

ارزیابی معیارهای تعامل پذیری اجتماعی و سرزندگی در فضاهای نمایشگاهی؛ مورد پژوهی: چند نمونه در استان البرز

ندا حیدری - گروه معماری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
محمدصادق صالحی* - گروه معماری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

فضاهای عمومی می‌توانند به گونه‌ای طراحی شوند که مردم و فعالیت‌ها را از محیط خصوصی به محیط عمومی فرا خوانند یا برعکس به صورتی باشند که وارد شدن به آن‌ها از نظر فیزیکی و روانی دشوار باشد. عناصر و کالبد محیط بر انسان تاثیر دارد و فضا (فضای شهری، فضای معماری) باید مناسب با نیازهای استفاده‌کنندگان طراحی شود و برای آنان جذاب، زیبا، صمیمی، به یادماندنی و خاطره‌انگیز باشد. نقش فضای عمومی، یا به عبارتی فضایی که در آن تعاملات اجتماعی شهروندان شکل می‌گیرد و فرهنگ جامعه در بستر آن ارتقا می‌یابد، در کشور ما روز به روز در حال افول است. شرایط حاکم بر شهرهای امروزی شیوه زندگی جدیدی را القا می‌کند که در آن پیاده‌روی به منظور انجام اهداف مختلف نادیده گرفته می‌شود. روش تحقیق در مرحله ادبیات نظری توصیفی - تحلیلی بوده که از روش پیمایشی برای سنجش و ارزیابی استفاده شده است. در این پژوهش تلاش خواهد شد تا با عنایت به سه حوزه تاریخی، اجتماعی و کالبدی نتایج ارزیابی معیارهای طراحانه برای ارتقا تعامل پذیری اجتماعی و سرزندگی در فضاهای نمایشگاهی تبیین شود. نتایج و یافته‌ها نمایانگر این است که فضاهای عمومی انسان ساخت می‌توانند محملی برای بروز ارزش‌های فرهنگی و بستری مناسب برای تعاملات و توسعه اجتماعی و عرصه‌ای برای هویت‌سازی و هویت‌پذیری شهروندان به شمار آیند که می‌بایست در ابعاد کالبدی مورد ارزیابی قرار گیرند. با توجه به انتظارات و توقعات انسان امروزی از محیط زندگی پیرامون، بایستی در طراحی معماری فضاهای عمومی به چیزی ورای طراحی کالبد و ارتباطات میان آن اندیشید. باید مکان‌هایی خلق شود که با نیازهای امروز زندگی بشر مطابقت داشته باشد. انسان به محیطی نیاز دارد که از فردیت، اجتماع پیچیده، از ایده آل‌ها و سنت تاریخی، از موقعیت و مظاهر طبیعی و غیره صحبت کند.

واژگان کلیدی: تعامل پذیری اجتماعی، سرزندگی، فضاهای نمایشگاهی، معیارهای طراحی کالبدی.

Evaluation criteria of social interaction and vitality in exhibition spaces; Case Study: Multiple instances in Alborz Province

Abstract

Public spaces can be designed to people and activities of the private media to invite public environment. Or vice versa in a way that is difficult to get into them physically and psychologically. And space environment affects the human body elements (urban, architectural space) should be designed to fit the needs of users and for those charming, elegant, intimate, memorable and evocative is. The role of public space, ie space where social interactions are formed and culture in the context of its citizens will be promoted. In our country is declining day by day. Conditions of modern cities induce new lifestyle. In order to accomplish different objectives that walking was ignored. The research was descriptive literature survey method was used to measure and evaluate. In this research effort will be made to three areas with regard to historical, social and physical evaluation measures to promote social interaction and vitality of the exhibition spaces to be explained. The physical dimensions should be assessed. According to the expectations of today's living environment, architectural design of public spaces should be designed to beyond the relationship between the body and mind. People should be places where human life with the needs of today's match. Human and environmental needs of the individual, complex social, ideals and traditions of historic, natural and other aspects of the situation and talk.

Keywords: interaction of social, vitality, exhibition spaces, physical design criteria.

* نویسنده مسئول مکاتبات، شماره تماس: ۰۹۱۲۲۱۰۱۵۴۸، رایانامه: mssalehi1328@gmail.com

این مقاله از پایان نامه کارشناسی ارشد نگارنده اول با عنوان طراحی تالار عرضه و مرکز مطالعات پارچه و فرش استان البرز، با رویکرد ارتقاء تعاملات اجتماعی استخراج شده است که از راهنمایی محمدصادق صالحی بهره برده است که بدینوسیله مراتب سپاس و امتنان خویش را اعلام می‌دارد.

مقدمه

آثار هنر و معماری هر کشوری بخشی از هویت فرهنگی و در حکم شناسنامه آن کشور هستند. به طور کلی با توجه به اینکه هر کدام از این آثار در مقطع یا مقاطع زمانی خاصی از تاریخ آن سرزمین ساخته شده‌اند، نه تنها نوع تفکر و بینش و حتی نوع اعتقادات مردم آن سرزمین را در آن مقطع زمانی خاص نشان می‌دهند بلکه نمایانگر نوع سبک‌ها و تکنیک‌های آن اثر هنری یا معماری در آن مقطع زمانی خاص نیز می‌باشند. حال در این میان، هنر معماری از آنجا که با زندگی روزمره مردم سر و کار دارد بخش مهمی از هنر آن سرزمین را به خود اختصاص داده و حتی به نوعی معماری هر تمدن، بیانگر نوع اعتقادات و تفکرات و بینش‌های آن تمدن است که با دیگر اقوام متفاوت است. بخش قابل توجهی از فضاهای عمومی فرهنگی از جمله موزه‌ها، فرهنگسراها، تالارهای تئاتر و سینما در شهرهای امروزی ایران، به علت عدم مطابقت با محیط شهری و نیازهای اجتماعی شهروندان به فضاهای جداافتاده تبدیل شده‌اند. این جداافتادگی عملکردی در شرایطی به وجود آمده است که این مراکز عموماً در بافت مرکزی کلانشهرها قرار دارد و عدم دسترسی را نمی‌توان دلیل موجهی برای استقبال نکردن عموم جامعه بیان کرد. فضاهای عمومی می‌توانند به گونه‌ای طراحی شوند که مردم و فعالیت‌ها را از محیط خصوصی به محیط عمومی فرا خوانند یا برعکس به صورتی باشند که وارد شدن به آن‌ها از نظر فیزیکی و روانی دشوار باشد. عناصر و کالبد محیط بر انسان تاثیر دارد و فضا (فضای شهری، فضای معماری) باید مناسب با نیازهای استفاده‌کنندگان طراحی شود و برای آنان جذاب، زیبا، صمیمی، به یادماندنی و خاطره‌انگیز باشد. نقش فضای عمومی، یا به عبارتی فضایی که در آن تعاملات اجتماعی شهروندان شکل می‌گیرد و فرهنگ جامعه در بستر آن ارتقا می‌یابد، در کشور ما روز به روز در حال افول است. شرایط

حاکم بر شهرهای امروزی شیوه زندگی جدیدی را القای می‌کند که در آن پیاده‌روی به منظور انجام اهداف مختلف نادیده گرفته می‌شود. آنچه در ادبیات تخصصی معماری و طراحی شهری در مورد سرزندگی از سال ۱۹۸۱ مطرح شده است به طور عمده حول مفهوم livability و یا liveliness است که به معنای سرزندگی است. امروزه به دلایل گوناگون تأمین نشاط، شادی و سرزندگی شهری به یکی از دغدغه‌های اصلی نظام‌های مدیریت شهری به ویژه در کشورهای توسعه یافته تبدیل شده است. تأمین سرزندگی شهری نیز به مثابه آرمانی مشروع در صدر بسیاری از اسناد رسمی شهرسازی مشاهده می‌شود که خود برخاسته از اهمیت سرزندگی شهر به مثابه یک هدف و یک وسیله است (گلکار، ۱۳۸۶). به اعتقاد «جین جیکوبز» تنوع، سرزندگی را بدنبال خواهد داشت که شامل تنوع: کالبدی، کاربری و فعالیت‌هاست. کوین لینچ سرزندگی را به چند بخش تقسیم می‌کند که عبارتند از: بقا، ایمنی، سازگاری، سلامتی و ثبات بیولوژیکی. او عمدتاً معیارهای بیولوژیکی و اکولوژیکی را مد نظر قرار داده و عواملی نظیر مسائل اجتماعی و فرهنگی را نادیده گرفته است (خستو و رضوانی، ۱۳۸۹، ص ۶۵). بر این اساس پرداختن به مولفه‌های تعامل پذیری اجتماعی و سرزندگی و سنجش آنها از موضوعات مهمی است که باید در برنامه ریزی شهرها مورد نظر واقع شده و بررسی گردد که در این مقاله این مهم مورد توجه بوده است.

پیشینه پژوهش

«چالز لاندری» مفهوم سرزندگی را به گونه‌ای متفاوت بررسی نموده، او «سرزندگی» و «زیست‌پذیری» را مجزا تعریف کرده و با چهار رویکرد عمده شامل «سرزندگی اقتصادی، اجتماعی، محیطی، فرهنگی» و به شکل موضوعی به مسئله پرداخته است. او نه معیار موثر را برای شناسایی یک شهر سرزنده و زیست‌پذیر بر می‌شمارد: «تراکم مفید افراد، تنوع، دسترسی، ایمنی و امنیت، هویت و تمایز، خلاقیت

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۳۵۲

و تشریک مساعی، ظرفیت سازمانی و رقابت» است. «پایمر» عوامل موثر بر یک مکان عمومی موفق و پر جنب و جوش را این چنین معرفی می‌کند: موقعیت مکان، اندازه مکان، برنامه‌ریزی مکان، طرح مکان. (همان)

«بلوچ و همکارانش» (۱۹۹۴) تأثیر محیط فیزیکی مراکز خرید را بر روی حالت احساسی مشتریان بررسی کردند و دریافتند که مراکز خرید مکان‌هایی تنها برای خرید مشتریان نیستند بلکه سایر فعالیت‌ها مانند فعالیت‌های سرگرم‌کننده نیز در آن‌ها انجام می‌شود. آن‌ها همچنین ۷ معیار را انگیزش‌های خریداران را برای دیدار از مراکز خرید بیان می‌کند، تعیین کردند. این معیارها زیبایی‌شناسی، رهایی، جریان، اکتشاف، نقش‌گذاری، اجتماعی و راحتی هستند. «العدلی» (۲۰۰۷) نیز جذابیت مراکز خرید را به ۶ عامل مرتبط دانست، که عبارت‌اند از: «راحتی، سرگرمی، تنوع، ماهیت مرکز خرید، آسایش و خوش‌گذرانی». «ویکفیلد» و «بیکر» (۱۹۹۸) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که محیط مرکز خرید بر روی ماندن افراد در آن‌ها تأثیر گذارند. به علاوه ویژگی‌های دیگری مانند اجزای حمل و نقل و جابجایی که شامل راحتی، روش‌های جابجایی قابل اعتماد، تنش و فاصله در استقبال از مراکز خرید تأثیر مهمی دارند (Ibrahim & Wee, 2002: 245-251). «وانگ و همکارانش» (۲۰۰۱) ابزار «اسکاتر» را برای ارزیابی میزان جذابیت مراکز خرید از دیدگاه کاربران ارائه نمودند. اسکاتر شامل ۲۱ ویژگی در ۵ دسته‌بندی تحت عناوین «مکان، کیفیت، تنوع، عامه‌پسندی، امکانات و مشوق‌های فروش» تعریف می‌شد. یکی از نظریه پردازان عرصه عمومی «حنا آرنست» می‌باشد که کتاب «شرایط انسانی» را در سال ۱۹۵۸ تالیف نموده است. او، مشوق برون‌نگری و زندگی سیاسی و اجتماعی است که در آن قلمرو عمومی نقش اصلی را بازی می‌کند. آرنست فضا را در دو معنا، فضای حضور در میان دیگران و فضای مابین دیگران تحلیل کرده تا در کی جامع از قلمرو

عمومی سیاست و همین‌طور فضای عمومی کالبدی شهر فراهم کرده باشد. هماهنگی مردم و اشیاء در تحلیل و پذیرش این مطلب که روابط اجتماعی به واسطه اشیاء شکل می‌گیرد، نکته کلیدی است که در تحلیل آرنست درباره فضای عمومی آمده است (مدنی‌پور، ۱۳۸۷، ص ۱۹۸).

در داخل کشور کورش گلکار در پژوهشی که در رابطه با سرزندگی شهری به انجام رسانده سرزندگی شهری را معادل واژه livability ویا liveliness دانسته و آن را به عنوان یکی از مؤلفه‌های سازنده کیفیت طراحی شهری تعریف می‌نماید (گلکار، ۱۳۸۶). در پژوهشی دیگر عوامل موثر بر سرزندگی فضاهای شهری، با خلق یک فضای شهری سرزنده با تکیه بر مفهوم، مرکز خرید پیاده پرداخته شده است و با بررسی نمونه موردی خیابان ستارخان به اثبات فرضیات پژوهش و در انتها پیشنهاداتی در راستای ارتقای سرزندگی خیابان در دو بخش کالبدی و غیرکالبدی ارائه شده است. همچنین پژوهش‌های دیگری در زمینه تعاملات اجتماعی در فضاهای باز تاکنون انجام شده است. از این میان می‌توان به مقاله «نقش فضاهای باز در حس تعلق به مکان مطالعه موردی: شهرک اکباتان در تهران» اشاره نمود. این مقاله به حس تعلق در فاز دو شهرک اکباتان و رابطه بین مردم و کالبد، رابطه ویژگی‌های معماری و ایجاد حس تعلق در این شهرک را بررسی نموده است. پژوهش دیگر که به آن اشاره می‌شود مقاله «فضاهای عمومی و افزایش تعاملات اجتماعی نمونه موردی مجتمع مسکونی کوثر و فاز دو مجتمع مسکونی اکباتان» است که به ارائه راهکارها برای جداره‌های بین فضاهای مسکونی در فاز ۲ شهرک اکباتان پرداخته است و از طریق مطالعات میدانی و پرسشنامه‌ای، راه‌حلی را برای تقویت تعاملات اجتماعی در فضاهای عمومی ارائه کرده است. در زمینه انسان و روابط اجتماعی و فضا می‌توان به نظریات و کتب یان گل مانند شهرهای انسانی و زندگی در فضای میان ساختمان‌ها اشاره نمود و

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۳۵۳

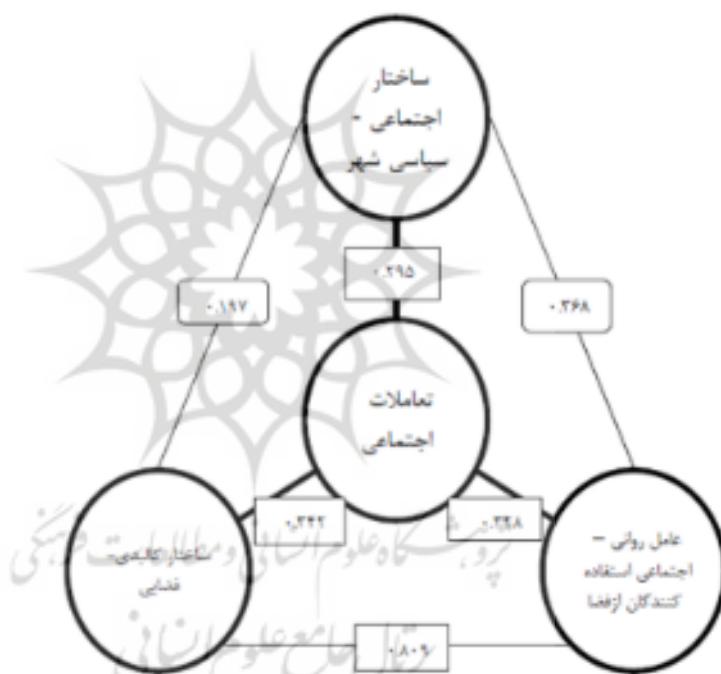
نیز نظریه های راپپورت در کتاب «انسان شناسی مسکن»، البته در این کتب همگی با توجه به انسان و محیط کالبدی تعاریف و نقاط قوت و فرصتی را برای تعاملات در فضاهای باز مطرح نموده اند، که می توان به عنوان نمود ارائه المان های تعریفی و طراحی به آنها پرداخت.

رفیعیان و خدائی (۱۳۸۸) در تحقیقی در شهر تهران با عنوان «شناسایی متغیرهای اثرگذار بر رضایتمندی شهروندان از فضاهای عمومی شهری»، سه متغیر «دسترسی به خدمات»، «امنیت اجتماعی» و «هویت مکانی» را از اثرگذارترین عوامل در رضایتمندی شهروندان از فضاهای عمومی معرفی می کنند. رفیعیان و همکاران (۱۳۸۷) نیز به سنجش تأثیرگذاری فضاهای عمومی - شهری در میزان اجتماعی شدن و تقویت مشارکت اجتماعی زنان پرداخته اند. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که از نظر زنان اجتماع پذیر بودن فضا و نظارت اجتماعی در آن بیشترین ارتباط را با میزان مطلوبیت فضاهای عمومی - شهری دارد. در مطالعاتی در مینه سوتای شمالی که برای سنجش کیفیت محیط های مسکونی انجام شده است، سه مؤلفه ی «حس مکان»، «احساس تعلق مکانی» و «هویت مکان» را از عوامل تأثیرگذار بر کیفیت محیط در نظر گرفته اند. «دانشپور و چرخچیان» (۱۳۸۶) در تحقیق خود فرآیند اجتماع پذیری و ارتقاء حیات جمعی درون فضاهای عمومی را مبتنی بر پذیرا بودن فضا برای افراد و گروه های مختلف اجتماعی، تأمین آسایش روانی و فیزیکی، لذت بردن افراد و گروه های اجتماعی از حضور در فضا و حضور اجتماعی فعال و مداوم در فضا دانسته اند. و با توجه به آن ها به ما به ازاهای فضایی چون دعوت کنندگی، امنیت، مطلوبیت و پاسخگوی فعالیتی در راستای هدفشان اشاره نموده اند. کاشانی جو (۱۳۸۹) در تحقیق خود با عنوان «بازشناخت رویکردهای نظری به فضاهای عمومی شهری»، این فضاها را به عنوان مکان سوم که نقش اساسی در برقراری تعاملات اجتماعی

ایفا می نمایند می شناسد. وی سه دوره اصلی بر مبنای گرایش موضوعی به فضاهای شهری را در نظر گرفته است. در دوره پس از انقلاب صنعتی تا سال ۱۹۶۰، تأکید اصلی بیشتر بر ادراک فضایی و بصری، در دوره دوم از سال تا ۱۹۹۰ بر تقویت تعاملات اجتماعی، گسترش پیاده مداری و تأثیرات محیطی - رفتاری فضاهای شهری و در دوران خیر از ۱۹۹۰ تاکنون بیشترین فعالیت ها و نظریه ها را مبتنی بر ملاحظات زیست محیطی - پایداری و ایجاد امنیت و انسان مداری در قلمروهای عمومی می داند. «ترابی» (۱۳۹۱) تأثیر ویژگی های کالبدی فضای باز عمومی در افزایش تعاملات و رفتار اجتماعی، سه عامل جذابیت و زیبایی، امنیت و آرامش و دسترسی و سلسله مراتب را برافزایش تعاملات اجتماعی تأثیرگذار دانسته است. همچنین در تحقیق «بهزادفر و طهماسبی» (۱۳۹۲) بیان شده است مؤلفه های فردی تأثیر مستقیمی بر تعاملات اجتماعی و روابط پایدار اجتماعی دارند و هر فرد متناسب با شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی که در آن رشد کرده نوع و سطح خاصی از روابط را با دیگران و محیط انتخاب می کند. البته در پژوهش بهزادفر و طهماسبی (۱۳۹۲) اثبات شد، نقش مؤلفه های کالبدی و محیط فیزیکی به عنوان بستر شکل گیری روابط ساده و پیچیده اجتماعی را نمی توان نادیده گرفت، بنابراین در اینجا نقش و قابلیت های طراحی محیط کالبدی و کیفیت عملکردی فضا در ارتقای تعاملات اجتماعی تأیید می شود. بررسی و تحلیل مؤلفه های کیفی سازنده فضا، مشخص می کند معیارهای عینی چون کیفیت عملکردی و فعالیت پذیری، نفوذپذیری و دسترسی، ارتباط مستقیمی با تعاملات اجتماعی دارند و به شدت بر تعاملات اجتماعی تأثیر گذارند، اما معیارهای ادراکی ذهنی (ایمنی، امنیت و خوانایی) ارتباط ضعیفی با تعاملات اجتماعی دارند. همچنین مؤلفه های فردی تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیمی بر تعاملات اجتماعی دارند.

جدول ۱. خیابان‌های شهری و تعاملات اجتماعی؛ ماخذ: بهزادفر و طهماسبی، ۱۳۹۲، ص ۲۶

مؤلفه‌های مؤثر	مؤلفه‌های کالبدی	مؤلفه‌های فردی	مؤلفه‌های ادراکی
کیفیت تأثیر	تأثیر مستقیم بر رفتار	تأثیر مستقیم بر رفتار	تأثیر غیر مستقیم بر رفتار
نوع تأثیر	شکل‌گیری و تثبیت تعاملات	شکل‌گیری و تثبیت تعاملات	تداوم و بقاء تعاملات
ترتیب اثر گذاری	آغاز و ابتدا	آغاز و ابتدا	در ادامه
شاخص‌ها	کیفیت عملکردی و فعالیت پذیری، نفوذ پذیری و دسترسی	جنسیت، مدت سکونت، سن، سطح درآمد	ایمنی، امنیت، خوانایی



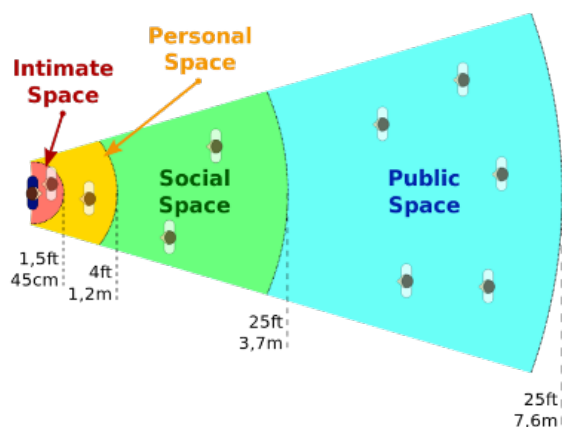
نمودار ۱. مدل تحلیلی مطالعه قنبران و جعفری؛ ماخذ: قنبران و جعفری، ۱۳۹۳، ص ۶۳.

در پژوهش قنبران و جعفری (۱۳۹۳) با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر ارتقاء تعاملات اجتماعی در میان ساکنان محله مسکونی» عوامل مؤثر بر ارتقاء تعاملات اجتماعی به دسته «ساختار اجتماعی - سیاسی شهر»، «ساختار کالبدی - فضایی» و «عامل روانی - اجتماعی استفاده کنندگان از فضا تقسیم شده است. مدل استخراج شده در این پژوهش بیانگر آن است که ساختار اجتماعی - سیاسی شهر و زیر فاکتوره ای آن با ۰/۲۹، ساختار کالبدی - فضایی با ۰/۳۴، حالات روحی - روانی استفاده‌کنندگان از فضا و زیر فاکتوره‌های آن با ۰/۳۲ در ارتقاء تعاملات اجتماعی افراد مؤثر است.

مبانی نظری تحقیق

بررسی اسناد موجود درباره سوابق مطالعات

بررسی اسناد موجود درباره سوابق مطالعات



نمودار ۲. فواصل مربوط به ارتباطات اجتماعی؛ ماخذ: جهدی و کلانتری، ۱۳۹۲، ص ۶.

رفتارشناسی و سرزندگی محیطی در حوزه شهری و معماری، به این نتیجه منجر شد که به جز مطالعات محدود در داخل کشور که شامل موارد ترجمه و تألیف در حوزه نظری این بحث می‌باشد و سعی در معرفی و تبیین مبانی نظری برای علاقه‌مندان داخلی داشته است، اکثر این مطالعات از بدو پیدایش

بیشتر در کشورهای غربی و توسعه یافته انجام شده است که در ادامه به آن‌ها اشاره خواهد شد.

تجارب ادوارد هال

«ادوارد تی. هال» انسان‌شناس آمریکایی تا کنون چندین کتاب را در زمینه‌های تخصصی خود منتشر کرده است که بی‌شک مهم‌ترین و تأثیرگذارترین اثر او در شهرسازی، کتاب بعد پنهان (۱۳۸۷) می‌باشد. در مجموع این کتاب بر ۴ مؤلفه تأکید دارد: (الف) رفتار فضایی، (ب) فضای شخصی (خصوصی)، (ج) معماری و جنبه‌های روانشناسی و (د) شهرسازی و جنبه‌های روانشناسی. این کتاب از اولین کتاب‌هایی است که در دهه ۱۹۶۰ میلادی در مورد رفتارهای انسانی، عکس‌العمل‌های او و چگونگی بهتر طراحی کردن فضاها بر طبق میل استفاده‌کنندگان، به تحقیق و بررسی پرداخته است. محور اصلی مطالعه هال، درک انسان از فضای شخصی و اجتماعی اوست که نویسنده از آن با عنوان همجواری‌ها یاد می‌کند. در اصلی‌ترین فصل کتاب هال با نام «فواصل در

کلانتری، ۱۳۹۲، ص ۵).
 ۱. فاصله خصوصی یا صمیمی (۳۰-۴۵ سانتی‌متر): در این فاصله حضور فرد دیگر با داده‌های حسی بالا تردیدناپذیر است. در واقع با حضور فرد دیگر در این فاصله احساسات شما برانگیخته خواهد شد.
 ۲. فاصله شخصی (۱۲۰ سانتی‌متر): فاصله ثابتی است که اعضای گونه‌های غیرتماسی را از هم جدا می‌کند. در واقع محیط کوچکی که یک موجود زنده بین خود و دیگر موجودات نگه می‌دارد.
 ۳. فاصله اجتماعی (۳۶۰ سانتی‌متر): نمی‌توان انتظار تماس با فرد دیگری را در این فاصله داشت. در واقع شخص از لحاظ اجتماعی آنقدر از اطرافیان فاصله دارد که آن‌ها اجازه تماس فیزیکی با او را در این فاصله به خود نمی‌دهند.
 ۴. فاصله عمومی (۳۶۰ سانتی‌متر به بالا): این فاصله به‌طور کامل بیرون از دایره برخورد افراد است. هال در این مطالعه به این نتیجه می‌رسد که بحران فعلی شهرها ناشی از ناآگاهی نسبت به ابعاد پنهان وجود انسان است؛ بنابراین برای جلوگیری از تداخل



شکل ۱. فیلمبرداری گوشه‌های مهم خیابان‌ها توسط دوربین‌های مخفی؛ ماخذ: H. Whyte, ۲۰۰۹: ۵.

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۳۵۷

می‌کرد. سپس الگوی فعالیت هر فرد را از لحظه ورود به فضا تا لحظه خروج از فضا بر روی نقشه ثبت می‌کرد و اینکار را برای هر فرد تکرار می‌کرد. در واقع او می‌کوشید به یاری این روش دریابد که چه چیز مردم را بر می‌انگیزد، چه چیز آن‌ها را آزار می‌دهد و چگونه آن‌ها با اندک تغییرات محیط شهری متأثر می‌شوند.

به گفته وایت الگوی همانندی که گروه تحقیق در این مشاهده‌ها بدست آورد و می‌شود آن را به بیشتر فضاهای همگانی تعمیم داد، این بود که آنچه بیش از همه مردم را به سوی خود می‌کشد، حضور آدم‌های دیگر است. وایت در طراحی یک مکان، به طراحی از پایین به بالا معتقد بود؛ به این معنی که کار را می‌باید از فهم روشی که مردم از فضاها استفاده می‌کنند آغاز نمود. او همواره تأکید می‌کرد که مردم با پاهای خود رأی می‌دهند و در واقع آن‌ها از فضاهایی استفاده می‌کنند که در آن آسوده باشد و از فضاهایی که چنین نباشد، می‌گریزند (جهدی و کلانتری، ۱۳۹۲، ص ۹).

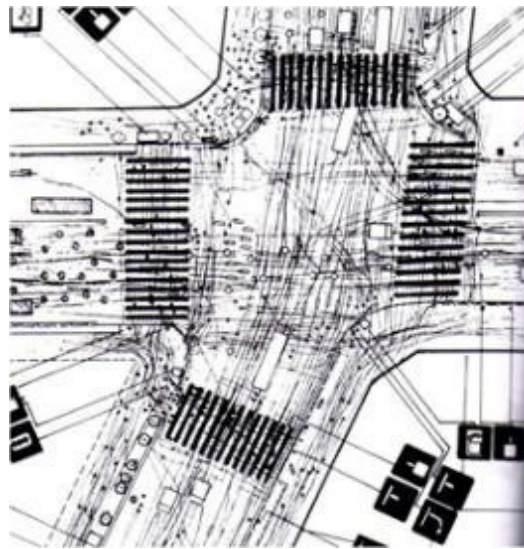
تجارب یان گل

یان گل معمار و شهرساز دانمارکی در سال ۱۹۳۶ در شهر کپنهاگ متولد شد. وی در سال ۱۹۶۶، از

فواصل در انسان‌ها و جلوگیری از آشوب و هرج و مرج نیاز به برنامه است. نکات حیاتی و ضروری در برنامه‌ریزی از نظر او شامل موارد زیر است: توجه به مقیاس انسانی، استفاده سازنده از گروه‌های قومی و توجه به ادبیات هر فرهنگ، توجه به فضاهای باز بیرونی و در دسترس، حفظ ساختمان‌های مفید و ارضاء کننده

تجارب ویلیام وایت

ویلیام اچ (هولی) وایت استاد فضاهای عمومی، مطالعات خود در زمینه طراحی و برنامه‌ریزی فضاهای شهری را با پیش‌نویس طرح جامع کمیسیون برنامه‌ریزی شهر نیویورک آغاز کرد. او در این طرح، علل موفقیت ۱۶ میدان، ۳ پارک کوچک و تعدادی فضاهای خرده‌ریز را در جذب مردم مورد بررسی قرار داد. بعدها وایت مطالعه دیگری را با همین مضمون با عنوان زندگی اجتماعی در فضاهای کوچک شهری (۱۹۸۰) انجام داد و مهم‌ترین یافته‌های خود را در این اثر منتشر کرد. وایت از فیلم ۱۶ میلی‌متری برای ثبت رخداد‌های روزانه در مکان‌های همگانی مانند پارک‌ها، جلوی مغازه‌ها و پیاده‌روها سود می‌جست. وایت الگوهای فعالیت روزانه مردم را از ساعت ۸ صبح تا ۶ بعدازظهر ضبط



شکل ۲ (سمت راست) نمونه‌ای از نقشه‌های ثبت الگوهای رفتاری در فضاهای مورد مطالعه؛ ماخذ: بحرینی، ۱۳۸۴؛ نمودار ۲ سمت چپ. سلسله‌مراتب نیازهای مازلو؛ ماخذ: گلرخ، ۱۳۹۱، ص ۷۲.

۱۳۸۷) نظریه‌ای مبنی بر تقسیم‌بندی فعالیت‌های انسان در فضای شهری به شرح زیر ارائه کرده است: الف) فعالیت‌های ضروری، اجباری (تحت همه شرایط)، ب) فعالیت‌های انتخابی، اختیاری (تنها تحت شرایط مطلوب)، و ج) فعالیت‌های اجتماعی. **تجارب بحرینی**

دکتر سید حسین بحرینی در کتاب خود با عنوان «تحلیل فضاهای شهری در رابطه با الگوهای رفتاری استفاده‌کنندگان و ضوابطی برای طراحی» (۱۳۸۴) به معرفی روشی پرداخته است که با استفاده از آن می‌توان تنگناهای موجود در فرآیند طراحی شهری را در چارچوب خصوصیات رفتاری-فرهنگی جوامع برطرف نمود و ایجاد فضاهای معنی‌دار شهری را امکان‌پذیر ساخت. کتاب تحلیل فضاهای شهری بر اساس نتایج و دستاوردهای تحقیقی بین سال‌های ۱۳۶۴ تا ۱۳۶۶ تدوین یافته و پس از بیان مسئله، اهمیت و هدف از مطالعه، به سابقه استفاده از روش‌های تحلیلی در طراحی شهری می‌پردازد. بخش‌های دیگر کتاب شامل تحلیل فضایی، اثبات فرضیه و تفسیر نتایج از دید طراحی شهری، ضوابط و ایده‌های کلی طراحی، مسائل خاص هر فضا و

مدرسه معماری آکادمی سلطنتی هنرهای زیبای دانمارک، بررسی ۵ ساله به منظور پژوهش و مطالعه بر روی فضاهای عمومی و جمعی دریافت کرد که حاصل کار، کتاب زندگی در فضای میان ساختمان‌ها بود. نظریات او بر وجه انسانی معماری و همچنین تعامل میان معماری و برنامه‌ریزی با جامعه‌شناسی و روانشناسی تأکید دارد (پاکزاد، ۱۳۸۶، ص ۴۳۳). یان گل از نخستین کسانی است که یادآوری می‌نماید: «در جامعه‌ای که بواسطه خانه‌های شخصی، خودرو، رایانه، دفاتر و کانون‌های خرید، چنین شتاب‌زده خصوصی‌سازی می‌شود، باورهای همگانی زندگی، در حال ناپدید شدن هستند. از اینرو کمک به دعوت‌کننده شدن شهر، به گونه‌ای که بتوانیم با هم‌شهری‌هایمان چهره به چهره دیدار کنیم و به‌طور مستقیم از راه حواسمان به تجربه‌اندوزی بپردازیم، هر روز اهمیت بیشتری می‌یابد. زندگی همگانی در فضای همگانی با کیفیت، بخش مهمی از یک زندگی کامل است. بر این پایه از نظر او در دنیای امروزی، تنها آنگونه از معماری که مقیاس و تعامل انسانی را در نظر دارد، موفق خواهد بود.» او در کتاب خود با نام زندگی در فضای میان ساختمان‌ها (گل،

ایده‌های طراحی برای نمونه میدان‌ها و خیابان‌های مورد مطالعه در تهران می‌شود. در پایان کتاب نیز منابع مفید برای مطالعه بیشتر معرفی شده و علاوه بر آن نقشه‌های متعدد در زمینه الگوهای رفتاری در فضاهای مطالعه شده به پیوست آمده است. در بخشی از مقدمه این کتاب آمده است: «طراحی فضاهای شهری مسئله‌ای است که متخصصین امر در مورد چگونگی انجام آن اتفاق نظر کامل ندارند و هر یک بر اساس تخصص خود به آن می‌نگرند. اما در این مطالعه نقطه‌نظر جدیدی ارائه می‌شود. به این ترتیب که فضاهای شهری در رابطه با رفتارهای استفاده‌کنندگان از آن فضاها بررسی می‌گردد تا به این نحو طراحی فضاها بتواند مبنا و منطق قابل دفاع مستدلی پیدا کند.»

تجارب عباس‌زادگان

از دیگر مطالعات محیطی - رفتاری انجام شده در کشور می‌توان به مطالعات دکتر مصطفی عباس‌زادگان اشاره کرد. ایشان در مقاله‌ای با عنوان «استراتژی‌های پژوهش در طراحی شهری؛ نمونه‌های موردی در ایران» (عباس‌زادگان، ۱۳۸۶) در موضوع مطالعات محیطی، رفتاری اینچنین می‌نویسند: روش‌های مطالعه ادراک محیط، نحوه دریافت، تفسیر و درک محیط شهری را به‌عنوان لایه پنهان و معنایی فضاهای شهری برای شهروندان ممکن می‌کند و در ادامه با این فرضیه در نحوه درک فضا بر رفتار تأثیر می‌گذارد و پژوهشگران را به طرف مطالعه رفتار در فضا رهنمون می‌شود. مطالعه رفتار استفاده‌کنندگان در فضاهای شهری و بهره‌گیری از آن برای استخراج احکام طراحی لایه‌ای از مطالعات انسان، محیط است که دیرزمانی مورد توجه طراحان شهری است. او معتقد است که مطالعات محیطی، رفتاری در دو سطح قابل بررسی و انجام است. در سطح اول با بهره‌گیری از روش مشاهده استفاده‌کنندگان، الگوهای رفتاری مردم در فضا و ارتباط آن با ویژگی‌های فضا تجزیه و تحلیل شده و در نهایت پیشنهادهای طراحان در پاسخگویی

به نیازهای رفتاری مردم ارائه می‌شود. از این نوع مطالعات در شرایطی می‌توان بهره برد که هدف مطالعه و طراحی فضاهای منفرد است. در شرایطی که هدف مطالعه و طراحی فضاهای شهری مرتبط با یکدیگر می‌باشد و روابط متقابل فضاها با یکدیگر سناریویی از رفتارها را تشویق می‌کند بهره‌گیری از روش چیدمان فضا (سطح دوم) توصیه می‌گردد. ایشان در همین مقاله به معرفی پروژه «طراحی پیش‌فضاهای ورودی به حرم مطهر حضرت امام رضا(ع)»، به عنوان مثالی برای سطح اول و «مطالعه چیدمان فضایی بافت تاریخی شهر سمنان»، به عنوان مثالی برای سطح دوم این مطالعات پرداخته‌اند.

رفتارشناسی و محیط‌های عمومی

هر فرد تعدادی نیازهای ذاتی دارد که فعال‌کننده و هدایت‌کننده رفتارهای اوست. این نیازها غریزی هستند، یعنی ما با آن‌ها به دنیا می‌آییم، اما رفتارهایی که ما برای ارضای این نیازها بکار می‌بریم ذاتی نیستند، بلکه آموختنی هستند و از اینرو افراد در انجام این رفتارها و نحوه ارضای این انگیزه‌ها تفاوت‌های زیادی پیدا کنند (پاکزاد، ۱۳۸۸، ص ۳۲). بر اساس هرم نیازهای انسانی مازلو احتیاجات افراد به دو گروه تقسیم می‌شود. دسته نخست نیازهای مادی و جسمانی است که در صورت ارضای این دسته، طیف دیگری از نیازها مطرح می‌شود که به بعد روحی و روانی زندگی انسان باز می‌گردد. بر این اساس یکی از نیازهای انسان (از جمله شهروندان) نیاز به برقراری تعاملات و روابط اجتماعی است. بدین ترتیب از تعاملات و روابط اجتماعی هم به عنوان یک نیاز فطری و هم وسیله‌ای برای ارضای نیازهای دیگر نام برده می‌شود. هرگاه عملی از شخصی سرزند که با پاسخی از سوی فرد دیگر همراه باشد، اصطلاحاً به این عمل متقابل دو سویه، تعامل اجتماعی یا کنش متقابل اجتماعی گفته می‌شود. در این صورت میان این دو شخص، یک رابطه اجتماعی برقرار می‌شود



(عباسزاده، ۱۳۹۱، ص ۵). برای ارضای این نیازها، طبق نظر مازلو، انگیزش‌های انسان باید مورد توجه خاص قرار گیرد. این انگیزش‌ها می‌توانند مادی و یا معنوی باشند و با تغییر در این انگیزش‌ها است که ناگهان شکل‌ها و قابلیت‌های محیط معنا می‌یابند و یا معنای خود را از دست داده به نابودی می‌گریند. در مدل مازلو توجه تنها به نیازهای پست بدلیل تنزل مقام انسان نکوهش شده است و شناخت انسان سالم را از طریق توجه به نیازهای عالی او امکان‌پذیر می‌داند. مدل ارائه شده در روانشناسی انسان‌گرای مازلو و تعمیم دادن آن بر رفتارهای انسان در فضاهای معماری و شهری می‌تواند سازوکار مناسبی برای تجزیه و تحلیل تعامل و ارتباط انسان و محیط ساخته شده بدست دهد. این مدل به معماران و طراحان شهری کمک می‌کند تا به علل شکل‌گیری مجتمع‌های زیستی و فضاهای معماری در ارتباط با نیازهای انسان توجه نمایند (مطلبی، ۱۳۸۰، ص ۶۲). محیط پیرامون ما سرشار از اطلاعات بالقوه (واقعیت) است. ما ابتدا متناسب با توانایی‌های جسمی و روانی خود، بخشی از این واقعیت را به صورت یک عینیت (اطلاعات بالفعل) ادراک می‌کنیم. سپس قضاوت‌هایی را براساس ادراک خود سازماندهی می‌کنیم و بر اساس این قضاوت‌ها، ذهنیتی از محیط برای خود می‌سازیم. این ذهنیت عوامل پایه‌ای در رفتار ما هستند (پاکزاد و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۴۵). محیط دور و بر تاثیر عمیقی بر کارهای ما دارد. خلق، عملکرد کاری و حتی سلامت جسمی ما تحت تاثیر درونداد حسی است که دائماً از این محیط دریافت می‌کنیم (مک اندرو، ۱۳۹۲، ص ۷۱).

مدل لنگ: نیازهای انسانی

محیط در تعریف جان لنگ شامل محتوای زمینی، جاندار، اجتماعی و فرهنگی است. هر کدام از این محیط‌ها زندگی مردم و ماهیت نگرش‌های آن‌ها را به محیط ساخته شده و انتظارات آن‌ها را از کار طراحان تحت تاثیر قرار می‌دهد. آنچه معماران

خلق می‌کنند محیط بالقوه‌ای است برای رفتار انسان، و آنچه شخص استفاده و تحسین می‌کند، محیط موثر بر اوست (Lang, 1961: 85). او بر این باور است که برای ساختن محیطی که نیازهای انسان را برآورده سازد، نخست باید ماهیت مسائل طراحی را شناخت، در واقع معماران و طراحان شهر به مدلی از نیازهای انسان محتاج هستند که پیچیدگی‌های رفتار آدمی را به گونه‌ای نظام‌وار توضیح دهد. مدلی که لنگ برای نیازهای انسانی در نظر می‌گیرد همان مدل ابراهام مازلو است که لنگ آن را جامع‌ترین مدل از سلسله مراتب نیازهای انسان می‌خواند. به باور او محیط ساخته شده اگر به گونه‌ای درخور شکل بگیرد، می‌تواند جنبه‌هایی از نیازهای انسان، مانند بقا، امنیت، تعلق، عزت، یادگیری و زیبایی‌شناسی را برآورده سازد (پاکزاد، ۱۳۸۸، ص ۵۳۷). مطابق دیدگاه لنگ دو نمونه از مدل‌های نیازهای انسانی برای تبیین قابلیت‌های انسانی محیط ساخته شده مورد استفاده طراحان محیط قرار گرفته است: مدل مقیاس احساسات اصلی در رقابت الکساندر لیتون (۱۹۵۹) و سلسله مراتب نیازهای انسانی ابراهام مازلو (۱۹۵۴ و ۱۹۴۳): امنیت فیزیکی، ارضای جنسی، ابراز دشمنی، ابراز عشق، حفظ علائق شخصی، شناسایی شدن، بیان خودانگیختگی، تشخیص جایگاه خود و دیگران در جامعه، حفظ و مراقبت از عضویت در گروهی معین، تعلق به یک نظم معنوی.

بعضی از این نیازها با قابلیت‌های ابزاری محیط مرتبط‌اند (مثل امنیت و بیان خود انگیختگی) و بعضی دیگر در سطح قابلیت‌های نمادین محیط (مثل شناسایی و عضویت) مطرح هستند. این نیازها هم پیچیده‌اند و هم نظم و دسته‌بندی روشنی ندارند. از دیدگاه لنگ نیازهای یاد شده در چارچوب راهکارهای طراحی محیط قابل پاسخگویی است. طبقه بندی این راهکارها که هر کدام برای برآوردن نوع خاصی از نیازهای انسانی هستند، در جدول زیر قابل مشاهده است:

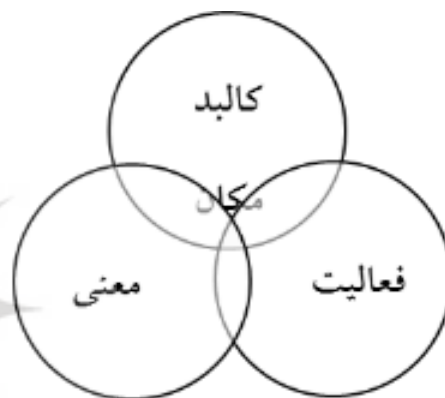
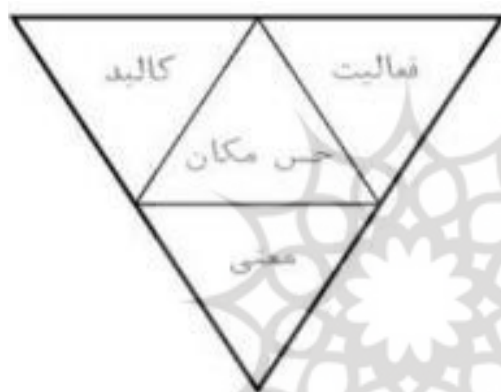
جدول ۱. نیازهای انسانی و راهکارهای طراحی جهت برآوردن آن‌ها بر اساس مدل لنگ؛ ماخذ: گلکار، ۱۳۷۹، ص ۲۹.

نیاز	راهکار طراحی
فیزیولوژیک	کیفیت مسکن، تسهیلات و تجهیزات کافی، آسایش (دما، آفتاب، باران، تنظیم شرایط اقلیم خرد) و حفظ تعادل بوم‌شناسی محل
ایمنی	کیفیت ایمنی معابر، امکان نظارت و مراقبت، نفوذپذیری و قابلیت دسترسی و انعطاف‌پذیری فضاهای مسکونی
احساس تعلق	تامین تسهیلات اجتماعی، تقویت حس مکان، هویت، خوانایی، تناسب بصری
عزت نفس	کیفیت و چگونگی «مالکیت» اراضی و مستحدثات، ایجاد حس فردیت و تعلق داشتن به مکان و گروه خاص
خودشکوفایی	شخصی‌سازی فضا و رعایت اصل تنوع در طراحی
شناختی و زیباشناختی	تامین امکان فعالیت‌های فرهنگی-تفریحی توسط طراحی شهری، خلق مناظر شهری و طبیعی خوب و ایجاد غنا در کیفیات محیطی.

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۳۶۱



نمودار ۴. حس مکان جان پانتز-۱۹۹۱ ماخذ: گلکار، ۱۳۷۹، ص ۳۲.

نمودار ۳. مولفه‌های سه گانه کیفیت طراحی محیط‌های مسکونی در مدل کانتر؛ ماخذ: گلکار، ۱۳۷۹، ص ۳۱.

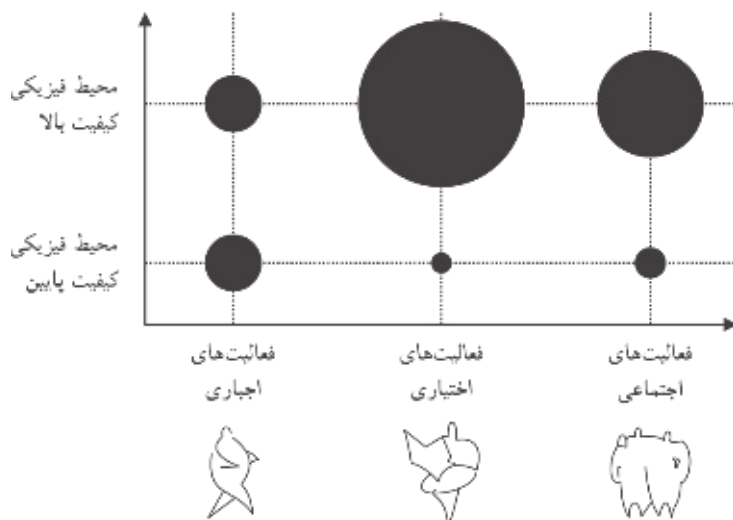
بر سه گانه بودن مولفه‌های دخیل در خلق حس مکان دلالت دارد، می‌توان از روایت‌های فرعی مدل کانتر دانست. بر اساس مدل جان پانتز سه مولفه «کالبد»، «فعالیت» و «معنی» در خلق حس مکان دخیل می‌باشند که به نحو قابل ملاحظه‌ای با سه مولفه‌ی پیشنهادی کانتر تشابه دارند (گلکار، ۱۳۷۹، ص ۳۱). بر اساس مدل پانتز سه مولفه «کالبد»، «فعالیت» و «معنی» در خلق حس مکان دخیل هستند که به نحو قابل ملاحظه‌ای با سه مولفه پیشنهادی کانتر یعنی «کالبد»، «فعالیت» و «تصورات» تشابه دارند (همان: ۳۲).

فعالیت در فضاهای عمومی

هر فرد دارای تعدادی نیازهای ذاتی است که

مدل کانتر: مولفه‌های مکان

مدل مشهور «دیوید کانتر» از پیشگامان مطالعات ادراکی معماری و طراحی شهری، را می‌توان از دیگر چارچوب‌های نظری که قادر به تبیین مولفه‌های کیفیت طراحی محیط‌های مسکونی شهری است، محسوب نمود. بر اساس مدل مزبور که به مدل مکان شهرت دارد، محیط مسکونی شهری به مثابه یک مکان متشکل از سه بعد در هم تنیده‌ی «کالبد»، «فعالیت‌ها» و «تصورات» است. جذابیت و کارایی مدل کانتر باعث شده است که تا دیگر صاحب نظران طراحی شهری نیز با الهام یا اقتباس از آن روایت‌های متنوعی از این مدل ارائه دهند. به عنوان مثال مدل «حس مکان» جان پانتز را که



نمودار ۵. دسته‌بندی فعالیت‌ها بر اساس نظر یان گل؛ ماخذ: گل، ۱۳۸۷، ص ۵.

فعال کننده و هدایت کننده رفتارهای اوست. به تمامی افعال انسانی که در راستای برآوردن یکی از نیازهای او انجام می‌گیرد، فعالیت گفته می‌شود. علی‌رغم تنوع زیاد رفتارهای انسانی، می‌توان آن‌ها را از طریق تشابه در جنبه فیزیکی آن‌ها یا اشتراک برآوردن نیاز، در بسته‌های کوچکتری دسته‌بندی کرد و به آن نام یک فعالیت خاص را داد (پاکزاد، ۱۳۸۸، ص ۴۱). تعامل میان فضا و فعالیت را در سه زمینه به شرح زیر می‌توان مورد بررسی قرار داد:

۱. بستر فضایی مورد نیاز یک فعالیت: هر فعالیت فضای مناسب خود را می‌طلبد. به‌عنوان مثال فعالیتی مانند ایستادن یا نشستن، بیشتر در امتداد لبه‌ها، جایی که از یک طرف فرد احساس حمایت (امنیت) می‌کند، اتفاق می‌افتند. در عین حال لبه‌ها، دید خوبی نسبت به سایر فعالیت‌های جاری در کل فضا ایجاد می‌کند.

۲. تأثیر فضا بر وقوع یا عدم وقوع انواع فعالیت: فضاهای سرزنده و فضاهایی با تنوع و تکرار فعالیت‌های گوناگون، انسان‌ها را ترغیب به استفاده از فضا و فعالیت در آن می‌کند.

۳. اثر فعالیت بر کیفیت‌های فضا و حالتی که فضا در برابر فعالیت اتخاذ می‌کند: فضا در رابطه با فعالیت می‌تواند حالت‌های مختلفی به خود بگیرد. مانند

تجمع یا پراکندگی، تلفیق یا تفکیک، باز و بسته بودن. به‌عنوان مثال در بحث تجمع یا پراکندگی، فضا می‌تواند باعث تجمع فعالیت‌های مختلف گردد از طریق تمهیداتی مانند حذف فضاهای خالی بلا استفاده، جانمایی واحدهای فضایی فعال در محل حضور مردم و... (فضاهای چندعملکردی) (جهدی، ۱۳۹۲، ص ۱۷).

«یان گل» در کتاب زندگی در فضای میان ساختمان‌ها معتقد است که از طریق طراحی محیطی و با توجه به برخی از محدودیت‌های منطق‌های، اقلیمی و اجتماعی می‌توان بر تعداد استفاده‌کنندگان از محیط، بر دوام عملکردها و نحوه گسترش آن‌ها در محیط تأثیر گذاشت. وی فعالیت‌های بیرونی در فضاهای باز میانی را به سه دسته تقسیم می‌کند:

۱. فعالیت‌های ضروری: عملکردهای کمابیش اجباری- مانند رفتن به مدرسه و یا کار، خرید، انتظار برای اتوبوس هستند. به دلیل اینکه استفاده‌کنندگان حق انتخاب دیگری ندارند، این نوع عملکردها کم‌تر تحت تأثیر محیط فیزیکی قرار می‌گیرند.

۲. فعالیت‌های انتخابی: این نوع فعالیت‌ها در صورتی که زمان و مکان و شرایط اقلیمی و بستر محیط اجازه دهد به شکل داوطلبانه صورت می‌گیرد

مانند قدم زدن برای استفاده از هوای پاک، تماشای رهگذران و غیره).

۳. فعالیت‌های اجتماعی: وقوع این فعالیت‌ها به حضور دیگران در فضای عمومی بستگی دارد (سلام کردن، گفت‌وگو با آن‌ها، فعالیت‌های عمومی، تماس‌های غیرارادی (منفعلانه) همچون دیدن و شنیدن صدای مردم (این بدین معناست که این نوع فعالیت‌ها بدون برنامه قبلی شکل می‌گیرند و به دنبال حضور مردم در یک مکان و در یک زمان صورت می‌گیرند. این نوع فعالیت‌ها هر زمان که وقوع آن‌ها ضروری به نظر برسد می‌توانند حمایت شوند و برای وقوع فعالیت‌های انتخابی می‌توان شرایط محیطی بهتری به وجود آورد (گل، ۱۳۸۷، صص ۷-۳).

روانشناسی محیطی و تعاملات اجتماعی در فضاهای عمومی

روانشناسان محیطی نظریه‌های گوناگونی را در ارتباط با تأثیر محیط بر انسان و چگونگی ارتباط و تعامل بین محیط کالبدی و تجربه انسان از آن خلق کرده‌اند، به عبارت دیگر یکی از مهم‌ترین مباحث در تئوری‌های محیطی نقش محیط در شکل‌دهی به رفتار انسان یا اصطلاحاً معینگری محیطی است که می‌تواند در سطوح مختلف مورد بررسی قرار گیرد. «معینگری معماری» و یا به تعبیری جامع‌تر معینگری کالبدی در یک تعریف ساده عبارت است از این معنا که با ایجاد دگرگونی‌ها در عناصر معماری محیط و یا توانش‌های آن می‌توان رفتار آدمی را به‌ویژه در سطح رفتارهای اجتماعی دگرگون ساخت (مطلبی، ۱۳۸۰، ص ۵۹). به‌طور کلی در مورد رابطه محیط و رفتار، چهار موضع‌گیری نظری قابل تشخیص است: رویکرد اختیاری، رویکرد جبری، رویکرد امکان‌گرا و رویکرد احتمال‌گرا. رویکرد اختیاری معتقد است که محیط هیچ اثری بر رفتار انسان ندارد. با توجه به اینکه برای رفتار انسان محدودیت‌های جدی مثل بعضی از ویژگی‌های زیست‌شناختی وجود دارد، رویکرد اختیاری غیرقابل

دفاع است (لنگ، ۱۳۸۸، ص ۱۱۴). تعامل اجتماعی به معنای ایجاد رابطه بین دو نفر یا بیشتر است که منجر به واکنشی میان آن‌ها شود و این نوع واکنش برای هر دو طرف شناخته شده است. بنابراین روابط بدون معنا در زمره این تعریف قرار نمی‌گیرند. البته تعاریف دیگری نیز برای تعاملات اجتماعی وجود دارد به عنوان نمونه، تعامل اجتماعی و برقراری ارتباط، می‌تواند یک موضوع فیزیکی، یک نگاه، یک مکالمه و ارتباط بین افراد باشد که خود مستلزم تعریف رویدادها و فعالیت‌های متناسب و در نتیجه نقش‌پذیری مردم در فضا و عضویت آن‌ها در گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی است (دانشپور و چرخچیان، ۱۳۸۶، ص ۲۲). برای تداوم حیات زندگی اجتماعی بشر و رشد فرهنگ اجتماعات انسانی ما ناگزیر از ارتباطات کلامی و چهره‌به‌چهره هستیم و چون این اتفاقات در فضاهای ساخته شده کالبدی رخ می‌دهد. محیط ساخته شده را می‌توان ظرف مکانی مستعد نام برد که پر است از موقعیت‌های مختلف و متنوع جهت بروز و باور شدن رفتارهای اجتماعی. زمانی می‌توان به موفقیت یک طرح محیط مکانی ساخته شده امیدوار بود که از میزان انطباق کامل آن با نیازهای آدمی مطمئن شد. برای توضیح مطلوب بودن تعاملات اجتماعی دلایل زیادی وجود دارد. اصلی‌ترین دلیل این است که رابطه متقابل اجتماعی برای پاسخ به نیازهای انسان به پیوندجویی و احساس تعلق به مکان یک ضرورت است هر فرصتی برای دست یافتن به چنین منظوری مثبت ارزیابی شده است. دلیل دیگر این است که فعالیت‌هایی چون تعامل با دیگران و مشاهده فعالیت‌های مردم با وجود آوردن زمینه‌های اجتماعی شدن و اجتماع‌پذیری به رشد فردی انسان کمک می‌کند (فرهادی، ۱۳۹۳ و شهبازی و همکاران ۱۳۹۲: ۳ به نقل از لنگ، ۱۳۸۳). درک رابطه بین جامعه و محیط در طراحی شهری کلیدی می‌باشد. اولین ایده‌ای که باید مدنظر قرارگیرد، اصل قطعیت معماری بر

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۳۶۳

جدول ۲. انواع سرزندگی شهروندان از نظر لاندردی؛ ماخذ: Landry, ۲۰۰۰: ۴

<p>سرزندگی اقتصادی: توسط سطوح اشتغال، درآمد خالص و استانداردهای زندگی مردم در یک منطقه تحت بررسی، شمار سالانه گردشگران، عملکرد خرده فروشی‌ها، ارزش زمین و دارائی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.</p>	<p style="text-align: center;">سرزندگی: سطوح فعالیت، استفاده و مشارکت، تعاملات، ارتباطات، مبادلات و معاملات سطوح نمایش (چگونگی تظاهر فعالیتها و تعاملات در جهان بیرونی)</p>
<p>سرزندگی اجتماعی: به وسیله سطوح فعالیتها و تعاملات اجتماعی به علاوه ماهیت ارتباطات اجتماعی سنجیده میشود. یک شهر سرزنده و زیست‌پذیر به لحاظ اجتماعی می‌تواند به واسطه سطوح پایین محرومیت، پیوستگی اجتماعی قوی، ارتباطات خوب و پویایی میان لایه‌های اجتماعی، روحیه جمعی و دامنه وسیعی از شیوه‌های زندگی روابط موزون یک جامعه شهری با طراوت توصیف می‌گردد.</p>	
<p>سرزندگی و زیست‌پذیری فرهنگی: در برگزیده بقاء، احترام و تجلیل از شهر و مردمانش، هویت، خاطرات، سنت، جشن‌های اجتماعی، تولید، توزیع و مصرف محصولات دست بشر و نشانه‌هایی که بیانگر ماهیت متمایز شهر می‌باشد، است.</p>	
<p>سرزندگی و زیست‌پذیری محیطی: دو جنبه را دربرمیگیرد. اول پایداری اکولوژیکی که در رابطه با متغیرهایی نظیر آلودگی هوا و صوت، دفع مواد زائد و فاضلاب، انبوهی ترافیک و فضاهای سبز قرار دارد و جنبه دوم، طراحی است که متغیرهایی مانند خوانایی، حس مکان، تمایز معمارانه، اتصال و ارتباط بخش‌های مختلف شهر، کیفیت روشنایی و این که محیط شهری تا چه حد دوستانه، امن و به لحاظ روانشناسی نزدی کشدنی است را دربرمیگیرد.</p>	

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۳۶۴

- محیط است که بیان می‌دارد محیط فیزیکی تاثیر تعیین کننده‌ای بر رفتار انسانی دارد. با نفی عامل بودن انسان‌ها، منفعل نمی‌باشند. مردم بر محیط خود اثر می‌گذارند و آن را تغییر می‌دهند، همان طوری که فضا بر آنها تاثیر می‌گذارد و آن را تغییر می‌دهد. بنابراین این یک پروسه دوطرفه است (کرمونا و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۲۱۲) و قابلیت ایجاد ارتباط چهره به چهره سبب شده است که اصولاً فضاهای شهری به عنوان ظرفی برای شکل‌گیری سرمایه اجتماعی و توجه به ارتقای کیفیت آن‌ها به صورت یکی از مهمترین اهداف دانش طراحی شهری در دوران معاصر مطرح شود (راست بین و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۳۶).
- انواع تعاملات عبارتند از: با توجه به ابعاد وجودی انسان به طور کلی نوع تعاملات قالب در هر جامعه در سطح فردی و خرد را به چهار سطح رفتاری از لحاظ گرمی (دارای بار عاطفی و اخلاقی) و سردی (خالی از بار عاطفی و ابزاری) و برابر و نابرابری تقسیم شود در این حالت چهار نوع تعامل شکل خواهد گرفت:
۱. تعامل سرد برابر: وارد کردن محرکی منفی از شخص «الف» به شخص «ب» و پاسخ متقابل شخص «ب» به شخص «الف»، مثل تنازع و خصومتی برابر بین دو نفر.
 ۲. تعامل سرد نابرابر: وارد کردن محرک منفی از شخص «الف» به شخص «ب» بدون پاسخ از سوی شخص «ب» مثل تنازع و خصومتی نابرابر بین دو شخص به طوری که یکی از طرفین وارد کننده یک طرفه خصومت و زیان است و طرف دیگر صرفاً دریافت کننده است و توانایی پاسخ متقابل زیان را ندارد.
 ۳. تعامل گرم برابر: اعطای محرک مثبت از جانب «الف» به فرد «ب» و پاسخ متقابل مثبت «ب» به وی. مثل هدیه دادن و هدیه گرفتن متقابل بین دو نفر.
 ۴. تعامل گرم نابرابر: اعطای محرک مثبت از جانب «الف» به فرد «ب» بدون چشم داشتی نسبت به جبران متقابل از جانب شخص «الف» (دوست فرخانی و همکاران، ۱۳۸۷).

موضوع از این جهت مهم است که بین تعامل اجتماعی و دل‌بستگی مردم با محیط‌های اجتماعی و ساخته شده رابطه ای تنگاتنگ وجود دارد. از این جهت در نظریه‌های طراحی محیط اظهار نظرهایی راجع به چگونگی تأثیر طراحی بر تعامل اجتماعی شده است. رابطه میان تعامل اجتماعی و میزان دل‌بستگی و تعلق به طوری است که دل‌بستگی مردم به مناطق مسکونی که در آن همسایگان تعامل اجتماعی زیاد دارند بیشتر است از این رو مهاجرت‌ها کمترند، شاید به این دلیل که وظایف و التزامات اجتماعی روشن‌تر، حمایت مردم از یکدیگر بیشتر و از خودبیگانگی کمتر است (همان به نقل از Fried, ۱۹۶۳).

سرزندگی و تعاملات اجتماعی در فضاهای عمومی

در مطالعه‌ای که بر روی بیش از هزار فضای عمومی شهری در کشورهای مختلف جهان صورت گرفته است، نشان داده شده است که چهار عامل اساسی در سنجش مطلوبیت کیفی وضعیت فضاهای عمومی شهری از اهمیت بیشتری برخوردارند. این عوامل عبارتند از: دسترسی و به هم پیوستگی، آسایش و منظر، کاربری‌ها و فعالیت‌ها و اجتماع‌پذیری (قبران و جعفری، ۱۳۹۳، ص ۹۸). لنگ بیان می‌کند که اگر مردم به تماس اجتماعی نیاز داشته باشند، در هر محیطی زمینه آن را فراهم می‌کنند. رابطه متقابل اجتماعی برای پاسخ به نیازهای انسان به پیوندجویی و احساس تعلق به مکان یک ضرورت است که دلیل بر مطلوب بودن تعامل اجتماعی است. لذا هر فرصتی برای دست یافتن به چنین منظوری مثبت ارزیابی شده است. دلیل دیگر این است که فعالیت‌هایی چون تعامل با دیگران و مشاهده فعالیت‌های مردم، با به وجود آوردن زمینه‌های اجتماعی شدن و اجتماع‌پذیری به رشد فردی انسان کمک می‌کنند (لنگ، ۱۳۸۸، ص ۱۸۷). مردم و فضا یک فرآیند دو طرفه هستند در واقع مردم فضاها را به وجود آورده و تغییر

می‌دهند و فضاها نیز بر مردم تأثیر می‌گذارند. فضای شهری تنها یک مفهوم کالبدی نیست بلکه کنش تعاملات شهروندی و فعالیت‌های شهری را نیز دربر می‌گیرد. یعنی کالبدی از شهر را مجسم می‌کند که مکان برقراری فعالیت‌های شهری یا عرصه بروز تعاملات اجتماعی است به عبارتی شرط اصلی فضاهای عمومی این است که در آن‌ها تعامل و مراد اجتماعی صورت گیرد (راست‌بین و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۴۸). فضای عمومی سرزنده مکانی است که در آن حضور تعداد قابل توجهی از افراد و تنوع آن‌ها (به لحاظ سن و جنس) در گستره زمانی وسیعی از روز که فعالیت‌هایشان عمدتاً به شکل انتخابی یا اجتماعی بروز می‌یابد به چشم می‌خورد. تمام تحقیقات صورت گرفته در زمینه سرزندگی، امنیت و مشارکت و سرمایه اجتماعی شهروندان یکی از مهمترین شاخص‌های آن محسوب می‌شود (پورمحمدی، ۱۳۸۹، ص ۱۲). «چارلز لاندی» سرزندگی را به گونه‌ای متفاوت بررسی نموده که در جدول زیر ارائه شده است:

امروزه توجه صرف به جنبه کمی طراحی و برنامه‌ریزی فضا و نگاه تک بعدی به آن، سبب کاهش کیفیت اغلب فضاهای عمومی شده است. فضاهای عمومی با میزان جذابیت خود و اثرگذاری بر ذهن انسان می‌توانند شادابی و سرزندگی در شهرها و محلات آن را تأمین کنند. «لنارد» فضای عمومی را با تأمین شرایط ذیل سرزنده می‌داند:

- ۱- عرصه عمومی فعالیت‌ها، جشن‌ها و فستیوال‌های بسیاری را به وجود آورد و همه شهروندان را در کنار هم جمع کند.
- ۲- همه شهروندان به هم اعتماد داشته باشند و برای یکدیگر ارزش قائل شوند.
- ۳- باعث گفتگو میان شهروندان شود.
- ۴- چند عملکردی باشد؛ اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... همانند آگورا یونان باستان
- ۵- ملاحظات زیباشناسانه داشته باشد (کلانتری و دیگران، ۱۳۹۱، ص ۷۶).

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۳۶۵

مولفه‌های موثر در تعاملات اجتماعی در فضاهای عمومی

افراد بر اساس منافع خود، ارتباطات اجتماعی را شکل داده و بر اساس توقعات، هنجارها و نقش‌های معین خود، به آن می‌پردازند. بنابراین نحوه حضور فرد در مکان به همراه سایرین، عاملی قوی در تصمیم فرد برای ماندن در آن است. در این راستا حتی ممکن است افراد در جستجوی مکان‌هایی که در آن، افرادی با خصوصیات مشابه آن‌ها به لحاظ طبقه، قوم، مذهب، گروه اقتصادی، الگوی زندگی، تحصیلات، درآمد، نحوه تربیت کودکان و نژاد مشابه حضور دارند، بشناسند. اما با آنکه همگن بودن افراد، مشوق ملاقات و افزایش تعامل با مکان‌های فیزیکی و اجتماعی و در نتیجه ارتقای دلبستگی به آن مکان است، در عین حال مکان‌های اجتماعی غیر همگن نیز فرصتی است تا افراد باهم بودن و تعاملات اجتماعی غنی و آزاد را تجربه کنند (قبران و جعفری، ۱۳۹۳، ص ۵۹). تأمین نیاز انسان به دوست داشتن و در کنار جمع بودن مستلزم وجود یک قرارگاه کالبدی است و فضاهای عمومی شهری بیشترین ظرفیت را در این رابطه دارند. جو آرام، وجود عوامل طبیعی، حریم فضا و کنترل وسایل نقلیه از آنجا که تأمین کننده نیاز انسان به استراحت داشتن می‌باشند. نیاز انسان مبتنی بر تماس مستقیم با محیط بیانگر تجربه مستقیم فضا، مردم و فعالیت‌های اجتماعی چون تعامل با آشنایان، گردهمایی، قدم زدن، بازی، تفریح و در کنار آن ورزش، فعالیت‌های جسمی، امکان رقابت و... می‌باشد که در ایجاد تصویر ذهنی مطلوب افراد از فضا، پویایی و هیجان، کسب تجارب جدید و آموزش محیطی، نقش مستقیم دارد (Whyte, ۱۹۸۰). به منظور افزایش تعامل در یک فضای شهری همان گونه که گفته شد، سه پیش شرط یا مرحله باید اتفاق بی‌افتد: ۱- حضور افراد در فضا ۲- دیدن و دیده شدن ۳- ارتباط چهره به چهره و صحبت کردن. البته رخداد هر مرحله به

دلیل شرایطی می‌باشد که برخی از آنها کالبدی و برخی نیز غیر کالبدی هستند. به عنوان مثال در مرحله اول: عواملی نظیر خوانایی، دسترسی، امنیت، ادراک محیط و تنوع کاربری از عوامل تاثیر گذار می‌باشند (محمدی، ۱۳۹۱ و بنتلی، ۱۳۸۲ و لینچ، ۱۳۸۵) و در مرحله دوم: فرم فضا، تناسبات، مقیاس، نوع اجزا و عناصر فضا و ارتباطات اجزا با هم را می‌توان از عوامل تعیین کننده و تاثیر گذار دانست (هدمن، ۱۳۸۴ و کالن، ۱۳۷۷). اما در مرحله سوم باید به ذکر معیارهایی پرداخته شود تا از طریق بررسی آن‌ها در فضاهای شهری مختلف، درستی یا نادرستی آنها تعیین گردد.

درواقع فضاهای عمومی با دارا بودن ظرفیت‌های بالقوه در مرحله نخست این فرصت برابر را جهت ایجاد و برقراری کنش‌های اجتماعی (ولو شکننده و ناپایدار) در اختیار کلیه شهروندان قرار می‌دهند. در مرحله بعد پس از «انعقاد» اولیه تعامل اجتماعی، تفاوت‌های موجود در سطوح اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی که پدیدآورنده الگوهای رفتاری متنوع است؛ خود زمینه ساز ایجاد روابط اجتماعی منسجم و پایدار خواهند شد (قبران و جعفری، ۱۳۹۳، ص ۵۹). همچنین به طور کلی می‌توان گفت که در فضاهای همگانی، امکان صحبت کردن دو فرد با هم اگر صحبت کاری و یا دیدار دو آشنا نباشد؛ بسیار اندک اتفاق می‌افتد. چرا که امروزه افراد، خصوصاً در کلان‌شهرها به این مسأله باور دارند که نباید در کار دیگران دخالت کنند و با این دیدگاه، فضاهای شهری، به صحنه حضور افراد مختلف در کنار هم اما بدون تعامل، تبدیل شده است. اما همین مردم، اگر در یک مکان و با یک سوژه یا یک مسئله برخورد کنند؛ هر فرد سعی در ارائه نظر خود خواهد داشت و لذا یک بحث و صحبت بین افراد بوجود خواهد آمد که مقدمه ایجاد اعتماد دو سویه و در صورت ادامه، باعث تعامل سازنده خواهد شد (گیدنز، ۱۳۸۴). براین مبنا می‌توان وجود اجزا و یا رویدادهایی که در فضا، موضوع مشترک برای

صحبت کردن را برای افراد فراهم می‌آورند به عنوان عامل (سنجه) مهم دیگر معرفی نمود.

عوامل روانی مؤثر در تعامل اجتماعی

مفاهیم مرتبط با تعامل اجتماعی عبارت است از: تراکم، ازدحام، خلوت، قلمرو، حریم، فضای شخصی. این عوامل روانی در تحلیلی اجتماعی روانشناختی در نحوه تعامل رو در روی افراد و تأثیر محیط فیزیکی بر این تعامل و نیز نحوه بهره‌برداری افراد از محیط برای برقراری اجتماعی تأثیر گذارند. تأمین خلوت از طریق کنترل مزاحمت‌های بصری و صوتی اقدامی لازم ولی ناکافی است. مطالعه رابطه انسان و محیط نشان می‌دهد که احساس خلوت بیشتر با کنترل انسان بر محیط زندگی خصوصی و احساس اختیار در برخورد‌های متقابل اجتماعی بدست می‌آید. ایجاد تعادل میان خلوت و تعامل اجتماعی هم به وسیله مفاهیم کالبدی و هم مفاهیم فرهنگی - اجتماعی که زمینه‌های روانی لازم را ایجاد می‌نمایند میسر است. این تعادل در تعریف خلوت، کنترل قابل انتخاب بر خویشتن و گروه خودی بیان شده است (شهبازی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۴). اجتماع‌پذیری در فضاهای عمومی بر پایه نیاز مردم به حس تعلق اجتماعی و تعامل بایکدیگر قرار دارد و این امر در یک فضای اجتماعی حمایت کننده در کنار آسایش فیزیولوژی، ادعای قلمرو، حس مالکیت و دریافت عدالت در فضا میسر خواهد بود. تعامل اجتماعی و برقراری ارتباط، می‌تواند یک موضوع فیزیکی، یک نگاه، یک مکالمه و ارتباط بین افراد باشد که خود مستلزم تعریف رویدادها و فعالیت‌های متناسب و در نتیجه نقش‌پذیری مردم در فضا و عضویت آنها در گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی است (دانشپور و چرخچیان، ۱۳۸۶، ص ۲۲).

عرصه عمومی به عنوان بستر روابط اجتماعی

فضاهای عمومی فضائی هستند که غریبه‌ها در آن سهیم می‌باشند. مردمی که اقوام، دوستان یا همکار ما نیستند. این فضاها عرصه سیاست، مذهب، داد و ستد، ورزش و فضایی برای همزیستی مسالمت‌آمیز

و برخورد‌های غیرشخصی هستند (مدنی پور، ۱۳۷۹:۱۴۶). فضای عمومی، متعلق به همه افراد، بدون توجه به تفاوت‌های طبقاتی، جنسیت، نژاد، سن و سایر تمایزات فردی و اجتماعی، محل تعاملات اجتماعی افراد و گروه‌های مختلف و نیز بستر شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی می‌باشد. چنان که «الدنبرگ» آن را فضایی که فرد، متعلق به خود می‌داند و در آن احساس راحتی می‌کند، دانسته و به آن واژه فضای سوم، یعنی فضایی در کنار خانه و محل کار اطلاق می‌کند. فضایی که میزبان تجمعات شاد، غیررسمی، داوطلبانه و منظم افراد، می‌باشد (Oldenburg, 1984: 1999). یکی از مهمترین ابعاد فضاهای عمومی ایجاد فرصت‌هایی جهت تعاملات اجتماعی می‌باشد. در این تعاملات مردم رابطه قوی‌تری با محیط و جامعه خود برقرار می‌کنند و حس تعلق خاطر و هویت جمعی در آن‌ها تقویت می‌شود و این امر با شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی و افزایش حس مشارکت جمعی همراه است. در فضای عمومی امکان ارتباط چهره به چهره، گفت و گو، معاشرت‌های دوستانه، گردهمائی‌های مختلف، شرکت در فعالیت‌های اجتماعی و حس تعاون ایجاد می‌شود. انگیزه برای گردهمائی می‌تواند مختلف باشد از گفت و گوی صمیمی دو نفره گرفته تا مقیاس بزرگتر عمومی شامل رسوم‌ها، آئین‌ها، نمایش‌ها، جشن‌ها، رویدادهای ورزشی و... (مدنی پور، ۱۳۸۷، ص ۲۸). مردم برای این به فضاهای همگانی می‌آیند که مردم دیگر را تجربه کنند (بنتلی، ۱۳۸۲، ص ۵۸). تعامل اجتماعی بیش از هر فعالیت دیگری به محیط حساس است. محیط فیزیکی تعامل، چیزی است که «جوزف پی فرگاس» به عنوان بوم از آن یاد می‌کند. او معتقد است اکثر مردم از تأثیر محیط فیزیکی در برخورد‌های خود بی‌خبرند. او به دو جنبه از فضای معماری و تأثیرشان بر تعامل اجتماعی افراد حاضر در فضا اشاره می‌کند:

۱. جنبه ایستایی فضای معماری

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۳۶۷

پاسخده: دستورالعملی برای طراحان شهری» (بنتلی و همکاران، ۱۳۸۲) چاپ شد. در این رویکرد بر نیاز به محیط‌های دموکراتیک‌تر و غنی‌تر که میزان انتخاب‌های موجود را برای مصرف‌کنندگان به حداکثر برساند، تأکید شده بود. به عقیده آن‌ها طراحی مکان بر امکان انتخاب مردم تأثیر می‌گذاشت: جایی که می‌توانستند و نمی‌توانستند بروند؛ طیف مصارف موجود؛ میزان سهولت درک فرصت‌های موجود؛ میزان استفاده از مکان خاص برای مقاصد گوناگون؛ اینکه ظاهر پر تفصیل مکان آن‌ها را از انتخاب‌های موجود آگاه می‌سازد یا نه؛ تجربه حسی مورد پسند آن‌ها؛ تا چه حد می‌توانند مهر خاص خود را بر محیط بزنند.

این رویکرد بر هفت مقوله کلیدی مهم در ایجاد مکان‌های پاسخده متمرکز می‌شد: نفوذپذیری، تنوع، خوانایی، استحکام، تناسبات بصری، غنا و تشخیص (کرمونا و همکاران، ۱۷:۱۳۸۸). بنتلی محیط پاسخده را این‌گونه تعریف می‌کند: این باور که محیط ساخته شده دست بشر باید با تقویت فرصت‌های مناسب، از طریق به اعلا رساندن گزینه‌های قابل عرضه به مردم، یک محیط دموکراتیک فراهم آورد. ما اینگونه مکان‌ها را مکان پاسخده می‌خوانیم (بنتلی و همکاران، ۴:۱۳۸۲). مهمترین عوامل ایجاد محیط‌های پاسخده را می‌توان به صورت زیر بیان کرد:

الف- نفوذپذیری: قابلیت دسترسی به یک مکان، حق انتخاب مردم را افزایش می‌دهد. در واقع میزان نفوذپذیری موجب می‌شود که پاسخده بودن محیط تقویت شود. فضا دارای دو ماهیت است: قابلیت خصوصی، قابلیت عمومی. اما برای بهره‌مندی از فضا هر دو قابلیت باید تقویت شوند زیرا هیچ یک به تنهایی کار نمی‌کنند و مکمل یکدیگرند. یک فضای همگانی باید نفوذپذیری بصری داشته باشد که نه تنها افرادی که به آن محیط آشنایی دارند بلکه همگان به آن محیط جذب شوند. در نتیجه هر چه بلوک‌ها در فضا کوچکتر باشند چون راه‌های

۲. جنبه پویایی فضای معماری (فرگاس، ۱۳۷۹) فضایی، عرصه تعاملات اجتماعی قرار می‌گیرد که مطلوب و مورد خواست اجتماعی و مطابق با نوع رفتارهای جمعی باشد و بتواند روابط و رفتارهای بی‌واسطه را فراهم کند. فضای عمومی با نقشی که در تقویت حیات جمعی دارد می‌تواند به پایداری اجتماع کمک نماید. ایجاد عرصه‌های عمومی زمینه لازم برای مشارکت مردم در مسائل جامعه خودشان را فراهم می‌آورد. به این ترتیب عرصه عمومی بستری می‌گردد که روابط اجتماعی در آن به سهولت برقرار شده و نظارت اجتماعی تحقق می‌یابد. در چنین فضایی تعاملات اجتماعی افزایش یافته و محله مکانی برای گفت‌وگوشنود اجتماعی و متبلور رفتارها و هنجارهای فرهنگی می‌شود. چون که بسیاری از فعالیت‌های اجتماعی هم اکنون در انتظار فضای امن برای وقوع هستند و به محض شکل‌گیری این فضاها این‌گونه فعالیت‌ها و نیازهای فضایی و کالبدی آنها مهر و نشان خود را بر فضا خواهد زد (خامه و حمزه لو، ۱۳۹۲، ص ۴ به نقل از حبیبی، ۱۳۸۱).

کیفیات فضا و اجتماع‌پذیری محیط

می‌توان کیفیت یک شیئی را به این‌گونه تعریف نمود: مجموعه‌ای از خصوصیات یا صفات مشخص که باعث متمایز کردن یک شیئی از اشیاء دیگر شده، ما را قادر می‌سازد که در مورد برتری، مشابهت و یا فروتری چیزی در مقایسه با چیزی دیگر قضاوت و حکم نماییم، و از نظر زیبا شناختی در مورد زیبا یا زشت بودن، خوب یا بد بودن و از نظر عملکردی در مورد بهتر یا بدتر بودن و کارآمد یا ناکارآمد بودن آن قضاوت و حکم نماییم (گلکار، ۱۳۷۹، ص ۶). اما مفهوم کیفیت مفهومی است نسبی که واجد معنایی فراتر از معنای بدیهی و معمول آن است. مفهوم کیفیت، دو وجه دارد. یعنی کیفیت در عین حال که مفهومی مبهم و چند پهلو است روشن و واضح نیز می‌باشد در واقع منظور از کیفیت از طرفی خاصیت‌ها و ویژگی‌های اصلی یک

چیز است از طرف دیگر کیفیت، کلیت و سیستمی از جزء کیفیت هایی است که یک چیز را به وجود آورده‌اند (پاکزاد، ۱۳۸۵، ص ۷۵). به واقع می‌توان کیفیت محیط را یکی از مهمترین دل مشغولی های دانش طراحی شهری دانست. این امر به گونه‌ای است که بسیاری از نظریه پردازان ارتقا کیفیت محیط را مهمترین وظیفه فعالیت طراحی شهری می‌دانند. در نتیجه هر چه بر میزان مطلوبیت‌های محیط افزوده شود برخورد‌های اجتماعی در چارچوبی معین شکل می‌گیرد و به فضای عمومی هویت و ارزش می‌بخشد. رابطه متقابل و تأثیر کیفیت طراحی شهری بر کیفیت زندگی ساکنین شهرها توسط کوین لینچ مورد تأکید واقع شده است. وی می‌گوید: اگر بناست طراحی شهری مفید واقع گردد باید قادر باشد تا از راه اعتلاء کیفیت محیط کالبدی به اعتلاء کیفیت زندگی انسان یاری نماید (گلکار، ۱۳۷۹، ص ۴). «کوین لینچ» با انتشار «تئوری شکل خوب شهر» در سال ۱۹۸۱ میلادی حصول کیفیت مناسب طراحی شهری و به تبع آن ارتقاء کیفیت زندگی شهری را در گرو پنج معیار و دو فوق معیار زیر اعلان می‌دارد:

۱. سرزندگی: به مفهوم امکان بقای زیست‌شناختی و جامعه‌شناختی انسان در محیط شهر؛
۲. معنی (حس): به مفهوم نقش‌انگیزی ذهنی و معنادار بودن مکان‌های شهری؛
۳. سازگاری: به مفهوم انطباق فرم شهری با فعالیت‌های گوناگون و مدارهای رفتاری؛
۴. دسترسی: به مفهوم سهولت «نفوذ فیزیکی» به بخش‌های مختلف بافت شهری؛
۵. کنترل و نظارت: به مفهوم فراهم بودن امکان انتخاب و مداخله شهروندان در امور مرتبط با مدیریت و استفاده از عرصه همگانی شهر (گلکار، ۱۳۷۹، ص ۱۰).

در اواخر دهه ۱۹۷۰ و اوایل ۱۹۸۰ گروهی در پلی تکنیک اکسفورد آن زمان رویکردی به طراحی محیط شهری را تدوین کرد که با عنوان «محیط‌های

دسترسی بیشتر می‌شود بهتر است. از طرفی دیگر رعایت نظام سلسله مراتبی در یک فضای پاسخده و جذاب نفوذپذیری را کاهش می‌دهد.

ب- تنوع: گوناگونی هم در قالب کاربری و هم در قالب گونه‌های متنوع ساختمانی با فرم‌های متفاوت مطرح می‌گردد، این ویژگی سبب جذب افراد مختلف در اوقات گوناگون با اقصاء متفاوت می‌شود. به بیان دیگر گوناگونی حق انتخاب را افزایش می‌دهد.

ج- خوانایی: این کیفیت باعث می‌شود که یک محیط را درک کنیم. محیط‌ها ممکن است در یکی از دو سطح کالبدی و فعالیت‌های خوانا باشند. شبیه بودن ساختمان‌های همگانی محل خوانایی بصری می‌شود.

د- انعطاف پذیری: ترکیب توانمند مکان‌هایی که بتوانند برای منظورهای مختلفی استفاده شوند در مقایسه با مکان‌هایی که فقط برای یک نوع استفاده طراحی شده‌اند به استفاده کنندگان خود حق بیشتری را می‌دهند. محیط‌هایی که واجد چنین شرایطی باشند کیفیت را عرضه می‌کنند که ما آن را انعطاف پذیری می‌نامیم (بتلی و همکاران، ۱۳۸۲، ص ۷).

ه- تناسبات بصری: اگر محیط از نظر مردم در فرم و عملکرد خوانا باشد، گوناگونی و انعطاف پذیری را داشته باشد می‌توان گفت تناسبات بصری در آن رعایت شده است. در واقع نظر مردم در این مورد بسیار مهم و تأثیرگذار می‌باشد.

و- غنای حسی: کیفیتی که موجب تنوع تجربیات حسی شود و لذت استفاده کنندگان از محیط را افزایش دهد غنای حسی می‌باشد. غنای حسی شامل تمام حواس پنج‌گانه می‌شود ولی از آنجایی که حس بینایی تأثیر به‌سزایی در دریافت اطلاعات دارد از این رو تا حدی بیشتر حائز اهمیت می‌باشد.

ز- رنگ تعلق: ایجاد مکانی که بتواند به محیط‌های موجود بزرگ رنگ تعلق بدهند اهمیت ویژه‌ای دارد. این تنها راهی است که اکثر مردم به محیطی

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۳۶۹

برآمده از علایق، ارزش ها و نشانه های شخصی خویش دست پیدا می کنند. اگر محیط به فرد نوعی حق تصرف دهد. فرد حس تعلق به آن محیط پیدا می کند. اگر مردم به طور منظم و در طولانی مدت از مکانی استفاده کنند حس تعلق به آن پیدا می کنند. (الیاسی و پروزن، ۱۳۹۲، صص ۵-۷ به نقل از بنتلی و همکاران، ۱۳۸۲).

مواد و روشها

در این پژوهش معیارهای عینی، معیارهای ذهنی، معیارهای فرهنگی به عنوان معیارهای اصلی موثر بر ارتقاء تعاملات اجتماعی تعیین شده اند. و در پرسشنامه تأثیر ویژگی های محیط بر هر یک از آن ها مورد ارزیابی قرار گرفته است. در پرسشنامه پرسش شونده ها به این سوالات از کاملاً موافق تا کاملاً مخالف امتیاز دهی می کنند و به این ترتیب تأثیر صفات و ویژگی های فضایی موثر بر تعاملات اجتماعی به واسطه متغیرهای میانجی تعیین شده اندازه گیری می شود.

روش گردآوری داده ها؛ روش های متعددی برای جمع آوری داده ها در تحقیق وجود دارد. یکی از این روش ها که در پژوهش زمینه یابی به طور گسترده مورد استفاده قرار می گیرد و در این رساله نیز از آن بهره گرفته شده است، پرسشنامه و مصاحبه است که هر یک دارای مزایا و معایبی است. مزیت پرسشنامه در مقایسه با مصاحبه برای جمع آوری اطلاعات عبارت است از زمان و هزینه کم نمونه گیری در یک منطقه وسیع جغرافیایی. اما پرسشنامه نمی تواند به طور عمیق در دیدگاه و احساسات پاسخ دهندگان نفوذ کند. مصاحبه نمی تواند شرط گمنام بودن مصاحبه شونده گان را رعایت کند. از پرسشنامه بیشتر در تحقیق کمی استفاده می شود، زیرا استاندارد بودن و ساختار منسجم پرسشنامه با روش کمی سازگار است. از مصاحبه بیشتر در تحقیق کیفی استفاده می شود، زیرا در مصاحبه امکان ارائه پاسخ های باز به موضوعات مطرح شده فراهم می شود (گال و گال، ۱۳۸۳، صص ۴۹۴). برای جمع آوری

اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است. دلیل استفاده از پرسشنامه در این مرحله - علاوه بر مزایای برشمرده برای آن - این بود که یکی از راه های قابل اعتماد برای سنجش میزان رضایت افراد بهره گیری از گزارش شخصی است. همان طور که ذکر شد، این روش غالباً به صورت پرسشنامه ای انجام می شود. که می تواند در قالب پرسشنامه های باز یا بسته - پاسخ باشد و در این رساله، از این شیوه بهره گرفته شده است.

حجم نمونه؛ همانطور که بیان شد داده های این پژوهش، کیفی بوده و گردآوری اطلاعات از طریق مصاحبه و پرسشنامه صورت گرفته است. پس از آن با مطالعه اسناد معتبر شامل کتب و مقالات علمی داده های به دست آمده اعتبارسنجی و اطلاعات مورد نیاز برای طراحی از آن استخراج شده است. روش مشاهده در این تحقیق روش پیمایشی است که جمع آوری داده ها در آن از طریق پخش و گردآوری پرسشنامه انجام می گیرد. مرحله نخست تعیین حجم نمونه است. برای انجام این منظور از روش «شارل کوکران» استفاده شده است. با توجه به مشخص نبودن تعداد جامعه آماری از فرمول زیر برای محفظه کارانه ترین حالت ممکن استفاده شده است. که در آن خواهیم داشت:

$$n = \frac{Z^2 p q}{d^2}$$

N: تعداد کل واحدهای نمونه گیری در جامعه (در این حالت نا معلوم)
d: خطای مورد پذیرش
Z: متغیر نرمال برای درصد اطمینان (معادل ۱/۹۶)
n: حجم نمونه

موارد p و Z دارای مقادیر مشخصی هستند. به عبارت دیگر در اینجا p به عنوان احتمال قرار گرفتن فرد پاسخگو در طیف رضایتمندی و در نتیجه ۱-p به عنوان احتمال قرار گرفتن فرد در طیف ناراضی در نظر گرفته شد. حاصل این دو هنگامی حداکثر

خواهد بود که این دو برابر با هم و مساوی ۰/۵ باشد. از سوی دیگر برای این پژوهش سطح اطمینان ۹۵ درصد ($Z=1/96$) و d خطای مورد پذیرش ۰/۱ در نظر گرفته شده است. که در نتیجه تعداد حجم نمونه ۹۲ استخراج شده است (فتحی، ۱۳۹۲، ص ۱۲۲).

روش تحلیل داده‌ها؛ منظور از تجزیه و تحلیل آماری، پردازش داده‌های کمی و آماری با استفاده از شاخص‌های آماری است (نکونام، ۱۳۸۶، ص ۳۰۷). تجزیه و تحلیل توصیفی و استنباطی و آزمون تایید یا رد فرضیات تحقیق می‌باشد. قابل ذکر است تحلیل با استفاده از نرم افزار spss انجام شده است و روش آزمون و بررسی فرضیات تحقیق استفاده از آماره استیودنت (t)، همبستگی پیرسون می‌باشد. ضریب اطمینان پژوهش نیز ۰/۹۵ می‌باشد. در ابتدا گزینه‌های هر سوال را که به صورت طیف لیکرت هستند، امتیاز بندی میکنیم. بدین ترتیب که در سوالات صعودی، خیلی موافقم = ۵، موافقم = ۴، نظری ندارم = ۳، مخالفم = ۲، خیلی موافقم = ۱ کدگذاری می‌گردد. در سوالات نزولی نیز مقدار برخلاف سوالات صعودی، از ۱ تا ۵، ارزشگذاری شده است. سپس داده‌های کمی تبدیل به اعداد می‌شوند و از آنجایی که هر مولفه برگرفته از برآیند چندسوال پرسشنامه است، میانگین مجموع امتیازات سوالات مرتبط را که به شیوه فوق کدگذاری شده اند، محاسبه می‌نماییم. بدین ترتیب به یک رشته از اعداد می‌رسیم.

ضریب اطمینان در پژوهش؛ ضریب اطمینان پژوهش حاضر را ۹۵ درصد در نظر می‌گیریم. به عبارت دیگر احتمال پنج درصد خطا را در نتیجه پیش بینی و تحمل میکنیم. بدین ترتیب ضریب خطا برابر ۰،۰۵ است. قابلیت اعتماد یکی از ویژگی‌های فنی ابزار اندازه‌گیری است. مفهوم یاد شده با این امر سرو کار دارد که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می‌دهد. از جمله تعریف‌هایی که برای قابلیت اعتماد ارائه شده

است می‌توان به تعریف ارائه شده توسط ایبل و فریسی (۱۳۸۹) اشاره کرد: «همبستگی میان یک مجموعه از نمرات و مجموعه دیگری از نمرات در یک آزمون معادل که به صورت مستقل بریک گروه آزمودنی به دست آمده است.» باتوجه به این امر معمولاً دامنه ضریب قابلیت از صفر (عدم ارتباط) تا ۱+ (ارتباط کامل) است. ضریب قابلیت اعتماد نشانگر آن است که تاچه اندازه ابزار اندازه‌گیری ویژگی‌های با ثبات آزمودنی و با ویژگی‌های متغیر و موقتی وی را می‌سنجد. برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری شیوه‌های مختلفی به کار برده می‌شود. از آن جمله می‌توان به روش آلفای کرونباخ اشاره کرد.

پرسشنامه: معیارها و شاخص‌ها؛ ادبیات حاکم بر مطالعات انسان و محیط نشان می‌دهد مطالعه فضای کالبدی مستلزم ملاحظه فعالیت‌ها در آن است. بارکر بر ماهیت جمعی-رفتاری فضاهای فعالیت تاکید داشته است و تعاملات جمعی در فضاهای فعالیت را به مثابه قابلیت برای فضا مورد تاکید قرار داده است. گرچه بیشتر تحقیقات انجام شده در رابطه با اجتماع پذیری محیط‌های جمعی مورد نظر بوده است، اما چگونگی برقراری تعاملات جمعی در همه عرصه‌های محیط انسان ساخت اعم از فضاهای خصوصی، نیمه عمومی و عمومی مورد تاکید قرار گرفته اند. بویژه برقراری روابط جمعی در سطح کاربران یک محیط خصوصی همچون مسکن نیز به دلیل تاثیر بر کیفیت زندگی مورد تاکید قرار دارد. در واقع اهمیت اجتماع‌پذیری فضا به حدی است که بسیاری از نظریه‌پردازان بر تاثیر این کیفیت بر دل‌بستگی به مکان زندگی تاکید ورزیده‌اند. بر طبق این نظرات دل‌بستگی به مکان نه تنها به توسط وجوه فیزیکی در یک مکان تقویت می‌شود بلکه کیفیت تعاملات اجتماعی در مکان نیز بر دل‌بستگی به مکان مؤثر می‌باشند (دانشگرمقدم و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۲۹).

معیارهای موثر در تحلیل فرضیات

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۳۷۱

پس از بررسی مولفه‌های مورد اشاره در مطالعات دیگر و استخراج معیارهای موثر در فرضیات این پژوهش، شاخص‌های موثر کالبدی و غیرکالبدی در ارتقاء سه گروه معیارهای عینی، ذهنی و فرهنگی دسته‌بندی شده است. معیارهای عینی گروهی از مولفه‌ها هستند که به صورت مستقیم و کالبدی قابل ارزیابی هستند. ابعاد و اندازه، موقعیت ورودی نسبت به فضا، ارگونومی و استانداردهای فضایی، میزان نور (طبیعی و مصنوعی)، مبلمان، رنگ، نوع و بافت مصالح در این دسته تقسیم‌بندی شده‌اند. این معیارها به صورت مشخص قابل اندازه‌گیری هستند. معیارهای ذهنی بیشتر بر اساس انتظارات افراد مختلف و ادراک ایشان از محیط تعریف می‌شود. متغیرهای اصلی در این دسته کیفی بوده و تصویر ذهنی افراد بر آنها بسیار موثر است. تبلیغات، طرح‌های انگیزاننده، تنوع، امنیت، خوانایی، آسایش محیطی از مولفه‌های این گروه هستند. گروه سوم معیارها نیز متأثر از شرایط فرهنگی جامعه است و با توجه به رسوم، قوانین و خاطرات مشترک شهروندان تغییر خواهد کرد. وجود عناصر نمادین فرهنگی، خاطره‌انگیزی، حس تعلق، ارتباط با طبیعتی، خدمات و عملکردهای رفاهی در این گروه قرار دارند. جدول ۵-۲ معیارهای معرفی را ارائه کرده است:

بیان یافته‌های تحقیق

بنا به مطالب بیان شده در خصوص ارتباط بین فرضیات و معیارها و شاخص‌های تعریف پرسشنامه، سوالات پرسشنامه با هدف سنجش ارتباط و تاثیر متغیرهای محیطی و شاخص‌های کالبدی فضا طراحی شده است. در پژوهش حاضر، شیوه اجرای پرسشنامه‌ها نیز می‌تواند یکی از محدودیت‌های تحقیق باشد. همکاری کامل نداشتن پاسخ‌دهندگان، محدودیت زمان و احتمال بی‌حوصله و بی‌دقت خواندن سؤالات موجب می‌شود تا پاسخ‌ها به طور دقیق، معرف نگرش پاسخ‌دهنده نباشد. پس از بررسی نتایج پرسشنامه در چهار گروه تعاملات

اجتماعی، معیارهای عینی، معیارهای ذهنی و معیارهای فرهنگی، موضوعات مربوط به رنگ، نور و مبلمان بیشترین توجه را در پرسش‌شوندگان به خود معطوف داشته است. معیارهای ذهنی نیز با توجه به سوالات باز دومین گروه معیارهای کلیدی از نظر پرسش‌شوندگان بوده است. البته بیشترین ضعف‌ها در فضاهای تجاری- فرهنگی نیز از نظر ایشان در حوزه معیارهای عینی بوده است. به عنوان نمونه در پاسخ سوال ۲۸ پرسشنامه (به نظر شما مهمترین عواملی که می‌تواند احساس راحتی را در هنگام خرید یا بازدید سلب کند چیست؟) معیارهایی کیفی از قبیل عدم احساس امنیت، ابهام و نگرانی بیشترین فراوانی پاسخ را داشته است. در معیارهای کیفی نیز در سوالات مرتبط با موضوع رنگ بیشترین اظهار نظر در خصوص استفاده از رنگ‌های متنوع و شاد در فضاها بوده است. که این موضوع با نتایج مطالعات حیدری و حاتمی‌کیا (۱۳۹۲) همچنین سهیلی و مدهوشی (۱۳۹۲) همخوانی دارد. در موضوع رنگ در سوال ۱۷ (استفاده از رنگ‌های روشن تا چه حد در حضور بیشتر افراد در مراکز فروش تاثیر دارد؟) بیش از ۳۸ درصد پرسش‌شوندگان خیلی موافق و موافق بوده‌اند.

در ارتباط با استفاده از عناصر طبیعی نیز اکثریت پرسش‌شوندگان در گروه موافق و خیلی موافق قرار گرفتند. سوال ۲۴ پرسشنامه به سنجش این موضوع پرداخته بود. که نظرات پرسش‌شوندگان در این سوالات مطابق جدول زیر بوده است. با توجه به نمودار فوق بیش از ۶۱ درصد پرسش‌شوندگان، با حضور گیاهان در محیط‌های تجاری موافق یا خیلی موافق. این موضوع نیز با نتایج مطالعه فروتن و همکاران (۱۳۹۲) مطابقت دارد. از سوی دیگر استفاده از عناصر طبیعی در فضاهای تجاری موفق داخلی و خارجی نیز مسبق به سابقه است. مجتمع تجاری تیراژه در منطقه پونک تهران یکی از این موارد است. در معیارهای ذهنی نیز موضوع نتایج حاصل از تحلیل موضوع تنوع در این پرسشنامه با

جدول ۳. معیارهای موثر در ایجاد گوناگونی در فضاهای عمومی؛ ماخذ: نگارنده.

معیار	مؤلفه	موضوع	منبع
تنوع فضایی	خوانایی	به طور معمول، بخشی از درجات حق انتخابی که به وسیله یک مکان عرضه می‌گردد با میزان خوانایی آن ارتباط پیدا می‌کند؛ یعنی مردم تا چه حد م بتوانند به فهم یا درک آن مکان نائل شوند.	بنتلی و همکاران، ۱۳۸۲
	نفوذپذیری	فقط مکانهایی که برای مردم قابل دسترسی باشند، به آنها حق انتخاب می‌دهند. از آنجا که نفوذپذیری یکی از عوامل اساسی در دستیابی به مطلوبیت است. مقیاس پیاده از جمله شاخصه‌هایی می‌باشد که فضا را ملموس‌تر و قابل باورتر می‌سازد و زمینه را برای بروز تعاملات اجتماعی بیشتر فراهم م ی‌کند	عباس‌زاده و تمری، ۱۳۹۱
	موفقیت	جایگاه یک فضای عمومی موفق بایستی به گونه‌ای باشد که پذیرای جمع کثیری از افراد باشد؛ به علاوه در نزدیکی مراکز خرده فروشی باشد به گونه‌ای که جاذب و تولید کننده فعالیت پیاده گردد.	فروتن و همکاران، ۱۳۹۲
تنوع ادراکی - عملکردی	فعالیت و کاربری	رویدادهای اجتماعی، نوع فعالیتها و کاربری‌های موجود درون فضا و توان آنها در جذب افراد و گروه‌های مختلف، مهمترین عامل در پویایی فضاهای عمومی و فعال بودن آن در ساعات و فصول مختلف است.	دانشپور و چرخچیان، ۱۳۸۶
	رفتار	طراحی یک مکان باید ظرفیت فضا را برای جذب و مطابقت فعالیتها افزایش دهد. در این رابطه به مواردی نظیر نشیمن‌گاه مناسب، کاربری منطقه، راحتی، سازگاری و کیفیت بالا در عین سادگی اشاره می‌کند.	خستو و سعیدی رضوانی، ۱۳۸۹
	معانی	طراحی یک مکان باید ظرفیت فضا را برای جذب و مطابقت فعالیتها افزایش دهد. در این رابطه به مواردی نظیر نشیمن‌گاه مناسب، کاربری منطقه، راحتی، سازگاری و کیفیت بالا در عین سادگی اشاره می‌کند.	فلاح، ۱۳۸۵
تنوع کالبدی	امنیت	جان اشتون از صاحب‌نظران بی‌نامللی شهرسالم، امنیت را یکی از کیفیت‌های غیرقابل جایگزین در ایجاد یک شهر سالم مورد اشاره قرار می‌دهد.	صالحی، ۱۳۸۷
	صوت	هر چه میزان خوداثربخشی کارکنان نسبت به ادراک کیفیت صدا بیشتر باشد، سرزندگی آنان نیز بیشتر می‌شود. به این صورت که اگر آنها بتوانند سروصدا را در محیط کار کنترل کنند و به درستی از ابزارهای محافظ شنوایی استفاده کنند، نیرو و نشاط، چالاکي و آمادگی و انرژی خود را در محیط کار از دست نمی‌دهند و می‌توانند سرزنده و فعال باشند.	عریضی و همکاران، ۱۳۸۶
	بصری و منظر	کلیه فعالیتها و کاربری‌های متنوعی که در مقطع خیابان یعنی نزدی کترین مکان در خط دید وجود دارند را به هم متصل کرده و با ایجاد تمایزات بصری، وحدت و پیوستگی مسیر را القا کند. فضاسازی و ایجاد فضاهای باز و بسته در منظرسازی اهمیت دارد. ایجاد فضای نشاط بخش با فضاهای سبز باز و فضاهای رازانگیز و خلوتگاه دنج با فضاهای سبز بسته	تیبالدز، ۱۹۹۲ سهیلی و مدهوشی، ۱۳۹۲
فرم	فرم‌های متنوع در صورتی که منجر به ایجاد اغتشاش محیطی نشود میتواند به ارتقاء کیفیت محیط‌های عمومی کمک کند.	سرافراز و همکاران، ۱۳۸۴	

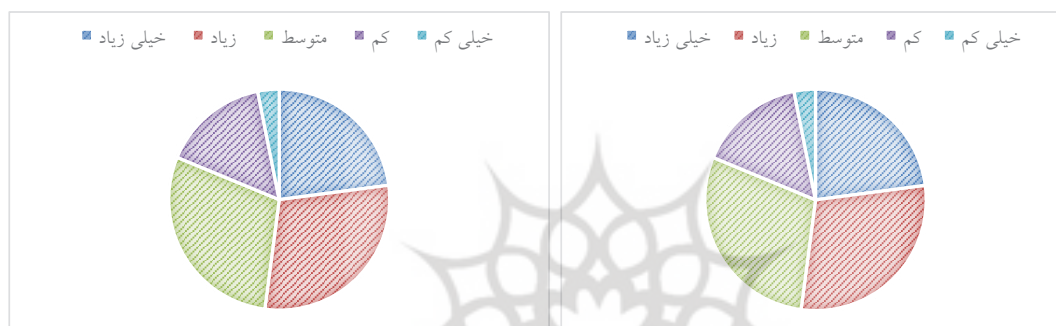
مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۳۷۳

جدول ۴. معیارها و شاخص‌های کالبدی طراحی فضاهای اجتماع پذیر؛ ماخذ: نگارندگان

معیار	معیارهای عینی	معیارهای ذهنی	معیارهای فرهنگی	تعاملات اجتماعی
شاخص	ابعاد و اندازه موقعیت و دسترسی ارگونومی و استانداردهای فضایی میزان نور طبیعی مبلمان رنگ، نوع و بافت مصالح	حس مکان و تعلق تنوع و طرح‌های انگیزاننده امنیت و آسایش محیطی خوانایی	وجود عناصر نمادین فرهنگی ارتباط با طبیعت خدمات و عملکردهای رفاه اعتماد اجتماعی	اشتقاق برای برقراری ارتباط روابط متقابل شخصی (مشارکت دادن دیگران) روابط متقابل شخصی (مشارکت خود)



نمودار ۴. نظرات پرسش‌شوندگان در مورد رنگ (ماخذ: نگارنده) و نمودار ۵ تعداد و نوع پاسخ‌های پرسش‌شوندگان در خصوص ارتباط با طبیعت در محیط‌های تجاری- فرهنگی؛ ماخذ: یافته‌های تحقیق.

نتایج دیگر تحقیقات صورت گرفته مطابقت دارد. از آثار کودکان در ارتقاء انگیزش آنان مؤثر است و بیش از ۶۵ درصد پرسش‌شوندگان در پاسخ سوال ۲۰ پرسشنامه (مبلمان فضاهای عمومی باید از نظر با محیط اطراف همخوان باشد تا باعث سردرگمی افراد نشود). گزینه‌های زیاد و خیلی زیاد را انتخاب نموده بودند. در مورد حضور کودکان در فضاهای عمومی نیز پرسش‌شوندگان اعلام داشته‌اند که حضور کودکان در فضاهای تجاری باعث سرزندگی بیشتر مجموعه شده و استفاده از عناصر عروسکی و نمادین در افزایش حضور کودکان مؤثر است. از اینرو می‌توان فضاهای تغییرپذیر را به گونه‌ای طراحی کرد که تغییرات آن تکراری نباشد. لازمه این طراحی آن است که کودک بتواند فضا را تغییر دهد و در جریان بازی تغییر فضا، خیال‌پردازی کند. پیشینه تحقیق نیز نشان می‌دهد بهره‌گیری

نتیجه‌گیری و جمع‌بندی

فضاهای عمومی می‌توانند به گونه‌ای طراحی شوند که مردم و فعالیت‌ها را از محیط خصوصی به محیط عمومی فراخوانند یا برعکس به صورتی باشند که وارد شدن به آن‌ها از نظر فیزیکی و روانی دشوار باشد. عناصر و کالبد محیط بر انسان تاثیر دارد و فضا (فضای شهری، فضای معماری) باید مناسب با نیازهای استفاده‌کنندگان طراحی شود و برای آنان جذاب، زیبا، صمیمی، به یادماندنی و خاطره

جدول ۴. تعداد و نوع پاسخ‌های پرسش‌شوندگان در خصوص پرسشنامه محیط‌های تجاری-فرهنگی

سوال	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۵ میزان تمایل شما به صحبت کردن با یک آشنا به هنگام برخورد با وی چقدر است؟	تعداد	۳۴	۳۹	۱۲	۹
	درصد	۳۵,۴۲	۴۰,۶۳	۱۲,۵۰	۹,۳۸
۶ میزان تمایل شما به صحبت کردن در یک جلسه یا گردهمایی کوچک از افراد ناآشنا چقدر است؟	تعداد	۱۶	۲۰	۳۵	۲۰
	درصد	۱۶,۶۷	۲۰,۸۳	۳۶,۴۶	۲۰,۸۳
۷ به چه میزان تمایل دارید که با افراد دیگر باشید؟	تعداد	۲۱	۲۶	۳۰	۱۴
	درصد	۲۱,۸۸	۲۷,۰۸	۳۱,۲۵	۱۴,۵۸
۸ به چه میزان تمایل دارید که به گروه‌های اجتماعی بپیوندید؟	تعداد	۲۴	۳۲	۲۷	۸
	درصد	۲۵,۰۰	۳۳,۳۳	۲۸,۱۳	۸,۳۳
۹ به چه میزان در فعالیت‌های اجتماعی غیررسمی شرکت می‌کنید؟	تعداد	۱۴	۱۳	۴۲	۱۹
	درصد	۱۴,۵۸	۱۳,۵۴	۴۳,۷۵	۱۹,۷۹
۱۰ چقدر تمایل دارید که دیگران از شما برای انجام کارها یا شرکت در گفتگوهایشان دعوت کنند؟	تعداد	۲۱	۳۱	۲۸	۱۴
	درصد	۲۱,۸۷	۳۲,۲۹	۲۹,۱۶۷	۱۴,۵۸۳
۱۱ به نظر شما ابعاد و تناسب تا چه حد در ارتباط میان افراد در فضاهای عمومی موثر است؟	تعداد	۱۶	۳۳	۲۷	۱۲
	درصد	۱۶,۶۷	۳۴,۳۸	۲۸,۱۳	۱۲,۵۰
۱۲ تا چه موقعیت مناسب و دسترسی یک مجموعه تجاری-فرهنگی را در استقبال افراد از آن موثر می‌دانید؟	تعداد	۳۱	۲۵	۲۵	۱۳
	درصد	۳۲,۲۹	۲۶,۰۴	۲۶,۰۴	۱۳,۵۴
۱۳ به نظر شما امکان دسترسی پیاده به یک مجموعه فرهنگی-تجاری تا چه حد در حضور افراد مختلف موثر است؟	تعداد	۲۵	۳۵	۲۵	۹
	درصد	۲۶,۰۴	۳۶,۴۶	۲۶,۰۴	۹,۳۸
۱۴ تا چه حد تناسب فضاهای داخلی را با تناسب انسانی در طراحی فضاهای داخلی و خارجی، در استقبال افراد موثر می‌دانید؟	تعداد	۱۱	۲۷	۳۶	۱۷
	درصد	۱۱,۴۶	۲۸,۱۳	۳۷,۵۰	۱۷,۷۱
۱۵ به نظر شما استفاده از نور طبیعی در مجموعه‌های تجاری تا چه حد اهمیت دارد؟	تعداد	۹	۳۱	۲۸	۲۲
	درصد	۹,۳۸	۳۲,۲۹	۲۹,۱۷	۲۲,۹۲
۱۶ به نظر شما مبلمان مناسب در فضاهای عمومی تا چه حد می‌تواند، به برقراری ارتباط میان افراد کمک کند؟	تعداد	۲۱	۳۸	۲۲	۱۲
	درصد	۲۱,۸۸	۳۹,۵۸	۲۲,۹۲	۱۲,۵۰

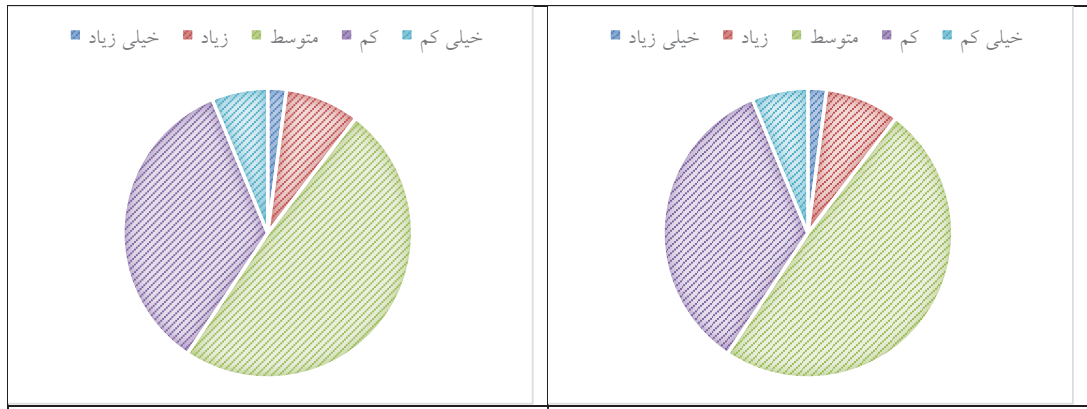
مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۳۷۵

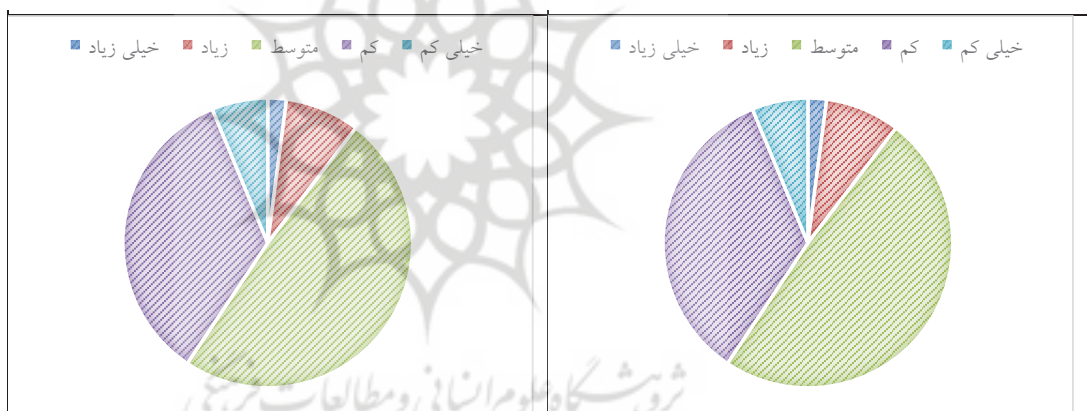
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد		سوال	
۳,۱۳	۱۲,۵۰	۲۲,۹۲	۳۹,۵۸	۲۱,۸۸	درصد	عمومی تا چه حد می‌تواند، به برقراری ارتباط میان افراد کمک کند؟	
۴	۱۹	۳۹	۲۴	۱۰	تعداد	استفاده از رنگ‌های روشن تا چه حد در حضور بیشتر افراد در مراکز فروش تاثیر دارد؟	۱۷
۴,۱۷	۱۹,۷۹	۴۰,۶۳	۲۵,۰۰	۱۰,۴۲	درصد		
۱۱	۱۸	۴۲	۲۲	۳	تعداد	ایجاد مراکز تجاری-فرهنگی تا چه حد می‌تواند در افزایش احساس دل‌بستگی به شهر در شهروندان کمک کند؟	۱۸
۱۱,۴۶	۱۸,۷۵	۴۳,۷۵	۲۲,۹۲	۳,۱۳	درصد		
۹	۳۲	۲۳	۲۱	۱۱	تعداد	ایجاد تنوع در فرم و رنگ فضاهای عمومی تا چه حد می‌تواند در استقبال شهروندان تاثیر داشته باشد؟	۱۹
۹,۳۸	۳۳,۳۳	۲۳,۹۶	۲۱,۸۸	۱۱,۴۶	درصد		
۳	۹	۲۱	۴۲	۲۱	تعداد	در فضاهای عمومی که در آن میان افراد گفتگو و ارتباط برقرار است، نسبت به فضاهای خلوت و ساکت تا چه حد احساس امنیت می‌کنید؟	۲۰
۳,۱۳	۹,۳۸	۲۱,۸۸	۴۳,۷۵	۲۱,۸۸	درصد		
۳	۱۵	۲۸	۲۸	۲۲	تعداد	به نظر شما احساس آسایش تا چه حد در ایجاد ارتباط میان افراد مختلف موثر است؟	۲۱
۳,۱۲۵	۱۵,۶۲۵	۲۹,۱۶۷	۲۹,۱۶۷	۲۲,۹۱۷	درصد		
۱۲	۲۸	۳۲	۱۵	۹	تعداد	به نظر شما ادراک فضاهای عمومی و مسیرهای حرکتی تا چه حد در استقبال شهروندان تاثیر دارد؟	۲۲
۱۲,۵۰	۲۹,۱۷	۳۳,۳۳	۱۵,۶۳	۹,۳۸	درصد		
۱	۸	۱۵	۴۳	۲۹	تعداد	به نظر شما استفاده از نمادهای ایرانی مانند فرش تا چه حد در احساس دل‌بستگی افراد به فضاهای عمومی تاثیر دارد؟	۲۳
۱,۰۴	۸,۳۳	۱۵,۶۳	۴۴,۷۹	۳۰,۲۱	درصد		
۴	۱۲	۳۹	۲۲	۱۹	تعداد	به نظر شما وجود عناصر طبیعی مانند درخت و آب‌نما تا چه حد در حضور افراد در مجموعه های عمومی تاثیر دارد؟	۲۴
۴,۱۶۶	۱۲,۵	۴۰,۶۲۵	۲۲,۹۱	۱۹,۷۹	درصد		
۰	۸	۴۷	۲۶	۱۵	تعداد	وجود ایستگاههای خدماتی در مجموعه های تجاری-فرهنگی تا چه حد در استقبال افراد از این مراکز موثر است؟	۲۵
۰,۰۰	۸,۳۳	۴۸,۹۶	۲۷,۰۸	۱۵,۶۳	درصد		
۳	۱۳	۳۵	۳۱	۱۴	تعداد	به نظر شما فضاهای عمومی چند عملکردی(مانند مرکز تجاری و موزه) تا چه میزان می‌تواند امکان برقراری ارتباط میان افراد غریبه را فراهم کند؟	۲۶
۳,۱۳	۱۳,۵۴	۳۶,۴۶	۳۲,۲۹	۱۴,۵۸	درصد		
۶	۳۳	۴۷	۸	۲	تعداد	به نظر شما ایجاد یک مجموعه تجاری-	۲۷

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	سوال	
۶,۲۵	۳۴,۳۸	۴۸,۹۶	۸,۳۳	۲,۰۸	فرهنگی تا چه حد می تواند ارتباطات اجتماعی خارج از مجموعه را ایجاد کند؟	درصد



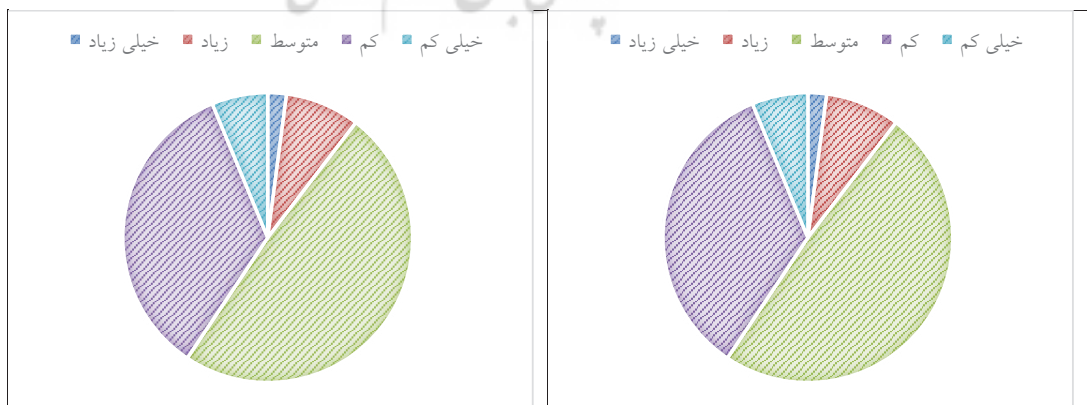
نمودار ۵. میزان تمایل شما به صحبت کردن با یک آشنا به هنگام برخورد با وی چقدر است؟

نمودار ۶. میزان تمایل شما به صحبت کردن در یک جلسه یا گردهمایی کوچک از افراد نا آشنا چقدر است؟



نمودار ۷. به چه میزان تمایل دارید که با افراد دیگر باشید؟

نمودار ۸. به چه میزان در فعالیتهای اجتماعی غیررسمی شرکت می کنید؟



نمودار ۹. به نظر شما ابعاد و تناسب تا چه حد در ارتباط میان افراد در فضاهای عمومی موثر است؟

نمودار ۱۰. چقدر تمایل دارید که دیگران از شما برای انجام کارها یا شرکت در گفتگوهایشان دعوت کنند؟

انگیز باشد. نقش فضای عمومی، یا به عبارتی فضایی که در آن تعاملات اجتماعی شهروندان شکل می‌گیرد و فرهنگ جامعه در بستر آن ارتقا می‌یابد، در کشور ما روز به روز در حال افول است. شرایط حاکم بر شهرهای امروزی شیوه زندگی جدیدی را القا می‌کند که در آن پیاده‌روی به منظور انجام اهداف مختلف نادیده گرفته می‌شود؛ به عنوان نمونه خرید کردن و حتی تماشای مغازه‌ها در یک فضای پیاده یکی از فعالیت‌های جذاب و پرطرفدار شهری به شمار می‌آید به گونه‌ای که یکی از انواع فضاهای پویا و سرزنده در جهان، مرکز خرید پیاده است که متأسفانه جایگاه چنین فضاهایی در شهرهای ما به درستی تعریف نشده است. طراحی محیط در مقیاس‌های مختلف از طراحی شهری تا طراحی داخلی همواره در تلاش رفع نیاز انسان است. انسان با حضور در محیط و تعامل با آن سعی در رفع نیازهای خود دارد. این نیازها از ابتدایی‌ترین تا جامع‌ترین سطح، همواره می‌توانند خود را در رفتارهای محیطی نشان دهند. فضای تعریف شده و محیط ساخته شده می‌توانند در رفع نیازهای کاربران کمک کنند. اگر محیطی قابلیت تأمین رفتارهایی که برای آن طراحی شده است را داشته باشد و انسان نیز شایستگی استفاده از محیط را داشته باشد، رفتارهای اجتماعی در قرارگاه‌های تعریف شده به درستی رخ می‌دهند و با رفع نیازهای انسان موجب احساس رضایت از آن محیط می‌شود. از اینرو انسان محیط را شناسایی می‌کند، نسبت به آن قضاوت و ارزیابی انجام می‌دهد و بر اساس ارزیابی خود در محیط رفتار می‌کند. این رفتار محیطی نتیجه ارتباط و تعامل دوجانبه انسان و محیط است. مشاهدات نشان می‌دهد تعامل اجتماعی در سطوح پایین‌تری ما بین نسل‌های گوناگون اتفاق می‌افتد. فضاهای عمومی این امکان را به مردم می‌دهد که نسل‌های مختلف با هم حضور داشته باشند. به عبارت دیگر طریقه دستیابی به روابط اجتماعی منسجم و پایدار و ارتقای تعامل

و حضور در فضاهای عمومی نیازمند این است که ما دانش خود را درباره چگونگی الگوهای مختلف اجتماعی شدن توسعه دهیم و این خود حوزه گسترده‌ای از مطالعات را در زمینه‌های مختلفی چون بررسی تعاملات بین نژادی، بین سنی، بین جنسی و بین طبقاتی را می‌طلبد. این شناخت از یک سو نیازمند تحلیل محتوایی، مطالعه کمی و کیفی متناسب با زمان و مکان تک تک روابط اشاره شده در بالا و از دیگر سو نیازمند تحلیل فضایی عناصر تشکیل دهنده بستر شکل‌گیری این نوع روابط است.

منابع و ماخذ

۱. آلتمن، ایروین (۱۳۸۲) «محیط و رفتار اجتماعی: خلوت، فضای شخصی، قلمرو و ازدحام»، ترجمه: علی نمازیان، چاپ اول، تهران: دانشگاه شهید بهشتی
۲. الیاسی ابراهیم و پروزن، ادیس (۱۳۹۲) «بررسی تأثیر کیفیت‌های محیطی بر تعاملات اجتماعی در فضاهای عمومی شهری؛ مورد مطالعه: خیابان جمهوری اسلامی مهاباد» همایش ملی معماری، فرهنگ و مدیریت شهری، کرج
۳. بنتلی، ایان (۱۳۸۲) «محیط‌های پاسخده» ترجمه: مصطفی بهزادفر، تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت
۴. بهزادفر مصطفی و طهماسبی ارسلان (۱۳۹۲) «شناسایی و ارزیابی مولفه‌های تاثیرگذار بر تعاملات اجتماعی تحکیم و توسعه روابط شهروندی در خیابان‌های شهری: نمونه مورد مطالعه سنندج» فصلنامه باغ نظر، دوره ۱۰، شماره ۲۵،
۵. پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۹۱) «سیر اندیشه‌ها در شهرسازی (۲): از کمیت تا کیفیت»، چاپ دوم، تهران: انتشارات آرمانشهر
۶. پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۵) «سیمای شهر آنچه کوین لینچ از آن می‌فهمید»، نشریه آبادی، شماره ۵۳، صص ۲۵-۲۰
۷. پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۸) «سیر اندیشه‌ها در

- شهرسازی؛ جلد سوم: از فضا تا مکان» چاپ اول، تهران: انتشارات آرمانشهر
۸. پاکزاد، جهانشاه (۱۳۸۸) «مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری». چاپ سوم، تهران: انتشارات شهیدی
۹. پاکزاد، جهانشاه و همکاران (۱۳۹۱) «الفبای روانشناسی محیط برای طراحان»، تهران: انتشارات آرمانشهر.
۱۰. پورمحمدی، محمدرضا و همکاران (۱۳۸۹) «بررسی تحلیل پایداری و سرزندگی مناطق تبریز با تاکید بر امنیت شهری با نگرش جامعه‌شناختی» نشریه مطالعات جامعه‌شناسی، شماره ۶، صص ۷-۲۶
۱۱. ترابی، محمد (۱۳۹۱) «طراحی محله بر اساس تأثیر ویژگی‌های کالبدی فضای باز عمومی در افزایش تعاملات و رفتار اجتماعی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی
۱۲. تی‌هال، ادوارد (۱۳۸۷) «بعد پنهان» ترجمه منوچهر طبیبیان. تهران: موسسه انتشارات دانشگاه تهران.
۱۳. جهدی، نوید (۱۳۹۲) «رفتارشناسی انسان در فضای شهری با رویکرد افزایش حضورپذیری فضاهای شهری؛ نمونه موردی: میدان نقش جهان اصفهان» پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان
۱۴. جهدی، نوید و کلانتری، محسن (۱۳۹۲) «جستاری بر رفتارشناسی انسان در حیطه مطالعات شهری»، همایش ملی معماری پایدار و توسعه شهری، بوکان
۱۵. خامه، معصومه و حمزه‌لو، سارا (۱۳۹۲) «تحلیلی بر نقش محیط‌های شهری اجتماع‌پذیر در تعاملات اجتماعی شهروندان» «همایش ملی معماری، فرهنگ و مدیریت شهری، کرج
۱۶. خستو، مریم و سعیدی‌رضوانی، نوید (۱۳۸۹) «عوامل مؤثر بر سرزندگی فضاهای شهری، خلق یک فضای شهری سرزنده با تکیه بر مفهوم مرکز خرید پیاده»، نشریه هویت شهر، سال چهارم، شماره ۶، صص ۶۳-۷۴
۱۷. دانشپور، سید عبدالهادی و چرخچیان، مریم (۱۳۸۶) «فضاهای عمومی و عوامل مؤثر بر حیات جمعی» نشریه باغ نظر، شماره ۷، صص ۱۹-۲۸
۱۸. دانشگرمقدم، گلرخ و همکاران (۱۳۹۰) «تحلیل اجتماع‌پذیری محیط کالبدی متأثر از ادراک طبیعت در محیط انسان‌ساخت» دوره ۳، شماره ۴۵، صص ۲۷-۳۸
۱۹. دوست فرخانی و همکاران (۱۳۸۷) «بررسی الگوی ایده‌آل تعاملات اجتماعی از منظر مکتب اسلام»، همایش ملی امر به معروف و نهی از منکر، دانشگاه علوم پزشکی خدمات بهداشتی و درمانی خراسان شمالی
۲۰. راست‌بین، ساجد و همکاران (۱۳۹۱) «رابطه همبستگی بین کیفیت‌های محیطی و تداوم حیات شهری در عرصه‌های عمومی» فصلنامه باغ نظر شماره ۲۱، صص ۳۵-۴۶
۲۱. رفیعیان، مجتبی و خدائی، زهرا (۱۳۸۸) «بررسی شاخص‌ها و معیارهای مؤثر بر رضایتمندی شهروندان از فضاهای عمومی شهری»، نشریه راهبرد، شماره ۵۳، سال هجدهم، صص ۲۲۷-۲۴۸
۲۲. شهبازی، حسن و همکاران (۱۳۹۲) «تأثیر عرصه‌های جمعی بر تعاملات اجتماعی؛ با رویکرد نیل به اجتماعی پایدار در مجتمع‌های مسکونی» همایش ملی معماری، فرهنگ و مدیریت شهری، کرج
۲۳. فتحی، میلاد (۱۳۹۲) «ارائه راهکارهای طراحی بافت فرسوده شهری با استفاده از تکنیک چیدمان فضا با رویکرد افزایش امنیت شهروندان؛ مطالعه موردی: بافت فرسوده قلمستان کرج» پایان‌نامه کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان
۲۴. قنبران، عبدالحمید و جعفری، مرضیه (۱۳۹۳) «بررسی عوامل مؤثر بر ارتقاء تعاملات اجتماعی در میان ساکنان محله مسکونی؛ نمونه موردی: محله درکه تهران»، نشریه علمی-پژوهشی انجمن علمی

936-950.

36. Fried, Marc (1963) "grieving for a lost home", New York: the urban condition

37. Gehl Architects, C. 2009. Public Life & Public Spaces: Perth 2009. Perth

38. H. Whyte, W. 1980. The Social Life of Small Urban Spaces. Washington DC: Project for Public Spaces.

39. H. Whyte, W. 2003. Social life of small urban spaces, In Time-Saver Standards for Urban Design, By Donald Watson, Alan Plattus and Robert Shibley, 2.12-1-2.12.8. McGraw-Hill Professional.

40. H. Whyte, W. 2009. City: Rediscovering the Center. Pennsylvania: University of Pennsylvania press.

41. Ibrahim, M.F., Wee, N.C. (2002). "The Importance of Entertainment in the Shopping Center Experience: evidence from Singapore", Journal of Real Estate Portfolio Management 8(3). pp. 239-254.

42. Kaplan, S. (1987). "Aesthetics, Affect, and Cognition: Environmental Preferences from an Evolutionary Perspective". Environment and Behavior, 19, pp 3-32

43. Lang, Jan. (1961) "Urban Design-The American Experience". New York : Van Nostrand Reinhold, p. 96.

44. Oldenburg, R. (1999), "The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and how they Get You Through the Day", Paragon House: New York

معماری و شهرسازی ایران، شماره ۷

۲۵. کاشانی‌جو، خشایار (۱۳۸۹) «بازشناخت رویکردهای نظری به فضاهای عمومی شهری»، نشریه هویت شهر، شماره ۶، سال چهارم، صص. ۹۵-۱۰۶

۲۶. کرمونا، متیو و همکاران (۱۳۸۸) «مکان‌های عمومی فضاهای شهری»، ترجمه: فریبا قرائتی و همکاران، تهران: دانشگاه هنر.

۲۷. کلانتری، بهرنگ و همکاران (۱۳۹۱) «فضای جمعی و شهر خلاق» مجله منظر، شماره ۱۹، صص ۷۴-۷۹

۲۸. گل، یان (۱۳۸۷) «زندگی در فضای میان ساختمان‌ها» ترجمه: شیما سادات شصتی، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی

۲۹. گلکار، کورش (۱۳۸۶) «مفهوم سرزندگی در طراحی شهری»، دوفصلنامه علمی-پژوهشی صفا، شماره ۴۴، صص ۶۶-۷۵

۳۰. گلکار، کوروش (۱۳۷۹) «مولفه‌های سازنده کیفیت طراحی شهری»، نشریه علمی-پژوهشی صفا، شماره ۳۲، صص ۲۹-۳۳

۳۱. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴) «جامعه‌شناسی» ترجمه منوچهر صبوری، چاپ چهارم، تهران: نشر نی

۳۲. مدنی‌پور، علی (۱۳۷۹) «طراحی فضای شهری»، ترجمه فرهاد مرتضایی، شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.

۳۳. مطلبی، قاسم (۱۳۸۰) «روانشناسی محیطی؛ دانشی نو در خدمت معماری و طراحی شهری» نشریه علمی-پژوهشی هنرهای زیبا: شماره ۱۰، صص ۵۲-۶۷

۳۴. نکونام، جعفر (۱۳۸۶) «روش تحقیق با تأکید بر علوم اسلامی»، چاپ چهارم، قم: انتشارات دانشگاه قم

35. El-Adly, M.I. (2007). Shopping Mall Attractiveness: a segmentation approach, International Journal of Retail & Distribution Management. 35(11). pp.

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۳۸۰