

جایگاه تعاملات اجتماعی در بازار رفسنجان

معین مرادی^{۱*}، حسین مهدوی پور^۲، محسن قاسمی^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد معماری دانشگاه آزاد رفسنجان و عضو باشگاه پژوهشگران جوان بم

MoeinMoradi333@yahoo.com

۲- دکترای معماری و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد یزد

HMahdavi@yazd.ac.ir

۳- دکترای معماری و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد بم

Mgh1393@yahoo.com

چکیده :

باتوجه به اینکه تغییردرشرایط زندگی امروزه باعث تغییر دررویدادها و روابط اجتماعی امروزی گشته بطوریکه بسیاری ازتعاملات اجتماعی مفهومان تغییر کرده، واین عامل خودامروزه به نحوی باعث فرسودگی دربخشهایی ازبرخی فضاها گشته است، این موارددرحالی وجود دارد که تاکنون نسبتا هیچکس نسبت به پاسخ گویی این فضاها فرسوده بانگرشی به تعاملات اجتماعی به پژوهش درجهت توسعه یافتگی نگاهی بازشناسانه نداشته است، وازآنجاکه افزایش کیفیت زندگی شهروندی و حیات اجتماعی درفضاهایی عمومی همچون بازارها یکی از چالش های حرفه طراحان بوده و نظریات بسیاری بر مبنای شرایط و تجربیات مختلف مطرح شده است. بنابراین در این راستا، سعی گردیده با نگرشی نسبت به تعاملات اجتماعی به عنوان بزرگترین سرمایه اجتماعی که از علوم اجتماعی پیروی می کند و اخیرا نیز در حوزه طراحی وارد شده به عنوان ابزاری هر چند مفهومی که جایگاهی ویژه یافته در جهت مفهوم توسعه یافتگی بازار رفسنجان مورد بهره برداری قرار گیرد. بدین سبب باتوجه به ارتقای کیفیت های محیطی به عنوان راهکاری درجهت ارتقای حیات فضاهایی همچون بازار برای برقراری تعاملات اجتماعی، که سعی برآن داردکه باجستجوی درروابط منطقی میان تعاملات اجتماعی وکیفیت های محیطی درفضای بازار رفسنجان، بتواند از سرمایه اجتماعی در بخشی ازجامعه حداکثر بهره راببرد، وبدین ترتیب از آن به عنوان ابزاری عملیاتی برای هویت بخشی درطراحی استفاده کند. بدین ترتیب کیفیت های محیطی انتخاب شده دراین پژوهش درجهت پاسخگویی به نیازهای رفتاری کاربران فضااست که باخلق فضاهایی اجتماع پذیروارتقای تعاملات اجتماعی درفضای بازاردنبال می شود، که درنتیجه ی آن بایافتن رابطه ی همبستگی میان سطح تعاملات اجتماعی و سطح کیفیت های محیطی که باکمی سازی کیفیت های محیطی انجام می گیرد همراه خواهد شد، بدین سبب می توان به نتایج کمی شده از کیفیت های محیطی باسطح شاخصهایی ازسرمایه های اجتماعی دست یافت که بامقایسه ای تحلیلی - توصیفی وبانتیجه گیری عقلی ومنطقی این مسئله ی پژوهشی درحیطه ی مطالعات کتابخانه ای و میدانی دنبال خواهد شد.

کلمات کلیدی: بازار، تعاملات اجتماعی، توسعه، گسترش، هویت فردی و اجتماعی