

## عنوان مقاله:

بررسی فضاهای عمومی شهری از منظر تعاملات اجتماعی نمونه موردی (مقایسه بازار سنتی اصفهان با مرکز تجاری\_فرهنگی)

## محل انتشار:

کنفرانس ملی تحقیق و توسعه در مهندسی عمران، معماری و شهرسازی نوین (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسندگان:

حلیمه خاتون زودبین

مهدی زندیه - رییس دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره) قزوین

## خلاصه مقاله:

فضای شهری، یک فضای زنده و ارگانیک است. این فضای زنده دارای فضاهای جمعی می باشد. فضاهای جمعی که از آن به فضاهای عمومی شهری یاد میشود میتوانند کنش ارتباطی در بین اجزای شهری و مردم برقرارکنند. کنش ارتباطی زیر ساخت گفتمان فضایی را در شهر فراهم می کند که این زیرساخت اجتماعی توسط مکانهای انسان ساخت خود را نمایان می کند و این مکانها با حضور مردم معنا و هویت پیدا میکنند و میتوانند باعث جذب سرمایه های اجتماعی شده و نیازهای مردم را پاسخ دهند گفتمان فضایی در شهر به زبان فضاهای عمومی به صورت هسته های اصلی در شهر که لینچ از آن به نشانه یاد میکند میتواند باعث خوانایی شهر شده و از این طریق تعاملات اجتماعی\_فرهنگی را در شهر ها بالا برد. هدف اصلی از این پژوهش رسیدن به شاخص هایی برای بالا بردن تعاملات اجتماعی و فرهنگی در میان مردم در بافت شهر می باشد، نکته مهم واصلی در رابطه با تعاملات اجتماعی، ماندن در فضا است. برای ایجاد تعامل ابتدا باید فضای شهری پذیرای حضور مردم در خود باشد. زیرا حضور مردم در فضا تعامل را در بین آنها برقرار میکند و هر چه فضای شهری مطلوب تر باشد، فعالیت ها، ارتباطات و تعاملات بیشتری در آن صورت میگیرد و به مراتب مدت زمان حضور افراد در فضا نیز افزایش می یابد. در این پژوهش از روش کیفی، جامعه آماری به صورت پرسشنامه و با استفاده از ابزار SPSS1 در دو فضای عمومی (بازار و مراکز تجاری) در شهر تاریخی اصفهان می پردازد. که در یافته های تحقیق در این مقایسه تطبیقی بین این دو فضا از لحاظ عملکرد، معنا، کالبد، خدمات و سودمندی برای شهروندان مورد بررسی قرار گرفته است. که در این پژوهش سعی شده بیشتر بعد اجتماعی و فرهنگی این خرده فضاها را در فضای اصلی شهر اصفهان نشان دهد.

## کلمات کلیدی:

فضای شهری، فضاهای عمومی شهری، تعاملات اجتماعی، بازار، مراکز خرید

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/723435>

