

بازشناسی و تحلیل عوامل موثر بر ایجاد تعاملات اجتماعی در تصرف های تجاری

زهرا سادات فلاح^{۱*}، الهام اسفندیاری فرد^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات ساوه، zahrasadatfallah31@gmail.com
۲- استادیار و عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی رسام، sfandyarifard@live.com

چکیده

پاسخگویی به نیازهای اجتماعی انسان و تأمین فرصت های لازم در زمینه کسب تجارب اجتماعی وی، مستلزم وجود فضا و قرارگاه کالبدی است و فضاهای عمومی دارای ظرفیت عظیمی در پاسخ به این جنبه از حیات انسان در جوامع شهری می باشند، از این رو یکی از مهمترین فضاهای عمومی که افراد جهت خرید و اوقات فراغت به آن رجوع می کنند، مجتمع های تجاری اند. امروزه در پی توجه بیش از حد به جنبه های عملکردی و اقتصادی در طراحی و ساخت مجتمع های تجاری، میزان توجه به نیازهای اجتماعی و روانشناختی آن به شدت کاهش یافته، در نتیجه ضروری است که اصول و الگوهای طراحی مربوط به مجتمع های تجاری با توجه به ساختار کالبدی - اجتماعی فضایی محیط در اولویت قرار گیرد تا شاید از این طریق بخشی از خلاء موجود پوشش داده شود. هدف این پژوهش نمایش نحوه استفاده از تکنیک چیدمان فضا در تحلیل روابط خاص معماری تصرف های تجاری (سنتی و مدرن) می باشد یکی از مواردی که می تواند بر میزان تعامل اجتماعی اثر گذار باشد، جایگشت (سازماندهی) فضایی است. بدین معنا که نحوه قرارگیری عناصر در محیط می تواند بر کیفیت فضا تاثیر گذارد، بنابراین با کمک مطالعات کتابخانه ای و میدانی و شناخت نمونه هایی از بازارهای سنتی و مدرن با استفاده از نرم افزار چیدمان فضایی و ترسیم نمودارهای گرافیکی، از طریق مقایسه تطبیقی بین بخش های اصلی بازار های سنتی همچون راسته، سرا، تیمچه و مراکز خرید مدرن کنونی، رهیافتی تازه از نحوه ساماندهی فضا و تبیین رویکردهای مناسب برای چیدمان فضایی مطلوب برای به حداکثر رساندن کارایی روابط فضایی به دست آمده است.

اطلاعات مقاله

زمینه تخصصی مقاله:
معماری و توسعه پایدار (پایداری اجتماعی)

دریافت:

پذیرش:

واژگان کلیدی:

فضای عمومی، تعامل اجتماعی، چیدمان فضایی، بازار سنتی و مدرن

پایگاه نمایه کننده:



پایگاه استادی علوم بحران اسلام

