

عنوان مقاله:

تاثیر فضاهای نمایشگاهی در جهت ارتقاء تعاملات اجتماعی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مهندسی عمران، معماری و مدیریت بحران (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

ندا حیدری - گروه معماری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

محمدصادق صالحی - گروه معماری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

فضاهای عمومی میتوانند به گونه ای طراحی شوند که مردم و فعالیت ها را از محیط خصوصی بهمحیط عمومی فرا خوانند یا برعکس به صورتی باشند که وارد شدن به آنها از نظر فیزیکی و روانی دشوار باشد. در کشورهای در حال توسعه با توجه به گسترش جمعیت و ارتقاء تکنولوژی نسبت تعاملات فیزیکی افراد به صورت چشم گیری کاهش یافته و افراد رو به فضای مجازی جهت تعاملات اجتماعی آورده اند. این امر ضربه جبران ناپذیری به بدنه جامعه وارد می کند. میزان موفقیت فضاهای شهری با میزان استفاده از انفضا و حضور انسان رابطه دو سویه ای دارند و بریکدیگر تاثیرگذار هستند. از این رو یکی از مهم ترین فضاهای شهری که افراد جهت خرید و اوقات فراغت به آن رجوع می کنند، فضاهای نمایشگاهی می باشد، در این پژوهش تلاش خواهد شد تا با عنایت به سه حوزه تاریخی، اجتماعی و کالبدی نتایج ارزیابی معیارهای طراحی برای ارتقا تعامل پذیری اجتماعی در فضاهای نمایشگاهی تبیین شود. نتایج و یافته هانمایانگر این است که فضاهای عمومی انسان ساخت میتوانند محملی برای بروز ارزشهای فرهنگی و بستری مناسب برای تعاملات و توسعه اجتماعی و عرصه ای برای هویت سازی و هویت پذیری شهروندان به شمار آیند که می بایست در ابعاد کالبدی مورد ارزیابی قرار گیرند. روش تحقیق در این پژوهش بصورتتحلیلی توصیفی و پدیدار شناسانه می باشد و به اهمیت و تاثیر طراحی معنادار و با هویت در فضاهای نمایشگاهی بعنوان مکان هایی تاثیرگذار می پردازد.

کلمات کلیدی:

فضاهای نمایشگاهی، تعاملات اجتماعی، معیارهای طراحی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/662360>

