

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۵/۲۰

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۰۶/۲۳

مطهره قربانی^۱، سهیلا کبرلو^۲

تأثیر عصر مجازی بر حس مکان (نمونه موردی: حرم مطهر امام رضا (ع))

چکیده

حس مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه آنها از محیط است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می دهد، به طوری که فهم واحساس 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 می گردد. در عصری که ما در آن به سر می بریم یکی از بزرگ ترین مشکلات بشر، اضطراب و فشارهای روانی است، که پیامدهای منفی فراوانی هم به دنبال داشته است. جای جای زندگیمان مشکلات آنچنان بر زمان چیره شده است که گذر آن را احساس نمی کنیم. شاید بتوانیم این عصر را نهایت تکنولوژی نام ببریم. این ضرورت باعث شد تا در این پژوهش به بررسی رابطه ای بین دنیای مجازی و حس مکان بپردازد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار آماری بهره گرفته شده و روش تحقیق توصیفی- پژوهشی می باشد. نتایج بدست آمده، حاکی از آن است که انسان برای رسیدن به آرامش کوشش های فراوانی را به کار گرفته، و در این راه از تکنولوژی نهایت استفاده را برده است. این بار علاوه بر اینکه تکنولوژی کمک کننده در حل مشکلات فیزیکی ما هست، احساسات ما را نیز بر انگیزد. تکنولوژی شکلی از تجربه مدرن است، یک روش عمده که بواسطه ی آن جهان آشکار می شود. خاطرات، دوست داشتن، معنویت، محیط زندگی هر کدام تأثیری خاص بر احساس ما نسبت به مکان دارند. ایجاد فضاهای مجازی امروزه ما را بیشتر از گذشته به احساس نزدیک کرده است و در دو نوع حسی و لمسی قرار گرفته اند.

واژه های کلیدی: عصر مجازی، حس مکان، معنویت، آرامش.

۱. کارشناس ارشد معماری، دانشگاه آزاد ساری- مدرس دانشگاه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بهشهر
 ۲. کارشناس ارشد معماری، دانشگاه آزاد ساری- مدرس دانشگاه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بهشهر

۱- مقدمه

تکنولوژی رو به سمتی می رود که نه تنها دنیا بلکه احساس ما را نیز دگرگون کرده است. حس مکان احساس بودن در فضایی است که ما را در بر بگیرد ولی در حال حاضر و با توجه به مشکلات زندگی چگونه می توان این احساس را همانند قدیم داشت. ما کودکان دیروز نیستیم که شکلاتی رنگارنگ تمام مشکلاتمان را رفع کند. در این پژوهش سعی شده است تاثیر دنیایی که پیش رویمان می باشد، بر حس مکان بررسی شود. " حس مکان مفهومی پیچیده از احساسات انسان نسبت به محیط است و در اثر انطباق و استفاده انسان از مکان به وجود می آید، به این معنا که حس مکان امری از پیش تعیین شده نبوده بلکه از تعامل انسان با مکان زندگی روزمره ایجاد می شود."

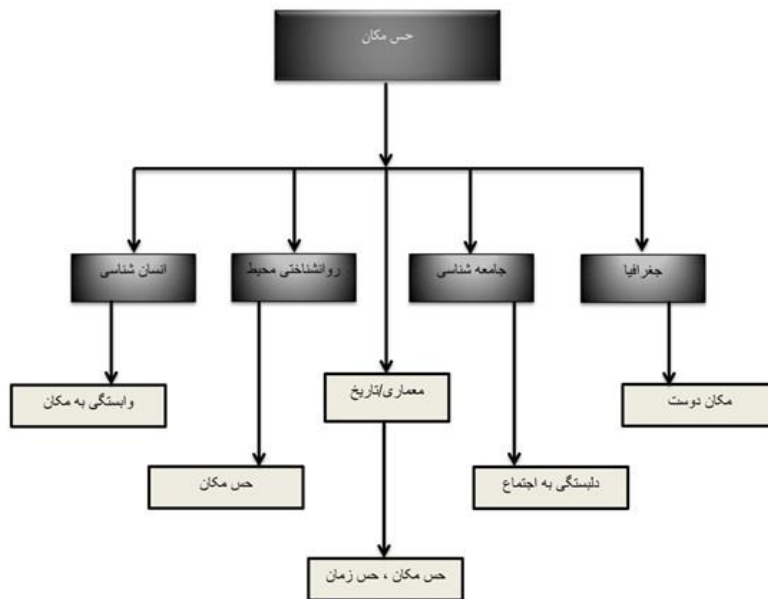
رفته رفته انسان آنقدر غرق زیر و بم زندگی اش می شود که سفر کردن، درس خواندن، خرید کردن و خیلی از چیزهای دیگر آنقدر برایش آسان نیست. هدف از این پژوهش بررسی ایجاد حس مکان با استفاده از دنیای مجازی می باشد تا ببینیم آیا این بار این تکنولوژی چه کمکی به انسان می کند.

سوالات مطرح شده در این پژوهش:

- ۱- ورود به عصر مجازی و تکنولوژی های مجازی چه اثری بر حس مکان گذاشته است؟
- ۲- آیا دنیای مجازی پاسخگوی بر آوردن حس مکان می باشد؟
- ۳- حس مکان به دست آمده در دنیای مجازی تا چه میزان با حس مکان به هنگام حضور متفاوت می باشد؟
- ۴- آیا دنیای مجازی پاسخ گو به حس مکان برای فضاهایی است که ما قبلا در آن حضور داشته ایم؟
- ۵- دنیای مجازی در چه فضاهایی حس مکان را قوی تر نشان می دهد؟

مدل مفهومی حس مکان

مدل زیر به شیوه خیلی ساده ای حس مکان را بازگو می کند :



منبع: نگارنده

روش تحقیق این پژوهش توصیفی-تحلیلی است و نمونه موردی آن حرم مطهر امام رضا (ع) می باشد. همچنین در شرح مراحل و فرآیند انجام پژوهش، از ابزارهای مطالعات کتابخانه ای و مشاهده استفاده شده و برای بررسی بیشتر پرسشنامه هایی در این زمینه پر شده است.

۲- مروری بر عصر دنیای مجازی

هایدگر در سیر اندیشه خود، از مشکل انسان امروز آغاز می کند. به نظر او عصر ما، عصر غفلت از حقیقت هستی است. او همین غفلت را موجب بی خانمانی و گمگشتگی آدمی می داند. توجه به ذات و حقیقت آدمی می تواند زمینه غلبه بر این غفلت را مهیا کند. انسان امروز انسانی است که کمتر احساس در خانه بودن می کند [۱].

مارکوزه خاطر نشان می کند که در یک جامعه ی آزاد " برخی کیفیات از دست رفته ی کار صنعتگر می توانند به خوبی بر پایه تکنولوژیکی جدیدی دوباره ظهور یابند." و او به مفهوم یونانی وابستگی میان هنر و تکنیک " برای توضیح نظریه اش ارجاع می دهد که تکنولوژی می تواند بوسیله تخیل از وضع بد رهایی یابد [۲].

این عصر که در چند قدمی ما به سر می برد افزایش دهنده تخیل انسان می باشد، تخیلی که به گفته انیشتن "ارزش بیشتری نسبت به دانش دارد" زیرا این تخیل است که باعث ایجاد پدیده های جدید و نو می شود. خیلی ها تکنولوژی را بلایی می دانند که عده ای را بیکار، عده ای را پر خاشگر، عده ای را بی فکر، ... کرده است. هر چند هیچ کس راحتی را که برایمان به ارمغان آورده است نا دیده نمی گیرد. ما با این تکنولوژی در حال عجین شدن هستیم پس راه حل، مقابله با آن نیست بلکه همراهی مسالمت آمیز با آن است. محیط زیستمان با تکنولوژی تخریب شده است؟ چرا از آن به بهترین شکل استفاده نکنیم. حتی قویترین بمب های جهان با کارایی تخریب به وجود نیامده اند. تکنولوژی جزئی از زندگیمان شده است، یکی از است های ما [۱]!

دنیا پا به عرصه نوینی گذاشته است که با نام عصر مجازی یا موج چهارم معروف می باشد. موج چهارم یا عصر مجازی در حقیقت شکل توسعه و تکامل یافته عصر اطلاعات و دانش است که در آینده نزدیک ظهور خواهد کرد. و فضای سه بعدی را در اختیار بشر قرار خواهد داد. عصر اول عصر کشاورزی، عصر دوم عصر صنعت، عصر سوم عصر اطلاعات می باشد تمام اموری که این روزها با پیشوند E مطرح می شوند. در عصر مجازی دارای پسوند مجازی می باشد [۲].

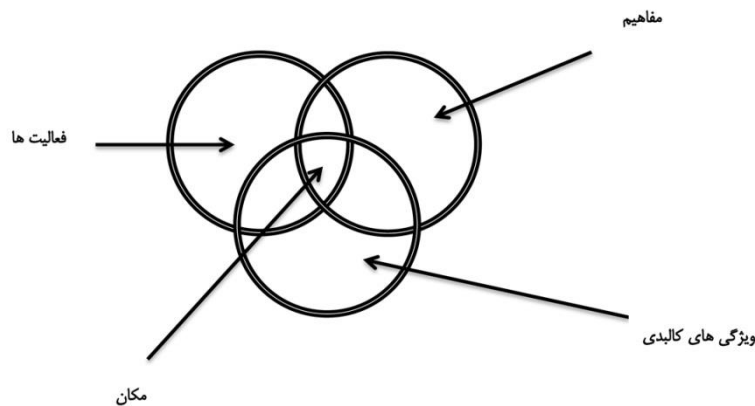
امروزه رفتن به سفر، خرید، درس خواندن، ... در جاهای مختلف دنیا علاوه بر مشکلات اقتصادی مشکلات دیگری هم به همراه دارد. شاید نتوانیم هر زمان که اراده کنیم در جایی که دلمان می خواهد باشیم. دنیای مجازی به کمکمان شتافته است. ما می توانیم با استفاده از دنیای مجازی به گوشه گوشه این دنیا سفر کنیم، درس بخوانیم، خرید کنیم، ... سفر به مشهد مقدس و زیارت حرم امام رضا برای هر ایرانی شاید آرزویی باشد که او را خوشحال و سرزنده می کند ولی هستند کسانی که حتی یکبار هم به زیارتشان نرفته باشند. کسانی که از حسرت اشک می ریزند. در عصر مجازی و با استفاده از تکنولوژی های مجازی سفر به هر نقطه جهان بسیار آسان می شود. تکنولوژی این بار پشتوانه ای بر احساساتمان شده است. خیالمان را رنگ و بویی تازه می بخشد و دلمان را تا کجاها و نا کجاها می کشاند.

۳- مروری بر حس مکان از دیدگاه پدیدار شناسان

مفهوم حس مکان از دیدگاه پدیدارشناسی به معنای حقیقت و ماهیت مکان می باشد که نشانی بر اهمیت معانی و پیام های موجود در مکان است. معناهایی که مردم براساس نقش ها، توقعات، انگیزه ها و دیگر عوامل به رمزگشایی و درک آنها می پردازند [۳]. براساس این دیدگاه، ادراک و قضاوتی که بر مبنای رمزگشایی از معانی مذکور در ذهن فرد شکل می گیرد، منجر به خلق حس مکان می گردد. در واقع پدیدارشناسان با در نظر گرفتن سه مؤلفه فرم، عملکرد و معنا، در قالب مؤلفه های هویت مکان، حس مکان را به عنوان جنبه یا بعد دیگری از هویت که در جهت ارتباط سه مؤلفه مذکور عمل می کند، تلقی می کنند. بنابراین از نگاه پدیدار شناسان حس مکان به معنای مرتبط شدن با مکان به واسطه درک نمادها و فعالیت های روزمره است. این حس می تواند در مکان زندگی فرد بوجود آمده و با گذر زمان عمق و گسترش یابد به نوعی حقیقت مکان است و در مورد ویژگی های مکان به کار می رود که آن را روح مکان نیز نامیده اند. در پدیدار شناسی اصلی ترین اساس درک کردن تجربه می باشد [۴].

۴- مروری بر حس مکان از دیدگاه روانشناسان محیط

دیدگاه روانشناسی محیط تأکید خود را بر چگونگی تأثیر تفاوت‌های اجتماعی، فرهنگی و جنسیتی در میان انسانها بر شکل‌گیری حس مکان قرار می‌دهند [۵] که این امر مبین تأثیر متقابل میان ارزش‌های فردی، جمعی، نگرشها و حس مکان می‌باشد. بنابراین موضوع اصلی درباره مکان این است که مردم فعالیتشان را در مکانی خاص جای می‌دهند اساس رفتار در مکان خاص در احساس فرد است به این معنا که یک رفتار در یک مکان مناسب است و در مکان دیگر نامناسب می‌باشد. که از نظر کانتز مکان نمی‌تواند جدا از فرد باشد. که بر این اساس مکان بخشی از فضای طبیعی می‌باشد و نتیجه روابط متقابل سه عامل مفاهیم، فعالیت‌ها و ویژگی‌های کالبدی است (شکل شماره ۱) [۶].



شکل شماره ۱ - منبع: نگارنده

۵- سطوح مختلف حس مکان

از نظر هیومن پنج گونه حس مکان وجود دارد که شامل: ۱- ریشه داری عقیدتی، ۲- ریشه داری ناخودآگاه، ۳- مکان نسبی، ۴- بیگانگی با مکان و ۵- بی‌مکانی می‌باشد [۷]. شامای دلبستگی به مکان را با هفت سطح تعیین می‌کند [۸].

۱-۵ **بی تفاوتی نسبت به مکان:** این سطح معمولاً در ادبیات حس مکان مورد توجه واقع نمی‌شود ولی می‌تواند در سنجش حس مکان مورد استفاده قرار گیرد.

۲-۵ **آگاهی از قرارگیری در یک مکان:** این سطح هنگامی است که فرد می‌داند که در یک مکان متمایز زندگی می‌کند و نمادهای آن مکان را تشخیص می‌دهد ولی هیچ احساسی که او را به مکان متصل کند، وجود ندارد. در این حالت فرد ممکن است بداند که در یک مکان مستقر است ولی نمی‌داند که بخشی از آن مکان است. در این سطح آگاهی از مکان فراتر از یک آدرس یا موقعیت نیست.

۳-۵ **تعلق به مکان:** در این سطح فرد نه تنها از نام و نمادهای مکان آگاه است، بلکه با مکان احساس بودن و تقدیر مشترک داشتن نیز دارد، در این حالت نمادهای مکان محترم و آن چه برای مکان رخ می‌دهد، برای فرد نیز مهم است.

۴-۵ **دلبستگی به مکان:** در این سطح فرد ارتباط عاطفی پیچیده با مکان دارد. مکان برای او معنا دارد و مکان محور فردیت است و تجارب جمعی و هویت فرد در ترکیب با معانی و نمادها به مکان شخصیت می‌دهد، در این حالت بر منحصر به فرد بودن مکان و تفاوت آن با دیگر مکان‌ها تأکید می‌شود.

۵-۵ **یکی شدن با اهداف مکان:** این سطح نشان‌دهنده درآمیختگی و پیوستگی فرد با نیازهای مکان است. در این حالت فرد اهداف مکان را تشخیص داده، با آنها منطبق شده و از آنها پیروی می‌کند، در فرد شور، عشق، حمایت و از خود گذشتگی نسبت به مکان وجود دارد.

۵-۶- حضور در مکان: این سطح به نقش فعال فرد در اجتماع که علت آن تعهد به مکان است، توجه دارد. در مقابل تمامی سطوح قبل که مبنای نظری داشتند، این سطح و سطح بعدی از رفتارهای واقعی افراد برداشت می شود. فرد معمولاً این سطح را به طور ضمنی با سرمایه گذاری منابع انسانی مثل زمان، پول و غیره نشان می دهد.

۵-۷- فداکاری برای مکان: این سطح بالاترین سطح حس مکان است و فرد عمیق ترین تعهد را نسبت به مکان دارد و فداکاری های زیادی در جهت گرایش، ارزش ها، آزادی ها و رفاه در موقعیت های مختلف از خود نشان می دهد. در این سطح آمادگی برای رها کردن علایق فردی و جمعی به خاطر علایق بزرگتر نسبت به مکان وجود دارد.

۶- عوامل شکل دهنده حس مکان

عوامل شکل دهنده حس مکان شامل عوامل کالبدی و عوامل ادراکی و شناختی می شود را می توان نام برد که در جدول زیر به اختصار توضیح داده شده است.

جدول شماره ۱ - عوامل شکل دهنده حس مکان

اندازه مکان، درجه محصوریت، تضاد، مقیاس، تناسب، مقیاس انسانی، فاصله، بافت، رنگ، بو، صدا و تنوع بصری است [۹].	عوامل کالبدی
تعلق به اجتماع، نقش شخصیت و تجارب گذشته انسان ها... و همچنین پیوندی عاطفی بین افراد و مکان یا محیط که از لحاظ شدت، ظرافت و روش ابراز متنوع هستند. واکنش به محیط می تواند زیباشناختی، لمسی یا هیجانی باشد [۱۰].	عوامل ادراکی و شناختی

هویت در مکان ها به واسطه ایجاد و تداعی خاطرات عمومی در استفاده کنندگان، دلبستگی را در آنها به وجود آورده و این حس مکان است. مکان هویتی است پویا و ماهیتی است پویا و هویتی است مکنون که در نتیجه فعالیت ها و رفتارها، تجارب و خاطره ها، حس مکان و در نهایت هویت در آن پدیدار می شود [۱۱]. لازمه درک هویت هر مکان، حضور، حرکت، مکث، و تامل است. این احساس، آن حسی را برایمان به وجود می آورد که گاهی شیرین و گاهی تلخ هستند ولی آنچه ارزشمند است این است که ما را به دنیایی می برند که همانند کودکی هایمان ناب است و بوی آشنای دیروز را می دهد. در تفسیر های امروزی حس مکان چیزی است که افراد در دوره زمانی خاص می آفرینند و نتیجه رسوم و اتفاقات تکراری است و حال و هوای محیط را توصیف می کند. بعضی از مکان ها چنان احساس وصف نشدنی القا کرده و او را سرزنده، شاداب و علاقه مند به بازگشت به آن مکان ها می کنند [۱۲].

برای همه ما حرم مطهر امام رضا بسیار مقدس می باشد که در جوار ملکوتی بارگاهش آنچنان غرق محبت و غریبی اش می شویم که این احساس در کلمه نمی گنجد. حرم امام رضا برای ما ایرانیان از جمله اماکن مقدسی می باشد که هر زمان دلمان به سویش پر می کشد و حتی با حضور در گوشه گوشه شهر مشهد نیز احساس بودن در آن مکان را حس می کنیم.

۷- معنویت

معنوی و معنویت معرب مینوی پارسی به هرآنچه که مربوط به معنی روح می باشد گفته می شود و هر آنچه مادی نباشد را معنوی گویند. معنویت می تواند امر قدسی یا غیبی، ارزشهای اخلاقی، دین، عرفان، ... و هر نوع معنابخشی به زندگی را دربرگیرد. زندگی معنوی لزوماً به معنای تعلق به یکی از ادیان نهادینه و تاریخی نیست بلکه به معنای داشتن نگرشی به عالم و آدم است که به انسان آرامش، شادی و امید بدهد. بنابراین معنویت عبارت است از احساس درونی قدرت و یا سرشاری از زندگی که انسان احساس کند به اندازه پهنای گیتی فریه شده است. معنویت برجستگی تشخیص این امر است که رابطه ات با خداوند نیاز به مداومت و شفافیت دارد تا اینکه بتوانی از غفلت تنهایی بیرون آیی، و این رابطه عاشقانه ات را با نماز، دعا و اعمال نیک مداومت بخشی. تشخیص این مسأله که تمام انسان ها علاوه بر بعد فیزیکی دارای بعد معنوی می باشند و نیاز به مواظبت از این بعد معنوی دارند تا اینکه بتوانند بخوبی زندگی کنند. چیزی دست نیافتنی نیست [۱۳]. کوئینگ و همکارانش معتقدند که معنویت عبارت است از جست وجو و مطالعه ی شخصی برای درک و فهم پاسخ پرسش هایی درباره ی زندگی،

معنا و ارتباط با نیروی مقدس یا متعالی که ممکن است منجر به رشد آیین های مذهبی و تکوین جامعه شود. زندگی معنوی لزوماً به معنای تعلق به یکی از ادیان نهادینه و تاریخی نیست بلکه به معنای داشتن نگرشی به عالم و آدم است که به انسان آرامش، شادی و امید بدهد. در این تعریف میان معنویت و دیانت تلازمی نیست. نیاز بشر جدید به این نوع از معنویت ناشی از مشکلات روحی رنج‌ها، و اضطراب‌های روانی شدید است. و علم و عقل جدید نیز نمی‌تواند این مشکلات را برطرف نماید. لذا در جستجوی چیزی است که برای او شادی، نشاط، آرامش و امید به زندگی را پدید بیاورد. چنین معنویتی نه مستلزم باور به خداست و نه مستلزم تن دادن به پیام پیام‌آوران است و نه محتاج وجود دنیایی دیگر ورای این دنیای مادی. معنویت پذیرش این امر است که خداوند کنترل زندگی شما را در دستان خود دارد و هر موقع خواستید در مشکلات زندگی به او تکیه کنید او در کنار شماست. این سرشاری حضور خداست که به شما توان مقابله با هر سختی را اعطا می‌کند [۱۳].

معنویت یاد شده در این پژوهش چیزی به غیر مذهب می‌باشد زیرا به گفته اوشو اغلب مردم هنگامی مذهبی هستند که گرفتارند پس تمام مذهبشان دروغ است.

در جدول شماره ۲ به بررسی معنویت از دیدگاه های متفاوت به اختصار پرداخته است:

جدول شماره ۲ - معنویت از دیدگاه های متفاوت

روانشناسی دین	در این رشته تعاریف متعددی برای «معنویت» و معیارهای مختلفی برای سنجش معنویت افراد وجود دارد.
معنویت سکولار	می‌کوشد جنبه‌هایی از زندگی و تجربه انسانی را که با دیدگاه‌های ماتریالیستی و مکانیکی صرف به دست نیامده است، تشخیص دهد بدون آنکه به معنویت اعتقاد داشته باشد.
خداناباوری	تمایل به شکاکیت درباب ادعاهای فراطبیعی و وجود واقعی روح دارند.
مکتب نیو ایچ	معنویت ارتباطی با روح/ قدرت/ انرژی‌ای فراهم می‌کند که سبب درک عمیق‌تر از خود می‌شود.

آنچه با نام معنویت در میان اکثر مردم شناخته شده است شاید آن چیزی باشد که به عرصه دین مرتبط می‌شود ولی آنچه در این پرسشنامه ها با عنوان معنویت ذکر شده، آن احساس وجود خدا در حضور انسان می‌باشد که به هیچ آیین و دینی مرتبط نمی‌شود بلکه انسان در نهایت کودک درون خود، آن را حس می‌کند. و آنقدر شیرین است که غم غربت انسانی را از بین می‌برد و در لحظه ای هر چند کوچک او را از هر چیز دیگری جدا می‌کند. احساس معنویت تنها به اماکن مقدس ختم نمی‌شود بلکه گاهی نگاه زیبا و بدون دغدغه به سقف سفالیه خانه ای قدیمی و یا راه رفتن در بازاری این حس را برایمان تداعی می‌کند و باید متذکر شد که تنها حس نیست بلکه در روح و جان ما رسوخ کرده و شغف و نشاط زیبایی در ما به وجود می‌آورد که برایمان بسیار عزیز است. معنویت احساس تعلقمان به مکان را بسیار بالا برده و آن مکان را برایمان ارزشمند می‌کند طوری که خواهان دوباره بازگشت به این مکان هستیم.

۸- آرامش

بخش عمده سلامت از جان و روان سرچشمه می‌گیرد. جسم آدمی، آسودگی و آرامش خود را زمانی می‌یابد که اندیشه سرشار از آرامش و آسایش داشته باشد. حال آنکه آرامش، گمشده انسان امروزی شده است. آرامش و اطمینان روحی و روانی از مقولاتی است که از دیرباز در شاخص های انسان کامل، انسان سالم و انسان معیار مورد توجه مکاتب و دیدگاه های مختلف بوده است و ردپای این بحث، همواره در متون و ادیان الهی مشاهده می‌شود. آرامش دل و اطمینان خاطر مقدمه ای است برای نشاط، کسی دارای روحیه شادابی است که از فشار روانی و دلهره در امان باشد. خداوند در آیه ی بیست و هشت سوره ی رعد مهم ترین عامل آرامش را یاد خود میداند: کسانی که ایمان آورده اند و دل هایشان به یاد خدا آرام می‌گیرد، آگاه باش که (تنها) با یاد خدا دل ها آرامش می‌یابد [۱۴].

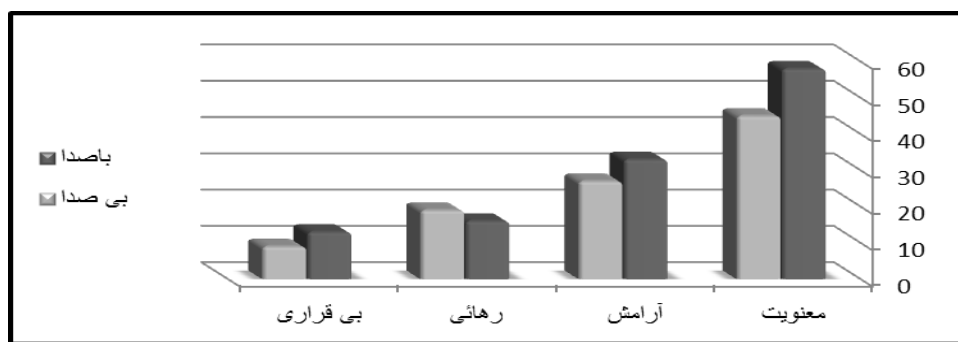
بر طبق مطالعات انجام شده در این پژوهش برای رسیدن به آرامش، استفاده از تصاویر مجازی از اهمیت زیادی برخوردار است. لذا بررسی عواملی که باعث ایجاد این حس می‌شود امری اجتناب ناپذیر است. در این قسمت از پژوهش مجموعه ای از پاسخ هایی که به پرسشنامه ها داده شده تهیه شده است.

۹- پرسش از افراد مورد مطالعه در زمینه تاثیر تصاویر مجازی بر حس مکان

در پرسشنامه اول ابتدا تصاویر مجازی بدون صدا برای افراد مورد مطالعه پخش شد و از آنها پرسیده شد که اولین حس شما با دیدن تصاویر در یک کلمه چیست. و بار دیگر این پرسشنامه ها برای افرادی دیگر با صدا پخش شد. ۱۶۰ نفر به این پرسشنامه ها جواب داده اند. در میان جواب ها معنویت، آرامش، رهایی و بی قراری بیشتر از هر کلمه دیگری به کار رفته شده بود. صدای پخش شده مربوط به نقاره ها می باشد. بر اساس این پاسخ ها در نهایت نمودار هایی رسم شده که مقایسه این دو را با هم نشان می دهند. تا خیلی بهتر به تاثیر دنیای مجازی بر حس مکان اشاره شود. باید این نکته را نیز در نظر بگیریم که سوالات مطرح شده طوری طراحی شده اند که تمامی افراد بتوانند به آن پاسخ بدهند و جای ابهامی برای آنها وجود نداشته باشد. جدول زیر پاسخ به سوالات پرسشنامه اول می باشد:

جدول شماره ۳- اولین حس با دیدن تصاویر مجازی (۱)

	معنویت	آرامش	رهایی	بی قراری
با صدا	۵۸ نفر	۳۳ نفر	۱۶ نفر	۱۳ نفر
بی صدا	۴۵ نفر	۲۷ نفر	۱۹ نفر	۹ نفر

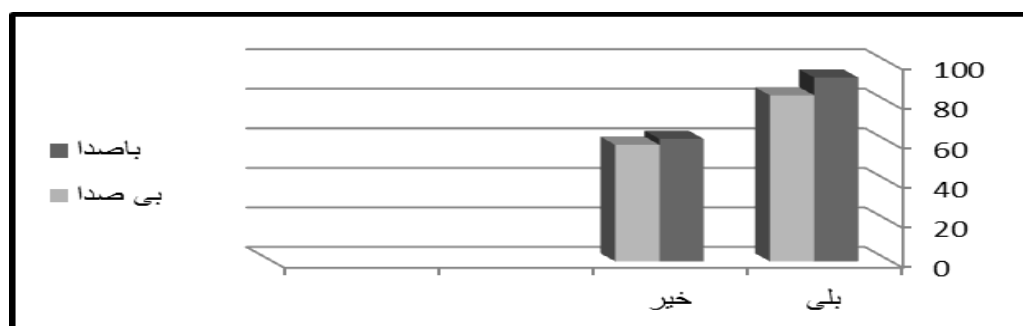


نمودار شماره ۱- اولین حس با دیدن تصاویر مجازی (۱)

با توجه به جدول شماره ۳ می توان به این نتیجه رسید که افرادی که با صدا زیارت مجازی امام رضا (ع) را تماشا کردن احساس قوی تری داشتند نسبت به کسانی که بدون صدا آن را تماشا کرده اند. و در سوال بعدی از پرسشنامه اول این سوال مطرح شد که آیا خود را در فضا احساس کردید؟ و پاسخ به دست آمده در جدول شماره ۴ آمده است.

جدول شماره ۴- احساس بودن در فضا (۱)

	بلی	خیر
با صدا	۹۳ نفر	۶۲ نفر
بی صدا	۸۴ نفر	۵۹ نفر



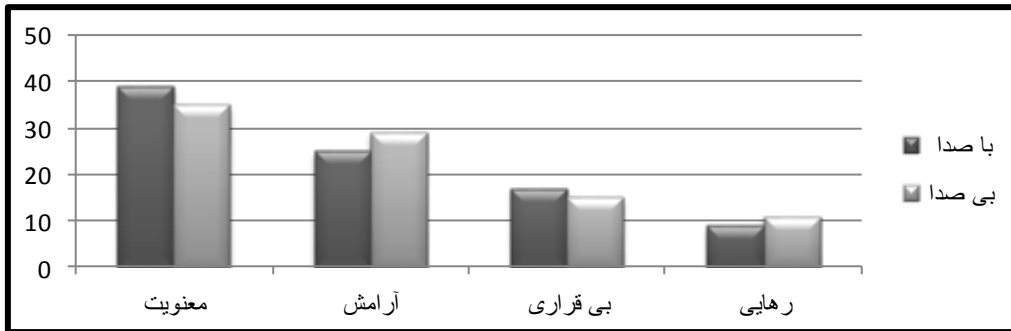
نمودار شماره ۲- احساس بودن در فضا (۱)

جواب هایی که از پرسشنامه اول استخراج شد را به صورت چهار جوابی در پرسشنامه ای مجزا در اختیار افراد عادی جامعه (مشاغل آزاد، زنان خانه دار...) قرار داده و تصاویر برای ۹۰ نفر به نمایش گذاشته شد. اولین احساس شما در هنگام وصف حرم مطهر امام رضا (ع) کدام است.

الف) معنویت ب) آرامش ج) رهایی د) بی قراری

جدول شماره ۵- اولین حس با دیدن تصاویر مجازی (۲)

سوال اول	معنویت	آرامش	بی قراری	رهایی
با صدا	۳۹ نفر	۲۵ نفر	۱۷ نفر	۹ نفر
بی صدا	۳۵ نفر	۲۹ نفر	۱۵ نفر	۱۱ نفر



نمودار شماره ۳- اولین حس با دیدن تصاویر مجازی (۲)

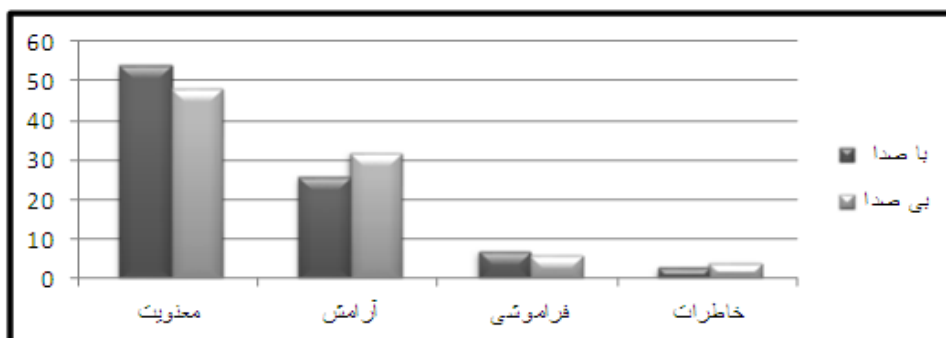
قبل از نمایش زیارت مجازی حرم مطهر امام رضا(ع) و بدون اینکه تصویری نشان داده شود توصیفات در این مورد انجام شد و از شرکت کنندگان خواسته شد تا بعد اتمام توضیحات به سوال اول جواب بدهند. البته این سوال در دو مرحله بررسی شد، که برای یک مرحله هنگام انجام توضیحات صدای نقاره ها به گوش می رسید و در بار دیگر بی صدا این کار انجام شد که با توجه به نمودار ۳ می توان تاثیر صدا را مشاهده کرد. در این مرحله از سوال از شرکت کنندگان خواسته شد تا شکلی را هم بکشند و در میان پاسخ ها اکثریت شکل مربع را می کشیدند که خود اذعان داشتند که فرم مربع صلابت و معنویت خاصی برایمان دارد و در این فرم ما احساس آرامش می کنیم. و همچنین بیان نمودن که صدای نقاره ها خود به خود ما را به یاد حرم امام رضا(ع) می اندازد.

اولین احساس شما در هنگام تماشای زیارت مجازی حرم مطهر امام رضا (ع) کدام است؟

الف) معنویت ب) آرامش ج) فراموشی د) خاطرات

جدول شماره ۶- احساس بودن در فضا (۲)

سوال دوم	معنویت	آرامش	فراموشی	خاطرات
با صدا	۵۴ نفر	۲۶ نفر	۷ نفر	۳ نفر
بی صدا	۴۸ نفر	۳۲ نفر	۶ نفر	۴ نفر



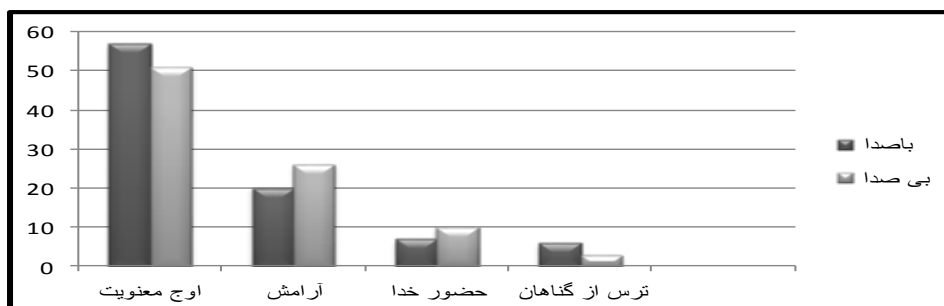
نمودار شماره ۴- احساس بودن در فضا (۲)

در سوال دوم از شرکت کنندگان خواسته شد تا هنگام تماشای زیارت مجازی احساس خود را بنویسند. برخی از آنان چنان غرق در آن شدند که اشک می ریختند و گاهی نیز لبخند به لب داشتند.
در هنگام حضور این حس را برابر کدام واژه می دانید؟

الف) اوج معنویت ب) حضور خدا ج) ترس از گناهان د) آرامش

جدول شماره ۷- احساس بودن در فضا (۳)

سوال سوم	اوج معنویت	آرامش	حضور خدا	ترس از گناهان
با صدا	۵۷ نفر	۲۰ نفر	۷ نفر	۶ نفر
بی صدا	۵۱ نفر	۲۶ نفر	۱۰ نفر	۳ نفر



نمودار شماره ۵- احساس بودن در فضا (۳)

در هر دو پرسشنامه معنویت و آرامش مشترک بود و از جواب های به دست آمده می توان نتیجه گرفت که تماشای مجازی حرم مطهر امام رضا احساسی که به هنگام حضور وجود دارد را تا اندازه ای پر رنگ بر انگیزه است. و باید توجه داشت این احساس ها در افراد عادی جامعه پررنگ تر بود.

۱۰- نتیجه گیری:

برداشت کلی حاصل از تعاریف حس مکان نشان می دهد که حس مکان بازگو کننده احوال درونی و تخیلات ذهنی انسان نسبت به مکان می باشد یا به طور متفاوت تری حس مکان بیان دوست داشته شدن ذهن است. و نشان دهنده آن است که حس مکان اظهار احساسات و دلبستگی انسان به محیط است که این احساس را دنیای مجازی تا حدی پررنگ بر آورده ساخته است. اما باید خاطر نشان کرد که حسی که ما در لحظه حضور در مکانی داریم بسیار ارجمند تر و زیباتر است. در این پژوهش بررسی بر یک مکان مقدس صورت گرفته که هر ایرانی برای یک بار هم که شده به آنجا رفته و یا توصیف آن را شنیده است. و به همین خاطر زیارت مجازی آن بسیار تاثیر گذار بوده. زیرا حس مکان به جایی را از طریق دنیای مجازی درک کردند که قبلا در آن حضور یا شناخت داشته اند. در ادامه جای سوال پیش می آید که اگر به جای حرم مطهر امام رضا (ع) فضایی دیگر همچون مقر پاپ در روم را به صورت مجازی برای افراد پخش می کردیم آیا حس مکانی به همین پررنگی داشتند؟

منابع:

- [۱] صافیان، م. انصاری، م. غفاری، ع. بررسی پدیدار شناختی - هرمنوتیک نسبت مکان با هنر معماری، نشریه پژوهشهای فلسفی دانشگاه تبریز، تبریز، ۱۳۹۰.
- [۲] جلالی، ا. عصر مجازی چهارمین موج تغییر، ماهنامه تخصصی انجمن روابط عمومی ایران شماره ۶۵، بهمن ۱۳۸۷.
- [۱۱] میرزایی، ش. تیموری، س. نژادستاری، س. معنا در مکان و آفرینش هویت، فصل نامه مطالعات ملی، سال سیزدهم، شماره ۲، ۱۳۹۱.

- [۱۲] فلاحت، م. مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن، نشریه هنر های زیبا، شماره ۲۶، صفحه ۵۷ تا ۶۶، تابستان ۱۳۸۵.
- [۱۳] غباری بناب، ب. معنویت راهی برای رشد شخصی و شکوفایی، مرکز مشاوره دانشجویی دانشگاه تهران، زمستان ۱۳۸۸.
- [۱۴] کیانی، م. جایگاه آرامش در عرفان و معنویت گرایی جدید، کتاب نقد، شماره ۴۵.
- [3] Rapoport, A: The Meaning of the Build Environment: A Nonverbal Communication Approach, University of Arizona Press, 1990 .
- [4] Relph, E : Place and Placelessness , Pion, London, 1976 .
- [5] Messy, D: Space, Place and Gender, University of Minnesota Press, Minnesota, 1994.
- [6] Canter, D : A Psychology of Place, Architectural Press , London, 1977 .
- [7] Hummon, D: Community Attachment : local sentiment & sense of place, plenum, New York, 1992 .
- [8] Shamai, S: Sense of place : an empirical measurement, Israel, geoforum, 1991 .
- [9] Steele, F: Sense of place. Boston: CBI Pub, 1981 .
- [10] Tuan, Yi-Fu: Space and Place the Perspective of Experience. New York: University of Minnesota Press, 1977.