

## عنوان مقاله:

نقش محیط های ساخته شده در جذابیت فضا. (مطالعه موردی: پاساژ نور زنجان)

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی معماری، شهرسازی، عمران، هنر و محیط زیست؛ افق های آینده، نگاه به گذشته (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

هومن ثبوتی - گروه معماری، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

فریبا شجاعی - گروه معماری، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

## خلاصه مقاله:

در قرن حاضر موضوع رابطه محیط و انسان و قابلیت ترجمه آن به زبان طراحی معماری و محیط، مورد توجه پژوهشگران این حوزه از دانش بوده است. در همین راستا شناخت انسان و ویژگی های محیط زندگی او و چگونگی برقراری رابطه میان این دو عامل اهمیت دارد. با وجود اینکه انسان ساعات قابل توجهی از عمر خویش را درون محیط های ساخته شده به سر می برد، اما از تاثیر مستقیم عوامل محیطی بر خویش آگاهی چندانی ندارد. در زمینه روان شناسی محیطی پژوهش های متعددی صورت گرفته، اما تاکید این بررسی ها بیشتر بر پارامترهای شخصی، شرایط اجتماعی و حتی متغیرهای محیطی مانند آلودگی صوتی، دمای محیط، ازدحام و تراکم بوده است در حالی که مطالعات اندکی بر تاثیرات مستقیم طراحی محیط بر روان انسان صورت گرفته است. از تعامل دو حوزه علوم رفتاری و معماری، دانش میان رشته ای (روان شناسی محیطی) شکل گرفته است. هدف معماران از پرداختن به این دانش، تحلیل رابطه انسان و محیط و کاربرد آن در طراحی معماری است. هدف از پژوهش حاضر آن است که همگام با بررسی نظریه های موجود در حیطه روانشناسی محیطی آن دسته از ویژگی های خاص طراحی شده که عوامل جذب یک فضا می شود مورد بررسی قرار گیرد. در این مقاله نمونه موردی پاساژ نور شهر زنجان می باشد که در این نمونه سعی بر آن بوده است تا نشان داده شود محیط ساخته شده تا چه میزان توانسته به جذابیت فضا کمک کرده و بر روان آدمی تاثیر بگذارد. روش تحقیق بر اساس مطالعات کتابخانه ای، مشاهدات میدانی می باشد. بر اساس نتایج بدست آمده از بررسی ها به جمع بندی و تحلیل وضعیت موجود پرداخته و چگونگی تاثیر محیط های ساخته شده در افزایش جذابیت فضا اشاره شده است.

## کلمات کلیدی:

روانشناسی محیط، فضا، جذابیت، طراحی فضاهای تجاری، پاساژ

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/608207>

