

سنجش چرایی دل‌بستگی مخاطبان به برخی مناظر و عوامل شکل‌دهنده آن

مهدی شبیانی

استاد دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهید بهشتی

علی درفش‌ی

فاطمه پرهوده^۲

۱. این مقاله برگرفته از پژوهشی تکمیلی با همکاری جناب آقای مهندس مهدی شبیانی و سرکار خانم مهندس فاطمه پرهوده و در ادامه پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده مسئول است که با عنوان منظر جاودان با راهنمایی مهندس مهدی شبیانی و دکتر لادن اعتضادی و با مشاوره دکتر مهدی حجت و دکتر جهان‌شاه پاکزاد، تیرماه ۱۳۸۶ در گروه معماری منظر در دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهید بهشتی به پایان رسیده است.
۲. کارشناس ارشد معماری منظر، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهید بهشتی. نویسنده مسئول؛
al.derafshi@gmail.com
۳. کارشناس معماری، دانشکده هنر و معماری دانشگاه شیراز؛
nazanin.parthoodeh@gmail.com

4. Topophilia
5. Belonging to a Place
6. Place Attachment
7. Sense of Place

کلیدواژگان: منظر، حس مکان، دل‌بستگی به مکان، مدل مکان پایدار، عوامل دل‌بستگی به منظر.

چکیده

این نوشتار جستاری برای کشف چرایی تأثیر ژرف و ماندگار برخی مناظر بر مخاطبان است، مناظری که نوعی حس دل‌بستگی و حس «مکان‌دوستی» پایدار و گرایش به بازگشت به آن‌ها شکل می‌گیرد و بستری برای آرامش و خودشکوفایی انسان می‌گردند. بر پایه پویایی رابطه انسان-منظر، حس دل‌بستگی شکل گرفته را می‌توان کنتگویی دوسویه دانست: از یک سو، انسان و نیازها و خواست‌های او از منظر، از دیگر سوی، منظر با قابلیت‌ها، کیفیت‌ها و توان پاسخ‌گویی و آنچه با خود به ارمغان دارد. این نوشتار به صورت هم‌زمان و امدار بهره‌جستن از نظریه‌ها و جستجوهای اندیشمندان در حوزه معماری منظر، معماری، و طراحی شهری از دریچه روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و فلسفه از یک سو، و بررسی مصداق‌های همخوان با نگرش در این پژوهش و گمانه‌زنی به اندیشه مخاطبان اصلی مناظر (مردم) از سویی دیگر است. با مدد جستن از آرای اندیشمندان و نتایج سنجش آرای افراد جامعه آماری ۱۶۰ نفری پژوهش، کندوکاوی در شناخت مناظر و چرایی حس دل‌بستگی مخاطبان بدان‌ها و عوامل شکل‌دهنده این

حس بی‌گیری می‌شود. و در واپسین گام، نتایج حاصل به گونه‌ای کیفی و به کمک مدل «مکان پایدار» تبیین می‌گردد.

مقدمه

نوشتار پیش رو جستاری برای کشف چرایی تأثیر ژرف و ماندگار برخی مناظر بر مخاطبان است. مناظری که نوعی حس دل‌بستگی و حس «مکان‌دوستی» پایدار به آن‌ها در افراد شکل می‌گیرد و بستری برای آرامش و خودشکوفایی انسان و درمانی برای رهایی از تنش‌های درونی و گاه پاسخی به نیازهای بنیادی فرد می‌گردند. و گاه این نسبت و گفتگو آن چنان ژرف می‌شود و در تار و پود اندیشه مخاطب ریشه می‌دواند که گرایش به بازگشت به فضا تداوم می‌یابد و منظر به بیانی عامیانه جنبه «پاتوق» می‌یابد.

احساس تعلق^۵ و دل‌بستگی به مکان^۶، که نقشی تعیین‌کننده در تداوم حضور انسان در آن دارد، سطح بالاتری از حس مکان^۷ است. «این حس به گونه‌ای به پیوند فرد با مکان منجر می‌شود که انسان

۸. محمداصداق فلاحت، «مفهوم حس مکان و عوامل شکل‌دهنده آن»، ص ۶۰.
۹. Imageability، نک: لینچ، سیمای شهر.
۱۰. The quality without a name، نک: کریستوفر الکساندر، معماری و باز جلودانگی: راه بی‌زمان ساختن.
۱۱. نک: سیمون بل، منظر، الگو، ادراک و فرایند، بخش «ادراک الگوها»، جان لنگ، آفرینش نظریه معماری: نقش علوم رفتاری در طراحی محیط، بخش «فرایندهای بنیادین رفتار انسان».
۱۲. Unstructured Interview، به دلیل اینکه عمده سؤالات به گمانه‌زنی در اندیشه مخاطبان و سنجش احساس و عوامل کیفی مورد نظر افراد در تجربه منظر اختصاص داشت، و نیز آنکه در ابتدا به توضیح و ورود تدریجی به بحث نیاز بود، و تا حدی واژگانی که مردم در توضیح و تبیین احساس و تجربه خود از فضا دارند اندک و اکثراً کلی است، پرسش‌نامه کیفی کار به نظر نمی‌رسید.
۱۳. در این مدل که دکتر گلکار (نک): کوش گلکار، «مؤلفه‌های سازنده کیفیت طراحی شهری» بیان کرده، نظریه‌های جدید زیست‌محیطی و پایداری را که در همه مدل‌های پیش‌بینی در نظر گرفته نشده است در تکمیل مدل دیوید کانتر (Canter) به صورتی معاصر تبیین شده است.
14. D. W. Meinig
۱۵. جان ال. مایلاک، آشنایی با طراحی محیط و منظر، ج ۱، ص ۳۷.
16. Simon Bell
۱۷. سیمون بل، همان، ص ۹۰.

پرسش‌های تحقیق

۱. دل‌بستگی و حس تعاقب مخاطبان به منظر به چه معنا است؟
۲. چرا بعضی از مناظر تأثیری ژرف و ماندگار بر عده‌ای از مخاطبان دارند به گونه‌ای که نوعی حس دل‌بستگی و مکان‌دوستی پایدار به آن مناظر در ایشان شکل می‌گیرد و منظر به بیانی عامیانه جنبه «باتوق» می‌گیرد؟
۳. بر پایه مدل «مکان پایدار» و با بهره‌جستن از نظریه‌های اندیشمندان در وادی فلسفه، روان‌شناسی محیطی، و زیبایی‌شناسی، عوامل دل‌بستگی و حس تعاقب مخاطبان به منظر در هر یک از مؤلفه‌های آن کدامند؟

خود را جزئی از مکان می‌داند و بر اساس تجربه‌های خود، از نشانه‌ها، معانی، و عملکردها شخصیت و نقشی برای مکان در ذهن خود متصور می‌کند و در نتیجه مکان برای او مهم و قابل احترام می‌شود.^۸

در این معنا رابطه انسان و منظر فراتر از «نقش‌انگیزی» و ماندگاری ذهنی است. گونه‌ای حس رهایی، حس دل‌بستگی، و حس بازگشت به فضا و در یک واژه «کیفیت بی‌نامی»^۹ است که منظر به مخاطبان ارزانی می‌دارد، و با توجه به آنچه منظر عرضه می‌دارد و آنچه مخاطب خود و براساس نیازها، انگیزه‌ها، و پیش‌اندخته‌ها (از فرهنگ تا سابقه ذهنی و...) جستجو می‌کند، گستره‌ای وسیع و قابل تأمل می‌یابد. بنا بر این: دل‌بستگی به منظر گفتگویی دو سویه است؛ از یک سو انسان و نیازها و خواست‌های او از منظر (آن‌چه او در تجربه منظر با خویش به همراه می‌آورد) از دیگر سوی، منظر، با قابلیت، کیفیت‌ها و توان پاسخگویی‌اش و آن‌چه با خود به ارمغان دارد.^{۱۱}

این پژوهش کیفی و وام‌دار کندوکاوی ژرف در وادی نظر- بررسی آرای اندیشمندان- و وادی عمل- سنجش آرای مخاطبان منظر (مردم) به صورت مصاحبه حضوری باز^{۱۲} است. در این جستار، نخست موارد مربوط به مکان و دل‌بستگی به مکان تبیین می‌گردد و سپس به کمک نتایج سنجش آرای جامعه آماری پژوهش، کوششی در شناخت دل‌بستگی به منظر و عوامل شکل‌دهنده آن، از دریچه زیبایی‌شناسی و مدل «مکان پایدار»^{۱۳} صورت می‌پذیرد.

۱. مفهوم منظر

در این نوشتار مفهوم منظر در «معماری منظر»، با نگاهی فراگیر و همسو با مفاهیم جدید، بی‌گیری و بر رابطه دو سویه انسان و منظر و تصورات ذهنی او، و فضا و الگوهای فضایی به مثابه بستر «رویداد» و رفتار تأکید شده است. به گفته ماینیگ^{۱۴} محیط و منظر نه تنها از آنچه در برابر چشمان ما قرار دارد، بلکه از آنچه در فکرمان می‌گذرد، نیز تشکیل شده است.^{۱۵} منظر دربرگیرنده کیفیت‌های بصری و همه عناصر و عوامل قابل ادراک با حواس پنج‌گانه- چون بو، صوت، دما، سختی، نرمی، و... است. سیمون بل^{۱۶}، معمار منظر، با نگرشی فراگیر پس از پرداختن به واژه محیط، منظر را جزئی از محیط، که زمینه فعالیت‌های انسان است، می‌داند.^{۱۷}

۲. مکان^{۱۸}

معانی بسیاری برای مکان و فضا^{۱۹} گفته شده است، اما مشخصه مکان که در این مقاله به آن توجه می‌شود، خاص‌تر بودن آن نسبت به فضا و در هم تنیدگی آن با ارزش‌های انسانی است. راجرز ترانسیک^{۲۰} مکان را این‌گونه تعریف می‌کند: «فضا که یک تهی محصور یا هدفمند با استعداد اتصال فیزیکی چیزها است، وقتی یک مکان می‌شود که به آن معنای استوار که از ظرفیت فرهنگی یا منطقه‌ای اقتباس داده شده است، داده شود.»^{۲۱} به گفته گروتز مکان، بخشی از یک فضا است که از طریق عواملی که در آن قرار دارند صاحب هویت خاصی شده است. برخلاف مکان، فضا قابل جابه‌جایی است.^{۲۲} مکان، ساختار ذهنی تجربه زمانی-فضایی است که افراد، با ادراک، شناخت محیط، و نسبت دادن معانی به منظر، به آن دست می‌یابند. مکان برآیندی از فضا، زمینه، تجارب پیشین، و حالت ذهنی (احساسی) است.^{۲۳}

۱.۲. حس مکان، هویت مکان، روح مکان، شخصیت مکان^{۲۴}

از دیدگاه پدیدارشناسانه حس مکان را می‌توان مرتبط شدن با مکان از طریق درک نمادها و فعالیت‌های روزمره دانست که می‌تواند با گذر زمان غنا و گسترش یابد.^{۲۵} در این دیدگاه، مهم‌ترین مفاهیم مرتبط در بیان حس مکان، واژه‌های «مکان‌دوستی»، شخصیت مکان، معنای مکان، و هویت مکان است.^{۲۶} حس مکان به معنای ویژگی‌های غیرمادی یا شخصیت مکان، ترجمه مدرن مفهوم باستانی روح مکان است.^{۲۷} از نظر رلف نمی‌توان تعریف دقیقی برای حس مکان بیان کرد.^{۲۸} در پدیدارشناختی مکان، تجربه اصلی‌ترین رکن در ادراک است. «تجربه مکان، فردی و ذهنی است که انسان در آن با بسیاری از افراد هم‌احساس می‌شود و این هم‌احساسی، که در واقع حضور فیزیکی شخص در مکان و تجربه ناخودآگاه آن است، حس مکان نامیده می‌شود»^{۲۹}.

از دیدگاه روان‌شناسی محیطی، «هم‌ذات‌پنداری»^{۳۰} انسان با مکانی که در آن سکونت دارد گونه‌ای نیاز به تجربه حسی، عاطفی، و معنوی محیط زندگی است و روح یا حس مکان نامیده می‌شود.^{۳۱}

«هویت مکان» مؤلفه‌ای است که تمایز و بازشناسی یک مکان را از دیگری برای شخص امکان‌پذیر می‌کند، به گونه‌ای که آن را دارای شخصیتی مشخص، بی‌ظنیر، یا مخصوص به خود می‌کند.^{۳۲} «شخصیت مکان» یکی از ابعاد مفهومی حس مکان تلقی می‌گردد^{۳۳} و با عبارات «مکانی با هویت خاص خود» و «صفتی که مکان‌ها با آن وصف می‌شوند» تعریف می‌شود. و بنا بر این هم به مشاهده‌گر و هم به مشاهده‌شونده مرتبط است.^{۳۴}

مطالعه حس مکان به دو روش متمایز ممکن خواهد بود: روش اول بررسی حس مردم از مکان است، که برآیندی از تجربه حضور و ادراک حسی و پیشینه ذهنی و تاریخی است و گاه فرای عوامل کالبدی، «داستان‌ها و افسانه‌ها، شخصیت‌های تاریخی مرتبط با مکان، وقایع انسانی و طبیعی، آب‌وهوا، و حتی رایحه‌ها و اصوات خاص آن مکان» تأثیرگذار است. در روش دوم تنها به برداشت خصوصیات کالبدی ویژه و خاص مکان پرداخته می‌شود.^{۳۵}

۲.۲. هویت مکانی، تعلق مکانی و دلبستگی به مکان

هویت مکانی یا «خودهمانی با فضا» بخشی از شخصیت وجودی هر انسان است که هویت فردی او را می‌سازد. فرد خود را با یک مکان می‌شناسد و به دیگران می‌شناساند. این رابطه عمیق‌تر از بودن در مکان یا تجربه کردن آن است. شکل‌گیری هویت مکانی در دو مرحله رخ می‌دهد: نخست، فرد محیط را شناسایی می‌کند که «هویت مکان» خوانده می‌شود. سپس پیوندی روانی با مکان صورت می‌گیرد و به شکل «هویت مکانی» متبلور می‌گردد.^{۳۶}

18. Place

19. Space

20. Rogers Trancik

۲۱. مرصیه‌السادات نعمتی مهر، «اصل

کلیت در طراحی شهری»، ص ۱۱.

۲۲. یورگ کورت گروتز،

زیبایی‌شناسی در معماری، ص ۱۷۸.

۲۳. . مالاک، همان، ج ۲، ص ۵۹۰.

24. Place Identity

25. Genius loci (soul or spirit of place)

26. Character of place

27. Relph. Place and

Placelessness.

28. Arefi, Non-Place and

Placelessness as Narrative

of Loss, p. 179

۲۹. ک. میرمقتدایی، «میارهای شناخت

و ارزشی هویت کالبدی شهرها».

30. Relph. Place and

Placelessness.

31. فلاح، همان، ص ۵۹.

32. Identification

۳۳. فلاح، همان، ص ۶۰.

34. Kath Woodward,

"Questions of Identity", p. 7.

35. Isis Brook, "Can Spirit of

Place be a Guide to Ethical

Building?", p. 145.

36. CABE, *Urban Design*in the *Planning System: Towards Better Practice*, p. 1537. Karl Kroppf, *Urban*

Tissue and the Character of

Towns", p. 247-263.

۳۸. میرمقتدایی، «میارهای شناخت و

ارزشی هویت کالبدی شهرها»، ص ۳۱.

۳۹. نک: راضیه رضازاده،

«روان‌شناسی محیطی».

«تعلق مکانی» که با «هویت مکانی» ارتباطی تنگاتنگ دارد.

رابطه هم‌پیوندی است که میان انسان و محیط برقرار و در اثر

این رابطه، محیط به لنگرگاهی روانی بدل می‌شود. گاه این تعلق

مکانی از سطح تجربه‌های احساسی-شناختی فردی می‌گذرد و با

احساس مشترک جمعی در محدوده فضایی وسیع‌تر تا سطح یک

کشور و برای یک ملت نیز گسترده می‌شود. آموزش و تجربه‌های

یادگیری از عوامل و فرایندهای شکل‌گیری تعلق مکانی می‌شوند.

ارزیابی مثبت از محیط نیز در ایجاد تعلق مکانی مؤثر است.^{۴۰}

تعلق به مکان، چیزی بیش از تجربه عاطفی و شناختی است و

عقاید فرهنگی مرتبط‌کننده افراد به مکان را نیز شامل می‌شود.^{۴۱}

اندیشمندی چون هیومن و شامای^{۴۲} برای حس مکان سطوح

مختلفی قائل هستند. شامای برای حس مکان سه مرحله

اصلی تعلق به مکان، دل‌بستگی به مکان، و تعهد به مکان^{۴۳} را

با هفت سطح تبیین می‌کند: بی‌تفاوتی نسبت به مکان، آگاهی از

قرارگیری در یک مکان، تعلق به مکان، دل‌بستگی به مکان، یکی

شدن با مکان، حضور^{۴۴} در مکان، و فداکاری^{۴۵} برای مکان.

۳. بررسی چرایی دل‌بستگی مخاطبان به برخی مناظر و عوامل شکل‌دهنده آن

در این مجال ضمن مروری کوتاه بر شیوه سنجش و گمانه‌زنی

به اندیشه‌های مخاطبان و معرفی جامعه آماری پژوهش، به

شرح نتایج به‌دست‌آمده پرداخته می‌شود.

۱. شیوه سنجش آرای مخاطبان منظر (مردم)

بر پایه روش‌های سنجش محیطی، جامعه آماری ۱۶۰ نفری

مشکل از دو دسته، افراد ساکن تهران و شیراز برگزیده شد.

به گونه‌ای که وزن دسته‌های آماری بر اساس رده سنی، میزان

تحصیلات، رشته تحصیلی، و جنس نسبتاً همگن باشد. سنجش

آرای مخاطبان (مردم)، به صورت پرسش فردی و مصاحبه

حضورى باز بود. نتایج مصاحبه‌ها به کمک دستگاه کوچک ضبط

صدا ثبت گردید و با توجه به اخلاق پژوهشی پس از پایان مصاحبه

و جمع‌بندی و تحلیل همه نتایج، گفتگوهای ضبط‌شده پاک گردید.

پرسش‌ها با تکیه بر آرای اندیشمندان در حوزه فلسفه،

روان‌شناسی محیطی و زیبایی‌شناسی و نگرش طراحانه و با مدد

جستن از مدل مکان پایدار و تکنیک مکان‌سنجی طرح‌ریزی

شده‌اند. در پارهای از پرسش‌ها، با دیدی پدیدارشناسانه، دل‌بستگی

مکانی در بازگرداندن چیزها به اصل خود و تکیه بر حس مکان،

و هویت مکان- چون لنگرگاهی برای آرامش و «قرار» و

سکون «انسان سرگردان»- جستجو می‌شود. نوربرگ- شولتز،^{۴۶}

کریستوفر الکساندر،^{۴۷} کنت فرامیتون،^{۴۸} و دیوید سیمون،^{۴۹} به مدد

پدیدارشناسی هایدگر^{۵۰} در پی نظریات اموند هوسل،^{۵۱} دل‌بستگی

به مکان را در «آشکارگی» «چیز بودگی چیزها»^{۵۲} می‌جویند.^{۵۳}

بخش دیگری از پرسش‌ها بر علوم رفتاری و روان‌شناسی محیطی

و جامعه‌شناسی تکیه شده و نیاز انسان به «این‌همانی» با محیط

و «خویش‌یابی» در بستر فضا و نیز خودشکوفایی در خلوت^{۵۴} و

احراز هویت راه‌الگوی کندوکاو «حس مکان» و «دل‌بستگی به

مکان» مخاطبان قرار می‌دهند. مطالعات آتمن،^{۵۵} بشار،^{۵۶} کوپر،^{۵۷}

لنگ،^{۵۸} پروشانسکی،^{۵۹} وتوان،^{۶۰} مینای طرح این پرسش‌ها است.

در بخش دیگری از پرسش‌ها دیدگاه لینچ،^{۶۱} سایمون بل^{۶۲} و جان

ماتلاک^{۶۳} در توجه به روح مکان و حس مکان ویژه منظر در ایجاد

دل‌بستگی مکانی و از دریچه زیبایی‌شناسی سنجیده می‌شود.

۲.۳. بررسی نتایج پرسشگری و سنجش آرای مخاطبان

بررسی پاسخ پرسش‌ها هم‌زمان سه رویکرد را به دنبال دارد:

- اثبات ضرورت پرداختن به موضوع (اثبات حس تعلق و

دل‌بستگی افراد به مناظر).

- شناخت برخی مناظر که مخاطبانی چندپندان‌ها گرفته‌اند.

- چرایی و کشف عواملی که موجب دل‌بستگی مخاطبان به

مناظر می‌گردد.

۴۰. نک: رضازاده، «بحران ادراکی-

رفتاری در فضای شهری».

۴۱. نک: Altman & Setha

.Low, Place Attachment

۴۲. نک:

David Hummon,

Community Attachment:

Local Sentiment & Sense

of Place; Shmuel Shamai.

“Sense of Place: An

Empirical Measurement”.

43. Belonging to a place,

Place attachment &

Commitment toward a place

44. Identify

45. Involvement

46. Sacrifice

۴۷. فلاحت، همان، ص ۶۱ و ۶۲

۴۸. از نظر شولتز (Christian

Norberg-Schulz)، احراز هویت

انسانی برقراری پیوندی سرشار از معنا با

چهارم، مشکل از چیزهاست. این پیوند،

از تلاش برای «هویت یافتن» یعنی،

«به مکانی احساس تعلق داشتن» ناشی

گرفته است (نوربرگ شولتز، مفهوم

سکونت، ص ۱۷۸).

۴۹. الکساندر (Christopher

Alexander) روندی را قرا روی

می‌یابد که در آن توجه به ذات و «چیز

بودگی چیزها» پدیدار است: «روندی

هست که در آن نظام هر بنا یا شهر

مستقیماً از ذات خود انسان‌ها، جانوران،

گیاهان، و موادی که در آن‌ها است

برمی‌آید.» (الکساندر، همان، ص ۷).

ت ۱ (صفحه روبه‌رو، بالا)

مناظری که مخاطبان در آن‌ها

احساس شور و نشاط درونی دارند.

مضمون پرورش‌های طرح‌شده و نیز نتایج به‌دست‌آمده، با توجه به مدل مکان پایدار در جداولی دسته‌بندی گردیده است. در «پرورش نخست» ضمن بازشناسی مناظری که مخاطبان در آن‌ها احساس سرزندگی، نشاط، شور و رهایی دارند (به طور مثال «ت ۳» تا «ت ۹»)، پرورش از کیفیت و عنصری است که موجب القای این احساس در افراد می‌گردد و در این پرورش سنجش حس مکان و کیفیت بی‌نام مناظر، با توجه به نظر الکساندر، مد نظر است (ت ۱ و ۲).

احساس «والایی»^{۶۶}، گشایش فضایی و دید گسترده، ابهام و مرموز بودن و نیز حضور آزادانه افراد در بستر منظر و امنیت روانی و فیزیکی^{۶۷} تأثیر بسیاری بر ایجاد شور و نشاط در افراد دارد. نتایج به‌دست‌آمده ضرورت توجه به پتانسیل‌های مناظر کوهپایه‌ای و کوهستانی و نیز حداقل میزان دخل و تصرف در پهنه‌های وسیع طبیعی و اهمیت حضور و تدبیر «آب» در منظر را برجسته می‌کند. توجه به مسائل فرهنگی و نیز شور و زندگی جمعی در بستر منظر و همچنین تجربه منظر در شب از دیگر نکاتی است که پرداختن مناسب و تقویت آن، کیفیت تجربه منظر و احساس شور و نشاط در مخاطبان را می‌افزاید.

مناظر و مکان‌های خاص			مناظر و مکان‌های عام			نام مناظر	
آرامگاه حافظ	حاشیه چمران شیراز	خیابان ولی عصر	پارک جمشیدیه	یافت‌های تاریخی	مناظر روستایی	ساحل دریا	مناظر کوهستانی
۲۸/۴	۱۱/۶	۳۷/۹	۲۵/۲	۱۶/۸	۲۶/۹	۴۴/۴	۵۱/۸
۴۷/۷	۷۲/۳	۴/۶	۶/۱				

مؤلفه زیست محیطی (کالبد + اکوسیستم)	مؤلفه تجربه - زیباشناختی (فعالیت + تصورات)	مؤلفه عملکردی (کالبد + فعالیت)
توجه به بستر طبیعی و بکر منظر، وجود آب، بارش باران و برف، سکوت و آرامش فضایی، پاکیزگی و لطافت آب‌وهوا	سرزندگی اجتماعی، ابهام	ایمنی، تنوع فعالیت، آزادی انتخاب، گشایش فضایی، تجربه منظر در شب



و نیز دیدگاه روان‌شناسان محیطی (توجه به حس مکان قوی و بازپردازی هویت فردی و جمعی در بستر فضا) پرداخته می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده در جداول «ت ۱۰» تا «ت ۱۳» به منظور بررسی احساس سبک‌بالی و رهایی افراد در بستر منظر و نیز کسب آرامش عمیق و غنای روانی گونه‌بندی شده است.

«پرسش دوم» پی‌جویی بازشناسی مناظری است که مخاطبان برای رها شدن از روزمرگی و کسب آرامش و نشاط روحی و خلوت و تفکر برمی‌گزینند و از چرایی این احساس سؤال می‌شود. در این پرسش به سنجش مفهوم «سکون» و «قرار» مخاطب در بستر منظر، با توجه به آرای شولتز، هایدگر، الکساندر، مآخذ ۶ تا ۹، آرشو نگارندگان.

۵۲ | ۶۳

ت ۶ (بالا، راست)، آرامگاه حافظ شیراز،
ت ۷ (بالا، چپ)، باغ جهان‌نما، شیراز،
ت ۸ (پایین، راست)، روستای ماسوله،
ت ۹ (پایین، چپ)، خیابان ولی‌عصر، تهران.



۵۰. کنت فرامپتون (Kenneth Frampton) بدون ایجاد حس تعلق و دلچسپی به مکان امیدی برای خلق مجدد مکان و سکونت و قرار آدمی نمی‌بیند (پرتوی، «مکان و بی‌مکانی: رویکردی پدیدارشناسانه»، ص ۴۰).

۵۱. از نظر سیمون (David Seamon)، پدیدارشناسی می‌تواند موجب کاهش تنش‌های موجود بین حسن کردن و فکر کردن، بین شناختن و طراحی کردن، و بین تجربه زیسته دست اول و گزارش‌های مفهومی دست دوم از آن گردد (پرتوی، همان‌جا).

۵۲. هایدگر (Martin Heidegger) در تلاش برای تبیین اندیشه خود تحت عنوان «سکونت شاعرانه» بیان می‌دارد که «هستی انسان بی‌چون و چرا و به طوری انکارناپذیر فضایی است و از این رو از حسن مکان غیرقابل تفکیک است» (نک: ظهوری، «سکونت شاعرانه و ساختن جاودانه»).

ت ۱۰ (بالا). ویژگی‌های مناظری که مخاطبان در آن‌ها احساس سبک‌بالی و رهایی دارند. ت ۱۱ (بالا، دوم). ویژگی‌های مناظر و شرایط تجربه مطلوب مخاطبان که موجب کسب خلوت، آرامش عمیق، و غنای روانی می‌گردد.

ت ۱۲ (بالا، سوم). مناظر مورد علاقه مخاطبان، به منظور رسیدن به آرامش عمیق، و کسب خلوت و تنهایی و تفکر.

ت ۱۳ (پایین). فعالیت مورد علاقه مخاطبان، به منظور کسب آرامش عمیق، و کسب خلوت و غنای روانی.

مؤلفه عملکردی (کابرد + فعالیت)	مؤلفه تجربی - زیباشناختی (فعالیت + تصورات)	مؤلفه زیست‌محیطی (کابرد + اکوسیستم)
تجربه مناظر و شهر از بلندی، وسعت دید و گشایش فضایی.	شور جمعی و حضور افراد ویژه (زندگی جمعی)، سرزندگی اجتماعی، سابقه تاریخی، آسایش پس از سختی	توجه به بستر طبیعی و بکر مناظر (حال و هوای طبیعی بکر)، کوهستانی بودن مناظر

مؤلفه عملکردی (کابرد + فعالیت)	مؤلفه تجربی - زیباشناختی (فعالیت + تصورات)	مؤلفه زیست‌محیطی (کابرد + اکوسیستم)
تجربه مناظر در شب، وسعت دید و گشایش فضایی.	امکان رسیدن به خلوت درونی، تجربه مناظر مینیمال	توجه به بستر طبیعی و بکر مناظر (حال و هوای طبیعی بکر)

نام مناظر	مناظر و مکان های عام						
	ساحل دریا	اتاق شخصی	مساجد تاریخی	بام شهر	مناظر کوهستانی	پارک محله‌ای	مناظر مقدس
درصد اشاره ساکنان تهران	۸۱/۹	۴۸/۱	۴۴/۴	۳۷/۹	۳۷/۹	۲۱/۱	۳۱/۸
درصد اشاره ساکنان شیراز				۴۳/۱	۲۹/۲	۲۷/۹	

فعالیت مورد علاقه	کسب خلوت درونی در هر مکان	پیاذروی	سفر در شب	دیدن شهر و دوردست از بلندی	گوش دادن به موسیقی در مناظر	گشت زدن با مانسین	کتاب خواندن	دوچرخه‌سواری
درصد اشاره	۹۳/۳	۷۶/۹	۶۷/۵	۵۸/۸	۴۸/۱	۳۳/۸	۳۲/۵	۲۶/۹

توضیح «ت ۱۲» و «ت ۱۳»: به طور کلی در این پژوهش مخاطبان وابسته است. شرکت در فعالیتی جمعی در منظری که تنها مطالعه کیفی مد نظر است و درصدهای به‌دست آمده به حداقل آسایش را فراهم آورد، بدون آنکه کیفیات ویژه و متمایز منظور تحلیل کیفی و توجه به اهمیت هریک از داده‌ها است و اشاره هم‌زمان مخاطبان به چند مورد، باعث بیش از ۱۰۰ شدن مجموع درصدها شده است.

جستاری در جداول نشان می‌دهد که احساس سبک‌بالی و دوردستی‌ها از کوه نیز این حس را به دنبال دارد. رهایی تا حدی بسیار به «توقعات فضایی»^{۶۸} و «شرایط روانی»^{۶۹}

53. Edmund Husserl
 ۵۴. The Thing: زمانی که هایدگر «چیز» را به مثابه تجلی «چراغانگی» درک می‌کند، او معنای اصلی «چیز» را به مثابه «گرداوند» زنده می‌کند. هایدگر این موضوع را با توسل جستن بر تحلیل پدیدارشناسی از یک کوزه شرح می‌دهد (نوبرگ-شولتز، گزینهای از معماری، معنا و مکان، ص ۴۵).
 ۵۵. از نظر هایدگر، انسان هنگامی به صورتی اصیل در میان چیزها و با آن‌ها سکونت، می‌کند که بدان‌ها امکان دهد در حضور او، همچون «چیز» باشند؛ و در زمانی چنین خواهد بود که اجازه دهد چیزها در ماهیت خود رها باشند. بدین ترتیب به آن‌ها امکان می‌دهد که در حقیقت خویش باشند، به این معنا که آشکار شوند (نک: ظهوری، همان).
 ۵۶. خلوت فرایندی پویا و حایز نیروهای است که فرد را به سوی میزانی مشخص از پذیرا شدن دیگران یا قطع رابطه با آن‌ها می‌راند و با توجه به زمان و موقعیت فرد شدت و ضعف پیدا می‌کند. وستین خلوت را در چهار نوع و چهار عملکرد طبقه‌بندی کرده است: تنهایی (solitude)، نزدیکی (intimacy)، گمنامی (anonymity) و نوداری (reserve) (آلمن، محیط و رفتار اجتماعی، خلوت، فضای شخصی، قلمرو و ازدحام، ص ۲۲-۲۳).
 57. Irwin Altman

ت ۱۴ (بالا). مناظر دوست‌داشتنی و مورد علاقه مخاطبان.
 ت ۱۵ (پایین). مناظر به مثابه پاتوق.

همچنین سابقه تاریخی مناظر تا حدی اندک در ایجاد احساس سبک‌بالی و رهایی معنی‌دار است. حس آرامش عمیق و غنای روانی در فضاهای معماری نیز قابل تأمل است. توجه افراد به زیبایی، استواری و شکوه «مساجد تاریخی»، که امروزه به ندرت کاربرد پیشین خود را دارند، نکته‌ای قابل بررسی است. «قدس» فضایی امکان مذهبی نیز سهمی قابل توجه در ایجاد این حس در مخاطبان خود دارند و در اینجا نیز «تصورات ذهنی» آن‌ها تا حدی بسیار ویژگی‌های کالبدی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. فعالیت‌های مورد علاقه افراد برای رسیدن به آرامش و غنای روانی آن چنان‌که برمی‌آید، به‌نوعی نظریه «خوشتن‌یابی انسان در بستر فضا»^{۷۰} و «هویت‌پردازی» در «خلوت» را اثبات می‌کند. در این میان اشاره به کسب «خلوت درونی» (خلوت به معنای پویای کلمه) و انجام فعالیت‌هایی برای رسیدن به آن نمایان است.^{۷۱}
 تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که خیابان «ولی عصر» یکی از پرمراجعه‌ترین و شاخص‌ترین فضاهای کسب خلوت و تنهایی افراد مطرح است و بنا بر این ضرورت حفظ و تلاش در پاکیزه و

مطلوب نگه‌داشتن این مسیر اهمیت دوچندانی می‌یابد. همچنین تجربه ساحل دریا، کوه، بام شهرها، و سفر در شب برای درصد بالایی از مخاطبان دلپذیر است و برای تنهایی و خلوت آن‌ها فضایی است قابل تأمل. مطالعه کیفی نشان می‌دهد که درصد مراجعه به کوه در آقایان و جوانان به‌مراتب بیشتر است. همچنین رابطه‌ای معنادار بین میزان علاقه‌مندی بیشتر به بام شهرها در خانم‌ها دیده می‌شود. میزان علاقه‌مندی به پیاده‌روی در خانم‌های مسن و میان‌سال به‌مراتب کمتر از سایر قشرها است.
 در «پرسش سوم» دلچسپی مخاطبان به مناظر و چرایی آن سنجیده و در آن هم‌زمان سه رویکرد مطالعه می‌شود (ت ۱۴ و ۱۵):
 - رویکرد روان‌شناسی مبتنی بر دلچسپی مکانی و حس بازگشت به منظر؛
 - رویکرد جامعه‌شناسی برای تأکید بر ضرورت دلچسپی و تعلق به مکان در ایجاد هویت فردی و جمعی و نیز شکوفایی افراد جامعه در بستر همزیستی مطلوب؛
 - و رویکرد فلسفی مبنی بر دلچسپی مکانی به منظر و

مناظر و مکان‌های خاص	مناظر و مکان‌های عام							دوست داشتن و دل بستن به مناظر
	مناظر	خیابان	باغ	مناظر	ساحل	مناظر جنگلی	مناظر تاریخی	
آرامگاه حافظ	۲۸/۴	۸۸/۴	۴۶/۹	۵۳/۸	۶۶/۳	۷۸/۸	۸۵/۶	درصد اشاره ساکنان تهران
.....	۷۶/۹						درصد اشاره ساکنان شیراز

مناظر و مکان‌های خاص	مناظر و مکان‌های عام				مناظر به مثابه پاتوق
	پارک	فضاهای تجاری	بام شهر	مناظر خصوصی	
خیابان ولی عصر	۳۳/۱	۴۲/۵	۴۶/۳	۵۷/۵	۶۰/۶
.....					
۴۷/۷					درصد اشاره ساکنان تهران
					درصد اشاره ساکنان شیراز

۵۸. گاستون بشلار (Goston Bachelard) نیز به مانند آتمن و هال، لحظه‌های «خلوت» را سازوکاری برای کسب جایگاه وجودی انسان و شکل‌گیری هویت و خویش‌بینی‌های می‌داند (محمدعلی هاشمی، گاستون بشلار و معماری خانه خیال»)،
 ۵۹. کوپر (Clare Cooper Marcus) معتقد است که انسان به منظور تبیین حوزه‌های «تعلق» (درون) و «بیگانگی» (بیرون) و همچنین تثبیت و عینی‌سازی حدود جایی و پسترهای ارتباط بین این دو حوزه، در فضا مداخله می‌کند، این عمل بی‌شک نقطه آغاز هر گونه اندیشه ساختن و هدایت و ساخت محیط بوده است (نک: علیرضا مستغنی، «خودبانی انسان در بستر فضا»)،
 ۶۰. جان لنگ (John Lang)، بر پایه مطالعات مازلو، حس تعلق و دل‌بستگی به مکان را از نیازهای انسانی برمی‌شمرد (لنگ، همان، ص ۹۶).
 ۶۱. پروشانسکی (H. Proshansky) هویت مکانی و تعلق مکانی را بخشی از زیرساخت هویت فردی و شخصیت وجودی انسان و حاصل شناخت‌های عمومی او از جهان می‌شمارد و آن را رابطه هم‌پوندی میان انسان و ←

ت ۱۶ (بالا). سنجش میزان دل‌بستگی و علاقه‌مندی مخاطبان به خیابان‌ها.
 ت ۱۷ (میان). سنجش میزان دل‌بستگی و علاقه‌مندی مخاطبان به پارک‌ها.
 ت ۱۸ (پایین). سنجش میزان دل‌بستگی و علاقه‌مندی مخاطبان به باغ‌های ایرانی.

به پاسخ‌های به‌دست‌آمده می‌تواند تا حدودی جنبه کاربردی بگیرد و راهنمای خلق مناظر دوست‌داشتنی برای مخاطبان باشد (ت ۱۶ و ۱۷ و ۱۸).^{۷۳}

تحلیل کیفی خیابان‌ها نشان می‌دهد که در همه موارد ذکرشده حضور درختان بلندقد که بر خیابان یا کوچه چتر گسترده‌اند و همچون سقفی خیال‌انگیز، انسان را در پناه خود محفوظ می‌دارند و همچون همراهی در طول مسیر هستند، قابل توجه است.^{۷۴} یکی دیگر از موارد، خرداقلیم ایجادشده و آسایش اقلیمی در پارهای از مسیرهای ذکرشده است. نکته دیگر حضور افراد از طبقه اجتماعی بالا و نیز هم‌جواری کاربری‌های نسبتاً شبک- و به قول مخاطبان «بالاکلاس»- در بخشی از مسیرها است.

موفقیت پارک جمشیدیه در ایجاد حس مکان قوی و نیز دل‌بستگی مکانی بسیار بالا و پس از آن پارک گفتگو قابل توجه است. توجه به طبیعت و طبیعت‌گرایی طرح، استفاده از عناصر و مصالح همساز با طبیعت، پیوستن به کوه و بی‌انتهایی پارک (ولایی)، پیچیدگی و ابهام فضایی، تنوع دیدها، تغییر سکانس‌ها، کشف و شهود فضایی، وجود دریاچه به منزله نقطه عطف پارک، و خلوت بودن منظر از جمله کیفیت‌های برشمرده‌شده هستند. در

محیط به منزله بستری برای «سکون» و «قرار» انسان «سرگردان» و در «پی‌گم‌شده خویش».

دل‌بستگی به مناظر طبیعی، تاریخی، و فرهنگی و به طور مشخص مناظر جنگلی، کوهستانی، و ساحلی، ضرورت ایجاد سرزندگی با استفاده از عناصر طبیعی و نیز ضرورت اهمیت دادن به مناظر تاریخی و فرهنگی را نشان می‌دهد. درصد حس دل‌بستگی مکانی به خیابان ولی‌عصر تهران^{۷۵} و نیز آرامگاه حافظ^{۷۶} در شیراز اهمیت این دو منظر را نشان می‌دهد و به کمک تحلیل پاسخ‌ها می‌توان کلیه‌های مناسبی را برای موفقیت در طرح‌های منظر به دست آورد. توجه به فضاهایی که میزان مراجعه بدان‌ها بسیار است و به بیان عامیانه جنبه «پاتوق» دارند، آموزنده خواهد بود. توجه به فضاهای تجاری از دو جنبه قابل‌بررسی است. جنبه نخست از نظر میزان علاقه‌مندی اکثر خانم‌ها به این گونه فضاها و جنبه دیگر مطلوب بودن تعاملات اجتماعی و نیز زندگی جمعی شکل گرفته در این مراکز است. در «برش چهارم» سنجش دل‌بستگی به مناظر و فضاهای شهری و به‌ویژه خیابان، پارک، و باغ مد نظر است. در این برش عوامل و گزینه‌هایی دنبال می‌شود که منظر یک شهر را برای شهروندان مطلوب، جذاب، و دوست‌داشتنی می‌کند. توجه

علاقه‌مندی به پارک	خیابان ولی عصر	خیابان قصرالدشت	خیابان ارم	خیابان میرداماد	خیابان میرداماد	کوچه‌های زعفرانیه
درصد اشاره ساکنان تهران	۹۱/۶	۴۲/۱	۳۷/۹
درصد اشاره ساکنان شیراز	۸۶/۱	۶۱/۵

علاقه‌مندی به پارک	پارک جمشیدیه	پارک گفتگو	پارک ملت	پارک آزادی	پارک نیاوران	پارک ساعی
درصد اشاره ساکنان تهران	۸۱/۸	۳۷/۹	۲۵/۳	۱۷/۹	۱۶/۸
درصد اشاره ساکنان شیراز	۳۳/۸

علاقه‌مندی به باغ ایرانی	جهان‌نما شیراز	فین کاشان	عقیق‌آباد شیراز	شازده ماهان	ارم شیراز	دلگشا شیراز
درصد اشاره نسبت به بازدیدکنندگان	۸۱/۹	۷۶/۳	۶۰/۶	۵۷/۵	۴۲/۵	۲۸/۱

خصوص پارک گفتگو توجه به جزئیات فکر شده در آن و استفاده از عناصر نو در بیان ایده‌ها و خلوت بودن پارک از نکات قابل توجه بوده است. همچنین سکانس‌های فضایی و بازنمایی مناظر فرهنگ‌های گوناگون برای بسیاری از مخاطبان دلپذیر است.^{۷۷} جالب توجه است که باغ جهان‌نمای شیراز که به‌تازگی بازگشایی شده و مرمت آن تا حدی بسیار «مینیما» است، از نمونه‌های دوست‌داشتنی در بین مخاطبان است. ویژگی‌های برشمرده‌شده، به طراحی مینیمال باغ، پهنه‌های وسیع و یکپارچه چمن، خلوص عناصر، خلوت بودن فضا، جدا بودن از ازدحام شهر، دیدهای چندگانه و قدمت باغ، اشاره دارد. در باغ فین کاشان نیز محور آب، کوشک میانی، درختان کهن‌سال، قدمت تاریخی، سایه‌روشن‌ها، و رها شدن از محیط روزمره از نکاتی است که حس مکان و دلبستگی مکانی را شعله‌ور می‌کند. در باغ ارم شیراز حس دلبستگی شدید، مربوط به قدمت تاریخی، زیبایی پهنه‌های گل، درختان بلند، تنوع پوشش گیاهی، و استخر دلبرای‌شکل در ضلع شمالی باغ است و جنبه‌های خاطره‌انگیز این نکته را قوت می‌بخشد. اما حس واپس‌زنی باغ در بعضی افراد، به دلیل یکپارچه نبودن ساختار و نبود وحدت در اجزای آن است. در خصوص باغ عقیق آباد شیراز، حضور نیروهای نظامی در آن اندکی خاطر بازدیدکنندگان را می‌آزارد. و موقعیت بسیار

نامناسب باغ دالگشا در بافت شهر نیز از کیفیت آن می‌کاهد. در «پرسش پنجم» مسئله این‌همانی انسان با عنصری از منظر سنجش می‌شود، به دیگر بیان در پی پاسخ این پرسش است که آیا مخاطبان عنصری از منظر را ترجمه و بیانی از خویش می‌پندارند و آن را به گونه‌ای «نماد» خود می‌دانند؟ از این جهت این‌همانی با عنصری از فضا و منظر مطرح است که «نماد» اساسی‌ترین تمایلات، خواست‌ها، و گاه آرزوها و امیدهای دست‌یافتنی انسان را باز می‌نماید،^{۷۸} و چنانچه بتوان به عناصری که بیشتر در جایگاه نماد جلب توجه می‌کنند، دست‌یافت، سنجش چرایی، و کاربرد آن‌ها در طراحی، فرصتی است برای جذب و ایجاد دلبستگی مکانی مخاطبان و کسب آرامش و قرار بیشتر آن‌ها در بستر منظر (ت ۱۹).

برای درصد بالایی از افراد مفهوم نماد و این‌همانی با عنصری از منظر چه طبیعی و چه مصنوع معنادار است. نکته بسیار مهم دیگر درصد اشاره نسبتاً بالا به «درخت» به منزله نماد است. در «پرسش ششم» عناصر و عواملی که باعث رنجش مخاطبان در بستر منظر می‌گردد مطالعه می‌شود. توجه به نکات آزردهنده مردم در منظر نیز کلیدی اساسی در پرداختن به بهسازی مناظر و راه‌گشای طراحی آینده خواهد بود (ت ۲۰). تقریباً همه نکات ذکرشده، به گونه‌ای «خلوت درونی» افراد (خلوت به معنای پویای کلمه) را بر هم می‌زنند. بسیاری از موارد به ازدحام^{۷۹} و تصرف قلمرو^{۸۰} و سلب آزادی افراد برمی‌گردد. درصد بالایی از مخاطبان آزار و اذیت و حضور آدم‌ها و ضعف‌های فرهنگی چون بر هم زدن خلوت، ایجاد آلودگی صوتی، ایجاد مزاحمت، خیره شدن، و... رنج می‌برند. اصالت حضور ماشین، ترافیک، ازدحام، و

→ محیط خوانده و معتقد است که گاه این تعلق مکانی از سطح تجربه‌های احساسی-شناختی فردی می‌گذرد و با احساس مشترک جمعی در محدوده فضایی وسیع‌تر تا سطح یک کشور و برای یک ملت نیز گسترده می‌شود (نک: رضازاده، همان، ۶۲). تیان (Yi-fu Tuan) به جای حس مکان از اصطلاح «مکان‌دوستی» استفاده می‌کند و آن را پیوندی بر محبت و تأثیرگذار میان مردم و مکان‌ها می‌داند که می‌تواند زیبایی‌شناختی حسی یا عاطفی باشد (Tuan, "Rootedness versus Sense of Place").

۶۳ Kevin Lynch: یک: لیچ، همان. ۶۴ نک: بل، همان. ۶۵ نک: ماتلاک، آتسایبی با طراحی محیط و منظر. ۶۶ Sublime: تجربه والایی زمانی روی می‌دهد که «شکوه» و منظره‌ای که درک آن «دشمنوار» و محدود است، حواسمان را فراگیرد. درست مانند آنکه بخواهیم ایده جهان بی‌نهایت را درک کنیم. بل، منظر، همان، ص ۸۹). ت ۱۹ (بالا). سنجش موضوعیت مفهوم این‌همانی با عنصری از منظر (نماد). ت ۲۰ (پایین). سنجش عناصر و عواملی که باعث رنجش مخاطبان در بستر منظر می‌گردد. مآخذ جدول‌های ت ۱ و ۲، و ۱۰ تا ۲۰: نگارندگان؛ این جدول‌ها حاصل جمع‌بندی و تحلیل نظرات پرسش‌شوندگان پژوهش است.

نماد	عنصری از طبیعت	بدون نماد	عنصری مصنوع یا شخصی	درخت
درصد اشاره	۴۱/۳	۳۷/۵	۲۱/۳	۳۳/۸

مؤلفه عملکردی (کالبد + فعالیت)	مؤلفه تجربی- زیبایی‌شناختی (فعالیت + تصورات)	مؤلفه زیست‌محیطی (کالبد + اکوسیستم)
ترافیک (۷۸/۱٪)، افراد بی‌فرهنگ (۸۳/۱٪)، افراد و عوامل سلب آزادی (۷۶/۳٪)، زشتی جداره‌ها و ساختمان‌ها (۶۰/۳٪)	ازدحام و شلوغی (۸۴/۴٪)، افراد بی‌فرهنگ (۸۳/۱٪)، افراد و عوامل سلب آزادی (۷۶/۳٪)، زشتی جداره‌ها و ساختمان‌ها (۶۰/۳٪)	آلودگی صوتی (۸۱/۹٪)، کثیفی فضا (۴۶/۹٪)، فقدان آسایش اقلیمی (۳۲/۵٪)

۶۷ موارد و نتایج پدست‌آمده بر اساس نظریه‌های پیش‌گفته و نیز مدل نیازهای انسانی قابل‌توجه است. به طور کلی چنانچه منظر طراحی پاسخ‌گوی نیازهای چند سوبه‌انسان باشد از نیازهای فیزیولوژیکی تا نیازهای رده بالا، چون زیبایی و خودشکوفایی، نیل به موفقیت فضا و منظر بیشتر خواهد بود.

۶۸ «توقعات فضایی» بدین معنی است که انسان انتظار دارد در مواجهه با فضایی خاص یا یک مکان احساس‌های خاصی در او ایجاد شود. این توقعات بسته به «موضوع طراحی» تحت عنوان «توقعات عام، موضوعی، موردی و موضوعی» مطرح‌شدنی هستند (یاگزاد مابانی نظری و فرایند طراحی شهری، ص ۱۰۹).

۶۹ نمونه‌ای بسیار شاخص، شرکت در مراسم باستانی چهارشنبه‌سوری است، شرکت در جشن‌ها و فعالیت‌های جمعی ناگهانی چون برف‌بازی... این حس را برای مخاطبان بدون ویژگی‌های کیفی خاص کالبدی-به‌ارمغان دارد.

۷۰ تک: مستثنی، همان.

۷۱ اکثر افراد در نگاه اول اشاره به «پداده‌روی» در «هر» مکان و منظر را بدون اهمیت کالبدی بیان می‌کنند. اما با پرسشگری ویژه مشخص گردید که همه مکان‌های مورد توجه افراد در بالاترین حد، دو یا سه گزینه است، و بنا بر این اهمیت‌پذیری‌های کالبدی برای تقویت یک فعالیت و رفتار نمایان می‌گردد.

۷۲ مواردی چون: زیبایی و رعایتی درختان سر به هم آورده، ایجاد حریمی امن و کاربری‌های هم‌جوار و آب‌وهوای مناسب و حضور افراد از طبقه بالا در بخش‌های شمال خیابان ولی عصر از موارد ذکر شده و کیفیات مطلوب این مسیر است.

موانعی که فعالیت آزاد افراد را بر هم می‌زند چه آدم‌ها و چه موانع فرهنگی و فیزیکی-از دیگر نکات قابل توجه است. آلودگی صوتی، زشتی و کیفی جداره‌ها، ساختمان‌ها و مبلمان شهری، کف‌سازی نامناسب، چاله‌های ناگهانی، راه‌بندهای طولانی مدت برای تعمیرات، و... نیز بسیار موجب توجه و آزار مخاطبان منظر است.

نتیجه گیری

حس دل بستگی در گفتگو و تعامل دوسوبه‌انسان با منظر شکل می‌گیرد. از یک سو، انسان با نیازها، خواست‌ها و توقعات فضایی، و پیش‌اندوخته‌ها (از فرهنگ تا سابقه ذهنی)، از دیگر سو، منظر با قابلیت‌ها و ویژگی‌های کالبدی پویایی این رابطه را شکل می‌دهند. منظر، مکانی که زیسته و ادراک می‌شود، بستر رویدادها، برخوردها، و تعاملات اجتماعی است. گذر زمان، لحظه‌های روانی مخاطب، و اتفاق متمایز فضایی در یک منظر، چهره‌ها و تأثیرات متفاوتی به آن می‌بخشد. گاه آنچه مایه دل بستگی مخاطبان می‌گردد، فراتر از عناصر کالبدی رفته و الگوهای «فضا» و «رویداد» و «تصورات» و «احساس» افراد نقش بنیادی می‌یابد. بنا بر این چنانچه پیش‌تر بدان اشاره شد، چرایی دل بستگی مخاطبان به مناظر را با توجه به مدل مکان پایدار در هریک از مؤلفه‌های آن می‌توان جستجو کرد. به این منظور، بهره جستن از روان‌شناسی محیطی و نظریه‌های زیبایی‌شناسی معاصر و توجه به مدل گسترده‌نیازهای انسانی

منابع و مأخذ

آلتمن، ایروین. محیط و رفتار اجتماعی: خلوت، فضای شخصی، قلمرو و ازدحام، ترجمه علی نمازبان، تهران: دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۲.

الکساندر، کریستوفر. معماری و راز جاودانگی: راه بی‌زمان ساختن، ترجمه مهرداد قیومی بیدهندی، تهران: دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۱.

راه‌گشای کندوکاو عوامل و چرایی این دل بستگی خواهد بود. هرچه منظر پاسخ‌گوی چند سوبه‌نیازهای انسان باشد و هرچه این نیازها در مخاطبان بنیادی‌تر باشد، این رابطه و گفتگو ژرف‌تر و ماندگاری ذهنی و حس دل بستگی و این‌همانی فرد با فضا پررنگ‌تر می‌گردد.

به بیانی کوتاه، از ویژگی‌های مطلوب مؤلفه عملکردی منظر بر پایه آرای مخاطبان می‌توان ایمنی، تنوع فعالیت، آزادی انتخاب، تجربه منظر در شب و از ارتفاع، وسعت دید و گشایش فضایی را بر شمرد. ابهام و پیچیدگی فضایی، سابقه تاریخی، حس مکان قوی، امکان رسیدن به خلوت درونی، تجربه منظر مینیمال، القای ولایی، و شور جمعی و سرزندگی اجتماعی شکل‌گرفته در بستر مناظر از عوامل ممتاز مؤلفه تجربی-زیبایی‌شناختی است. توجه به بستر طبیعی و بکر منظر (حال‌وهوای طبیعت بکر)، وجود آب، بارش باران و برف، سکوت و آرامش فضایی، و پاکیزگی و لطافت آب‌وهوا از عوامل مهم مؤلفه زیست‌محیطی مورد نظر افراد است.

توجه به ویژگی‌ها و کیفیت‌های مناظر مورد علاقه و فعالیت‌ها و توقعات فضایی افراد، به همراه جداول و نتایج کیفی ارائه شده در این پژوهش می‌تواند راه‌گشایی باشد برای طراحی آنچه قرار و آرامش را برای افراد به ارمغان می‌آورد و آنچه مایه «انس» انسان‌ها به فضاها و شهرها می‌گردد و مناظر را به بستری برای آرامش و خویش‌نمایی آن‌ها تبدیل می‌کند.

بل، سایمون. منظر، الگو، ادراک و فرایند، ترجمه امین‌زاده، تهران: دانشگاه تهران، ۱۳۸۲.

یاگزاد، جهان‌شاه. مبانی نظری و فرایند طراحی شهری، تهران: شهیدی، ۱۳۸۵.

پرتوی، پروین. «مکان و بی‌مکانی: رویکردی پدیدارشناسانه»، در هنرهای زیبا، ش ۱۴ (تابستان ۱۳۸۲)، ص ۴۰-۵۰.

درفنی، علی. منظر جاوان، رساله کارشناسی ارشد، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۶.

رضازاده، راضیه. «روان‌شناسی محیطی»، جزوه درسی دانشگاه علم و صنعت ایران، بهار ۱۳۸۳.

_____ . «بحران ادراکی- رفتاری در فضای شهری»، در شهرداری‌ها، ش ۲۳ (۱۳۸۴)، ص ۵-۱۱.

طهوری، نیر. «سکونت‌شاعرانه و ساختن جودانه»، در خیال، ش ۳ (پاییز ۱۳۸۱)، ص ۷۰-۱۱۳.

فلاح، محمدصادق. «مفهوم حس مکان و عوامل شکل‌دهنده آن»، در هنرهای زیبا، ش ۲۶ (تابستان ۱۳۸۵)، ص ۵۷-۶۶.

گروتز، یورگ کورت. «زیبایی‌شناسی در معماری، ترجمه جهانناه پاکزاد و عبدالرضا همایون، تهران: دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۲.

گلکار، کورش. «مؤلفه‌های سازنده کیفیت طراحی شهری»، در صفحه، ش ۲۲ (بهار و تابستان ۱۳۸۰)، ص ۲۸-۶۵.

_____ . «سنخشن مکان در طراحی شهری»، در صفحه، ش ۴۰ (بهار و تابستان ۱۳۸۴)، ص ۲۸-۴۹.

لنگ، جان. آفرینش نظریه معماری: نقش علوم رفتاری در طراحی محیط، ترجمه علیرضا عینی‌فر، تهران: دانشگاه تهران، ۱۳۸۱.

لیبچ، کوین. سیمای شهر، ترجمه منوچهر مزینی، تهران: دانشگاه تهران، ۱۳۸۳.

ماتلاک، جان ال. آشنایی با طراحی محیط و منظر، ترجمه معاونت آموزش و پژوهش سازمان پارک‌ها و فضای سبز تهران، سازمان پارک‌ها و فضای سبز، ۱۳۷۹.

مارکوس، کلر کوپر. «خانه نماد خویشن»، ترجمه احد علیقلیان، در خیال، ش ۵ (بهار ۱۳۸۲)، ص ۸۴-۱۱۹.

_____ . «مستغنی، علیرضا. «خودنمایی انسان در بستر فضا»، در آبادی، ش ۴۸ (پاییز ۱۳۸۴)، ص ۹۰-۹۳.

میرمقتدایی، مهتاب. «معیارهای شناخت و ارزیابی هویت کالبدی شهرها»، در هنرهای زیبا، ش ۱۹ (پاییز ۱۳۸۳)، ص ۱۷-۲۶.

نعمتی‌مهر، مرضیه‌السادات. «اصل کلیت در طراحی شهری»، در هنرهای زیبا، ش ۲۲ (تابستان ۱۳۸۴)، ص ۵-۱۴.

نوبر کد- شولتز، کریستیان. «گزینه‌های از معماری، معنا، و مکان، ترجمه ویدا نوروز برازجانی، تهران: جهان، ۱۳۸۲.

_____ . مفهوم سکونت، ترجمه محمود امیر یاراحمدی، تهران: آگاه، ۱۳۸۴.

هاشمی، محمدعلی. «گاستون بشلار و معماری خانه خیال»، در آبادی، ش ۲۳ (مستان ۱۳۷۵)، ص ۱۰-۱۷.

Altman, I. & Setha Low (ed.). *Place Attachment*, New York: Plenum Press, 1992.

Arefi, Mahyar. "Non-Place and Placelessness as Narrative of Loss: Rethinking the Notion of Place", in *Journal of Urban Design*, Vol. 4, No.2 (Spring 1999), pp. 179-193.

Brook, Isis. "Can Spirit of Place be a Guide to Ethical Building?", in: Warwick Fox (Ed.) *Ethics & the Built Environment*. Routledge, 2000.

CABE (Commission for Architecture and the Built Environment). *By Design, Urban Design in the Planning System: Towards Better Practice*, London: Department of the Environment, Transport and the Regions, 2000.

Cross, Jennifer E. "What is Sense of Place?", in Department of Sociology Colorado State University Prepared for the 12th Headwaters Conference, Western State College, November 2-4, 2001.

Hummon, David. *Community Attachment: Local Sentiment & Sense of Place*, New York: Plenum, 1992.

Kropf, Karl. "Urban Tissue and the Character of Towns", in *Urban Design International*, 1(3) (1996), pp. 247-263.

Relph, Edward. *Place and Placelessness*, London: Pion, 1979.

Shamai, Shmuel. "Sense of Place: An Empirical Measurement", in *Geoforum*, vol. 22, pp. 347 - 358.

Tuan, Yi-Fu. "Rootedness Versus Sense of Place", in *Landscape: A Magazine of Human Geography*, Vol. 24 (Winter 1980), pp. 3-8.

_____ . *Space and Place: The Perspective of Experience*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001.

Woodward, Kath. "Questions of Identity", in Kath Woodward (Ed) *Questioning identity, Gender, Class, Nation*, Routledge, 2000.

۷۳. در حافظه شمسار، اشاره به امنیت فیزیکی و روانی، کنده شدن از زندگی روزمره، حضور افراد هنرمند و ارزشمند، وجود حافظ و نیز آزادی مخاطبان از گزینه‌های برشمرده شده است.

۷۴. کشف الگوهای منازری که مخاطبان بدان‌ها دلبنگی دارند تنها تذکر و راه‌گشایی است برای نیل به خلق مناظر مطلوب. موفقیت یک فضا در جذب مخاطبان به دلیل رابطه پویا، دو سویه، و پیچیده مخاطب-منظر منطقی‌تضمین نخواهد بود.

۷۵. تقریباً در همه خیابان‌ها و مسیرهای ذکرشده عنصر اصلی پوشش گیاهی، درختان «چنار» کهن‌سال و بلند در دو سوی محور است که سر در آغوش یکدیگر دارند.

۷۶. بسیاری از موارد ذکرشده بر اساس نظریه‌های معاصر زیبایی‌شناسی منظر، قابل‌تأمل هستند. (ک: بل، همان، بخش

«زیبایی‌شناسی».)

۷۷. چند نفر از مخاطبان پارک ساعی را به دلیل خلوتی و دیدهای متنوع بسیار دوست دارند اما جمعی از مخاطبان که

درصد بیشتری نسبت به افراد قبل دارند، از «گودی» و عمق پارک و «بی‌رویی» و «واپس‌زنی» پارک سخن می‌گویند.

در مورد پارک ملت کسانی که حس مکان‌دوستی بدان دارند، از دلایل خاطرهای و آزادی فعالیت سخن

به میان می‌آورند و گروه مخالف از بی‌کرانگی ورودی، به کار بردن گسترده سنگ در کفسازی آن و حس تصنع و بی‌مقیاسی پارک رنجور هستند.

۷۸. نک: کوپر، «خانه نماد خویشن»، 79. Crowding

80. Territory