi & Bonyadi, 2013) و به عبارتی پدیده‌ای ذاتی و در عین حال ظاهری است (Relph, 2007). هویت یک مکان نیز در تمایز آن با مکان‌های دیگر تعریف می‌شود و پایه‌ای برای شناخته شدن مکان مورد نظر به‌عنوان موجودیتی منحصر به فرد می‌باشد (Lynch, 1960). روابط بین فضا، مکان، روح، هویت و حس مکان در شکل ۱ نمایش داده شده و بر این اساس، شناخت رابطه بین انسان و مکان تحت عنوان حس مکان، مستلزم شناخت فرآیند ادراک است که در بخش بعد به آن پرداخته می‌شود.

حس مکان، تنها یک راه ساده برای توضیح نحوه ادراک یا دریافت مکان توسط فرد نیست. بلکه مفهومی ارزشی و چندبعدی است و به شناسایی نمادین و عاطفی فرد نسبت به مکان مربوط می‌شود. فلاحت (۲۰۰۶) نیز در مقاله «مفهوم حس مکان و عوامل شکل‌دهنده آن»، معتقد است که حس مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه آن‌ها از محیط خود است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می‌دهد. به طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی، پیوند خورده و یکپارچه می‌شود. استیل (۱۹۸۱) عوامل شکل‌دهنده حس مکان را در دو گروه عوامل کالبدی و عوامل ادراکی- شناختی طبقه‌بندی کرده و مهم‌ترین عوامل کالبدی مؤثر در این حوزه را اندازه مکان، درجه محصوریت، تضاد، تناسب، مقیاس انسانی، فاصله، بافت، رنگ، بو، صدا و تنوع بصری می‌داند. اگر چه بهتر است که این دسته‌بندی به صورت دیگری ارائه گردد که در پژوهش حاضر به آن پرداخته شده است. با این توضیح که عوامل قابل مداخله در فرآیند طراحی معماری برای دستیابی به حس مطلوب مکان، صرفاً کالبدی بوده و البته دارای ابعاد مختلف ادراکی و شناختی می‌باشند که چگونگی تمایز و تطابق آن‌ها قابل تأمل و حائز اهمیت است. در تصدیق این ادعا و از آنجایی که ابعاد ادراکی- شناختی، فرآیندهای ذهنی و فردی هستند گلکار (۲۰۰۰) در مقاله‌ای تحت عنوان «مؤلفه‌های سازنده کیفیت طراحی شهری» منشأ ادراک انسان در رابطه با محیط را در سه دسته عملیاتی، واکنشی- عاطفی و استنباطی تعیین می‌کند و معتقد است که هر یک از آن‌ها به وجوه خاصی از محیط کالبدی مختص می‌شود. خدایپناهی و ایروانی (۲۰۰۰) نیز در مقاله‌ای تحت عنوان «روانشناسی احساس و ادراک» اساس ادراک را معناپذیری دانسته و معتقدند این عامل تحت تأثیر ارزش‌ها و نگرش‌های متأثر از شرایط اجتماعی

شکل ۱: روابط بین فضا، مکان، روح، هویت و حس مکان



۳-۲- فرآیند ادراک در رابطه انسان - محیط

انسان‌ها موجودات پیچیده‌ای هستند که قابلیت درک، تفسیر و عکس‌العمل هوشمندانه نسبت به مسائل پیرامون خود را دارند. لذا برای این که یک عینیت ویژه را به ذهنیت تبدیل نموده و آن را ملاک ارزیابی و رفتار خود قرار دهند لازم است از یک مرحله میانی به نام ادراک گذر کنند. ادراک، فرآیند سازمان‌دهی و تفسیر اطلاعات حسی برای معنادار کردن آن‌ها (Pakzad & Bozorg, 2016) و معنا کلیه ذهنیت‌های یک محرک برای ناظر است (Rapoport, 1990). از طرفی هر پدیده، معناهایی را در دو سطح اولیه و ثانویه از خود نشان می‌دهد که در سطح اولیه خصوصیات اصلی پدیده‌ها و در سطح ثانویه معنای نمادین آن‌ها گنجانده می‌شود (Bourdieu, 1977). همچنین باید توجه داشت که عوامل مؤثر در شکل‌گیری ادراکات متفاوت در افراد در دو دسته عوامل فردی و محیطی طبقه‌بندی شده و لازم به ذکر است که در این پژوهش، صرفاً اثر عوامل فرهنگی - اجتماعی (به مثابه عامل محیطی) بر فرآیند ادراک (با توجه به اهمیت آن) در نظر گرفته شده است.

۳-۲-۱- عوامل فرهنگی - اجتماعی مؤثر بر ادراک در فضاهای عمومی

اساس ادراک، معناپذیری بوده و در واقع به کمک معناپذیری است که فرد قادر به شناسایی پدیده‌ها می‌شود و بخش مهمی از ویژگی معناپذیری، ارزش‌ها و نگرش‌های متأثر از شرایط اجتماعی و فرهنگی می‌باشد (Khodapa- & Iravani, 2000). لذا نگرش‌ها، پیش‌داوری‌ها، افکار و ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی از عوامل تعیین‌کننده ادراک هستند و موجب تفاوت‌هایی در آن می‌شوند. از طرفی فرهنگ می‌تواند با ایجاد صفات شخصیتی خاص، افراد را مستعد برخی ویژگی‌های روانی ویژه کند (Leigh- & Hughes, 2005). البته این دیدگاه که شخصیت دارای ریشه‌های ژنتیکی می‌باشد، انکارناپذیر است. ولی عوامل محیطی که یکی از مهم‌ترین آن‌ها فرهنگ می‌باشد نیز در شکل‌گیری شخصیت افراد مؤثر واقع می‌شود (Za- rani, Behzadpoor, & Babaei, 2017). طبق نظر شهیدی و همکاران (۲۰۱۵) فرهنگ، قومیت و اقلیم جغرافیایی می‌تواند بر روی ویژگی‌های شخصیتی افراد تأثیرگذار باشد. با این مضمون که فرهنگ و شخصیت، مستقل از یکدیگر نیستند و بین اقوام مختلف در تمام ابعاد شخصیتی، تفاوت معناداری وجود دارد که این تفاوت، حاکی از اثر فرهنگی قومیت بر شخصیت است (Shahidi, Nejati, & Kamari, 2015). بیش‌تر پژوهش‌های فعلی درباره شخصیت، بر مدل شش بعدی آن تمرکز کرده‌اند که ویژگی‌های شخصیتی افراد را بدین طریق طبقه‌بندی می‌کند: برون‌گرایی - درون‌گرایی، سازگاری، وظیفه‌شناسی، روان‌رنجوری، گشودگی و استقبال از تجربه و هیجان‌طلبی (Ahmadi, Babashahi, & Khodashenas, 2012). این ویژگی‌ها

می‌تواند در طراحی‌های معماری برگرفته از فرهنگ هر منطقه نقش مهمی ایفا کند. در واقع باید در طراحی، ادراکات متفاوت فرهنگی و همچنین ویژگی‌های متفاوت شخصیتی افراد جامعه هدف شناسایی شده و بر اساس آن‌ها عمل شود. به عبارت دیگر از آنجایی که طرح‌واره‌های ذهنی اکتسابی که منجر به ادراک می‌شوند تا حد زیادی متأثر از ویژگی‌های شخصیتی مبتنی بر فرهنگ و اجتماع است طراحی در هر محیط، نیازمند شناخت فرهنگ حاکم بر آن می‌باشد. از آنجایی که انسان به دوست داشتن و در کنار جمع بودن نیاز دارد وجود یک قرارگاه کالبدی و فضای عمومی که بیش‌ترین ظرفیت را در این رابطه دارد یک الزام به شمار می‌رود (Daneshpour & Charkh- chyan, 2007). در اعتراض به کاهش نقش این فضاها در فرآیندهای برنامه‌ریزی و طراحی شهری معاصر می‌توان بیان کرد که کیفیت فضاهای عمومی در شهرها به‌ویژه در مقیاس معماری به طرز محسوسی کاهش یافته و این در حالی است که بسیاری از وجوه کیفیت زندگی اجتماعی مردم در یک جامعه را این فضاها تعیین کرده و متقابلاً گویای ارزشی می‌باشند که مردم برای جامعه خود قائل هستند (Calthrope, 1993).

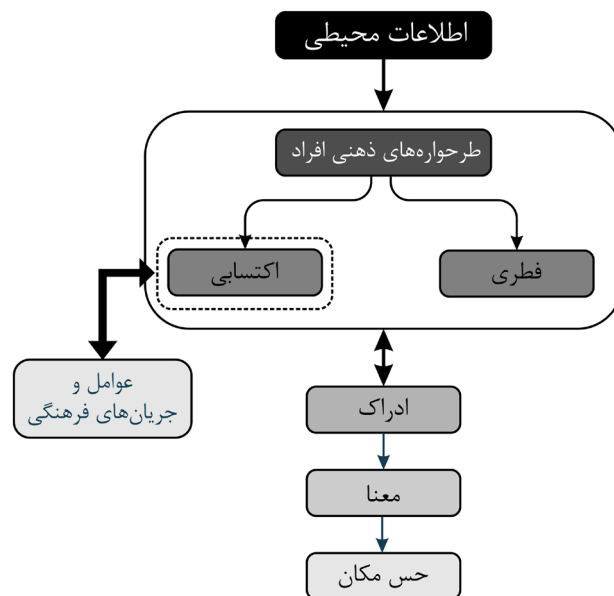
۳-۲-۲- شکل‌گیری حس مکان، سطوح و عوامل شکل‌دهنده آن

طبق آنچه مطرح شد انسان در فرآیند ادراک محیط، اطلاعات را مورد ارزیابی قرار می‌دهد و نسبت به آن‌ها احساساتی پیدا می‌کند. این احساسات که مثبت و یا منفی هستند حس مکان نامیده می‌شود. سپس این احساس (ذهنیت)، معیار تصمیم‌گیری فرد قرار گرفته و رفتار شخصی فرد به‌عنوان پاسخ و یا عکس‌العملی نسبت به محیط، بروز می‌کند. پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد که محیط علاوه بر عناصر کالبدی شامل پیام‌ها، معانی و رمزهایی است که مردم بر اساس نقش‌ها، توقعات، انگیزه‌ها و دیگر عوامل، آن را رمزگشایی و درک می‌کنند (Rapo- port, 1990) و در مورد آن به قضاوت می‌پردازند. این حس مخلوطی از احساسات خودآگاه و ناخودآگاه و دریافت‌ها (ادراک) بوده و مفهومی غنی است که چگونگی دریافت، تجربه و بیان افراد را شامل می‌شود. به یک مکان معنا می‌دهد و روی نگرش‌ها و رفتار کاربران آن تأثیر می‌گذارد (Shamai, 1991). لازم به ذکر است که حس مکان، یک نوع سینتیک (وضعیتی که یک حس می‌تواند حس دیگری را تحریک کند) است و بینایی، شنوایی، بویایی، حرکت، لامسه، حافظه، تصور و پیش‌بینی را با هم ترکیب می‌کند (Relph, 2007). این حس موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه، احساس راحتی در محیط، حمایت از مفاهیم فرهنگی مورد نظر مردم و روابط اجتماعی و فرهنگی آن‌ها، یادآوری تجارب گذشته و دستیابی به هویت برای افراد می‌شود. در تفصیل این احساس، شامای برای آن سه مرحله اصلی تعلق، دلبستگی

مختلفی قابل دسته‌بندی است. این ابعاد به فرآیندهای ذهنی افراد مربوط شده که شکل‌گیری آن‌ها تحت فرآیندهای بیولوژیکی و محیطی از جمله روان‌شناختی، اجتماعی و فرهنگی بوده و برای طراح قابلیت کنترل چندانی ندارد (Falahat, 2006). اما می‌توان با شناخت صحیح کارکرد آن‌ها و بهره‌گیری در فرآیند طراحی معماری، شرایط اثربخشی بهینه کالبد در مراحل ادراک اثر توسط کاربر را فراهم نمود. چرا که اطلاعات محیطی از طریق فرآیندهای ادراکی و به وسیله طرح‌واره‌های ذهنی برانگیخته شده و توسط نیازها و انگیزش‌های انسانی هدایت می‌شود. این طرح‌واره‌ها تا حدودی فطری و تا حدودی اکتسابی هستند و بین مقولات ادراک و شناخت پیوندی مستحکم برقرار می‌نمایند. طرح‌واره‌ها نه تنها فرآیندهای ادراکی، بلکه واکنش‌های احساسی و چگونگی رفتار فضایی را هدایت کرده و در مقابل، این فرآیندها و واکنش‌ها نیز طرح‌واره‌های ذهنی را به‌عنوان حاصل رفتار درک شده تحت تأثیر قرار می‌دهند (Rezaei et al., 2018). بر این مبنا و همان‌طور که در شکل ۲ مشخص است می‌توان بیان کرد که در گستره طرح‌واره‌های اکتسابی افراد است که عامل فرهنگ، ظهور می‌یابد.

و تعهد به مکان را با هفت سطح شامل بی‌تفاوتی نسبت به مکان، آگاهی از قرارگیری در آن، تعلق، دلبستگی، یکی شدن با اهداف، تعهد و فداکاری برای مکان در نظر می‌گیرد (Shamai, 1991). عوامل منعکس‌کننده حس مکان نیز به‌طور عمده در قالب اجزای کالبدی نمود یافته که در ابعاد ادراکی-شناختی با منشأهای مختلف مادی و معنوی قابل بررسی است. در واقع احساسات فرد در ارتباط با مکان، بیانگر بعد عاطفی، فهم و باور وی از کالبد یا به عبارتی بعد شناختی مکان بوده و تمایلات رفتاری وی در یک مکان، معرف بعد رفتاری آن مکان در پاسخ به شناخت حاصل می‌باشد (Jorgensen & Stedman, 2001). خصوصیات نظیر: هویت، تاریخ، تخیل و توهم، راز و رمز، لذت، شگفتی، امنیت، سرزندگی، شور و خاطره موجب برقراری رابطه متمرکز با مکان می‌شود (Steele, 1981). همچنین شخصیت و اصالت کالبدی، ساکنین، وسایل رفاهی و عوامل طبیعی (آب، گیاهان، آسمان و خورشید) در خلق حس مکان مؤثرند (Salvesen, 2002). باید توجه داشت که در مکانیسم تحقق حس مکان، شناسایی و پردازش عوامل کالبدی تأثیرگذار بر موارد مذکور جایگاه ویژه‌ای دارد و در ابعاد ادراکی-شناختی

شکل ۲: نقش فرهنگ در شکل‌گیری طرح‌واره‌های ذهنی و فرآیند ادراک



سازمان‌دهنده ادراک، شناخت و رفتار هدفمند وی بوده و رفتار نیز برای ارضای نیاز و خواهش وارد عمل می‌شود (Rezaei, Keramati, Dehbashi Sharif, & Nasir Sa-lami, 2020) این خواهش‌ها و نیازهای انسانی به دو دسته عملکردی (فیزیکی و روانی) و فراعلمکردی (معنوی) تقسیم می‌شود (Rezaei, Keramati, & Dehbashi Sharif, 2018). در این دسته‌بندی، خواهش‌های عملکردی شامل موارد فیزیکی و روانی است و خواهش‌های فراعلمکردی مبتنی بر جهان‌بینی‌ها و نظام باورهای انسانی می‌باشد.

بنابراین ادراک، یک فرآیند بیولوژیک نیست و از طریق روابط فرهنگی-اجتماعی هم آموخته می‌شود. تفاوت‌های ادراک محیطی می‌تواند در نتیجه عواملی مانند: سن، جنس، قومیت، ویژگی‌های شخصیتی، شیوه زندگی، مدت زمان زندگی در یک محل و اثرات اجتماعی و فرهنگی محیط به وجود آید که فرد در آن حضور مداوم داشته است. در همین رابطه باید بحث انگیزش و رابطه آن با نیاز را مورد توجه قرار داد. انسان دارای انگیزش مادی، روانی و روحانی مختلفی است و این انگیزش، هدایت‌کننده و

۳-۳- چارچوب نظری و تشریح متغیرها

بر اساس آن چه گذشت می‌توان گفت که مکان حاصل فضا به اضافه عوامل کالبدی ویژه و سایر اجزای رقم زننده یا یادآور اتفاقات، تجربیات، خاطرات فردی و جمعی است که توسط انواع حس‌ها دریافت و درک می‌شود. به عبارتی فرد با قرارگیری در یک مکان ارتباطی خودآگاه یا ناخودآگاه را با مکان آغاز کرده و شروع به دریافت اطلاعات از محیط می‌کند و همان‌طور که پیش‌تر بیان شد حس مکان، حواس بینایی، شنوایی، بویایی، حرکت، لامسه، حافظه و تصور را با هم ترکیب می‌نماید. بر این اساس می‌توان عوامل کالبدی را در دسته‌های مربوط به حواس چندگانه جای داد که مهم‌ترین آن‌ها با بیش‌ترین میزان امکان مداخله طراحان در شکل ۳ خلاصه شده است. اما باید به این نکته توجه کرد که این عوامل صرفاً متعلق به یک دسته نیستند و این طبقه‌بندی بر طبق بیش‌ترین میزان تأثیرگذاری، صورت گرفته و بعضی از عوامل می‌توانند در چند دسته جای گیرند.

همان‌طور که فرانکل^۴، روان‌پزشک و عصب‌شناس اتریشی و پدیدآورنده حوزه معنادرمانی بیان می‌دارد نیازهای انسان شامل نیاز به تنش (بویایی اندیشه)، معنا، تعالی خویشتن، ابدیت و جاودانگی، دین و گروه‌دوستی عاطفی است (Hassani Bafarani, 2011). در امتداد نظرات مازلو^۵ که سلسله‌مراتب نیازهای انسانی را در سطوح زیستی، امنیتی، اجتماعی، احترام و خود شکوفایی می‌بیند و البته ابعاد بالاتری در حوزه نیازهای روحانی قابل تصور است. در توضیح این مسئله باید عنوان کرد که انواع نیازهای مذکور در منشأهای گوناگون بر مکانیسم‌های شناختی افراد مؤثر بوده و در واقع ابعاد ادراکی-شناختی حس مکان را ترسیم می‌کنند. لذا باید اشاره‌ای به دسته‌بندی ارائه شده توسط گلکار (۲۰۰۰) داشت که منشأ ادراک انسان در رابطه با محیط را در سه دسته عملیاتی، واکنشی-عاطفی و استنباطی تعیین کرده و هر یک از آن‌ها را به وجوه خاصی از محیط کالبدی در ارتباط با نیازهای متفاوت انسانی مختص می‌داند.

شکل ۳: عوامل کالبدی مؤثر بر حس مکان، مبتنی بر حواس چندگانه



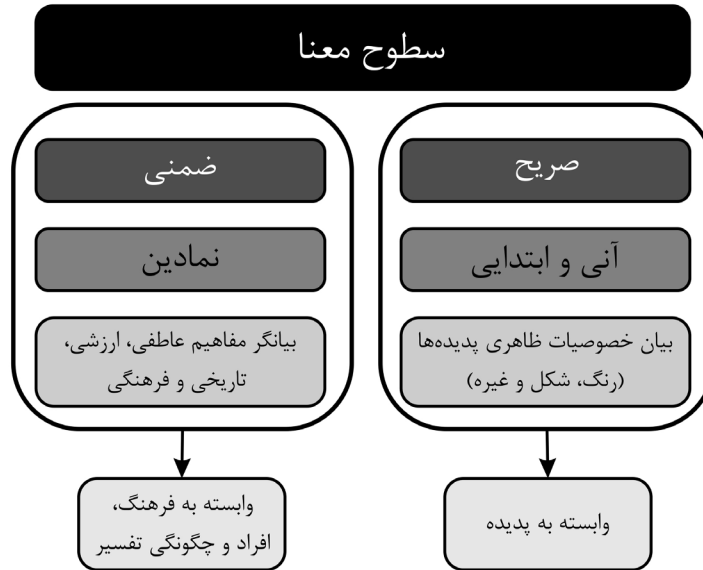
حس‌های متفاوت و رفتارهای فضایی مختلفی توسط افراد در مکان‌ها بود. بنابراین فرد هنگام قرارگیری در یک مکان، اطلاعات را دریافت نموده و پس از درک و شناخت عوامل کالبدی در یک یا چند دسته عملیاتی، واکنشی-عاطفی و استنباطی، به تحلیل و ارزیابی آن‌ها پرداخته و معنابخشی می‌کند. به گونه‌ای که حاصل آن در یکی از دو سطح معنای صریح یا ضمنی قرار می‌گیرد. معانی صریح شامل معانی آنی، ابتدایی و خصوصیات ظاهری پدیده‌ها است و معانی ضمنی شامل معانی نمادین و بیانگر مفاهیم عاطفی، ارزشی، تاریخی و فرهنگی آن‌ها می‌باشد. بنابراین می‌توان معنا را در سطوح اولیه بیش‌تر وابسته به پدیده دانست و

از سوی دیگر باید اشاره کرد که این مکانیسم با توجه به مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی، نگرش‌ها و جهان‌بینی‌ها، خاطره‌ها، تجارب، عادات و در نتیجه ویژگی‌های شخصیتی در افراد مختلف، متفاوت است. به‌ویژه از منظر تأثیرگذاری فرهنگ بر فرآیند تحقق حس مکان باید اذعان داشت که در زمان حضور یافتن در مکان، اطلاعات دریافتی کاربر از محیط، تحت تأثیر طرح‌واره‌های ذهنی، خواهش‌ها و نیازهای وی قرار گرفته که همگی از عوامل فرهنگی-اجتماعی متأثر بوده و فرآیند ادراک با تأثیرپذیری از این عوامل پیش می‌رود. به همین علت است که نحوه ادراک در افراد مختلف متفاوت بوده و در نتیجه می‌توان شاهد

کالبدی آن «طبقه‌بندی کرد (Kalali & Modiri, 2012). به عبارتی معانی موجود در مکان، صریح، متأثر از بعد فیزیکی و شامل موارد آنی بوده و معانی موجود در ذهن انسان، ضمنی، متأثر از ابعاد شخصی و اجتماعی و در برگیرنده موارد کارکردی، ارزشی، نشانه‌ای و نمادین است. البته معانی اخیر نیز وابسته به عوامل کالبدی ایجاد کننده معانی اولیه بوده و بدون وجود آن‌ها موجودیت نمی‌یابند.

آن را کم‌تر تحت تأثیر فرهنگ و ارزش‌ها قلمداد نمود. در حالی که در سطوح بالاتر، ارتباط بیش‌تری با افراد برقرار نموده و وابستگی بیش‌تری به چگونگی تفسیر آن‌ها دارد. در شکل ۴ این فرآیند تشریح شده است. از دیدگاهی دیگر، معنا را می‌توان در دو گونه مبتنی بر «وجود در ذهن انسان و متأثر از ارزش‌ها و عوامل فرهنگی- اجتماعی» و «وجود در مکان و مرتبط با ویژگی‌های محیطی و

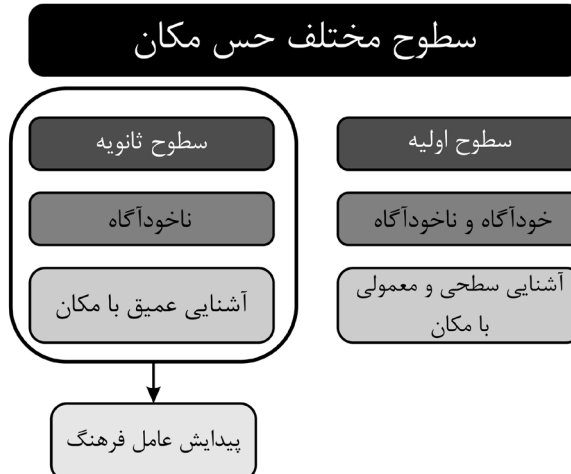
شکل ۴: سطوح معنا در ارتباط با ابعاد مختلف ادراک عوامل کالبدی



بنابراین ادراک معانی مکان در سطوح مختلف می‌تواند موجبات تداوم حضور در مکان را فراهم کرده و پیوند مستحکمی میان انسان و محیط به وجود آورد که در نهایت باعث ایجاد حس مکان و تحقق سطوح بالای آن مانند دل‌بستگی، تعهد و فداکاری می‌شود. لذا سطوح مختلف حس مکان را می‌توان به دو سطح کلی اولیه و ثانویه تقسیم کرد. در سطح اولیه، آشنایی سطحی و معمولی با مکان به صورت خودآگاه ایجاد شده و فرد در مکان به فعالیت می‌پردازد. اما به کیفیت‌ها و یا معنای آن، توجه چندانی ندارد (بی‌تفاوتی نسبت به مکان یا در نهایت آگاهی از قرارگیری در آن). در مراتب میانی که به صورت خودآگاه و تا حدی ناخودآگاه شکل می‌گیرد فرد به نمادها و نشانه‌های مکان، حساس می‌شود و به دنبال

آشنایی بیش‌تر با مکان است (تعلق و دل‌بستگی به مکان و همچنین یکی شدن با اهداف آن). در سطح ثانویه، آشنایی عمیقی با مکان رخ می‌دهد که بیش‌تر جنبه جمعی و فرهنگی دارد و تشخیص نمادها در آن به صورت عمده ناخودآگاه و بدون اندیشه صورت می‌پذیرد. در این سطح، شخص در مکان حضور دارد و آن را به صورت ناخودآگاه تجربه کرده و با مکان یکی می‌شود (تعهد به مکان و فداکاری برای آن). بنابراین در سطح ثانویه بیش‌تر می‌توان تأثیر عامل فرهنگ را احساس کرد. شکل ۵ سطوح کلی حس مکان را نشان می‌دهد و لازم به ذکر است که این حس در سطوح ثانویه به‌طور عمده مثبت و در سطوح اولیه می‌تواند مثبت یا منفی باشد.

شکل ۵: سطوح کلی حس مکان در ارتباط با ابعاد ادراکی

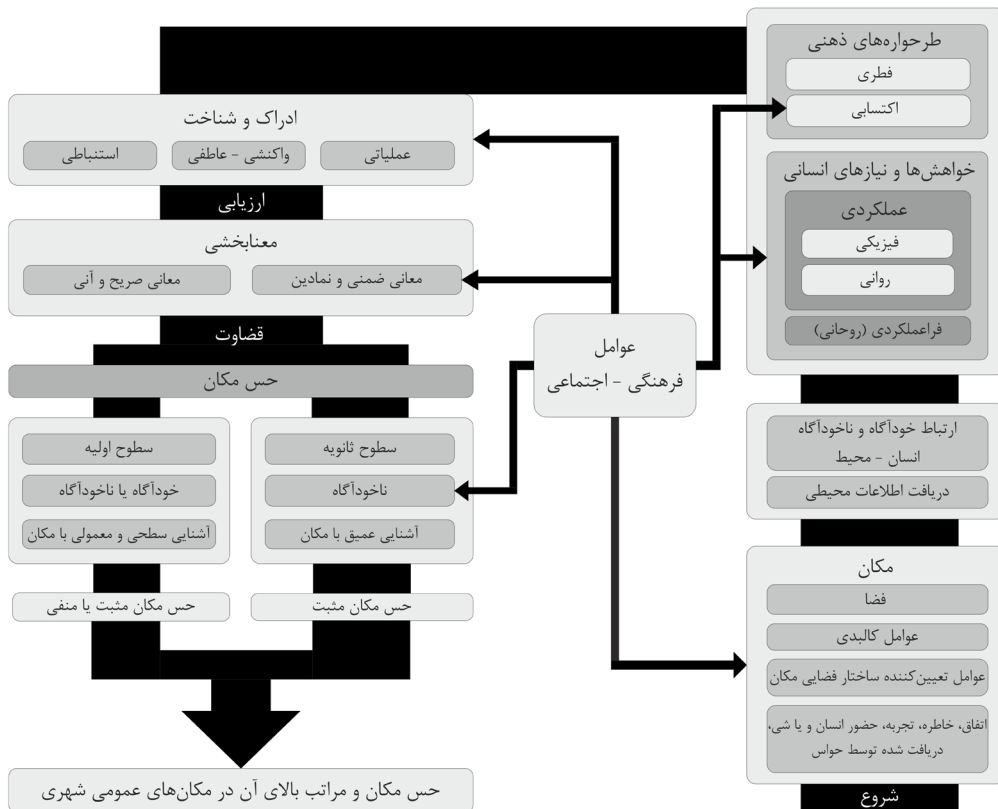


شناختی مذکور را به‌عنوان متغیر مستقل، ادراک محیطی کاربران را به‌عنوان متغیر مداخله‌گر، شاخص‌های فرهنگی- اجتماعی هر منطقه (دارای ارتباط دوسویه با ویژگی‌های شخصیتی غالب مردم جامعه مربوطه) را به‌عنوان متغیر تعدیل‌کننده و سطوح محقق شده حس مکان را به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفت. لذا بر این مبنا می‌توان به ارائه استراتژی‌های طراحی برای مکان‌های عمومی در راستای ایجاد مراتب بالای حس مکان پرداخت. در شکل ۶ فرآیند قرارگیری فرد در مکان و چگونگی تحقق حس مکان برای وی (نحوه تعامل متغیرهای عنوان شده با یکدیگر) نشان داده شده است. همچنین کلیت چگونگی تطبیق عوامل کالبدی مکان با ابعاد ادراکی- شناختی آن بر مبنای ویژگی‌های شخصیتی افراد در شکل ۷ مشهود است که طبق آن می‌توان برای هر کدام از عوامل کالبدی ارائه شده با توجه به نوع بعد ادراکی- شناختی آن و همچنین تیپ غالب شخصیتی خاص کاربران بومی (مختص به هر منطقه جغرافیایی مشخص) به ارائه راهبردهای طراحی معماری در هر مکان و از جمله مکان‌های عمومی پرداخت. به‌عنوان مثال چون رنگ از مهم‌ترین عوامل در تحریک عواطف فردی است رنگ‌پردازی خاص در محیط با ویژگی‌هایی از قبیل: روان‌رنجوری، هیجان‌طلبی و لذت‌گرایی در افراد مرتبط می‌باشد و استفاده از رنگ‌های خاص که در فولکلور جامعه هدف بیش‌تر مورد استفاده قرار می‌گیرند مناسب‌تر است.

بنابراین صرفاً توجه به مؤلفه کالبد و فعالیت در بناها (آن گونه که رایج است) برای ایجاد حس مکان در شرایط کنونی محیط‌های شهری که با فقدان این حس مواجه هستند کافی نیست. بلکه توجه به مؤلفه معنا با تکیه بر ویژگی‌های شخصیتی متأثر از عوامل فرهنگی- اجتماعی و به عبارتی تأثیر ذهنیت تاریخی کاربر بر مشارکت عاطفی و همذات‌پنداری با مکان (زمینه‌سازی برای وقوع فعالیت‌ها) است که موجب شکل‌گیری سطوح ثانویه حس مکان در انسان می‌شود. لذا در یک فرآیند طراحی معماری صحیح برای ایجاد حس مطلوب مکان، علاوه بر عوامل کالبدی منجر به برداشت معانی اولیه و ظاهری، توجه کافی به عوامل کالبدی مبتنی بر تأثیرات فرهنگی- اجتماعی از مجرای بازشناسی فرآیندهای ادراک و شناخت مبتنی بر ویژگی‌های شخصیتی (روانشناختی) حائز اهمیت است. چرا که برنامه‌ریزی ویژگی‌های کالبدی و معمارانه هر اثر در انطباق با عوامل فرهنگی منطقه می‌تواند باعث درک بهتر آن توسط کاربران بومی شده و به تحقق سطوح بالای حس مکان منجر شود.

در جمع‌بندی سیستماتیک این بخش با توجه به این‌که چگونگی تطابق عوامل کالبدی منتج به حس مکان در ابعاد ادراکی- شناختی ذهن و تفسیر معنای محیطی به ویژه در ارتباط با مکان‌های عمومی مد نظر است باید اشاره کرد که در فرآیند مورد بررسی می‌توان ویژگی‌های کالبدی معماری محیط و میزان تطبیق‌پذیری آن‌ها با ابعاد ادراکی-

شکل ۶: نمودار تبیین‌کننده مدل نظری پژوهش



شکل ۷: دسته‌بندی عوامل کالبدی در ابعاد ادراکی - شناختی با توجه به ویژگی‌های شخصیتی

| منشاهای ادراکی - شناختی | | | | | |
|--|---|--|--|-------------------|--|
| عملیاتی | | واکنشی - عاطفی | | استنباطی | |
| عملکرد | فراعملکرد | عملکرد | فراعملکرد | عملکرد | فراعملکرد |
| محرورهای دید مناسب (مستقیم و غیرمستقیم) شفافیت و نفوذپذیری بصری همجواری فضایی رویت‌پذیری نظارت‌پذیری | — | وسعت و گشودگی فضایی درجه پایین محصوریت فضایی هم‌پیوندی درون و بیرون | انسجام و پیوستگی فرمی | تعامل محوری فضایی | — |
| نفوذپذیری و تسلسل حرکتی شفافیت و نفوذپذیری بصری انعطاف‌پذیری عملکردی و طراحی مشارکتی رویت‌پذیری | مصلح و عناصر طبیعی (نور، تهویه، آب، گل و گیاه) | هم‌پیوندی درون و بیرون تنوع و اختلاط عملکردی چالش‌انگیزی و تنش‌زایی عملکردی پیچیدگی و ابهام عملکردی | یافت و رنگ تنوع و ترکیب فرمی تضاد و ساختار شکنی فرمی اعتشاش و بی‌نظمی فرمی | رمزگونی عملکردی | پیچیدگی و ابهام معنایی فرمی نشانه‌گی و نمادگرایی فرمی |
| نفوذپذیری و تسلسل حرکتی شفافیت و نفوذپذیری بصری رویت‌پذیری | — | درجه پایین محصوریت فضایی هم‌پیوندی درون و بیرون پیچیدگی و ابهام عملکردی چالش‌انگیزی و تنش‌زایی عملکردی | تنوع و ترکیب فرمی اعتشاش و بی‌نظمی فرمی شکستگی و تیز گوشه‌گی فرمی تضاد و ساختار شکنی فرمی | رمزگونی عملکردی | پیچیدگی و ابهام معنایی فرمی |
| محرورهای دید مناسب (مستقیم و غیرمستقیم) تناسبات عملکردی خوانایی و وضوح عملکردی میلمان انعطاف‌پذیری عملکردی و طراحی مشارکتی | مصلح و عناصر طبیعی (نور، تهویه، آب، گل و گیاه) | تنوع و اختلاط عملکردی پیوستگی و انسجام عملکردی تناسبات بصری هم‌پیوندی درون و بیرون | تنوع و ترکیب فرمی انسجام و پیوستگی فرمی انتحنا و سیالیت فرمی یافت و رنگ نوپردازی و سایه‌روشن | رمزگونی عملکردی | خوانایی، مانایی و وضوح فرمی نشانه‌گی و نمادگرایی فرمی |
| ایمنی تناسبات عملکردی خوانایی و وضوح عملکردی نفوذپذیری و تسلسل حرکتی انتظام عملکردی میلمان | مصلح و عناصر طبیعی (نور، تهویه، آب، گل و گیاه) | پیوستگی و انسجام عملکردی تناسبات بصری هم‌پیوندی درون و بیرون ایستایی و تعادل عرضه‌بندی و سلسله‌مراتب | انتظام فرمی انسجام و پیوستگی فرمی انتحنا و سیالیت فرمی | خلوت و قلمرو | خوانایی، مانایی و وضوح فرمی |
| — | — | — | — | — | — |

ویژگی‌های شخصیتی

از نوع کاربردی به حساب آمده که با هدف تطبیق عوامل کالبدی منجر به حس مکان با ابعاد ادراکی - شناختی آن به‌ویژه از منظر فرهنگی - اجتماعی به منظور بهره‌گیری هدفمند در طراحی بناهای جدید صورت می‌پذیرد. نوع گردآوری اطلاعات در مرحله اول به صورت کیفی بوده و با هدف کنکاش در ماهیت و عوامل مربوط به مقوله حس مکان، برای رهیافت به تحقق مراتب بالای آن در فضاهای عمومی انجام گرفته است. اما از آنجایی که پرسش اساسی این تحقیق چگونگی تأثیرگذاری عوامل کالبدی محیط در فرآیند ادراکی - شناختی کاربران فضاهای مذکور با توجه به ویژگی‌های شخصیتی متأثر از فرهنگ منطقه می‌باشد در مرحله بعد با استفاده از راهبرد پیمایشی - کمی و سنجش نظر افراد در باب مورد مطالعاتی به انجام رسیده و در نهایت داده‌های حاصل با استفاده از تکنیک‌های آماری، مورد تحلیل قرار گرفته و اعتبارسنجی شده است. مطالعه موردی پژوهش با تمرکز بر فضاهای عمومی شهر کرمانشاه (محل سکونت محققین) در مقیاس معماری به دو مرکز تجاری شاخص این شهر معطوف می‌شود که مخاطبان بسیاری داشته و زمینه نظرسنجی موثر در آن‌ها فراهم است. لذا جامعه آماری تحقیق، مردم شهر کرمانشاه

در تفسیر شکل ۷ باید مطرح کرد که در راستای تشخیص تمایلات ویژگی‌های شخصیتی مختلف به ویژگی‌های خاص فضایی بر مبنای استدلال منطقی، هر سه دسته از ویژگی‌های فضایی با منشاهای عملیاتی، واکنشی - عاطفی و استنباطی به ویژگی روان‌شناختی لذت‌گرایی پاسخ می‌دهند. ویژگی‌هایی با بعد عملیاتی بیش‌تر به ارضای ویژگی روان‌رنجوری منجر شده و ویژگی‌های دسته واکنشی - عاطفی مورد ترجیح افراد هیجان‌طلب قرار می‌گیرند. همچنین تأکید بر عوامل کالبدی با بعد ادراکی - شناختی استنباطی در معماری بنا بیش‌تر پاسخگوی افراد با ویژگی شخصیتی غالب گشودگی و استقبال از تجربه خواهد بود. فقدان تخصیص آیت‌هایی از ویژگی‌های فضایی به ویژگی روان‌شناختی سازگاری هم حاکی از خنثی بودن آن و کنار آمدن افراد دارای این ویژگی با عوامل کالبدی و ویژگی‌های فضایی از دسته‌های مختلف است.

۴. روش‌شناسی پژوهش

نوع تحقیق برحسب هدف در ابتدا به صورت توسعه‌ای بوده و با هدف بررسی و بسط نظریه‌های پیشین در زمینه حس مکان و ارائه یک تعریف جامع انجام شده است. در عین حال

متغیرهای مستقل توسط پاسخ‌دهندگان در بستر فرهنگی منطقه سنجد شده و بدین ترتیب به هر کدام از آن‌ها یک ضریب اهمیت تخصیص یافت. سپس در بخش دوم، نمود هر یک از متغیرهای مذکور در مورد مطالعاتی تحقیق بررسی شد. لازم به ذکر است که داده‌های به دست آمده از پرسشنامه‌ها توسط نرم‌افزار SPSS مورد پردازش قرار گرفت و بعد از کسب اطمینان از نرمال بودن آن‌ها جهت تجزیه و تحلیل از آزمون تی یک نمونه‌ای استفاده شد. در پایان نیز امتیاز هر عامل در ضریب اهمیت آن ضرب شده و نتیجه نهایی به‌دست آمد که در ادامه به تشریح آن پرداخته می‌شود.

۵. مطالعه موردی (مراکز تجاری ارگ و لیلیوم واقع در شهر کرمانشاه)

مطالعه موردی پژوهش حاضر شامل مراکز تجاری ارگ و لیلیوم بوده که از میان فضاهای عمومی شهر کرمانشاه انتخاب شده‌اند. دلیل انتخاب این دو نمونه را می‌توان موقعیت مکانی آن‌ها (مرکز شهر)، ویژگی‌های شاخص معماری و میزان مراجعه زیاد مردم به آن‌ها دانست. مشخصات کلی این دو نمونه در شکل ۸ ارائه شده است.

به‌عنوان استفاده‌کنندگان از مراکز تجاری مذکور بوده و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران در سطح معناداری ۹۰ درصد، مقدار ۹۶ به‌دست آمد. بنابراین پرسشنامه (ترکیبی از سؤالات تشریحی و تصویری) در اختیار افراد قرار داده شد و برای پاسخ‌ها نیز طیف لیکرت به کار رفت. قسمت اول پرسشنامه شامل پرسش‌های تشریحی بود که چگونگی نمود مؤلفه‌های کالبدی را در تمامی فضاهای شهری عنوان می‌کرد و از پاسخ‌دهندگان خواسته شد که بر مبنای ترجیحات خود به هر یک از این آیت‌ها امتیاز دهند. هدف از طراحی این قسمت رتبه‌بندی عوامل کالبدی بر اساس میزان ترجیحات مردم تحت تأثیر مؤلفه فرهنگ منطقه و طبقه‌بندی ویژگی‌های غالب شخصیتی افراد پاسخگو بوده است. در قسمت دوم پرسشنامه، ترکیبی از سؤالات تشریحی و تصویری مطرح شد که در آن‌ها نمود هر یک از مؤلفه‌ها در بناهای مورد مطالعه، نشان داده شده بود و از پاسخ‌دهندگان خواسته شد که بر مبنای ترجیحات خود به هر یک، امتیاز دهند. هدف از طراحی سؤالات این بخش، سنجش کیفیت و میزان نمود عوامل مورد نظر در دو بناهای مورد بررسی، طبق نظر مردم بود. در واقع در بخش اول ابتدا میزان اهمیت تمامی

شکل ۸: ویژگی‌های بارز نمونه‌های مورد مطالعه

| تصویر | سال تاسیس | موقعیت | طبقات و کاربری‌ها | ویژگی بارز |
|---|-----------|------------------------|--|-------------------------|
|  | ۱۳۹۷ | خیابان جعفری | زیرزمین=شهرسازی طبقه همکف، اول و دوم=پوشاک طبقه سوم=رستوران و کافی‌شاپ طبقه آخر=رستوران در فضای باز | فرم کلی و تنوع عملکردی |
|  | ۱۳۸۶ | شمال شرقی میدان کاشانی | طبقه زیرزمین تا چهارم=تجاری طبقه پنجم=رستوران طبقه ششم تا دوازدهم=اداری | موقعیت قرارگیری ساختمان |

جامعه مورد بررسی در تعیین نوع پسند آن‌ها در ارتباط با ویژگی‌های معمارانه می‌باشد. لذا با مراجعه به این ضرایب اهمیت می‌توان به میزان لازم پردازش به هر یک از عوامل کالبدی پیش گفته و دسته‌های مبتنی بر منشأهای ادراکی-شناختی آن‌ها در فرآیند طراحی معماری به منظور ارضای بیشینه نیازهای کاربران بستر مورد مطالعه، واقف شد. در ادامه، نتایج قسمت دوم پرسشنامه پردازش شد و میانگین امتیاز چگونگی نمود هر یک از عوامل در دو نمونه موردی به‌دست آمد. پس از اعمال آزمون تی یک نمونه‌ای با مقادیر 4 & 3 Test Value = به صورت مجزا (درجات اهمیت متوسط و زیاد) در بازه اطمینان ۹۰

۶. تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از استخراج نتایج قسمت اول پرسشنامه، میانگین امتیازات متغیرهای اصلی، تحت آزمون تی یک نمونه‌ای قرار گرفت. در این آزمون مقدار $Test\ Value = 4$ و بازه اطمینان برابر با ۹۰ درصد و همچنین مقدار $P-Value = 0.1$ در نظر بوده و اکثر موارد با مقدار $Sig < 0.1$ در بازه معنادار قرار گرفتند. بنابراین هرکدام از این عوامل که در شکل ۷ به آن‌ها اشاره شد دارای اهمیت قابل توجهی در ذهن مردم منطقه می‌باشند که بیانگر میزان ارجحیت هر یک تحت تأثیر عوامل فرهنگی-اجتماعی و طرحواره‌های ذهنی آن‌ها است و به نوعی حاکی از تیپ غالب شخصیتی

نسبت به مجتمع تجاری ارگ از مجموع امتیازات بالاتری برخوردار بوده و در کسب رضایت مردم منطقه موفق تر عمل کرده است. با توجه به میانگین امتیازات در هر یک از منشاهای ادراکی - شناختی برای این مجتمع، مشخص است که در تأمین عوامل کالبدی با منشأ عملیاتی، خوب عمل کرده و در عوامل با منشأهای واکنشی - عاطفی و استنباطی، متوسط می باشد. در مقابل مجتمع تجاری ارگ در عوامل کالبدی با همه منشأهای ادراکی به صورت ضعیفی ظاهر شده است.

درصد و مقدار $P\text{-Value}=0.1$ این نتیجه حاصل آمد که تفاوت همه میانگین امتیازات در درجات مذکور معنادار بوده و فرض H_0 مبنی بر برابر بودن میانگین نمرات عوامل در دو نمونه رد شده و فرض H_1 مبنی بر برابر نبودن مقادیر میانگینها مورد تأیید قرار گرفت. بدین شرح که عوامل کالبدی موجود در بناهای مورد بررسی نزد مردم منطقه دارای درجات متفاوتی از اهمیت هستند. در شکل ۹ میانگین امتیازات متغیرها بر مبنای منشاهای ادراکی - شناختی آنها و محاسبات مربوطه ارائه شده است. همان طور که مشخص است مجتمع تجاری لیلیوم

شکل ۹: تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش

| | | منشاهای ادراکی - شناختی | | | | | | | | | |
|--------------------|--|-------------------------|------------|----------------|--------|------------|--------|-----|--|-----------|--|
| | | استنباطی | | واکنشی - عاطفی | | عملیاتی | | | | | |
| | | فراعملکرد | عملکرد | فراعملکرد | عملکرد | فراعملکرد | عملکرد | | | | |
| مجتمع تجاری لیلیوم | امتیاز هر گروه مبتنی بر نوع | ۳.۰۶ | ۱.۹۸ | ۲.۹۱ | ۲.۵۸ | ۴.۱۷ | ۳.۰۲ | | | | |
| | میزان رضایت مبتنی بر گروه نوعی | متوسط | ضعیف | متوسط | متوسط | خوب | متوسط | | | | |
| | امتیاز کل هر گروه مبتنی بر منشأ ادراکی | ۲.۵۲ | | ۲.۷۵ | | ۳.۵۹ | | | | | |
| | میزان رضایت مبتنی بر گروه ادراکی | متوسط | | متوسط | | خوب | | | | | |
| | امتیاز کل | ۲.۹۵ | | | | | | | | | |
| | میزان رضایت کل | رتبه اول | | | متوسط | | | | | | |
| مجتمع تجاری ارگ | امتیاز هر گروه مبتنی بر نوع | ۱.۷۹ | ۰.۹۳ | ۱.۵۰ | ۱.۱۱ | ۱.۰۰ | ۲.۰۴ | | | | |
| | میزان رضایت مبتنی بر گروه نوعی | ضعیف | بسیار ضعیف | ضعیف | ضعیف | بسیار ضعیف | ضعیف | | | | |
| | امتیاز کل هر گروه مبتنی بر منشأ ادراکی | ۱.۳۶ | | ۱.۳۰ | | ۱.۵۲ | | | | | |
| | میزان رضایت مبتنی بر گروه ادراکی | ضعیف | | ضعیف | | ضعیف | | | | | |
| | امتیاز کل | ۱.۳۹ | | | | | | | | | |
| | میزان رضایت کل | رتبه دوم | | | ضعیف | | | | | | |
| کل | امتیاز کل هر گروه مبتنی بر نوع | ۲.۴۲ | ۱.۴۵ | ۲.۲۰ | ۱.۸۴ | ۲.۵۸ | ۲.۵۳ | | | | |
| | میزان رضایت کل مبتنی بر گروه نوعی | متوسط | ضعیف | متوسط | ضعیف | متوسط | متوسط | | | | |
| | امتیاز کل هر گروه مبتنی بر منشأ ادراکی | ۱.۹۳ | | ۲.۰۲ | | ۲.۵۵ | | | | | |
| | میزان رضایت کل مبتنی بر گروه ادراکی | ضعیف | | متوسط | | متوسط | | | | | |
| | راهنما | بسیار ضعیف | | ضعیف | | متوسط | | خوب | | بسیار خوب | |

که انتظار می‌رفت شامل روان‌رنجوری و درونگرایی بوده و در مراتب بعدی می‌توان به سازگاری اشاره کرد.

۷. بحث

بسیاری از تحقیقات اخیر در حوزه معماری و روانشناسی محیطی به مسئله حس مکان پرداخته‌اند که به‌طور عمده به شناسایی و طبقه‌بندی سطوح مختلف این حس و معرفی عوامل تشکیل‌دهنده آن معطوف شده‌اند. از جمله می‌توان به تحقیقات راپاپورت، رلف، استیل و شامای در

بنابراین مردم شهر کرمانشاه، نمود عوامل کالبدی با منشأ عملیاتی در فضاهای عمومی را در اولویت انتخاب خود قرار داده و نمود عوامل با منشاهای به ترتیب واکنشی - عاطفی و استنباطی را در انتخاب‌های بعدی خود جای می‌دهند. به عبارتی هر چه ویژگی‌های فضایی یک محیط پیش‌تر از جنس عملکردی و با منشأ ادراکی عملیاتی باشد در تأمین نیازهای مخاطبین خود در این منطقه موفق‌تر عمل کرده و بر این اساس می‌توان دریافت که در بستر جامعه مورد مطالعه، بارزترین ویژگی‌های شخصیتی، همان‌طور

خارج از کشور و فلاح، کاشی و رضایی در داخل کشور اشاره کرد که در بخش‌های پیشینه تحقیق و مبانی نظری به برخی از آن‌ها اشاره شد. تفاوت بارز پژوهش حاضر با تحقیقات مذکور، بررسی دقیق‌تر عوامل کالبدی مؤثر در حوزه حس مکان و همچنین تأثیرگذار در فضاهای عمومی و طبقه‌بندی آن‌ها بر اساس ابعاد مختلف ادراکی-شناختی به‌ویژه تحت تأثیر جریان‌های غالب و شاخص‌های فرهنگی جوامع می‌باشد. شایان ذکر است که در تلاش‌های اخیر خصوصاً نتیجه تحقیقات راپاپورت (۱۹۹۰)، عامل فرهنگ به‌عنوان مؤلفه‌ای تأثیرگذار در فرآیند تحقق حس مکان معرفی شده است. در اینجا نیز سعی شد تا ضمن معرفی عامل فرهنگ به‌عنوان مؤلفه‌ای کلیدی در فرآیند ادراک و شناخت (همسو با نظر راپاپورت)، تأثیر این متغیر به‌طور مستقیم بر ویژگی‌های شخصیتی افراد جامعه و به‌طور غیرمستقیم بر نحوه قضاوت و معنابخشی آن‌ها نسبت به عوامل کالبدی مکان بررسی شود. در واقع هدف اصلی این پژوهش، بررسی تأثیر جریان‌های غالب فرهنگی در بروز ویژگی‌های روانشناختی افراد بومی هر منطقه و متعاقباً فرآیند ادراک و شناخت عوامل کالبدی توسط آن‌ها بوده تا در راستای افزایش مطلوبیت حس مکان به‌ویژه در طراحی مکان‌های عمومی برای آن‌ها لحاظ شود که علی‌رغم اهمیت قابل توجه، به‌طور مستقیم در تحقیقات پیشین مورد بحث قرار نگرفته است.

۸. نتیجه‌گیری

این پژوهش با تکیه بر تحقیقات پیشین که به بررسی مفاهیم مربوط به حوزه حس مکان و عوامل شکل‌دهنده آن پرداخته‌اند و با هدف تبیین شرایط رهیافت به مراتب بالای این حس در فضاهای عمومی انجام شده تا در پی آن بتواند با ارائه راهکارهای مفید و کاربردی باعث افزایش کیفیت فضاهای عمومی طراحی‌شده در یک بستر فرهنگی خاص باشد و در جهت رفع بحران هویت در جوامع امروزی گام بردارد. تحقیق حاضر در جهت رسیدن به این هدف با روشی آمیخته (کیفی- کمی) به انجام رسیده و پس از ارائه یک مدل نظری به اعتبارسنجی آن از مجرای مطالعه دو بنای عمومی در شهر کرمانشاه پرداخته است. بنابراین چگونگی فرآیند ایجاد حس مکان از لحظه ابتدایی حضور فرد در یک محیط در قالب یک مدل تبیینی ارائه شد که اساس آن بر تطابق عوامل کالبدی با ابعاد ادراکی-شناختی ذهن کاربر در فضاهای عمومی و با نظر به تأثیر متغیر فرهنگ در تثبیت ویژگی‌های شخصیتی افراد مختلف و در نتیجه چگونگی ادراک مکان توسط آن‌ها بنا شده است. این نمودار بیان می‌کند که عوامل فرهنگی-اجتماعی با تأثیر بر خواش‌ها و نیازها به شکل‌گیری طرح‌واره‌های

ذهنی مختلف و در نتیجه نحوه ادراک متفاوت منجر شده و تضعیف یا تقویت برخی از ویژگی‌های شخصیتی افراد و همچنین تفاوت‌های معنایی در ذهن آن‌ها را در مواجهه با یک محیط مشخص به همراه دارد. لذا در برنامه‌ریزی و تمهید عوامل کالبدی در فرآیند طراحی معماری به‌ویژه در ارتباط با مکان‌های عمومی باید به اهداف کلان روانشناختی که به بستر فرهنگی منطقه مرتبط می‌شود توجه ویژه داشت. حاصل، تطبیق عوامل کالبدی با ابعاد ادراکی-شناختی ذهن کاربران با توجه به شاخص‌های فرهنگی-اجتماعی تأثیرگذار بر ویژگی‌های شخصیتی آن‌ها است که باید به‌عنوان استراتژی اصلی طراحی در مقیاس معماری جهت ایجاد حس مطلوب مکان و مراتب بالای آن در فضاهای عمومی هر منطقه، مدنظر باشد. به‌عنوان اعتبارسنجی مدل پژوهش و همچنین ارزیابی کلیت برگرفته از مکانیسم پیشنهادی تحقیق، دو مجتمع تجاری از فضاهای عمومی شهر کرمانشاه در قالب یک مطالعه موردی بررسی شد. برای این منظور یک پرسشنامه تشریحی-تصویری محقق‌ساخت شامل دو بخش، تهیه شد و در اختیار کاربران بناها قرار گرفت. بخش اول برای سنجش میزان اهمیت مردم نسبت به عوامل مختلف کالبدی و بخش دوم به جهت سنجش میزان نمود هر عامل در نمونه‌های انتخابی و در نهایت میزان رضایت کاربران از معماری ساختمان‌ها بود. سپس داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت و فرضیه حاصل از مطالعات نظری تحقیق تأیید شد. بدین شرح که کاربران هر محیط تحت تأثیر فرهنگ خاص منطقه خود و ویژگی‌های شخصیتی غالب جامعه‌ای که در آن پرورش یافته‌اند انتظام و ساختار کالبدی خاصی را ترجیح داده و بر این مبنا عوامل کالبدی با منشاهای ادراکی مشخصی را در معماری بناهای مطلوب خود دنبال می‌کنند. این مهم در ارتباط با شهر کرمانشاه بیش‌تر بر جنبه عملیاتی و عملکردی کالبد، معطوف شده و آن را می‌توان ناشی از تیپ شخصیتی به‌طور عمده روان‌رنجور، درونگرا و تا حدی سازگار اکثریت مردم این جامعه دانست. بنابراین می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که بر مبنای فرهنگ حاکم بر هر منطقه و چگونگی شکل‌گیری ویژگی‌های شخصیتی غالب در آن، برخی از ویژگی‌های کالبدی با منشاهای ادراکی-شناختی خاص، واجد ارزش بیش‌تری در رفع طیف نیازهای افراد آن جامعه بوده و پردازش هدفمند به آن‌ها در طراحی معماری فضاهای مختلف از جمله فضاهای عمومی با گستره وسیع و مهم مخاطبان در جهت ایجاد مراتب بالایی از حس مکان و بالتبع افزایش کیفیت زندگی در جبران بحران هویت و کاهش نامکان‌های معماری جوامع امروزی مؤثر واقع می‌شود.

پی نوشت

1. Rapoport
2. Steele
3. Stefanovic
4. Frankl
5. Maslow

REFERENCES

- Ahmadi, P., Babashahi, J., & Khodashenas, L. (2012). Considering the Relationship between Personality Factors and Entrepreneurship: A Research about the Personnel of Sadad Informatics Corporations. *Researches of Management Organizational Resources*, 1(3), 1. <http://magiran.com/p1014990>
- Altman, I., & Low, S.M. (1992). *Place Attachment*. New York: Plenum Press.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. New York: Cambridge University Press.
- Calthrope, P. (1993). *The Next American Metropolis*. New York: Princeton Architectural Press.
- Daneshpour, A., & Charkhchyan, M. (2007). Public Spaces and Factors Affecting Collective Life. *BAGH-E NAZAR*, 7, 19-28. www.bagh-sj.com/article_64_258696c6b2c683053175440343f21fa7.pdf
- Falahat, M. (2006). The Sense of Place and Its Factors. *HONAR-HA-YE-ZIBA: MEMARY VA SHAHRSAZI*, 25, 57-66. https://journals.ut.ac.ir/article_12321_573ebafd4063590e0b1c43953f8a6e63.pdf
- Golkar, K. (2000). Components of Urban Design Quality. *Soffeh*, 11(32), 38-65. <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?ID=49054>
- Hassani Bafrani, T. (2011). Man's Essence and His Transcendental Needs, from Victor Frankel's Viewpoint. *Ravanshenasi Va Din*, 3(4), 5. <http://magiran.com/p871991>
- Hayden, D. (1995). *The Power of Place: Urban Landscape as Public History*. Cambridge: MIT Press.
- Heidegger, M. (1971). *Building, Dwelling, Thinking*. In A. Hofstadter (Ed.), *Poetry, Language and Thought*. New York: Harper & Row.
- Jorgensen, B., & Stedman, R. (2001). Sense of Place as an Attitude: Lakeshore Owners Attitudes toward Their Properties. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 233-248. <https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0226>
- Kalali, P., & Modiri, A. (2012). Explanation of the Role of Meaning Component in the Process of Creating the Sense of Place. *HONAR-HA-YE-ZIBA: MEMARY VA SHAHRSAZI*, 17(2), 43-52. DOI: 10.22059/JFAUP.2012.30159
- Kashi, H., & Bonyadi, N. (2013). Stating the Model of Identity of Place-Sense of Place and Surveying its Constituents Case Study: Pedestrian Passage of Shahre Rey. *HONAR-HA-YE-ZIBA: MEMARY VA SHAHRSAZI*, 18(3), 43-52. DOI: 10.22059/jfaup.2013.51317
- Khodapanahi, M.K., & Iravani, M. (2000). *Sensation and Perception Psychology*. Tehran: Samt Publication.
- Leighton, A.G., & Hughes, J.M. (2005). Cultures as a Causative of Mental Disorder. *The Milbank Quarterly*, 83(4), 446-470. DOI: 10.1111/j.1468-0009.2005.00424.x
- Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. Cambridge: MIT Press.
- Nasir Salami, M., & Sohanigar, S. (2013). Strategies to Improve the Quality of Human Environment, Interaction with the Approach of Environmental Psychology. *Psychological Research Journal*, 19, 79-100. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=228184>
- Pakzad, J., & Bozorg, H. (2016). *An Introduction to Environmental Psychology for Designers*. Tehran: Arman-shahr Publication.
- Partovi, P. (2004). Place and Placelessness, a Phenomenological Approach. *HONAR-HA-YE-ZIBA: MEMARY VA SHAHRSAZI*, 14, 40. <http://magiran.com/p114376>
- Rapoport, A. (1990). *The Meaning of the Built Environment: A Nonverbal Communication Approach*. Tucson: University of Arizona Press.
- Relph, E. (2007). Spirit of Place and Sense of Place in Virtual Realities. *Techne: Research in Philosophy and Technology*, 10(3), 17-25. DOI: 10.5840/techne20071039
- Rezaei, H., Keramati, G., & Dehbashi Sharif, M. (2018). A Psychological Meta-Analysis of the Form-Function Relation in Architectural Design Process from the Perspective of Creativity. *Quarterly Journal of Innovation and Creativity in Human Sciences*, 8(2), 265-298. http://journal.bpj.ir/article_545200_8db70f9296081c307745b-f1e84676755.pdf
- Rezaei, H., Keramati, G., Dehbashi Sharif, M., & Nasir Salami, M.R. (2018). A Schematic Explanatory Pattern for the Psychological Process of Achieving Environmental Meaning and Actualizing Sense of Place Focusing on the Intervening Role of the Perception. *BAGH-E NAZAR*, 15(65), 49-66. DOI: 10.22034/bagh.2018.74083
- Rezaei, H. (2019). *Human and the Environment (Environmental Psychology)*. Master of Architecture Course Notes, Kermanshah Islamic Azad University, Faculty of Engineering, Department of Architecture and Urban Planning.
- Rezaei, H., Keramati, G., Dehbashi Sharif, M., & Nasir Salami, M.R. (2020). Architectural Creativity as Architecture of Creativity; Analysis and Rating of the Physics-Based Psychological Effects of the Sense of Place on Environment Users' Creativity; Case Study: Higher Education Institutions of Kermanshah. *Armanshahr Journal of Architecture, Urban Design & Urban Planning*, 13(31), 79-96. DOI: 10.22034/AAUD.2020.133277.1550
- Salvesen, D. (2002). The Making of Place. *Urban Land*, 61(7), 36-41. <https://matr.net/news/the-making-of-place/>

- Shahidi, S., Nejati, V., & Kamari, S. (2015). The Iranian Personality: Evidence of Cultural Differences of Personality Traits. *RBS*, 13(4), 525-531. <http://rbs.mui.ac.ir/article-1-427-en.html>
- Shamai, S. (1991). Sense of Place: An Empirical Measurement. *Geoforum*, 22(3), 347-358. [https://doi.org/10.1016/0016-7185\(91\)90017-K](https://doi.org/10.1016/0016-7185(91)90017-K)
- Steele, F. (1981). *The Sense of Place*. Boston: CBI Publishing Company.
- Stefanovic, I.L. (1998). Phenomenological Encounters with Place: Cavtat to Square One. *Journal of Environmental Psychology*, 18(1), 31-44. <https://doi.org/10.1006/jevp.1998.0062>
- Tibbalds, F. (1992). *Making People Friendly Towards: Improving the Public Environments in Towns and Cities*. Harlow: Longman Press.
- Worpole, K. (1992). *Towns for People: Transforming Urban Life*. Buckingham: Open University Press.
- Zarani, F., Behzadpoor, S., & Babaei, Z. (2017). Analysis of the Role of Culture in Psychopathology. *Frooyesh*, 6(1), 191-224. <http://frooyesh.ir/article-1-224-en.html>

نحوه ارجاع به این مقاله

خندان، پریا و رضایی، حسین. (۱۳۹۹). بررسی و تحلیل چگونگی تطابق عوامل کالبدی با ابعاد ادراکی - شناختی حس مکان از منظر فرهنگی - اجتماعی، مورد مطالعاتی: فضاهای عمومی شهر کرمانشاه. نشریه معماری و شهرسازی آرمان شهر، ۱۳(۳۳)، ۹۱-۱۰۵.

DOI: 10.22034/AAUD.2019.167623.1789

URL: http://www.armanshahjournal.com/article_127661.html



