



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

زمان چاپ: ۱۴۰۱/۰۴/۱۰

شماره مجوز مجله: ۸۰۴۰۰

تأثیر محیط در حضورپذیری افراد (نمونه موردی پیاده راه ولیعصر و تربیت تبریز)

منصور صدر الساداتی^{۱*} ، فرحناز خادم فسقندیس^۲

(۱) دانشجوی کارشناسی دانشگاه پیام نور تبریز mansor.sadry2021@gmail.com

(۲) مدرس دانشگاه پیام نور تبریز، farahkhadem@gmail.com

چکیده

محیط و آثار آن در طول تاریخ همیشه منبع الهام و سرمشق خلاقیت های انسان بوده است. محیط و طبیعت، در زمینه های مختلف منشا خدماتی برای انسان جست و جوگر و کنجکاو بوده که زمان آن به قدمت خود تاریخ می رسد. رفتار اجتماعی انسانها در خلاء رخ نمی دهد، یکی از فضاها مؤثر بر این رفتار، محیط کالبدی است. بنابراین از یک سو محیط کالبدی بر رفتار انسانها مؤثر است و از طرفی، انعکاس محیط کالبدی در کیفیت محیطی که انسانها در آن زندگی می کنند تجلی می یابد. به این ترتیب یک رابطه عینی بین انسان، محیط کالبدی و کیفیت زندگی وجود دارد. در این مقاله به مفهوم تأثیر محیط کالبدی بر حضورپذیری افراد در محیط های کالبدی خواهیم پرداخته شده و مولفه های مؤثر بر حضورپذیری فضاهای شهری ارزیابی شده است. در روند پژوهش از روش های برداشت میدانی و مصاحبه بهره گرفته شده است. نتایج بررسی ها نشان می دهد که فقدان تنوع و پیچیدگی در ساختار فضایی و فعالیتی، مدیریت زمانی نادرست، و منظر بصری خسته کننده سبب کاهش حضورپذیری فضاهای عمومی محله شده است.

واژگان کلیدی: محیط ، حضورپذیری، کالبد، رفتار



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

۱_ مقدمه

اصولاً بشر بین خود و اشیاء و محیط پیرامون رابطه ایجاد میکند؛ بدین معنی که وی خود را به طریق فیزیولوژیکی با اشیاء و احجام کالبدی وفق و ارتباط میدهد و معنا تولید میکند. در معنایی که فضا را اساساً بر ساخته‌ی اجتماعی تلقی میکند، میتوان گفت بدون ارتباط و مناسبات اجتماعی، فضایی وجود ندارد (بودریار، ۱۳۹۳: ۲۵). در واقع کنش متقابل فرد و فضا در بستری رخ میدهد که ما آن را به لحاظ تأثیرگذاری و تأثیرپذیری انسان، فضا مینامیم، فضایی که حضور در آن مقام کنشهای متقابل مذکور است. در این معنا از فضاست که اساساً امکان فهم نظری مفاهیمی چون عاملیت، آگاهی، قدرت و مفاهیمی از این قبیل با تأکید بر وجه فضایی آنها ممکن میشود. در همین راستا، نوشتار حاضر به دنبال این است که نشان دهد چگونه فضا و دقیقتر بگوییم فضای عمومی شهری میتواند باعث تحقق حضور پذیری افراد در محیط‌های شهر شود.

۲_ روش شناسی پژوهش

در این نوشتار با تکیه بر روش، نظریه و واقعیت، به تحلیل مسئله‌ی حضور پذیری فضا و چگونگی فراهم آوردن زمینه‌ی فضایی و دستیابی به فرآیند تولید و بازتولید فضاهای حضور پذیر در شهر پرداخته شده است. روش تحقیق در این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی است و جمع‌آوری اطلاعات در طول پروسه تحقیق، از طریق روش کتابخانه‌ای و سایر منابع، داده‌های کیفی گردآوری شده بوده است. کلید واژه‌های پایداری، منظر، کیفیت زندگی و خاطره‌انگیزی در فضای شهرها مورد بررسی قرار گرفته است. در نهایت با ارائه‌ی شرح تفصیلی هر یک از مفاهیم مذکور و تطبیق با نمونه موردی تلاش شده مفاهیم نامبرده را در نسبت با فضاهای ذکر شده صورت بندی گردد و در نهایت زمینه‌های عادلانه برای حضور و دقیق‌تر؛ عاملیت گروههای متفاوت اجتماعی فراهم شود.

۲-۱ روانشناسی محیط

تعاریف متفاوتی از روانشناسی محیطی ابراز شده است (جدول ۱). این دانش به عنوان شاخه‌ای از روانشناسی و زیر مجموعه‌ای از علوم رفتاری، به مطالعه رفتارهای انسان در رابطه با سکونتگاه یا محیط کالبدی پیرامونش می‌پردازد. اکثر پژوهشگران؛ اگون برونسویک، کورت لوین و رابرت گیفورد را پایه‌گذاران این رشته می‌داند. اگون برونسویک در سال ۱۹۴۳ برای نخستین بار اصطلاح «روانشناسی محیط» به کار برده است. ولی "در منابع آلمانی زبان، هلیاخ (۱۹۰۲)، نخستین پایه‌گذار روانشناسی محیط نامیده می‌شود" (مرتضوی، ۱۳۸۰: ۶) مطالعات اولیه بارکر (۱۹۶۸) درباره قرارگاه رفتاری با مکان-رفتارها در حوزه روانشناسی بوم‌شناختی و مطالعات سامر (۱۹۵۰) و آلتمن (۱۹۷۵) درباره فضاهای شخصی و رفتار اجتماعی، به عنوان زیربنای آن شناخته شده است.

جدول ۱- تعاریف ارایه شده از روانشناسی محیطی توسط نظریه پردازان (نگارنده)

نام	زمان	تعریف ارایه شده از روانشناسی محیطی
کریک (crank)	۱۹۷۰	مطالعه روان‌شناختی رفتار انسان، به گونه‌ای که به زندگی روزمره او در محیط کالبدی مرتبط باشد.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

گرامان (Grumman)	۱۹۷۶	روان شناسی محیط، مکمل روان شناسی عمومی فاقد محیط است.
کانتر (Canter)	۱۹۸۱	شاخه ای از روانشناسی است، که به مطالعه و تحلیل تعاملات، تقابلات، تجارب و کنشهای انسان با جنبه های مختلف محیط اجتماعی و فیزیکی توجه دارد.
راسل (Russell)	۱۹۸۲	حیطه ای از روانشناسی است، که به فراهم کردن رابطه نظام مند بین شخص و محیط می پردازد.
هالاها (Harahan)	۱۹۸۲	روانشناسی محیط، مناسبات مشترک بین محیط فیزیکی و رفتار و تجربه انسان را مورد بررسی قرار می دهد.
پروشانسکی (Posnanski)	۱۹۹۰	روانشناسی محیط، با تعاملات و روابط میان مردم و محیطشان سر و کار دارد.
گیفورد (Gifford)	۱۹۹۷	روانشناسی محیط، بررسی متقابل بین فرد و قرارگاه فیزیکی وی است.

رویکردهای روانشناسی محیط

- **رویکرد اختیاری**
محیط تأثیری روی رفتار و اراده انسان ندارد، بگونه ای فقدان تأثیر محیط را مطرح می کند.
- **رویکرد امکان گرا**
محیط امکانات و فقدان های مختلف را بوجود می آورد ولی درنهایت انسان درانتخاب، آزاد است.
- **رویکرد احتمال گرا**
احتمال آماری رفتارها را زیاد می کند، تفاوتش با امکان گرا دراین است که جنبه آماری دارد.
- **رویکرد قطعیت، جبریت، تعیین**
تأثیر محیط کاملاً قطعی است. (احدی، ۱۳۹:۱۷).

هماهنگی فضای با کیفیت و روانشناسی محیط

در لغت نامه سرزندگی رابرت کوان فضا های با کیفیت، پویا و زیست پذیر کنارهم آمده و این گونه معنی شده است: فضا بازتاب سطح شلوغی آن در اوقات مختلف روز و در بخش های مختلف است. (Cowan, ۲۰۰۵, ۴۴۲).

ضمن اینکه "فضایی با کیفیت است که در دامنه ی وسیعی از روز، انواع افراد به اختیار خود و نه از روی اجبار به آنجا آمده و لحظاتی را در فضا سپری نمایند؛ به عبارت دیگر یعنی فضا باید به گونه ای باشد که مردم بیایند و بنمایند. پویایی فضا و در مقابل، ملال انگیزی آن بازتاب شما رو به خصوص نوع فعالیت ها و رویدادهایی است که در فضا صورت می پذیرد.

فضای پویا و با کیفیت عبارت است از یک فضایی که در آن حضور تعداد قابل توجهی از افراد و تنوع آنها (به احاطه سن و جنس) در گستره ی زمانی وسیعی از روز که فعالیت هایشان عمدتاً به شکل انتخابی یا اجتماعی بروز می یابد به چشم می خورد (خستو، رضوانی، ۱۳۸۹).



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

بنابراین یک فضای باکیفیت می تواند باعث ایجاد انگیزه حضور افراد شود و ارتباطات را تسهیل بخشد و تعهدات افراد را درقبال یکدیگر به نمایش بگذارد. ایجاد محیط زنده و خلق فضایی برای برقراری تعاملات مطلوب در محیط می تواند سهم مهمی در رشد و کسب موفقیت افراد داشته باشد و این امر میسر نمی شود مگر با فراهم نمودن شرایط محیطی که واجد کیفیت باشد. آنچه تقریباً مورد قبول روانشناسان معاصر است، این است که عوامل محیطی در ایجاد محیطی با کیفیت موثر هستند و محیط می تواند به وسیله ی فراهم نمودن ابزارهایی این نوع کیفیت را ارتقاء بخشد. همچنین محیط انگیزه های بصری لامسه، صوتی و بویایی را فراهم می آورد. علاوه بر این، قابلیت محیط ساخته شده، از بعضی رفتارها حمایت می کند و رفتارهای دیگری را محدود می سازد (پاکزاد، ۱۳۸۶: ۵۳). بنابراین همواره محیط می تواند ابزاری جهت ایجاد سرزندگی و کیفیت فضایی محسوب شود. در واقع عوامل محیطی می تواند این نوع کیفیت را تسهیل بخشد. برخی از محیط ها در افراد ایجاد انگیزه می کند. انگیزه ای که سبب حضور و چندان فرد در فضا خواهد شد.

در این راستا؛ برای دستیابی به فضا های با کیفیت در محیط، طراحان باید فضایی محرک را جهت حضور پر شور و نشاط فراهم نمایند و در خصوص نیازهای عملکردی آن برنامه ریزی نمایند. از سوی دیگر برای ایجاد چنین محیط هایی ابتدا باید عوامل و مولفه های کالبدی محیط و تاثیر آن ها بر رفتار انسان شناخته شود (اخوت، ۱۳۸۲: ۲۲).

درک محیط

محیط از طریق تأثیرگذاری بر فعالیت ها و ایجاد معانی خاص بر احساس و رفتار او تأثیر می گذارد و با توجه به اینکه روابط متقابل اجتماعی افراد یکی از مهم ترین فعالیت های انسانی در (قرارگاه های رفتاری) است. چگونگی فرآیند ادراک نیز در ایجاد تصورات ذهنی و تعلق افراد نسبت به قرارگاه با اهمیت است .

فرآیند ادراک رابطه مستقیمی با جنبه های احساسی با جنبه های احساسی محیط بر می انگیزد دارد، در دوران مدرنیسم شهرسازی و معماری ارتباط بنیادی با ساختارهای قدرت داشت. طی چند دهه اخیر این مسئله ادامه داشت و حتی برخی از ابعاد آن دچار پیچیدگی های بیشتری نیز شده است.

ماهیت روانشناسی محیط

انسان با توجه به نیازها، ارزش ها و هدف های خود محیط را دگرگون می کند و به طور متقابل تحت تأثیر محیط دگرگون شده قرار میگیرد، بویژه فناوری پیشرفته موجب می گردد تأثیر انسان بر محیط شدت و سرعت یابد. برخی این دگرگونی سریع محیط را مخرب و موجب انحلال در نظام زیست محیطی « انسان - محیط » می دانند و بر این نکته تأکید دارند که هر نوع دگرگونی اساسی « انسان - محیط » مخرب و موجب انحلال در نظام زیست محیطی و عمیق در محیط طبیعی، باید با توجه به تأثیر بلند مدت آن بر انسان و پیش بینی نتایج مثبت و منفی آن انجام گیرد. دگرگونی سریع محیط از ویژگی های بنیادی دوران اخیر است. هر روز شهرها و محله ها و بناهای جدید ساخته می شود. اینگونه برخی الگوهای رفتاری و نقش های اجتماعی نوینی را بر ساکنان خودت حمیل می کنند؛ یا برخی الگوها و موقعیت های کالبدی معیارهای رفتاری را تقویت و برخی دیگر را تضعیف می نمایند و به طور خلاصه جهت و ابعاد جدیدی به رفتار ساکنان خود می بخشند (مرتضوی، ۱۳۸۰: ۲).

در روانشناسی محیط، ادراک انسان از محیطی که دوروبر خود ساخته است تابع فرهنگ اوست ولی اغلب به این مطلب توجه کافی نمی شود، کسی که می خواهد در مکانی سکونت کند بایستی بتواند به راحتی محیط اطراف خود را تجربه کند. تجربه درک فضای برون و درون و تقابلی که باید یک انسان سالم بین آن دو احساس کند را « رابرت ونچوری » اینگونه بیان می کند: تضاد درون و بیرون را میتوان یکی از مهم ترن مظاهر تضاد در معماری دانست اگرچه یکی از مشهورترین و مقبول ترین تعالیم قرن بیستم منع جدایی این دو امر بوده است و همیشه گفته اند (آنچه در داخل است بایستی به وسیله نمای خارجی



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

عرضه شود). اگر بپذیریم درون یک اثر معماری به جز در فضاهای عمومی و کلان عرضه خصوصی زیست است و باید از دنیای بیرون جدا شود، دنیای بیرون، طبقه گفته «ماریو پوتا» این محیط ویژه را می توان بستر ساختمان نامید، ارتباط بین معماری و بستر آن ارتباطی نقش گرفته از یک تاثیرپذیری متقابل است. می توان گفت که این بستر و معماری آن در تماس دوجانبه و همیشگی بوده و همواره با هم در ارتباط هستند. روان شناسان محیطی نیز خود را ملزم به پژوهش هایی در رفتار انسان در محیط روزمره اش ساخته اند تا بتوانند تاثیرات محیط کالبدی را به گونه ای مستقیم یا غیرمستقیم بر رفتار انسان بررسی نمایند. از نقطه نظر روان شناسان معماران باید تاکید بیشتری بر مسائل «کارکردی بودن فضاهای طراحی شده» داشته باشند تا مسائل زیبایی شناختی. از این رو روانشناسان معتقد بودند که طراحان نباید نیازهای واقعی و روزمره استفاده کنندگان را قربانی خواسته های زیبایی شناسانه و انتزاعی خویش بسازند و لذا در غیر اینصورت مردم را بیش از پیش با محیط طراحی شده نامأنوس می سازند.

دلایل ایجاد و گسترش روانشناسی محیط

بسیاری از دانشمندان علوم رفتاری تجربه ها و تحقیقات مبتنی بر بکارگیری روش مطالعه آزمایشگاهی را به عنوان تنها راه شناخت رفتار انسان زیرسوال بردند. آنها پژوهش در رفتار را در محیط واقعی و زیستگاه روزمره مردم مورد توجه خویش قرار دادند (Barker, 1968 / Wicker, 1979). توجه به مطالعه انسان و رفتارهای او در مقره‌های رفتاری که ابتدا به وسیله "راجر بارکر" (Barker, 1968) ارائه شد، همچنین منعکس کننده این واقعیت بود که برخلاف روان شناسی سنتی که پژوهش های انجام شده در آن توجهی به ارتباط بین رفتار انسان و محیط کالبدی او نداشت، در روانشناسی بوم شناختی این مفهوم (ارتباط انسان با محیط یا بوم خویش) می رفت تا به گونه ای روزافزون مورد توجه قرار گیرد. پژوهش در ماهیت محیط به عنوان یک پدیده اجتماعی نیز مورد توجه روان شناسان واقع گردید و لذا بررسی چگونگی نقش و تاثیر محیط در ساخت رفتارهای اجتماعی مردم مورد علامه پژوهشگران واقع شد. گرچه همکاری معماران و روان شناسان با یکدیگر همچون دهه های ۷۰ و ۸۰ میلادی بحث روز نیست، اما کنفرانس های برگزار شده و مجلات مختلف منتشر شده نشان می دهند که علاقه رو به تزایدی برای این همکاری وجود دارد. اکنون طراحان داخلی خود را بیش از پیش با پژوهش در علوم اجتماعی درگیر ساخته و گروه های آموزشی طراحی داخلی بخش های مستقلی را به آموزش از طریق پژوهش اختصاص داده اند. در روانشناسی محیط "بر مرتبط و درهم تنیده بودن ادراک، شناخت و شرایط محیطی تاکید می شود و این پیوستگی بویژه هنگامی آشکار می شود که ادراک اشیاء را از ادراک محیط تفکیک کنیم (مرتضوی، ۱۳۸۰: ۶۶). میزان اطلاعات و آگاهی های دریافتی از محیط، به تنوع و درجه تضاد اطلاعات حسی بدست آمده و چگونگی تفکیک آنها از یکدیگر، یعنی به چگونگی ردیابی الگوها بستگی دارد.

فضای شهری

فضای شهری جزئی لاینفک از ساخت (اصلی) شهر و از دو عنصر اساسی میدان و خیابان تشکیل میگردد (توسلی، ۱۳۷۹). فضاهای شهری به مفهوم صحنه ای است که فعالیت های عمومی زندگی شهری در آن هابه وقوع می پیوندد. خیابان ها، میادین و پارک های یک شهر فعالیت های انسانی را شکل می دهند. این فضاهای پویا در مقابل فضاهای ثابت و بی تحرک محل کار و سکونت، اجزا اصلی و حیاتی یک شهر را تشکیل داده، شبکه های حرکت، مراکز ارتباطی و فضاهای عمومی بازی و تفریح را در شهر تأمین می کنند (بحرینی، ۱۳۸۲).

فضاهای شهری بخشی از فضاهای باز و عمومی شهرها هستند که به نوعی تبلور ماهیت زندگی جمعی می باشند. یعنی جایی که شهروندان در آن حضور دارند. فضای شهری فضایی است که به همه مردم اجازه می دهد که به آن دسترسی داشته باشند

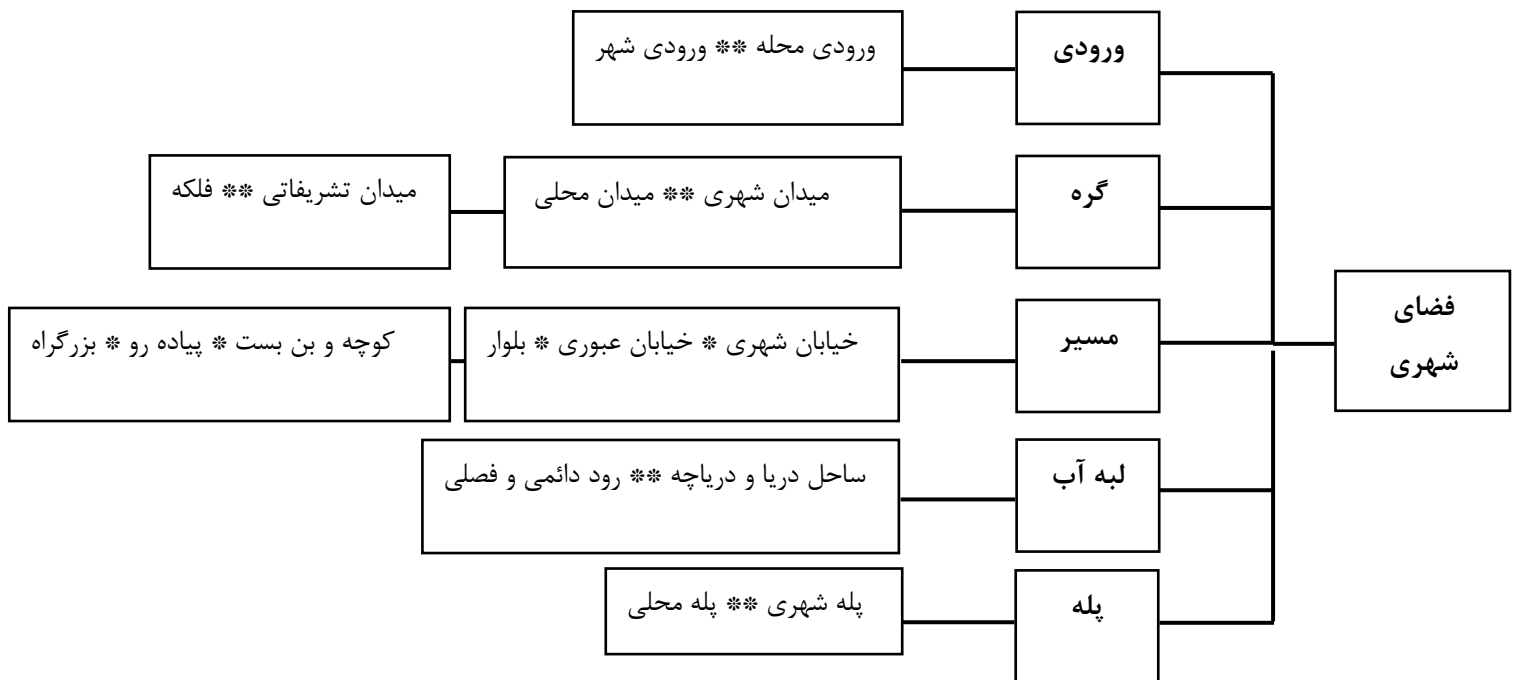


ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ودر آن فعالیت کنند. در این فضا فرصت آن وجود دارد که برخی مرزهای اجتماعی شکسته شوند و برخوردهای از پیش تدوین نیافته به وقوع بپیوندند و افراد در یک محیط اجتماعی جدید باهم اختلاط یابند. این فضای بایستی توسط یک نهاد عمومی اداره شود تا در جهت منافع عمومی و جامعه مدنی اداره و نیازهای آن تامین شود. بنابراین شرط اساسی برای این که یک فضای عمومی، فضای شهری تلقی شود این است که در آن تعامل و تقابل اجتماعی صورت گیرد. پس آن دسته از نرم فضاها و ساخت فضاها که بستر تعامل اجتماعی نیستند فضای شهری نامیده نمی شوند (پاکزاد، ۱۳۸۶).

درواقع هر فضایی در شهر را نمی توان فضای شهری دانست. فضای شهری فضایی است که دارای زبان معماری و شهرسازی بوده و درکی نشأت گرفته از زیبایی را سبب شود (حبیبی، ۱۳۸۱).

نمودار ۱: سلسه مراتب فضاهای شهری (پاکزاد، ۱۳۸۶)



میدان (به عنوان یک فضای شهری)

برای میدان تعاریف و ویژگی های مختلفی را می توان مطرح کرد، در ذیل به مواردی اشاره شده است:

۱. میدان فضایی است عمومی و قابل استفاده برای همگان و این وجه تمایزی است بین یک میدان فضای باز و اختصاصی یک بنای مسکونی.

۲. میدان فضایی است با سه بعد کاملا مشخص، دارای محدوده ای معین به داخل و خارج که کف و بدنه آن از معماری تعریف شده ای برخوردار است. میدان یا حیات عمومی شهر و محله ای از همان آغاز، از عهد باستان گرفته تا به امروز نقش جمع کردن خانه ها یا عناصر شهری و محله ای را داشته است و میدان و عناصر مربوط به آن از نظر کالبدی جزئی است از ساخت فضایی



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

شهر از نظر اجتماعی این مجموعه در روح و روان شهروندان جای دارد. میدان فضایی است محصور که محل تجمع، فعالیت و قلب تپنده شهر است. (توسلی، ۱۳۷۹)

۳. میدان فضایی عمومی و قابل استفاده جمعیت، برای مشاهده فضای شهر، محل اجرای فعالیتی مناسب، تحرک و توقف، به یاد آوردن خاطرات، دیدن و دیده شدن، اجرای مراسم جشن و سرور، خرید و فروش، برگزاری اجتماعات سیاسی مانند تظاهرات و گردهمایی مختصر آن که میدان شهری به حیطة ای اطلاق می شود که در آن همه چیز می تواند همزمان صورت گیرد (قریب، ۱۳۷۶). میدان، محل تجمع افراد و بروز رفتارهای جمعی و تعاملات اجتماعی ماست، محلی که شهروندان برای گذران اوقات و دیدن یکدیگر به آنجا می روند، مکانی با مقیاس انسانی و متناسب با رفتارهای ادراکات شخصی پیاده، محلی که شکل دهنده بیشتر خاطرات جمعی ماست. (سلطان مرادی، ۱۳۸۶)

میدان شهری

میدان شهری برای شهروندان، تبلور زندگی جمعی آنهاست. و باید پاسخگوی نیاز زندگی اجتماعی و جمعی آنها در مقیاسی بالاتر از حد محلات باشند. در این نوع میادین، شهروندان بدون آنکه یکدیگر را بشناسند و یا حضور آنها مقید به روابط محیط زندگی خویش باشد با یکدیگر برخوردهای اجتماعی چهره به چهره دارند. و به همین دلیل نحوه حضور و رفتارهای اجتماعی آنها بسیار متنوع تر و راحت تر از سایر میادین می باشد. تصویر ذهنی شهروندان از این نوع میادین و مقیاس آنها به گونه ای است که فضایی عام تر، متنوع و پر از رویداد را توقع دارند. در اینجا شهروندان فقط مقید به رعایت مقررات عمومی و عرف می باشند. به همین دلیل طراحی میادین شهری از ظرافت و حساسیت بالاتری برخوردار است. میدان شهری فضایی است که مخاطبین آن را طیف وسیعی از اقشار اجتماعی، گروه های سنی و ... تشکیل می دهند. این فضا هم باید این همه تنوع باشد و هم بتواند تجمع و کنش های بین شهروندان را بارور سازد. یعنی به نوعی شهروندان میدان را بسازند و میدان شهروندان را. (پاکزاد، ۱۳۸۶)

توقعات موردی از میدان

میادین شهری به گونه ای هستند که به شهروندان احساس حضور در یک فضا را می دهند و بی کران و خلوت جلوه نمی کنند. لذا به نوعی حد و حدود آنها قابل تشخیص بوده، دارای تعیین فضایی هستند. بخش اعظمی از جذابیت فضای این میادین به واسطه تنوع و نشاط آن می باشد. به نحوی که می تواند شهروندان زیادی را در ساعات متفاوت در خود جای داده و زندگی اجتماعی را در خود جاری سازد. لذا سرزندگی نیز از ویژگی های اساسی و بارز میادین شهری است. میادین شهری برای دوام و بقا خود باید بتوانند در زمان های متفاوت برای عملکرد و فعالیت های مختلف و برای جمعیت ها و گروه های متعدد کارا باشند. میدان شهری باید بتواند خود را با محتوای رویداد درون خود هماهنگ کند. از اینجا سومین ویژگی اصلی میادین شهری که همان انعطاف است، نیز منتج می شود. هر کدام از این سه ویژگی اصلی میادین شهری به تفصیل مورد بحث و بررسی قرار گرفته می شود. (پاکزاد، ۱۳۸۶)

• تعیین فضایی

کرانه های میادین شهری باید مشخص و معلوم و برای شهروندان درون آن قابل ادراک باشد، به نحوی که احساس حضور در یک فضا را القا کند. در چنین فضایی تجربه ای قوی در شهروندان ایجاد می شود که قادر به درک رابطه خود با محیط و با عناصر و افراد داخل محیط می شود. از این رو میدان شبیه صحنه یک تئاتر است که شهروندان بازیگران آن هستند و همه اتفاقات درون آن قابل درک و قابل احساس است. (پاکزاد، ۱۳۸۶)

• سرزندگی



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

باتوجه به تصویر ذهنی شهروندان از میادین شهری که فضایی پر جنب و جوش و پر از رویداد است، برای اینکه میدان شهری پاسخگوی توقعات ذهنی شهروندان باشد باید دارای زندگی و شور و هیجان باشد، فضایی سرزنده و با نشاط. این موضوع در ارتباط با بروز دو کیفیت اصلی رخ می نماید، تنوع و دلبازی. اگر بخواهیم شهروند را هرچه بیشتر درگیر حیات اجتماعی میدان نمائیم، باید سعی کنیم تنوع را در کارکرد، فعالیت ها، زمان های استفاده از فضا و گروههای مخاطب فضا هرچه بیشتر بالا ببریم.

در مقابل، طراحی کالبدی فضا و عناصر مستقر در آن (مبلمان و پوشش گیاهی) هرچه بیشتر به سمت هماهنگی و وحدت سوق پیدا کند تا توجه بیشتر معطوف به حیات داخل میدان شود تا جداره ها و عناصر فیزیکی آن. شاخص شدن عناصر کالبدی زمانی توصیه می شود که به یادآوری خاطرات جمعی فضا، حس مکان و تصویر ذهنی شهروندان کمک کند. تنوع در کاربریها و فعالیتها و ساعات زنده بودن فضا و طولانی بودن آن متضمن حضور گروههای اجتماعی متنوع، گروه های سنی متفاوت و اقشار مختلف است.

بخش اعظمی از نشاط و سرزندگی میادین شهری به واسطه ی دلبازی آن می باشد. هرچند این دلبازی نباید حسمحسوریت را مخدوش کند. هر چقدر که میدان وسیعتر و ارتفاعات اطراف آن کوتاه تر باشد، سهم آسمان به نوعی در صحنه میدان زیادتر و احساس دلبازی بیشتری بوجود می آید. عناصر طبیعی نیز در ایجاد این کیفیت مؤثر هستند مانند: وجود آب، درخت و پوشش گیاهی (به نحوی که سطح کمتری از فضای میدان را اشغال کند و مزاحم حضور و تجمع شهروندان نباشند) و همچنین نور و روشنایی به صورتی مه بهره بهینه از نور روز برده شود و در شب نیز عرصه میدان روشن بماند. (پاکزاد، ۱۳۸۶)

• انعطاف

انعطاف نقش، معنا و عملکرد میدان شهری متوجه نیاز شهروندان است و میدان به مرور زمان شخصیت خود را تثبیت می کند. از آنجائیکه فعالیتهای و کنشهای متفاوت به راحتی براساس نیاز، زمان و... تغییر می کند. در طرح میادین شهری تلاش بر این است که کالبدی منعطف طراحی شود چون امکان ساخت و تغییرات فیزیکی نیازمند تخریب و زمان و هزینه و... می باشد. از جمله نکات مهمی که در انعطاف میادین شهری مؤثر است، یکپارچگی فضای میدان است، اینکه کف یکپارچه و پیوسته باشد و از خرد کردن آن با مبلمان، درخت و اختلاف سطح پرهیز کنیم. (پاکزاد، ۱۳۸۶)

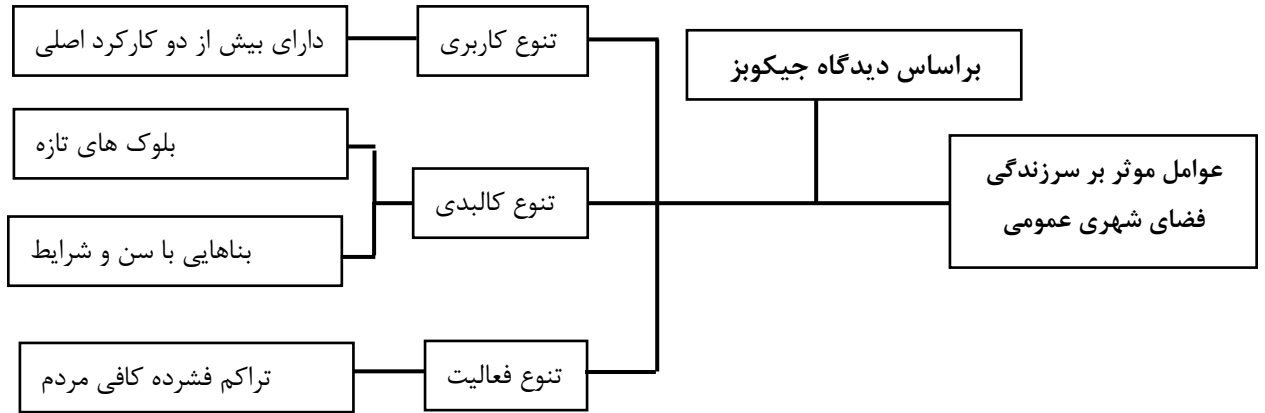
سرزندگی

سرزندگی از جمله عواملی است که در کالبد یک فضای شهری روح می دمَد. شهرها به مثابه موجودات زنده ای هستند که حیات می یابند رشد می کنند به بلوغ می رسند و برای ادامه حیات به سرزندگی و نشاط نیازمندند سرزندگی فضاهای شهری مبتنی بر حضور مردم در شهر است حضور مردم نیز مبتنی بر وجود فضاهای متناسب با آن در بافت شهری است. فضاهای شهری علی الخصوص فضاهای جمعی مسئله های اساسی است که بایستی در مطالعات زندگی روزانه کسانی که در شهرها زندگی می کنند مورد بررسی قرارگیرد. استفاده و تخصیص فضاهای جمعی تجربه ای است که برای تمامی افراد یکسان نیست، زیرا متغیرهایی نظیر سن و جنس گروه های اجتماعی و اقلیتهای قومی - نژادی بر چگونگی درک از این فضا اثر می گذارد. (زمانی، ۱۳۹۲)

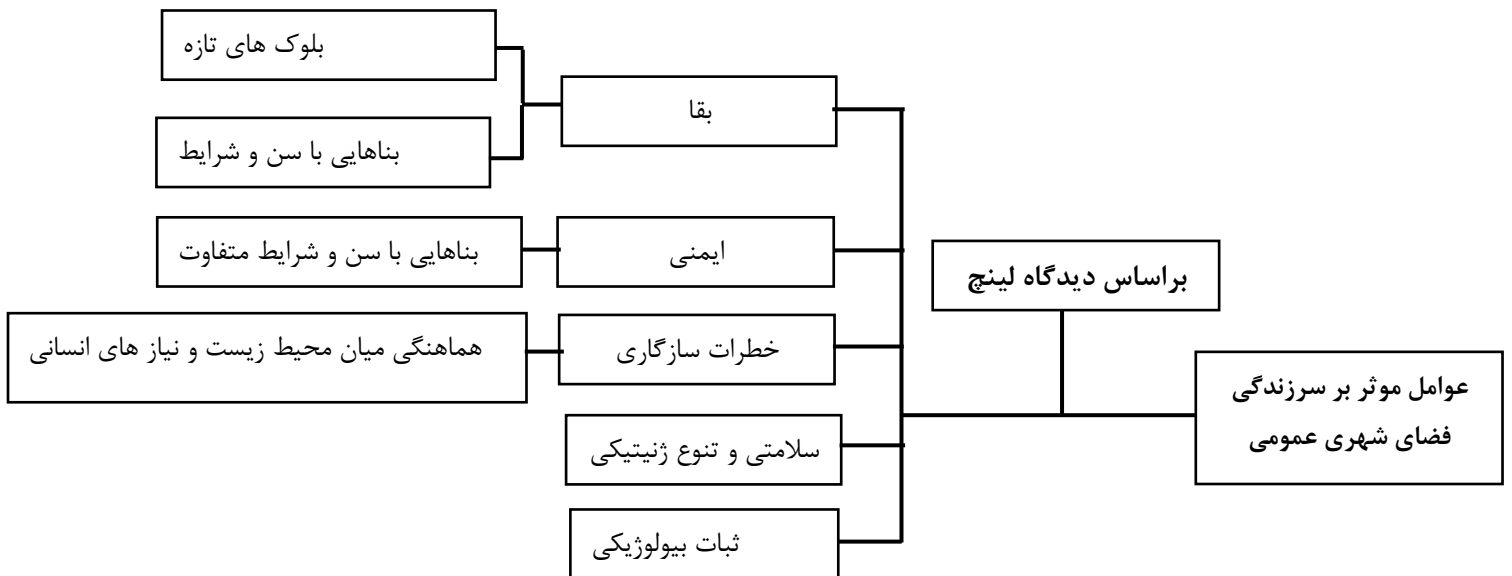


ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

نمودار ۲: عوامل مؤثر بر سرزندگی فضاهای شهری عمومی از دیدگاه جیکوبز (نگارنده)



نمودار ۳: عوامل مؤثر بر سرزندگی فضاهای شهری عمومی از دیدگاه لینچ (نگارنده)





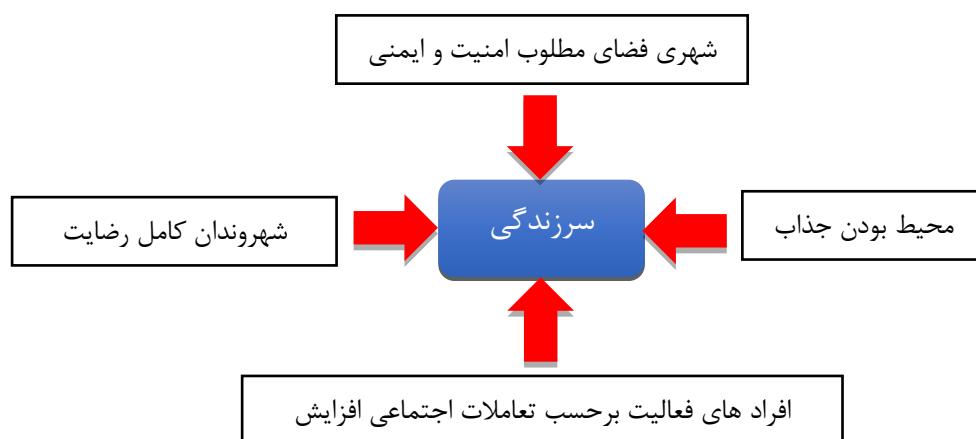
ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

تحلیل داده ها

دانش روانشناسی محیط حوزه مشترک بین علوم رفتاری و معماری است که از طریق ائتلاف آنها متعاقب جنگ های جهانی و پس از نارضایتی مردم از فضاهای مدرن، که انگیزه و نیازهای غیر مادی انسان در آن جلوه ای نداشته، پدید آمده که هدف آن مطالعه انسان در محیط واقعی است. اگر محیط از وجود یک فرهنگ پیشرفته برخوردار باشد؛ نیاز به فضای ویژه برای انجام فعالیت های جمعی در آن حس می شود و چنین محیطی فقط با حضور افراد در فضا معنا می یابد و این گونه است که فضای مزبور باید دارای کیفیت محیطی باشد. از سوی دیگر ایجاد محیط با کیفیت سبب ارتقاء سطح تعاملات اجتماعی مطلوب، ایجاد فضایی جذاب، پر نشاط، پویا، دموکرات و راحت می شود. چنین فضایی علاقه ی حضور افراد را افزایش می دهد و می توان بر رشد و تکامل شخصیت افراد در محیط موثر باشد. همانطور که عنوان گردید؛ ارتقاء کیفیت محیط همواره می تواند ابزاری مناسب جهت ایجاد پویایی محسوب شود. در واقع عوامل محیطی می توانند پویایی محیطی را تسهیل بخشد.

نگارنده سعی دارد با بهره گیری از مولفه های روانشناسی (ایمنی و امنیت مطلوب، جذاب بودن محیط، رضایت شهروندان و در نهایت افزایش تعاملات اجتماعی) به "سرزندگی" فضای شهری و محیط برسد، و به بررسی میدان شهدای جهرم بپردازد. سرزندگی یکی از مولفه های کلی سازنده کیفیت کلی طراحی شهری یک محیط و نیز مفهومی مشخص از فضای شهری می باشد. مهم ترین مولفه سرزندگی را می توان حضور پر شور شهروندان و فعالیت های اجتماعی آنها در فضای شهری دانست. بالاترین توقع از یک فضای شهری درگیر شدن مخاطب با آن فضا است، اینکه محیط جذاب فضاهای شهری باعث شود شهروندان تمایل بیشتری برای حضور پیدا کنند و این فضا بایستی طوری طراحی شود که مردم به میل خود به آنجا رفت و آمد داشته باشند. فضاهای مورد نظر باید به تمامی نیازهای موجود افراد پاسخ داده و امنیت کامل را در محیط فضاهای شهری فراهم آورد. در نتیجه از جمع بندی بیانات فوق می توان عوامل موثر در سرزندگی فضاهای عمومی شهری را اینگونه تشریح کرد:

نمودار ۴: معیارها و مولفه های سرزندگی یک فضای شهری از دیدگاه نگارنده



- ایمنی و امنیت مطلوب فضای شهری



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

مهم ترین نیاز برای درک، شناخت و استفاده از مواهب محیط، تامین نیازهای ایمنی است. در صورت عدم تامین ایمنی ذهن فارغ نخواهد شد و بنابراین فرصت های خود را صرف درک امکانات دیگر نخواهد کرد محافظت روانی و فیزیکی در مقابل عوامل خارجی می تواند سبب ایجاد کیفیت ایمنی شود.

در میدان مورد مطالعه مسیرها به درستی مشخص شده است و تا حدودی از کف سازی مناسبی استفاده شده اما چون میدان شهدا یکی از میدان های اصلی شهرستان به حساب می آید به دلیل شلوغی و ازدهام زیاد و همچنین مزاحمت نیاز به بازسازی مجدد می باشد و حدامکان فضایی برای رفت و آمد موتورسواران، در صورت امکان پل هوایی، سدمبرنکردن در پیاده روها، ایجاد گوشه ی دنج برای استراحت و... کمک بسیار زیادی برای ایجاد سرزندگی در این میدان خواهد شد. (نگارنده)

جدول ۲: مهمترین عوامل ناامنی در میدان مورد مطالعه (نگارنده)

تاریکی و روشنایی نامناسب	گوشه های پنهان و دور از دید	خلوتی
نبود پوشش گیاهی	فضاهای متروک و رها شده	فعالیت های شبانه
نبود	بهبود نورپردازی در میدان و اطراف	شلوغی و ازدحام جمعیت
فضاهای بن بست	فضاهای جاذب و مختص گروه خاص (مردان)	کفسازی نامناسب

• جذاب بودن محیط

شهر، تنها شامل بناها نیست، بلکه فضای بین ساختمان ها، کوچه، میدان، فضای سبز، عناصر پرکننده، کاربری ها و حضور و همراهی مردم است که موجودیت شهر را می سازد و به آن بها می دهد. مردم فعالیت های خود را در قالب سه پهنه زندگی، کار و تفریح در فضاهای عمومی انجام می دهند. چهره شهر مانند موزه و نگارخانه ای است که هر روز نمایشگاه آثار متنوع مردم و منظر تاریخ و فرهنگ تمدن بشری است. فضای شهر، محیط زندگی شهروند را تشکیل می دهد. بنابراین مدیران، طراحان و افراد متخصص باید محیط را به گونه ای تجهیز کنند که شرایط زندگی و زیست محیطی آن از "سطحی عالی" برخوردار باشد. براساس تحقیقات انجام شده نگارنده به مهمترین شاخصه های زیباشناسی در جدول زیر اشاره می کند، و استفاده از این شاخصه ها و بررسی در میدان مورد نظر نگارنده با ارتقا دادن دید بصری، دنج بودن فضای میدان، و همچنین نور پردازی مناسب به زیبایی و جذاب بودن میدان و در نهایت رسیدن به سرزندگی دست یافت. (نگارنده) پروفیسور هربرت "لین دینگر" رییس هیئت داوران نمایشگاه و مسابقه طراحی صنعتی هانوور، شاخص های زیبایی شناسی را به دو دسته کلی تقسیم بندی می کند: دسته اول شامل موارد کاربردی، ملموس و دیده شونده است و دسته دوم به مواردی می پردازد که با احساسات انسانی سروکار دارد. (جدول ۳)

جدول ۳: مهمترین شاخص های زیباشناسی (لین دینگر)

کیفیت عالی طراحی	
۱	آرایش ساختاری قوی: تشخیص اصول طراحی و بخش های مختلف آن مثل معماری برجسته.
۲	ارتباط آشکار کل با اجزا: از نظر فرم، رنگ، ابعاد، اندازه، کیفیت مواد، گرافیک و طرح
۳	پیروی از قواعد مشخص طراحی و سبک شناسی



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

۴	دقت و وضوح عناصر : تغییرات فرم ، تضادهای ظاهری ، رنگ و نوشتار، تناسبات طراحی
۵	هماهنگی با روش تولید، استفاده کننده ، تعمیر و نگهداری.
۶	طراحی منطقی : انتخاب مواد مناسب، فرآیند تولید و کاربردهای طرح.
انگیزش احساس و هوش	
۱	تحریک احساس ، رضایت و سرزندگی ، میل به خوش طبعی و شادی
۲	در صورت لزوم حس کنجکاوی را بیدار کند ، اشتیاق بازی و خلاقیت

با اهداف و الگوهای زیباسازی ذکر شده در جدول زیر، می توان جذابیت میدان را ارتقا داد(جدول ۴).
جدول ۴: اهداف مورد مطالعه در میدان شهید(نگارنده)

طبیعت و فضای سبز از طریق فضاهای شهری، به راحتی قابل دسترسی باشد.	آب : حرکت و صدای آب ، ایجاد چشمه، برکه، آبنما، دریاچه مصنوعی.
هنر و فرهنگ : برنامه های فرهنگی و هنری همراه با تبلیغات شهری مناسب باید همیشه فعال و زنده باشد (شهر فرهنگی-هویت سازی).	هنرهای شهری و مردمی در فضاهای باز و خیابانها جاری باشد.
مرمت و حفاظت آثار قدیمی ، ساختمانها و فضاهای تاریخی.	منابع طبیعی و طبیعت شهری شناسایی، حفاظت و نگهداری شود.
کیفیت و تعالی طراحی فضاهای عمومی و ساختمانها به عنوان یک اصل.	پایده رو ، فضایی محرک و جذاب و قابل استفاده برای مردم.
بازسازی چشم اندازهای عمومی، نقاط عطف بصری و نشانه های شهری.	نگهداری و حفاظت شهر به شیوه ای مناسب و پایدار(بخصوص فضاهای جمعی و عمومی، فضاهای پاک ، زیبا و سبز و ...)

• رضایت کامل شهروندان



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

فضای شهری و روابط جاری در آن با هم ارتباط متقابل داشته و از هم تأثیر میپذیرند. انسان از طریق روابط اجتماعی - فرهنگی به فضا، فرم و عملکرد و اهمیت میبخشد و سازماندهی فضا به نوبه خود به تغییر شکل این روابط میانجامد. بنابراین ساخت و طراحی فضاهای شهری بر پروسه زندگی اجتماعی تأثیر میگذارد و میبایست از نظر جسمی و روانی برای شهروندان کارایی داشته باشد (سیفایی، ۱۳۸۴)

سنجش رضایت نه فقط بر اساس محیط عینی، بلکه همچنین بر پایه ادراک افراد از محیطی که به آن تعلق دارند، صورت میپذیرد. به طور کلی ضروری است ترکیبی از شاخص های عینی و ذهنی در فرآیند تحقیق مورد استفاده قرار گیرد. شاخصهای ذهنی حصول آگاهی از میزان رفاه/رضایتمندی افراد و نیز آنچه را که از نظر مردم مهم تلقی میشود، امکانپذیر می - گرداند. این شاخصها نشان دهنده وابستگی افراد به محیط سکونت خویش و وجود حمایت و پشتیبانی عمومی از محیط هستند. شاخص های عینی برای سنجش آن دسته از جوانب محیطی که ارزیابی آنها به دشواری صورت میگیرد، مورد نیاز است. این شاخص ها نقطه عزیمتی برای سیاست گذاری محیطی محسوب میشوند و ضامن اعتبار معیارهای ذهنی هستند. (van camped al.2003).

با ارتقا دادن امکانات درون میدان مورد مطالعه ، مبلمان و تجهیزات درونی، و همچنین بهبود کیفیت بهداشت می توان رضایت شهروندان را به وجود آورد و در نتیجه به سرزندگی دست یابیم.(نگارنده).

• افزایش تعاملات اجتماعی

فضای عمومی شهری، ساختاری سازمان یافته، آراسته، واجد نظم بصورت کالبدی برای فعالیت های انسانی است و قابلیت حمل روابط اجتماعی را داراست. فضای عمومی شهری و روابط جاری در آن باهم ارتباط متقابل داشته و از هم تأثیر می پذیرند. انسان از طریق روابط اجتماعی به فضا، فرم، عملکرد، اهمیت اجتماعی می بخشد و سازمان دهی فضا به نوبه خود به تغسیر شکل این روابط می انجامد، بنابراین ساخت و طراحی فضاهای عمومی شهری به پروسه زندگی اجتماعی تأثیر گذاشته و می بایست از نظر جسمی و روانی برای شهروندان کارایی داشته باشد.

فضاهای عمومی فضاهایی هستند که افراد و گروههای مختلف اجتماعی در آن سهیم اند، این فضاها محل تبادلات افکار و اطلاعات و مکانی برای شکلگیری شبکه های اجتماعی هستند. چنین فضاهایی بیش از آن که تنها یک فضا باشند یک تجربه اندکه نتیجه چنین تعاملی و تجاری در میان افراد و گروه های مختلف دریافت حس هویت جمعی ، احترام به خود(عزت نفس) ارتقاء مهارت های جمعی و مشارکت اجتماعی خواهد بود. مکان هایی که در محل تعاملات اجتماعی و برخورد اقشار مختلف جامعه می باشد و در شکل گیری خاطره جمعی شهروندان نقش بسزایی ایفا می کنند. تعاملات اجتماعی تأثیر بسزایی در پالایش روح و روان انسان ها داشته و چنان چه فضایی بتواند این تعاملات را به شکل سالم ایجاد کند سلامت روانی استفاده کنندگان خود عملی بودن ، طرح را تضمین می کند. بر همین اساس با توزیع مناسب مبلمان و تجهیزات شهری و همچنین توجه به نیاز ها و خواسته های شهروندان و علل الخصوص وضعیت فضای سبز و رویداد های فرهنگی می توانیم تعاملات اجتماعی را در میدان مورد نظر افزایش دهیم.

3_ نگاه نظری به مسئله ی حضور افراد در فضا

3-1- تولید و باز تولید فضا



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

در رابطه با مفهوم فضا و حضور افراد در آن نظریات فراوانی وجود دارد. آنچه مقصود این متن است، به طور مشخص نظریات هنری لوفور و میشل فوکو در باب فضا و مناسبات فضایی - در قالب حضور کنش مند افراد در فضا - است. فضا از نظر اجتماعی طبیعتی دوگانه و در هر جامعه یک هستی دوگانه دارد؛ بدین معنا که از یک طرف فرد خودش را به فضامرتبط میسازد و خودش را در فضا قرار میدهد، هم با بی واسطگی و هم با عینیت خودش مواجه میشود، خودش را که در مقام سوژه است، در مرکز فضا قرار میدهد، خودش را منصوب میکند، خودش را اندازه گیری میکند و از خودش به عنوان معیار برای معنا و شکل دادن به فضا استفاده میکند. از طرف دیگر فضا نقش میانجی یا میانجیگری دارد: نورای هر سطح و محیط صاف و نیز ورای هر شکل پیچیده و مبهم، آدم میکوشد در مقام سوژه فضایی را که در آن حضور می یابد، درک کند. این امر فضای اجتماعی را به یک میانجی شفاف که به تنهایی توسط نور، توسط حضورها و تأثیرها اشغال شده است، تبدیل میکند؛ بنابراین از یک طرف، فضا دارای پیچیدگی ها، اجسام و اشیاء، مراکز کنشهای عصبی و انرژیهای پرشور، مکانهای پنهان و نفوذناپذیر است. از طرف دیگر فضا ترتیب مجموعه هایی از ابژه ها، به هم پیوستگی جسم ها را ارائه میکند - در واقع، تا حدی که هر کسی میتواند در هر زمانی جسم های تازه کشف کند (لوفور، 1991: ۱۸۲). و برای همیشه از قلمرو نامرئی بودن به قلمرو مرئی بودن و از تیرگی به شفافیت - که در قالب حضور معنا مییابد برود.

انسانها به عنوان موجودیتهای اجتماعی، زندگی و خودآگاهی و جهان را تولید میکنند (لوفور، 1991: ۶۸) فضای اجتماعی، تولیدی اجتماعی است. برای درک این تز بینانی لازم است پیش از هر چیز از فهم مرسوم فضا به مثابهی واقعیتی مادی که فی نفسه موجود است، دست کشید لوفور در مقابل چنین دیدگاهی و با استفاده از مفهوم تولید فضا، نظریهای بنیان میگذارد که فضا را از اساس در ارتباط با واقعیت و مناسبات اجتماعی قرار میدهد؛ بدین معنا که فضا فی نفسه وجود ندارد و نمیتواند به عنوان هویت معرفتشناختی مورد تحلیل قرار گیرد. به بیانی دیگر میتوان گفت فضا مفهومی است که تولید میشود و در واقع حاصل مناسبات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و سیاسی و تاریخی است (گونواردا و همکاران، ۲۰۰۸: ۲۸). فضای شهری نتیجه ی عینیت یافته شیوهی تولید یک جامعه است. در تولید و بازتولید فضای شهری، انتظام فضایی (فضای ذهنی) و عمل اجتماعی (فضای ساکنین) یکدیگر را مشروط میسازند.

کنشگران اجتماعی با حضور در فضا برای خود - اگرچه نه کاملاً با طرحی از آن خود - فضا میسازند (تانکیس، 1968: ۲۳۶). تصور فضا بدون محتوا و روابط اجتماعی و در مقابل درک و تصور جامعه بدون اجزاء و مناسبات فضایی مشکل است. این یک فرآیند متقابل است که مردم و جوامع در آن فضاها را از همان زمان که به روشهای مختلف به وسیله ی آنها تحت تأثیر قرار میگیرند، خلق و اصلاح میکنند. محیط کالبدی یک اثر معین بر رفتار انسان دارد؛ یعنی وقتی محیط تغییر میکند، رفتار نیز به دنبال آن تغییر می پذیرد. رفتار انسانی بر مبنای موقعیت مکانی شکل میگیرد که به دنبال حضور در بستر و محیط ادراکی، فرهنگی، اجتماعی و کالبدی جای میگیرد. اما مردم - در مقام سوژههای حاضر در فضا - در مواجه با فضا به گونهای منفعل عمل نمیکنند، آنها بر محیط تأثیر میگذارند، در آن حرکت میکنند، در زندگی روزمره شان در آن عمل میکنند و آن را تغییر میدهند، همانطور که محیط بر مردم مؤثر و تغییردهنده است (اسمیت، 2001: ۶۸-۷۸) بنابراین رابطهی بین فرد و فضا یک فرآیند دوطرفه است. تأثیر مردم بر محیط موجب بازتولید فضا میشود و این تبادل و روندی دیالکتیکی است که به دنبال حضور جسمیت یافته ی فرد در فضا پیوسته تولید و بازتولید میشود. (یزدانیان و داداش پور، ۱۳۹۵).

با توجه به مطالب ذکر شده سؤال پژوهش پیش این است که فضایی را که دارای مفهومی اجتماعی است، چگونه باید شناخت و تحلیل کرد؟ لوفور در راستای پاسخ به این پرسش از مفهومی ربطی در خصوص مفهوم فضا و زمان استفاده میکند؛ بدین معنا که فضا نشانه همزمانی است، نظم همزمان واقعیت اجتماعی؛ زمان نظام گر نظم در زمانی و از این رو فرآیند تاریخی تولید اجتماعی است. در شهرهای کنونی ارزشهای اقتصادی و ایدئولوژی مصرف در تولید فضای شهری نقش بیشتری گرفتهاند. فضاهای شهری با تأثیرپذیری از فورماسیون اجتماعی و اقتصادی در جامعه ما نیز جدای از وضعیتی که ذکر آن گذشت نیستند.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

فضای شهری امروزی کموبیش در تمام جوامع با هر نظام ایدئولوژیک و سیاسی با درافتادن در چرخه منطق اقتصاد سرمایه‌داری، به‌عنوان فضای تولید اقتصادی در اموری نمایش داده میشود که فضا در آن عنصر اساسی تولید و نیز بازتولید و درنهایت مصرف آنچه در فضا تولید شده، است. از اینرو در فضای شهری همواره نوعی رقابت بر سر اشغال و سلطه بر فضاهای مختلف از عمومی تا خردترین سطوح وجود دارد. بر سر اینکه چه کسی فضا را از آن خود و الگوهای رفتاری خود را که به دنبال حضور در فضا به وجود می‌آید (زوکین، 1995: ۲۶۸-۲۶۹). به گونه ای بازنمایی کند که چارچوب فضا پشتیبان آن باشد. (یزدانیان و داداش پور، ۱۳۹۵)

نتیجه گیری

شهر نمود و تبلور نیاز بشر به زندگی اجتماعی و حضور در جامعه است و اساسا بشر نیاز به حضور و تعاملات اجتماعی دارد و د این راستاست که هویت یک شهر شکل می‌گیرد. با توجه به اینکه این روزها بخش زیادی از ساعات روز را در ساختمان‌ها و محیط‌های بسته می‌گذرانیم و نور فضاهای داخلی حس و حالمان را خوب یا بد می‌کند. و انسان نیاز به حضور در فضا را بیشتر از گذشته احساس می‌کند و نیاز به وجود فضاهای عمومی در شهرها بیشتر از گذشته در شهرها احساس می‌شود نیاز به برقراری ارتباط با افراد یک نیاز فطری است که شهر باید با ایجاد فضاهای عمومی مطلوب پاسخگوی این نیاز باشد و در این راستا هویت شهر شکل گرفته رفتار انسانی بر مبنای موقعیت مکانی شکل می‌گیرد که به دنبال حضور در بستر و محیط ادراکی، فرهنگی، اجتماعی و کالبدی جای می‌گیرد. اما مردم در مقام سوژه‌های حاضر در فضا در مواجهه با فضا به گونه‌های منفعل عمل نمیکنند، آنها بر محیط تأثیر می‌گذارند، در آن حرکت میکنند، در زندگی روزمره شان در آن عمل میکنند و آن را تغییر میدهند، همانطور که محیط بر مردم مؤثر و تغییردهنده استنباط براین رابطه ی بین فرد و فضا یک فرآیند دوطرفه است. تأثیر مردم بر محیط موجب بازتولید فضا میشود و این تبادل و روندی دیالکتیکی است که به دنبال حضور جسمیت یافته ی فرد در فضا پیوسته تولید و بازتولید میشود.

منابع:

- [۱] آستین فشان، پروانه، هزار جریبی، جعفر، بررسی عوامل موثر بر نشاط اجتماعی، جامعه شناسی کاربردی، سال ۲۰، شماره ۱، ۱۳۸۸.
- [۲] الکساندر، کریستوفر، معماری و راز جاودانگی، راه بی زمان ساختن، ویراست دوم، ترجمه مهرداد قیومی بیدهندی با مقدمه مهدی حجت، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۶.
- [۳] امیرحسینی عطیه، نقصان محمدی محمد رضا، فروزانفر جلال، ۱۳۹۳، باز طراحی فضای شهری با تاکید بر الگوهای رفتاری شهروندان (مطالعه موردی: میدان فرهنگ تهران)، دومین کنفرانس ملی عمران، معماری و مدیریت شهری.
- [۴] بحرینی سیدحسین، ۱۳۸۲، فرآیند طراحی شهری، انتشارات دانشگاه تهران.
- [۵] مرتضوی، شهرناز، روانشناسی محیط و کاربرد آن، تهران، انتشارات دانشکده شهید بهشتی، ۱۳۸۰
- [۶] پاکزاد جهان‌شاه، ۱۳۸۶، راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران، چ سوم، انتشارات شهیدی، تهران.
- [۷] پاکزاد، جهان‌شاه، بزرگ، حمیده، الفبای روانشناسی محیط برای طراحان، تهران، انتشارات آرمانشهر، ۱۳۹۱.
- [۸] توسلی محمود، ۱۳۷۹، طراحی شهری خیابان کارگر (ساماندهی یا نظم دهی ترکیب بدنه خیابان)، انتشارات شرکت عمران و بهسازی شهری.
- [۹] حبیبی محسن، مقصودی ملبجه، ۱۳۸۱، مرمت شهری، انتشارات دانشگاه تهران.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

- [۱۰] زمانی بهادر، علی آبادی مرتضی، پیش بین افشین، ۱۳۹۲، ارزیابی کیفیت سرزندگی و پویایی در فضاهای شهری با تأکید بر مراکز تجاری مدرن (نمونه موردی: مرکز خرید آلتون مشهد)، همایش ملی معماری و شهرسازی انسانگرا، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین.
- [۱۱] سلطان مرادی نسرين، ۱۳۸۶، میدان و مرکز محله، رساله کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات.
- [۱۲] سیفایی، مهسا (۱۳۸۴). مطلوبیت سنجی استفاده از فضاهای عمومی با تأکید بر برنامه ریزی مشارکتی، پایان نامه کارشناسی ارشد شهرسازی، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.
- [۱۳] قریب فریدون، ۱۳۷۶، طراحی میدان های شهری، مجله هنرهای زیبا، دوره ۲

[14] VA camp, irence. Leidelmeijer, kess, manrsman, gooitske. De holland, augutinus (2003) nviromental.