

## عنوان مقاله:

تحلیل اثر تعاملات اجتماعی بر طراحی فضای تجاری با رویکرد هویت فرهنگی منطقه

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی پژوهش در علوم و مهندسی و دومین کنگره بین المللی عمران، معماری و شهرسازی آسیا (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

مهشیدالسادات میرسیفی نژاد - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه غیرانتفاعی سپهر اصفهان

نیما ولی بیگ - استادیار دانشگاه هنر اصفهان

## خلاصه مقاله:

در جوامع امروزی با گسترش شهرنشینی و زندگی ماشینی نوع تعاملات اجتماعی تغییر کرده است. ایجاد یک ارتباط اجتماعی موثر در جامعه امروز منجر به کاهش آثار مخرب ناشی از این کمبود می گردد. ایجاد فضای معماری مناسب در شهرهای مدرن امروزی که در آن تعاملات اجتماعی به طور موثر جاری بوده و افراد را برای بهره برداری از کاربری مورد نظر به سمت خودبکشاند، باعث کاهش معضلات ناشی از این کمبود می شود. پرسش بنیادین این پژوهش آنست که چگونه شکل، فرم و نوع طراحی فضاهای تجاری مذکور بر افزایش تعاملات و رضایتمندی افراد حاضر در فضا تاثیرگذار است؟ در تحقیق های انجام شده در این زمینه محققان بر این باورند که مردم و فعالیت ها، برای کاهش اثرات مخرب ناشی از کمبود تعاملات اجتماعی، باید به این فضاها کشانده شوند. این مقاله برای نخستین بار طراحی فضای تجاری را با تاثیر تعاملات اجتماعی مورد بررسی قرار داده و بر پایه ی داده های کتابخانه ای از یک سو و روش میدانی شامل برداشت در محل و تصویر برداری از سوی دیگر نهاده شده است. این پژوهش بعد از بررسی تعدادی از فضاهای تجاری در شهر اصفهان، شامل مجتمع ارگ جهان نما، مجتمع پارک اصفهانو سیتی سنتر اصفهان به وسیله ی پرسشنامه و تحلیل از روش فرمول خی دو، به بررسی اطلاعات بدست آمده پرداخته است. تحلیل ها آشکار ساخت که شکل و فرم فضای معماری و نحوه چینش فضاها در یک محیط دست ساخت بشر، و ارتباط آن با محل قرارگیری بنا، بر تعاملات اجتماعی جاری در آن فضا، تاثیرگذار است. و نوع چینش فضاها، شکل قرار گیری آنها و فرم فضای معماری یک محل، بر رونق آن محل، میزان کارایی محل و همچنین افزایش رضایتمندی و حس تعلق افراد به آن محیط معماری اثرگذار خواهد بود.

## کلمات کلیدی:

تعاملات اجتماعی، طراحی فضای تجاری، فضای تجاری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1116028>

