

# مدرسہ شهری

شماره ۴۷ تابستان ۹۶

No.47 Summer 2017

۳۵۱-۳۸۰

زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۵/۱۲/۱۸

زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۷/۱۲

## 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.

محمد صادق صالحی\* - گروه معماری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

### 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.

#### چکیده

فضاهای عمومی می‌توانند به گونه‌ای طراحی شوند که مردم و فعالیت‌ها را از محیط خصوصی به محیط عمومی فراخواند 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 فضای شهری، فضای معماري) باید مناسب با نیازهای استفاده کنندگان طراحی شود و برای آنان جذب، زیبا، صمیمی، به یادماندنی و خاطره انگیز باشد. نقش فضای عمومی، یا به عبارتی فضایی که در آن تعاملات اجتماعی شهروندان شکل می‌گیرد و فرهنگ جامعه در بستر آن ارتقا می‌آید، در کشور ما روز به روز در حال افول است. شرایط حاکم بر شهرهای امروزی شیوه زندگی جدیدی را القا می‌کند که در آن پیاده روی 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 روز 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 معماري 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 ایده‌آل‌ها و سنت تاریخی، از موقعیت و مظاهر طبیعی و غیره صحبت کند.

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

## 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 شبکه‌ها 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 جدالافتاده تبدیل شده‌اند. این جدالافتادگی 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 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 فضای فضای شهری، فضای معماري) 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

## پیشینه پژوهش

«چالز لاندri» مفهوم سرزنده‌ی را به گونه‌ای متفاوت بررسی نموده، او «سرزنده‌ی» و «زیست‌پذیری» را مجزاً تعریف کرده و با چهار رویکرد عمدۀ شامل «سرزنده‌ی 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

۳۵۳

عمومی سیاست و همینطور فضای عمومی کالبدی شهر فراهم کرده باشد. هماهنگی مردم و اشیا در تحلیل و پذیرش این مطلب که روابط اجتماعی به واسطه اشیا شکل می‌گیرد، نکته کلیدی است که در تحلیل آرنت 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 و یا 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 سرزنشده با تکیه بر مفهوم، مرکز خرید پیاده پرداخته شده است و با بررسی نمونه موردی خیابان ستارخان به اثبات فرضیات پژوهش و در انتهای 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، راه حل‌هایی 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

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: « Rahati، سرگرمی، تنوع، ماهیت مرکز خرید، آسایش و خوش‌گذرانی ». « ويکفیلد » 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، تنفس و فاصله در استقبال از مراکز خرید تأثیر مهمی دارند (Ibrahim & Wee, ۲۰۰۲:۴۵-۲۰۰۰:۲۴۵).

«وانگ و همکارانش» (۲۰۰۱) از ابار «اسکاتر» را برای ارزیابی میزان جذابیت مراکز خرید از دیدگاه کاربران ارائه نمودند. اسکاتر شامل ۲۱ ویژگی در ۵ دسته‌بندی تحت عنوانین «مکان، کیفیت، تنوع، عامه‌پسندی، امکانات و مشوق‌های فروش» تعریف می‌شد. یکی از نظریه پردازان عرصه عمومی «حنا آرنت» می‌باشد که کتاب «شرایط انسانی» را در سال ۱۹۵۸ تالیف نموده است. او، مشوق بروونگری و زندگی سیاسی و اجتماعی است که در آن قلمرو عمومی نقش اصلی را بازی می‌کند. آرنت فضای را در دو معنای، فضای حضور در میان دیگران و فضای مابین دیگران تحلیل کرده تا درکی جامع از قلمرو

نیز نظریه های راپاپورت 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 نمودار 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 «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 آنها 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 «بازشناسی روشیکدهای نظری به فضاهای عمومی شهری»، این فضاهای را به عنوان مکان سوم که نقش اساسی در برقراری تعاملات اجتماعی بر تعاملات اجتماعی دارند.

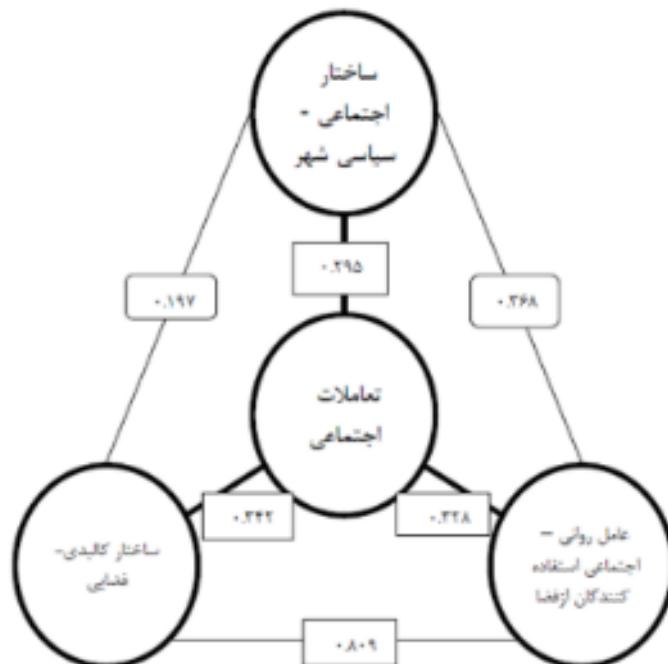
جدول ۱. خیابان‌های شهری و تعاملات اجتماعی؛ مأخذ: بهزادفر و طهماسبی، ۱۳۹۲، ص ۲۶

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

## مدیریت شهری

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

۳۵۵

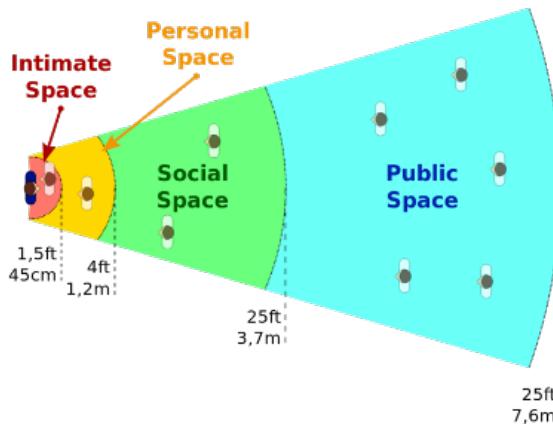


نمودار ۱. مدل تحلیلی مطالعه قنبران و جعفری؛ مأخذ: قنبران و جعفری، ۱۳۹۳، ص ۶۳

آن است که ساختار اجتماعی- سیاسی شهر و زیر فاکتورهای آن با ۰/۲۹، ساختار کالبدی- فضایی با ۰/۳۴، حالات روحی- روانی استفاده کنندگان از فضای زیر فاکتورهای آن با ۰/۳۲ در ارتقاء تعاملات اجتماعی افراد مؤثر است.

**مبانی نظری تحقیق**  
بررسی اسناد موجود درباره سوابق مطالعات

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



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

انسان»، چهار فاصله برای انسان مشخص می‌گردد که انتخاب آن‌ها بستگی به کنش متقابل ارتباط افراد واکنشگر، نحوه احساس آن‌ها و آنچه انجام می‌دهند دارد. همچنین تعداد این فواصل در فرهنگ‌های مختلف متفاوت است (جهدی و کلانتری، ۱۳۹۲، ص ۵).

۱. فاصله خصوصی یا صمیمی (۴۵-۳۰ 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 غیرتomasی 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 به طور 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 در

رفتارشناسی و سرزنشگی 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 علاقمندان 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 بی‌شك 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 فضاهای بر طبق میل استفاده کنندگانشان، 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



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

## مدیریت شهری

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

۳۵۷

می‌کرد. سپس الگوی فعالیتی هر فرد را لحظه ورود به فضای از 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 برابر می‌انگیزد، چه چیز آن‌ها را آزار می‌دهد و چگونه آن‌ها با اندک تغییرات محیط شهری متأثر می‌شوند.

به گفته وايت الگوی همانندی که گروه تحقیق در این مشاهدها 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. وايت 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 فضاهای 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

فوائل در انسان‌ها و جلوگیری از آشوب و هرجومرج 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 اراضی کننده

### تجارب ویلیام وايت

ویلیام اج (هولی) وايت 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 موقیت ۱۶ میدان، ۳ پارک کوچک و تعدادی فضاهای خردمند را در جذب مردم موردن بررسی قرار داد. بعدها وايت 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. وايت از فیلم ۱۶ میلی‌متری برای ثبت رخدادهای روزانه در مکان‌های همگانی مانند پارک‌ها، جلوی مغازه‌ها و پیاده‌روها سود می‌جست. وايت 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؛ مأخذ: بحرینی، ۱۳۸۴؛

نمودار ۲ سمت چپ. سلسله‌مراتب نیازهای مازل؛ مأخذ: 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 استفاده کنندگان 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 پردازد. 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، بورسی 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 به طور مستقیم از راه حواسمن به تجربه‌اندوزی پردازیم، 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،

## میری شهری

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

۳۵۸

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 می‌نگرد. اما در این مطالعه نقطه‌نظر جدیدی ارائه می‌شود. به این ترتیب که فضاهای شهری در رابطه با رفتارهای استفاده‌کنندگان از آن فضاهای بررسی می‌گردد تا به این نحو طراحی فضاهای می‌تواند مبنای 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 موردنی در ایران» (عباسزادگان، ۱۳۸۶) در موضوع مطالعات محیطی، رفتاری اینچنین می‌نویسند: روش‌های مطالعه ادراک محیط، نحوه دریافت، تفسیر و درک محیط شهری را به عنوان لایه‌پنهان 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 فضای رهنمون می‌شود. مطالعه رفتار استفاده‌کنندگان در فضاهای شهری و بهره‌گیری از آن برای استخراج احکام طراحی لایه‌ای از مطالعات انسان، محیط است که دیرزمانی موردن 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 فضاهای با یکدیگر سناریویی از رفتارها را تشویق می‌کند بهره‌گیری از روش چیدمان فضا (سطح دوم) توصیه می‌گردد. ایشان در همین مقاله به معرفی پژوهه «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 فعال کننده 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 مازلوا 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 انسانه (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 سرزنش 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 می‌گرایند. در مدل مازلو توجه تنها به نیازهای پست بدليل 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 بدد. 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 (مطلوبی، 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 دائمًا از این محیط دریافت می‌کنیم (مک اندره، 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

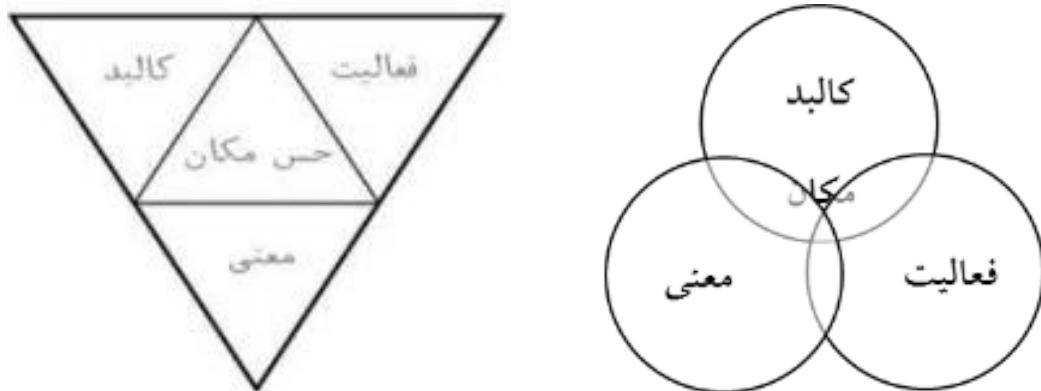
خلق می‌کنند محیط بالقوه‌ای است برای رفتار انسان، و آنچه شخص استفاده و تحسین می‌کند، محیط موثر بر اوست (Lang, ۱۹۶۱: ۸۵). او بر این باور است که برای ساختن محیطی که نیازهای انسان را برأورده سازد، نخست باید ماهیت مسائل طراحی را شناخت، در واقع معماران و طراحان شهر به مدلی از نیازهای انسان محتاج هستند که بیچیدگی‌های 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 برأورده 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 رقابت‌الکساندر لیتون (۱۹۵۹) و سلسله مراتب نیازهای انسانی آبراهام مازلو (۱۹۴۳ و ۱۹۵۴):

امنیت فیزیکی، ارضای جنسی، ابراز دشمنی، ابراز عشق، حفظ علایق شخصی، شناسایی شدن، بیان خودانگیختگی، تشخیص جایگاه خود و دیگران در جامعه، حفظ و مراقبت از عضویت در گروهی معین، تعلق به یک نظام 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 بیچیده‌اند 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؛ مأخذ: 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 بوم شناسی محل
ایمنی	کیفیت اینمی معابر، امکان نظارت و مراقبت، نفوذپذیری و قابلیت دسترسی و انعطاف پذیری 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	شخصی سازی فضا و رعایت اصل تنوع در طراحی
شناسختی و زیباشناختی	تامین امکان فعالیتهای فرهنگی-تفریحی توسط طراحی شهری، خلق مناظر شهری و طبیعی خوب و ایجاد غنا در کیفیات محیطی.



نمودار ۴. حس مکان جان پانتر-۱۹۹۱ مأخذ: گلکار، ۱۳۷۹، ص ۳۲.

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

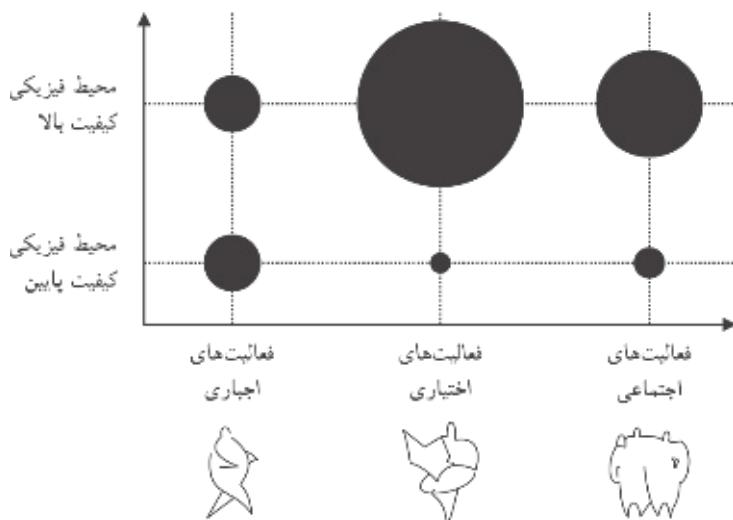
بر سه گانه بودن مولفه‌های دخیل در خلق حس مکان دلالت دارد، می‌توان از روایت‌های فرعی مدل کانتر دانست. بر اساس مدل جان پانتر سه مولفه «کالبد»، «فعالیت» و «معنی» در خلق حس مکان دخیل می‌باشند که به نحو قابل ملاحظه‌ای با سه مولفه‌ی پیشنهادی کانتر تشابه دارند (گلکار، ۱۳۷۹، ص ۳۱). بر اساس مدل پانتر سه مولفه «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 مذبور که به مدل مکان شهرت دارد، محیط مسکونی شهری به مثابه یک مکان متشكل 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 پانتر را که



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

تجمع یا پراکندگی، تلفیق یا تفکیک، باز و بسته بودن. به عنوان مثال در بحث تجمع یا پراکندگی، فضای تواند باعث تجمع فعالیت‌های مختلف گردد از طریق تمهدیاتی مانند حذف فضاهای خالی بلا استفاده، جانمایی واحدهای فضایی فعال در محل حضور مردم و... (فضاهای چند عملکردی) (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 اجرایی- مانند رفتن به مدرسه و یا کار، خرید، انتظار برای اتوبوس هستند. به دلیل اینکه استفاده کنندگان 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

فعالکننده و هدایت‌کننده رفتارهای اوست. به تمامی افعال انسانی که در راستای برآوردن یکی از نیازهای 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 فضای 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. به عنوان مثال فعالیتی مانند ایستادن یا نشستن، بیشتر در امتداد لبه‌ها، جایی که از یک طرف فرد احساس حمایت (امنیت) می‌کند، اتفاق می‌افتد. در عین حال لبه‌ها، دید خوبی نسبت به سایر فعالیت‌های

جاری در کل فضای ایجاد می‌کند.

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

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

## میری شهری

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

۳۶۲

(مانند قدم زدن برای استفاده از هواپاک، تماشای رهگذران و غیره).

۳. فعالیت‌های اجتماعی: وقوع این فعالیت‌ها به حضور دیگران در فضای عمومی بستگی دارد (سلام کردن، گفت و گو با آن‌ها، فعالیت‌های عمومی، تماس‌های غیرارادی (منفعلانه) همچون دیدن و شنیدن صدای مردم) (این بدين معناست که اين نوع فعالیت‌ها بدون برنامه قبلی شکل می‌گيرند و به دنبال حضور مردم در يك مكان و در يك زمان صورت می‌گيرند. اين 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 شکل دهی به رفتار انسان یا اصطلاحاً معینیگری محیطی است که می‌تواند در سطوح مختلف مورد بررسی قرار گیرد. «معینیگری معماری» و یا به تعبیری جامع تر معینیگری 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 به ویژه در سطح رفتارهای اجتماعی دگرگون ساخت (مطلوبی، ۱۳۸۰، ص ۵۹). به طور کلی در مورد رابطه محیط و رفتار، چهار موضع‌گیری نظری قابل تشخصیص 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 زمرة 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 آن هادر گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی است (دانشپور و چرچیان، ۱۳۸۶، ص ۲۲). برای تداوم حیات زندگی اجتماعی بشر و رشد فرهنگ اجتماعات انسانی ما ناگزیر از ارتباطات کلامی و چهره به چهره 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 پیوند جویی 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 اجتماع پذیری 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 قرار گیرد، اصل قطعیت معماری بر

## جدول ۲. انواع سرزندگی شهروندان از نظر لاندرو؛ مأخذ: Landry ۴: ۲۰۰۰

<p>سرزندگی اقتصادی: توسط سطوح اشتغال، درآمد خالص و استانداردهای زندگی مردم در یک منطقه تحت بررسی، شمار سالیانه گردشگران، عملکرد خرده فروشی‌ها، ارزش زمین و دارائی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.</p> <p>سرزندگی اجتماعی: به وسیله سطوح فعالیتها و تعاملات اجتماعی به علاوه ماهیت ارتباطات اجتماعی سنجیده می‌شود. یک شهر سرزنه 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 برگیرنده بقا، 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، انبوهای 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>	<p>سرزندگی:</p> <p>سطوح فعالیت، استفاده و مشارکت، تعاملات، ارتباطات، مبادلات و معاملات تو سطوح نمایش(چگونگی تظاهر فعالیتها و تعاملات در جهان (بیرونی))</p>
--	--

## میری 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، همان‌طوری 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 شکل گیری 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 نابرابر تقسیم شود در این حالت چهار نوع تعامل شکل خواهد گرفت:

۱. تعامل سرد برابر: وارد کردن محرک 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 «الف» 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 جرمان متقابل از جانب شخص «الف» (دوست فرخانی و همکاران، ۱۳۸۷).

می‌دهند و فضاهای 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 مراوده اجتماعی صورت گیرد (راستبین و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۴۸). فضای عمومی سرزنش 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 می‌باشد 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 لاندری» 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 غالب 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 سرزنش می‌داند:

- ۱- عرصه عمومی فعالیتها، جشن‌ها و فستیوال‌های بسیاری را به وجود آورده 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 زیباشناصانه داشته باشد (کلانتری و دیگران، ۱۳۹۱، ص ۷۶).

موضوع از این جهت مهم است که بین تعامل اجتماعی و دلبستگی مردم با محیط‌های اجتماعی و ساخته شده رابطه‌ای تنگاتنگ وجود دارد. از این جهت درنظریه‌های 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 و ضعیت 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 پیوند جویی 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 فضای یک فرآیند دو طرفه هستند در واقع مردم فضاهای را به وجود آورده و تغییر

## 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 فیزیک و اجتماعی و درنتیجه 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 جمیع 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 می‌باشد. نیاز انسان مبتنی بر تماس مستقیم با محیط بیانگر تجربه مستقیم فضا، مردم و فعالیت‌های اجتماعی چون تعامل با آشنازیان، گرد همایی، 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 تجربه 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.

در واقع 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 «عقاد» 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 خواهد 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 مسئله باور دارند که نباید در کار دیگران دخالت کنند و با این دیدگاه، فضاهای شهری، به صحنۀ 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 مبنای می‌توان وجود اجزا و یا رویدادهایی که در فضا، موضوع مشترک برای

# مدیریت شهری

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

۳۶۷

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 شکل گیری شبکه‌های اجتماعی می‌باشد. چنان‌که «الدنبُرگ» 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 کنارخانه و محل کار اطلاق می‌کند. فضایی که میزبان تجمعات شاد، غیررسمی، داوطلبانه و منظم افراد، می‌باشد (Oldenburg, ۱۹۹۹: ۱۸۴). 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، گرددھمانی‌های مختلف، شرکت در فعالیت‌های اجتماعی و حس تعاون ایجاد می‌شود. انگیزه برای گرددھمانی 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 تاثیر محیط فیزیکی در برخوردهای خود بی‌خبرند. او به دو جنبه از فضای معماری و تاثیرشان بر تعامل اجتماعی افراد حاضر در فضا اشاره می‌کند:

۱. جنبه ایستایی فضای معماری

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 تحلیل اجتماعی روانشناسی در نحوه تعامل رو در روی افراد و تأثیر محیط فیزیکی بر این تعامل و نیز نحوه بهره‌برداری افراد از محیط برای برقراری اجتماعی تأثیرگذارند. 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 با یکدیگر 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 مناسب و در نتیجه نقش‌پذیری مردم در فضا و عضویت آنها در گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی است (دانشپور و چرخچیان، ۱۳۸۶، ص ۲۲).

عرضه 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 فضاهای عرضه سیاست، مذهب، داد و ستد، ورزش و فضایی برای همزیستی مسالمت‌آمیز

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 مصرف کنندگان به حداقل 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 در کفرصتهای 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 مرکز می‌شد: نفوذپذیری، تنوع، خوانایی، استحکام، تنشیبات بصری، غنا و تشخص (کرمونا و همکاران، ۱۳۸۸). بنتلی محیط پاسخده را این گونه 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، 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. فضای دارای دو ماهیت است: قابلیت خصوصی، قابلیت عمومی. اما برای بهره‌مندی از فضاهای دو قابلیت باید تقویت شوند زیرا هیچ یک به تنها یک کار نمی‌کند 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 بلوک‌های راه را 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 اجتماعی 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 گفت‌وشنود اجتماعی و متبادر رفتارها و هنجارهای فرهنگی می‌شود. چون که بسیاری از فعالیت‌های اجتماعی هم اکنون در انتظار فضای امن برای وقوع هستند و به محض شکل گیری این فضاهای این گونه فعالیت‌ها و نیازهای فضایی و کالبدی آنها مهر و نشان خود را بر فضا خواهد زد (خامه و حمزه‌لو، ۱۳۹۲، ص ۴ به نقل از حبیبی، ۱۳۸۱).

### کیفیات فضا و اجتماع پذیری محیط

می‌توان کیفیت یک شیئی را به این گونه تعریف نمود: مجموعه‌ای از خصوصیات یا صفات مشخص که باعث تمایز 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 درمورد 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 روش و واضح نیز می‌باشد در واقع منظور از کیفیت از طرفی خاصیت‌ها و ویژگی‌های اصلی یک

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 اقتصاد 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 فعالیتی 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 کیفیتی را عرضه می‌کنند که ما آن را انعطاف پذیری می‌نامیم (بنتلی و همکاران، ۱۳۸۲، ص. ۷).

ه- تنشیات بصری: اگر محیط از نظر مردم در فرم و عملکرد خوانا باشد، گوناگونی و انعطاف پذیری را داشته باشد می‌توان گفت تنشیات 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 پنج گانه می‌شود ولی از آنجایی که حس بینایی تأثیر به سزاگی در دریافت اطلاعات دارد از این روتا حدی بیشتر حائز اهمیت می‌باشد.

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

چیز است از طرف دیگر کیفیت، کلیت و سیستمی از جزء کیفیت‌هایی است که یک چیز را به وجود آورده‌اند (پاکزاد، ۱۳۸۵، ص ۷۵). به واقع می‌توان کیفیت محیط را یکی از مهمترین دل مشغولی‌های 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 اعلام می‌دارد:

۱. سرزندگی: به مفهوم امکان بقای زیست شناختی و جامعه شناختی 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 اوخر دهه ۱۹۷۰ و اوایل ۱۹۸۰ گروهی در پلی تکنیک اکسفورد آن زمان رویکردی به طراحی محیط شهری را تدوین کرد که با عنوان «محیط‌های

اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است. دلیل استفاده از پرسشنامه در این مرحله- علاوه بر مزایای برشمرده برای آن- این بود که یکی از راههای قابل اعتماد برای سنجش میزان رضایت افراد 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 p-۱ به عنوان احتمال قرار گرفتن فرد در طیف ناراضی در نظر گرفته شد. حاصل این دو هنگامی حداکثر

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 ۷-۵ 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 پرسش‌شونده‌ها 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 دهنده گان نفوذ کند. مصاحبه نمی تواند شرط گمنام بودن مصاحبه شوندگان 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، ص ۴۹۴). برای جمع آوری

## دریی شهری

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

۳۷۰

است می‌توان به تعریف ارائه شده توسط ایبل و فریسی (۱۳۸۹) اشاره کرد: «همبستگی میان یک مجموعه از نمرات و مجموعه دیگری از نمرات دریک آزمون معادل که به صورت مستقل بربیک گروه آزمودنی به دست آمده است». با توجه به این امر عموماً دامنه ضریب قابلیت از صفر (عدم ارتباط) تا +۱ (ارتباط کامل) است. ضریب قابلیت اعتماد نشانگر آن است که تاچه اندازه ابزار اندازه گیری ویژگی های با ثبات آزمودنی ویا ویژگی های متغیر و موقتی وی را می‌سنجد. برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد ابزار اندازه گیری شیوه های مختلفی به کاربرده 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. بارگیر بر ماهیت جمعی-رفتاری فضاهای فعالیت تاکید داشته است و تعاملات جمعی در فضاهای فعالیت را به مثابه قابلیتی برای فضا مورد تاکید قرار داده است. گرچه بیشتر تحقیقات انجام شده در رابطه با اجتماع پذیری محیط های جمعی موردنظر بوده است، اما چگونگی برقراری تعاملات جمعی در همه عرصه های محیط انسان ساخت اعم از فضاهای خصوصی، نیمه عمومی و عمومی موردن 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 اجتماع پذیری فضا به حدی است که بسیاری از نظریه پردازان بر تاثیر این کیفیت بر دلبستگی به مکان زندگی تاکید ورزیده اند. بر طبق این نظرات دلبستگی به مکان نه تنها به توسط وجوده فیزیکی در یک مکان تقویت می شود بلکه کیفیت تعاملات اجتماعی در مکان نیز بر دلبستگی به مکان مؤثر می باشند (دانشگر مقدم و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۲۹).

معیارهای موثر در تحلیل فرضیات

خواهد بود که این دو برابر با هم و مساوی ۵٪ باشد. از سوی دیگر برای این پژوهش سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $Z=1.96$ ) و خطای مورد پذیرش ۰٪ در نظر گرفته شده است. که در نتیجه تعداد حجم نمونه ۹۲ استخراج شده است (فتحی، ۱۳۹۲، ص ۱۲۲).

روش تحلیل داده ها؛ منظور از تجزیه و تحلیل آماری، پردازش داده های کمی و آماری با استفاده از شاخص های آماری است (نکونام، ۱۳۸۶، ص ۳۰۷). تجزیه و تحلیل توصیفی و استنباطی و آزمون تایید یا رد فرضیات تحقیق می باشد. قابل ذکر است تحلیل با استفاده از نرم افزار spss انجام شده است و روش آزمون و بررسی فرضیات تحقیق استفاده از آماره استیومن (t)، همبستگی پیرسون می باشد. ضریب اطمینان پژوهش نیز ۰.۹۵ می باشد. در ابتدا گزینه های هرسوال را که به صورت طیف لیکرت هستند، امتیاز بندی می کنیم. بدین ترتیب که در سوالات سعودی، خیلی موافق = ۵، موافق = ۴، نظری ندارم = ۳، مخالف = ۲، خیلی موافق = ۱ کدگذاری می گردد. در سوالات نزولی نیز مقدار برخلاف سوالات سعودی، از ۱ تا ۵، ارزشگذاری شده است. سپس داده های کمی تبدیل به اعداد می شوند 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 می نماییم. بدین ترتیب به یک رشته از اعداد می رسیم.

ضریب اطمینان در پژوهش؛ ضریب اطمینان پژوهش حاضر را ۹۵ درصد در نظر می گیریم. به عبارت دیگر احتمال پنج درصد خطأ را در نتیجه پیش بینی و تحمل می کنیم. بدین ترتیب ضریب خطأ برابر ۰.۰۵ است. قابلیت اعتماد یکی از ویژگی های فنی ابزار اندازه گیری است. مفهوم یاد شده با این امر سرو کار دارد که ابزار اندازه گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می دهد. از جمله تعریف هایی که برای قابلیت اعتماد ارائه شده

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 فضاهای بوده است. که این موضوع با نتایج مطالعات حیدری و حاتمی کیا(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 مرکز 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 مسبوق 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

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، ارگonomی و استاندارهای 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 تصویز ذهنی افراد بر آنها بسیار موثر است. تبلیغات، طرح‌های انگیزانده، 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، خاطره انگیزی، حس تعلق، ارتباط با طبیعی، خدمات و عملکردهای رفاهی در این گروه قرار دارند. جدول ۲-۵ معیارهای معرفی را ارائه کرده است:

## بیان یافته‌های تحقیق

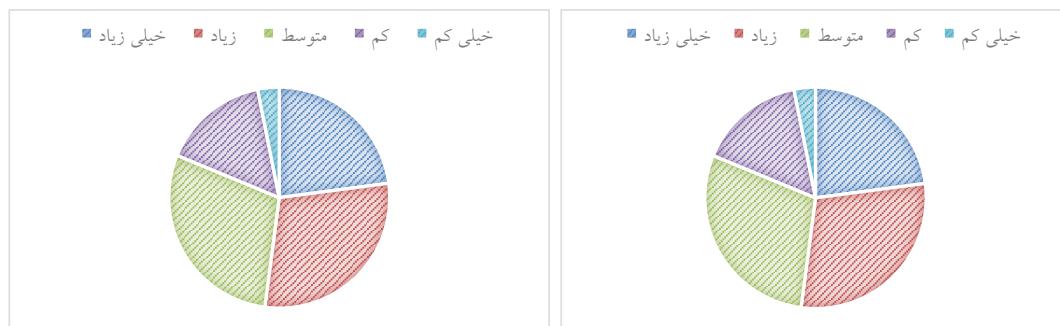
بنابراین مطالب بیان شده در خصوص ارتباط بین فرضیات و معیارها و شاخص‌های تعریف پرسشنامه، سوالات پرسشنامه با هدف سنجش ارتباط و تاثیر متغیرهای محیطی و شاخص‌های کالبدی فضای طراحی شده است. در پژوهش حاضر، شیوه اجرای پرسشنامه‌ها نیز می‌تواند یکی از محدودیت‌های تحقیق باشد. همکاری کامل نداشتن پاسخ‌دهندگان، محدودیت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

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

معیار	مولفه	موضوع	منبع
تنوع فضایی	لذت چشمی	به طور معمول، بخشی از درجات حق انتخابی که به وسیله یک مکان عرضه می‌گردد با میزان خوانی آن ارتباط پیدا می‌کند؛ یعنی مردم تا چه حد می‌توانند به فهم یا درک آن مکان نائل شوند.	بنتلی و همکاران، ۱۳۸۲
تنوع ادراکی - عملکردی	نمودن پذیری	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. مقایس پیاده از جمله ساخته‌هایی می‌باشد که فضا را ملموس‌تر و قابل باورتر می‌سازد و زمینه را برای بروز تعاملات اجتماعی بیشتر فراهم می‌کند	عباسزاده و تمربی، ۱۳۹۱
فعالیت و کاربری	موقتی	جایگاه یک فضای عمومی موفق بایستی به گونه‌ای باشد که پذیرای جمیع کثیر 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 ساعت و فصول مختلف است.	دانشپور و چرچیان، ۱۳۸۶
چشمی	چشمی	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
چشمی	چشمی	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.	فلاحت، ۱۳۸۵
چشمی	چشمی	جان اشتون از صاحب‌نظران بی‌نالمللی شهرسالم، امنیت را یکی از کیفیت‌های غیرقابل جایگزین در ایجاد یک شهر سالم مورد اشاره قرار می‌دهد.	صالحی، ۱۳۸۷
چشمی	چشمی	هر چه میزان خوداثربخشی کارکنان نسبت به ادراک کیفیت صدا بیشتر باشد، سرزندگی آنان نیز بیشتر می‌شود. به این صورت که اگر آن‌ها بتوانند سروصدرا را در محیط کار کنترل کنند و به درستی از ابزارهای محافظه‌شناختی استفاده کنند، نیرو و نشاط، چالاکی و آمادگی و انرژی خود را در محیط کار از دست نمی‌دهند و می‌توانند سرزنده و فعال باشند.	عریضی و همکاران، ۱۳۸۶
بصیری و منظر	بصیری 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
چشمی	چشمی	فرم‌های متنوع در صورتی که منجر به ایجاد اغتشاش محیطی نشود میتواند به ارتقاء کیفیت محیط‌های عمومی کمک کند.	سرافراز و همکاران، ۱۳۸۴

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

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



## در پیش‌شهری

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

۳۷۴

نتایج دیگر تحقیقات صورت گرفته مطابقت دارد. بیش از ۶۵ درصد پرسش‌شوندگان در پاسخ سوال 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

فضاهایی عمومی می‌توانند به گونه‌ای طراحی شوند که مردم و فعالیتها را از محیط خصوصی به محیط عمومی فرا خوانند یا بر عکس 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 استفاده کنندگان طراحی شود و برای آنان جذاب، زیبا، صمیمی، به یادماندنی و خاطره

نشان می‌دهد. پیشینه تحقیق نیز نشان می‌دهد بهره‌گیری

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

سوال																							
میزان تمایل شما به صحبت کردن با یک آشنا به هنگام برخورد با وی چقدر است؟	۵	میزان تمایل شما به صحبت کردن در یک جلسه یا گردهمایی کوچک از افراد ناآشنا چقدر است؟	۶	به چه میزان تمایل دارید که با افراد دیگر باشید؟	۷	به چه میزان تمایل دارید که به گروه‌های اجتماعی بپیوندد؟	۸	به چه میزان در فعالیت‌های اجتماعی غیررسمی شرکت می‌کنید؟	۹	چقدر تمایل دارید که دیگران از شما برای نجام کارها یا شرکت در گفتگوهای ایشان دعوت کنند؟	۱۰	به نظر شما ابعاد و تنسبات تا چه حد در ارتباط میان افراد در فضاهای عمومی موثر است؟	۱۱	تا چه موقعیت مناسب و دسترسی یک مجموعه تجاری-فرهنگی را در استقبال افراد از آن موثر می‌دانید؟	۱۲	به نظر شما امکان دسترسی پیاده به یک مجموعه فرهنگی-تجاری تا چه حد در حضور افراد مختلف موثر است؟	۱۳	تا چه حد تناسب فضاهای داخلی را با تنسبات انسانی در طراحی فضاهای داخلی و خارجی، در استقبال افراد موثر می‌دانید؟	۱۴	به نظر شما استفاده از نور طبیعی در مجموعه‌های تجاری تا چه حد اهمیت دارد؟	۱۵	به نظر شما مبلمان مناسب در فضاهای عمومی تا چه حد می‌توان، به برقراری ارتباط میان افراد کمک کند؟	۱۶
۲	۹	۱۲	۳۹	۳۴	تعداد																		
۲,۰۸	۹,۳۸	۱۲,۵۰	۴۰,۶۳	۳۵,۴۲	درصد																		
۵	۲۰	۳۵	۲۰	۱۶	تعداد																		
۵,۲۱	۲۰,۸۳	۳۶,۴۶	۲۰,۸۳	۱۶,۶۷	درصد																		
۵	۱۴	۳۰	۲۶	۲۱	تعداد																		
۵,۲۱	۱۴,۵۸	۳۱,۲۵	۲۷,۰۸	۲۱,۸۸	درصد																		
۵	۸	۲۷	۳۲	۲۴	تعداد																		
۵,۲۱	۸,۳۳	۲۸,۱۳	۳۳,۳۳	۲۵,۰۰	درصد																		
۸	۱۹	۴۲	۱۳	۱۴	تعداد																		
۸,۳۳	۱۹,۷۹	۴۳,۷۵	۱۳,۵۴	۱۴,۵۸	درصد																		
۲	۱۴	۲۸	۳۱	۲۱	تعداد																		
۲,۰۸۳	۱۴,۵۸۳	۲۹,۱۶۷	۳۲,۲۹	۲۱,۸۷	درصد																		
۳	۱۴,۵۸۳	۲۹,۱۶۷	۲	۵																			
۸	۱۲	۲۷	۳۳	۱۶	تعداد																		
۸,۳۳	۱۲,۵۰	۲۸,۱۳	۳۴,۳۸	۱۶,۶۷	درصد																		
۲	۱۳	۲۵	۲۵	۳۱	تعداد																		
۲,۰۸	۱۳,۵۴	۲۶,۰۴	۲۶,۰۴	۳۲,۲۹	درصد																		
۲	۹	۲۵	۳۵	۲۵	تعداد																		
۲,۰۸	۹,۳۸	۲۶,۰۴	۳۶,۴۶	۲۶,۰۴	درصد																		
۵	۱۷	۳۶	۲۷	۱۱	تعداد																		
۵,۲۱	۱۷,۷۱	۳۷,۵۰	۲۸,۱۳	۱۱,۴۶	درصد																		
۶	۲۲	۲۸	۳۱	۹	تعداد																		
۶,۲۵	۲۲,۹۲	۲۹,۱۷	۳۲,۲۹	۹,۳۸	درصد																		
۳	۱۲	۲۲	۳۸	۲۱	تعداد																		
۳,۱۳	۱۲,۵۰	۲۲,۹۲	۳۹,۵۸	۲۱,۸۸	درصد																		

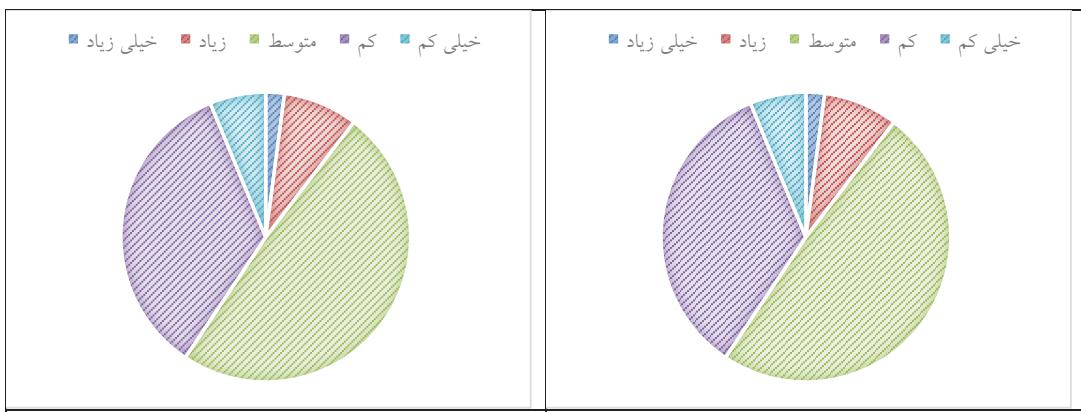
## میری شهری

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

۳۷۶

سوال								
خیلی زیاد	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	کم	خیلی کم	
عمومی تا چه حد می‌تواند، به برقراری ارتباط میان افراد کمک کند؟		۳,۱۳	۱۲,۵۰	۲۲,۹۲	۳۹,۵۸	۲۱,۸۸	درصد	
استفاده از رنگ‌های روشن تا چه حد در حضور بیشتر افراد در مراکز فروش تاثیر دارد؟	۱۷	۴	۱۹	۳۹	۲۴	۱۰	تعداد	
ایجاد مراکز تجاری-فرهنگی تا چه حد می‌تواند در افزایش احساس دلستگی به شهر در شهروندان کمک کند؟	۱۸	۴,۱۷	۱۹,۷۹	۴۰,۶۳	۲۵,۰۰	۱۰,۴۲	درصد	
ایجاد تنوع در فرم و رنگ فضاهای عمومی تا چه حد می‌تواند در استقبال شهروندان تاثیر داشته باشد؟	۱۹	۱۱	۱۸	۴۲	۲۲	۳	تعداد	
در فضاهای عمومی که در آن میان افراد گفتگو و ارتباط برقرار است، نسبت به فضاهای خلوت و ساكت تا چه حد احساس امنیت می‌کنید؟	۲۰	۹	۳۲	۲۳	۲۱	۱۱	تعداد	
به نظر شما احساس آسایش تا چه حد در ایجاد ارتباط میان افراد مختلف موثر است؟	۲۱	۳	۱۵	۲۸	۲۸	۲۲	تعداد	
به نظر شما ادراک فضاهای عمومی و مسیرهای حرکتی تا چه حد در استقبال شهروندان تاثیر دارد؟	۲۲	۱۲,۵۰	۱۵,۶۲۵	۲۹,۱۶۷	۲۹,۱۶	۲۲,۹۱	درصد	
به نظر شما استفاده از نمادهای ایرانی مانند فرش تا چه حد در احساس دلستگی افراد به فضاهای عمومی تاثیر دارد؟	۲۳	۱	۸	۱۵	۴۳	۲۹	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	
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	
به نظر شما فضاهای عمومی چند عملکردی (مانند مرکز تجاری و موزه) تا چه میزان می‌تواند امکان برقراری ارتباط میان افراد غربیه را فراهم کند؟	۲۶	۳,۱۳	۱۳,۵۴	۳۶,۴۶	۳۲,۲۹	۱۴,۵۸	درصد	
به نظر شما ایجاد یک مجموعه تجاری-	۲۷	۶	۳۳	۴۷	۸	۲	تعداد	

سؤال	درصد	فرهنگی تا چه حد می‌تواند ارتباطات اجتماعی خارج از مجموعه را ایجاد کند؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
	۲۰۸	۸,۳۳	۴۸,۹۶	۳۴,۳۸	۶,۲۵	کم	خیلی کم

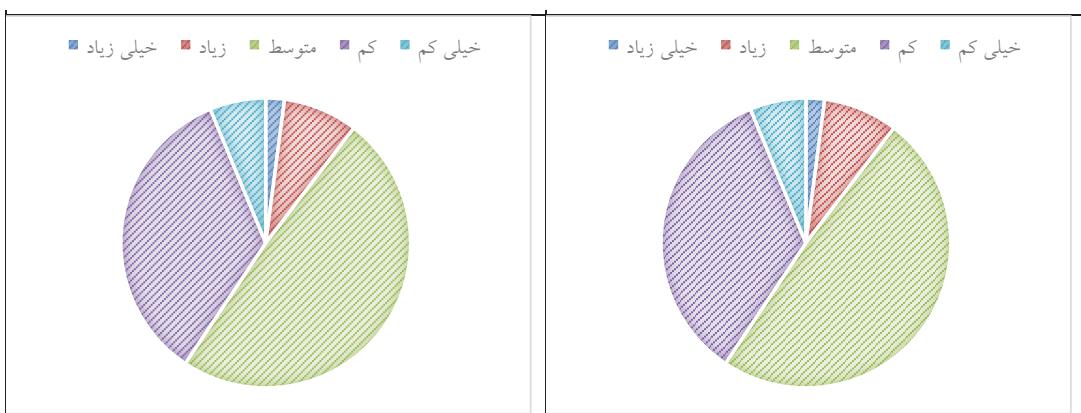


نمودار ۵. میزان تمایل شما به صحبت کردن با یک آشنا به هنگام برخورد با او چقدر است؟

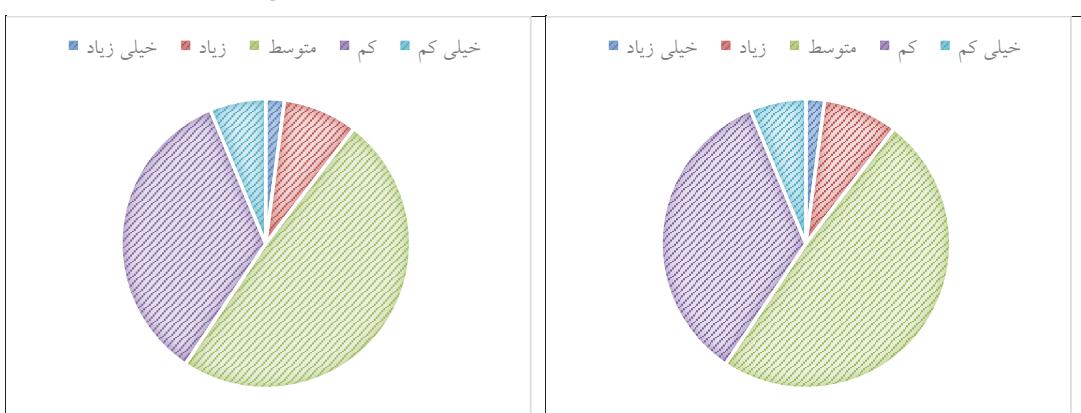
## مدیریت شهری

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

۳۷۷



نمودار ۶. میزان تمایل شما به صحبت کردن در یک جلسه یا گرد همایی کوچک از افراد ناآشنا چقدر است؟



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

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 سنتی، 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 شکل گیری این نوع روابط است.

## منابع و مأخذ

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، ادریس (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 شهری 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 ۲۰-۲۵
۷. پاکزاد، جهانشاه (۱۳۸۸) «سیر اندیشه‌ها در

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 می‌بین 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

# مدیریت شهری

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

۳۷۹

- خرید پیاده»، نشریه هویت شهر، سال چهارم، شماره ۶، صص ۷۴-۶۳.
۱۷. دانشپور، سید عبدالهادی و چرخچیان، میریم (۱۳۸۶) «فضاهای عمومی و عوامل مؤثر بر حیات جمعی» نشریه باغ نظر، شماره ۷، صص ۲۸-۱۹.
۱۸. دانشگر مقدم، گلرخ و همکاران (۱۳۹۰) «تحلیل اجتماع پذیری محیط کالبدی متأثر از ادراک طبیعت در محیط انسان ساخت» دوره ۳، شماره ۴۵، صص ۳۸-۲۷.
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، سجاد و همکاران (۱۳۹۱) «رابطه همبستگی بین کیفیت‌های محیطی و تداوم حیات شهری در عرصه‌های عمومی» فصلنامه باغ نظر شماره ۲۱، صص ۴۶-۳۵.
۲۱. رفیعیان، مجتبی و خدایی، زهراء (۱۳۸۸) «بررسی شاخص‌ها و معیارهای مؤثر بر رضایتمندی شهروندان از فضاهای عمومی شهری»، نشریه راهبرد، شماره ۵۳، سال هجدهم، صص ۲۴۸-۲۲۷.
۲۲. شهبازی، حسن و همکاران (۱۳۹۲) «تأثیر عرصه های 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) «رأیه راهکارهای طراحی بافت فرسوده شهری با استفاده از تکنیک چیدمان فضای با رویکرد افزایش امنیت شهری؛ مطالعه موردی: بافت فرسوده قلمستان کرج» پایان نامه 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 شهرسازی؛ جلد سوم: از فضای 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 سرزنشگی مناطق تبریز با تأکید بر امنیت شهری با نگرش جامعه‌شناختی» نشریه مطالعات جامعه‌شناسی، شماره ۶، صص ۲۶-۷.
۱۱. ترابی، محمد (۱۳۹۱) «طراحی محله بر اساس تأثیر ویژگی‌های کالبدی فضای باز عمومی در افزایش تعاملات و رفتار اجتماعی»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی
۱۲. تی هال، ادوارد (۱۳۸۷) «بعد پنهان» ترجمه منوچهر طبیبیان. تهران: موسسه انتشارات دانشگاه تهران.
۱۳. جهدی، نوید (۱۳۹۲) «رفتارشناسی انسان در فضای شهری با رویکرد افزایش حضور پذیری فضاهای شهری؛ نمونه موردی: میدان نقش جهان اصفهان» پایان نامه 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 اجتماع پذیر در تعاملات اجتماعی شهروندان» «همایش ملی معماری، فرهنگ و مدیریت شهری، کرج
۱۶. خستو، میریم و سعیدی‌رضوانی، نوید (۱۳۸۹) «عوامل موثر بر سرزنشگی فضاهای شهری، خلق یک فضای شهری سرزنشده با تکیه بر مفهوم مرکز

- 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. کاشانی جو، خشایار (۱۳۸۹) «بازشناسی 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، کورosh (۱۳۸۶) «مفهوم سرزندگی در طراحی شهری»، دوفصلنامه علمی - پژوهشی صفه، شماره ۴۴، صص ۶۶-۷۵

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

۳۱. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴) «جامعه شناسی» 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.

## میری شهری

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

۳۸۰ ■