

عنوان مقاله:

نقش سیما و منظر در جذب مردم به حضور در مکان های عمومی و افزایش تعاملات اجتماعی (نمونه موردی بازار قدیم همدان)

محل انتشار:

چهارمین کنگره بین المللی عمران ، معماری و توسعه شهری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

نسیم فرهادی - دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، گروه شهرسازی، همدان، ایران

حسین اردلانی - عضو هیات علمی گروه فلسفه هنر، دانشکده هنر و معماری، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه فضاهای عمومی شاخص در غیاب سیاست ها و مدیریت های جامعه در جایگاه والای خود مورد توجه قرار نگرفته و پاسخگویی به نیاز های متنوع انسان امروز و تامین آسایش در سایه انعطاف پذیری عملکردی آن نادیده گرفته شده است. در سال های اخیر کیفیت فضاهای عمومی روندی رو به رشد را طی نکرده حال آنکه انسان ها در سراسیمگی شهرهای امروز تنها به دنبال عرصه هایی با هویت های ویژه هستند تا علاوه بر تامین آسایش و تعامل با هم نوعان در بستری پویایی اجتماعی به کمال متعالی خود نایل شوند. در این پژوهش سعی شده که اهمیت فضاهای عمومی و بررسی نقش سیما و منظر در جذب مردم به ورود به فضاهای عمومی و شناسایی معیارها و شاخص های مناسب در نقش سیما و منظر در جذب مردم به فضاهای عمومی و افزایش تعاملات اجتماعی با تاکید بر بازار قدیمی شهر همدان با توجه به موقعیت مکانی آن مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد. روش پژوهش در این تحقیق توصیفی- تحلیلی بوده و جمع آوری اطلاعات نیز با توجه به اهداف، سوالات و فرضیات به روش تحقیقات میدانی و کتابخانه ای انجام گرفته که با استناد به طرح های اجرایی و شاخص های موجود مربوطه موضوع مورد بررسی قرار گرفته است. نتیجه به دست آمده گواه بر این است که در صورت انجام یک سری راهکارهای مطلوب در خصوص احیاء و ساماندهی و همچنین افزایش تعاملات اجتماعی می توان به هدف مورد نظر رسید و بتوان هویت اصلی بازار را علاوه بر دادوستد، به عنوان یک فضای عمومی سرزنده به منظور ایجاد تعاملات اجتماعی به آن بازگرداند.

کلمات کلیدی:

سیما و منظر، مکان های عمومی، تعاملات اجتماعی، بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/619998>

