

شناسایی عوامل مؤثر بر طراحی مرکز رسانه‌ها با تأکید بر ارتقاء تعاملات اجتماعی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۱۱

کد مقاله: ۵۷۴۷۴

فاطمه حقگو^{۱*}، آذر قاسمی^۲

چکیده

امروزه فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات با فراهم آوردن بستر تبادل و نشر آسان و گسترده داده‌ها موجب تحولات بنیادین در رسانه‌ها گردیده است؛ بنابراین تحول و توسعه رسانه‌های دیجیتال و پیشرفت تکنولوژی و فراگیر شدن رسانه‌های جمعی در نقاط مختلف دنیا موجب گسترش ارتباطات مجازی و به تبع کم‌رنگ شدن روابط اجتماعی گردیده است. لذا پیرو توسعه و تغییر رسانه‌ها و نحوه‌ی ارتباطات میان مردم ضرورت توجه به طراحی مجموعه شهری برای فعالیت در زمینه رسانه‌ها که نیاز فرهنگی و اجتماعی زندگی شهری امروز می‌باشد و به عموم مردم اجازه می‌دهد تا در فضایی عمومی فرآیند اجتماعی نوآوری که منجر به ایده‌ها و شیوه‌ها و هدف‌های جدید می‌شود، حائز اهمیت می‌گردد. به همین منظور در این پژوهش به تعریف مفاهیمی در مورد رسانه‌ها، ضرورت سواد رسانه‌ای، مرکز رسانه‌ها و ارتباطات اجتماعی پرداخته و سپس به بررسی نظریه‌های مطرح جهانی و همچنین تعمق و تفحص در نمونه‌های موردی در راستای تحقق هدف پرداخته‌ایم. هدف از این تحقیق تبیین مؤلفه‌های مؤثر بر طراحی معماری مرکز رسانه‌ها با تأکید بر ارتقاء تعاملات اجتماعی می‌باشد. روش تحقیق تحلیلی توصیفی بوده و اطلاعات مورد نیاز آن با استفاده از روش کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است. نتایج نشان می‌دهد که با در نظر گرفتن تمامی معیارهای فرهنگی، آموزشی، هنری، تفریحی و اجتماعی در طراحی مرکز رسانه‌ها، می‌توان محیطی مساعد در جهت تشویق به استفاده‌ی مطلوب از فضای مجازی، بالا بردن سطح آگاهی عموم مردم، فضایی عمومی و تفریحی یا جدیدترین تکنولوژی‌های روز در جهت گرد هم آوردن و حضور انسان‌ها را به وجود آورد و در نهایت معیارهای مؤثر جهت طراحی مرکز رسانه‌ها که سبب ارتقاء تعاملات اجتماعی می‌گردد و باید در طراحی مورد توجه قرار گیرد ارائه گردیده است.

واژگان کلیدی: واژه کلیدی، واژه کلیدی، واژه کلیدی، واژه کلیدی، واژه کلیدی،

۱- دانشجوی دکتری تخصصی معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، (نویسنده مسئول) haghgoofateme56@gmail.com

۲- فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد مشاوره و راهنمایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن

در جهان امروز وسایل ارتباط با انتقال اطلاعات و معلومات جدید و مبادله افکار و عقاید عمومی، در راه پیشرفت فرهنگ و تمدن بشری نقش بزرگی را بر عهده گرفته اند به طوری که بسیاری از دانشمندان، عصر کنونی را عصر ارتباطات نامیده اند. فراوانی جمعیت، تمرکز گروه های وسیع انسانی در شهرهای بزرگ، شرایط خاص تمدن صنعتی و پیچیدگی وضع زندگی اجتماعی، وابستگی ها و همبستگی های ملی و بین المللی، ناامنی و بحران ها، تحول نظام های سیاسی و اجتماعی، دگرگونی مبانی فرهنگی، ترک سنت های قدیمی و مخصوصا بیداری وجدان اجتماعی همه از جمله عواملی هستند که روز به روز نیاز انسان را به آگاهی از تمام حوادث و وقایع جاری محیط زندگی بیشتر می کند تا جایی که پیشرفت وسایل ارتباط جمعی و توسعه اقتصادی و اجتماعی لازم و ملزوم یکدیگر شده اند. در این جوامع افراد کوشش می کنند همیشه در جریان همه امور و مسائل اجتماعی قرار داشته باشند تا بتوانند به طور مستقیم یا غیرمستقیم نقش خاص خویش را در زندگی گروهی ایفا کنند. به همین جهت آگاهی اجتماعی از مهم ترین ویژگی های زمان معاصر به شمار می رود و همین آگاهی است که انسان را به زندگی فردی و جمعی علاقمند می سازد و توجه او را به آزادی ها و مسئولیت های وی جلب می کند. به این ترتیب در جامعه امروز یک فرد تنها موقعی می تواند بهترین و مطمئن ترین امکانات و وسایل زندگی را برای زندگی گروهی به دست آورد که دارای معلومات و اطلاعات کافی، خط مشی های صحیح و افکار و عقاید سالم باشد و این امر با استفاده از وسایل ارتباط جمعی، روزنامه ها، نشریات، کتب، سایت های اطلاعاتی و در یک کلام رسانه ها قابل دسترسی است. با پیشرفت تکنولوژی و توسعه رسانه های دیجیتال و در پی آن گسترش شبکه های اجتماعی، اهمیت تعاملات و ارتباطات در فضای مجازی بیش از پیش برجسته شده است. ارتباطات در عصر حاضر شکلی متفاوت با نسل های قبلی انسان به خود گرفته است. سرعت پیشرفت رسانه ها و تغییر در نوع ارتباطات، افراد را با چالش های فراوانی روبه رو کرده است؛ بنابراین افراد برای فراگیری نحوه استفاده و فرهنگ ها و هنرهای این پدیده پیچیده نیاز به آموزش و یادگیری دارند؛ بنابراین مساله اصلی تحقیق شناسایی مؤلفه های مؤثر در طراحی مجموعه ای مانند مرکز رسانه ها است که می تواند علاوه بر کمک به امر آموزش به علاقمندان به تکنولوژی و رسانه های دیجیتال، فضای مناسبی را جهت آگاه سازی شهروندان ایجاد کند تا در یک محیط مفرح و عمومی تجربه تعاملات اجتماعی عصر دیجیتال را به صورت گروهی تجربه کنند؛ بنابراین پاسخ به این سوال مهم می شود که فضای معماری یک مرکز چندرسانه ای جهت افزایش تعاملات اجتماعی باید چه خصوصیاتی داشته باشد؟

۲- پیشینه تحقیق

با تحولات دوره های اخیر در رسانه های جمعی و پیشرفت ارتباطات و تکنولوژی و استفاده روزافزون مردم به شکل های گوناگون از رسانه ها به عنوان عضوی جدایی ناپذیر از زندگی امروزه و همچنین تغییر در شیوه ارتباطات و تبادل اطلاعات موجب گردیده است طراحی مراکز رسانه ای با هدف افزایش تعاملات اجتماعی مورد توجه قرار گیرد به طوری که به عنوان مسئله مهم معماران و طراحان شهری می باشد و مطالعاتی در این خصوص صورت گرفته که کلیه این پژوهش ها در پی یافتن راه حل های طراحی جهت طراحی مدیاتک و مرکز رسانه ها صورت گرفته است. فیض اله و حمزه لو (۱۳۹۶) در مقاله ای با عنوان معیارهای ارتقای تعاملات اجتماعی در طراحی مدیاتک در سومین همایش ملی و بین المللی معماری، عمران و شهرسازی در آغاز هزاره سوم، می کوشند تا شیوه هایی را معرفی کنند که سبب بهبود و افزایش تعامل افراد در فضاهایی همچون مدیاتک ها شوند و آن را می توان به عنوان راهکاری در جهت پیشبرد توسعه ی ارتباطات و انتقال اطلاعات و بهبود شرایط کنونی از نظر روابط اجتماعی دانست. لذا به همین منظور در ابتدا سیر تحول ارتباطات در طول تاریخ و روند جهانی شدن اطلاعات را بررسی نمودند و به بررسی تعاریف و مفاهیم در مورد رسانه ها و تاریخچه ی استفاده از ابزارهای ارتباطی و انتقال اطلاعات، رسانه ها و مراکز رسانه پرداخته اند. سپس مسائل و مشکلات پیرامون روابط افراد و فاکتورهای مؤثر بر شکل گیری تعامل را مورد بررسی قرار دادند و در نهایت معیارهایی که سبب ارتقای تعاملات اجتماعی در مدیاتک ها می شود را همچون استفاده از پلان آزاد، ساختار فضایی پویا و سیال، فضاهایی برای مکث و تجمع، دسترسی به پایانه های حمل و نقل شهری، در نظر گرفتن تمهیدات لازم جهت استفاده معلولین و سالمندان و کودکان و ... را بیان نمودند. عبدالمحمدی، محمودی زرنندی و شاهچراغی (۱۳۹۵) در مقاله ای تحت عنوان دستیابی به ویژگی های کالبدی مؤثر بر تعاملات اجتماعی در ساختمان مدیاتک در کنگره بین المللی تحولات نوین پایداری در معماری، شهرسازی، عمران و مهندسی ساختمان سعی نمودند تا با رویکردی اجتماعی به مساله طراحی معماری و همچنین تبیین ویژگی های کالبدی که بستر ساز ارتقاء تعامل اجتماعی میان اقشار مختلف در فضاهای مدیاتک می شود، بپردازند.

موبهت زاده و منجزی (۱۳۹۶) در مقاله ای با عنوان تاثیر رسانه بر ارتقا کیفیت تعاملات اجتماعی در فضای عمومی مدیاتک در کنفرانس بین المللی عمران، معماری و شهرسازی ایران معاصر با هدف برنامه ریزی و طراحی یک مرکز اطلاع رسانی با تکیه بر قابلیت های نوین رسانه ای، با استفاده از روند استدلال منطقی نتیجه می گیرند که جوامع امروز بشری به واسطه ماهیت در حال تغییر خود نیازمند مکان هایی به منظور شکل گیری تعاملات اجتماعی در حین فرآیند اطلاع رسانی و تبادل اطلاعات هستند. زمان وزیری و ناصرالمعمار (۱۳۹۶) در مقاله ای با عنوان بررسی نقش فضاهای عمومی در شکل گیری پایداری اجتماعی در مجموعه

های فرهنگی (نمونه موردی: مرکز فرهنگی مدياتک سندای) در چهارمین کنفرانس ملی معماری و شهرسازی پایداری و تاب آوری، از زمان تا واقعیت با هدف مطالعه عوامل موثر بر اجتماع پذیری فضاهای عمومی و بررسی و تحلیل نقش این فضاها در شکل گیری پایداری اجتماعی در مجموعه های فرهنگی می باشد که به بررسی نقش فضاهای عمومی در مدياتک سندای پرداخته اند و در نهایت معیارهایی جهت طراحی فضاهای عمومی اجتماع پذیر ارائه نمودند. خدای و مهری (۱۳۹۴) در مقاله ای تحت عنوان نگرشی بر ساختار معماری فضاهای فرهنگی با رویکرد ارتقاء تعاملات علمی-اجتماعی (نمونه موردی: مرکز چند رسانه ای) در مجموعه مقالات دومین کنگره بین المللی افق های جدید در معماری و شهرسازی، بر این باورند که مراکز چند رسانه ای یا مدياتک از جمله مردمی ترین فضای فرهنگی به شمار می آید که حضور در آن صرفاً برای پژوهش و مطالعه نبوده بلکه به فضای اجتماعی در شهر برای تبادل اطلاعات و تعامل با دیگران تبدیل شده است؛ و در نهایت بر اساس مطالعات انجام شده جدولی با عنوان نمود کالبدی ایده های طراحی مدياتک از رویکرد ارتقاء تعاملات اجتماعی ارائه نمودند.

۳- روش تحقیق

این پژوهش با توجه به ماهیت، به طور کلی از نوع توصیفی - تحلیلی بوده و در زمره تحقیقات کاربردی می باشد. همچنین کلیه اطلاعات مورد نیاز برای این تحقیق به روش اسنادی (کتابخانه ای) می باشد.

۴- ضرورت انجام تحقیق

در جهان معاصر با پیشرفت تکنولوژی و تغییر و تحول در رسانه ها، نحوه ی برقراری ارتباطات و تبادل اطلاعات شکل جدیدی به خود گرفته است. از طرفی استفاده ی همگانی از رسانه های جمعی و شبکه های اطلاع رسانی در سراسر جهان، موجب تقلیل ارتباطات رودرروی افراد گردیده است. در این میان طراحی مرکز رسانه ها به عنوان یک مکان عمومی که وظیفه آن علاوه بر انتقال اطلاعات و بالا بردن سطح آگاهی و مهارت و به کارگیری آن در زمینه های مختلف آموزشی، علمی، فرهنگی، هنری، تفریحی؛ افزایش تعاملات اجتماعی جهت تبادل اطلاعات در فضایی اجتماعی می باشد، ضروری به نظر می رسد؛ بنابراین در این پژوهش با توجه به اهمیت موضوع و نیاز امروز جوامع سعی در ارائه مؤلفه های مؤثر در طراحی مرکز رسانه ها در راستای ارتقاء تعاملات اجتماعی گردیده است.

۵- مفاهیم

۵-۱- تعریف رسانه

یک رسانه یا "مدیوم" عبارت است از: هر ابزاری که برای برقراری نوعی از ارتباط به کار می رود؛ رسانه، حامل یا واسطه پیام است. بدین ترتیب "مدیوم" در انگلیسی هم رسانه و هم واسطه معنی می دهد و معمولاً به هر دو معنا تعبیر شده و به کار می رود (حمزه‌لو، ۱۳۹۰، ۱۱). رسانه به معنی هر وسیله ای است که فرهنگ ها و افکار عده ای را انتقال می دهد (موهبت زاده و منجزی، ۱۳۹۶، ۳). مفهوم چند رسانه ای به استفاده از چندین رسانه شامل متن، گرافیک، صدا، تصاویر ثابت و ویرتویی بر می گردد (Heinich, 1993).

۵-۲- تعریف و بیان مفهوم انواع رسانه

رسانه های سنتی: شامل انواع رسانه های چاپی (کتاب و مطبوعات)، رادیو و تلویزیون هستند که مخاطبان را به واسطه ی یک «روایت خطی» یا مستقیم هدایت می کنند، رسانه های الکترونیک: این رسانه ها به معنی انتشار اطلاعات در ادوار زمانی مشخص در قالب صفحات وب بر روی یک شبکه اطلاع رسانی یا روی اینترنت هستند، رسانه های دیجیتال: رسانه هایی هستند که تبادل یا انتشار محتوا در آنها، تنها به کمک ابزارهای مجهز به پردازشگر دیجیتال میسر باشد (حمزه لو، ۱۳۹۰، ۱۲).

۵-۳- حوزه عملکرد رسانه ها

حوزه عمل رسانه ها را می توان از ابعاد انسانی و جغرافیایی در فرایند ارتباطات مورد توجه قرار داد: الف- از بعد انسانی: در این فرایند، ارتباطات از حالت فردی آغاز و پس از سیر صعودی و فراگیر، به گروهی و نهایتاً همگانی منتهی می شود. رسانه هایی که قادر به ایجاد ارتباطات از نوع همگانی باشند، رسانه های همگانی (عمومی) تلقی خواهد شد. ب- از بعد جغرافیایی و مکانی: در این فرایند، ارتباطات از مرحله محلی آغاز و پس از گذر فراگیر به مرحله ی فراملی رسیده و نهایتاً جنبه ی جهانی می یابد (بالازاده، ۱۳۸۶، ۷).

۴-۵- تحولات عمده ی اطلاع رسانی و ضرورت آموزش سواد رسانه ای

آموزش سواد رسانه ای که عبارت است از: شناخت اطلاعاتی و بیان نقاط قوت و ضعف رسانه، تکنیک ها و تاثیرات آن؛ دربرگیرنده ی فرآیندهای شناختی متعددی است که برخی از آنها عبارتند از: سبک های زندگی مصرفی که در رسانه ها اشاعه می یابند؛ اختلافات و اغراض سیاسی و ایدئولوژیک پنهان در محتوای رسانه ها؛ آثار و پیامدهای اخلاقی، اجتماعی و فرهنگی محتوای رسانه ها؛ شرایط و مناسبات مادی تولید محتوای رسانه ها مثل آگهی های تجاری در جهت تامین منافع اقتصادی و کسب سود صاحبان سرمایه؛ بازنمایی های منفی اقلیت‌های فرهنگی، قومی، قومی، جنسیتی و نژادی در رسانه ها. امروزه با توجه به ارائه ی منابع اطلاعاتی بی شمار از سوی رسانه ها و نقش روزافزون آنها در شکل دهی و انتقال ارزش ها، نیز افزایش میزان استفاده از انواع رسانه، مهارت های پردازش اطلاعات جدید و بازیافت اطلاعات ذخیره شده و تجهیز مخاطبین به ابزار درک و پردازش پیام ها و آموزش اطلاعات رسانه ای، امری اساسی خواهد بود (دارابی، ۱۳۹۰، ۲۹۱).

۵-۵- تعریف مرکز رسانه ها

در فرهنگ لغت فرانسه مرکز رسانه اینگونه تعریف شده است: مرکزی جهت جمع آوری مدارک، به منظور ارائه به عموم مردم. مرکز رسانه در واقع یک مرکز اطلاع رسانی است که در آن مردم و اطلاعات تاثیرات متقابل دارند. یکی از اهداف عمده این مراکز ایجاد انگیزه برای تاثیرگذاری بازدید کنندگان بر روی یکدیگر است. ایده برپاسازی مرکز رسانه در شهرها در واقع برای ایجاد مکان هایی برای تمرکز برخوردهای گوناگون فرهنگی و دوباره خوانی مبانی ارتباط جمعی در سطح گسترده تر می باشد (بدنارتس، ۱۳۸۴، ۸۹). مراکز چندرسانه‌ای به عنوان جایگاهی پژوهشی-آموزشی و تفریحی این مکان را پدید می آورد که افراد به آنجا رفته و فعالیت های متنوعی انجام دهند و با مراکز دسترسی به اطلاعات آشنا شده و با گرد هم آمدن و گفتگو به ارتباط بپردازند. این بناها به عنوان فضای کتابخانه ای امروزی در جهت رفع نیازهای افراد به خصوص نامحدود بودن در فعالیت و عملکرد و ایجاد انعطاف در فضا برای نشستن و قدم زدن و داشتن خلوت و فضای شخصی و در صورت نیاز در جمع بودن تمرکز داشته و احترام خاصی برای نیاز اجتماعی انسان قائل شده اند (محمودی و کاشی پزها، ۱۳۹۲، ۱). در واقع مدیاتک محلی است که با مراکز شهری چون موزه، کتابخانه، کافی شاپ، گالری و نمایشگاه متفاوت است و در عین حال کارکرد تمام آنها را یکجا دارد که مهمتر اینکه دسترسی به این امکانات و عملکردها برای همه مقدور بوده و مهمتر آن که مخاطبان به سهم خود در تولید اطلاعات مشارکت دارند (کیان ارثی، ۱۳۸۵، ۱۰۸). مدیاتک را می توان مکان ترکیب انواع عملکردهای متنوع با هویت خاص به صورت آزاد، با تاکید بر موضوع تکنولوژی و تکیه بر ارتباطات نامحدود نوین ناشی از اینترنت در عصر اطلاعات، در جهت شکل گیری ارزش های فرهنگی معرفی نمود (یوسفیان، ۱۳۸۴).

۶-۵- انسان، موجودی اجتماعی

چنانکه تاریخ تمدن نشان می دهد، موجود واحدی به نام انسان وجود ندارد، بلکه گروه های انسانی مختلف در خشکی های زمین پراکنده شده و دسته های متفاوت گوناگونی به وجود آورده اند (آریان پور، ۱۳۵۴). به نظر می رسد تحلیل های جامعه شناسی را باید در نقطه تلافی فرد و جامعه، جستجو کرد. انسان به عنوان گودال کوچکی است که از جویبارهای متعدد تغذیه شده و ایفاگر نقش های گوناگون است؛ او آنچه را که در بیرون از وی وجود دارد در خود جای می دهد و آن را درونی ساخته و به بخشی از شخصیت فردی خود تبدیل می کند. در واقع نحوه رفتارهای متغیر فردی، انسانی را مشخص می کند که انسان تجربه ی روزمره ماست؛ انسان اجتماعی (دارندرف، ۱۳۷۷).

۷-۵- اجتماعی شدن انسان

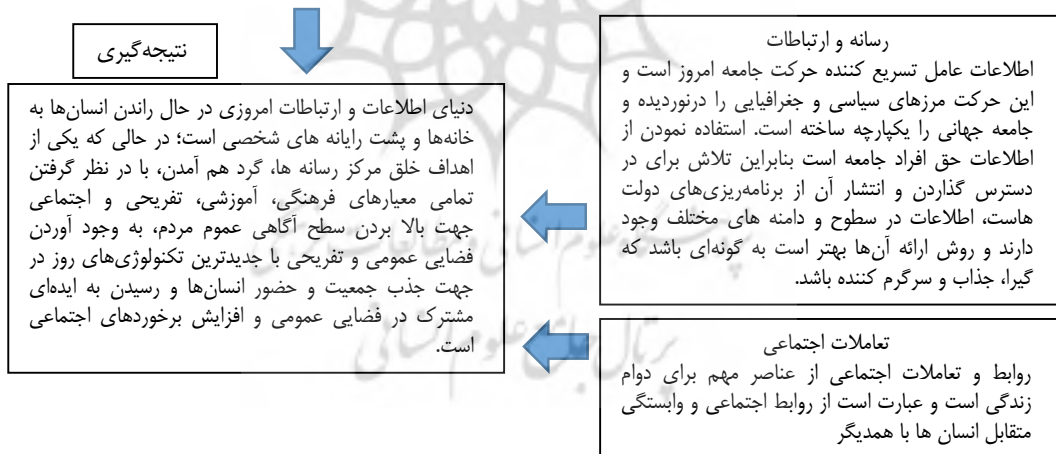
اجتماعی شدن یک فرآیند یادگیری است و سبک های کنترل یا هدایت اعمال را در بر می گیرد. در جوامع امروزی، اجتماعی شدن بیش از پیش در یک زمینه کوچک خانوادگی رخ می دهد و پس از آن کودک به تدریج وارد جامعه می شود. از آنجا که محیط فرهنگی که انسان در آن متولد می شود و رشد می کند بر رفتارش تاثیر می گذارد، ممکن است به نظر برسد که هیچ گونه فردیت یا اراده آزادی برای انسان باقی نمی ماند. ممکن است به نظر برسد که به قالبهای پیش ساخته ای که جامعه فراهم کرده، ریخته شده است؛ اما نظری اساسا نادرست است؛ اجتماعی شدن مبنای آزادی و فردیت انسان نیز هست، در جریان اجتماعی شدن، هر انسان، یک حس هویت شخصی و توانایی اندیشه و عمل مستقل پیدا می کند (گیدنز، ۱۳۸۳). این فرآیند، مسیر تکامل فرد و جامعه است. در حس ما بودن، اعتماد و انسجامی وجود دارد که به جامعه جهت گیری می دهد و ارزش های فرهنگی از طریق اجتماعی شدن از نسلی به نسل دیگر منتقل می شوند (لنگ، ۱۳۸۱).

۵-۸- ارتباط اجتماعی

کارهای عادی زندگی روزانه که انسان را در کنش متقابل چهره به چهره و کم و بیش دائمی با دیگران درگیر می کنند، قسمت اعظم فعالیت های اجتماعی او را تشکیل می دهند در حیطه روابط اجتماعی است که فرد، خود را نه تنها در مقابل فردهایی، بلکه در سیطره ی روابط میان این فردها می آزماید (حامی و شیخ الاسلام، ۱۳۷۷) و غالباً در تعامل با دیگران است که توانایی های خود را می شناسد، به خلق معانی می پردازد و هویت خود را می سازد (تی وود، ۱۳۷۹). فعالیت هایی چون تعامل با دیگران و مشاهده ی فعالیت های مردم، با به وجود آوردن زمینه های اجتماعی شدن و اجتماع پذیری، به رشد فردی انسان کمک می کند (لنگ، ۱۳۸۱). ارتباط، تبادل، کنش ها و واکنش هاست که انسان را با زیستگاهش به تعادلی ارضاءکننده می رساند و آدمی توازن خویش را با محیط در ارتباط فیزیکی و روانی و مادی و معنوی می یابد (خلعتبری، ۱۳۷۴). در گذشته، روابط اجتماعی، عمدتاً به روابط چهره به چهره محدود می شد، ساخته های فرهنگی هم به ندرت در بیرون از قلمرو محدود زندگی اجتماعی رواج می یافت. دگرگونی های فرهنگی، بسیار ناچیز بود و نیاز هویتی انسان ها، تامین می شد؛ اما هر قدر جامعه از سادگی به سوی بغرنجی پیش می رود، ارتباطات انسانی نیز اشکال پیچیده تری به خود می گیرد (دادگران، ۱۳۷۹).

جدول ۱- جمع بندی مفاهیم، (منبع: نگارنده)

مفاهیم	
تعریف رسانه	رسانه، حامل یا واسط پیام است
انواع رسانه	رسانه های سنتی، رسانه های الکترونیک، رسانه های دیجیتال.
حوزه عملکرد رسانه ها	از بعد انسانی: میان فردی- گروهی- همگانی / از بعد جغرافیایی: محلی- فراملی- بین المللی- جهانی
تحولات عمده اطلاع رسانی و ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای	شناخت اطلاعاتی و بیان نقاط قوت و ضعف رسانه، تکنیک ها، تاثیرات آن و دربرگیرنده ی فرآیندهای شناختی متعددی است.
تعریف مرکز رسانه ها	پدیده ای که فضای مجازی صرف نمی باشد لذا در برابر هرگونه عملکرد و فعالیتی بدون حصار می باشد.
انسان موجودی اجتماعی	انسان آنچه را که در بیرون از وی جای دارد در خود جای می دهد و آن را درونی ساخته و به بخشی از شخصیت فردی خود تبدیل می کند.
اجتماعی شدن انسان	اجتماعی شدن مبنای آزادی و فردیت انسان نیز هست، در جریان اجتماعی شدن، هر انسان، یک حس هویت شخصی و توانایی اندیشه و عمل مستقل پیدا می کند. این فرآیند، مسیر تکامل فرد و جامعه است.
ارتباط اجتماعی	وابستگی متقابل انسان ها با یکدیگر.



۶- مبانی نظری

۶-۱- نظریه دهکده جهانی و مسطح بودن جهان مک لوهان

مارشال مک لوهان^۱ استاد دانشگاه تورنتو و نظریه پرداز حوزه ی ارتباطات، که نظریه ها و کتب معروف متعددی در باب رسانه‌ها ارائه کرده؛ با جمله ی قصار «رسانه، پیام است»^۲ به شهرت رسیده است منظور از این عبارت اینست که: پیامی که از سوی هر شکل ارتباطات فرستاده می شود، عمیقاً تحت تاثیر رسانه ایست که آن را می فرستد. مک لوهان دنیای امروز را «دنیای الکترونیک» می داند و معتقد است: «محیط الکترونیکی عصر حاضر» تصویر قدیمی فضایی را که سال هاست به آن خو گرفته ایم را نامطبوع و بی ارزش خواهد ساخت. در دنیای الکترونیک، حوادث، اشیا و موجودات در هم فرو می روند و با هم رابطه ای

¹ Marshall McLuhan (1911-1980, Canada)

² The medium is the message

تنگاتنگ می‌یابند؛ تمایزات از بین می‌رود، شباهت‌ها خودنمایی میکند و بدین ترتیب محیط جدید به وجود می‌آید: محیطی که می‌توان آن را یک «دهکده جهانی» نام گذاری کرد.^۱ رسانه‌ها جهش اطلاعات را در پی دارند و جهان بزرگ را روز به روز کوچکتر می‌کنند. در نتیجه افراد این جهان، چه بخواهند و چه نخواهند در یک قبیله کوچک جهانی یا یک دهکده جهانی خواهند زیست؛ دهکده‌ای بدون فواصل زمانی و مکانی که در آن رفتار هیچ گروهی از بقیه پنهان نیست. وی همچنین در نظریه‌ی مهم دیگرش به نام «تاثیر رسانه‌ها» می‌گوید: «رسانه‌ها هر عمل و شیوه‌ی رفتاری را به جامعه‌ی القا می‌کنند ... رسانه‌ها درک ما را تثبیت کرده و تجارب را شکل می‌دهند ... رسانه‌ها دنیای ما را یکپارچه می‌سازند.» (دارابی، ۱۳۹۰، ۸۹). تئوری‌های مک لوهان مبنی بر اینکه رسانه یک پیام است؛ فرهنگ و جامعه را به هم مرتبط می‌سازد. موضوع مورد بحث تضاد بین فرهنگ‌های شفاهی و فرهنگ چاپ است.^۲

۲-۶- نظریه تاثیر ماریپیج سکوت^۳

این نظریه برای رسانه‌های همگانی در تاثیرگذاری بیش از سایر نظریه‌ها قدرت قائل است. الیزابت نوئل نیومن، جامعه‌شناس آلمانی، پایه‌گذار این طرح است. ایده‌ی اساسی و پایه‌ی این مدل آن است که اکثر افراد کوشش می‌کنند که از داشتن یک نگرش و باور به صورت منزوی و تنها اجتناب کنند؛ بنابراین، فرد به محیط اطرافش آن چنان نگاه می‌کند که بیاورد کدام نظریات، حکمفرما، شایع و غالب است یا قدرت را در دست دارد و کدام نظریات کمتر مسلط یا رو به زوال است. اگر فردی معتقد باشد که نظریات شخصی او در یک رده عقب‌تر قرار دارد، کمتر رغبتی برای بیان آن خواهد داشت فقط به این دلیل که از انزوا می‌ترسد؛ بنابراین، تسلط بر افکار، برای نیل به این مقصود کمک می‌کند (محسنیان راد، ۱۳۷۴، ۴۵۹). در این نظریه متوجه می‌شویم که نقش رسانه‌های جمعی از اهمیت خاصی برخوردار است. چون این رسانه‌ها مرجعی هستند که افراد به آن توجه می‌کنند تا بتوانند توزیع افکار عمومی را بیابند. «رسانه‌های جمعی می‌توانند به سه طریق بر ماریپیج سکوت اثر بگذارند: ۱- رسانه‌ها تصورات افراد را راجعه به این که چه عقایدی مسلط است شکل می‌دهند؛ ۲- رسانه‌ها تصورات مربوط به عقاید رو به افزایش را شکل می‌دهند؛ ۳- رسانه‌ها تصوراتی را شکل می‌دهند راجع به این که شخص چه عقیده‌ای را می‌تواند در افکار عمومی ابراز کند، بدون این که منزوی شود.» (ورتر سورین، ۱۳۸۱، ۳۹۷).

جدول ۲- جمع بندی مبانی نظری، منبع: نگارنده

نظریه	ویژگی نظریه
نظریه دهکده جهانی و مسطح بودن جهان مک لوهان	رسانه‌ها جهش اطلاعات را در پی دارند و جهان بزرگ را روز به روز کوچکتر می‌کنند. در نتیجه افراد این جهان، چه بخواهند و چه نخواهند در یک قبیله کوچک جهانی خواهند زیست؛ دهکده‌ای بدون فواصل زمانی و مکانی.
نظریه تاثیر ماریپیج سکوت	۱) رسانه‌ها تصورات افراد را راجعه به این که چه عقایدی مسلط است شکل می‌دهند؛ ۲) رسانه‌ها تصورات مربوط به عقاید رو به افزایش را شکل می‌دهند؛ ۳) رسانه‌ها تصوراتی را شکل می‌دهند راجع به این که شخص چه عقیده‌ای را می‌تواند در افکار عمومی ابراز کند، بدون این که منزوی شود
نظریه تاثیر اشاعه نوآوری؛ جریان چند مرحله‌ای ارتباط	نوع خاصی از ارتباط است که به گسترش نوآوری (ایده، عمل، هدف، وسیله)

نتیجه‌گیری

فناوری اطلاعات قوه تفکر انسان را توسعه می‌دهد، تمام جهان را به هم متصل می‌کند، مردم جهان را به یکدیگر نزدیک می‌کند و از پیچیدگی‌های دنیا می‌کاهد و بر فرآیند اجتماعی تاثیر و موجب نوآوری می‌شود، ایده‌های جدید، شیوه‌های عملی جدید و استفاده از وسایل و ابزارهای جدید.

۳-۶- نظریه تاثیر اشاعه نوآوری^۴

جریان چند مرحله‌ای ارتباط: نظریه اشاعه، فرایند اجتماعی نوآوری (ایده‌های جدید، شیوه‌های عملی جدید و استفاده از وسایل و ابزارهای جدید، هدف‌های جدید) و چگونگی دست‌یابی به آن و نحوه گسترش آن به تمامی یک نظام اجتماعی را بررسی می‌کند. در این مورد اورت راجرز از صاحب نظران علوم ارتباطات، نوآوری را به عنوان یک ایده، عمل، هدف، وسیله و یا تطبیق پیدا کردن با وضعیتی متغیر که شخص آن را نو و جدید تصویر می‌کند، تعریف کرده است. اشاعه نوع خاصی از ارتباط است که به گسترش نوآوری معطوف می‌شود. در جریان دو مرحله‌ای ارتباط، رهبران افکار و پیروان آن‌ها در خیلی از جهات به هم شبیه هستند. در اشاعه، به این شباهت "هم رنگی"^۵ گفته‌اند، یعنی درجه شباهت هر دو نفری که با هم در کنش متقابل و تعامل هستند و در

1 www.communicationage.blogfa.com

2 www.vista.ir

3 The spiral of silence

4 Diffusion

5 Homophily

بعضی از خصوصیات مثل عقاید، ارزش‌ها، آموزش یا موقعیت اجتماعی شبیه هم هستند؛ اما در اشاعه نوآوری، "ناهمرنگی" وجود دارد. ناهم‌رنگی یعنی درجه تفاوت و اختلاف بین هر دو نفری که در تعامل هستند معمولاً در اشاعه نوآوری‌ها درجه بالایی از ناهم‌رنگی بین منبع و دریافت‌کننده دیده می‌شود، چون افکار و ایده‌های جدید اغلب توسط افرادی ایجاد می‌شود که کاملاً با دریافت‌کننده متفاوت هستند و همین تفاوت مشکلاتی در ایجاد یک تعامل و ارتباط اثربخش به وجود آورد (مک کوایل، ۱۳۸۲، ۴۳۹). (شرح در جدول ۲)

۷- بررسی نمونه‌های موردی

۱-۱- سن‌دای مدیاتک^۲

معمار: تویو ایتو^۳، مکان: سن‌دای، ژاپن

مرکز رسانه سن‌دای ساختمانی شهری در قلب شهر سن‌دای در کشور ژاپن است که هدف آن پاسخ به نیاز خلاقیت‌های تکنولوژیک است. برنامه عملی پروژه شامل یک کتابخانه، گالری‌هایی برای نمایشگاه و فضاهای چند رسانه است. از سایر فضاهای پروژه می‌توان به کافه تریا، تئاتر، اتاق‌های ملاقات و هال ورودی اشاره نمود (گیدنز، ۱۳۸۳). سن‌دای مدیاتک می‌تواند فرم‌های مختلف رسانه را بدون اینکه به شکل یا نوع آنها محدود شود، جمع‌آوری کرده و در معرض نمایش قرار دهد. این موسسه عمومی، می‌تواند از طریق عملکردها و سرویس‌دهی‌های مختلفش، نیازهای فرهنگی و آموزشی کاربران را پاسخگو باشد. این مجموعه، مرکزی برای فعالیت در زمینه هنر و فیلم است که به عموم این اجازه را می‌دهد تا آزادانه اطلاعاتشان را با یکدیگر از طریق رسانه‌های مختلف، مبادله کنند و بیاموزند که چگونه از آن اطلاعات استفاده کنند. مدیاتک نیز در نظر داشت پویای سیال گونه‌ای از این شهر مدرن را ارائه کند که در آن و حرکت ماورای ساختار فیزیکی و گرداگرد حلقه‌های انرژی در نوسان باشد. کانسپت اصلی طراحی ایجاد بیشترین حد انعطاف‌پذیری در پلان و مقطع است. ایتو صفحات کف را بصورت پلان آزاد در نظر گرفته تا به انعطاف و تغییر عملکرد اجازه بدهد. ایتو می‌خواهد مدیاتک به مکانی برای تفکر درباره شهر تبدیل شود و مردم در آنجا جمع شوند و بر یکدیگر اثر بگذارند (ایتو، ۱۳۸۱: ۹۲). این مدیاتک در ۸ طبقه طراحی شده است. با ورود به بنا در طبقه همکف با فضایی باز به ارتفاع ۲ طبقه و با پانل‌های زیاد شیشه‌ای رو به رو می‌شویم. این میدان باز شامل یک کافه، مغازه‌های خرده‌فروشی و فضای اجتماعی است که قابلیت نمایش فیلم در آن وجود دارد که می‌تواند به قسمت‌های کوچکتر و پارتیشن‌های مختلف تقسیم شود. این ساختمان بخش‌های مختلفی دارد از جمله کتابخانه، اتاق مطالعه، گالری‌هایی با دیوارهای متحرک، مراکز اطلاعات برای معلولین، مرکز رسانه‌های تصویری، استودیو پارتیشن‌بندی نشده، اتاق‌های سمعی بصری و فضای کودکان و اتاق‌های ملاقات که به کاربران امکان استفاده از امکانات اطلاع‌رسانی را می‌دهد. علیرغم آن که هر طبقه از این ساختمان به فعالیت‌های خاص اختصاص دارد و از دیگر طبقات جدا شده است اما فضاها به طور جانی در یکدیگر تداخل می‌یابند (sveiven, 2013).

۲-۷- کتابخانه مرکزی سیاتل

کتابخانه مرکزی سیاتل در واشنگتن در ایالات متحده آمریکا است که ۱۱ طبقه دارد و معمار کتابخانه رم کولهاس است. در این پروژه هدف خلق کتابخانه به عنوان یک مخزن اطلاعات بود. فضایی که رسانه‌های جدید و قدیم در یک سیستم جدید و برابر ارائه شوند. هم‌زمانی همه رسانه‌ها و ارتباط آن‌ها کتابخانه جدیدی را خواهد ساخت که فضایی برای خواندن به یک مرکز اجتماعی با قابلیت‌های گوناگون تغییر یافته است. فضایی که ممکن است هر کدام الفاکتنده حالتی خاص در مخاطب باشند (لامپرچت، ۱۳۸۳). مکان بانی سایت پروژه در مرکز شهر و در جوار کاربری‌هایی چون شرکت آمازون یکی از نقاط قوت این پروژه است. این کتابخانه امروزه به یکی از نشانه‌های شهری سیاتل بدل گشته است (دی. ویمر، ۱۳۸۴). در داخل ساختمان، پنج جعبه مجزا در نظر گرفته شده که هر کدام خاص یک عملکرد هستند و رنگ آمیزی مخصوص به خود را دارند. بدین ترتیب در هر جعبه تنها به حل یک مشکل نیاز هست با تفکیکی مضاعف، مسائل سازه‌ای و مکانیکی نیز در هر جعبه از هم جدا شده و سپس با توجه به برنامه‌ی کار با هم ترکیب شده‌اند و بدین ترتیب کارایی افزایش یافته و در بودجه اولیه و مخارج بعدی ساختمان نیز صرفه‌جویی کرده‌اند. طبقه همکف ساختمان شامل یک فضای نشیمن بسیار باشکوه است که کولهاس این فضای عمومی را " فضای نشیمن شهر سیاتل " می‌داند. در این فضا، یک کافه تریا و قفسه‌های کوتاه، کتابهای داستان به صورت نامتقارن چیده شده‌اند. این فضا به نیازهایی دیگر نیز پاسخ می‌گوید: لم دادن، ورق زدن کتاب‌ها، کار کردن با لپ‌تاپ‌ها، گپ زدن با یکدیگر و تعامل اجتماعی (Moor, 1986).

1 Heterophily

2 Sendai mediatheque is a library in sendai, miyagi prefecture, japan. Completed in 2001. (wikipedia)

3 Toyo Ito (born: 1941, Japan)

۷-۳- کتابخانه و مرکز رسانه ای پکهام

طراح: ویلیام السوپ^۱، مکان: لندن، سال ساخت: ۱۹۹۹

موقعیت سایت این پروژه به عنوان یک مکان استراتژیک برای طراحی این مرکز رسانه ای به حساب می آید. این پروژه کمی دورتر از مرکز شهر و نزدیک به کلیسای جامع شهر واقع شده است. در سرتاسر این منطقه هنرستان های موسیقی زیادی قرار دارد که از سال ۱۹۹۰ مشغول به کار هستند. به همین دلیل، شرایط ساخت چنین مرکزی برای این منطقه مناسب است. این ساختمان با نمایی برجسته و فرمی دلپذیر و مینیمال، جلوه ای زیبا از یک مرکز رسانه ای را به نمایش گذاشته است. عقب نشینی ضلع شمال این پروژه به دلیل درخت کهنسال و محل گذر، کانسپت زیبایی را خلق کرده و با رعایت احترام نسبت به یکی از نشانه های اصلی سایت پلان (درخت کهنسال)، یکی از اولویت های طراحی را انجام داده است.^۲

۷-۴- کتابخانه و مرکز آموزش دانشگاه اقتصاد و تجارت

کتابخانه و مرکز آموزشی دانشگاه اقتصاد وین در راستای پروژه گسترش فضاهای دانشگاه اقتصاد وین طراحی و ساخته شده است. در سال ۲۰۰۸ با برگزاری مسابقه ای بین المللی مراحل ساخت کتابخانه شروع شد و در حضور معماران بزرگی همچون "پیتر کوک"، "هیتوشی آبه" و "کارمه پینوس"، طرح ارائه شده از گروه معماری "زها حدید" انتخاب شد تا مراحل ساخت کتابخانه و مرکز آموزشی دانشگاه اقتصاد وین شروع شود و در سال ۲۰۱۳ در مساحت ۲۸۰۰۰ متر مربع به پایان برسد. این بنای جدید، مانند بسیاری از کار های زها حدید، بنایی است با گوشه های تیز که در مرکز دانشگاه خودنمایی می کند؛ به عبارت دیگر، طرح جدید، مانند مکعبی است که در آن هم گوشه های تیز مایل و هم گوشه های استوار و عمودی دیده می شود. بیشترین طول در این ساختمان ۱۲۶ متر، بیشترین عرض ۷۶ متر و حداکثر ارتفاع، ۳۰ متر است این ساختمان در ۵ طبقه اجرا می شود.^۳

۷-۵- مرکز رسانه خلاق «ران ران شاو»

معمار نیویورکی لهستانی «دانیال لیپسکیند»، کار مرکز رسانه ای برای دانشگاه شهر هنگ کنگ را در سال ۲۰۱۱ به اتمام رساند. ساختمان مرکز رسانه ی خلاق «ران ران شاو» جایگاه آزمایشگاهها، آمفی تئاتر ها و کلاس های درس برای موضوعات مرتبط با مهندسی کامپیوتر و فن آوری رسانه ها در این مجموعه است. این دانشگاه تمهیداتی را فراهم آورد که برای اولین بار در آسیا، به ارائه ی بالاترین سطح آموزش و پرورش در زمینه رسانه های خلاق پرداخته شود. استودیوی لیپسکیند پس از طراحی، با همکاری شرکت معماری یا شهرت جهانی «لی و اورنج»^۴، امور ساخت و ساز پروژه را بر عهده گرفت.^۵

۷-۶- کتابخانه و مرکز اطلاع رسانی شهرداری اصفهان

کتابخانه مرکزی و مرکز اطلاع رسانی شهرداری اصفهان، به عنوان اولین مرکز چند رسانه ای در شهر اصفهان و با زیربنایی بالغ بر ۱۲۰۰۰ مترمربع در پنج طبقه احداث شده و نمای خارجی آن مکعب شکل است. لازم به ذکر است این مرکز با ویژگی های منحصر به فرد خود، روزانه پاسخگوی نیاز بیش از ۲۰۰۰ نفر از شهروندان است. کتابخانه مرکزی سعی دارد همگام با آخرین پیشرفت ها و دستاوردها در زمینه خدمات کتابخانه ای و فناوری اطلاعات، بیش از پیش در خدمت به شهروندان، مراجعین و علاقه مندان به کتاب و اطلاعات باشد. امکانات این کتابخانه شامل: حوزه کتابخانه ای، حوزه وب و دیجیتال، حوزه خدمات جنبی و توسعه فرهنگ مطالعه است.^۶

۷-۷- کتابخانه ملی ایران^۸

موقعیت: تهران- ایران، معمار: مهندسین مشاور پیرراز، سال ساخت: ۲۰۰۳ (۱۳۸۳). هفتم مرداد ۱۳۷۴، هیئت داوران مسابقه وزارت مسکن و شهرسازی برای طراحی کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران از مجموع ۵ طرحی که ارائه شده بود، طرح مهندسین مشاور پیرراز^۹ را برگزیدند. اهداف پروژه: ۱- ایجاد فضاهایی سرزنده و پویا با کیفیات فضایی متنوع و مطلوب، متکی بر مفهوم کتاب، پژوهش و تکنولوژی، ۲- ساخت مجموعه ایی که علاوه بر حفظ شخصیت و مفهوم سنتی کتابخانه ها، جلوه گر تکنولوژی مدرن باشد، ۳- هماهنگ سازی کتابخانه با تغییرات و تحولات آتی و در نظر گرفتن خدمات ویژه در استفاده از کتابخانه

1 Will Alsop (born: 1947, UK)

2 <http://www.arel.ir/fa/News-View-2497.htm>

3 www.worldarchitecture.blogfa.com

4 The Run Run shaw creative media centre

5 Leigh & orange architects, founded in hong kong in 1874

6 www.etood.com

7 <http://www.isfahancity.blogfa.com/category/98>

8 National library of iran is located in Tehran, iran and was designed by pirraz architects in 1994 for an international competition. It was completed and merged to the national library and archives organization of iran in 2003.

9 Pirraz consulting planners

های مجازی، ۴- اهمیت دادن به جایگاه و کارکرد کتابخانه به عنوان مکانی برای تلاقی افکار و اندیشه ها، ۵- ساخت مجموعه ای ماندگار و فراتر از زمان، ۶- ساخت کتابخانه های مردمی و پاسخگو به نیازهای کلیه ی گروه های اجتماعی.^۱

۶-۸- فرهنگ سرای شفق

فرهنگ سرای شفق، یکی از فعال ترین فرهنگ سراهای تهران است که در پارک شفق احداث شده است. ساختمان های داخلی آن طی سالهای ۱۳۴۵ تا ۱۳۴۸ توسط شهرداری تهران احداث شد. این فرهنگ سرا در پی هویتی شدن فرهنگ سراهای تهران در سال ۱۳۸۰ با هویت دانشجو به "فرهنگ سرای دانشجو" تغییر نام داد و تا تیر ماه ۱۳۸۸ با این نام به فعالیت خود ادامه داد. از این تاریخ و در پی محلی شدن دوباره فرهنگ سراها این مجموعه به "فرهنگ سرای شفق" تغییر نام داد و هم اکنون با این نام مشغول به ارائه خدمات به شهروندان است.^۲

جدول شماره ۳ - جمع بندی و ارائه نکات مثبت و منفی بررسی نمونه های موردی، منبع: نگارنده

نمونه مورد مطالعه	نکات مثبت	نکات منفی
مدیاتک سنای 	معماری شفاف و روشن و یک مرکز عمومی چند منظوره پلان آزاد و منعطف و حداقل استفاده از دیوار فضاها آزاد و سیال جهت فعالیت های متنوع استفاده از سه عنصر صفحه، لوله و پوسته باعث شده تا ساختمان یکپارچه و طبقات مختلف آن با یکدیگر پیوند بخورد تونل هایی برای نور، تهویه هوا و قابلیت حرکت عمودی نمایش تقابل با جامعه و یا محیط سیستمی باز طراحی برای معلولین به صورت هماهنگ با سایر فضاها فضای گالری دارای دیوارهای متحرک میلان در رنگ های تند و در تضاد با مصالح	
مرکز رسانه ای پکهام 	احترام به یکی از نشانه های اصلی سایت پلان یعنی درخت کهنسال در طراحی ضلع شیشه ای و شفاف و پلان آزاد و چندعملکردی موقعیت اجتماعی مناسب سایت پلان	
کتابخانه مرکزی سیاتل 	این پروژه با ایده یک نشیمن برای شهر طراحی شده است بنابراین با شهر در ارتباط است. پلان آزاد و فضاهای چندعملکردی. استفاده از ۵ صفحه مجزا با رنگ آمیزی مخصوص استفاده از ستوان های رنگی برای دعوت کنندگی بیشتر فرم های مختلف ستوان ها مسیرهای مختلفی را نشان می دهد طراحی مجموعه به عنوان نهاد اجتماعی و توجه به نور طبیعی	به علت حرکت در ارتفاع مانع دید و منظر اطراف پروژه شده است.
مرکز رسانه خلاق ران ران شاو 	طراحی متمایز، بلورین و شفاف جداره ها نوارهای براق در اطراف قسمت بیرونی ساختمان پیچیده شده، نوارهایی از باریکه های نور طبیعی در سراسر سقف داخلی است جهت ارتقاء روح مکان بی حدوحصر و تفکر خارج از فرم جمبه ای. ارتباط فضاهای داخلی از طریق شکافها و اتصالات راهروهایی بسیار گسترده تر و کلاس هایی بسیار صمیمانه تر برای گسترش مبادلات کاری و اجتماعی	حجم ساختمان متشکل از چند ضلعی های سفیدرنگ به فرم های نامنظم و شیب دار با زوایای تند و به ظاهر نامشخص از درون یکدیگر برآمده. استفاده از خطوط با زاویه تند و نامنظم در فضاهای داخلی
کتابخانه و مرکز آموزش دانشگاه اقتصاد و تجارت وین 	پلان آزاد و چندعملکردی. وجود آتریوم میانی در فضای داخلی که فضایی روشن و باز را ایجاد کرده است. استفاده از عناصر هوشمند مانند پنل های خورشیدی در نماها برای استفاده بهینه از انرژی طبیعی توجه به دعوت کنندگی مخاطب جایی که تبادل ایده ها در آن اتفاق می افتد، یک فضای پر از برخورد و برقراری رابطه در زمانی واحد. استفاده از خطوط منحنی جهت مسیرها و تفکیک فضاها	سنگینی کنسول قوی و بزرگ به دلیل کتراست رنگ با حجم زیرین و استفاده از گوشه های تیز از لحاظ بصری

1 www.pirraz.com

2 www.proje.honarmemar.com/memari

<p>عدم دسترسی مطلوب و هماهنگی بین فضاهای داخلی</p>	<p>رعایت تناسبات انسانی و استفاده از مصالح بومی استفاده از ریتم و تکرار در نما توجه به فعالیت های دانشجویی دانشجویان هنر موقعیت مطلوب سایت که قشرهای مختلف مخاطبان را افزایش داده جهت افزایش روابط اجتماعی میان اقشار مختلف گروه های انسانی و ایجاد فضایی عمومی</p>	<p>فرهنگسرای شفق</p> 
<p>عدم توجه به طراحی داخلی و مبلمان فضاهای داخلی جهت جذب جمعیت</p>	<p>اصول معماری آن متناسب با شرایط اقلیمی شهر اصفهان بوده ایده معماری آن توده ای شفاف از فضاهای داخلی که در پوششی مشبک شکل قرار گرفته اند. توجه به خط آسمان منطقه تاریخی صفویه رعایت قواعد طراحی شهری چون ارزش های مصالح ساختمانی و رنگ و جزئیات ساختمان، انطباق فضا با عملکرد، یادآور دوران معاصر و دستاوردهای آن عواملی است که در طرح ونمای ساختمان رعایت شده است.</p>	<p>کتابخانه و مرکز اطلاع رسانی شهرداری اصفهان</p> 
<p>عدم یادمان گرایی و نمادپردازی استفاده ی بیش از حد از سطوح بتنی نمایان و سطوح سفیدرنگ در طراحی داخلی کتابخانه، فضایی سرد و یکنواخت و بدون تنوع رنگی را به وجود آورده است که یادآور فضاهای مدرنیستی است و انتظاری را که از کتابخانه و گرمی و متنوع بودن فضاهای داخلی آن داریم، برآورده نمی‌سازد.</p>	<p>اهمیت دادن به انسان و تناسبات انسانی در کلیه ی فضاهای کتابخانه عدم استفاده ی بیش از حد از پنجره و استفاده از مصالح آجری و سنگی در نماهای خارجی بر ویژگی‌های پست مدرنیستی بنا افزوده است. استفاده از فرم زیگوراتی جهت نفوذ نور طبیعی به داخل تالارها، استفاده از ریتم و تکرار در ستون‌ها و استفاده از سرستون هایی که یاد آور طاق های با قوس جناغی است. استفاده از حیاط‌های مرکزی متعدد، احساس حرکت در بافت‌های سنتی شهرهای ایرانی را تداعی می‌کند.</p>	<p>کتابخانه ملی تهران</p> 

۸- یافته‌ها و نتایج

گسترش صنعت اطلاع رسانی و همه گیر شدن استفاده از فناوری های اطلاعات، به خصوص در میان جوانان باعث خانه نشین شدن استفاده کنندگان و به تبع آن کم‌رنگ شدن برخوردهای اجتماعی افراد گردیده است. در این میان طراحی مکان های عمومی برای استفاده از شبکه ها و ایجاد فضای شهری مناسب و جذاب برای جلب توجه استفاده کنندگان اهمیت بسیاری میابد. وجود چنین مکانی علاوه بر ارتقاء سطح علمی افراد، بستر لازم را جهت افزایش برخوردهای اجتماعی ایجاد می کند؛ بنابراین مؤلفه های تأثیرگذار جهت طراحی مرکز رسانه ها با رویکرد ارتقاء تعاملات اجتماعی عبارتند از: خلق یک معماری نوین مطابق با معماری روز دنیا - استفاده از تکنولوژی های جدید در طراحی مجموعه که باعث نوآوری و به تبع جذب جمعیت گردد - طراحی نمای دیجیتال با توجه به کاربری بنا - توجه به خصوصیات فرهنگی و نمادین جامعه در طراحی مجموعه - سازمان فضایی با خصوصیات پویا و منعطف که بتواند مخاطب را در محیطی نامحدود و بی ثبات و با ساماندهی سیال رها سازد. البته منظور فضایی مجازی نیست بلکه مکانی است با فضا سازی نوین که می توان در آنجا قرار گرفت، فعالیت های را انجام داد و با دیگران تعامل نمود - طراحی فضایی زنده، جذاب، امن، راحت و در معرض عموم بودن - ایجاد تجربه حسی جدید در ناظر با خلاقیت در طراحی فضاها - ایجاد تنوع کاربری ها در فضا - طراحی مناسب فضا در جهت تبدیل مراکز اطلاع رسانی به مکان های عمومی برتر و تخصصی؛ که رعایت همه ی اصول طراحی صوری مانند پیوستگی، تناسبات، ریتم، مقیاس، تعادل و توازن، همچنین کلیه ی مبانی طراحی مفهومی مانند اصول رفتار در محیط، مسیریابی، خوانایی و ... به عنوان شالوده های زیربنایی، منزلت خود را در این طراحی حفظ خواهند کرد - ارتباط فضایی مؤثر در هدایت مردم - موقعیت مکانی مناسب سایت پروژه در درون طبیعت، مناظر زیبای شهری، در مجاورت مکان های عمومی و فرهنگی و آموزشی و سایت هایی با موقعیت خاص - دسترسی راحت به حمل و نقل شهری - شفافیت و تقابل با جامعه و فضای شهری و القای حس سبکی و نمایش صداقت و در هم شکستن مرز درون و بیرون - طراحی فضاهای باز و نیمه باز و قابل تغییر کاربری جهت گردهمایی ها، اجتماعات، مطالعه، استفاده از اینترنت و ... - ارتباط فضاهای باز و فضاهای بسته - طراحی متناسب با معلولین، سالمندان و کودکان- توجه به مقیاس و تناسبات انسانی - حداقل استفاده از دیوار و وسیع بودن و گشودگی فضاها با تنوع کارکرد- ایجاد انگیزه برای حرکت در فضاها - ایجاد فضاهای مکت، توقف، استراحت، تجمع و ... - یک طرح منظم ترافیکی و تخصیص فضا که باعث ایجاد فضایی پر پیچ و خم و سردرگم نشود زیرا ترافیک زیاد و منحرف کننده ها مانعی در سر راه استفاده از ساختمان خواهد بود و باعث سردرگمی و اتلاف وقت خواهد شد - استفاده از تابلو ها و تمهیدات صوتی و تصویری اطلاع رسانی - توجه به بحث نور و تهویه هوا در فضاهای داخلی - طراحی مناسب نورپردازی و روشنایی به ویژه در شب - استفاده از عناصر طبیعی و پوشش گیاهی و آب در طراحی جهت القای حس آرامش و ایجاد فضایی مطبوع - توجه به طراحی دعوت کننده-ارتباط و تعامل بصری و کارکردی با اطراف - طراحی مبلمان متناسب با عملکرد فضاها - مبلمان انعطاف

پذیر و قابل تحرک - استفاده از ویژگی رنگ ها در طراحی - ایجاد انگیزه برای حرکت در فضاها - ایجاد پتانسیل جهت گسترش فضا در آینده، که مرکز رسانه ها را به محلی پویا برای روبه رویی و تعامل اجتماعی تبدیل کرده و کیفیت فضایی و عملکردی مجموعه را ارتقاء می دهد.

جدول شماره ۴ - ارائه عوامل مؤثر بر طراحی مرکز رسانه ها جهت ارتقاء تعاملات اجتماعی، منبع: نگارنده

آفرینش معماری نوین	استفاده از تکنولوژی های روز در طراحی	طراحی نمای دیجیتال	توجه به خصوصیات فرهنگی و نمادین جامعه
طراحی بدون مرز و منعطف	طراحی فضاهای زنده، جذاب، ایمن و راحت	ارتباط و تعامل کارکردی و بصری با اطراف	شفافیت و تقابل با جامعه و فضای شهری
موقعیت مکانی مناسب پروژه (در درون طبیعت و منظر زیبای شهری و در جوار فضاهای آموزشی و فرهنگی و فضاهای عمومی شهری سایت های با موقعیت خاص)	تغییرپذیری، نرمی، انعطاف پذیری، پویایی و سیالیت فضاها	برقراری رابطه در زمانی واحد و جایی که تبادل ایده ها در آن اتفاق بیفتد جهت گسترش تعاملات اجتماعی	طراحی فضاهای باز و نیمه باز و قابل تغییر کاربری جهت گردهمایی ها، اجتماعات، مطالعه و استفاده از اینترنت
استفاده از عناصر طبیعی، پوشش گیاهی و آب در طراحی و تکنیک فضاها	طرح منظم ترافیکی و تخصیص فضا	اسفاده از تابلوها و تمهیدات صوتی و تصویری اطلاع رسانی	طراحی متناسب با معلولان، سالمندان و کودکان
دسترسی آسان به حمل و نقل شهری	ایجاد تنوع کاربری ها در فضا	پلان آزاد و چند عملکردی	توجه به فعالیت های گروهی
توجه به دعوت کنندگی مجموعه در طراحی	رعایت مقیاس و تناسب انسانی	ایجاد پتانسیل برای گسترش فضا در آینده	طراحی مناسب نورپردازی و روشنایی به ویژه در شب
استفاده از نور طبیعی در جهت ارتقاء روح مکان	ارتباط فضاهای باز و فضاهای بسته	ایجاد تجربه حسی جدید در ناظر	عدم محدودیت در فضاها
قابلیت تقسیم فضاها	ایجاد فضای مکث، توقف، استراحت و تجمع	طراحی میلمان متناسب با عملکرد فضاها	میلمان انعطاف پذیر و قابل تحرک
طراحی میلمان در فضاهای اجتماعی با قابلیت اجتماع پذیری	ایجاد انگیزه برای حرکت در فضاها	استفاده از ویژگی رنگ ها در طراحی فضاها	ارتباط فضایی مؤثر در هدایت مردم

منابع

۱. ایتو، ت، ۱۳۸۴، « معرفی میداتک شهر سندای»، ترجمه حمید محمدی، نشریه آبادی، شماره ۳۷، ص ۹۲
۲. آریان پور، ا.ح، ۱۳۵۴، «اجمالی درباره جامعه شناسی هنر»، چاپ سوم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۳. بالازاده، حامد، ۱۳۸۶، «رسانه، ادراک، فضا (مرکز تجارب فناوری رسانه های تهران)»، استاد راهنما: دکتر کاوه بذرافکن، استاد مشاور: دکتر داراب دیبا، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، دانشکده هنر و معماری.
۴. بدنارتس، ب، ۱۳۸۴، «وان شناسی کودکان و فرهنگ»، تهران، نشر قومس، ص ۸۹
۵. تی وود، جولیا، ۱۳۷۹، ارتباطات میان فردی روانشناسی تعاملات اجتماعی، مترجم: فیروز بخت نام، تهران: انتشارات مهتاب
۶. حامی، پریسا و علی شیخ الاسلام، ۱۳۷۷، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.
۷. حمزه لو، سارا، ۱۳۹۰، طراحی مرکز رسانه های دیجیتال تهران، استاد راهنما: دکتر آزاده شاهچراغی، استاد مشاور: دکتر سیروس باور، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشکده هنر و معماری.
۸. خدای، درسا، مهری سودابه، ۱۳۹۴، «نگرشی بر ساختار معماری فضاهای فرهنگی با رویکرد ارتقاء تعاملات علمی-اجتماعی (نمونه موردی: مرکز چندرسانه ای)»، مجموعه مقالات دومین کنگره بین المللی افق های جدید در معماری و شهرسازی، تهران
۹. خلعتبری، محمدمهدی، ۱۳۷۴، «طراحی فضا در آینه مناسبات انسانی»، مجموعه مقالات کنگره معماری و شهرسازی ارگ بم، چاپ اول، تهران: نشر سازمان میراث فرهنگی کشور.
۱۰. دادگران، محمد، ۱۳۷۹، مبانی ارتباطات اجتماعی، چاپ سوم، تهران: انتشارات فیروزه.
۱۱. دارابی، علی، ۱۳۹۰، «درآمدی بر جامعه شناسی ارتباطات، فرهنگ و رسانه»، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
۱۲. دارندرف، رالف، ۱۳۷۷، «انسان اجتماعی»، مترجم: غلامرضا خدیوی، تهران: انتشارات آگه.
۱۳. دی ویمپر، ت، ۱۳۸۴، «مدیریت رسانه»، ترجمه واحد انتشارات سازمان مدیریت و برنامه ریزی تهران، تهران.

۱۴. زمان وزیری سپیده، ناصرالمعمار کیانوش، ۱۳۹۶، «بررسی نقش فضاهای عمومی در شکل‌گیری پایداری اجتماعی در مجموعه‌های فرهنگی (نمونه موردی: مرکز فرهنگی مدياتک سنديايي)»، چهارمین کنفرانس ملی معماری و شهرسازی پایداری و تاب‌آوری از آرمان تا واقعیت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

۱۵. عبدالحمیدی مهرداد، محمودی زرنندی مهناز، شاهچراغی آزاده، ۱۳۹۵، «دستیابی به ویژگی‌های کالبدی موثر بر تعاملات اجتماعی در ساختمان مدياتک»، کنگره بین‌المللی تحولات نوین پایداری در معماری شهرسازی عمران و مهندسی ساختمان، استانبول

۱۶. فیض‌اله نازنین، حمزه لو سارا، ۱۳۹۶، «معیارهای ارتقای تعاملات اجتماعی در طراحی مدياتک»، سومین همایش ملی و سومین همایش بین‌المللی معماری عمران و شهرسازی در آغاز هزاره سوم، تهران

۱۷. کیان ارثی، منصوره، ۱۳۸۵، «معماری، کتاب، فرهنگ»، مجله جستارهای شهرسازی، شماره ۱۷ و ۱۸، پاییز، صفحات ۹۱ تا ۹۳

۱۸. گیدنز، آنتونی، ۱۳۸۳، «جامعه‌شناسی»، ترجمه: منوچهر صبوری، چاپ سیزدهم، تهران: غزال.

۱۹. گیدنز، آ، ۱۳۸۳، «اصول بهینه‌یابی پویا»، ترجمه عباس شاکری و فریدون اهرابی، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، ص ۵۴-۵۹

۲۰. لامپرچت، ب، ۱۳۸۳، «کتابخانه مرکزی سیاتل»، ترجمه باوند بهپور، دو ماهنامه معمار، شماره ۲۹، ص ۱۲۴-۱۵۵

۲۱. لنگ، جان، ۱۳۸۱، «آفرینش نظریه معماری: نقش علوم رفتاری در طراحی محیط»، ترجمه: علیرضا عینی فر، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

۲۲. محسنیان راد، مهدی، ۱۳۷۴، ارتباط‌شناسی، چاپ دوم، تهران: انتشارات سروش.

۲۳. محمودی مهناز، کاشی پزها شهرزاد، ۱۳۹۲، «اصول طراحی مدياتک در جهت حفظ فضای شخصی افراد»، همایش ملی معماری و شهرسازی انسانگرا، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین

۲۴. مک کوایل، دنیس، ۱۳۸۲، درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه: پرویز اجالالی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

۲۵. موهبت زاده الهام، منجری نورمحمد، ۱۳۹۶، «تاثیر رسانه بر ارتقا کیفیت تعاملات اجتماعی در فضای عمومی مدياتک»،

۲۶. کنفرانس بین‌المللی عمران معماری و شهرسازی ایران معاصر، ایران، تهران

۲۷. ورتسورین و جیمز تانکار، ۱۳۸۱، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه: علیرضا دهقان، تهران: موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.

۲۸. یوسفیان، امیرحسین، ۱۳۸۴، «مدياتک منطقه یک»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

29. Heinich,R. Molenda,M. Russell.D.James.Instructional Multimedia and the New Technologies of Education. New York:Macmillan publishing Company, (1993)

30. <http://www.arel.ir/fa/News-View-2497.htm>

31. <http://www.isfahancity.blogfa.com/category/98->

32. Moore,Robin C, His power of nature Orientalions of Girls and Boys award Biotic and Abioticplay settings on a Reconstructed Schoolyard. Childrens Environment Quarterly, (1986).

33. Sveiven M. (2013), “ Flashback:sendai Mediaattheque /Toyo Ito “ 17Mar2013

34. www.proje.honarmemar.com/memari

35. www.communicationage.blogfa.com-

36. www.etoood.com-

37. www.pirraz.com-

38. www.vista.ir-

39. www.worldarchitecture.blogfa.com