

ارزیابی کیفیت محیطی و سرزندگی در مجتمع تجاری ستاره باران تبریز

نادیا خندانی¹، مهسا فرامرزی²

1- دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد تبریز (nadia.khandani@yahoo.com)

2- دکتری شهرسازی و استادیار دانشگاه آزاد تبریز (mahsa_faramarzi@yahoo.com)

چکیده

شهرها تجلی گاه ارتباطات انسانها هستند. حضور مثبت افراد در فضاهای شهری، سطح تعاملات مثبت اجتماعی را بالا برده و سبب ارتقاء کیفیت زندگی می گردد. البته این حضور در فضا، ارتباط مستقیم با مطلوبیت فضا دارد و فضاهای مطلوب تمایل به حضور افراد را افزایش می دهد. اما متأسفانه با وجود رشد روز افزون بافت های جدید شهری به دلیل بی توجهی های صورت گرفته به این موضوع، فقدان مطلوبیت فضایی به منظور این حضور کاملاً مشهود است. حضور مردم در فضاهای شهری و ایجاد فرصت های ملاقات بین آنها، یکی از مهمترین عوامل سازنده کیفیت فضاهای شهری است که بر پایه نیازهای اجتماعی انسان قرار دارد. بر مبنای مطالعات روانشناسی محیط، عوامل محیط کالبدی می تواند از طریق تاثیر گذاشتن بر الگوهای جاری رفتار، ابزار مناسب را جهت ایجاد سرزندگی در فضا فراهم نماید، لذا طراحان می توانند با پیش بینی و طراحی فعالیت های مختلف و دخیل نمودن ملاحظات کالبدی، زمینه ارتقاء کیفیت مجتمع های تجاری و ایجاد سرزندگی در آنها را فراهم نمایند. بر این مبنا، پژوهش حاضر بر مبنای هدف، کاربردی و بر مبنای روش در زمره پژوهش های توصیفی از نوع پیمایشی است. این پژوهش در شهر تبریز انجام شده و مرکز خرید ستاره باران، مورد پژوهش قرار گرفته است. با توجه به مطالعات به عمل آمده و بررسی آیتم های شانزده گانه ذکر شده در مجتمع تجاری فوق الذکر و نیز با عنایت به امتیازات حاصل از اطلاعات مآخوذه در مصاحبه های صورت گرفته، اگر اعداد و ارقام را به صورت درصد و یا میانگین در بیاوریم خروجی به دست آمده حاکی از آن دارد که آیتم های مربوطه در این مجتمع رعایت شده و درصد بیشتری از امتیازات را به خود اختصاص داده است لذا میتوان اینگونه نتیجه گرفت که هر چه قدر میزان رعایت آیتم های امتیاز آور بیشتر باشد به همان اندازه سرزندگی بیشتری حاصل خواهد شد و همین دلیل موفقیت مجتمع تجاری ستاره باران تبریز گردیده است.

واژه های کلیدی: مجتمع تجاری، کیفیت محیطی، تعاملات اجتماعی، حضور شهروندان، سرزندگی محیطی