

عنوان مقاله:

بررسی مولفه های اجتماع پذیری در طراحی فضاهای تجاری-اقامتی

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مطالعات نوین مهندسی عمران، معماری، شهرسازی و محیط زیست در قرن ۲۱ (سال: ۱۴۰۰)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسنده:

سامیه فقیهان - کارشناس ارشد معماری دانشگاه مازندران

خلاصه مقاله:

اجتماع پذیر بودن یک فضا باعث افزایش تعاملات اجتماعی، و مناسب برای انواع فعالیت ها و تمامی اقشار و گروه های جامعه می باشد. امروزه با افزایش فردگرایی در جوامع مختلف و کاهش ارتباطات جمعی و کمبود فضاهای مناسب جمعی در مکان های عمومی مانند بناهای تجاری و اقامتی جهت گذران اوقات فراغت، نیاز به مکان هایی با ویژگی اجتماع پذیر بودن و ترغیب افراد به ارتباطات سالم و جمعی بیش از پیش احساس می شود. برای تحقق روابط اجتماعی در مکان های تجاری-اقامتی توجه به ویژگیهای اجتماع پذیری مکان اهمیت دارد. وظیفه ی معماری یک فضای عمومی این چینی، افزایش میزان حضور انسان و همبستگی بین آنها می باشد. هدف اصلی این پژوهش، شناسایی مولفه های کیفی اجتماع پذیری و تحلیل و ارزیابی آنها در فضاهای عمومی، در جهت بیان راهکارهای اجرایی و عملی در طراحی فضاهای تجاری-اقامتی می باشد. تا با این کار بتوان در این فضاها فرصت تعامل و ارتباط، اشتیاق به فعالیت، شکل گیری رویدادهای اجتماعی، احساس امنیت، افزایش اعتماد به نفس و ... ایجاد نمود.

کلمات کلیدی:

اجتماع پذیری، فضای معماری، فضای تجاری-اقامتی، تعاملات اجتماعی، طراحی فضای عمومی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1258771>

