

عنوان مقاله:

سرزندگی فضاهای پشتیبان در مراکز نوین تجاری

محل انتشار:

فصلنامه منظر، دوره 9، شماره 40 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

الهام نهاوندی - پژوهشگر دکتری شهرسازی، پژوهشکده نظر.

الهام ضابطیان - پژوهشگر دکتری شهرسازی، پژوهشکده نظر.

احمد پوراحمد - دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، رئیس دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران

رضا خیرالدین - عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت ایران

خلاصه مقاله:

فضاهای پشتیبان در مجتمع های تجاری (شهربازی، فودکورت و نظایر آن) ابتدا برای رونق بخشی به تجارت در این مراکز ایجاد شده بودند، اما رفته رفته تبدیل به مقاصد مستقیم برای فعالیت های انسانی شده اند. به این معنی که مراجعین بدون آنکه هدف خرید داشته باشند، به منظور گذاران اوقات فراغت، تعاملات اجتماعی و... به مراکز خرید مراجعه می کنند و در حقیقت نوعی فضای عمومی نوین در مراکز تجاری شکل می گیرد. به نظر می رسد دلیل اصلی این تغییر شکل، سرزندگی این فضاهاست. لذا فرضیه اصلی پژوهش عبارت است از اینکه: فضاهای نوین عمومی پشتیبان شکل گرفته در مراکز تجاری جدید، سرزنده بوده و این سرزندگی باعث تغییر شکل عملکردی این فضاها از فضاهای وابسته به فضاهایی فعال به عنوان فضاهای نیمه عمومی شهری مستقل شده است. هدف این پژوهش شناسایی مولفه هایی که باعث سرزندگی فضاهای پشتیبان مراکز تجاری شده، در قالب یک مدل مفهومی است. روش این پژوهش کیفی و پیمایشی است و در این راستا، در گام اول پس از مطالعات اسنادی و مرور تجارب مرتبط صورت گرفته، مفاهیم مربوطه در قالب ابعاد و متغیرهای سرزندگی استخراج شده اند و در گام دوم، در مرحله مطالعات پیمایشی، پنج نمونه از مجتمع های تجاری که از لحاظ سرزندگی و جذب مخاطب برای گذران اوقات در فضاهای پشتیبان خود (نه مشتری تجاری) موفق بوده اند و همچنین با توجه به تنوع پراکنش جغرافیایی در شهر تهران، انتخاب شده اند. در این مرحله با استفاده از مشاهده و انجام مصاحبه عمیق، برای هر کدام از نمونه های موردی، متغیرهای استخراج شده که باعث سرزندگی فضاهای پشتیبان شده، بررسی شده است. نتایج پژوهش نشان می دهد دو شاخص اصلی برای سرزنده بودن فضاهای شهری پشتیبان تجاری نوین وجود دارد: راحتی و نیمه عمومی بودن فضا. لذا در نهایت مجموعه مولفه های موثر در قالب یک مدل مفهومی سنجش سرزندگی در فضاهای پشتیبان تجاری نوین، ارائه شده است و با توجه به تحلیل کیفی در مطالعات پیمایشی صورت گرفته، مبنی بر استقلال عملکردی این گونه فضاها از مراکز تجاری نوین، فرضیه پژوهش اثبات شده و به سوالات پاسخ گفته شده و پیشنهادات مرتبط با ارتقای سرزندگی در این گونه فضاهای عمومی بیان شده اند.

کلمات کلیدی:

سرزندگی، فضاهای پشتیبان، مراکز نوین تجاری، مدل مفهومی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/862735>



