

Research Article

The Ontology of Sense of Place and Its Constituent Components

A. Danaeinia ^{1*}

How to cite this article:

Danaeinia, A. (2025). The ontology of sense of place and its constituent components. *contextual architecture and urbanism design studies*, 1(2), 334-346.
<https://doi.org/10.22067/cauds.2025.95185.1025>

Receive: 30 August 2025

Accept: 20 September 2025

Available Online: 20 September 2025

Introduction

Place is interpreted as a meaningful space and has different scales. Belonging to place, in addition to individual and social identity characteristics, is a factor in creating or strengthening attachment to a place, and it is an issue that has been considered in the design structure of physical or urban spaces. This position has made taking responsibility for it an important necessity in architectural and urban design. Despite its history and meaningful presence in physical and urban historical spaces, and the role it plays in narrative and meaning-making, opportunities to belong to the place have been denied and emotional connections with it have been degraded. Redefining it, by establishing a connection between the individual and the environment, develops a commitment to protection and guardianship, and paves the way for sustainable development. This research, with the aim of improving the status of place in architectural or urban space, seeks to answer the question: What factors are effective in creating a sense of belonging to a place and improving the quality of the environment?

Materials and Methods

The research method is qualitative, and in the field of methodology, it's based on a qualitative-interpretive model with a content (discourse) analysis and interpretation-oriented approach. According to basic data (library sources), the opinions of experts were extracted, categorized, and interpreted, and within a conceptual framework, the differences, similarities, and meanings that emerged in the discourses were analyzed.

1- Member of Scientific Board, Art University of Isfahan, Isfahan, Iran.

(* - Corresponding Author Email: a.danaeinia@au.ac.ir)



The author(s) retain the copyright of this article. This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



<https://doi.org/10.22067/cauds.2025.95185.1025>

Results and Discussion

The sense of belonging to place is an integrated approach, and many qualitative elements and components are effective in shaping and directing it. The satisfaction of an individual's needs is the result of the fulfillment of needs by the environment. In this way, his relationship with the environment becomes more effective and carries a positive inferential meaning. The sense of belonging encompasses two dimensions: physical and social, and emphasizes the superiority of social belonging over physical belonging. Accordingly, by creating a context through architectural space, such as separating private and public elements, stimuli such as form, shape, and geometry, spatial scale, and appropriate division of spaces, the duration of a person's presence, which is the magical essence of creating a place and increases the depth of belonging in the audience, can be enhanced.

Conclusion

Belonging to place is the result of the interaction of the three components of the individual, society, and the environment. In the individual domain, motivations, competencies, perception and cognition, and ultimately the individual's emotional connections with space are decisive. In the social sphere, two categories of cultural symbols and social symbols are considered determining factors of a sense of belonging. At the environmental scale, predicting activities and facilitating social interactions in the environment and providing it physically through shape, dimensions, color, scale, and relationships between physical components are fundamental factors influencing the sense of belonging to a place.

Keywords: Place, Sense of Connectedness, Quality of Environment, Built Environment, Social Context.

مقاله پژوهشی

چیستی حس مکان و مؤلفه‌های سازنده آن

احمد دانائی‌نیا^۱ 

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۶/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۲۹

چکیده

حس تعلق، عاملی است کیفی که با دارا بودن خصوصیات حسی و رفتاری ویژه، زمینه تبدیل «جا» به «مکان» را فراهم می‌کند و از این طریق، رابطه‌ای عمیق و پرمعنا میان فرد و مکان برقرار می‌شود؛ شاخصی است که از طریق آن می‌توان میزان متمایز بودن مکان را به‌عنوان یک قرارگاه رفتاری واجد ارزش سنجید. قدر مسلم، این تمایزات محصول عوامل مادی و معنوی محیط کالبدی، اجتماعی و نوع فعالیت‌ها و ادراک و احساس افراد از محیط است. پژوهش به چیستی حس تعلق به مکان می‌پردازد و در پی پاسخگویی به این پرسش است که چه عواملی در ایجاد حس تعلق به مکان و ارتقاء کیفی آن مؤثرند؟ پژوهش از منظر روش، کیفی است و در حوزه روش‌شناسی مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای، مشاهده و تحلیل محتوا (گفتمان) و تفسیر محوری استوار است. نتیجه پژوهش نشان می‌دهد که اثربخشی حس تعلق به مکان از دو منظر توصیفی و ادراکی تمیز داده می‌شود و محصول دو بعد کالبدی و اجتماعی است و از حیث ارزش‌گذاری، بعد اجتماعی از جایگاه بالاتری برخوردار می‌باشد. این بعد به دو شکل همسازی فعالیت‌ها از طریق تأمین و قابلیت انجام آن و نیز عناصر کالبدی محیط به‌عنوان مؤلفه‌های فرهنگی و نمادها و واسط بصری در ایجاد ارتباط ذهنی میان استفاده‌کنندگان از مکان میسر می‌شود.

واژه‌های کلیدی: مکان، حس تعلق، کیفیت محیط، محیط کالبدی، محیط اجتماعی.

۱- دانشجویار گروه مرمت، دانشکده حفاظت و مرمت، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران.(*)- نویسنده مسئول: a.danaeinia@au.ac.ir (Email:) <https://doi.org/10.22067/cauds.2025.95185.1025>

نحوه ارجاع به این مقاله:

دانائی‌نیا، احمد، (۱۴۰۴). چیستی حس مکان و مؤلفه‌های سازنده آن. *مطالعات طراحی معماری و شهرسازی زمینه‌گرا*، ۱ (۲)، ۳۳۴-۳۳۲.<https://doi.org/10.22067/cauds.2025.95185.1025>

مقدمه و بیان مسئله

مکان به فضایی معنادار تعبیر شده و دارای مقیاس‌هایی متفاوت است. حس تعلق، افزون بر شاخصه‌های هویت فردی و اجتماعی، عامل ایجاد و یا تقویت دل‌بستگی به مکان^۱ است و موضوعی است که باید در ساختار طراحی فضاهای کالبدی و شهری مورد توجه قرار گیرد. این جایگاه باعث شده تا مسئولیت‌پذیری در قبال آن به‌ضرورت مهم طراحی معماری و شهری تبدیل شود. مفهوم مکان مبتنی بر میزان و عمق ارتباط افراد با آن متفاوت است. در نازل‌ترین سطح ممکن است مقیاسی در حد و اندازه «جا» پیدا کند؛ درحالی‌که در مرتبه کیفی، می‌تواند عینیت‌یافته و «مکان» نامیده شود. مقیاس مکان متناسب با عمق دل‌بستگی که عامل زمان در آن نقشی اساسی دارد، می‌تواند از حریم شخصی تا محله و شهر را در برگیرد و در مطلوب‌ترین حالت، به قرارگاه رفتاری^۲ تبدیل شود؛ ازاین‌رو، حس تعلق به مکان، مفهومی است که در مرحله توصیف، به ابعاد و عوامل تشکیل‌دهنده آن قابل تجزیه است؛ اما در مرحله ادراک، درکی کلی از دل‌بستگی و وابستگی نسبت به مکان است که شاید حتی برای شخص قابل‌وصف و بیان نباشد؛ لذا بین مکان، حس تعلق به مکان و مدت‌زمان حضور در مکان، پیوستگی و قرابتی خاص برقرار است. در بافت‌های تاریخی، به سبب قرابت عمیق میان اجزاء مختلف محله و عمق بالای نفوذپذیری، پیوند بسیار عمیق‌تری میان ساکنان و مکان برقرار است. امروزه، به‌رغم پیشینه و حضور معنادار آن در فضاهای کالبدی و شهری - تاریخی و نقشی که در روایتگری و معنادگی به فضاهای شهری - محلی و کالبدی برعهده دارد، فرصت‌های تعلق به مکان سلب شده و اتصالات عاطفی با آن تنزل‌یافته است؛ در مقابل، باز - تعریف آن، ضمن برقراری پیوند میان فرد و محیط، التزام به حفاظت و صیانت را توسعه می‌بخشد و زمینه‌ساز توسعه پایدار می‌گردد. پژوهش حاضر باهدف ارتقا جایگاه مکان در فضای معماری و شهری، در پی پاسخ به این پرسش است که چه عواملی در ایجاد حس تعلق به مکان و ارتقا کیفی محیط مؤثرند؟

روش و روش‌شناسی

پژوهش در حوزه روش از نوع کیفی است و در حوزه روش‌شناسی مبتنی بر مدل کیفی - تفسیری با رویکرد تحلیل محتوا (گفتمان) و

تفسیر محور است. شاخصه‌های پژوهش مبتنی بر مبانی نظری و با استفاده از داده‌های پایه (منابع کتابخانه‌ای) و آرا صاحب‌نظران استخراج، طبقه‌بندی و تفسیر شده و در چهارچوب مفهومی، از تفاوت‌ها، هم‌سویی‌ها و معانی پدیدار شده در گفتارها تحلیل شده است.

پیشینه پژوهش

شهر خوب گنجینه‌ای از حضور معنادار ساکنان است که در مکان متجلی می‌شود و از همین رو، موضوع مکان و حس تعلق در زمره پژوهش‌هایی است که متخصصان حوزه‌های مختلف به آن پرداخته‌اند. دامنه این مطالعات از علوم رفتاری تا مطالعات شهری و کالبدی را دربرگرفته و ارزیابی‌ها حول محور مکان، مشتمل بر روش‌های کمی و کیفی از مکان و ارزیابی انسان و نسبت او با مکان متمرکز است. به‌رغم اهمیت موضوعی، زمان‌گذشتن برای گوش سپردن به قصه‌های مکان معمولاً در هیچ بخشی از مراحل بررسی سایت و فرایندهای تحلیلی مبتنی بر طرح کشیدن و عکس برداشتن و ارسال پرسش‌نامه و یا تفسیر مکان از دریچه چشم طراح حضور ندارد؛ درحالی‌که گوش سپردن به «قصه‌های مکان» می‌بایست سهمی در پیمایش محدوده داشته باشد (Pourmohammadreza, 2021).

در میان آن دسته از مطالعات که رویکردی مبتنی بر سنجش و ارزیابی حس مکان داشته‌اند، بخش فراوانی از پژوهش‌ها به کاربرد مدل‌های تبیین شده برای ارزیابی کیفیت حضور انسان در مکان و ارتباط‌سنجی آن‌ها با متغیرهای عمدتاً رفتاری است. ازجمله این مطالعات می‌توان به پژوهش آلتمن و لو (Altman & Low, 1992) اشاره نمود که در آن، زمینه‌های تاریخی، بستر اجتماعی، خصوصیات عاطفی و موضوعات اقتصادی را با میزان حس تعلق به مکان مرتبط می‌داند.

کایل و همکاران، در مطالعه‌ای به تأثیر ابعاد دل‌بستگی به مکان و تناسب آن با ادراک شرایط محیطی و اجتماعی پرداخته‌اند (Kyle, 2004). ادواردز، در مجتمع مسکونی مرکزی سیاتل، به بررسی ارزیابی ساکنان از فضای زیست به‌مثابه ساختار فیزیکی، محیط اجتماعی و ارزیابی کیفی حس تعلق پرداخته است (Fisher, 2007). بروکاتو، در مطالعه‌ای، با ارائه مدل تحلیل

بر نوعی «شناخت» متکی است و مکان را مرکزی پرمحتوا و عمیق تعریف می‌کند. تعلق به مکان از مهم‌ترین مباحثی است که مبین احساسات مثبت فرد نسبت به مکان است (Seamon, 2012). در واقع، افراد بر اساس تجارب، ارتباطات اجتماعی، احساسات و افکار خود در بستر کالبدی فضا به آن مفهوم مکان می‌بخشند (Stedman, 2003). بر این اساس تفاوتی آشکار میان مکان و فضا وجود دارد. مکان از طریق تجربه حضور حاصل می‌شود و در نتیجه برای افراد قابل‌فهم‌تر و شناخته‌شده‌تر از فضا است و درواقع، درک فضا نیز از طریق درک مکان شکل می‌گیرد (Sarmast & Motavaseli, 2010).

دیدگاه انتقادی در خصوص مکان، مقیاس بیرونی و عواملی همچون ساخت اجتماعی و فرهنگی مکان، عوامل اقتصادی و حتی دادوستدهای رفتاری افراد در مقیاس کلان را که در طی زمان تغییر و حتی تبدیل می‌شوند را زمینه ایجاد و یا باز-تولید حس تعلق به مکان می‌داند. از منظر اثبات‌گرایی، از آنجاکه افراد نگرش‌ها و طرز تلقی متنوع و بعضاً متکثری دارند، به همان نسبت، مکان و وابستگی مکانی و درجه ارزیابی آن‌ها از مکان متفاوت است. اینجا است که سه‌گانه رفتار، مفهوم و ویژگی‌های کالبدی، عواملی برای درک عمیق‌تر افراد از مکان تعریف می‌شود (Kalali & Modiri, 2012)؛ بر این اساس، مکان، عنصر اصلی هویت ساکنان است و انسان با شناخت مکان می‌تواند به شناخت خود نائل شود (Habibi, 2003). مفهوم حس مکان از دیدگاه پدیدارشناسی به معنای حقیقت و ماهیت مکان می‌باشد که نشانی بر اهمیت معانی و پیام‌های موجود در مکان است. معنایی که مردم بر اساس نقش‌ها، توقعات، انگیزه‌ها و دیگر عوامل به رمزگشایی و درک آن‌ها می‌پردازند. بر اساس این دیدگاه، ادراک و قضاوتی که بر مبنای رمزگشایی از معانی مذکور در ذهن فرد شکل می‌گیرد، منجر به خلق حس مکان می‌گردد (Kalali, Modiri, 2012). این دیدگاه بر مشارکت‌پذیر بودن مکان به‌عنوان عامل موفقیت تأکید می‌کند. فضایی که افراد در خلق، توسعه و تداوم آن نقش‌آفرین هستند.^۴

محیط عامل وحدت‌بخش و هماهنگ‌کننده میان فرد و مکان است. انسان از محیط می‌آموزد، با آن آمیخته می‌شود معانی و پیام‌های آن را دریافت می‌کند و به قضاوت محیط می‌پردازد. این تعامل سبب رضایت‌مندی بیشتر افراد از محیط و تداوم حضور در آن می‌شود (Sarmast & Motavaseli, 2010).

ارزیابی تأثیرات عوامل ادراک عمومی، بر ابعاد حس تعلق به مکان در محیط‌های خدماتی تأکید نموده است. (Brocato; 2006). فلاح، حس مکان را مفهومی پیچیده از احساسات و دل‌بستگی انسان نسبت به محیط و محصول انطباق و استفاده انسان از آن می‌داند (Pourmohammadreza, 2021). حبیبی نیز هم‌نشینی مطلوب کاربری‌ها و ترکیب سازگار آن‌ها به‌منظور دستیابی به وحدت فضایی را زمینه‌ای برای غنا بخشیدن به استخوان‌بندی مکان می‌داند که نظام تعاملی هم‌زمان و در زمان ایجاد می‌کند (Habibi, 2003). بر این اساس، عمده پژوهش‌های صورت گرفته، در چهار حوزه قابل تمیز و تفکیک است.

دسته نخست پژوهش‌ها، موضوع مکان و مکان‌گزینی را از حیث جامعه‌شناسی و علوم رفتاری موردبررسی قرار داده‌اند. پژوهش لوین (۱۹۳۶)، رلف (۱۹۷۶)، سیمون (۱۹۸۲)، توان (۲۰۰۱) و گیفورد و همکاران (۲۰۰۲) در این دسته جای می‌گیرد. دسته دوم پژوهش‌ها از منظر اجتماعی به موضوع نگرینسته و متغیرهایی همچون قومیت، طبقه اجتماعی، موقعیت جغرافیایی، میزان تحصیلات و سطح درآمد افراد را در میزان وابستگی آنان به مکان مقدم دانسته است. پژوهش شینار (۱۹۸۵)، مش و همکاران (۱۹۸۸)، کوهن و همکاران (۱۹۹۹)، ذیل این دسته قرار می‌گیرد. دسته سوم پژوهش‌ها، تعامل و پیوند انسان با محیط، ریشه داشتن در مکان و میزان مشارکت افراد و همسویی میان این دو را موضوع پژوهش خود قرار داده‌اند. پژوهش آلتمن و لاو (۱۹۸۲)، شامای (۱۹۹۱)، مارکوس (۱۹۹۲)، کابل (۲۰۰۴) در این دسته جای می‌گیرد. دسته چهارم، به‌صورت مورد-پژوهی نقش مکان و کیفیت‌های مکانی را در ابریه و فضاهای شهری موردبررسی قرار داده‌اند. پژوهش لویکا (۲۰۱۰)، فلاح (۱۳۸۴)، حبیبی (۱۳۸۷)، حیدری و همکاران (۱۳۹۷) در زمره این پژوهش‌ها است.

مبانی نظری

چیستی مکان

بررسی مفهوم مکان^۳ بر اساس دیدگاه پدیدارشناسی مبین آن است که مکان عنصری تجسد یافته در عناصر نیست؛ بلکه مجموعه‌ای نظام‌یافته است که رفتار توأمان آن‌ها معرف شخصیت مکان است و

صورت گرفته است. عمده پژوهش‌ها در سه حوزه هستی‌شناسی، پدیدارشناسی و روان‌شناسی محیطی قابل طبقه‌بندی است.

رویکرد هستی‌شناسی^۵

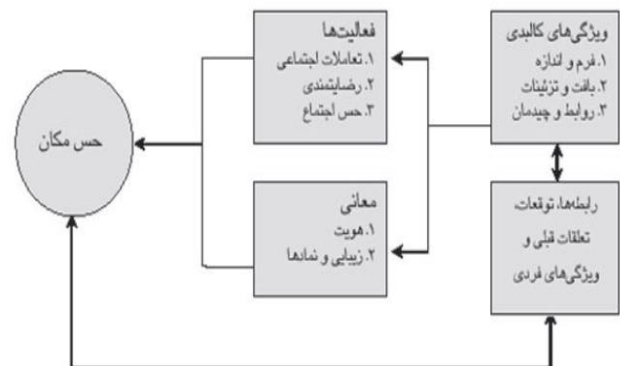
نظام هستی‌مبئی بر شناخت انسان و درک و برآورده نمودن نیازهای مادی و معنوی او استوار است. غایت همه موضوعات معماری هم در مقام ساختن و کیفیت بخشیدن، رفع نیازهای کیفی و دستیابی به ارتقا جایگاه و منزلت انسان است. در بررسی ماهیت حس تعلق به مکان نیز برآورده شدن نیازهای انسانی، ضروری‌ترین موضوع و رسالت محسوب می‌شود. بر این اساس، در حوزه معماری نیز، الگوهای کیفی متنوعی از نیازهای انسانی مطرح شده است.

در تبیین نیازهای اساسی انسان، مازلو بر این عقیده است که انسان در طول حیات خود همواره به دنبال رفع حوائج در تلاش بوده است. او مبتنی بر شناخت از جوهره انسانی، نیازها را به دودسته نیازهای پایه یا اولیه و نیازهای آرمانی یا متعالی طبقه‌بندی نموده است. در این طبقه‌بندی، دسترسی به امنیت، حس تعلق و نیاز به احترام در زمره نیازهای پایه و خود شکوفایی، نیاز به شناخت و زیبایی در زمره نیازهای برتر تبیین شده است. در هر دو طیف نیازهای اولیه یا متعالی، شاخصه اجتماعی بودن انسان به عنوان موجودی که درصدد یافتن راهی برای ارتباط با محیط است، نمایان می‌باشد (Motallebi, 2006). لاوسون، ریشه این حس را مرتبط با الگوها و قوانین نانوشته جاری در فرهنگ جوامع مختلف بشری می‌داند و سرچشمه آن را برآمده از نیازهای شخصیتی انسان برمی‌شمرد (Lawson, 2001).

رویکرد پدیدارشناسی^۶

مفهوم حس تعلق مکان از دیدگاه پدیدارشناسی به معنای حقیقت و ماهیت مکان می‌باشد که نشانی بر اهمیت معانی و پیام‌های موجود در مکان است. معنایی که مردم بر اساس نقش‌ها، توقعات، انگیزه‌ها و دیگر عوامل به رمزگشایی و درک آن‌ها می‌پردازند (Rapoport, 1990). بر اساس این دیدگاه، ادراک و قضاوتی که بر مبنای رمزگشایی از معانی مذکور در ذهن فرد شکل می‌گیرد، منجر به خلق حس مکان می‌گردد (Relph, 1997). درواقع پدیدارشناسان با در نظر گرفتن سه مؤلفه فرم، عملکرد و معنا، در قالب مؤلفه‌های

موضوع تعلق به مکان و تعلق به اجتماع در حوزه‌های مختلف علوم رفتاری در زمره مهم‌ترین مباحث به شمار می‌آیند. افراد نسبت خود را با مکانی که در آن زاده شده‌اند تعریف می‌کنند و این نخستین گام در جهت ارتباط با محیط است. از همین رو، حس تعلق به مکان و فراهم آوردن زمینه‌های دستیابی به آن (زمینه‌های انگیزشی)، مقدم بر حس مکان است. قرارگاه‌های رفتاری که خود برخاسته از پیوند با مکان ایجاد می‌شود، سبب می‌شود تا فرد خود را جزو لاینفکی از مکان بداند و مبتنی بر مشاهدات و تفسیر معانی از نشانه‌ها و عملکردها، از مکان شخصیتی متفاوت و قابل‌ستایش بسازد (Steele, 1981).



شکل ۱. حس مکان و عوامل تأثیرگذار در آن: مأخذ: فلاحت زاده، ۱۳۸۵

در علم روان‌شناسی، تعلق مکانی به رابطه شناختی فرد با یک محیط یا یک فضای خاصی اطلاق می‌شود. از این منظر، تعلق به مکان با باورها، عقاید و الگوهای فرهنگی افراد پیوند می‌خورد؛ بدین صورت که فرد مبتنی بر باورهای درونی با مکان خو می‌گیرد و بر این اساس، مکان، نقش‌های مختلفی همچون مکان فرهنگی، مکان اجتماعی و مکان - رویداد به خود بگیرد. از منظر هویتی، نسبت فرد با داشته‌های محیطی، مبین حس هویت است. به هر میزان وابستگی‌های مکانی در فرد افزایش یابد، به همان میزان نیز دل‌بستگی به آن افزایش می‌یابد.

رویکردهای حس تعلق به مکان

با توجه به نقش و اهمیت بالای حس تعلق به مکان، مطالعات گسترده و متنوعی در حوزه حس تعلق و ارتباط آن با سایر حوزه‌ها

با توجه به پیوند فرد و مکان، رویکرد اجتماعی و تعلقات اجتماعی مرتبط با آن، مضامین و مفاهیم کاربردی مرتبط با مکان عمدتاً به جنبه‌ای اجتماعی سوق داده شده و بر آن تأکید شده است. برخی از محققان نظیر آلمن و لو، ارتباطات افراد در سطوح اجتماعی و فرهنگی را مبنایی برای تفسیر حس تعلق می‌دانند و بر نظریه محیط اجتماعی به عنوان بستر تحولات افراد تأکید دارند ([Kashanijo, 2010](#)). از این منظر، محیط دارای علائم و نشانه‌هایی است که افراد از طریق مشاهده، درک و استدلال ذهنی و عینی فضا به آن دست می‌یابند ([Javan Foruzandeh & Motalebi, 2011](#)).

از دیدگاه روان‌شناسی محیط، انسان بر اساس خوی اجتماعی نیازمند دادوستد با محیط پیرامون است و از این طریق بستری فراهم می‌شود تا محیط (به مفهوم عام) و به عنوان یک سازمان زنده و پویا به مکان (به مفهوم خاص و کاربردی) تبدیل شود. ([Ayashm & Mirgholami, 2016](#)). بر این اساس، نوعی رمزگشایی از مکان صورت می‌گیرد که مصادیق و معیارهای آن مبتنی بر بسترها و زمینه فرهنگی که افراد به آن تعلق دارند، متفاوت است. در اینجا نوعی رفتارشناسی محیطی مبتنی بر قرارگاه‌های رفتاری به عنوان مبنای توصیف و تحلیل رفتار و کنش افراد، ملاک ارزیابی و نحوه تحقق اولویت‌های دل‌بستگی به مکان قرار می‌گیرد ([Motalebi, 2001](#)) و سه متغیر ادراک، شناخت و احساس در این فرایند نقش اساسی بر عهده دارند و عمق و میزان آن متناسب با عمق نگاه افراد از محیط متغیر است. از همین رو است که روان‌شناسان محیط به منظور تبیین شاخصه‌های مکان - رفتاری، مطالعه الگوهای رفتاری فرد در محیط را به صورت مستمر مورد بررسی قرار می‌دهند ([Javan Foruzandeh & Motalebi, 2011](#)).

رویکرد کالبدی^۸

رویکرد کالبدی بر نقش اجزاء و عناصر بر شکل‌گیری حس تعلق به مکان تأکید دارد و از این منظر، توجه به نشانه‌ها، عناصر، فرم‌ها و اجزای معماری را مبنای برقراری تعامل انسان با مکان قلمداد می‌کند. از این منظر، رویکرد جزء به کل برای رسیدن به وحدت و یگانگی میان انسان و محیط بخش مهمی از فرایند حس تعلق و مبنای تفسیر این پیوند است.

این نگرش برگرفته از نگاه به عناصر و اجزاء کالبدی مکان به عنوان بخشی از فرایند شناخت و هویت انسانی است. شکل، اندازه، رنگ،

هویت مکان، حس تعلق مکان را به عنوان جنبه یا بعد دیگری از هویت که در جهت ارتباط سه مؤلفه مذکور عمل می‌کند، تلقی می‌کنند ([Relph, 1997](#)).

از منظر پدیدارشناسی، حس مکان به منزله عناصر نهفته در مکان است که می‌توان از آن به روح مکان تعبیر نمود و بنیان آن بر تجربه و آزمون است. با پذیرش این رویکرد که روح مکان در خود مکان متجلی است؛ اما حس مکان در ذهن مخاطب شکل می‌گیرد ([Ayashm & Mirgholami, 2016](#))، روح مکان ماهیتی جدایی‌ناپذیر از مکان است و توسط موضوعات مختلفی همچون عناصر طبیعی و یا دست‌ساخته (معماری) تعریف می‌شود و افراد به میزان قرابت با آن موضوعات، به مکان وابسته شده و به موضوعات (رویدادها) را می‌سازند و روایت می‌کنند.

از نگاه پدیدارشناسان جغرافیای انسانی، رویکردی تجربی گرا و مبتنی بر نحوه و میزان ارتباط انسان با مکان و درک مفاهیم نهفته در آن مرتبط است. از این منظر، طول زمان حضور فرد در مکان با عمق ادراک او از مکان رابطه دارد. افرادی که سابقه حضور بیشتری در مکان دارند، تجارب بیشتری اندوخته‌اند و نسبت عمیق‌تری با مکان برقرار کرده‌اند ([Javan Foruzandeh & Motalebi, 2011](#)). نگین تاجی و همکاران در تبیین رابطه نسبت رابطه انسان با مکان، دل‌بستگی به مکان و وابستگی به مکان را زمینه و مقدمه هویت مکان می‌داند ([Negintaji, Ansar & Pourmand, 2018](#)). نوربرگ شولتز، با تأکید بر خلأهای نسبی معماری معاصر، نبود معنا را مهم‌ترین چالش عدم دل‌بستگی به مکان می‌داند و ریشه‌های آن را غلبه کمیت بر کیفیت در فضاهای معماری می‌داند و از سویی به همزادپنداری و انطباق فرد با محیط تأکید می‌کند ([Falahat, 2006](#)).

رویکرد روان‌شناسی محیطی^۹

به رغم گستردگی مفاهیم و ادبیات مترتب بر مکان و حس تعلق، نبود رویکردی مشخص و تدقیق شده از این مفهوم در مطالعات مشهود است ([Hidalgo & Hernandez, 2001](#)). تکرر واژه‌هایی همچون وابستگی به مکان، اولویت‌دهی به مکان، هویت‌مندی و اصالت مکان نشان از تکرر تفاسیر و رهیافت‌ها پیرامون این موضوع است.

مرزپذیری و قابل تحدید بودن مکان این امکان را فراهم می‌کند که انسان‌ها با احساس متمایز بودن، ثبات داشتن و تعلق به جمع داشتن، امنیت و آرامشی لازم را برای زندگی کسب کنند. احساس متمایز بودن از دیگران، نیازمند وجود مرزهای پایدار و کم‌وبیش نفوذناپذیر است. هراندازه این مرزها و تفاوت‌های مبتنی بر آن‌ها شفاف‌تر و دقیق‌تر باشد، نیاز به متمایز بودن از دیگران به‌خوبی تأمین می‌شود. از آنجاکه ترسیم چنین مرزها و تفاوت‌هایی روی قلمرو مکانی و باز-تولید و حفظ آن‌ها آسان‌تر است، مکان و سرزمین به‌صورت بستری بسیار مناسب برای هویت‌سازی و تداوم بخشیدن به هویت و احساسی تعلق داشتن به مکان درمی‌آید (Golmohammadi, 2002).

ویژگی دیگر مکان، تأمین انسجام اجتماعی است که احساس تعلق داشتن به جمع را ممکن می‌کند (Tajik, 2005). این ویژگی سبب می‌شود تا مکان به عامل مهمی برای هم‌افزایی اجتماعی تبدیل شود. افراد به لحاظ اشتراکات اجتماعی درون‌گروهی، به بازیابی هویت خود پرداخته و با مکان انس می‌گیرند (Golmohammadi, 2002).^۹

بی‌سبب نیست که فلاح، حس تعلق را از یک‌سو ریشه در تجربیات ذهنی و از سوی، برآمده از تجربیات عینی و نمود یافته در فضای کالبدی می‌داند (Falahat & Nouhi, 2012)؛ از همین رو، کالبد و عناصر کالبدی، گرچه شرط لازم برای شکل‌گیری حس تعلق‌خاطر به مکان است اما این شاخصه صرفاً سطوح اولیه حس تعلق را در بر می‌گیرد (Kalali & Modiri, 2012) و تنها از طریق تعمیم شاخصه‌های کالبدی با شاخصه‌های فراکالبدی است که دل‌بستگی به مکان ایجاد می‌گردد (Gharehbaglou, Einifar & Izadi, 2013). و از طریق این پیوند ارگانیزم پیچیده و واحدی شکل می‌گیرد (Shahcheraghi & Bandar-Azad, 2015).

شامی (۱۹۹۱) نیز سه مرحله تعلق به مکان، دل‌بستگی به مکان و تعهد به مکان (Kashi & Bonyadi, 2013) را عوامل مؤثر در حس تعلق می‌داند که فرد در نتیجه دل‌بستگی به مکان، هوشیاری نسبت به مکان، تعلق به مکان، رضایت از مکان و تعهد به مکان، آن را توسعه می‌دهد (Kashi & Bonyadi, 2013).

بافت و مقیاس به‌عنوان ویژگی‌های فرم هر یک در شکل‌گیری حس تعلق نقش مؤثر داشته و نوع ساماندهی و چیدمان اجزاء کالبدی از طریق هم‌سازی و قابلیت تأمین نیازهای انسان در مکان در ایجاد حس تعلق مؤثر هستند (Motalebi, 2006).

ریچر و لاوارکاس، با تأکید بر نقش مهم و اساسی تعلق کالبدی، از آن با عنوان ریشه‌داری یاد می‌کنند که بر این اساس، فرد محیط را بر اساس عناصر کالبدی به‌خاطر می‌سپارد (Javan Foruzandeh & Motalebi, 2011). آلتمن، حس تعلق به محیط را محصول عقاید فرهنگی افراد دانسته و سه عامل مقیاس، اختصاصی بودن و قابل‌دسترس بودن را از اجزای اصلی آن برمی‌شمرد (Javan Foruzandeh & Motalebi, 2011). راپپورت نیز با تأکید بر الگوهای فرهنگی به‌عنوان مؤلفه‌های سازنده حس تعلق بر این نکته تأکید می‌کند که هر محیطی دربرگیرنده کدهایی است که ب‌اساس انگاره‌های فرهنگی ساکنان شکل می‌گیرد و از این جهت مبتنی بر استنباطی است که هر فرد از محیط دریافت می‌کند (Rappaport, 1990). مکان در این رویکرد بر اساس نمادهای فرهنگی و اجتماعی به‌منصه ظهور می‌رسد و میزان و شیوه دریافت آن برای افراد متفاوت است.

حس تعلق؛ هویت متجسد در مکان

جامعه‌شناسان و به‌ویژه انسان‌شناسان بر این نکته تأکید کرده‌اند که مکان فارغ از جایگاه محلی یا سرزمینی برای مردم بسیار اهمیت دارد؛ چراکه توانایی هویت‌سازی بسیار بالایی دارند. حس تعلق به مکان در درجه نخست به معنای خاص و متمایز بودن، ثابت و پایدار ماندن (تداوم داشتن) و به جمع تعلق داشتن است (Golmohammadi, 2002). در تفکیک ابعاد مختلف تشکیل‌دهنده حس تعلق، طیف وسیعی از عوامل محیط فیزیکی و معماری محیط تا عوامل روان‌شناسانه اثرگذار است. تعلق مکان پیوندی است بین یک فرد یا گروه و مکان که بر اساس سطح فضایی، درجه اختصاصی بودن و ویژگی‌های اجتماعی یا کالبدی مکان، متغیر است و از طریق احساس، شناخت و فرایندهای روان‌شناسانه رفتاری، آشکار می‌گردد (Scannell & Gifford, 2010)؛ لذا، مکان و فضا مهم‌ترین عواملی هستند که نیازهای هویتی را تأمین می‌کنند؛ به عبارتی روشن‌تر،

بازشناسی حس تعلق

کاربران به دو طریق به فضا رنگ تعلق می‌دهند. نخست با تغییر تصویر ذهنی از مکان که در حالت اول زمینه موجود با تصویر ذهنی کاربران سازگار است و می‌توان آن را رنگ تعلق توافق جویانه نامید. در حالت دوم زمینه موجود با تصویر ذهنی کاربران سازگار نیست که می‌توان آن را رنگ تعلق شفاعویانه نامید (Bentley et al, 2011). براین اساس، حس تعلق به مکان در شش حوزه قابل تمیز و تفکیک است.

حس تعلق و نفوذپذیری (دسترسی): بن و گاس، دسترسی را به چهار زیرگروه تقسیم می‌کنند: دسترسی فیزیکی به فضا، دسترسی به فعالیت‌ها، دسترسی به اطلاعات و دسترسی به منابع (Madani, 2003); از این رو حس تعلق بر روی نفوذپذیری تأثیر قابل توجهی ندارد؛ درحالی‌که اگر دسترسی به یک مکان از حد متعادل آن کمتر باشد مخاطب نمی‌تواند اعمال سلیقه شخصی خود را در همه نقاط بروز دهد؛ از طرفی اگر میزان نفوذپذیری یک مکان بیش از حد نیاز باشد، فضا حالتی عمومی به خود گرفته و مانع بروز حس تعلق خواهد بود.

حس تعلق و خوانایی: خوانایی، کیفیتی است که موجبات قابل درک شدن یک مکان را فراهم می‌آورد (Bentley et al, 2011); لذا مکان‌هایی که دارای حس تعلق بوده و سلیقه شخصی در آن‌ها اعمال شده باشد، سطح قابل توجهی از خوانایی را موجب می‌شوند. درحالی‌که ممکن است علت خوانایی یک مکان، بروز حس تعلق ساکنان آن نباشد.

حس تعلق و گوناگونی: مکانی که دارای گوناگونی کاربری باشد، انسان‌های مختلفی را در اوقات گوناگون با اهداف متنوع به خود جذب می‌کند (Bentley et al, 2011); لذا اگرچه حس تعلق تقویت‌کننده تنوع بصری است اما عموماً نقشی در تنوع کاربری‌ها نخواهد داشت. برعکس، مردم محیط‌های طبیعی و مصنوع را برای دگرگون کردن قابلیت‌ها تغییر داده (Lang, 1987) و وجود امکانات و کاربری‌های متنوع پتانسیل‌های بیشتری را برای بروز حس تعلق فراهم می‌کند.

حس تعلق و انعطاف‌پذیری: پنا و پارشال (۲۰۰۱)، انعطاف‌پذیری را شامل ویژگی‌های چند عملکردی معماری، تغییرپذیری در فضاهای

داخلی و گسترش‌پذیری بیرونی آن می‌دانند (Mahmoudi, 2011). می‌توان پیش‌بینی کرد که ساختمان‌هایی با درجه بالایی از انعطاف‌پذیری بیشترین امکان تغییر را در ارتباط با رنگ تعلق تأمین می‌کنند (Bentley et al, 2011).

حس تعلق و تناسبات بصری: تناسب بصری در مکان‌هایی که به احتمال زیاد محل رفت‌وآمد افراد مختلف با زمینه‌های ذهنی متفاوت است، به‌ویژه در مکان‌هایی که کاربران نمی‌توانند تغییراتی در ظاهر آن ایجاد کنند، اهمیت خاصی می‌یابد (Bentley et al, 2011). لذا تناسب بصری درواقع جایگزینی برای حس تعلق بوده و جنبه معنایی نشانه‌ها نیز که گاه در قالب مؤلفه‌های کالبدی در فضای معماری (شمایل، نمایه و نماد) نمود می‌یابند، با تأثیرگذاری بر احساسات زیباشناسانه، هویتی و اجتماعی در ایجاد حس مکان نقش به سزایی دارند (Falahat & Nouhi, 2012).

حس تعلق و غنای حسی: غنای حسی به معنای برانگیختن حواس پنج‌گانه مخاطب در محیط است و درک آن متناسب با گروه سنی، متفاوت است. به‌طور مثال، از آنجایی‌که کودکان در هنگام ارزیابی مکان، به کالبد و نیازهای کالبدی اشاره نمی‌کنند، بلکه به کیفیاتی چون تصویر ذهنی مطلوب از مکان اشاره دارند (Chawla, 1992) و (Daneshpour, Sepehri Moqaddam & Charkhchian, 2009); لذا ادراکات حسی به‌واسطه حضور در محیط، تعلق خاطر را به دنبال دارد و محرک و بهانه‌ای برای بروز دل‌مشغولی‌های افراد به شمار می‌آید.

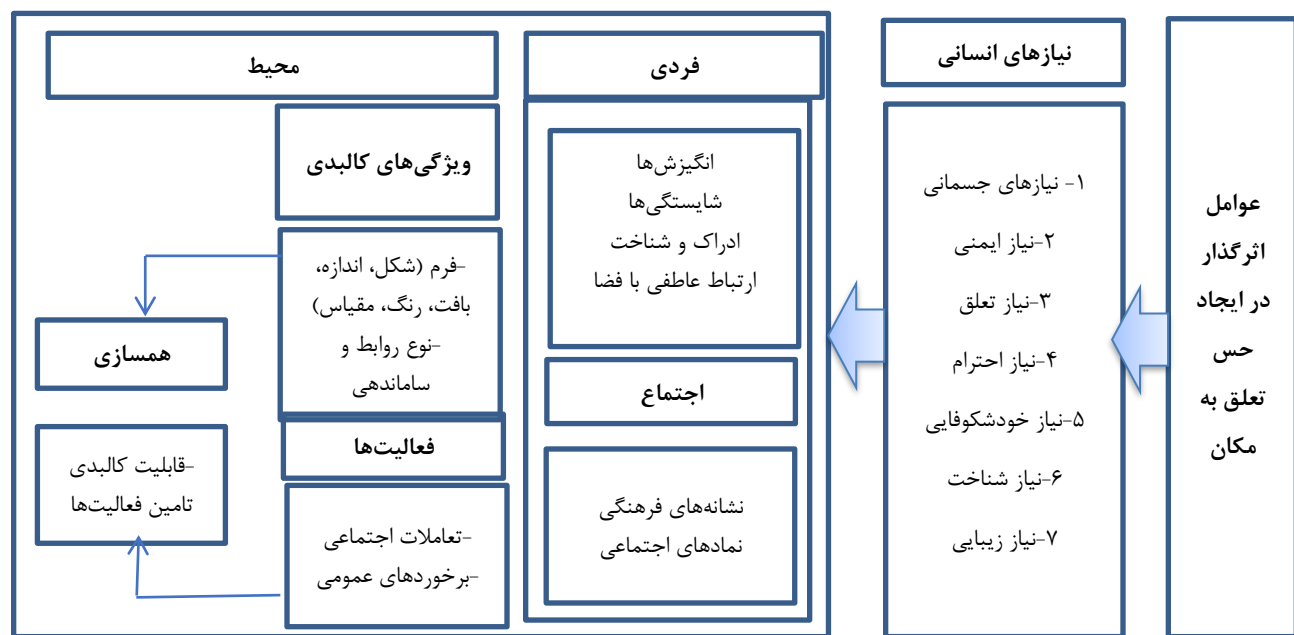
فارغ از سطوح شش‌گانه مطرح‌شده، حس تعلق پاسخگوی نیازهای کاربران می‌باشد؛ از این رو، مازلو سلسله مراتبی از نیازهای انسان را پیشنهاد می‌کند (۱۹۵۴) که مشتمل بر ۵ سطح نیازهای جسمانی و فیزیولوژیکی، نیازهای ایمنی و امنیت، نیازهای تعلق و دوست داشتن، نیاز به احترام و منزلت اجتماعی و نیاز به خودشکوفایی است (Shahcheraghi & BandarAzad, 2015) که با تأمین نیازهای اولیه، زمینه تعلق و دل‌بستگی به وجود آمده و به‌موجب آن، خودشکوفایی، منزلت اجتماعی و هویت مکانی شکل خواهد گرفت؛ پیدا است که تعلق یافتن و بستگی داشتن که خود را در معنای هویت پنهان ساخته، به معنای چیزی فراتر از حس آسودگی و خوش‌زیستی یا رفاه است (Norberg-Schultz, 1980).

یافته‌ها

حس تعلق یکی از عوامل مهم ارزیابی ارتباط انسان با محیط و ایجاد کیفیت مکانی است و برآیند تعامل سه‌قطبی میان فرد، اجتماع و محیط است که از طریق آن نوعی هم‌پیوندی میان فرد و مکان شکل می‌گیرد. در شکل‌گیری حس تعلق فردی که قوانین نانوشته ایجاد انگیزش و رفتار هستند، انگیزش‌ها، شایستگی‌ها، ادراک و شناخت و نهایتاً اتصالات عاطفی فرد با فضا تعیین‌کننده است.

در حوزه اجتماع، دو مقوله سمبل‌های فرهنگی و نمادهای اجتماعی، عوامل تعیین‌کننده حس تعلق به شمار می‌آیند. این دو شاخصه در مقیاس محلی و شهری نمود می‌یابد و مبین معانی خاصی برای مخاطب است و از طریق پیوند افراد با آن معنادار می‌شود و به همان

نسبت قدرت تفسیرپذیری مکان را ارتقا می‌بخشد. در بعد محیطی، ویژگی‌های همچون فرم (شامل شکل، اندازه، بافت، رنگ، مقیاس)، نوع روابط و سازمان‌دهی میان آن‌ها منجر به همسازی و پیوند (حس اتصال)^{۱۰} شده و در حوزه فعالیت‌ها، تعاملات اجتماعی و برخوردهای عمومی عوامل تعیین‌کننده‌ای هستند که الگوهای تعامل با محیط را ایجاد می‌نمایند و از این طریق، افراد در یک چرخه تعاملی مشترک قرار می‌گیرند. این سه‌لایه، تصویری منسجم از مکان ارائه می‌دهد و تجارب و هویت مشترک می‌سازد. بدین ترتیب، فرد به تفسیر قدرتمندی از نشانه‌های اجتماعی و محیطی می‌رسد و در سایه این شناخت، به حضور در مکان تمایل بیشتری پیدا می‌کند. شکل ۲، مبین رابطه میان عناصر فردی، اجتماعی و محیطی است و نقش آن‌ها را در شکل‌گیری و تقویت حس تعلق به مکان نشان می‌دهد.



شکل ۲. سه‌گانه فرد، اجتماع و محیط و نقش آن‌ها در شکل‌گیری و تقویت حس تعلق به مکان؛ نگارنده، ۱۴۰۴.

عناصر و مؤلفه‌های کیفی فراوانی در شکل‌گیری و جهت‌دهی به آن مؤثرند. انسان مبتنی بر فطرت و جست‌وجوی کیفیت، پاسخ نیازهای خود را از محیط - به‌عنوان مکان و بستر شکل‌گیری رویداد - طلب می‌کند. مفهوم خوانایی که یکی از بارزترین صفات یک محیط خلاق است، محصول تعاملی است که هم‌نشینی عوامل کالبدی و فرا کالبدی در شکل‌گیری به آن مؤثرند. افراد بر اساس

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با روش تحلیل گفتمان و تفسیر محوری به چیستی حس تعلق به مکان پرداخته و در پی پاسخگویی به این پرسش است که چه عواملی در ایجاد حس تعلق به مکان و ارتقا کیفی آن مؤثرند؟ حس تعلق به مکان، محصول روح مکان و خصوصیات مستتر در آن است که در قالب وابستگی به مکان نمود می‌یابد و محصول یک رویکرد تلفیقی و دوسویه میان فرد و محیط است.



10. Synchrony and Connectedness

11. Place Identity

منابع

- Altman, I, Setha, L. (1992), Place Attachment: Human behavior and Environment, Plenum Press, New York.
- Ameel, L., Sandercock, L., Throgmorton, J. A., Eckstein, B., & Beauregard, R. A. (2021). *Hear the city* (N. Pourmohamadreza, Comp. & Trans., 2nd ed.). Atrah Publisher
- Ayashm, M. and Mirgholami, M. (2016). A conceptual model to evaluate the sense of place using four factors of perceptual, physical, social and functional (the Case study of Imam Street in Urmia, Iran). *Motaleate Shahri*, 5(19), 69-80. (In Persian)
- Bentley, A.Y., Alan, A., Paul, M., Somak, G., Graham, S. (1945), Responsive environments: a manual for designers, Translation: Mostafa Behzadfar (2011), Iran University of Science and Technology Press, Tehran.
- Brocato, D. (2006), Place Attachment: An Investigation of Environments and Outcomes in a Service Context, Doctoral thesis in Texas at Arlington.
- Chawla, L (1992), Childhood Place attachments, in I, Altman and S, M, Low, (EDS.), Place Attachment, Plenum Press, New York. Pp 63-86.
- Daneshpour, S. A. , Sepehri Moqaddam, M. and Charkhchian, M. (2009). Explanation to "Place Attachment" And investigation of its effective factors. *Journal of Fine Arts: Architecture & Urban Planning*, 1(38), 37-48. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286020.1388.1.38.4.8>. (In Persian)
- Falahat, M. H., (2006), Sense of Place, place attachment, The factors of sense of place, *Journal of Fine Arts: Architecture & Urban Planning*, 26, 66-57. (In Persian)
- Falahat, M. S. and Noohi, S. (2012). The Nature of Signs and Their Role in Enhancement of Sense of Place in Architectural Spaces. *Journal of Fine Arts: Architecture & Urban Planning*, 17(1). <https://doi.org/10.22059/jfaup.2012.29693>. (In Persian)
- Fisher, K. (2007), Seattle public library as place: Reconceptualizing space, community, and information at the central library. London: Routledge.
- Gharehbaglou, M. , Einifar, A. and Izadi, A. A. (2013). Children Interaction with place in outdoor Spaces of residential Complexes. *Journal of Fine Arts: Architecture & Urban Planning*, 18(2), 69-82. <https://doi.org/10.22059/jfaup.2013.50535>. (In Persian)

خوانش محیط، به تقویت روابط خود با محیط می‌پردازند و در استمرار حیات آن اثرگذارند.

حس تعلق دربرگیرنده دو بعد کالبدی و فرا کالبدی (با تأکید بر نظام اجتماعی) است و بر برتری ابعاد فرا کالبدی در شکل‌گیری و یا تقویت حس مکان تأکید دارد. این حس از یک‌سو، بسته به صفات فردی و میزان شناخت افراد از محیط و چگونگی پیوند آن‌ها با مکان بازمی‌گردد و از سوی، نشانه‌های فرهنگی و نمادهای اجتماعی در تقویت این حس مؤثرند. پیوند سازنده میان این دو مؤلفه منجر به شکل‌گیری محیطی پویا و تعامل برانگیز و زمینه‌ساز معنابخشی به محیط^{۱۱} خواهد شد. حس تعلق همچنین از طریق انتقال فضای شخصی به ماهیت جامع‌تر به نام «مکان»، خاطرات جمعی، تعاملات جمعی، امنیت محیطی، آرامش و مسئولیت‌پذیری را در پی خواهد داشت و با بسترسازی از طریق عناصر کالبدی محصور در محیط، نمادهای محلی و نشانه‌های طبیعی یا مصنوعی و توجه به عوامل کیفی همچون فرم، شکل و هندسه، نمادها و نشانه‌ها و نیز تقویت فضاهای جمعی که در خاطره ذهنی و عینی افراد و افزایش غنای حسی مؤثرند، می‌توان زمان حضور فرد که عصاره جادویی خلق رویداد در مکان است را ارتقا بخشید. پیوند میان فرد، اجتماع و محیط با تلفیق این دو مهم و شکل‌گیری بعد هویتی در درون افراد از طریق عوامل مداخله‌گر یادشده، این حس به محیط تسری داده شده و پیوند مستحکم‌تری میان این دو ایجاد می‌شود.

پی‌نوشت:

- place Attachment
- Behavioral Aole
- Space

۴. پیوند بین مشارکت و حس تعلق رابطه معناداری است. به هر میزان که مشارکت‌پذیری افراد در امور محله و شهر بیشتر باشد، حس قرابت افراد با آن محیط بیشتر شده و روابط از ماندگاری و غنای بیشتری برخوردار خواهد بود.

- Ontological Approach
- Phenomenological Approach
- Environmental Psychology Approach
- Physical Approach

۹. این ویژگی در اجتماعات کوچک محلی همچون بافت‌های تاریخی که رابطه چهره به چهره افراد از درجه اعتبار بالاتری برخوردار است، بیشتر مشهود است.

24. Madanipour, A. (2003). *Public and private spaces of the city* (A. Madanipour, Trans.). Tehran: Pardazesh & Barnameriziye Shahri Publications, 2012. (In Persian).
25. Mahmoudi, M. M. (2011), Designing Educational Spaces with a Flexible Approach, University of Tehran, Tehran. (In Persian).
26. Motalebi, G. (2006). Recognizing the relationship between form and function in architecture. *Honarhaye Ziba*, 25(25). (In Persian)
27. Motalebi, G. (2001). Environmental psychology: A new knowledge in the service of architecture and urban design. *Honarhaye Ziba*, (10), 52–67. (In Persian)
28. Negintaji, S. , Ansari, M. and Pourmand, H. (2018). Explanation of the relationship between human and place in architecture design process by a phenomenological approach. *Journal of Fine Arts: Architecture & Urban Planning*, 22(4), 71-80. <https://doi.org/10.22059/jfaup.2018.200203.671327>. (In Persian)
29. Norberg-Schulz, C. (1980). *Towards a phenomenology of architecture* (M. Shirazi, Trans.). Tehran: Rukhdad Nov. (In Persian)
30. Rapoport, A. (1990). *The meaning of the built environment: A nonverbal communication approach* (2nd ed.; F. Habib, Trans.). Tehran: Urban Processing and Planning. (In Persian)
31. Relph, E. (1976). *Place and placelessness* (Z. Motaki, K. Mandegari, & M. R. Noghsanmohammadi, Trans.). Tehran: Armanshahr Publication. (In Persian)
32. Safian, M. J. , Ansari, M. , Ghafari, A. and Masood, M. M. (2012). Hermeneutical phenomenology survey of relation between place and architecture. *Journal of Philosophical Investigations*, 5(8), 93-129.
33. Sandercock, L., Throgmorton, J. A., Ameel, L., Beauregard, R. A., & Eckstein, B. (2003–2021). *Hear the city, hearing the city* (N. Pourmohammadreza, Trans.). Tehran: Atraf Publishing, 2021. (In Persian)
34. Sarmast, B., & Motavaseli, M. M. (2010). Measure and analyze the role of Place Scale on the place attachment (Case Study: Tehran). *Urban Management*, 8(26), 133-146. (In Persian)
35. Scannell, L., Gifford, R. (2010), Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology*, 30 (1), 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2009.09.006>
36. Shahcheraghi, A., & BandarAzad, A. (2015). *Surrounded by the environment: Application of environmental psychology in architecture and urban planning*. Tehran: Jihad Daneshgahi Organization. (In Persian)
12. Groat, L. N. (2002). *Architectural research methods* (A. Ainifar, Trans.). Tehran: University of Tehran. (In Persian)
13. Golmohammadi, A., (2002), Globalization of Culture and Identity, Ney Publications. (In Persian)
14. Habibi, S. M. (2003). How to model and innovate the neighborhood skeletal organization. *Fine Arts*, (13), 32–39. (In Persian)
15. Hidalgo, C., Hernandez ,B. (2001), Place Attachment: Conceptual and Empirical Questions, *Journal of Environmental Psychology*, 21 (3), 273–281. <https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0221>
16. Javan Forouzandeh, A., & Motalebi, G. (2011). The concept of sense of place and its constituent factors. *Identity of the City*, 5(8), 27–37. (in Persian)
17. Kalali, P. and Modiri, A. (2012). Explanation of the role of meaning component in the process of creating the sense of place. *Journal of Fine Arts: Architecture & Urban Planning*, 17(2), 43-52. <https://doi.org/10.22059/jfaup.2012.30159>. (In Persian)
18. KashaniJoo, K. (2010). Recognizing the theoretical approach to urban public spaces. *Hoviate Shahr*, 4(6), 95–106. (In Persian)
19. Kashi, H. and Bonyadi, N. (2013). Stating the Model of Identity of Place-Sense of Place and Surveying its Constituents* Case Study: Pedestrian Passage of Shahre Rey. *Journal of Fine Arts: Architecture & Urban Planning*, 18(3), 43-52. <https://doi.org/10.22059/jfaup.2013.51317>. (In Persian)
20. Kamalipour, H, Jeddi Yeganeh, A & Alalhesabi, M. (2012), Predictors of Place Attachment in Urban Residential Environments: A Residential Complex Case Study. *Social and Behavioral Sciences*, 35, 954 – 964. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.02.111>
21. Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., and Bacon, J. (2004), Effects of Place Attachment on Users' Perceptions of Social and Environmental Conditions in a Natural Setting, *Journal of environment psychology*, 24 (2), 213-225. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2003.12.006>.
22. Lang, J. T. (1987). *Creating architectural theory: The role of the behavioral sciences in environmental design* (A. Ainifar, Trans.). Tehran: University of Tehran. (In Persian)
23. Lawson, B. (2001). *The language of space* (A. Ainifar, Trans.). Tehran: University of Tehran Publications. (In Persian)



<http://dx.doi.org/10.2174/978160805413811201010003>

40. Tajik, M. R. (2005). *Narrative of otherness and identity among Iranians*. Tehran: Farhang Gofman Publications. (In Persian)
41. Zarrabian, F., & Manam, M. (2010). Examining the extent and factors affecting the sense of place. *Shahrdariha*, 9. (In Persian)
37. Steele, F. (1981). *The sense of place*. Boston, CBI Publishing Company.
38. Stedman, R. C (2003), Sense of place and forest science: toward a program of quantitative research, *Forest Science*, 49 (6), 822-829.
39. Seamon, D. (2012), Place, Place Identity, and Phenomenology: A Triadic Interpretation Based on J. G. Bennett's Systematics, *The Role of Place Identity in the Perception, Understanding, and Design of Built Environments*.