

مقاله پژوهشی

شناسایی عوامل مؤثر بر شادی با تمرکز بر ویژگی‌های مراکز چندمنظوره شهری*

شارین شبرمحمدیان

گروه معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

شادی عزیزی**

گروه معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

وحید شالی امینی

گروه معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۲۰ تاریخ قرارگیری روی سایت: ۱۴۰۱/۰۱/۰۱

چکیده شادی مفهوم گسترده و پیچیده‌ای دارد که بر اساس درک بشر در ادوار مختلف تعاریف متعدد و متنوعی را در گستره علوم شناختی به خود دیده است. در خصوص تعریف شادی در حوزه‌های مختلف مانند فلسفه، اقتصاد و به‌ویژه علوم اجتماعی مطالعات بسیاری انجام شده است. این مقاله با اتکا بر پیکره مطالعات اجتماعی انجام‌شده در دهه‌های اخیر، ویژگی‌هایی را که موجب شادی در فضاهای چندمنظوره شهری می‌شود شناسایی می‌کند. در این راستا، فضای شهری، بستری مهم برای مناسبات اجتماعی تعریف شده است. از دلایل ترویج و توسعه مراکز چندمنظوره شهری شکل‌دهی به تعاملات اجتماعی است. بنابراین با توجه افزایش و تعدد چشمگیر این مراکز در سال‌های اخیر، لزوم توجه به آنها، به‌عنوان بستری برای تعامل و شادی افراد، ضروری به نظر می‌رسد. مسئله محوری تحقیق، شناسایی ویژگی‌های مراکز چندمنظوره شهری است که بر تعامل و شادی مخاطبان آن تأثیر می‌گذارد. در این مقاله با روش مشاهده و تحلیل محتوا رابطه مفهوم شادی و تعامل اجتماعی بررسی شده و توسعه مراکز چندمنظوره شهری با تمرکز بر نمونه‌های شهر تهران بر اساس همجواری ویژگی‌های تنوع، تراکم و طراحی فضاهای تعاملی در قالب کاربری‌هایی نظیر پردیس‌های سینمایی، فضاهای بازی، فروشگاه‌های مختلف، رستوران و فودکورت؛ و ویژگی‌هایی نظیر ارتباط عمودی، گشودگی‌های افقی، ارتباط با فضای باز، امنیت و فضاهای اشتراکی بررسی شده است. در نتیجه، بر مبنای معیارهای شادی مؤثر در فضا و شناسایی ویژگی‌های مراکز چندمنظوره شهری، که از بررسی مطالعات پیشین استخراج شد، مشخص شد که مراکز چندمنظوره، نقش مؤثری در افزایش شادی و تعاملات اجتماعی برای شهروندان ایفا می‌کنند.

واژگان کلیدی | شادی، مراکز چندمنظوره شهری، تعاملات اجتماعی.

تعریف کلی سعادت‌گرا و لذت‌گرا شناخته‌اند. پس از عصر روشنگری، اندیشمندان روش‌های علمی‌ای را برای تعریف شادی مطرح کردند که غالباً اندازه‌گیری شادی را از طریق معیارهای کمی، مانند سطح درآمد افراد میسر می‌ساخت. در اواخر قرن بیستم، رویکردهای اجتماعی در حوزه مطالعات میان‌رشته‌ای اقتصاد شادی، نشان داد تعاملات میان افراد،

مقدمه | مفهوم شادی و رسیدن به آن همواره مورد توجه جامعه بشری بوده است. این مفهوم پیچیده و چندوجهی در طول تاریخ تعاریف متنوعی از دیدگاه فیلسوفان و اندیشمندان داشته است. فیلسوفان شادی را در حوزه انتزاع، با دو

** نویسنده مسئول: ۰۰۹۱۲۲۰۱۵۰۵۲@iauctb.ac.ir

خوب، خرید و گردشگری، حمل‌ونقل عمومی، تحرک و فراغت معرفی می‌کند (چپمن، ۱۳۹۴، ۴۵). در نمونه دیگر از تحقیقات با موضوع «آفرینش فضایی سرزنده در مراکز تجاری نمونه موردی: مرکز خرید برای انگل» به ارزیابی یک نمونه تجربه موفق مجتمع تجاری، پرداخته شده است. نمونه انتخاب شده در این تحقیق، مرکز خرید «ترای انگل» واقع در انگلستان است. این مرکز یکی از نمونه‌های موفق، در فرایند بهسازی است. نتایج حاصل از تحلیل و بررسی فرایند بهسازی در مرکز تجاری برای انگل نشان می‌دهد تنوع، جذابیت، دید و منظر مطلوب، تراکم و هویت از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر طراحی این مرکز است (دیدبان، مؤمنی و نیکنام، ۱۳۹۶). خستو و سعیدی رضوانی (۱۳۸۹، ۶۳-۷۴) در پژوهش خود عوامل مؤثر بر شادی را به چهار دسته تقسیم کرده‌اند و در زیرمجموعه عوامل طراحی به متغیرهایی مانند خوانایی، حس مکان، تمایز معمارانه، اتصال و ارتباط بخش‌های مختلف، محیط دوستانه و امنیت اشاره کرده‌اند. سرور، صلاحی ساریخان بیگلر مبارکی (۱۳۹۶، ۲۹-۴۲) در تحقیق خود به نقش مجتمع‌های تجاری در ایجاد فضای شهری پرداخته و به عواملی چون وجود عرصه‌های عمومی و عناصر کالبدی و طبیعی در فضا، قابلیت تغییرپذیری فضا برای استفاده‌های گوناگون، اتصال و همبستگی فضاها، وجود کاربری‌های مختلط، پاسخگویی فضا به گروه‌های اجتماعی مختلف، نفوذپذیری بصری و عملکردی، ایمنی، امنیت اجتماعی، زمان‌مندی بودن^۱ و تراکم جمعیت را در پویایی و شادی فضای شهری مؤثر می‌دانند. ایزدپناه و حبیبی (۱۳۹۸، ۳۷-۵۶) در تحقیق خود به بررسی جایگاه مال‌ها به‌مثابه فضای عمومی، معیارهایی نظیر دسترس‌پذیری، اجتماع‌پذیری، امنیت و کنترل را به‌عنوان عواملی که از سوی خریداران به‌عنوان معیار ارزیابی مال‌ها به‌عنوان فضای عمومی مطلوب و مناسب است شناسایی می‌کنند. خسروی و بهرامی (۱۳۹۴، ۹۱-۱۰۰) عواملی نظیر راحتی و آسودگی، احساس امنیت، جهت‌یابی و خوانایی، دسترسی و نفوذپذیری، جذابیت و تعاملات اجتماعی را به‌عنوان عوامل فضایی-رفتاری مؤثر بر کیفیت هم‌بودگی در مراکز خرید معرفی می‌کنند. گلکار (۱۳۸۶، ۶۶-۷۵) سرزندگی را معادل کیفیت طراحی شهری می‌داند. خوانایی، حس زمان، غنای حسی، رنگ تعلق، نفوذپذیری و حرکت، اختلاط کاربری و فرم، کیفیت عرصه همگانی، آسایش اقلیمی، ایمنی و امنیت، انعطاف‌پذیری، همسازي با محیط، کارایی انرژی و پاکیزگی را به‌عنوان عوامل مؤثر بر سرزندگی معرفی می‌کند. فروتن، صنعتگر کاخکی و رضایی (۱۳۹۲، ۶۵) در ارزیابی مجتمع‌های تجاری و مراکز خرید، کیفیت محیط برای فعالیت، امنیت، نفوذپذیری فیزیکی، تنوع‌پذیری، نفوذپذیری بصری، تنوع

از مهمترین عوامل شادی است. تعاملات اجتماعی نسبت به عوامل شخصی کمی، مانند سطح درآمد و یا میزان دارایی افراد، بر شادی آنان تأثیرگذارتر است. تعاملات اجتماعی در شهرسازی نوین نیز به‌عنوان یکی از مهمترین معیارهای توسعه شهری در نظر گرفته شده است. با توجه به روند توسعه چندمنظوره‌ها در تاریخ شهرسازی، علی‌رغم تفاوت‌هایی که گونه‌های مختلف این فضاها دارند، همگی در ارتقای تعاملات اجتماعی دارای اشتراک هستند. مطالعه روند توسعه چندمنظوره‌ها نشان می‌دهد در گذشته چندمنظوره‌سازی با هدف کاهش فواصل و برطرف‌ساختن دشواری‌های ناشی از مسافت‌های زیاد و عدم وجود خودرو بوده است. در دوران صنعتی به دلیل افزایش جمعیت، آلودگی‌های محیطی و همچنین ورود خودرو به شهرها، رویکردهای چندمنظوره دارای اقبال در خور توجهی نبودند. اما در نیمه دوم قرن بیستم با آشکارشدن مشکلات اجتماعی ناشی از تفکیک و پراکندگی در شهرها بار دیگر چندمنظوره‌سازی به‌عنوان راه‌حلی مناسب برای برطرف‌ساختن مشکلات شهرها مطرح شد. به همین منظور در این پژوهش سعی بر آن است تا با توجه به تعامل اجتماعی که موضوع مشترک شادی و فضاهای چندمنظوره شهری است، ویژگی‌های شادی‌آفرین در مراکز چندمنظوره شناسایی شوند. در این راستا پیشینه پژوهش به مطالعه این حوزه در خصوص فضا و شادی پرداخته است. در بخش مبانی نظری، سیر مفاهیم شادی و روند توسعه مراکز چندمنظوره شهری بررسی شده است. سپس با توجه به توسعه شدید این مراکز در دهه اخیر در شهر تهران، انطباق ویژگی‌های نمونه‌هایی از این مراکز با معیارهای شادی مورد بحث قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد با توجه به کاربری‌ها و ویژگی‌های فضایی، مراکز چندمنظوره شهری دارای ظرفیت ویژه برای شادمانی مخاطبان هستند.

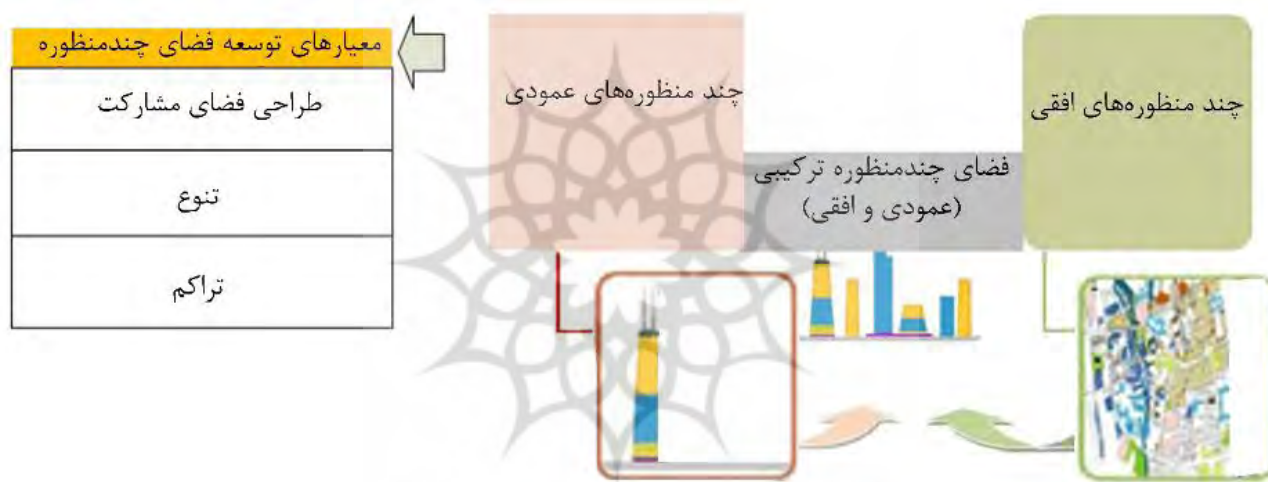
پیشینه تحقیق

در این بخش با مطالعه و بررسی تحقیقات پیشین، عوامل کالبدی و فضایی مرتبط با مفهوم شادی و ارتقای تعامل اجتماعی در فضاهای شهری و مراکز خرید، که توسط محققان انجام شده است، در جدول ۱ قابل مشاهده است. همچنین مطالعات مرتبط با فضاهای چندمنظوره شهری بررسی شده و نتایج آن در تصویر ۱ ارائه شده است. جین جیکوبز در کتاب «مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی» برای ارتقای کیفیت فضاهای شهری و تعامل اجتماعی، به ضرورت اختلاط کاربری‌های اصلی (تنوع کاربری)، تنوع کالبدی، تراکم کافی جمعیت و تنوع فعالیت‌ها اشاره می‌کند (Jacobs, 1961, 33). مارتین برشاو کیفیت‌های آفریننده شادی را در معیارهایی نظیر تنوع، فضای عمومی

شناسایی عوامل مؤثر بر شادی با تمرکز بر ویژگی‌های مراکز چندمنظوره شهری

جدول ۱. پیشینه تحقیقات در حوزه معرفی مؤلفه‌های شادی در فضاهای شهری و مراکز خرید. مأخذ: نگارندگان.

نام محققان	سال انجام مطالعه	معرفی مؤلفه‌های کالبدی شادی
جیکوبز	۱۹۶۱	ضرورت اختلاط کاربری، تراکم کافی جمعیت، تنوع فعالیت‌ها
بردشاو-چپمن	۱۳۹۴	تنوع، فضای عمومی خوب، خرید و گردشگری، تحرک پیاده، فراغت
گلکار	۱۳۸۶	خوانایی، حس زمان، نفوذپذیری، حرکت، اختلاط کاربری و فرم، عرصه همگانی، ایمنی و امنیت
خستو و سعیدی رضوانی	۱۳۸۹	خوانایی، تمایز معمارانه، اتصال و ارتباط بخش‌های مختلف، محیط دوستانه و امنیت
فروتن و دیگران	۱۳۹۲	نفوذپذیری فیزیکی و بصری، تنوع، انعطاف‌پذیری، خوانایی، کیفیت محیط برای فعالیت، امنیت
خسروی و بهرامی	۱۳۹۳	راحتی و آسودگی، امنیت، جهت‌یابی و خوانایی، دسترسی و نفوذپذیری، جذابیت و تعامل
سرور و دیگران	۱۳۹۶	عرصه عمومی و طبیعی، قابلیت تغییرپذیری، همبستگی فضا، کاربری مختلط، تراکم و امنیت
دیده‌بان، مؤمنی و نیکنام	۱۳۹۵	تنوع، جذابیت، دید و منظر مطلوب، تراکم و هویت
نهادندی و دیگران	۱۳۹۶	امنیت، تنوع، کیفیت محیط، محصوریت، نفوذپذیری و دسترسی‌پذیری



تصویر ۱. ویژگی‌های مراکز چندمنظوره شهری. مأخذ: نگارندگان.

خود را داشته است. فضای چندمنظوره شهری ایده‌ای مبهم و بحث برانگیز است که تعاریف بسیاری از آن ارائه شده است (Hoppenbrouwer & Louw, 2005). همچنین بسیاری از محققین به توسعه چندمنظوره‌ها در نواحی حومه شهر^۲ پرداخته‌اند (Filion, McSpurren & Huether, 2000, 40; Grant, 2007, 60; Grant & Perrott, 2011, 180). ویژگی مشترک این تعاریف، در تمرکز فعالیت‌های انسان در محیط پیرامون و گسترش تعامل وی با محیط است (Hoppenbrouwer & Louw, 2005, 969). گانگ در تعریف چندمنظوره‌ها اذعان دارد که فضای چندمنظوره فعالیت‌های ساکنان در محدوده‌ای مشخص از زمین با بهره‌گیری از منابع طبیعی و پتانسیل‌های انسانی است. در تعریفی دیگر از گانگ^۳ فضای چندمنظوره به فضایی که انسان برای زندگی و رفع نیازهای مختلف به آن نیاز دارد، گفته می‌شود (Gong, Marklund & Tsuji, 2009).

بصری، خوانایی و انعطاف بصری را بررسی می‌کنند. نهادندی، ضابطیان، پورا احمد و خیرالدین (۱۳۹۶، ۵۴-۶۷) سرزندگی فضاهای پشتیبان در مراکز تجاری را با عواملی همچون امنیت، اقتصاد شبانه، اقتصاد پویا، پوشش گیاهی، تنوع کاربری، افزایش کیفیت محیط، محصوریت، نفوذپذیری و دسترسی‌پذیری، خوانایی، آسایش محیطی و تراکم ارزیابی می‌کنند. رحیمی و جعفری (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی تطبیقی سرزندگی تجاری، تاریخی و مدرن شهر تبریز» فعالیت‌پذیر بودن و انعطاف‌پذیری را به‌عنوان عوامل مهم در سرزندگی این مراکز می‌شناسند.

ایده فضای چندمنظوره شهری در شهرسازی نوین، به منظور افزایش تعاملات اجتماعی در فضاهای شهری شکل گرفته است. اگرچه این ایده از دیرباز به اشکال گوناگون در شهرهای مختلف دنیا بوده، اما در هر زمان موافقان و مخالفان

فرضیه این تحقیق بر این امر استوار است که یکی از دلایل توجه و استقبال از توسعه مراکز چندمنظوره شهری شامل ارتقای تعامل و در نتیجه شادی شهروندان است.

سؤال تحقیق

با توجه به آنچه گفته شد، سؤال این است که چه ویژگی‌هایی در مراکز چندمنظوره شهری قابلیت افزایش تعامل و شادی شهروندان را میسر می‌سازند؟

مبانی نظری

مبانی نظری تحقیق شامل چهار بخش، از جمله مفاهیم شادی، شادی مبتنی بر تعامل اجتماعی در عصر حاضر، روند توسعه مراکز چندمنظوره شهری و تعامل در مراکز چندمنظوره شهری است.

• مفاهیم شادی

شادی و شاد زیستن از دوران یونان باستان همواره از دغدغه‌های مهم بشر بوده است. بنیان‌های فلسفه شادی را می‌توان در نظریات فکری افلاطون و سقراط جست‌وجو کرد. افلاطون شادی را در کمال فضیلت‌های بشر تعریف کرد و سقراط مدعی بود که شادی در لذت تعریف می‌شود. با شروع مسیحیت، شادی با تعاریف کمال‌گرا پیوند خورد و شادی کمال‌گرا و ایدئولوژیک، ابزاری برای کنترل اجتماعی و اعمال قدرت محسوب شد. ویژگی مشترک این تعاریف تا پیش از عصر روشنگری، در انتزاعی بودن مفهوم شادی است. از دوران روشنگری، شادی موضوعی زمینی و قابل دسترس برای همه شد و یکی از وظایف دولت‌ها تسهیل شادی برای ملت تعریف شد. در این دوران، با رواج علوم به حوزه مطالعات، مفهوم شادی دگرگون شد. علم شادی، در پی مرتبط‌ساختن عوامل قابل اندازه‌گیری و قابل سنجش برای توضیح میزان شادی افراد بود. برای مثال زیست‌شناسان شادی را با سطح برخی از هورمون‌های بدن مرتبط دانستند. روانشناسان نیز به تعریف شادی در حوزه روانشناسی مثبت‌گرا^۴ پرداختند که برخلاف روانشناسی سنتی -روانشناسی بهبود^۵ (Ryan & Deci, 2000, 68) بر مطالعات علمی شادی، بهزیستی و احساسات مثبت تمرکز دارد. سلیگمن^۶ روانشناسی مثبت‌گرا را اصطلاحی برای بررسی هیجان‌ها و ویژگی‌های مثبت شخصیتی (شجاعت- نوع دوستی- وجدان اخلاقی و ...) می‌داند. اصلاح طلب انگلیسی جرمی بنتام^۷ با مطرح کردن اصل سودمندی اظهار کرد باتوجه به اینکه شادی واقعاً یک مجموعه لذت بدون درد و رنج است پس بهترین روش و سیاست برای دولت‌ها و افراد برای به حداکثر رساندن شادی در این فرمول خلاصه می‌شود: به حداکثر رساندن اولی (شادی)، به حداقل رساندن دومی (رنج). در این بین مشکل

برخی از محققان چندمنظوره‌ها را به ساختمان‌هایی نسبت می‌دهند که دارای کاربری‌های گوناگون مانند ترکیبی از منازل، فروشگاه‌ها، کافی‌شاپ‌ها، رستوران‌ها، سینماها، دفاتر و ... درون خود هستند (Nabil & Abd Eldayem, 2015, 289). برخی دیگر چندمنظوره را الگوی ناهمگن استفاده از زمین از نظر جغرافیایی توصیف می‌کنند که دارای ترکیبی از کاربری‌های مسکونی، تجاری، صنعتی، اداری، کشاورزی و تفریحی است (Croucher, Wallace, & Duffy, 2017). نیل و عبدالایم در تحقیقی چندمنظوره‌ها را به سه دسته تقسیم می‌کنند، عمودی، افقی و ترکیب هر دو. در تصویر ۱ انواع فضای چندمنظوره نشان داده شده است. چندمنظوره‌های عمودی غالباً دارای حداقل دو کاربری مختلف تجاری، مسکونی، درمانی، فرهنگی، تفریحی و ... که درون یک ساختمان قرار گرفته‌اند، هستند. چندمنظوره‌های افقی معمولاً دارای حداقل دو کاربری مختلف در نزدیکی یکدیگر هستند که از طریق پیاده‌رو یا وسایل نقلیه دسترس پذیر می‌شوند. همچنین چندمنظوره‌های نوع سوم، ترکیبی از دو مدل عمودی و افقی محسوب می‌شوند (Nabil & Abd Eldayem, 2015, 289). یکی دیگر ویژگی‌های مهم فضای چندمنظوره شهری، امکان انجام فعالیت‌های اجتماعی گزینشی به واسطه مشارکت و تعامل افراد در فضای چندمنظوره است که به‌عنوان نمونه می‌توان به مکالمه، بازی کودکان، دیدن و شنیدن سایر افراد و باهمبودگی گروه‌های مختلف اشاره کرد (Samburu & Hyombe & Owino, 2019, 63).

تفاوت پژوهش حاضر با پژوهش‌های پیشین در نوع نگرش به مفهوم شادی بر اساس دیدگاه‌های جدید است. بر اساس این دیدگاه‌ها تعامل اجتماعی عامل اساسی در شادی جامعه است. تعاملات اجتماعی همچنین از اهداف اصلی فضاهای چندمنظوره شهری است. لذا برنامه‌ریزان و طراحان با توجه به پیکربندی‌های فضایی در مراکز چندمنظوره شهری قادر خواهند بود نقشی مؤثر در شادی مخاطبان ایفا کنند.

روش تحقیق

در این پژوهش با روش تحلیل محتوا، مفهوم شادی بر اساس تعارف نوین معاصر استخراج شده است. همچنین با استفاده از روش مشاهده و تحلیل محتوا، ویژگی‌های اصلی توسعه مراکز چندمنظوره شهری شناسایی شده است. سپس ارتباط میان مفهوم شادی بر اساس تعامل اجتماعی با ویژگی‌های کالبدی مراکز چندمنظوره شهری انطباق داده شده است.

هدف و فرضیه تحقیق

هدف اصلی این تحقیق شناسایی ویژگی‌های مؤثر مراکز چندمنظوره شهری در ارتقای تعامل و شادی شهروندان است.

به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و شادکامی در ایالات متحده آمریکا طی سال‌های ۱۹۹۸-۱۹۸۳ پرداخته است. این تحقیق که به صورت تحلیل ثانویه داده‌های پانل ۹ مرکز آمارگیری انجام شده، نشان داده است که سرمایه اجتماعی تأثیری مثبت بر شادکامی دارد (Björnskov, 2007). چانگ^{۱۳} در تحقیق خود به این نتیجه می‌رسد که همه اجزای سرمایه اجتماعی (مشارکت در سازمان‌های غیرداوطلبانه و داوطلبانه، حضور در اجتماعات و اعتماد) بر شادی ذهنی تأثیرگذار است (Chang, 2009). لیانگ^{۱۴} در تحقیق خود دریافت که عنصری همچون پیوند اجتماعی حتی پس از کنترل ویژگی‌های زمینه‌ای عمده، رابطه معناداری با شادی دارد (Leung, Kier, Fung, Fung & Sproule, 2013, 247-267). گراویگ و گراویگ^{۱۵} در پژوهش تأثیر همزمان سرمایه اجتماعی بر شادی، به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی شبکه و پیوندی مثبت با شادکامی افراد دارد (Growiec & Growiec, 2010, 231-255). هان سه هی^{۱۶} در پژوهشی با عنوان «سرمایه اجتماعی و شادکامی»، به بررسی نقش سرمایه اجتماعی بر شادکامی پرداخته است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد متن اجتماعی همسایگی برای فهم تفاوت در شادکامی فرد بسیار اهمیت دارد (Han, 2015, 241-255). بر اساس مطالعات انجام شده در تعریف شادی، بهبود روابط اجتماعی و تعاملات میان افراد، اهمیتی انکارناپذیر دارد. شادی نه حاصل جمع احساسات افراد بلکه برآیندی اجتماعی از تعاملات میان افراد است که موجب شادکامی آنان می‌شود. بنابراین برای داشتن جامعه‌ای شاد لازم است تا به جای بهبود ویژگی‌های زندگی افراد، کیفیت تعاملات آنان بهبود یابد. در جدول ۲ دیدگاه‌های مرتبط با موضوع شادی آورده شده است.

• روند توسعه مراکز چندمنظوره شهری

در مطالعه تاریخ فضای شهری، به نظر می‌رسد تمایل به ایجاد فضاهای چندمنظوره در شهرها در برخی از بازه‌های تاریخی به شدت مقبول و در برخی دیگر از بازه‌ها مورد انتقاد بوده است. در سال‌های ۳۵۰۰ تا ۱۰۰۰ پیش از میلاد در تمدن‌هایی مانند بین‌النهرین، مصر و یونان ایده

اصلی فهم چگونگی محاسبه شادی و رنج بود (موننگمری، ۱۳۹۶، ۲۹). بنتام مجموعه‌ای از جداول با عنوان محاسبه شادمانی^{۱۷} را ابداع نمود که در آن مقدار و حجم لذت یا درد هر عملی که به احتمال زیاد باعث ایجاد آن شده بود سنجش شد. در محاسبات بنتام احساسات مورد غفلت واقع شده است (Bentham, 1996, 29). پس از بنتام، اقتصاددانان به اصل سودمندی او روی آوردند ولی با هوشمندی محاسبه شادمانی را به پول و تصمیم افراد در مورد خرج کردن آن که در حقیقت قادر به محاسبه آن بودند، تقلیل دادند. از این رو آنها قدرت خرید را جایگزین سودمندی و منفعت کردند. ریچارد استرلین^{۱۸} اولین کسی بود که با انتشار مقاله‌ای با عنوان «آیا رشد اقتصادی سرنوشت انسان را بهبود می‌بخشد؟» به این سؤال پاسخ منفی داد (Veenhoven & Hagerty, 2006, 421-436). وی نشان داد در ایالات متحده با وجود دوبرابری درآمد سرانه، شادی افزایش نیافته است. بنا به یافته‌های استرلین، طی دوره مذکور آمریکایی‌ها ثروتمندتر شده‌اند، ولی شادتر نشدند (Easterlin, 2006, 463-482). ادعای استرلین، بستر ساز تولید ادبیات جدیدی در فضای ارزیابی توسعه‌یافتگی جوامع با عنوان اندازه سطح شادکامی جامعه شد.

• شادی مبتنی بر تعامل اجتماعی در عصر حاضر

هیویل^{۱۹} و گروهش بازبینی‌های چندگانه‌ای از سرشماری جهانی گالوپ از طریق فیلترهای آماری انجام دادند و متوجه شدند رضایت از زندگی در هنگام ارتباط با افراد دیگر، اهمیتی بیش از درآمد دارد. زیمل^{۱۱} در مقاله کلان‌شهر خود به بحث از شرایطی می‌پردازد که در آن روابط انسانی رو به افول می‌گذارند. او در تحلیل خود به از میان رفتن روابط عاطفی و صمیمانه و تسلط روابط حسابگرانه توجه دارد. طبق نظر زیمل در کلان‌شهرها، احساسات و خصوصاً روابط عاطفی افراد در جامعه گم شده است و این امر، آثار منفی بر روی کیفیت زندگی دارد (نظری و مختاری، ۱۳۸۹، ۱۱۵-۱۱۷). زیمل، فردیت را به عنوان یکی از مشخصه‌های مدرنیته قلمداد کرده است و شادمانی را با آن پیوسته می‌داند (Glatzer, 2000). کریستین بنجسکو^{۱۲} در مطالعه‌ای

جدول ۲. دیدگاه‌های شادی. مأخذ: نگارندگان.

تعریف شادی	دیدگاه‌های شادی
- شادی سعادت‌گرا: دیدگاه افلاطون - شادی لذت‌گرا: دیدگاه سقراط	رویکردهای فلسفی-انتزاعی
شادی افراد تابع شاخص‌های کمی- مادی است مانند سطح درآمد که جمع این شاخص‌ها منجر به ایجاد جامعه‌ای شاد می‌شود.	رویکردهای علمی-کمی
شادی برآیند جمعی از تعاملات اجتماعی افراد است که این امر موجب پیدایش جامعه شاد می‌شود.	رویکرد نوین-اجتماعی

نظر گرفته شد (Nabil & Abd Eldayem, 2015). باتوجه به روند تغییرات فضای چندمنظوره در شهرها همان‌طور که در تصویر ۲ نشان داده شده است، اکنون فراخوان بازگشت به فضای چندمنظوره به‌عنوان یکی از راه‌های برنامه‌ریزی پایدار و هوشمند شهری، راهکاری منطقی به نظر می‌رسد. فضاهای چندمنظوره با جذب جمعیت، افزایش ارزش زمین، افزایش درآمدهای مالیاتی، افزایش حرکت پیاده و دوچرخه موجب ارتقای اجتماعی و اقتصادی شهرها می‌شوند.

• تعامل در مراکز چندمنظوره شهری

امروزه مراکز چندمنظوره به‌عنوان فضاهای عمومی مطرح می‌شوند که دیگر فعل اصلی در آنها خرید کردن نیست؛ جدا از تجربه‌های خرید که تنوع فراوانی دارند، و در مقالات جامعه‌شناسانی چون وریج کاظمی و اباذری (۱۳۸۴) مورد بررسی قرار گرفته است، افعال اجتماعی دیگری نیز متعاقب استفاده از فضاهای چندمنظوره به وقوع می‌پیوندند. گشت‌وگذار و پرسه‌زنی در این مراکز الزاماً به فعل خرید منجر نمی‌شود. هرچند که خرید نیز خود نوعی از مناسبات اجتماعی است. عرصه‌های خرید و به‌طور اخص مراکز چندمنظوره، مانند دیگر عرصه‌های حوزه عمومی، در ایجاد تغییرات فرهنگی و بازاندیشی جامعه سهیم هستند. مراکز چندمنظوره به‌عنوان عرصه‌های جدید خرید، عرصه‌ای

تفکیک در شهرها رایج بوده است. خدمات در اطراف عناصر مذهبی متمرکز بوده و دیگر حوزه‌ها به مسکن اختصاص داشته است. در سال‌های ۷۰۰ پیش از میلاد تا ۱۹۰۰ پس از میلاد شهرها شاهد آغاز رشد چندمنظوره‌ها هستند. در این زمان کاربری‌های غیرمسکونی به‌صورت عمودی و افقی در میان کاربری‌های مسکونی پراکنده بودند. قرارگیری فضای تجاری در طبقات پایین کاربری‌های مسکونی از نمونه‌های رایج بوده است. این موضوع در شهرهای اسلامی هم دیده می‌شود، بیشتر خانه‌ها در اطراف خرده‌فروشی‌ها، بازارها، فضاهای مذهبی و سایر خدمات قرار داشتند. به دلیل عدم وجود خودرو تا این زمان ایده استفاده از چندمنظوره‌ها برای دسترسی ساده‌تر بسیار کارآمد بود. با انقلاب صنعتی و ایجاد مشکلاتی نظیر آلودگی و جمعیت زیاد در شهرها ایده تفکیک در برنامه‌ریزی شهری برجسته شد. در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ میلادی، ایده فضاهای چندمنظوره شهری مجدداً مورد توجه قرار گرفت و به‌عنوان راهکاری برای فعال ساختن مناطق شهری بزرگ مطرح شد. در اواخر دهه ۷۰ تا پایان دهه ۸۰ چندمنظوره‌سازی به‌عنوان راهکار توانمندسازی مناطق فرسوده در شهرها نیز مقبول واقع شد. از سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۰ فضای چندمنظوره به‌عنوان عنصر اصلی طراحی محلات مسکونی پایدار و اصول رشد هوشمند در

دوره زمانی	مطلوبیت استفاده از فضای چندمنظوره	دلایل
پیش از انقلاب صنعتی	✓	عدم وجود خودرو در شهرها مطلوبیت فضای چندمنظوره برای دسترسی آسان
انقلاب صنعتی	✗	افزایش تعداد خودروها، مهاجرت به شهرها و افزایش جمعیت شهرها، ورود صنایع به شهرها و ایجاد مشکلاتی نظیر ترافیک، ازدحام و آلودگی زیست محیطی ایده تفکیک راه حل مشکلات شهری، شکل‌گیری حومه‌ها و پراکندگی در شهرها
نیمه دوم قرن بیستم	✓	مشکلات مراکز شهرها، فراخوان مجدد دیدگاه‌های فضای چندمنظوره در شهرها به منظور توانمندسازی مناطق فرسوده در شهرها، فعال ساختن مناطق شهری، افزایش تعاملات انسانی در فضای شهری

تصویر ۲. روند تغییرات فضای چندمنظوره شهری. مأخذ: نگارندگان.

^۸ که نزدیکترین نوع به گونه‌های جدید مراکز شهری دهه ۹۰ در تهران هستند، انتخاب شده است. همچنین از نظر تعریف مراکز چندمنظوره این مراکز در دسته‌بندی مراکز چندمنظوره شهری عمودی قرار دارند که دارای کاربری سینما، فضای بازی، رستوران و کافه و واحدهای تجاری متنوع هستند. مراکز منتخب در جدول ۳ معرفی شده‌اند.

بحث

با توجه به رویکردهای نوین در تعریف شادی، این مفهوم وابستگی اجتنابناپذیر و پیوسته‌های با تعامل اجتماعی دارد. تعامل اجتماعی عنصر کلیدی شادی در عصر حاضر است. بنابراین فضاهای شهری به‌عنوان بسترساز اصلی تعامل اجتماعی، می‌توانند ظرفیت لازم برای شادی مخاطبان خود را ایجاد کنند. مراکز چندمنظوره یکی از گونه‌های مهم فضاهای شهری در شهرسازی نوین هستند که از دلایل توسعه آنها می‌توان به افزایش تعامل و شادی شهروندان اشاره کرد. این مراکز با توجه به موقعیت‌های مکانی-زمانی در فرم‌های گوناگونی پدیدار شده‌اند که ویژگی مشترک آنها افزایش تعاملات اجتماعی در اثر تراکم و تنوع کاربری‌ها و ایجاد فضاهایی برای مشارکت است. این پژوهش مراکز چندمنظوره شهر تهران را به‌عنوان یکی از گونه‌های فضاهای شهری چندمنظوره که موجب افزایش تعامل و شادی شهروندان شده، شناسایی کرده است. توسعه شهرنشینی موجب شده است تا در بسیاری از شهرها، فضاهای شهری، کارکرد اصلی خود را از دست بدهند. فقدان فضای شهری در شهری مانند تهران امری مشهود است که موجب شده تا فضاهای جمعی در مراکز نوین تهران تحت عنوان مراکز چندمنظوره، عرصه‌ای برای وجود پیدا کنند. با توجه استقبال مردم از گونه‌های جدید مراکز چندمنظوره شهر تهران به نظر می‌رسد تجربه‌ای جدید از فضاهای شهری در این مکان‌ها در حال شکل‌گرفتن است. با توجه به آنچه در

فعال در زندگی روزمره است که در ایجاد تغییر، دگرگونی و بازآفرینی اشکال متکثر فرهنگی پیشگام است. از طرفی فعالیت‌های گزینشی در این فضاها تسهیل شده است. از آنجاکه این مراکز فضاهایی سرپوشیده هستند و امکان بهره‌بردن از آنها در فصول مختلف امکان‌پذیر است، می‌توانند در موقعیت‌های مختلف مورد استفاده واقع شوند. امنیت روانی و فیزیکی در مراکز چندمنظوره چه از سوی انتظامات و چه به خاطر حضور افراد و فروشندگان در ساعات مختلف، فراهم است. این فضاها علاوه بر عملکرد فضایی و نقشی که برای برآورده‌شدن نیازهای یک منطقه بر عهده دارند، درواقع با تغییر معنایی خود به یک باشگاه یا محفل برخورد تبدیل شده و به‌عنوان یک آوردگاه اجتماعی در فضای شهری تهران ایفای نقش می‌کنند (خادمی و علی‌پور، ۱۳۹۶).

نمونه مراکز چندمنظوره شهری بررسی شده

باتوجه استقبال مردم از گونه‌های جدید مراکز چندمنظوره در شهر تهران به نظر می‌رسد تجربه‌ای جدید از فضاهای شهری در این مکان‌ها در حال شکل‌گرفتن است. آنچه مسلم است شهر با حضور مردم و تعاملات آنها زنده است و در این بین، مردم به فضاهایی برای باهم‌بودن نیازمندند. با حذف یا کم‌توجهی به طراحی این‌گونه فضاها مردم با استقبال از گونه‌های نوین مراکز چندمنظوره به دلیل دارابودن کاربری‌های گوناگون، دسترسی آسان و تنوع فعالیت‌ها، نیاز به فضای شهری را پاسخ می‌دهند. حضور در این مراکز نه‌تنها برای فعل خریدکردن، بلکه برای مفهومی از بودن و حضورداشتن، به این فضاها رنگ‌وبویی جدید داده است. تحقیقات نشان می‌دهند بیش از نیمی از شهروندان به منظوری به جز خرید به مراکز چندمنظوره شهری مراجعه می‌کنند (شیرمحمدیان و عزیز، ۱۳۹۹).

در این پژوهش پس از مطالعه کلیه دسته‌بندی‌های مراکز خرید، مراکز سبک زندگی^{۱۷} با توجه به معیارهای ICSC

جدول ۳. نمونه مراکز چندمنظوره شهر تهران. مأخذ: نگارندگان.

نام مرکز چندمنظوره	سال ساخت	منطقه	مساحت	کاربری‌ها
گالریا	۱۳۹۸	۱	۴۰۵۱۱	تجاری، فرهنگی، تفریحی
ارگ	۱۳۹۱	۱	۷۰۰۰۰	تجاری، فرهنگی، تفریحی
سمرقند	۱۳۹۴	۵	۳۲۵۰۰	تجاری، فرهنگی، تفریحی، اداری
کوروش	۱۳۹۳	۵	۲۳۰۰۰	تجاری، فرهنگی، تفریحی
کیان	۱۳۹۰	۱۹	۱۵۰۰۰	تجاری، فرهنگی، تفریحی
هروی	۱۳۹۷	۴	۱۵۰۰۰	تجاری، فرهنگی، تفریحی

استفاده گروه‌های سنی و اجتماعی مختلف از فضا را مسیر می‌سازد. همچنین تنوع، موجب استفاده از فضا در بازه‌های زمانی متنوع‌تر می‌شود. تراکم موجب کاهش وابستگی شهروندان به خودروهای شخصی و بر این اساس با افزایش تحرک در فضا امکان تعامل و شادی افراد بیشتر می‌شود. عامل تنوع و تراکم با کاربری‌هایی مانند رستوران و فودکورت، فضای بازی، فروشگاه‌ها و پردیس‌های سینمایی فراهم شده است. رستوران و فودکورت‌ها از جمله فضاهایی هستند که به دلیل مقبولیت در میان طیف وسیع‌تری از جامعه موجب تکثر اجتماعی، تعامل و شادی می‌شوند. وجود رستوران

خصوص مراکز چندمنظوره شهری اشاره شد، این مراکز دارای طیف متنوعی از کاربری‌های فرهنگی، تجاری، تفریحی، اجتماعی و ... در یک مجموعه عمودی هستند. طراحی ویژه این مراکز بر خلاف نسل‌های گذشته مراکز خرید در تهران، امکان انجام فعالیت‌های گزینشی را برای مخاطبان فراهم آورده است. تنوع و تراکم، امکان انجام فعالیت‌های همزمان را به‌ویژه برای زنان که از مخاطبان اصلی فضاهای چندمنظوره محسوب می‌شوند، فراهم آورده است. همانطور که در تصویر ۳ نشان داده شده است، تنوع و تراکم، موجب افزایش دسترس‌پذیری فضا می‌شود، که امکان



تصویر ۳. تطبیق معیارهای کالبدی شادی با ویژگی تنوع و تراکم در مراکز چندمنظوره شهری. مأخذ: نگارندگان.

شناسایی عوامل مؤثر بر شادی با تمرکز بر ویژگی‌های مراکز چندمنظوره شهری

بزرگ خریدهای مجازی را ترجیح می‌دهند، موجب تنوع فضا می‌شود. برخورداری از فضاهایی برای تعامل اجتماعی، همانطور که در تصویر ۴ نشان داده شده است، موجب افزایش خلاقیت و آزادی در فعالیتهای مخاطبان فضا می‌شود. همچنین وجود فضای تعاملی با افزایش اعتماد و ارتباطات در فضا از انزوای اجتماعی جلوگیری می‌کند. این امر سبب می‌شود تا تعامل و در نتیجه شادی افزایش یابد. بدنه‌های خارجی مراکز چندمنظوره، می‌توانند همانند یک پل، شهر را به مراکز چندمنظوره متصل سازند و ارتباط قوی میان

در قالب فودکورت‌ها امکان انتخاب بیشتری را برای افراد فراهم می‌آورد. پردیس‌های سینمایی فضا را برای گروه‌های مختلف دسترس‌پذیرتر می‌سازند. این امر می‌تواند موجب تنوع اجتماعی فضا شود. در فضای چندمنظوره پیوستگی و همزمانی فضای بازی کودکان با فعالیتهای بزرگسالان موجب شادی و تعامل فضا می‌شود. انواع مختلف فروشگاه‌ها مانند سوپرمارکت، کتابفروشی، اسباب‌بازی‌فروشی، داروخانه و ... در فضاهای چندمنظوره، به‌ویژه در زمان حاضر که بسیاری از افراد به دلیل شرایط زندگی در شهرهای



تصویر ۴. تطبیق معیارهای کالبدی شادی با ویژگی طراحی فضاهای تعامل در مراکز چندمنظوره شهری. مأخذ: نگارندگان.

اجتماعی تعریف کرد. بنابراین تعاملات اجتماعی عنصر کلیدی شادی در عصر حاضر است و با توجه به پیوند ناگسستنی میان تعامل و شهر، فضاهای شهری می‌توانند بستر اصلی شادی افراد را فراهم آورند. در این راستا، پیدایش و توسعه مراکز چندمنظوره شهری و روند روبه‌رشد تأثیر آنها، بر افزایش تعامل و شادی مخاطبان، در این مقاله بررسی شده است. با توجه به روند توسعه این مراکز در شهر تهران بسیاری از تعاملات اجتماعی افراد، درون این فضاها تعریف شده است؛ از نمونه‌های مهم این مراکز که در دهه اخیر بهره‌برداری شده‌اند می‌توان به مراکز چندمنظوره گالریا، ارگ، کوروش، سمرقند، هروی و کیان اشاره کرد. مطالعات معماران و برنامه‌ریزان شهری معیارهایی همچون تنوع و تراکم، نفوذپذیری و خوانایی، امنیت، جذابیت و آسایش محیطی، فعالیت جمعی و انعطاف‌پذیری، زمانمند بودن و دسترس‌پذیری را به‌عنوان معیارهای اصلی شادی در فضاهای شهری معرفی کرده است. معیارهای شناسایی شده، با توجه به ویژگی‌های توسعه مراکز چندمنظوره شهر تهران، ارزیابی شده است. ویژگی‌هایی نظیر تنوع، تراکم و طراحی فضاهای تعامل در مراکز چندمنظوره شهری سبب افزایش تعامل در فضا می‌شود که از عوامل مهم در افزایش شادی افراد است. این ویژگی‌ها در قالب عملکردهایی نظیر پردیس‌های سینمایی، فضای بازی، فروشگاه، رستوران و فودکورت ایجاد شده‌اند. همچنین طراحی فضاهای تعامل با ویژگی‌هایی نظیر ارتباط عمودی، ارتباط با فضای باز، گشودگی افقی، امنیت و فضاهای اشتراکی در مراکز چندمنظوره موجب ارتقای تعامل و شادی شهروندان است.

بدنه و پیاده‌رو فراهم آورند. ارتباط با فضای باز می‌تواند در قالب تماشای منظر شهری از طریق تراس‌ها، بام و یا بدنه‌های شفاف فراهم و موجب افزایش تعامل و شادی در فضا شود. مراکز چندمنظوره با ایجاد گشودگی‌های افقی (وُیدها) علاوه بر جذابیت فضا موجب پیوستگی بصری و تعامل بیشتر افراد می‌شوند. تماشای دیگران با مکث در اطراف وُیدها از رویدادهای جذاب در مراکز چندمنظوره است. فضای اشتراکی به جهت امکان انجام فعالیت‌های متنوع و گزینشی موجب بالا رفتن میزان مشارکت اجتماعی و در نتیجه تعامل و شادی افراد می‌شود. امنیت موجب افزایش اعتماد اجتماعی می‌شود که با سرمایه اجتماعی و شادمانی افراد ارتباط مستقیم دارد. امنیت می‌تواند در قالب فرار از فرهنگ رسمی جامعه مثلاً برای خرده‌فرهنگ‌هایی مانند زنان و نوجوانان متجلی شود. همچنین امنیت امکان استفاده از فضا را در بازه‌های زمانی متنوع‌تری فراهم می‌آورد. تسهیل ارتباط عمودی می‌تواند حرکت در فضا را افزایش داده و موجب تعامل و شادی شهروندان شود. توجه به زنان باردار، کهن‌سالان، مادران همراه کودکان خردسال (کالسکه) و افراد توانیاب در طراحی تجهیزات بسیار مهم است زیرا این امر موجب دسترس‌پذیرتر شدن فضا و افزایش تعامل و شادی می‌شود.

نتیجه‌گیری

باتوجه به بررسی و تحلیل مطالعات پیشین، مشخص شد که علی‌رغم پیچیدگی‌های مفهومی در تعریف شادی، می‌توان آن را با توجه به زندگی امروز بشر، برابندی از تعاملات

پی‌نوشت‌ها

۱. امکان استفاده از فضا در زمان‌های مختلف
۲. Mixed use suburban development
۳. Gong
۴. Positive psychology
۵. Amelioration of psychology
۶. Martin Seligman
۷. Jeremy Bentham
۸. Felicific calculus
۹. Richard Sterling
۱۰. John Helliwell
۱۱. Simmel
۱۲. Christian Bjornskov
۱۳. Chang
۱۴. Leung
۱۵. Growiec & Growiec
۱۶. Han Sehee
۱۷. Life style centers
۱۸. International Council of Shopping Centers

فهرست منابع

- Chang, W.-C. (2009). Social capital and subjective happiness in Taiwan. *International Journal of Social Economics*, 36(8), 844-868.
- Croucher, K., Wallace, A. & Duffy, S. (2017). *The influence of land use mix, density and urban design on health: a critical literature review*. UK: The University of York.
- Easterlin, R. A. (2006). Life cycle happiness and its sources: Intersections of psychology, economics, and demography. *Economic Psychology*, 27(4), 463-482.
- Fillion, P., McSpurren, K. & Huether, N. (2000). Synergy and movement within suburban mixed-use centers: The Toronto experience. *Urban Affairs*, 22(4), 419-438.
- Glatzer, W. (2000). Happiness: Classic theory in the light of current research. *Journal of Happiness Studies*, 1(4), 501-511.
- Gong, X., Marklund, L. G. & Tsuji, S. (2009). Land use classification proposed for SEEA. *14th Meeting of the London Group on Environmental Accounting*, (April), 18. Retrieved from http://unstats.un.org/unsd/envaccounting/londongroup/meeting14/LG14_10a.pdf.
- Grant, J. (2007). Encouraging mixed use in practice. *Incentives, regulations and plans: The role of states and nation-states in smart growth planning*, 1(10), 57-76.
- Grant, J. & Perrott, K. (2011). Where is the café? The challenge of making retail uses viable in mixed-use suburban developments. *Urban Studies*, 48(1), 177-195.
- Growiec, J. & Growiec, K. (2010). Social capital, well-being, and earnings: Theory and evidence from Poland. *European Societies*, 12(2), 231-255.
- Han, S. (2015). Social capital and subjective happiness: Which contexts matter? *Journal of Happiness Studies*, 16(1), 241-255.
- Hoppenbrouwer, E. & Louw, E. (2005). Mixed-use development: Theory and practice in Amsterdam's Eastern Docklands. *European Planning Studies*, 13(7), 967-983.
- Jacobs, J. (1961). *The death and life of great American cities*. New York: Vintage.
- Leung, A., Kier, C., Fung, T., Fung, L. & Sproule, R. (2013). Searching for happiness: The importance of social capital. *Journal of Happiness Studies*, 12(3), 443-462.
- Nabil, N. A. & Abd Eldayem, G. E. (2015). Influence of mixed land-use on realizing the social capital. *HBRC Journal*, 11(2), 285-298.
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Samburu, P. M., Hayombe, P. O. & Owino, F. O. (2019). Influence of Circulation Space Configuration Attributes on Location of Economic Enterprises in Obunga Informal Settlement, Kisumu
- ایزدپناه، محبوبه و حبیبی، میترا. (۱۳۹۸). تحلیل و ارزیابی جایگاه مال‌ها به مثابه فضای عمومی؛ مطالعه موردی: مرکز خرید پالادیوم تهران. شهر پایدار، ۴۱(۴)، ۳۷-۵۶.
- چپمن، دیوید. (۱۳۹۴). آفرینش محلات و مکان‌ها در محیط انسان‌ساخت (ترجمه شهزاد فریادی). تهران: دانشگاه تهران.
- خادمی، شهزاد و علی‌پور، سارا. (۱۳۹۶). مال، نمود امروزین فضای عمومی در تهران. منظر، ۹(۴۰)، ۴۲-۵۳.
- خستو، مریم و سعیدی رضوانی، نوید. (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر سرزندگی فضاهای شهری. هویت شهر، ۴(۶)، ۶۳-۷۴.
- خسروی، آرش و بهرامی، بختیار. (۱۳۹۳). تأثیر نمای بیرونی مراکز خرید نواری بر کیفیت منظر شهری (مطالعه موردی: مجتمع تجاری کردستان، سنجندج). کنفرانس ملی معماری و منظر شهری پایدار. مشهد، ایران.
- دیده‌بان، محمد؛ مؤمنی، کوروش و نیکنام، سارا. (۱۳۹۵). آفرینش فضایی سرزنده در مراکز تجاری، نمونه موردی: مرکز خرید ترای انگل. اولین همایش بین‌المللی و دومین همایش ملی معماری و شهرسازی هویت‌گرا. مشهد: مؤسسه بین‌المللی معماری و شهرسازی مهراز.
- رحیمی، لیلا و جعفری، فیروز. (۱۳۹۷). بررسی تطبیقی سرزندگی در فضاهای تجاری تاریخی و مدرن شهر تبریز (مطالعه موردی: بازار تاریخی و برج بلور تبریز). برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، ۷(۴)، ۴۱-۵۶.
- سرور، هوشنگ؛ صلاحی ساریخان بیگلو، وحید و مبارکی، امید. (۱۳۹۶). تحلیل نقش کاربری‌های تجاری در پویایی و ایجاد فضاهای جدید شهری، مطالعه موردی: مجتمع تجاری لاله‌پارک تبریز. پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری، ۸(۱۶)، ۲۹-۴۲.
- شیرمحمدیان، شارین و عزیز، شادی. (۱۳۹۹). شناسایی عوامل مؤثر بر کیفیت فراغت زنان از دیدگاه کنش متقابل در مراکز چندمنظوره شهری (مطالعه موردی: مرکز چندمنظوره کوروش). هویت شهر، ۲(۱۴)، ۹۵-۱۰۸.
- فروتن، منوچهر؛ صنعتگر کاخکی، مریم و رضایی، محمدکاظم. (۱۳۹۲). روش ارزیابی سرزندگی محیطی در مجتمع‌های تجاری و مراکز خرید. مطالعات محیطی هفت حصار، ۲(۶)، ۶۵-۷۶.
- گلکار، کوروش. (۱۳۸۶). مفهوم کیفیت سرزندگی در طراحی شهری. صفا، ۶۶(۴۴)، ۶۶-۷۵.
- مونتگمری، چارلز. (۱۳۹۶). شهر شاد تحول زندگی از طریق طراحی شهری (ترجمه سیدحسین حاتم‌نژاد، محمدرضا سلیمان‌زاده و باقر فتوحی مهربان). تهران: آراد کتاب.
- نهایندی، الهام؛ ضابطیان، الهام؛ پوراحمد، احمد و خیرالدین، رضا. (۱۳۹۶). سرزندگی فضاهای پشتیبان در مراکز نوین تجاری. منظر، ۹(۴۰)، ۶۷-۵۴.
- نظری، جواد و مختاری، مرضیه. (۱۳۸۹). جامعه‌شناسی کیفیت زندگی. تهران: جامعه‌شناسان.
- وریج کاظمی، عباس و ابادری، یوسفعلی. (۱۳۸۴). زندگی روزمره و مراکز خرید در شهر تهران. نامه انسان‌شناسی، ۳(۶)، ۹۷-۱۱۶.
- Bentham, J. (1996). *An introduction to the principles of morals and legislation: The collected works of Jeremy Bentham*. UK: Oxford University.
- Bjørnskov, C. (2007). Economic growth: a social capital survey. *HANDBOOK OF SOCIAL CAPITAL*, Gert Svendsen, Gunnar Svendsen, eds., Cheltenham: Edward Elgar.

City. *Architectural Research*, 9(3), 63-73.

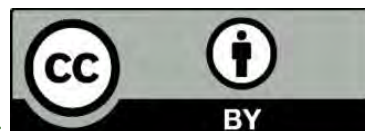
1946-2004: A reply to Easterlin. *Social Indicators Research*,

• Veenhoven, R. & Hagerty, M. (2006). Rising happiness in nations 79(3), 421-436.



COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Manzar journal. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

شیرمحمدیان، شارین؛ عزیزی، شادی و شالی امینی، وحید. (۱۴۰۱). شناسایی عوامل مؤثر بر شادی با تمرکز بر ویژگی‌های مراکز چندمنظوره شهری. *منظر*، ۱۴(۵۸)، ۴۰-۵۱.



DOI: 10.22034/MANZAR.2021.299252.2145

URL : http://www.manzar-sj.com/article_137418.html