[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-15]

بررسی حس تعلق به مکان با توجه به تفاوت‌های جنسیتی

(مطالعه موردی: شهر ایلام)

محمدرضا ملکی *، سپیده پارسا*، بهزاد وثیق، ابراهیم مرادی*****

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۰٤/۲۹
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۱۱/۱۳

چکیده

مکان تنها مجموعه‌ای از اشیا نیست و هر مکان تصویر خاص خود را بر روی ذهن افراد باقی می‌گذارد. حس تعلق به مکان، پیوندی محکم بین فرد و مکان ایجاد کرده و افراد خود را با مکانی که به آن تعلق دارند تعریف می‌کنند. زمانی که فرد نسبت به مکان حس تعلق کند این امر موجب هماهنگی فرد با محیط و رضایت وی از محیط شده و همچنین انگیزه لازم برای ماندگاری فرد در محیط را فراهم به‌وجود می‌آورد. تاکنون تحقیقات بسیاری در زمینه ارزیابی حس تعلق به مکان صورت پذیرفته است. با این حال متغیر جنسیت در جمعیت مورد ارزیابی، دخیل نگردیده است و از وزن‌دهی به آن چشم‌پوشی می‌شود.

پژوهش حاضر رابطه میزان هم‌پوشانی حس تعلق به مکان در جمعیت هدف ایلام با مقایسه اثرگذاری متغیر جنسیت، را مورد بررسی قرار می‌دهد. این مقاله با اتکا بر روش اسنادی و پیمایشی و همچنین جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از ابزار پرسشنامه حاصل گردیده است. نتایج این تحقیق نشان‌دهنده این موضوع است که میزان حس تعلق به مکان به میزان احساس امنیت در آن مکان، خصوصیات کالبدی، تأثیرات آن مکان بر برداشت‌های ذهنی و ماندگاری این تصورات بستگی دارد که با تغییر هرکدام از این عوامل میزان حس تعلق به مکان در افراد تغییر خواهد کرد. در این میان تفاوت‌هایی نیز میان حس تعلق زنان و مردان وجود دارد که به خصوصیات جنسیتی آنان وابسته است.

واژگان کلیدی: جنسیت، حس تعلق به مکان، شهر ایلام.

* کارشناسی ارشد معماری، گروه معماری، واحد علوم تحقیقات ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران. m.maleki200@yahoo.com
** دکترای معماری، استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه صنعتی جندی شاپور دزفول.
*** دکترای باستان شناسی، استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام.

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-15]

مقدمه

پیوند انسان و محیط، باعث می‌شود تا وی احساس تعلق و هویت کند. تجربه انسان از جهان به‌واسطه کیفیت‌ها و معانی آن شناخته می‌شد (شولتز، ۱۳۸۲، ۳۰). حس مکان، راهبرد معنادهی به درک حسی افراد برمبنای خصوصیات فردی است. این راهبرد بسته به عناصر تشکیل‌دهنده فضا و ادراک شخصی فرد از مجموعه عناصر، متفاوت می‌شود. به‌عبارتی همان‌گونه که بین ارزش‌های فردی و رفتارهای اجتماعی و چگونگی حس مکان تأثیر و تاثّر وجود دارد. لذا؛ تعلق مکانی، رابطه نمادین ایجاد شده توسط افراد به مکان است که معانی احساسی، عاطفی و فرهنگی مشترکی به یک فضای خاص می‌دهد. تعلق به مکان، چیزی بیش از تجربه عاطفی و شناختی بوده و عقاید فرهنگی مرتبط کننده افراد به مکان را نیز شامل می‌شود. با قراردهی محیط شهری در برابر تجربیات جمعیت هدف، تلاش می‌شود تا مشارکت مردم در ساخت محیط و افزایش یا کاهش حس تعلق مکان مورد بحث قرار گیرد.

پرسش‌های تحقیق

۱. نقش جنسیت در تلقی از سکونت در خانه تا چه حدی و چه گستره‌ای را شامل می‌شود ؟

۲. مؤلفه‌های دخیل در برهم کنش دو متغیر طراحی مسکونی و تعلق مکانی کدامند؟

روش تحقیق

در این پژوهش بررسی رابطه میزان مشارکت مردمی در طراحی مسکونی و حس تعلق به مکان با مطالعه موردی شهر ایلام مورد بررسی قرار خواهد گرفت. لذا روش تحقیق در این پژوهش، روش اسنادی و پیمایشی می‌باشد. با تهیه پرسشنامه نسبت به برداشت نظرات مردم از محیط، خواه خانه و یا محیط جمعی شهری، میزان رضایت‌مندی از مکان زندگی و انتظارهای آنان از محیط مسکونی پرداخته شده است. در مرحله اول از پرسش‌شوندگان درخواست شده است تا به سوالات پاسخ داده و نظرات خود را در مورد محیط مسکونی خود و محیط دلخواه خود بیان کنند و در مرحله بعد به تحلیل این پاسخ‌ها و مقایسه آن‌ها پرداخته شده است. ابزار اصلی آماری که در این مقاله استفاده شده؛ تحلیل رگرسیونی است.

ادبیات تحقیق

مکان

واژه مکان در فرهنگ لغت آکسفورد، به معنای نقطه‌ای در زمین است که ارزش‌های انسانی بر بستر آن شکل گرفته و رشد می‌یابد. همچنین در فرهنگ لغت انگلیسی وبستر، علاوه بر مفهوم جغرافیایی آن، به‌نحوه و قرارگیری افراد در جامعه در مکان‌های خاص اشاره می‌کند.

مکان بخشی از فضا و دارای بار ارزشی- معنایی بوده (افشار نادری، ۱۳۷۸، ٤) که خود نتیجه برهمکنش سه مؤلفه رفتار انسانی، مفاهیم و نیز ویژگی‌های فیزیکی است. بر این اساس می‌توان آن‌را تجربه عرصه درونی در برابر عرصه بیرونی دانست که در برگیرنده جهات گوناگون و تعدادی گشودگی می‌باشد. در این تجربه، رسالت معمار، تبدیل جا به مکان و به فعلیت درآوردن بالقوه‌گی‌های محیط است (پورمند و دیگران، ۱۳۸۹، ۸۲). در عرصه تجربه فردی، هر انسان، مکان را آسان‌تر از فضا، که بنیانی انتزاعی دارد؛ درک کرده و در مقایسه با فضا، ضرورت مکان برای زندگی فردی و اجتماعی را به سادگی احساس می‌کند.

در دیدگاه پدیدارشناسانه، مکان چیزی بیش از یک محل انتزاعی بوده و کلیتی است که از اشیاء و چیزهای واقعی ساخته شده و دارای مصالح، ماده، شکل، بافت و رنگ است. مجموعه این عناصر با هم شخصیت محیطی

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-15]

مکـان را تعریـف مـی‌کننـد. مکـان زمینـه‌ای بـرای فعالیت‌هاست و عموماً دارای هویـت شـناختی بـوده در برگیرنده عوامل اجتمـاعی متنـوع بـوده و دارای تـاریخی است که گذشته، حال و آینـده را بـه‌هـم پیونـد مـی‌زنـد (پرتوی، ۱۳۸۲، ٤۲).

کانتر با ارائه نظریه چهره مکان، چهار جـزء مـرتبط در یک مکان را شـامل تفـاوت عملکـردی، اهـداف مکـانی، مقیاس تعامل و بخش‌های طراحی دسته‌بندی می‌کند؛ کـه تفاوت عملکردی به فعالیت‌های مکان، اهداف مکانی بـه مفـاهیم و معـانی مکـان، مقیـاس بـه انـدازه محیطـی و بخش‌های طراحی به عناصر و اجزای کالبدی مکان اشاره دارد. وی مکان را شامل فعالیت، قرارگاه کالبدی و اجزای دیگر می‌داند. براساس مدل کانتر، مکان بخشی از فضـای ساخته شده یا فضای طبیعی است که کیفیت مکان نتیجـه روابط متقابل میان سه عامل انسانی، معانی و مفاهیم و در نهایت مشخصات کالبدی اسـت(Canter, 1977a, p83). رلف اعتقاد دارد که یک مکان، زمانی فراتـر از یـک فضـا است که واجد سه خصوصیت محدوده کالبدی، فعالیت و معنا باشد و در این میان، معنا را جزء اصـلی و لاینفـک و صـــعب‌الوصـــول ایـــن گـــروه مـــی‌دانـــد. (relph, 1976; tuan, 1974)

حس مکان

محیط، خواه خانه و یا فضای عمومی، علاوه بـر عناصـر کالبدی شامل پیام‌ها، معـانی و رمزهـایی اسـت کـه مـردم براساس نقش‌ها، انگیزه‌ها و دیگر عوامل، آن را رمزگشـایی و درک می‌کنند. این حس کلی که پس از ادراک و قضاوت نسبت به محیط خاص در فرد به‌وجود می‌آید، حس مکـان نامیده می‌شود که به‌عنوان عاملی مهم در همـاهنگی فـرد و محـیط، باعـث بهـره‌بـرداری بهتـر از محـیط، رضـایت بهره‌برداران و در نهایت احساس تعلـق آن‌هـا بـه محـیط و تداوم حضور در آن می‌شود(سرمست و متوسلی،۱۳۸۹، ۱).

اصـطلاح حـس مکـان از ترکیـب دو واژه حـس و مکـان تشکیل شده اسـت. واژه حـس در اصـطلاح حـس مکـان بیشتر به مفهوم عاطفه، محبت، قضاوت و تجربه کلی مکان یا توانایی آن در ایجاد حس خاص یا تعلق در افراد اسـت. از دیدگاه شولتز، مکان فضایی است کـه پـس از احسـاس شدن، درک شده و سپس با خاطره عجین می‌شود؛ بنابراین در حالات روحی و خاطرات هست‌منـد بشـری اسـت کـه حس مکان، شکل می‌گیرد. در تفسـیرهـای امـروزی حـس مکـان چیـزی اسـت کـه افـراد در دوره زمـانی خـاص می‌آفرینند و نتیجه رسوم و اتفاقات تکراری بـوده؛ حـال و هوای محیط را توصیف می‌کند. بعضی از مکان‌ها آن‌چنـان احساسـی از جاذبـه دارنـد کـه بـه فـرد نـوعی احسـاس وصف‌نشدنی القا و او را سرزنده، شاداب و علاقـه‌منـد بـه بازگشت به آن مکان‌ها می‌کننـد. در واقـع مـی‌تـوان گفـت حس مکان انگیزه ماندگاری را در محیطی خاص تقویت یا افزایش می‌دهد (قادرمرزی، ۱۳۸۰، ۸).

لذا؛ حس مکان عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افـراد خاص می‌گردد (سرمسـت و متوسـلی، ۱۳۸۹، ۱). شـکل اولیه حس مکان، آشنایی با مکان است که شامل بودن در یک مکان بدون توجـه بـه کیفیـات یـا معنـای آن اسـت. بسیاری از مردم، مکان‌ها را در حد آشنایی تجربه می‌کنند و رابطه آن‌ها با برخی از مکان‌ها فقط از طریق فعالیت‌هـا است. این افراد توجه عمیقـی بـه خـود مکـان ندارنـد و شکلی از مکان را تجربه می‌کنند که باعث ندیـدن واقعـی مکان و عدم مشارکت در فعالیت‌های آن می‌شود. به نظـر می‌رسد بـرای افـرادی کـه تحـت فشـارهای فرهنگـی و فن‌آورانه قرار گرفته‌اند، محـیط‌هـا در ایـن سـطح تجربـه می‌شوند. در نتیجه احساس تعلقی بـه مکـان ندارنـد و از لحاظ جغرافیایی احساس بیگـانگی مـی‌کننـد. از دیـدگاه پدیدارشناسان ادراک حس مکان به معنای مرتبط شدن بـا

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-15]

مکان به‌واسطه درک نمادها و فعالیت‌های روزمره است. این حس می‌تواند در مکان زندگی فرد به‌وجود آمده و با گذر از زمان عمق و گسترش یابد (همانجا). لینچ، ادراک و تصور ذهنی مردم از شهر را به دلیل همین رابطه بسیار مهم دانسته و اعتقاد دارد که حس مکان عاملی است که میان انسان و مکان ارتباط برقرار کرده و وحدت به‌وجود می‌آورد. مکان باید هویت قابل ادراکی داشته، قابل شناسایی، به‌یاد ماندنی و نمایان باشد؛ تا بتواند حس مکان را نیز ایجاد کند.

شامای (*1991*) سه مرحله را برای حس مکان در نظر می‌گیرد که شامل تعلق به مکان، دلبستگی به مکان و تعهد به مکان است. وی حس مکان را به ۷ سطح متفاوت دسته‌بندی می‌کند: ۱-بی‌تفاوتی نسبت به مکان ۲-آگاهی از قرارگیری در یک مکان ۳-تعلق به مکان ٤-دلبستگی به مکان ٥-یکی شدن با اهداف مکان ٦- حضور در مکان ۷-فداکاری برای مکان. حس مکان دارای سلسله مراتبی از بی‌تفاوتی تا فداکاری نسبت به مکان است. هرچه ویژگی‌های محیطی به مشخصات یک مکان شهری نزدیکتر باشد، این حس افزایش یافته و در غیر آن مردم نسبت به محیط بی‌تفاوت می‌مانند که عواقب ناگواری از مشکلات جسمی و روحی شهروندان تا تخریب محیط شهری را در پی دارد(ورشوچی، ۱۳۹۰، ۱۲).

حس تعلق

تعلق مکانی به این معنا است که مردم خود را به واسطه مکانی که در آن به‌دنیا آمده‌اند و رشد کرده‌اند، تعریف می‌کنند (سرمست و توسلی، ۱۳۸۹، ۲). احساس تعلق به مکان، سطح بالاتری از حس مکان است که در هر موقعیت و فضا، به‌منظور بهره‌مندی و تداوم حضور انسان در مکان نقش تعیین‌کننده‌ای دارد (فلاحت، ۱۳۸۵، ٦۰).

مطالعات متعددی در مورد شناخت حس تعلق و ارتباط آن با جنبه‌های مختلف انسانی صورت گرفته و متفکرین مختلفی در حوزه‌های گوناگون به تبیین و شناخت این حس و نقش آن در زندگی انسانی پرداخته‌اند. پدیدارشناسان و روانشناسان محیطی، دو دسته عمده هستند که به بررسی موضوع پرداخته‌اند. از نگاه پدیدارشناسان، حس تعلق به معنای پیوندی محکم و عاملی تأثیرگذار میان مردم و مکان با اجزای تشکیل‌دهنده آن است. این پیوند، سبب گسترش عمق تعامل فرد با محیط شده و با گذر زمان عمق و گسترش بیشتری می‌یابد (Relph,1976;and,1974). روان‌شناسان محیطی نیز به مطالعه محیط و روابط انسانی پرداخته‌اند (Hidalgo & Hernandez, 2001). در این دیدگاه، تعلق مکانی به رابطه شناختی فرد با محیط یا یک فضا اطلاق می‌شود و از لحاظ هویتی، تعلق مکانی اشاره به رابطه هویتی فرد به محیط اجتماعی که در آن زندگی کند؛ دارد(Altman & low, 1992, p22). انواع نگرش‌های ارتباط انسان و مکان، در جدول شماره ۱، گردآوری شده‌اند.

رویکرد	موضوع اصلی مورد اشاره	نتیجه
شناختی	نقش شناخت انسان از محیط	محیط‌های با آگاهی و شناخت بیشتر ← معنای بیشتر محیط‌های با آگاهی و شناخت کمتر ← معنای کمتر
اجتماعی	حس تعلق برایند عواملی از تعاملات اجتماعی است که در محیط صورت می‌گیرد .	محیط حاوی اطلاعات و نشانه‌های مشترک اجتماعی است که انسانها با درک و رمزگشایی آن‌ها با محیط خود به تعامل می‌رسند
احساسی	به بعد عاطفی و احساسی ارتباط انسان و مکان اشاره دارد.	تعامل ناشی از نوعی ارتباط عمیق بین انسان و مکان است و شکل‌گیری معنا در ارتباط با عواطف انسانی است .
هستی شناسی	توجه به نیازهای انسانی	حس تعلق برگرفته از نوعی نیاز اجتماعی بودن انسان است که به‌دنبال یافتن جایای محکم در جهت ارتباط با محیط و پیوند صمیمانه با آن می‌باشد. انسان فضا را با نیازهای اساسی خود تعبیر کرده و براساس شایستگی و انگیزش‌های خود معنای خاص تعلق را از محیط استنباط می‌کنند.

ج۱. انواع نگرش‌های ارتباط انسان و مکان در روانشناسی محیطی. مأخذ: (نگارندگان).

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-15]

ابعاد مختلف حس تعلق به مکان

به‌طور کلی حس تعلق به مکان را می‌توان در دو دسته تقسیم‌بندی نمود:

الف : تعلق اجتماعی: بر پایه تعاملات و کنش‌های اجتماعی در محیط صورت می‌گیرد، و محیط از این منظر گونه‌ای از تعلق و ترکیبی از عناصر اجتماعی را دارا می‌باشد؛ که فرد در آن به جستجوی تعلق خاطر خود می‌پردازد (کاشانی‌جو، ۱۳۸۹، ۹۵-۱۰۶).

ب : تعلق کالبدی به مکان: برگرفته از عناصر و اجزای کالبدی مکان به‌عنوان بخشی از فرایند شناخت و هویت انسانی می‌باشد. ریجر و لاواراکاس، در مطالعات خود به نقش مهم و اساسی تعلق کالبدی اشاره و از آن با عنوان ریشه‌داری یاد می‌نماید. بر این اساس فرد، محیط، خواه خانه و یا فضای عمومی را به‌همراه عناصر کالبدی آن در شکل‌دهی معنای تعلق به خاطر می‌سپارد (فروزنده و مطلبی، ۱۳۹۰، ۲۷-۳۷). در فضاهای عمومی و شهری نیز این موضوع دیده می شود. محله‌های شهری یکی از کانون‌های ملموس شکل‌گیری تعلق اجتماعی می‌باشند. ارزش‌ها و هنجارهای محله‌ای اولین برخورد ملموس افراد با موضوع تعلق را شکل داده و به‌صورت مناسبات رویاروی، حس تعلق اجتماعی را تقویت می‌کنند. عوامل شکل‌دهنده حس مکان از نظر صاحب‌نظران مختلف، در جدول ۲ گردآوری شده‌اند. درجه محصوریت و امنیت، شخصیت های فیزیکی مکان، از جمله مؤلفه‌های مشترک در دیدگاه صاحب‌نظران هستند. یکی از اهداف تحقیق، فهم تفاوت دریافت افراد از چگونگی تعلق به مکان، نسبت به جنسیت افراد است. در ادامه، متغیر جنسیت در آزمون تحقیق مورد توجه واقع شده است.

اندیشمندان	دیدگاه کلی	عوامل شکل‌دهنده حس مکان
فریتز استیل	یک سری عوامل کالبدی و خصوصیات موجب برقراری رابطه متمرکز با مکان است	اندازه مکان، درجه محصوریت، تضاد، مقیاس، تناسب، مقیاس انسانی، فاصله، بافت، رنگ، بو، صدا، تنوع بصری، هویت، تاریخ، تخیل و توهم، راز و رمز، لذت، شگفتی، امنیت، سرزندگی، شور و خاطره.
سالواسن	حس مکان از تعامل سه عنصر موقعیت، منظر، و درهم‌تنیدگی فردی بوجود می‌آید که هر کدام از آن‌ها به تنهایی برای خلق حس مکان کافی نیست.	شخصیت کالبدی، مالکیت، اصالت، ساکنین، وسایل رفاهی، طبیعت (آب، گیاهان، آسمان، خورشید)، فضاهای خصوصی و جمعی (درجه محصوریت)
یان زو	۱-ساختارهای معنایی فضا و محیط ساخته شده برای ایجاد مجموعه‌هایی از کیفیات خاص و به‌وجود آمدن حس مکان نقش دارند.۲- سه متغیر مکان، خوانایی، ادراک محیط بصری و هماهنگی قرارگاه رفتاری با محیط بصری است.	نگرش‌ها، جهان‌بینی‌ها، پیوند افراد با مکان مانند : حکایات مربوط به مکان تجربه‌های مکان پیوندهای معنوی با مکان
نوربرگ شولتز	حس مکان در مکان‌هایی یافت می شود که دارای شخصیت مشخص و متمایز هستند.	مصالح، شکل، بافت، رنگ
لینچ	حس مکان عاملی است که میان انسان و مکان ارتباط برقرار کرده و وحدت به‌وجود می آورد.	هویت قابل ادراک فضا، قابل شناسایی بودن فضا، به یاد ماندنی بودن فضا
جنیفر کراس		چگونگی رابطه با مکان و اجتماع، درجه محصوریت

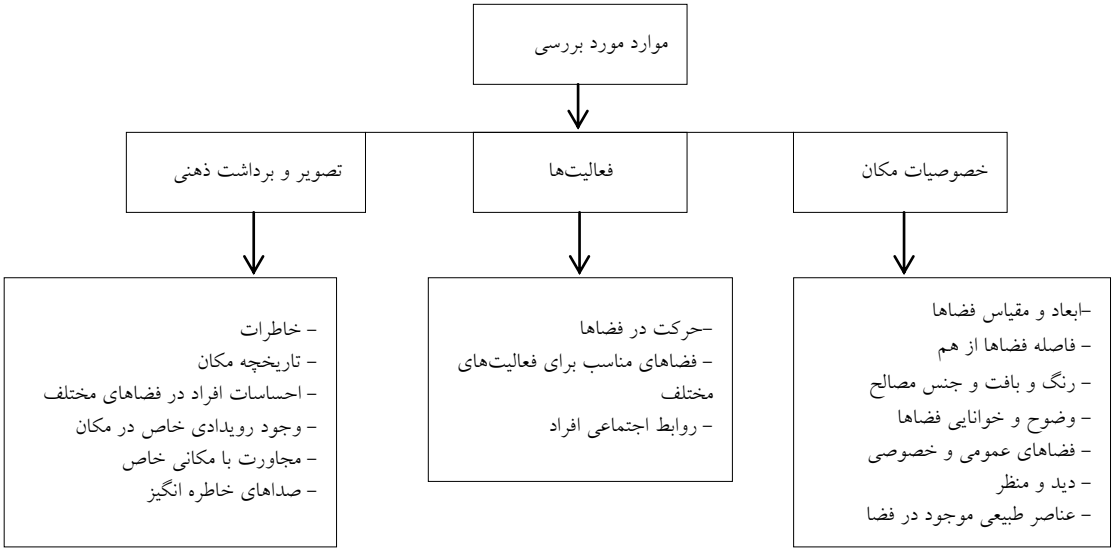
ج۲. عوامل شکل‌دهنده حس مکان از نظر صاحب‌نظران. مأخذ: (نگارندگان).

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-15]

آزمون تحقیق مطالعه پیمایشی

جهت آزمون، یافته‌های اولیه تحقیق، پرسش‌نامه‌هایی بین دو جامعه آماری، به‌صورت اتفاقی، از زنان و مردان ساکن شهر ایلام، مورد سوال قرار داده شده است. تعداد نمونه‌های هر جامعه ۳۰ نفر، و در مجموع ٦۰ نفر مورد بررسی قرار گرفته است. در ادامه تلاش شد تا براساس مطالعات پایه، عوامل مؤثر در ایجاد حس تعلق به مکان، به تفکیک جنسیت، تقسیم‌بندی و مورد بررسی قرار گیرند. عوامل اساسی همان‌گونه که از کلیت نوشتار برآمده، شامل، خصوصیات مکان، فعالیت‌ها و در نهایت تصویر و برداشت ذهنی است که در نمودار۱ آورده شده است. این موارد به‌صورت چهارچوب متغیرهای شکل‌دهنده سوالات پرسشنامه آورده شده‌اند.

رتبه‌بندی متغیرها براساس آزمون فریدمن، انجام پذیرفت. جدول زیر آزمون فرض برابری رتبه متغیرها را نشان می‌دهد. با توجه به مقدار سطح معنی‌داری در جدول (۰/۰۰۰) آزمون معنادار است، لذا فرض صفر یعنی برابری میانگین رتبه گروه‌های زیرمجموعه در سطح معناداری ۰/۰۵ رد می‌گردد. چون رتبه‌ها دارای اختلاف معنادار هستند لذا قابل مقایسه خواهند بود (جدول شماره۳).در ادامه، براساس آزمون t-یکطرفه، فرضیه تأثیردار بودن متغیرها، مورد بررسی قرار گرفته، لذا؛ برای متغیر خاص فرض تأثیرگذاری متغیر، تأیید می‌گردد. در بررسی به‌عمل آمده هر کدام از عوامل به‌صورت جداگانه در مورد زنان و مردان مطالعه شده و نتایج حاصله در جدول‌های شماره ٤ الی ٦ آورده شده است.



ن۱. عوامل مؤثر در ایجاد حس تعلق. مأخذ: (نگارندگان).

Test Statistics[a]

N	198
Chi-Square	168.653
df	8
Asymp. Sig.	.000

a. Friedman Test

ج۳. میانگین رتبه‌های مربوط به هر متغیر و رتبه‌بندی متغیرها نسبت به هم. مأخذ: (نگارندگان).

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-15]

بررسی موارد، نیازمند بررسی اجتماعی دقیقی است که در قالب سوالات پرسشنامه تلاش شد؛ تا متغیرهای نا لازم حذف شود تا بتوان مواردی مانند محصوریت و یا حس امنیت را تنها در قالب خانه مورد بررسی قرار داد. در زمینه فعالیت‌ها، همگونی معناداری بین حس امنیت و حفاظت از آن و نیز فضای مناسب برای افراد با سنین مختلف، بین دو دسته جامعه هدف وجود داشته؛ درحالی‌که در زمینه فضای مناسب برای فعالیت‌های مختلف، محصوریت و روابط اجتماعی افراد، تفاوت داده‌های آماری بین دو دسته جامعه هدف قابل چشم‌پوشی نیست. گونه تولید حس محصوریت تلقی افراد دو جمعیت هدف، از عوامل سازنده، در دو مسیر غیرهمسو، جریان دارد.

فعالیت‌ها	زنان	مردان
حس امنیت	تمام افراد از امنیت منزل کنونی خود رضایت کامل داشته و آن‌را یکی از مهم‌ترین عواملی می‌دانند که باید حفظ گردد.	همگی از امنیت منزل کنونی خود راضی هستند و تمایل به حفظ این عامل دارند.
فضای مناسب برای فعالیت‌های مختلف	هیچ‌کدام تمایلی به وجود فضایی برای انجام بخشی از شغل خود در منزل ندارند.	٦٣٪ مایل به داشتن فضایی برای انجام بخشی از کارهای مربوط به شغل خود در منزل بوده و ٦٠٪ این فضا را دارند.
روابط اجتماعی افراد	٥٠٪ با همسایه‌های خود ارتباط دارند و ٧٦٪ مایل به برقراری ارتباط با همسایگان هستند.	٣٤٪ با همسایه‌های خود ارتباط داشته و ٥٠٪مایل به برقراری ارتباط با همسایگان هستند.
فضای مناسب برای افراد با سنین مختلف	٥٦٪ دارای فضاهایی برا ی زمان دلتنگی هستند و ٥٣٪ دارای فضای خصوصی هستند. همگی مایل به داشتن چنین فضاهایی هستند.	٦٠٪ فضایی برای زمان دلتنگی و ناراحتی و احساس آرامش ندارند و ٦٦٪ فضای خصوصی خود ندارند و همگی مایل به داشتن چنین فضاهایی هستند.
محصوریت	٧٣٪ زنان دوست دارند خانه‌شان محصور باشد و جهت محصوریت به ترتیب اولویت چهارجهت سپس دو جهت و در نهایت سه جهت و یک جهت است و این محصوریت را در درجه اول با همسایه و سپس با دیوار و در نهایت با درخت می‌پسندند.	٥٣٪ مردان محصوریت را دوست ندارند و ٦٦٪ باقی افراد محصوریت از دو جهت را دوست دارند و محصوریت حس عدم آزادی را فراهم می‌کند و این محصوریت را به‌ترتیب به‌وسیله درخت و گیاه و سپس با دیوار و در نهایت با همسایه ترجیح می‌دهند.

ج٤. فعالیت‌ها و رویدادها. مأخذ: (نگارندگان).

خصوصیات مکان، با مؤلفه‌های ابعاد و مقیاس فضا، فاصله فضاها از هم، رنگ و بافت مصالح، وضوح و خوانایی فضاها و تنوع فضای عمومی–خصوصی، دید و منظر و جنبه عناصر طبیعی مورد آزمون قرار گرفته است. زنان نظر مثبتی درباره ابعاد و مقیاس فضایی مکان نداشته؛ اما فاصله بین فضاها را مناسب دانسته‌اند و موافق خوانایی و تفکیک بین فضاها هستند. رنگ، بافت و جنس مصالح نیز، موردپذیرش جامعه زنان بوده است ولی درعین حال حضور عناصر طبیعی را در خانه طلب کرده و به دید و منظر بیشتر واکنش مثبت داشته‌اند.تفاوت داده‌ها در مؤلفه تفکیک و خوانایی بین فضاها، در مقایسه جامعه آماری زنان و مردان، عاملی مؤثر در درک تفاوت حس تعلق به مکان در جمعیت هدف است(جدول ٥).

تصویر و برداشت ذهنی زنان و مردان ایلامی، جز در زمینه درک وضعیت حسی که مربوط به مراسم و مناسک باشد؛ همپوشانی دارد(جدول ٦). در این تحقیق، به‌منظور تعیین پایایی آزمون، از روش آلفای کرونباخ، استفاده گردیده است. بدین منظور، با استفاده از داده‌های به‌دست آمده از پرسشنامه‌ها و به کمک نرم‌افزار آماری SPSS، میزان ضریب اعتماد باروش آلفای کرونباخ برای این ابزار

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-15]

محاسبه شد. هرچه این مقدار، به عدد ۱ نزدیکتر باشد پرسشنامه، از پایایی بالاتری برخوردار می‌باشد. آزمون آلفای کرونباخ برای پایایی پرسشنامه به‌صورت جدول ۷ به‌دست آمد.

خصوصیات مکان	زنان	مردان
ابعاد و مقیاس فضاها	۵۰٪ زنان از ابعاد کنونی منزل خود ناراضی‌اند و ابعاد مورد نظر آن‌ها به‌ترتیب اولویت ۷۵ تا ۹۰ متر مربع و سپس ۱۲۰ تا ۲۰۰ متر مربع و در نهایت بیش از ۲۰۰ متر مربع. ۷۶٪ زنان مورد مطالعه از تناسبات طول و عرض و ارتفاع منزل خود ناراضی بودند.	۷۶٪ مردان از ابعاد منزل کنونی خود راضی‌اند و ابعاد مورد نظرشان به‌ترتیب اولویت ۳۶٪ ابعاد بیش از ۲۰۰ متر مربع را ترجیح می‌دهند و ۳۰٪ ۱۲۰ تا ۲۰۰ متر مربع را ترجیح می‌دهند و ۳۳٪ سایر ابعاد را می‌پسندند. ۵۳٪ مردان از تناسبات طول و عرض و ارتفاع منزلشان راضی هستند.
فاصله فضاها از هم	تمام زنان فاصله‌های موجود را مناسب می‌دانند ولی از دیدگاه آنان می‌تواند بهتر از این باشد.	۷۳٪ مردان دیدگاه مشابه زنان داشته و باقی فاصله فضاها را مناسب می‌دانند.
رنگ و بافت و جنس مصالح	۵۰٪ خانم‌ها رنگ مطابق سلیقه آن‌هاست ۵۰٪ زنان مصالح خانه خود را می‌پسندند. ۴۳٪ از زنان مصالح سنگی را ترجیح می‌دهند و ۳۰٪ چوب و باقی آجر را ترجیح می‌دهند. همگی زنان بافت صاف و براق را دوست دارند.	۶۰٪ مردان رنگ خانه مطابق سلیقه‌شان است. ۵۰٪ مصالح خانه خود را می‌پسندند ۴۳٪ مصالح سنگی و ۴۰٪ چوب و باقی آجر را ترجیح می‌دهند. تمامی مردان هم بافت صاف و براق را ترجیح می‌دهند.
وضوح و خوانایی فضاها	۶۶٪ فضاهای مختلف خانه‌شان قابل تفکیک و تشخیص است و تمامی خانم‌ها علاقه‌مند به این قابل تشخیص بودن فضاها هستند.	۷۶٪ فضاهای مختلف خانه‌شان قابل تفکیک و تشخیص است و تمامی مردان علاقه‌مند به این قابل تشخیص بودن فضاها هستند.
فضاهای خصوصی و عمومی	۶۳٪ تفکیک فضاهای خصوصی از عمومی صورت گرفته و تمامی خانم‌ها مایل به این تفکیک فضاهای خصوصی از عمومی هستند.	۴۶٪ تفکیک فضاهای خصوصی از عمومی خانه خود را درست می‌دانند و همگی با ایجاد این تفکیک موافق هستند.
دید و منظر	۶۰٪ از افراد دید و منظر مناسب را در خانه خود ندارند و همه افراد داشتن دید و منظر را در خانه خود می‌پسندند.	۶۳٪ از افراد دید و منظر مناسب را در خانه خود ندارند و همه افراد داشتن دید و منظر را در خانه خود می‌پسندند.
عناصر طبیعی	۶۰٪ این عناصر را در منزل خود ندارند و همگی مایل به استفاده از آب و گل و گیاه و ... هستند.	۶۳٪ این عناصر را در منزل خود ندارند و همگی مایل به استفاده از آب و گل و گیاه و ... هستند.

ج۵ . خصوصیات مکان. مأخذ: (نگارندگان).

تصویر و برداشت ذهنی	زنان	مردان
خاطرات	۵۰٪ فضاهایی خاطره‌انگیز در منزلشان دارند. ۴۰٪ مایل به حفظ این فضاها و ۳۳٪ افراد بود و نبود این فضاها برایشان فرقی ندارد و باقی به هیچ‌وجه مایل به حفظ این فضاها نیستند.	۵۳٪ فضاهایی خاطره‌انگیز دارند. ۶۶٪ مایل به حفظ این فضاها هستند.
تاریخچه مکان	تمام افراد به وجهه اجتماعی مکان اهمیت داده و تاریخچه مکان تنها از جنبه اجتماعی آن اهمیت دارد.	تمام افراد به وجهه اجتماعی مکان اهمیت داده و تاریخچه مکان تنها از جنبه اجتماعی آن برای آن‌ها حائز اهمیت است.
احساس افراد در فضاهای مختلف	۶۳٪ زنان با ورود به فضاهای مختلف احساس مختلف پیدا می‌کنند.	۶۰٪ مردان با ورود به فضاهای مختلف احساس مختلف پیدا نمی‌کنند.
مجاورت با مکان‌های خاص	۱۰۰٪ زنان وجود اماکنی مثل مسجد، تکیه، حسینیه و اماکن زیارتی در مجاورت خانه را دوست دارند و آن‌را عاملی تأثیرگذار در انتخاب محل سکونت می‌دانند.	۶۳٪ مردان وجود اماکنی مثل مسجد، تکیه و حسینیه و اماکن زیارتی را در مجاورت خانه خود دوست ندارند و وجود آن را عاملی برای عدم انتخاب محل سکونت می‌دانند.
صداها	۵۶٪ زنان به صداهای اطراف اهمیتی نمی‌دهند و باقی افراد وجود صداها را آزار دهنده می‌دانند و صداهای خاطره انگیزی در محل سکونت ندارند.	۶۰٪ مردان وجود صداها در اطرافشان برایشان اهمیتی ندارد و ۶۳٪ آنان صداها را خاطره‌انگیز نمی‌دانند.
وجود رویدادی خاص در مکان	رویدادی خاص در محل سکونت خود به یاد ندارند و در انتخاب محل سکونت آن را بی‌تأثیر می‌دانند.	رویدادی خاص را در محل سکونت خود به یاد ندارند و در انتخاب محل سکونت آن را بی‌تأثیر می‌دانند

ج۶ . تصویر و برداشت‌های ذهنی. مأخذ: (نگارندگان).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	82

ج۷. نتایج آزمون آلفای کرونباخ برای ۶۰ نمونه. مأخذ: (نگارندگان).

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-15]

نتیجه

حس تعلق به مکان تحت تأثیر عواملی است که اگر این عوامل به درستی شناخته و در طراحی مد نظر قرار بگیرند در فرد حس تعلق بیشتر و عمیق‌تری ایجاد خواهد کرد. در این پژوهش با بررسی مؤلفه‌های سازنده حس تعلق به مکان، سعی شده است تا تأثیر آن‌ها را بر روی حس تعلق به مکان در دو جامعه زنان و مردان ایلامی، مورد بررسی قرار دهد. نتایج این تحقیق نشان‌دهنده این است که عوامل تأثیرگذار در ایجاد حس تعلق به مکان در زنان و مردان در برخی موارد با هم متفاوت است(جدول ۸).

نتایج نشان می‌دهد در زمینه احساس تعلق مکانی بین زنان و مردان، تلقی مختلفی مانند مؤلفه‌های محصوریت، میزان روابط اجتماعی افراد، وجود داشته درحالی‌که در زمینه فعالیت‌ها، مؤلفه‌های مانند امنیت به صورت مشترک بین دو جامعه پوشش مثبت داده شده است.

	تاریخچه و وجهه اجتماعی مکان	فضای مناسب برای فعالیت‌های مختلف	حس امنیت	مجاورت با اماکن مقدس	محصوریت	وضوح و خوانایی فضاها	تفکیک فضای عمومی- خصوصی	دید و منظر و استفاده از طبیعت	فضاهایی متفاوت برای افراد مختلف و سنین مختلف	روابط اجتماعی	خاطرات	ابعاد فضاها و فاصله فضاها از هم	رنگ و بافت و جنس مصالح
زنان	۱		۲	۳	٤	٥	٦	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
مردان	۱	٥	۲			٤	۳	۷	٦	۱۱	۸	۱۰	۹

ج۸. اولویت‌بندی مؤلفه‌ای تأثیرگذار در تجربه حس تعلق به مکان. مأخذ: (نگارندگان).

در مردان امنیت مکان و تاریخچه مکان از نظر سلامت اجتماعی محل، از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است که این مورد در مورد زنان هم صدق می‌کند. زنان فضاهای محصور را بیش از مردان ترجیح می‌دهند و تمایل به زندگی در کنار همسایگان دارند که هم امنیت آن‌ها فراهم شود و هم در تعامل اجتماعی با دیگر افراد باشند، برخلاف زنان، مردان فضاهای باز را ترجیح می‌دهند. این علاقه به فضاهای باز در مردان در ابعاد مورد نظرشان برای محل سکونت هم قابل مشاهده است، به این صورت که ابعاد بیش از ۲۰۰ متر مربع اولین گزینه انتخابی مردان است در حالی که اولین انتخاب زنان ابعاد ۷۵ تا ۹۰ متر مربع است. حفظ حریم‌های خصوصی و جدا کردن فضای خصوصی از فضاهای عمومی برای مردان اهمیت بسیار زیادی دارد، این عامل برای زنان در اولویت بعدی قرار دارد و وضوح و خوانایی فضا برای زنان از اهمیت بیشتری برخوردار است. یکی دیگر از تفاوت‌های زنان و مردان، اهمیت دادن به دید ومنظر و استفاده از طبیعت است که در زنان بیش از مردان است. درحالی‌که مردان وجود فضاهای مختلف برای فعالیت‌های مختلف و افراد مختلف و داشتن فضاهایی برای انجام بخشی از کارهای مربوط به شغل آن‌ها در خانه را لازم‌تر می‌دانند. روابط اجتماعی برای زنان یکی از اولویت‌هایی است که بر خلاف مردان که آخرین مورد تأثیرگذار در حس تعلق به مکان است برای زنان بر برخی دیگر از عوامل ارجحیت دارد. با بررسی دو گروه مشخص گردید که حس تعلق به مکان در میان زنان و مردان متفاوت است و این حس تعلق در زنان بیشتر از مردان است. مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در ایجاد حس

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-15]

تعلق در زنان و مردان در تجربه حس تعلق بـه مکـان در جدول شماره ۸ نمایش داده شده است. اولویت مؤلفه‌هـا به‌صورت اعداد در هر خانه آمده است. در نتیجه می‌تـوان چنین نتیجه گرفت که کلیات دریافت از محـیط و ایجـاد حس تعلق به فضا بین دو جامعه زنان و مردان همپوشانی دارد؛ اما در مـواردی ماننـد میـزان روابـط اجتمـاعی هـر جامعه هـدف و تلقـی از محصـوریت و میـزان اعمـال و وجود آن، احساس تعلق به مکان در افراد با جنسیت‌های مختلف، متفاوت است. بنابراین، مؤلفه جنسیت مـی‌توانـد به‌عنوان بعدی متمایز کننده در میزان حس تعلق به مکـان در تحقیقات و پـژوهش‌هـای پـیش روی مـورد توجـه و مداقه قرار گیرد.

فهرست منابع

– افشار نادری، کامران. (۱۳۷۸)، از کـاربری تـا مکـان، معمـار، شماره٦، ص ٤.

– پرتـویی، پـروین. (۱۳۸۲)، مکـان و بـی‌مکـانی: رویکـردی پدیدارشناسانه، هنرهای زیبا، شماره ١٤، صص ٤٢.

– پورمند، حسنعلی و همکاران. (۱۳۸۹)، مفهوم مکان و تصـویر ذهنی و مراتـب آن در شهرسـازی از دیـدگاه کریسـتین نـوربری شولتز در رویکرد پدیدارشناسی، مدیریت وبرنامه ریزی شـهری، سال هشتم، شماره٢٦، صص۸۲–۸۳.

– سرمست، بهرام؛ متوسلی، محمـد مهـدی. (۱۳۸۹)، بررسـی و تحلیل نقش مقیاس شهر در میزان حس تعلق بـه مکـان (مطالعـه موردی: شهر تهران)، مدیریت و برنامه‌ریزی شهری، سال هشـتم، شماره ٢٦، ۱–۲

– فروزنده، علی جوان؛ مطلبی، قاسم. (۱۳۸۹)، مفهوم حس تعلق به مکان و عوامل تشکیل دهنده آن، هویت شهر، سال پنجم، بهار و تابستان، صص ۲۷–۳۷.

– فلاحت، محمدصادق. (۱۳۸۵) حس مکـان و عوامـل تشـکیل دهنده آن، هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، صص ٦٠.

– قادرمرزی، حامد. (۱۳۸٦)، حس مکان و احساس تعلق بـه آن، هاوار، صص۳–۸.

– کاشانی جو، خشایار. (۱۳۸۹)، بازشناخت رویکـرد نظـری بـه فضاهای عمومی شهری. هویت شهر، شماره ٦، بهـار و تابسـتان، صص۹۵–۱۰٦.

– مدنی پور، علی. (۱۳۷۹)، طراحی فضـای شـهری نگرشـی بـر فرایندی اجتماعی و مکـانی، ترجمـه فرهـاد مرتضـایی، شـرکت پردازش و برنامه‌ریزی، تهران، ص ۳۲.

– نوربری شـولتز، کریسـتیان. (۱۳۸۲)، معمـاری معنـا و مکـان، ترجمه ویدا نوروز برازجانی، جان جهان، چاپ اول، تهران.

– ورشوچی، هانیه. (۱۳۹۰)، شـهر، متنـی اسـت کـه بایـد آن را خواند، همشهری آنلاین، ١٦ مهر، صص ۱۲.

- Altman, Irvin & low, Sethaw. (1992), place attachment, plenum press, Newyork.

- Canter, David. (1977a), the psychology of place, the architectural press, London .

- Hidalgo, Carmona & Hernandez, Bernard. (2001), Place Attachment:Conceptual and Empirical Questions, Journal of Environmental Psychology, vol 21, pp 273-281.

- Relph, Edward. (1976), place and placelessness, pion,London.

- Shamai, Shmuel.(1991), Sense of Place: An Empirical Measurement, Israel,Geoforum vol 22,pp 347-358.

- Tuan, Yi-Fu. (1974), Topophilia, Englewood,Cliffs: Prentiss-Hall.

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-15]