

عنوان مقاله:

معماری ادراک و بهینه سازی معماری غرفه های نمایشگاهی (حال و آینده)

محل انتشار:

فصلنامه طراحی و برنامه ریزی در معماری و شهرسازی، دوره 2، شماره 2 (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

آزاد بهمنش - پژوهشگر دکتری معماری، گروه معماری، واحد پردیس، دانشگاه آزاد اسلامی، پردیس، ایران.

مهدی خاکزند - گروه معماری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت، تهران، ایران

حدیثه کامران کسمایی - گروه معماری، واحد پردیس، دانشگاه آزاد اسلامی، پردیس، ایران

خلاصه مقاله:

با توجه به نحوه تبیین و تحلیل ادراک معماری در کارکردهای متفاوت، فضاهای نمایشگاهی مکانی برای نمایش و ارائه محصولات، ایده ها، نوآوری ها، اهداف سازمانی یا اشخاص برای مخاطبان برجسته و عام است. برنامه دهی معماری غرفه ها جهت جذب و مکث مخاطبین در فضا از اهداف اولیه برای افزایش بازدیدکنندگان نمایشگاه هاست. نظریه تحقیق مبتنی بر تبیین رابطه طراحی فضاهای نمایشگاهی با شاخص های ادراک با توجه به اهمیت شناخت عناصر بصری فرم غرفه و رفتارهای حرکتی است که ارتباطی قوی با مخاطب دارند. بنابراین این سوال مطرح می شود: کدام شاخص های شناختی فضا در طراحی غرفه های نمایشگاهی تاثیرگذارتر است؟ روش تحقیق حاضر کیفی - کمی است که در آن مطالعات کیفی به روش تحلیل محتوا از متون و داده های کمی پس از غربالگری دلفی با روش شبیه سازی - محاسباتی از نظر ماهیت توسط نرم افزارهای "MicMac" و "Scenario Wizard" با نگاه به آینده انجام شده است. در مدل پیشنهادی با توجه به نتایج بهینه سناریو، اشکال مربع یا منتظم به عنوان مناسب ترین اشکال در فرم کلی غرفه ها با تاکید عمده بر نور مصنوعی در بخش بینایی است. ابعاد بهینه غرفه ها نیز به طور متوسط ۸۰ تا ۱۰۰ متر مربع در همنشینی شبکه های دسترسی شطرنجی است که عرض راهروها نباید کمتر از ۸ متر باشند.

کلمات کلیدی:

ادراک، معماری، فرآیند طراحی، الگوی بهینه، غرفه های نمایشگاهی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2049984>

