

Analyzing the Meaning-Making Factors in the Formation of Sense of Place: A Comparative Study of Traditional and Contemporary Mosques in Hamedan City

Maryam Rahimi Meshkin^{1*}, Sarab Mohammad Alizadeh²

1-Department of Architecture, Asa.C., Islamic Azad University, Asadabad, Iran

2- Department of Architecture, Ha.C., Islamic Azad University, Hamedan, Iran

*ma.rahimimeshkin@iau.ac.ir

<https://doi.org/10.61838/lagdj.10>

Date of submission: 2025/10/18

Revision: 2025/12/21

Acceptance: 2025/12/26

Abstract

With the expansion of human societies and the weakening of semantic layers in built environments, the semantic quality of space and the role of perceptual components in shaping it have become increasingly important for designers. This research adopts a meaning-oriented approach to investigate the role of semiotic signs in the placemaking process of mosque architecture in Hamedan city. The primary objective is to understand the impact of meaning-making signs on the creation of a "sense of place" in both traditional and contemporary mosques of Hamedan. To achieve this, meaning-making architectural signs—categorized as formal, sensory, and associative qualities—were identified based on semiotic principles, and their relationship with the dependent variable, "sense of place," was analyzed. The research methodology combines case study and cross-sectional survey approaches; data were collected through questionnaires and statistically analyzed using SPSS for correlation analysis. The results indicate a significant relationship between sense of place and all meaning-making signs (formal, sensory, and associative qualities). Furthermore, sensory quality was found to play a more prominent role in enhancing the sense of place compared to the other qualities. Additionally, demographic variables, including the age, gender, and education level of the worshipers, showed a significant impact on their experience of sense of place. The findings of this study can provide theoretical and practical guidance for architects and planners of mosques to strengthen semantic layers and enhance the quality of the users' spatial experience.

Keywords: Sense of Place, Semiotics, Sensory Quality, Mosque Architecture, Placemaking

تحلیل عوامل معنا ساز در شکل گیری حس مکان: بررسی تطبیقی مساجد سنتی و معاصر شهر همدان

مریم رحیمی مشکین^{۱*}، سراب محمدعلیزاده^۲

۱- گروه معماری، واحد اسدآباد، دانشگاه آزاد اسلامی، اسدآباد، ایران

۲- گروه معماری، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران

*ma.rahimimeshkin@iaau.ac.ir

<https://doi.org/10.61838/lagdj.10>

پذیرش: ۱۴۰۴/۱۰/۰۵

بازنگری: ۱۴۰۴/۰۹/۳۰

تاریخ ارسال: ۱۴۰۴/۰۷/۲۶

چکیده

با گسترش جوامع انسانی و تضعیف لایه‌های معنایی در فضاهای ساخته شده، کیفیت معنایی فضا و نقش مؤلفه‌های ادراکی در شکل‌دهی فضا برای طراحان اهمیت یافته است. این پژوهش با نگرشی معناگرا به بررسی نقش نشانه‌ها در مکان‌مندسازی فضای معماری مساجد شهر همدان می‌پردازد. هدف اصلی تحقیق شناخت تأثیر نشانه‌های معنا ساز بر ایجاد «حس مکان» در مساجد سنتی و معاصر همدان است. برای دستیابی به هدف، نشانه‌های معنا ساز معماری (شامل کیفیت‌های فرمی، حسی و تداعی‌کننده) مبتنی بر اصول نشانه‌شناسی شناسایی و رابطه آن‌ها با متغیر وابسته «حس مکان» مورد تحلیل قرار گرفت. روش پژوهش ترکیبی از مطالعه موردی و پیمایش مقطعی است و داده‌ها از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری و با نرم‌افزار SPSS تحلیل آماری و تحلیل همبستگی شدند. نتایج نشان می‌دهد که بین حس مکان و نشانه‌های معنا ساز (کیفیت فرمی، کیفیت حسی و کیفیت تداعی‌کننده) رابطه‌ای معنادار وجود دارد؛ همچنین کیفیت حسی نسبت به سایر کیفیت‌ها نقش برجسته‌تری در تقویت حس مکان دارد. افزون بر این، متغیرهای جمعیت‌شناختی شامل سن، جنسیت و سطح تحصیلات نمازگزاران نیز بر تجربه حس مکان تأثیر معناداری نشان دادند. یافته‌های تحقیق می‌تواند راهنمایی نظری و کاربردی برای طراحان و برنامه‌ریزان معماری مساجد در جهت تقویت لایه‌های معنایی و ارتقای کیفیت تجربه مکانی مخاطبان فراهم آورد.

واژگان کلیدی: حس مکان، نشانه‌شناسی، کیفیت حسی، معماری مسجد، مکان‌مندی

۱. مقدمه

مساجد همدان از دیرباز به عنوان بسترهایی مقدس و نمادین برای بروز رخداد‌های دینی، فرهنگی و اجتماعی شناخته شده‌اند؛ با این حال، در دهه‌های اخیر تقلید بی‌تأمل طراحان از بناهای گذشته و غفلت از لایه‌های معنوی و معرفتی نهفته در طراحی، موجب شده است که این فضاها نتوانند به‌خوبی با نیازها و انتظارات انسان معاصر همگام شوند (بمانیان، ۱۳۸۹: ۵۸). نتیجه این روند کاهش توجه به روح معنوی و کیفیت‌های معنایی فضا بوده و پرداختن به عوامل معناساز، راهی مؤثر برای بازتولید حس آشنایی و تعلق نسبت به مکان فراهم می‌آورد. نشانه‌شناسی با تکیه بر مفهوم دلالت و ریشه‌مندی در علوم ادراکی، چارچوبی نظری برای تحلیل چگونگی معناداری به فضا ارائه می‌دهد و بررسی وجوه نشانگی — که هم‌زمان جنبه‌های کاربردی، ساختاری و معنایی را در فرآیند شکل‌دهی فضای معماری مدنظر قرار می‌دهد — می‌تواند گامی مؤثر در جهت معنابخشی به فضا و ارتقای حس مکان باشد (فلاح و نوحی، ۱۳۹۱). حس مکان مفهومی پیچیده و چندوجهی است که شامل مجموعه‌ای از معانی، نمادها و کیفیت‌هایی است که فرد یا گروه به‌صورت خودآگاه و ناخودآگاه از یک فضا ادراک می‌کند؛ این حس فراتر از تجربه‌های صرفاً عاطفی است و به‌عنوان یک نظام شناختی، پیوندهای تعلق فرد به عناصر مکانی را شکل می‌دهد (فلاح، ۱۳۸۵: ۶۲). پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش نشانه‌ها در ادراک معانی و تأثیر آن‌ها بر ارتقای حس مکان در مساجد سنتی و معاصر شهر همدان طراحی شد؛ برای نیل به این هدف، از مطالعه موردی برای مقایسه، از تکنیک‌های پیمایشی برای جمع‌آوری نگرش‌ها، توقعات و ادراکات کاربران و از تحلیل همبستگی برای سنجش تأثیرات متقابل میان متغیرهای پژوهش استفاده گردید. در این تحقیق، معانی نشانه‌شناسانه در سه قلمرو کیفیت‌های حسی، کیفیت‌های فرمی و کیفیت‌های تداعی‌کننده مورد بررسی قرار گرفتند تا رابطه آن‌ها با متغیر وابسته یعنی «حس مکان» تحلیل شود. سؤال‌های محوری پژوهش عبارت‌اند از: آیا نشانه‌های معناساز (کیفیت فرمی، کیفیت حسی و کیفیت تداعی‌کننده) بر ایجاد حس مکان در مساجد اثرگذارند؟ کدام یک از این کیفیت‌ها تأثیر قوی‌تری بر حس مکان دارند؟ و آیا متغیرهای جمعیتی مانند سن، جنسیت و تحصیلات در ایجاد حس مکان مؤثرند؟ بر اساس چارچوب نظری و اهداف پژوهش، دو فرضیه اصلی مطرح شده است: اول این‌که بین متغیرهای جنسیت، سن، تحصیلات و نوع مسجد با متغیر حس مکان تفاوت معناداری وجود دارد؛ و دوم این‌که بین حس مکان و متغیرهای کیفیت فرمی (پیکره‌بندی بنا و شکل‌دهی فضای معماری)، کیفیت حسی و کیفیت تداعی‌کننده رابطه‌ای معنادار و مثبت برقرار است. یافته‌های این مطالعه می‌تواند راهنمایی برای طراحان و برنامه‌ریزان معماری فراهم آورد تا در فرایند بازآفرینی یا طراحی نوین مساجد بیش از پیش به لایه‌های معنایی و کیفیت‌های محسوس فضا توجه نمایند.

۲. پیشینه پژوهش

فلاح (۱۳۸۴) در مطالعه‌ای با عنوان «نقش طرح کالبدی در ایجاد حس مکان مسجد» به ارزیابی ادراک مردم درباره مساجد معاصر با الگوهای کالبدی متنوع پرداخت و نمونه‌هایی از جمله دو مسجد سنتی، دو مسجد نوآورانه و یک مورد میانجی را تحلیل کرد؛ نتایج نشان داد که عوامل فردی تفاوت چشمگیری در حس مکان ایجاد نمی‌کنند، اما نشانه‌های کالبدی، ساختار طرح معماری و نوع فعالیت‌ها به‌عنوان مؤلفه‌های تعیین‌کننده هویت مسجد و تأثیرگذار در شکل‌گیری حس مکان شناخته شدند و در میان آن‌ها طرح معماری بیشترین نقش هویتی را ایفا می‌کرد (فلاح، ۱۳۸۴).

در پژوهشی دیگر، رضازاده (۱۳۸۳) در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی نقش معماری در تداعی معانی و انتقال مفاهیم» معماری بیرونی مساجد را در دو تیپ سنتی و نوآورانه بررسی نمود و دریافت که این دو تیپ برای کاربران قابل تمییزند؛ در اغلب گروه‌ها، به‌ویژه به‌جز گروه جوانان، معماری سنتی از مطلوبیت بیشتری برخوردار بوده است (رضازاده، ۱۳۸۳).

فلاح و نوحی (۱۳۹۱) در بررسی «ماهیت نشانه‌ها و نقش آن در فضای معماری» بر نقش نشانه‌ها در ادراک معانی و ارتقای حس مکان تأکید کردند و نتیجه گرفتند که نشانه‌های معناساز در القای حس مکان در فضای معماری تأثیرگذارند (فلاح، نوحی، ۱۳۹۱).

فلاحی (۱۳۸۵) نیز در تبیین مفهوم «حس مکان» نشان داد که مؤلفه‌های کالبدی، فعالیت‌های مکانی و معانی محتوایی هر یک به‌عنوان عوامل مؤثر در شکل‌گیری حس مکان عمل می‌کنند و باید به‌صورت تلفیقی مورد توجه قرار گیرند (فلاحی، ۱۳۸۵).

مفهوم حس مکان به عنوان یک مفهوم محوری در روان‌شناسی محیطی و معماری پدید آمده است که به ارتباط عمیق، احساسی و شناختی افراد با محیط فیزیکی اطرافشان اشاره دارد. این مفهوم شامل ابعاد مختلفی مانند تعلق مکان، معنی مکان و هویت مکان است که به‌طور جمعی باعث تمایز و کیفیت زندگی در محیط‌ها می‌شود. (Relph, 1976; Kim, 2022) در مطالعات معماری و شهرسازی، حس مکان با عوامل فیزیکی، عملکردی و ادراکی محیط ساخته‌شده ارتباط دارد که تعاملات انسان و مکان را تسهیل می‌کند. (دانش پایه، حبیب، ۱۳۹۶) این مؤلفه‌ها به‌ویژه در معماری مذهبی مانند مساجد اهمیت دارند که تنظیمات فضایی و عناصر نمادین آن‌ها هویت جمعی، معنویت و تداوم فرهنگی را به مخاطبان منتقل می‌نماید (نژادابراهیمی، ۱۳۹۸). معماری مساجد سنتی دارای فرم، مواد و سلسله‌مراتب فضایی است که معنا و نمادهای مذهبی را منعکس می‌کند و این عناصر موجب تقویت حس تعلق و هویت جمعی می‌شود. (Khanzadeh, 2024)

شهر همدان به عنوان یکی از قدیمی‌ترین شهرهای ایران با دارا بودن مساجد سنتی و نوین نمونه‌ای ارزشمند برای تحلیل عوامل معناساز شکل‌گیری حس مکان است. شناخت تجارب و برداشت‌های کاربران از این فضاها می‌تواند در حفاظت معماری و طراحی نوآورانه که همواره مبتنی بر ارزش‌های فرهنگی و نیازهای امروز باشد، راهگشا باشد.

ادبیات تحقیق

در حوزه مفهومی حس مکان، از منظر پدیدارشناسی، «حقیقت مکان» بیشتر ناظر به خصیصه‌ها و خصلت‌های غیرمادی یا «روح مکان» است؛ به بیان دیگر برخی مکان‌ها دارای جذابیتی‌اند که به فرد احساس وصف‌ناپذیری القا می‌کنند و او را به حضور مکرر و بازگشت به آن مکان فرا می‌خوانند؛ توآن (Tuan, 2001) این پدیده را با اصطلاح مکان‌دوستی یا پیوند محبت‌آمیز میان مردم و مکان‌ها تشریح کرده است و آن را می‌تواند دارای بارهای زیباشناختی، حسی یا عاطفی دانست (Tuan, 2001).

رویکرد روان‌شناسی محیطی بر رابطه رفتار انسانی و مکان تأکید دارد؛ از این منظر، انسان‌ها فعالیت‌های خود را در مکان‌های مشخص سامان می‌دهند و «خاص‌سازی مکان» یکی از کنش‌های بنیادین انسانی است؛ رفتارها در مکان‌های معین معنادار و مناسب‌اند و در مکان‌های دیگر ممکن است نامتناسب تلقی شوند؛ بنابراین مکان را نمی‌توان به‌صورت جدا از فرد فهمید (Cassidy, 1997).

مدل کانتر (Canter, 1971) چارچوبی نظری فراهم می‌آورد که بر تعامل سه‌گانه رفتار انسانی، مفاهیم (معناها) و ویژگی‌های کالبدی تأکید دارد؛ بر اساس این مدل، کیفیت محیط محصول برآیند این سه مؤلفه است و هر یک از آن‌ها سهمی مشخص در تحقق کیفیت محیط ایفا می‌کنند (Canter, 1971). از منظر روان‌شناختی، انسان نیازمند تجربه‌های حسی، عاطفی و معنوی ویژه‌ای نسبت به محیط زندگی است که این تجارب از راه تعامل صمیمی و همذات‌پنداری با مکان تحقق می‌یابند و این تجربه درونی همان «حس مکان» است.

مطالعات پیشین نشان می‌دهند که مؤلفه‌های کالبدی، نشانه‌ها، ساختارهای فرمی، فعالیت‌های مکانی و عناصر تزئینی هر یک می‌توانند بر درک معنایی فضا و متعاقباً بر حس مکان تأثیرگذار باشند (فلاحی، ۱۳۸۴؛ رضازاده، ۱۳۸۳؛ فلاحی، نوحی، ۱۳۹۱؛ گودرزی‌سروش، ۱۳۹۱). این جمع‌بندی پیشینه راهنما و زمینه نظری و روش‌شناختی مناسبی برای پژوهشی است که پیوند میان نشانه‌های معناساز (در قالب کیفیت‌های فرمی، حسی و تداعی‌کننده) و تجربه حس مکان در بستر مساجد همدان را کاویده و فرایندهای مؤثر بر ادراک کاربران را به‌صورت نظام‌مند تحلیل می‌کند.

اهمیت حس مکان در ارتقای کیفیت فضای معماری

باتوسعه جوامع انسانی و بروز خلأ معانی در فضاهای ساخته شده، کیفیت فضاها نقش مؤلفه های ادراکی در شکل دهی به فضاهای مختلف مورد توجه طراحان و برنامه ریزان محیطی قرار گرفته است. فضاهایی که القاء کننده احساس تعلق و هویت و به دنبال آن آرامش و لذت در ذهن مخاطب بوده و احساس حضور و بودن در مکان را در وی زنده می سازد.

از عوامل مؤثر در کیفیت معنایی فضای معماری، می توان به حس مکان اشاره کرد. حس مکان متأثر از «معانی» و بسیاری از قراردادهای روانی - رفتاری اجتماع است. از نگاه پدیدارشناسان، حس مکان به معنای مرتبط شدن با مکان به واسطه درک نمادها و فعالیت های روزمره است (رلف، ۱۹۷۶: ۴۳). ارزش های فردی و جمعی بر چگونگی حس مکان تأثیر گذارند و حس مکان نیز بر ارزش ها، نگرش ها و به ویژه رفتار فردی و اجتماعی افراد در مکان مؤثر است و افراد معمولاً در فعالیت های اجتماعی با توجه به چگونگی حس مکانشان شرکت می کنند (فلاح، ۱۳۸۵: ۵۸).

حس مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه آنها از محیط خود است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می دهد به طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می شود. این حس، عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می گردد. حس مکان علاوه بر این که موجب احساس راحتی از یک محیط می شود، از مفاهیم فرهنگی مورد نظر مردم، روابط اجتماعی جامعه در یک مکان مشخص حمایت کرده و باعث یادآوری تجارب گذشته و دست یابی به هویت برای افراد می شود.

مهم ترین عوامل مؤثر حس مکان در دو دسته «معانی» و «ساختار کالبدی» فضا قابل بررسی هستند. علاوه بر مؤلفه های کالبدی که نقشی مؤثر در شناخت ساختار و درک فضا دارند، معانی با ایجاد ادراکی درونی از فضا، عاملی در به وجود آمدن هویت، زیبایی و لذت از فضای ساخته شده هستند (فلاح، ۱۳۸۵: ۵۸). آنچه از آن به عنوان معنا یاد می شود، حاصل تداعیاتی است که در آموخته ها، تجربه ها، فرهنگ و عادات افراد ریشه داشته و ادراک، تصویر ذهنی و برخورد هر فرد را در ارتباط با آن فضا و فعالیت های رایج در آن، رقم می زند. نشانه ها به عنوان شاخص ترین عوامل معنایی در ایجاد تداعیات ذهنی، می توانند عاملی مؤثر در ارتقای حس مکان در ارتباط با مخاطب باشند بنابراین این تحقیق با تکیه بر اصول علم نشانه شناسی که به بررسی فرآیندهای تأویل می پردازد نشانه ها و چگونگی تأثیر آن در ادراک فضا را به عنوان عاملی مؤثر در مکان مند کردن فضاها مورد بررسی قرار داده است.

جایگاه ادراک معنایی نشانه ها در معماری

ادراک حاصل از مصداق ها که متأثر از بسیاری از آموخته های موروثی و اکتسابی است، بر اساس رویکردهای مختلف مورد بررسی قرار گرفته و بنا به این رویکردها می تواند حاصل تکرار، آموخته های اجتماعی، تداعی های حسی و... باشد (جدول ۱). بنابراین با تعمیم نظریات ساختار گرایانه سوسور در بنیان های معماری می توان نمود (دال) معانی نشانه شناسانه را در قالب کیفیت های گوناگون حسی، کیفیت های فرمی و کیفیت های تداعی کننده مورد بررسی قرار دارد (لنگ، ۱۳۸۶: ۲۳۱).

این نمودها (دال) دارای تفسیرهایی (مدلول) هستند که همگی ریشه در تداعی های ناشی از آموخته های فرهنگی، مفاهیم روانشناسی، معانی سیما شناختی (اصول گشتالت) و ویژگی های رفتاری و فعالیتی محیط دارند (ذکر شده در جدول ۱) و بر کیفیت ادراکی محیط ساخته شده تأثیر گذارند (جدول ۲).

جدول ۱- چگونگی ادراک معانی و تفسیر معانی نشانه ها با رویکرد های مختلف؛ منبع: (فلاح و نوحی، ۱۳۹۱: ۲۱)

رویکردهای مطرح در ادراک نشانه ها	مبنای تفسیر نشانه ها
رویکرد روانکاوی	تداعی حاصل از طرح واره های ذهنی ناشی از کهن الگوها
رویکرد رفتارگرا	تداعی حاصل از فرآیند تقویت تکرار
رویکرد اکولوژیک	تداعی حاصل از آموخته های اجتماع پذیر
رویکرد سیماشناختی	تداعی حاصل از اصول فرم شناسی

براساس مطالعات این تحقیق، آموزه‌های اجتماعی که ریشه در فرهنگ هر ملت دارد، بصورت اکتسابی یا موروثی با تجربیات و تصاویر ذهنی مردم پیوند خورده و بسیاری از تفسیرهای ذهنی ناشی از نشانه‌ها را رقم می‌زند. تداعیات سیما شناختی به عنوان عاملی دیگر در ادراک معانی شناخته شد، که بر انگیزته از تمثیل‌هایی است که بصورت مستقیم و بدون تفکر عمیق حاصل آمده و برگرفته از اصول گشتالت ادراک است. عامل مؤثر دیگر در ادراک معانی نشانه‌ها تداعی ناشی از کهن الگوها شناسایی شد که در مفاهیم مربوط به ضمیر ناخودآگاه جمعی و فردی ریشه دارد (فلاحت و نوحی، ۱۳۹۱: ۲۱).

چگونگی نمود نشانه‌ها در معماری

همان گونه که پیش‌تر اشاره شد، سوسور با دیدگاهی ساختارگرایانه هر نشانه‌ای را در ارتباط با نظام خود مورد بررسی قرار می‌دهد و توجه زیادی به «زمینه» و خاستگاه متن که شکل دهنده نوع برداشت و تعبیر مخاطب است، دارد. بنابراین در نظر گرفتن نقش مخاطب و تفسیرگر در ادراک معانی نمادین از بنیادی‌ترین مسائل در مباحث نشانه شناسی محسوب می‌شود. از مفاهیم مطرح در نظریه دو سوسور، مفهوم «دالت» است که در واقع بیان کننده رابطه ایجابی میان دال و مدلول به شمار می‌رود. سوسور معتقد است که «اگر چه معنی (مدلول) و صورت (دال) هر یک به طور جداگانه صرفاً افتراقی و سلبی‌اند، ترکیب آن‌ها رویدادی ایجابی خواهد بود» (چندلر، ۱۳۸۷: ۵۲). این رابطه ایجابی که به نوعی زمینه ادراک و تفسیر مخاطب محسوب می‌شود، در خصوصیات و تجارب شخصی تفسیرگر و زمینه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و... جامعه ریشه دارد. دال و به عبارتی نمود برخی از این عوامل معناساز در معماری در قالب کیفیت‌های گوناگون حسی، کیفیت‌های فرمی و کیفیت‌های تداعی کننده تجلی می‌یابد (فلاحت و نوحی، ۱۳۹۱: ۲۱).

جدول ۲- چگونگی تاثیر مؤلفه‌های نمادگرایانه (دال و مدلول) معماری در کیفیت فضای معماری، منبع: (فلاحت و نوحی، ۱۳۹۱: ۲۲)

دال (نمود)	معماری	مدلول (تفسیر)
کیفیت فرمی	پیکره بندی بنای معماری: استفاده از فرم‌های نمادگرایانه در اجزاء بنا اعمال برخی عوامل نمادگرایانه در جهت مقاصد طراح شکل دهی فضای معماری: شکل دهی فضاهای بزرگ و کوچک، پراکنده و متراکم	تداعی حاصل از اصول فرم‌شناسی تداعی‌های حاصل از کهن الگوها
کیفیت حسی	بکارگیری مصالح معماری استفاده نماد گرایانه از فولاد، چوب، بتن، آجر	تداعی‌های حاصل از کهن الگوها، تکرار، تقویت و زمینه‌های فرهنگی
کیفیت تداعی کننده	استفاده از نور در فضای معماری استفاده از نور شمعی یا مصنوعی متمرکز یا خطی و ... بکارگیری رنگ در فضای معماری	تداعی حاصل از اصول اجتماع پذیر فرهنگی، اعتقادی و اصول سیماشناختی تداعی حاصل از اصول اجتماع پذیر و فرآیند تکرار تقویت

- کیفیت فرمی

الف) پیکره بندی بنای معماری:

شکل‌ها و الگوهای سازنده شیوه‌های معماری حامل معنا هستند. در هر فرهنگ شکل‌های خاصی چون دایره یا الگوهایی چون تقارن، معانی تداعی کننده دارند، ولی در جهان غرب بجز بعضی نمادهای مذهبی که تبدیل به عرف اجتماعی شده‌اند، این معانی عمدتاً از میان رفته‌اند. سادگی یا پیچیدگی پیکره‌بندی بناها وابسته به مناطق فرهنگی خاص است. اشکال شفاف و ساده با کنایه‌های معدود تاریخی معرف عصر ماشین و مدرنیته و ظهور پیچیدگی اشکال و الگوها معرف جامعه فرا صنعتی است (لنگ، ۱۳۸۸: ۲۳۳).

ب) شکل دهی فضای معماری:

حجم، میزان محصور بودن فضا و تناسبات فضای محصور همگی با معنا هستند. استفاده از فضا به خودی خود یک نماد مهم است. در بیشتر سازماندهی‌های رسمی و غیر رسمی، مردم با بضاعت اجتماعی بالاتر نسبت به طبقات پایین‌تر از فضاهای کالبدی بزرگتری استفاده می‌کنند (لنگ، ۱۳۸۸: ۲۳۴).

اصل سلسله مراتب حاکی از این است که در اغلب و شاید هم در همه ترکیبات معماری تفاوت‌های واقعی بین فرم و فضا وجود دارد. این تفاوت‌ها تاحدی نشان دهنده‌ی میزان اهمیت فرم‌ها و فضاها و نقش عملکردی، صوری و سمبلیکشان در سازمان دهی می‌باشد (چینگ، ۱۳۸۵: ۳۵۰).

برخی از مساجد، از فضاهای متنوعی تشکیل شده‌اند و این فضاها از نظام سلسله مراتب پیچیده‌ای پیروی می‌کنند. با عبور از این فضاهای متنوع از بیرون به درون، فرآیند تجربه‌ی تغییرات فضایی تا رسیدن به هدف اصلی اتفاق می‌افتد. به کار گرفتن فضاهایی باشکوه، شوق رسیدن به معبود را افزایش داده و مخاطب را آماده رسیدن به معبود خود قرار می‌دهد. سلسله مراتب فضایی در این مساجد بسیار متنوع بوده و شامل (جلوخن، درگاه، هشتی، دالان، میانسرا، ایوان، گنبد خانه، محراب) می‌باشد. برخی دیگر دارای ویژگی‌های سادگی و خلوص می‌باشند. به همین علت پیچیدگی و تنوع در سلسله مراتب حرکتی تا رسیدن به محراب به حداقل میزان خود رسیده است (حمزه نژاد و رهروی، ۱۳۹۵: ۳۱).

کریستین نوربرگ-شولتز (۱۹۷۱) فضای معماری را عینیت بخشیدن به فضای وجودی انسان می‌داند. این مفهومی روان‌شناختی است که به طرحواره‌های ذهنی انسان که در تعامل با محیط توسعه می‌یابند، تا حد کفایت معنا می‌بخشد. گر چه شولتز به برقراری رابطه مفاهیم ذهنی و فضای معماری پرداخته، ولی پیوندهای برقرار شده به روشنی بیان نشده‌اند. در مطالعه‌ای تجربی (Beck, 1970)، متغیرهای فضایی دو مقوله‌ای ساده، دارای معانی بالقوه معماری در نظر گرفته شده‌اند. این متغیرها عبارت از فضای پراکنده و کم‌تراکم در مقابل فضای متراکم، فضای محصور در مقابل فضای باز و آزاد، عمودی بودن در مقابل افقی بودن، راست و چپ در سطح افقی و بالا و پایین در سطح عمودی (لنگ، ۱۳۸۸: ۲۳۵).

- کیفیت حسی

مصالح ساختمانی:

در اصل مصالح به دلیل فنی انتخاب می‌شوند، ولی بیان معمایی آنها نیز مورد نظر است. نه تنها شخصیت بصری یک ماده ساختمانی بلکه ویژگی‌های شنیداری، لامسه‌ای و گاه ویژگی بویایی آن نیز نکاتی را تداعی می‌کنند. برای مثال، صدای حاصل از راه رفتن روی سطح مصالح مختلف به میزان قابل توجهی متفاوت است و در ادراک ذهنی هر مکان رفتاری مؤثر است. بعضی از مصالح در اثر تداوم استفاده گونه‌های خاصی از معماری را تداعی می‌کنند. سرامیک‌های براق، سطوح سخت و لامپ‌های جیوه‌ای مؤسسات اداری را به یاد می‌آورند. بنابراین بین قابلیت‌های فنی مصالح و نیازهای زیبا شناختی مورد انتظار از آن تفاوت‌هایی وجود دارد. مصنوعی بودن یا طبیعی بودن مصالح برای مردم معانی متفاوتی دارد. کیوشی آیزومی (۱۹۶۹) معتقد است که استفاده از پلاستیک بجای چوب و مصالح دیگر به دلیل تحمیق نظام ادراکی مردم و یا به دلیل ناسازگاری میان ظاهر مصالح و احساسی که از آن دریافت می‌شود، در مشاهده‌گر ایجاد تردید می‌کند. این فرضیه جالب و قابل بحث است (لنگ، ۱۳۸۸: ۲۳۵).

- کیفیت تداعی کننده

الف) ماهیت روشنایی نور:

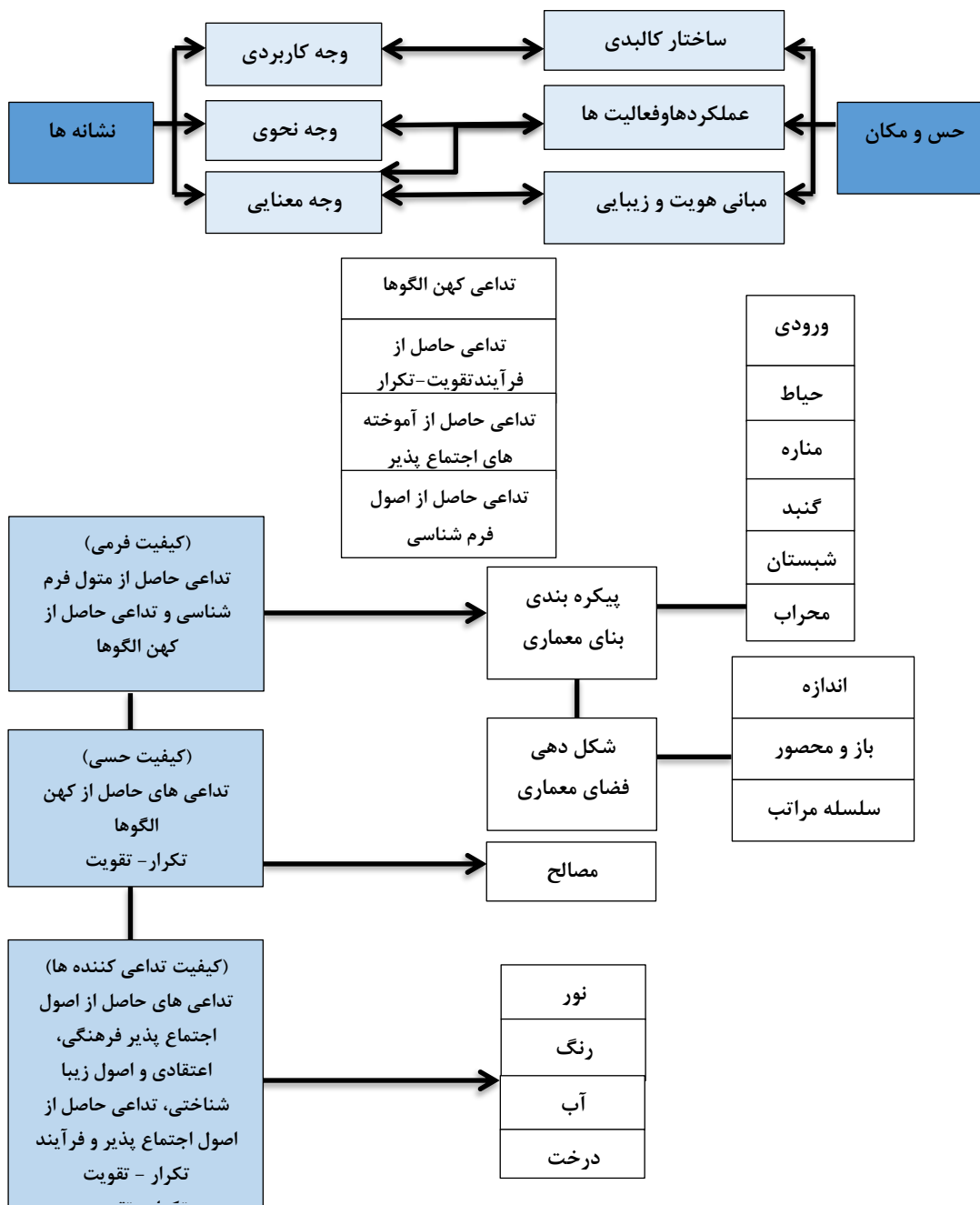
جهت دهندگی، منبع، رنگ و میزان روشنایی یک مکان از دیر زمان متغیرهایی اساسی در تجربه فضای داخلی و خارجی بوده‌اند. اگر چه پراکنده، ولی تحلیل‌های نظری و تفسیری بسیاری راجع به اثر روان‌شناختی استفاده از نور به عنوان یک عنصر مؤثر در ترکیب وجود دارد. برای مثال، والتر گروپیوس (۱۹۶۲) این گونه نوشته است: تصور کنید وقتی پرتوی از آفتاب از شیشه رنگی پنجره یک صومعه به درون می‌تابد و به آرامی از تاریک و روشن سالن اصلی می‌گذرد و ناگهان به محراب می‌تابد، چه شگفت‌انگیز و دلپذیر است و چگونه هیجان ناظر را بر می‌انگیزد. تلاش برای استفاده از کیفیت‌های نمادین نور در طراحی، تاریخی طولانی دارد (لنگ، ۱۳۸۸: ۲۳۵).

ب) رنگ:

رنگها و رنگ آمیزی محیط ساخته شده در مقیاس های گوناگون معانی مختلفی دارند. این معانی اغلب تابعی از عرف رایج در جوامع هستند. مردم اگر در مورد مفاهیم عرفی حتی سابقه و شناخت روشنی نداشته باشند، باز هم آن را درک می کنند. برای مثال در پکن قدیم رنگ، نمادی از شأن اجتماعی بوده است. رنگهای روشن برای قصرها، معابد و دیگر بناهای مقدس به کار می رفتند؛ ولی در ساختمانهای معمولی از رنگهای کمتری استفاده می شد. عرف و مفاهیم رنگ در جوامع مختلف متفاوت است. در فرهنگهای غربی قرمز نشانه ترس و نیز نشانه راستی است. هر دو مورد کاربردهای رفتاری خاص خود را داشته اند. رنگهایی که در اصل به دلایل عملکردی انتخاب شده اند، ممکن است گونه های خاصی از ساختمانها را تداعی کنند (مثل رنگ قهوه ای برای حفظ آهن، که در اصل برای پنهان کردن کثیفی ها و آلودگی ها انتخاب شده است). اگر این رنگها در مکانهای دیگری استفاده شوند باز هم معنای قدیمی خود را حفظ می کنند. در زمینه های اجتماعی و فرهنگی مختلف، رنگها معانی مختلف و گاه متناقض دارند (Porter and Mikellides 1976 , Hayward 1974). به نظر می رسد که خود رنگ نیست که با معنا است، بلکه چگونگی انحراف و خروج از هنجارها و عادت های مردم آن را واجد معنا می سازد.

چهارچوب نظری

مباحث مطرح شده بیانگر این است که نشانه ها دارای سه وجه کاربردی، نحوی و معنایی هستند و در وجه معنایی خود، تداعی کهن الگوها، تداعی حاصل از فرآیند تقویت تکرار، تداعی حاصل از آموخته های اجتماع پذیر و اصول فرم شناسی می تواند موجب ارتباط بهتر مخاطب با فضای معماری و ایجاد حس مکان گردد. حال با توجه به تعمیم نظریات ساختارگرایانه سوسور در معماری می توان دال و به عبارتی نمود برخی از این عوامل معنا ساز را در معماری در قالب کیفیت های گوناگون حسی، کیفیت های فرمی و کیفیت های تداعی کننده مورد بررسی قرار داد. در این پژوهش کیفیت فرمی مساجد در بعد پیکره بندی معماری در متغیرهای حیاط، در، مناره، گنبد، محراب و شبستان و در بعد شکل دهی فضای معماری در متغیرهای اندازه، مفهوم باز و محصور و سلسله مراتب حرکتی مورد تحلیل قرار می گیرند. کیفیت حسی با متغیر مصالح و کیفیت تداعی کننده با متغیرهای نور، رنگ، آب، درخت بررسی می شوند.



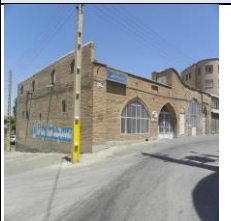
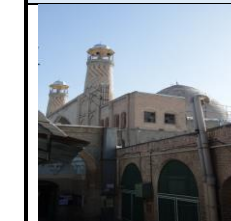
مدل مفهومی پژوهش، منبع: (نگارندگان)

بررسی تأثیر نشانه های معنا ساز بر ایجاد حس مکان در مساجد شهر همدان

در این تحقیق به بررسی روابط بین نشانه های معنا ساز و حس مکان در پنج مورد از مساجد شهر همدان در سه بعد کیفیت فرمی، کیفیت حسی، کیفیت تداعی کننده پرداخته شد.

از میان پرسشنامه هایی که بین نمازگزاران پنج مسجد توزیع شد، در مجموع (۲۰۰) مورد بررسی قرار گرفت و با استفاده از نرم افزار Spss تحلیل شدند. به منظور تعیین پایداری پرسشنامه ضریب آلفای کرونباخ برای ۳۰ پرسشنامه که به طور مساوی در ۵ مسجد مورد نظر انجام گرفته بود محاسبه گردید، مقدار این ضریب ۰/۸۵۳ بوده و مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای کل ۲۰۰ پرسشنامه ۰/۸۹۹ محاسبه گردید. شرکت کنندگان مورد آزمون در پژوهش حاضر به تعداد ۲۰۰ نفر و همچنین بطور مساوی در هر پنج مسجد جامع، مسجد شریف الملک، مسجد مدرس، مسجد شالبافان و مسجد امام خمینی مورد سنجش قرار گرفته اند. با توجه به جدول ۴ می توان نتیجه گرفت که مردان با درصد فراوانی ۵۸٪ بیشترین تعداد شرکت کنندگان و مابقی زنان می باشند. همچنین بیشترین تعداد شرکت کنندگان دارای مدرک تحصیلی زیر دیپلم (۴۹٪) و کمترین آنها با درصد فراوانی ۵/۵٪ دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و بالاتر می باشند. همچنین ۷۲/۵٪ شرکت کنندگان مدرکشان دیپلم و کمتر از دیپلم می باشد.

جدول ۳- تصاویر مساجد بررسی شده، منبع: (نگارندگان)

نام مسجد	مسجد مدرس	مسجد امام خمینی	مسجد شالبافان	مسجد شریف الملک	مسجد جامع
تصویر					
دوره ساخت	نواورانه	نواورانه	سنتی	سنتی	سنتی

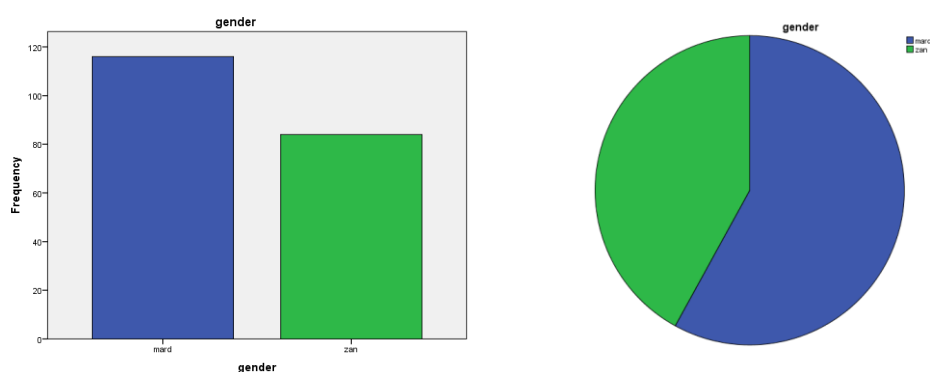
آمار توصیفی:

جدول ۴- جدول فراوانی جنسیت، سن، تحصیلات و نوع مسجد پاسخ دهندگان

	گروه	فراوانی	درصد فراوانی	در صد فراوانی نسبی	درصد فراوانی تجمعی
جنسیت	مرد	۱۱۶	۵۸	۵۸	۵۸
	زن	۸۴	۴۲	۴۲	۱۰۰
سن	کمتر از ۳۰	۱۹	۹/۵	۹/۵	۹/۵
	۳۰-۴۰	۵۲	۲۶	۲۶	۳۵/۵
	۴۰-۵۰	۸۰	۴۰	۴۰	۷۵/۵
	۵۰ سال به بالا	۴۹	۲۴/۵	۲۴/۵	۱۰۰
تحصیلات	دیپلم و پایین تر	۹۸	۴۹	۴۹	۴۹
	کاردانی	۴۷	۲۳/۵	۲۳/۵	۷۲/۵
	کارشناسی	۴۴	۲۲	۲۲	۹۴/۵
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۱۱	۵/۵	۵/۵	۱۰۰

۲۰	۲۰	۲۰	۴۰	مسجد جامع	مساجد
۴۰	۲۰	۲۰	۴۰	شریف الملک	
۶۰	۲۰	۲۰	۴۰	مدرس	
۸۰	۲۰	۲۰	۴۰	شالباغان	
۱۰۰	۲۰	۲۰	۴۰	امام خمینی	

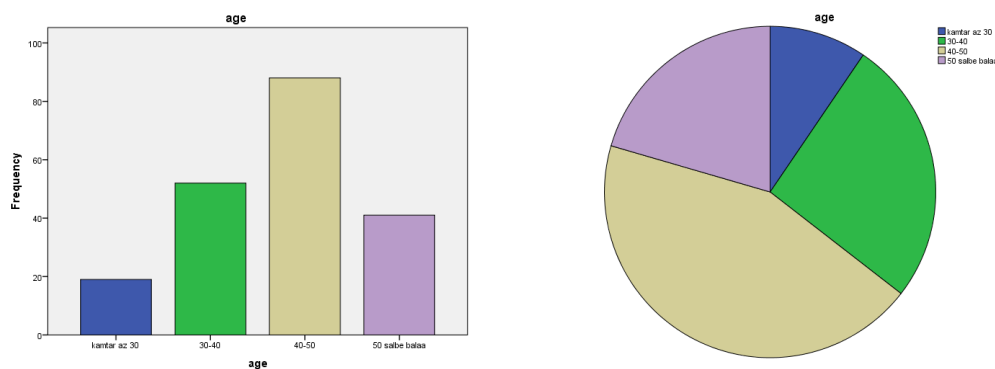
نمودار شماره ۱: نمودار دایره‌ای و میله‌ای توزیع فراوانی شرکت کنندگان براساس جنسیت



جدول ۵ - فراوانی متغیر جنسیت

فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی نسبی	درصد فراوانی تجمعی
مرد	۱۱۶	۵۸	۵۸
زن	۸۴	۴۲	۱۰۰
جمع	۲۰۰	۱۰۰	

نمودار شماره ۲: نمودار دایره‌ای و میله‌ای توزیع فراوانی شرکت کنندگان براساس سن

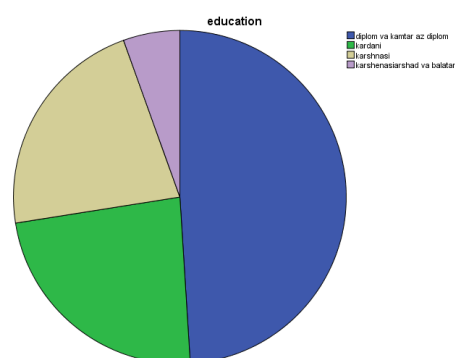
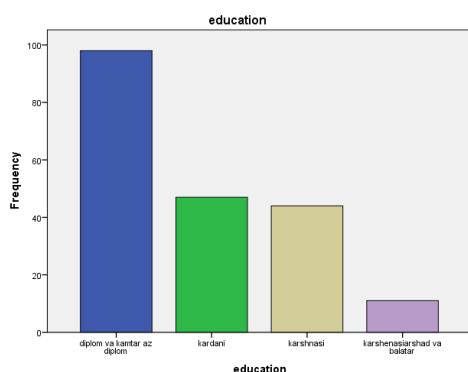


جدول ۶ - فراوانی متغیر سن

فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی نسبی	درصد فراوانی تجمعی
کمتر از ۳۰ سال	۱۹	۹	۹
بین ۳۰ تا ۴۰ سال	۵۲	۲۶	۳۵
بین ۴۰ تا ۵۰ سال	۸۸	۴۴	۷۹
بالاتر از ۵۰ سال	۴۱	۲۰	۱۰۰
جمع	۲۰۰	۱۰۰	

نمودار

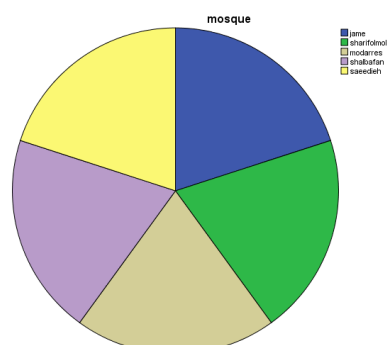
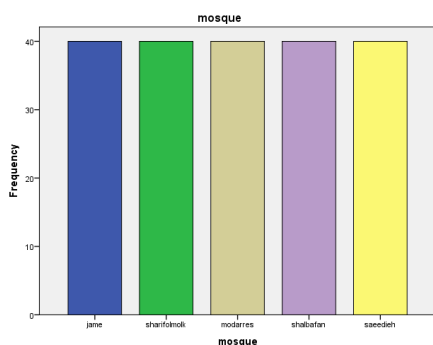
شماره ۳: نمودار دایره‌ای و میله‌ای توزیع فراوانی شرکت کنندگان براساس تحصیلات



جدول ۷ - فراوانی متغیر تحصیلات

فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی نسبی	درصد فراوانی تجمعی
دیپلم و پایین تر	۹۸	۴۹	۴۹
کاردانی	۴۷	۲۳	۷۲
کارشناسی	۴۴	۲۲	۹۴
کارشناسی ارشد و بالاتر	۱۱	۵	۱۰۰
جمع	۲۰۰	۱۰۰	

نمودار شماره ۴: نمودار دایره‌ای و میله‌ای توزیع فراوانی شرکت کنندگان براساس نوع مسجد



جدول ۸- فراوانی متغیر نوع مسجد

فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی نسبی	درصد فراوانی تجمعی
۴۰	۲۰	۲۰	۲۰
۴۰	۲۰	۲۰	۴۰
۴۰	۲۰	۲۰	۶۰
۴۰	۲۰	۲۰	۸۰
۴۰	۲۰	۲۰	۱۰۰
۲۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع

برای سنجش حس مکان در مساجد از دو سؤال استفاده شد. در یکی از میزان علاقه نمازگزاران به مسجد پرسیده شد و در پرسشی دیگر برای تکمیل سنجش از تمایل آنها به ساخت و جایگزینی مسجدی دیگر به جای مسجد فعلی سؤال شد.

جدول ۹- حس مکان مسجد

حس مکان مسجد	مسجد جامع	مسجد شریف الملک	مسجد مدرس	مسجد شالبافان	مسجد امام خمینی	میانگین
میزان علاقه به مسجد	۳/۷۲۵	۳/۰۷۵	۲/۹۷۵	۳/۰۷۵	۳/۰۲۴	۳/۱۷۴
عدم تمایل به جایگزینی	۳/۶۰	۳/۰۵۰	۳/۱۰	۳/۰۲۵	۲/۹۷۵	۳/۱۵۰
حس مکان	۳/۶۶۲	۳/۰۶۲	۳/۰۳۷	۳/۰۵۱	۳/۰۰	۳/۱۶۲

باتوجه به جدول فوق دیده میشود بیشترین حس مکان مربوط به مسجد جامع و کمترین حس مکان مربوط به مسجد امام خمینی است. لازم به ذکر است، مقدار حس مکان در چهار مسجد شریف الملک، مدرس، شالبافان و امام خمینی تقریباً نزدیک به هم و در یک سطح می باشد.

جدول ۱۰- رابطه بین نشانه های معنا ساز و حس مکان در مساجد

نشانه های معنا ساز	مسجد جامع	مسجد شریف الملک	مسجد مدرس	مسجد شالبافان	مسجد امام خمینی	میانگین
کیفیت فرمی (پیکره بندی بنای معماری)	۳/۶۷	۳/۶۷	۳/۶۵	۳/۶۰	۳/۶۲	۳/۶۴
کیفیت فرمی (شکل دهی فضای معماری)	۳/۶۲	۳/۵۵	۳/۴۷	۳/۴۷	۳/۶۰	۳/۵۴
کیفیت حسی	۳/۸۷	۳/۷۷	۳/۷۵	۳/۵۷	۳/۵۰	۳/۶۹
کیفیت تداعی کننده	۳/۵۲	۳/۵۷	۳/۸۰	۳/۸۵	۳/۸۰	۳/۷۰
میانگین	۳/۶۷	۳/۶۴	۳/۶۶	۳/۶۲	۳/۶۳	۳/۶۴

با توجه به جدول فوق می‌توان نتیجه‌گیری کرد که مهمترین متغیر معناساز در میان پاسخ‌دهندگان کیفیت تداعی کننده می‌باشد و کمترین متغیر معناساز کیفیت فرمی از لحاظ شکل‌دهی فضای معماری می‌باشد. همچنین در بین پنج مسجد مذکور مسجد جامع بالاترین میانگین متغیرهای نشانه‌ساز و مسجد شالبافان پایین‌ترین میانگین متغیرهای نشانه‌ساز را داراست.

جدول ۱۱- رابطه بین علاقه به مسجد و متغیرهای معناساز

متغیرهای معنا ساز	کیفیت فرمی (پیکره بندی بنای معماری)	کیفیت فرمی (شکل دهی فضای معماری)	کیفیت حسی	کیفیت تداعی کننده
علاقه به مسجد	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۱۵	-۰/۰۳۳
ضریب همبستگی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

با توجه به جدول فوق می‌توان نتیجه گرفت که میان متغیرهای کیفیت فرمی (پیکره‌بندی بنای معماری)، کیفیت فرمی (شکل‌دهی فضای معماری)، کیفیت حسی و کیفیت تداعی کننده با علاقه به مسجد رابطه معنادار وجود دارد. بنابراین هرچه به کیفیت فرمی (پیکره‌بندی بنای معماری)، کیفیت فرمی (شکل‌دهی فضای معماری)، کیفیت حسی و کیفیت تداعی کننده مسجد اهمیت داده شود، میزان علاقه به مسجد افزایش می‌یابد.

فرضیه اول: تفاوت معناداری بین متغیرهای جنسیت، سن، تحصیلات و نوع مسجد با متغیر حس مکان وجود دارد.

بررسی همبستگی و سطح معناداری بین متغیر جنسیت و متغیر حس مکان:

با توجه به ضریب همبستگی که $-۰/۰۱۲$ است یعنی همبستگی منفی دارد. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از $۰/۰۵$ است (نشان دهنده معناداری است)، بنابراین باتوجه به سطح معناداری صفر، بین متغیر جنسیت با متغیر حس مکان رابطه معناداری ۹۹ درصدی وجود دارد، در نتیجه فرضیه اول اثبات می‌شود.

جدول ۱۲- آزمون همبستگی اسپیرمن

حس مکان	جنسیت	حس مکان
ضریب همبستگی	۱/۰۰۰	-۰/۰۱۲
سطح معناداری	۰	۰۰۰
تعداد	۲۰۰	۲۰۰
ضریب همبستگی	-۰/۰۱۲	۱/۰۰۰
سطح معناداری	۰۰۰	۰
تعداد	۲۰۰	۲۰۰

بررسی همبستگی و سطح معناداری بین متغیر سن و متغیر حس مکان:

با توجه به ضریب همبستگی که $۰/۰۲۳$ است یعنی همبستگی مثبت دارد و اینکه سطح معناداری صفر می‌باشد، با توجه به اینکه کمتر از $۰/۰۵$ است (نشان دهنده معناداری است)، بنابراین باتوجه به سطح معناداری صفر بین متغیر سن با متغیر حس مکان رابطه معناداری ۹۹ درصدی وجود دارد، در نتیجه فرضیه اول اثبات می‌شود.

جدول ۱۳- آزمون همبستگی اسپیرمن

سن	حس مکان		
۰/۰۲۳	۱/۰۰۰	ضریب همبستگی	حس مکان سن
۰۰۰	۰	سطح معناداری	
۲۰۰	۲۰۰	تعداد	
۱/۰۰۰	۰/۰۲۳	ضریب همبستگی	
۰	۰۰۰	سطح معناداری	
۲۰۰	۲۰۰	تعداد	

بررسی همبستگی و سطح معناداری بین متغیر تحصیلات و متغیر حس مکان:

با توجه به ضریب همبستگی که ۰/۰۳۲ است یعنی همبستگی مثبت دارد و اینکه سطح معناداری صفر می باشد، که با توجه به اینکه کمتر از ۰/۰۵ است (نشان دهنده معناداری است)، بنابراین باتوجه به سطح معناداری صفر بین متغیر تحصیلات با متغیر حس مکان رابطه معناداری ۹۹ درصدی وجود دارد، در نتیجه فرضیه اول اثبات می شود.

جدول ۱۴- آزمون همبستگی اسپیرمن

تحصیلات	حس مکان		
۰/۰۳۲	۱/۰۰۰	ضریب همبستگی	حس مکان تحصیلات
۰۰۰	۰	سطح معناداری	
۲۰۰	۲۰۰	تعداد	
۱/۰۰۰	۰/۰۳۲	ضریب همبستگی	
۰	۰۰۰	سطح معناداری	
۲۰۰	۲۰۰	تعداد	

بررسی همبستگی و سطح معناداری بین متغیر نوع مسجد و متغیر حس مکان:

با توجه به ضریب همبستگی که ۰/۰۰۰** است یعنی همبستگی بسیار ضعیف دارد و همچنین سطح معناداری ۰/۰۰۱ می باشد، با توجه به اینکه کمتر از ۰/۰۵ است (نشان دهنده معناداری است)، در نتیجه فرضیه اول اثبات می شود.

جدول ۱۵- آزمون همبستگی اسپیرمن

نوع مسجد	حس مکان		
۰/۰۰۰**	۱/۰۰۰	ضریب همبستگی	حس مکان نوع مسجد
۰/۰۰۱	۰	سطح معناداری	
۲۰۰	۲۰۰	تعداد	
۱/۰۰۰	۰/۰۰۰**	ضریب همبستگی	

۰	۰/۰۰۱	سطح معناداری
۲۰۰	۲۰۰	تعداد

نتیجه گیری کلی فرضیه اول:

تفاوت معناداری بین متغیرهای سن ($P=0/00<0/05$)، جنسیت ($P=0/00<0/05$)، تحصیلات ($P=0/00<0/05$) و نوع مسجد (-) $P=0/01<0/05$ با متغیر حس مکان وجود دارد.

جدول ۱۶- آزمون همبستگی اسپیرمن

کیفیت تداعی کننده	کیفیت حسی	کیفیت فرمی (شکل دهی فضای معماری)	کیفیت فرمی (پیکره بندی بنای معماری)	ضریب همبستگی	حس مکان
۰/۰۱۴	۰/۰۳۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۵	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	تعداد
۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰	

بررسی همبستگی و سطح معناداری بین متغیر کیفیت فرمی (پیکره بندی بنای معماری) و متغیر حس مکان:

با توجه به ضریب همبستگی که صفر است یعنی همبستگی ندارد و همچنین سطح معناداری صفر می باشد، با توجه به اینکه کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین بین متغیر کیفیت فرمی (پیکره بندی بنای معماری) با متغیر حس مکان رابطه معناداری وجود دارد، در نتیجه فرضیه دوم اثبات می شود.

بررسی همبستگی و سطح معناداری بین متغیر کیفیت فرمی (شکل دهی فضای معماری) و متغیر حس مکان:

با توجه به ضریب همبستگی که صفر است یعنی همبستگی ندارد و همچنین سطح معناداری صفر می باشد، با توجه به اینکه کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین بین متغیر کیفیت فرمی (شکل دهی فضای معماری) با متغیر حس مکان رابطه معناداری وجود دارد، در نتیجه فرضیه دوم اثبات می شود.

بررسی همبستگی و سطح معناداری بین متغیر کیفیت حسی و متغیر حس مکان:

با توجه به ضریب همبستگی که ۰/۰۳۰ است یعنی همبستگی ضعیف دارد و همچنین سطح معناداری صفر می باشد، با توجه به اینکه کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین بین متغیر کیفیت حسی با متغیر حس مکان رابطه معناداری وجود دارد، در نتیجه فرضیه دوم اثبات می شود.

بررسی همبستگی و سطح معناداری بین متغیر کیفیت تداعی کننده و متغیر حس مکان:

با توجه به ضریب همبستگی که ۰/۰۱۴ است یعنی همبستگی ضعیف دارد و همچنین سطح معناداری صفر می باشد، با توجه به اینکه کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین بین متغیر کیفیت حسی با متغیر حس مکان رابطه معناداری وجود دارد، در نتیجه فرضیه دوم اثبات می شود.

فرضیه دوم: بین متغیر (حس مکان) با متغیرهای (کیفیت فرمی (پیکره بندی بنای معماری)، کیفیت فرمی (شکل دهی فضای معماری)، کیفیت حسی، کیفیت تداعی کننده رابطه معنادار مثبت وجود دارد.

برای اثبات فرضیه های فوق از آزمون همبستگی غیر پارامتری اسپیرمن استفاده شده است. جدول زیر به بررسی ارتباط معناداری بین متغیر حس مکان با متغیرهای کیفیت فرمی (پیکره بندی بنای معماری)، کیفیت فرمی (شکل دهی فضای معماری)، کیفیت حسی و کیفیت تداعی کننده می پردازد.

جدول ۱۷- ارتباط بین متغیر حس مکان با متغیرهای کیفیت

متغیر معنا ساز	کیفیت فرمی (پیکره بندی بنای معماری)	کیفیت فرمی (شکل دهی فضای معماری)	کیفیت حسی	کیفیت تداعی کننده
حس مکان				

سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۵	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
--------------	-------	-------	-------	-------

نتیجه گیری کلی فرضیه دوم:

بین متغیر (حس مکان) با متغیرهای کیفیت فرمی (پیکره بندی بنای معماری) و کیفیت فرمی (شکل دهی فضای معماری، کیفیت حسی و کیفیت تداعی کننده) رابطه معناداری وجود دارد.

سوال پژوهش:

۱- آیا نشانه‌های معنا ساز (کیفیت فرمی، کیفیت حسی و کیفیت تداعی کننده) بر ایجاد حس مکان در مساجد مؤثرند؟

۲- کدام کیفیت در ایجاد حس مکان در این مساجد مؤثرتر است؟

متغیر معنا ساز حس مکان	کیفیت فرمی (پیکره بندی بنای معماری)	کیفیت فرمی (شکل دهی فضای معماری)	کیفیت حسی	کیفیت تداعی کننده
ضریب همبستگی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۳۰	۰/۰۱۴
سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۵	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

با توجه به جدول فوق می‌توان نتیجه گرفت بین متغیر (حس مکان) با متغیرهای کیفیت فرمی (پیکره بندی بنای معماری) و کیفیت فرمی (شکل دهی فضای معماری، کیفیت حسی و کیفیت تداعی کننده) رابطه معناداری وجود دارد و این رابطه بین متغیر حس مکان و متغیرهای کیفیت حسی و کیفیت تداعی کننده مثبت است.

نتیجه گیری کلی سؤال پژوهش:

با توجه به یافته های پژوهش نشانه‌های معنا ساز (کیفیت فرمی، کیفیت حسی و کیفیت تداعی کننده) بر ایجاد حس مکان در مساجد مؤثرند و کیفیت حسی به نسبت سایر متغیرها در ایجاد حس مکان مؤثرتر است.

نتیجه گیری

این پژوهش با هدف تحلیل نقش عوامل معنا ساز (کیفیت فرمی، کیفیت حسی و کیفیت تداعی کننده) در شکل گیری حس مکان در پنج مسجد منتخب شهر همدان انجام شد. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که هر سه کیفیت معنا ساز بر ایجاد حس مکان در مساجد تأثیرگذار هستند. به طور خاص، کیفیت حسی بیشترین تأثیر را در شکل گیری حس مکان در میان پاسخ‌دهندگان ایفا می‌کند، در حالی که کیفیت فرمی (از لحاظ شکل دهی فضای معماری) کمترین تأثیر را نشان می‌دهد. این یافته‌ها بر اهمیت جنبه‌های ادراکی و تجربه محور معماری در خلق یک حس عمیق از مکان در فضاهای مذهبی تأکید دارد.

تحلیل‌های آماری نشان داد که بین جنسیت، سن، تحصیلات و نوع مسجد با حس مکان تفاوت معناداری وجود دارد. این امر گویای آن است که ویژگی‌های دموگرافیک کاربران و همچنین دوره ساخت و سبک معماری مسجد می‌توانند در درک و تجربه حس مکان توسط افراد مؤثر باشند. از میان مساجد مورد مطالعه، مسجد جامع همدان بالاترین میانگین حس مکان را به خود اختصاص داده است که می‌تواند به قدمت، اهمیت تاریخی و جایگاه فرهنگی آن در شهر بازگردد، در حالی که مسجد امام خمینی کمترین حس مکان را نشان داده است.

یافته‌های ما حاکی از آن است که در مساجد سنتی، که اغلب از کیفیت‌های حسی و تداعی کننده غنی تری برخوردارند، حس مکان قوی تری شکل می‌گیرد. در مقابل، مساجد با معماری نوین که احتمالاً در طراحی خود کمتر به این ابعاد توجه کرده‌اند، حس مکان ضعیف تری را به وجود می‌آورند. این تفاوت‌ها لزوم بازنگری در اصول طراحی مساجد معاصر را برجسته می‌سازد تا از طریق توجه به ابعاد معنایی و حسی، ارتباط عمیق تری بین مکان و نمازگزار برقرار شود.

پیشنهادهای برای تحقیقات آینده:

- انجام مطالعات کیفی عمیق‌تر، از جمله مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و مشاهده مشارکت‌کننده، برای درک عمیق‌تر تجربیات و ادراکات نمازگزاران از حس مکان در مساجد، به ویژه در مورد تفاوت‌های بین مساجد سنتی و معاصر.
- گسترش نمونه مطالعه به سایر شهرهای ایران یا کشورهای اسلامی برای بررسی تطبیقی عوامل معناساز و حس مکان در بافت‌های فرهنگی و معماری متنوع، به منظور دستیابی به یافته‌های تعمیم‌پذیرتر.
- بررسی تأثیر عوامل محیطی دیگر نظیر نورپردازی طبیعی و مصنوعی، صوت، مصالح به کار رفته و تزئینات بر حس مکان در مساجد، با استفاده از روش‌های اندازه‌گیری عینی و ذهنی.
- انجام پژوهش‌های مداخله‌ای^۱ با طراحی و اجرای تغییرات در مساجد معاصر و سپس ارزیابی تأثیر این تغییرات بر حس مکان، به منظور ارائه راهکارهای عملی برای بهبود طراحی.
- مطالعه تطبیقی بین حس مکان در فضاهای مذهبی غیرمسجدی (مانند حسینیه‌ها یا زیارتگاه‌ها) با مساجد، برای شناسایی الگوهای مشترک و تفاوت‌های خاص هر فضا در ایجاد حس مکان.

فهرست منابع

- دانش پایه، نثار و حبیب، فرح. (۱۳۹۶). معیارهای اصلی شکل گیری حس مکان در پهنه های توسعه جدید شهری (نمونه مطالعه: منطقه ۲۲ و منطقه ۴ شهرداری تهران). *فصلنامه مطالعات شهری*, 7(25), 17-30. doi: 10.34785/J011.2018.021.
- بمانیان، محمد رضا و همکاران. (۱۳۸۹). بازخوانی هویت معنوی و انگاره های قدسی در معماری مساجد شیعی، فصلنامه علمی پژوهشی شیعه شناسی، سال هشتم، شماره ۳۰: ۳۸-۶۷.
- چندلر، دانیل. (۱۳۸۷). مبانی نشانه شناسی، ترجمه: مهدی پارسا، شرکت انتشارات سوره مهر، تهران.
- حمزه نژاد، مهدی و رهروی پوده، ساناز، (۱۳۹۵). گونه شناسی مفهومی در پرستشگاه های یهودیان، مسیحیان و مسلمانان در دوره صفویه اصفهان، فصلنامه پژوهش های معماری اسلامی، شماره یازدهم، سال چهارم.
- رضا زاده، راضیه. (۱۳۸۳). بررسی نقش معماری در تداعی معانی و انتقال مفاهیم، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۱۸: ۳۷-۴۸.
- فلاح، محمدصادق و نوحی، سمیرا. (۱۳۹۱). ماهیت نشانه ها و نقش آن در ارتقاء حس مکان فضای معماری. نشریه هنرهای زیبا - معماری و شهرسازی، دوره ۱۷، شماره ۱: ۱۷-۲۵.
- فلاح، محمدصادق. (۱۳۸۵). نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۶: ۵۷-۶۶.
- فلاح، محمدصادق. (۱۳۸۴). نقش طرح کالبدی در حس مکان مسجد، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۲: ۳۵-۴۲.
- نژاد ابراهیمی، احد و توران پور، محیا. (۱۳۹۸). حس مکان در مساجد براساس مطالعه تطبیقی شکل و مکان ساخت فخر و مدین در مساجد تاریخی. *پژوهش های باستان شناسی ایران*, 9(20), 165-182. doi: 10.22084/nbsh.2019.16867.1782.
- Beck, Robert (1970), "Spatial Meaning and properties of the environment", in Harold Proshansky et al., eds., *Environmental psychology: Man and His physical Setting*, New York: Holt, Rine hart and Winston, pp. 134-153.
- Cassidy, Tony (1997); *Environmental Psychology*; UK: Psychology press, 1997.
- Canter, D. (1971); *The psychology of place*; London: the Architectural Press.
- Hayward, D. Geoffrey (1974), "Psychology Factors in the se of Light and Lighting in Building," in Jon Lang et al., eds., *Designing for Human Behavior: Architecture and the Behavioral sciences*, Stroudsburg, Pa.: Dowden, Hutchinson and Ross, pp. 120-129.
- Kim, C. (2022). Formation of sense of place through urban design projects: The experiential value of places. *International Review for Spatial Planning and Sustainable Development*, 10(3), 108.
- Khanzadeh, M. (2024). Aesthetic and functional analysis of mosque entrance architecture. *Journal of Architectural History*, 15(1), 22-35. <https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2313262>
- Mikellides, Byron (1980), *Architecture for people*, New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Relph, E. (1976), *Placelessness*, pion, London.
- Tuan, Yi-Fu (2006); *space and place: The perspective of Experience*; Minneapolis; University of Minnesota press

