

مسکن و محیط زیست

شماره ۸۴ ◆ زمستان ۹۳ ◆

بررسی حس تعلق به مکان با توجه به تفاوت‌های جنسیتی

(مطالعه موردی: شهر ایلام)

محمد رضا ملکی *، سپیده پارسا *، بهزاد وثیق **، ابراهیم مرادی ***

۱۳۹۱/۰۴/۲۹

۱۳۹۲/۱۱/۱۳

تاریخ دریافت مقاله:

تاریخ پذیرش مقاله:

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 به وجود 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 وزن دهی به آن چشم پوشی 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 استنادی 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 تصویرات بستگی دارد که با تغییر هر کدام 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 باستان‌شناسی، استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام.

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 بر مبنای خصوصیات فردی است. این راهبرد بسته به عناصر تشکیل‌دهنده فضا و ادراک شخصی فرد از مجموعه عناصر، متفاوت می‌شود. به عبارتی همان‌گونه که بین ارزش‌های فردی و رفتارهای اجتماعی و چگونگی حس مکان تأثیر و تاثر 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

- نقش جنسیت در تلقی از سکونت در خانه تا چه حدی و چه گستره‌ای را شامل می‌شود؟
- 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 موردي 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 و بستر، 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، ۴) که خود نتیجه برهمکنش سه مؤلفه رفتار انسانی، مفاهیم و نیز ویژگی‌های فیزیکی است. بر این اساس می‌توان آن را 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

اصطلاح حس مکان از ترکیب دو واژه حس و مکان تشکیل شده است. واژه حس در اصطلاح حس مکان بیشتر به مفهوم عاطقه، محبت، قضاوت و تجربه کلی مکان یا توانایی آن در ایجاد حس خاص یا تعلق در افراد است. از دیدگاه شولتز، مکان فضایی است که پس از احساس شدن، درک شده و سپس با خاطره عجین می‌شود؛ بنابراین در حالات روحی و خاطرات هستمند بشری است که حس مکان، شکل می‌گیرد. در تفسیرهای امروزی حس مکان چیزی است که افراد در دوره زمانی خاص می‌آفرینند و نتیجه رسوم و اتفاقات تکراری بوده؛ حال و هوای محیط را توصیف می‌کند. بعضی از مکان‌ها آنچنان احساسی از جاذبه دارند که به فرد نوعی احساس وصف‌نشدنی القا او را سرزنشه، شاداب و علاقه‌مند به بازگشت به آن مکان‌ها می‌کنند. در واقع می‌توان گفت 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 افراد خاص می‌گردد (سرمست و متولی، ۱۳۸۹، ۱). شکل اولیه حس مکان، آشنایی با مکان است که شامل بودن در یک مکان بدون توجه به کیفیات یا معنای آن است. بسیاری از مردم، مکان‌ها را در حد آشنایی تجربه می‌کنند و رابطه آن‌ها با برخی از مکان‌ها فقط از طریق فعالیت‌ها است. این افراد توجه عمیقی به خود مکان ندارند و شکلی از مکان را تجربه می‌کنند که باعث ندیدن واقعی مکان و عدم مشارکت در فعالیت‌های آن می‌شود. به نظر می‌رسد برای افرادی که تحت فشارهای فرهنگی و فن‌آورانه قرار گرفته‌اند، محیط‌ها در این سطح تجربه می‌شوند. در نتیجه احساس تعلقی به مکان ندارند و از لحاظ جغرافیایی احساس بیگانگی می‌کنند. از دیدگاه پدیدارشناسان ادراک حس مکان به معنای مرتبط شدن با

مکان را تعریف می‌کنند. مکان زمینه‌ای برای فعالیت‌هاست و عموماً دارای هویت شناختی بوده در برگیرنده عوامل اجتماعی متنوع بوده و دارای تاریخی است که گذشته، حال و آینده را بهم پیوند می‌زند (پرتوی، ۱۳۸۲، ۴۲).

کانتر با ارائه نظریه چهره مکان، چهار جزء مرتبط در یک مکان را شامل تفاوت عملکردی، اهداف مکانی، مقیاس تعامل و بخش‌های طراحی دسته‌بندی می‌کند؛ که تفاوت عملکردی به فعالیت‌های مکان، اهداف مکانی به مقاهم و معانی مکان، مقیاس به اندازه محیطی 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 فضای ساخته شده یا فضای طبیعی است که کیفیت مکان نتیجه روابط متقابل میان سه عامل انسانی، معانی و مقاهم و در نهایت مشخصات کالبدی است (Canter, 1977a, p83).

رلف اعتقاد دارد که یک مکان، زمانی فراتر از یک فضا است که واجد سه خصوصیت محدوده کالبدی، فعالیت و معنا باشد و در این میان، معنا را جزء اصلی و لاینفک و صعب‌الوصول این گروه می‌داند.

(relph, 1976; tuan, 1974)

حس مکان

محیط، خواه خانه و یا فضای عمومی، علاوه بر عناصر کالبدی شامل پیام‌ها، معانی و رمزهایی است که مردم براساس نقش‌ها، انگیزه‌ها و دیگر عوامل، آن را رمزگشایی و درک می‌کنند. این حس کلی که پس از ادراک و قضاوت نسبت به محیط خاص در فرد به وجود می‌آید، حس مکان نامیده می‌شود که به عنوان عاملی مهم در هماهنگی فرد و محیط، باعث بهره‌برداری بهتر از محیط، رضایت و بهره‌برداران و در نهایت احساس تعلق آن‌ها به محیط و تداوم حضور در آن می‌شود (سرمست و متولی، ۱۳۸۹، ۱).

مکانی که در آن به دنیا 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، به منظور بهره‌مندی و تداوم حضور انسان در مکان نقش تعیین‌کننده‌ای دارد (فلاحت، ۱۳۸۵، ۶۰).

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.

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- بی تفاوتی نسبت به مکان ۲- آگاهی از قرارگیری در یک مکان ۳- تعلق به مکان ۴- دلبستگی به مکان ۵- یکی شدن با اهداف مکان ۶- حضور در مکان ۷- فدایکاری برای مکان. حس مکان دارای سلسله مراتبی از بی تفاوتی تا فدایکاری 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 بی تفاوت 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

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 بر ایند عواملی از تعاملات اجتماعی است که در محیط صورت می‌گیرد .	محیط حاوی اطلاعات و شانه‌های مشترک اجتماعی است که انسانها با درگ 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 به دنبال یافتن جایای محکم در جهت ارتباط با محیط و پیوند صمیمانه با آن می‌باشد. انسان فضای را با نیازهای اساسی خود تعبیر کرده و براساس شایستگی و انگیزش‌های خود معنای خاص تعلق را از محیط استبیاط می‌کنند.

ج. ۱. انواع نگرش‌های ارتباط انسان و مکان در روانشناسی محیطی. مأخذ: (نگارندگان).

آن در شکل دهی معنای تعلق به خاطر می‌سپارد (فروزنده و مطلبی، ۱۳۹۰، ۲۷-۳۷). در فضاهای عمومی و شهری نیز این موضوع دیده می‌شود. 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 به صورت مناسبات رویارویی، حس تعلق اجتماعی را تقویت می‌کنند. عوامل شکل‌دهنده حس مکان از نظر صاحب‌نظران مختلف، در جدول ۲ گردآوری شده‌اند. درجه محصوریت و امنیت، شخصیت‌های 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.

بعاد مختلف حس تعلق به مکان

به طور 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 (کاشانی جو، ۱۳۸۹، ۹۵-۱۰۶).

ب : تعلق کالبدی به مکان: برگرفته از عناصر و اجزای کالبدی مکان به عنوان 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 به همراه عناصر کالبدی

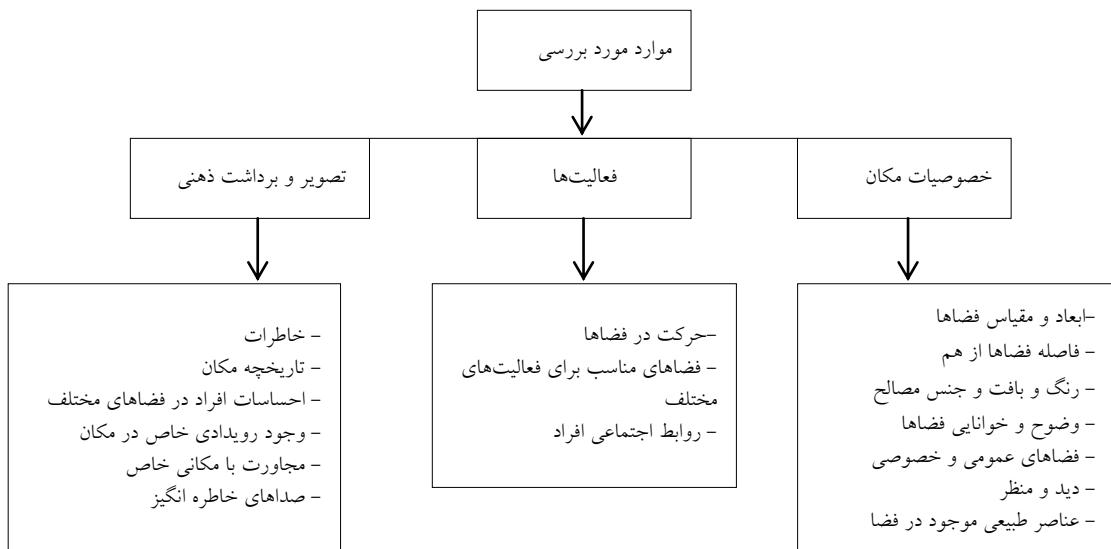
اندیشمندان	دیدگاه کلی	عوامل شکل‌دهنده حس مکان
فریتز استیبل	یک سری عوامل کالبدی و خصوصیات موجب برقراری رابطه متاخر با مکان است	اندازه مکان، درجه محصوریت، تضاد، مقیاس، تناسب، مقیاس انسانی، فاصله، بافت، رنگ، بو، صدا، تنوع بصری، هویت، تاریخ، تخلی و توهم، راز و رمز، لذت، شکفتی، امنیت، سرزنشگی، شور و خاطره.
سالواسن	حس مکان از تعامل سه عنصر موقعیت، منظر، و درهم تنیدگی فردی بوجود می‌آید که هر کدام از آن‌ها به تنهایی برای خلق حس مکان کافی نیست.	شخصیت کالبدی، مالکیت، اصالت، ساکنی، 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 بوجود آمدن حس مکان نقش دارند. ۲- سه متغیر مکان، خوانابی، 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 معنی با مکان
نوربرگ شولتز	حس مکان در مکان‌هایی یافت می‌شود 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 بوجود می‌آورد.	هویت قابل ادراک فضا، قابل شناسایی بودن فضا، به یاد ماندنی بودن فضا
جنیفر کراس		چگونگی رابطه با مکان و اجتماع، درجه محصوریت

ج. ۲. عوامل شکل‌دهنده حس مکان از نظر صاحب‌نظران. مأخذ: (نگارنده‌گان).

آزمون تحقیق مطالعه پیمایشی

جهت آزمون، یافته‌های اولیه تحقیق، پرسشنامه‌هایی بین دو جامعه آماری، به صورت اتفاقی، از زنان و مردان ساکن شهر ایلام، مورد سوال قرار داده شده است. تعداد نمونه‌های هر جامعه ۳۰ نفر، و در مجموع ۶۰ 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 نمودار ۱ آورده شده است. این موارد به صورت چهارچوب متغیرهای شکل‌دهنده سوالات پرسشنامه آورده شده‌اند.

رتبه‌بندی متغیرها براساس آزمون فریدمن، انجام پذیرفت. جدول زیر آزمون فرض برابر 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 شماره^(۳)). در ادامه، براساس آزمون *a*-یکطرفه، فرضیه تأثیردار بودن متغیرها، مورد بررسی قرار گرفته، لذا؛ برای متغیر خاص فرض تأثیرگذاری متغیر، تأیید می‌گردد. در بررسی به عمل آمده هر کدام از عوامل به صورت جداگانه در مورد زنان و مردان مطالعه شده و نتایج حاصله در جدول‌های شماره ۴ الی ۶ آورده شده است.



ن ۱. 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

ج ۳. میانگین رتبه‌های مربوط به هر متغیر و رتبه‌بندی متغیرها نسبت به هم. مأخذ: (نگارندگان).

مختلف، بین دو دسته جامعه هدف وجود داشته؛ در حالی که 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.

بررسی موارد، نیازمند بررسی اجتماعی دقیقی است که در قالب سوالات پرسشنامه تلاش شد؛ تا متغیرهای نالازم 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 سینی

فعالیت‌ها	زنان	مردان
حس امنیت	تمام افراد از امنیت منزل کنونی خود راضی هستند و تمایل به حفظ 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 تعاملی به وجود فضایی برای انجام بخشی از کارهای مربوط به شغل خود در منزل ندارند.	۶۳٪ مایل به داشتن فضایی برای انجام بخشی از کارهای مربوط به شغل خود در منزل بوده و ۶۰٪ این فضا را دارند.
روابط اجتماعی افراد	۵۰٪ با همسایه‌های خود ارتباط دارند و ۷۶٪ مایل به برقراری ارتباط با همسایگان هستند.	۳۴٪ با همسایه‌های خود ارتباط داشته و ۵۰٪ مایل به برقراری ارتباط با همسایگان هستند.
فضای مناسب برای افراد با سینین مختلف	۵۶٪ دارای فضاهایی برای زمان دلتگی هستند و ۵۳٪ دارای فضای خصوصی هستند. همگی مایل به داشتن چنین فضاهایی هستند.	۶۰٪ فضایی برای زمان دلتگی و نازاختی و احساس آرامش ندارند و ۶۶٪ فضای خصوصی خود ندارند و همگی مایل به داشتن چنین فضاهایی هستند.
محصوریت	۷۳٪ 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.	۵۳٪ مردان محصوریت را دوست ندارند و ۶۶٪ باقی افراد محصوریت از دو جهت را دوست دارند و محصوریت حس عدم آزادی را فراهم می‌کند و این محصوریت را به ترتیب به وسیله درخت و گیاه و سپس با دیوار و در نهایت با ترجیح می‌دهند.

ج ۴. فعالیت‌ها و رویدادها. مأخذ: (نگارندها).

داده‌ها در مؤلفه تفکیک و خوانایی بین فضاهای، در مقایسه جامعه آماری زنان و مردان، عاملی مؤثر در درک تفاوت حس تعلق به مکان در جمعیت هدف است (جدول ۵). تصویر و برداشت ذهنی زنان و مردان اسلامی، جز در زمینه درک وضعیت حسی که مربوط به مراسم و مناسک باشد؛ همپوشانی دارد (جدول ۶). در این تحقیق، به منظور تعیین پایایی آزمون، از روش آلفای کرونباخ، استفاده گردیده است. بدین منظور، با استفاده از داده‌های به دست آمده از پرسشنامه‌ها و به کمک نرم‌افزار آماری SPSS، میزان ضریب اعتماد باروش آلفای کرونباخ برای این ابزار

خصوصیات مکان، با مؤلفه‌های ابعاد و مقیاس فضای فاصله فضاهای از هم، رنگ و بافت مصالح، وضوح و خوانایی فضاهای 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 فضاهای را مناسب دانسته‌اند و موافق خوانایی و تفکیک بین فضاهای هستند. رنگ، بافت و جنس مصالح نیز، مورد پذیرش جامعه زنان بوده است ولی در عین حال حضور عناصر طبیعی را در خانه طلب کرده و به دید و منظر بیشتر واکنش مثبت داشته‌اند. تفاوت

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

خصوصیات مکان	زنان	مردان
ابعاد و مقیاس فضاهای ایجاد	۵۰٪ زنان از ابعاد منزل کوتی خود ناراضی اند و ابعاد مرد نظر آنها بهتر است اولویت ۷۵ تا ۹۰ متر مربع و سیسی ۲۰۰ متر مربع در نهایت بیش از ۲۰۰ متر مربع را ترجیح می‌دهند و ۳۰٪ زنان ۲۰۰ متر مطالعه از نسبات طول و عرض و ارتفاع منزل خود ناراضی بودند.	۷۷٪ مردان از ابعاد منزل کوتی خود راضی اند و ابعاد مرد نظر آنها بهتر است اولویت ۷۵ تا ۹۰ متر مربع و سیسی ۲۰۰ متر مربع را ترجیح می‌دهند و ۳۰٪ زنان ۲۰۰ متر مطالعه از نسبات طول و عرض و ارتفاع منزل خود ناراضی بودند.
فضاهای فضاهای ایجاد	۷۳٪ مردان دیدگاه مشابه زنان داشته و باقی فضاهای ایجاد را مناسب می‌دانند.	تمام زنان احساسهای موجود را مناسب می‌دانند ولی از دیدگاه آنان می‌تواند بهتر از این باشد.
رنگ و بافت و جنس مصالح	۵۰٪ زنان رنگ خانه مطالعه سلیقه‌شان است. ۵۰٪ مصالح خانه خود را می‌پسندند.	۶۰٪ مردان رنگ خانه مطالعه سلیقه‌شان است. ۴۰٪ مصالح سنگی و ۴۰٪ چوب و باقی آجر را ترجیح می‌دهند. تمامی مردان هم بافت صاف و برآف را ترجیح می‌دهند.
وضوح و خوانایی فضاهای ایجاد	۶۶٪ فضاهای مختلف خانه‌شان قابل تفکیک و تشخیص است و تمامی مردان علاقه‌مند به این قابل تشخیص بودند فضاهای ایجاد هستند.	۷۷٪ فضاهای مختلف خانه‌شان قابل تفکیک و تشخیص است و تمامی خانم‌ها علاقه‌مند به این قابل تشخیص بودند فضاهای ایجاد 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.	۶۰٪ این عناصر را در منزل خود ندارند و همگی مایل به استفاده از آب و گل و گیاه و ... هستند.

ج ۵. خصوصیات مکان. مأخذ: (نگارندگان).

تصویر و برداشت ذهنی	زنان	مردان
خاطرات	۵٪ فضاهایی خاطره‌انگیز در منزلشان دارند. ۴۰٪ مایل به حفظ این فضاهای خاطره‌انگیز دارند. ۵۳٪ فضاهایی خاطره‌انگیز دارند. ۶۶٪ مایل به حفظ این فضاهای خاطره‌انگیز دارند.	۵٪ فضاهایی خاطره‌انگیز در منزلشان دارند. ۴۰٪ مایل به حفظ این فضاهای خاطره‌انگیز دارند. ۵۳٪ فضاهایی خاطره‌انگیز دارند. ۶۶٪ مایل به حفظ این فضاهای خاطره‌انگیز دارند.
تاریخچه مکان	تمام افراد به وجهه اجتماعی مکان اهمیت داده و تاریخچه مکان تنها از جنبه اجتماعی آن برای آنها حائز اهمیت است.	تمام افراد به وجهه اجتماعی مکان اهمیت داده و تاریخچه مکان تنها از جنبه اجتماعی آن اهمیت دارد.
احساس افراد در فضاهای مختلف	۶۰٪ زنان با ورود به فضاهای مختلف احساس مختلف پیدا می‌کنند.	۶۰٪ مردان با ورود به فضاهای مختلف احساس مختلف پیدا می‌کنند.
مجاوزرت با مکان‌های خاص	۱۰۰٪ زنان وجود اماکنی مثل مسجد، تکیه، حسینیه و اماکن زیارتی در مجاوزرت خانه را دوست دارند و آنرا عاملی تأثیرگذار در انتخاب خود دوست ندارند و وجود آن را عاملی برای عدم انتخاب محل سکونت می‌دانند.	۶۳٪ مردان وجود اماکنی مثل مسجد، تکیه، حسینیه و اماکن زیارتی در مجاوزرت خانه را دوست دارند و آنرا عاملی تأثیرگذار در انتخاب خود دوست ندارند و وجود آن را عاملی برای عدم انتخاب محل سکونت می‌دانند.
صدایها	۵۶٪ زنان به صدای اطراف اهمیت نمی‌دهند و باقی افراد وجود صدایها را آزار دهنده می‌دانند و صدایهای خاطره‌انگیزی در محل سکونت ندارند.	۶۰٪ مردان وجود صدایها در اطرافشان برایشان اهمیتی ندارد و ۶۳٪ آنان صدایها 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.

ج ۶. تصویر و برداشت‌های ذهنی. مأخذ: (نگارندگان).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	82

ج ۷. نتایج آزمون آلفای کرونباخ برای ۶۰ نمونه. مأخذ: (نگارندگان).

نتیجه

حس تعلق به مکان تحت تأثیر عواملی است که اگر این عوامل به درستی شناخته و در طراحی مدنظر 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.

مکان و محيط زن	مساحت مکان و جنس	از بیرون	از طرف راست	روابط اجتماعی	فضاهایی ممانعتی	اقرداد منتفع و بزرگ	منتفع	دید و منظر و استفاده از	نمایی فضای عمومی -	نمایی فضای عمومی -	وضوح و خوبی نسبتی	محصوریت	محدودت را از مقدار	حس امنیت	فضای مناسب برای فعالیت های معمولی	تاریخچه و وجہه این مکان
زنان	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱				
مردان	۹	۱۰	۸	۱۱	۶	۷	۳	۴		۲	۵	۱				

ج ۸ اولویت‌بندی مؤلفه‌ای تأثیرگذار در تجربه حس تعلق به مکان. مأخذ: (نگارنده‌گان).

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 و منظر و استفاده از طبیعت است که در زنان بیش از مردان است. درحالی‌که مردان وجود فضاهای مختلف و داشتن فضاهایی 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

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 موردنظرشان 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 ۹۰ تا ۷۵ 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

فهرست منابع

- کاشانی جو، خشایار. (۱۳۸۹)، بازشناخت رویکرد نظری به فضاهای عمومی شهری. *هویت شهر، شماره ۶، بهار و تابستان، صص ۹۵-۱۰۷.*
- مدنی پور، علی. (۱۳۷۹)، طراحی فضای شهری نگرشی بر فرایندی اجتماعی و مکانی، *ترجمه فرهاد مرتضایی، شرکت پردازش و برنامه‌ریزی، تهران، ص ۳۲.*
- نوربری شولتز، کریستیان. (۱۳۸۲)، *معماری معنا و مکان، ترجمه ویدا نوروز برازجانی، جان جهان، چاپ اول، تهران.*
- ورشوچی، هانیه. (۱۳۹۰)، *شهر، متنی است که باید آن را خواند، همشهری آنلاین، ۱۶ 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.
- تعلق در زنان و مردان در تجربه حس تعلق به مکان در جدول شماره ۸ نمایش داده شده است. اولویت مؤلفه‌ها به صورت اعداد در هر خانه آمده است. در نتیجه می‌توان چنین نتیجه گرفت که کلیات دریافت از محیط و ایجاد حس تعلق به فضا بین دو جامعه زنان و مردان همپوشانی دارد؛ اما در مواردی مانند میزان روابط اجتماعی هر جامعه هدف و تلقی از محصوریت و میزان اعمال و وجود آن، احساس تعلق به مکان در افراد با جنسیت‌های مختلف، متفاوت است. بنابراین، مؤلفه جنسیت می‌تواند به عنوان بعدی متمایز کننده در میزان حس تعلق به مکان در تحقیقات و پژوهش‌های پیش روی مورد توجه و مدافعانه قرار گیرد.
- افسار نادری، کامران. (۱۳۷۸)، از کاربری تا مکان، *معمار، شماره ۱۶، ص ۴.*
- پرتویی، پروین. (۱۳۸۲)، *مکان و بی‌مکانی: رویکردی پدیدارشناسانه، هنرهای زیبا، شماره ۱۴، صص ۴۲.*
- پورمند، حسنعلی و همکاران. (۱۳۸۹)، مفهوم مکان و تصویر ذهنی و مراتب آن در شهرسازی از دیدگاه کریستین نوربری شولتز در رویکرد پدیدارشناسی، مدیریت و برنامه ریزی شهری، سال هشتم، شماره ۲۶، صص ۸۲-۸۳.
- سرمست، بهرام؛ متولی، محمد مهدی. (۱۳۸۹)، بررسی و تحلیل نقش مقیاس شهر در میزان حس تعلق به مکان (مطالعه موردی: شهر تهران)، *مدیریت و برنامه‌ریزی شهری، سال هشتم، شماره ۲۶، ۲۶-۲۱.*
- 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 مکان و عوامل تشکیل دهنده آن، هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، صص ۶۰.*
- قادرمرزی، حامد. (۱۳۸۶)، *حس مکان و احساس تعلق به آن، هاوار، صص ۳-۸.*