

بررسی تطبیقی رابطه‌ی انسان-محیط در دو بافت متفاوت با عملکردهای مشابه^۱

علیرضا ایزدی*، مهشید صبحی زاده**

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۱۰/۲۰

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۲/۵/۲

چکیده

این مقاله درصدد است در راستای شناسایی مفاهیم پایه‌ی مرتبط با نیاز دانش طراحی شهری به بسط موضوع احتیاجات و نیازهای فرد در محیط پرداخته، از این مسیر زمینه‌ی شناخت بهتر و دستیابی به پاسخ‌های مسائل شهری را که ریشه در شناخت نیازها دارد هموار نماید. از آنجاکه تحلیل رابطه‌ی افراد با فضا در فضاهای عمومی در دانش امروز بسیار پراهمیت جلوه می‌کند، تلاش دارد با بررسی عناصر گوناگون که شاکله اصلی این ارتباط را تشکیل می‌دهند تفاوت‌های موجود در مؤلفه‌های سازنده‌ی ارتباط انسان با محیط را در دو زمینه‌ی مختلف که عملکردهای مشابهی دارند را به بحث گذاشته شود. در تبیین رابطه انسان-محیط، رویکرد این نوشتار پذیرش افراد به‌عنوان بخشی از محیط پیرامون فرد است.

واژگان کلیدی

احتیاجات انسان، عملکردگرایی محیط، محیط انسان‌ساخت، رابطه انسان-محیط

Email: mim.Izadi@outlook.com

Email: Sehizadeh@bau.ac.ir

* دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، همدان.

** استادیار گروه معماری، دانشگاه بوعلی سینا، همدان

۱- مقاله برگرفته از رساله‌ی کارشناسی ارشد علیرضا ایزدی با عنوان " بررسی مقایسه‌ی رابطه‌ی انسان-محیط در دو بافتار متفاوت شهری " به راهنمایی دکتر مهشید صبحی زاده می باشد.

مقدمه

تعاملات انسان- محیط در فضاهای شهری در طول زمان دستخوش تغییرات بسیاری شده‌اند که عوامل گوناگونی در ایجاد این تغییرات دخیل هستند. از مسائل سیاسی و اجتماعی گرفته تا تحولات فناورانه و اقتصادی هرکدام به‌گونه‌ای در شکل‌دهی، حیات و زوال و دیگرگونگی فضاهای شهری تأثیر گذارده‌اند. در جریان این تغییرات هرکدام از عوامل که در تغییر پیشی گرفته‌اند به عنصر عامل تغییر در فضا و نحوه تعامل تبدیل شده است. گاه جریان سیاسی و در دوره‌ای تغییرات اجتماعی و حتی در دوره‌هایی جریان معماری غالب به‌عنوان عامل تغییر مطرح است از سوی دیگر این تغییرات در نحوه حضور و میزان آن از یک‌سو و محتوای آن از سوی دیگر تأثیر بسیاری داشته است که بررسی آن لازم و ضروری به نظر می‌رسد. هنگامی که بحث از تعامل انسان با محیط است، هر دو عامل به‌عنوان پدیده‌هایی که قابلیت پیام‌رسانی، ادراک پیام و پاسخ به پیام را دارند مورد بررسی قرار می‌گیرند. تعیین جایگاه فرستنده یا گیرنده بودن پیام از طریق وضعیت آن‌ها و کیفیت نشانه‌گذاری این روابط مشخص می‌گردد. اصل اول در مورد تعامل این است که نمی‌توان ارتباط برقرار نکرد و دومین مورد این که فرایند ارتباط در محیط‌های گوناگون قابل ره‌گیری و شناخت رابطه میان فرد-محیط ساختار مناسب برای راهبرد سازی و سیاست‌گذاری را در طراحی شهری فراهم می‌آورد. بنابراین پرداختن به این موضوع در راستای رسالت اصلی طراحی شهری قرار دارد. چه عواملی در ارزیابی مردم از محیط‌های ساختگی و طبیعی مهم بوده و مردم چگونه از محیط‌های مختلف و شرایط محیطی راضی می‌باشند؟ بعضی از ارزیابی‌های محیطی که روش مکان محور نامیده شده‌اند بر ویژگی‌های عینی فیزیکی محیط فعل سطوح آلودگی یا میزان توسعه‌ی شهری در طول ۱۰-۱۵ سال گذشته متمرکز می‌باشند. هدف سنجش کیفیت‌ها و ویژگی‌های یک محیط به‌وسیله کارشناسان یا کاربرهای واقعی و بالقوه است. چنین ارزیابی‌هایی بدون در نظر گرفتن چارچوب ارجاعی ارزیاب (به‌عبارت‌دیگر ارزش‌ها، ترجیحات، و مفهوم وابسته به مکان) صورت می‌گیرند. چنین ارزیابی‌هایی مهم می‌باشند اما وقتی به یاد می‌آوریم که ممکن است چیزی برای یک فرد مشکل محیطی باشد، برای دیگران بی‌اهمیت به نظر برسد، بدیهی است که ارزیابی محیطی دارای بعد مهم فردی نیز است. این جملات در مبحث ارزیابی محیط آمده است و اکنون یادآوری آن به این علت ضروری به نظر می‌رسد که رویکرد پژوهش را با در نظر داشتن چنین مباحثی اتخاذ نموده‌ایم و اگر در مواردی نظر جامعه‌ی متخصصین یا تحصیل‌کردگان جداگانه آورده شده در جهت درک صحیح‌تر این مسئله است. اگر محیط ساخته‌شده (ساخت) قرار است که در خدمت اهداف انسانی به کار گرفته شود، شخص باید نمونه‌ای خوب از احتیاجات انسان داشته تا به‌عنوان اساسی برای پرسش سؤال‌هایی که در یک محیط خاص چه کارهایی باید انجام داده شود - چه عملکردهای باید به کار گرفته شود- مورد استفاده قرار گیرد. در میان نوین‌گرایان آن‌هایی که معتقد به فلسفه‌ی عقلانی هستند مطمئناً تشخیص می‌دهند که نمونه‌ای از احتیاجات انسان برای راهنمایی تفکرشان ضروری بوده است. به‌طور مثال: هانس مری به‌منظور تمرکز کردن بر افکارش در مورد عملکردهای معماری، چنین مدلی را مورد استفاده قرار داده بود. شهر تابناک لوکوربوزیه بر اساس نیاز انسان به نور، نور خورشید و دسترسی به هوای پاک و همچنین خدماتی مانند فروشگاه (خرید)، مراقبت از بچه و سرگرمی بنا شده است. اکنون روشن است که راه‌حل‌های طراحی باید خاص خود فرهنگ آنجا باشد.

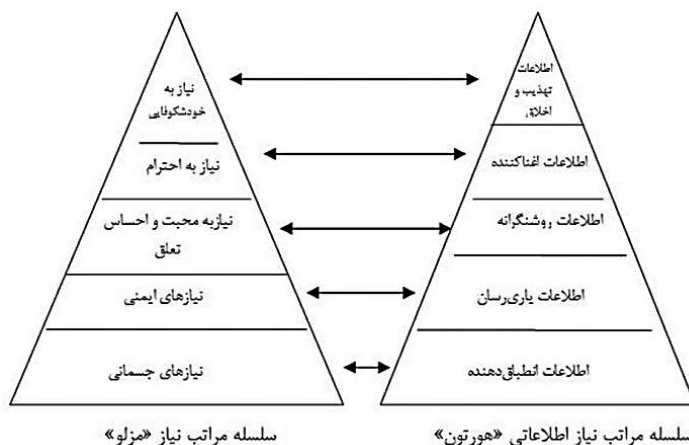
احتیاجات اساسی انسان: به دلیل ماهیت پویا و در حال رشد و تکامل فرهنگ‌ها، مشخص کردن قطعی متغیرهای مهم و تأثیرگذار یک فرهنگ که به‌عنوان اساس طراحی مورد استفاده قرار گیرند، غیرممکن به نظر می‌رسد. نمونه‌ی کلی احتیاجات انسان باید نمونه‌ای باشد که بتواند در جهت پرسش سؤال‌ات معقول در هر فرهنگی مورد استفاده قرار گیرد. احتیاجات اساسی انسان و نمود آن‌ها در جدول زیر آورده شده است:

جدول ۱: احتیاجات اساسی انسان

نمود احتیاجات	احتیاجات	احتیاجات اساسی انسان
- سالم بودن - راحتی	احتیاجات فیزیولوژیکی	
- عضو گروهی بودن - برآوردن نیاز وابستگی	احتیاجات ایمنی / امنیتی	
- مورد احترام و اعتبار بودن از طرف دیگران - داشتن عزت‌نفس و خودباوری	احتیاجات وابستگی	
	احتیاجات اعتبار و احترام	
	احتیاجات خود عملی	

اندیشمندان بسیاری در راستای بررسی این نیازها و طبقه‌بندی آن نظریه‌پردازی کرده‌اند که آبراهام مازلو از معروف‌ترین آنان است. شکل زیر، به ارائه‌ی سلسله‌مراتب نیازهای مازلو و تطبیق آن با سلسله‌مراتب نیازهای اطلاعاتی هورتون می‌پردازد.

شکل ۱: سلسله مراتب نیاز مازلو و قیاس آن با نیازهای اطلاعاتی هورتون



احتیاجات شناختی و زیباشناختی: تلاش جهت رسیدن به احتیاجات شناختی و زیباشناختی با تلاش برای دستیابی به احتیاجات اساسی برابری می‌کند. نیاز برای قادر بودن به فراگیری و نیاز به زیبایی، برای هستی انسان و کسب نیازهای اساسی، بنیادی و مهم می‌باشند. کل محیط نمایانگر جهانی برای اکتشاف و تخمین دانش و مهارت‌های فردی است. این محیط انباری از اطلاعات است که برای استفاده و کسب آگاهی و دانش است. افراد سعی می‌کنند به اندازه‌ی لازم برای کسب نیازهای اساسی‌شان به این محیطها دسترسی پیدا کنند. نیازهای شناختی برای زندگی، اساسی می‌باشند. هر چه سطح بیشتری از نیازهای اساسی برآورده شود، یادگیری بیشتری صورت می‌گیرد. در بالاترین سطح، چنین فرایندهایی برای دلایل زیباشناختی مورد نیاز هستند- یادگیری برای یادگیری.

افراد در گروه، نیازهای زیباشناختی دارند: نیاز به زیبایی و نیاز به بیان خود(احساس و تفکرات). واضح است که کیفیت زیباشناختی محیطهای طبیعی و ساختگی، مکانیزمی مهم در جهت کسب اهداف مختلف- مطمئناً یک حس تعلق و وابستگی و حس عزت نفس و خودباوری- است. همچنین نیازهای زیباشناختی دقیق‌تر از این گروه از نیازها نشان داده شدند. هرکدام از افراد نقشی را درون یک فرهنگ بازی می‌کنند. این نقش یک جریان عادی را در زندگی مشخص به وجود می‌آورد. احتیاجات از دیدگاه نقش دیده می‌شوند. شناسایی و تعیین آن‌ها کار آسانی نیست به این دلیل که نقش‌ها یکدیگر را می‌پوشانند. فرهنگ‌ها و همه‌ی محیطهای جهانی خاص وجود دارند. هرکدام از این محیطها امکانات و استطاعت خاصی دارند دانسته‌های یک فرد در مورد جهان و درک احتیاجات از طریق این استطاعت شکل گرفته‌اند.

جدول ۲: تقسیم‌بندی هشت مرحله‌ای زندگی از نظر اریکسون در زمینه احتیاجات

شماره	مرحله	احتیاجات
۱	کودک	سوء اعتماد - اطمینان اساسی
۲	کودک	شک/شرم - خود مختاری
۳	طفل	گناه - مقدماتی
۴	طفل	دون پایگی - صنعت
۵	نوجوان	سردرگمی نقشی - هویت
۶	جوان	تنهایی - صمیمیت
۷	بزرگسال	ایستایی - زادوولد
۸	میان سال	نامیدی - کمال خویشتن

تقسیم‌بندی هشت مرحله‌ی زندگی از نظر اریکسون در زمینه احتیاجات

احتیاجات انسان و محیط ساخته شده: تلاش‌های مداومی برای استفاده و به‌کارگیری دستیابی تجربی احتیاجات انسان در طراحی شهری صورت می‌گیرد. چنین چیزی در نوشته‌های کریستوفر الکساندر به‌ویژه اولین کارش و آن کار الکساندر و همکارانش، (۱۹۷۷، ۱۹۸۷)، نوشته‌های کوین لینچ (۱۹۸۴، ۱۹۸۲) و کار معماری معمارانی مثل رالف اریکسون، هرمان هرترز برگ (۱۹۸۰) و چارلز مور (۱۹۸۶، ۱۹۸۴) آشکار است. در حال حاضر امکان ارائه‌ی تصویر واضح‌تری از ارتباط بین محیط ساخته شده و تحقق نیازهای انسان نسبت به مدل‌های تعیین‌شده‌ی معماران مدرن وجود دارد. هر نمونه‌ای از جهان ساخته شده، فعالیت‌ها یا تفاسیر زیباشناختی خاصی را فراهم می‌کنند. این نمونه‌ها گزینه‌هایمان را برای رفتارهای - فیزیکی یا روانی- وابسته به تمام پیکربندی‌ها و ویژگی‌های طرح محیط ساخته شده، گسترده یا محدود می‌کنند. افراد می‌توانند خود را چه از طریق روانشناسی چه از طریق فیزیولوژیکی با یک موقعیت سازگار نمایند. روش قبل ممکن است سخت و استرس‌زا باشد اما روش دوم تا اندازه زیادی غیرممکن است. آن‌ها همچنین قادرند که ماهیت یک موقعیت را از طریق تغییرات اجتماعی و بنیادی دست‌کاری کنند.

تغییر محیطی: توجه به احتیاجات انسان به روش سلسله‌مراتبی به‌عنوان اساسی برای طراحی، نیازمند انعطاف‌پذیری زیادی در نظر طراح است، زیرا سؤال‌های زیادی را به وجود می‌آورد. طراحی از طریق عادت آسان‌تر است. طراحی بیشتر نیازمند تفکر خلاق است تا انطباق یک سری از راه‌حل‌های کلی با اصول طراحی که می‌تواند به‌طور گسترده و بدون فکر زیاد به کار گرفته شوند. توجه کردن به احتیاجات انسان به روشی که در اینجا عرضه شد، به‌عنوان اساسی برای بررسی‌ها و تصمیمات طراحی شهری، سؤالاتی را در مورد این که چگونه نمونه‌ای از محیط باید پاسخگوی سری خاصی از رفتارها باشد به وجود می‌آورد. طراحان شهری همانند دیگر طراحان همیشه در حال طراحی برای آینده هستند. آینده همیشه نامعلوم است اگرچه این امکان وجود دارد که بتوانیم پیش‌بینی‌هایی برای صحتی پذیرفتنی داشته باشیم. آسان‌ترین راه برای با این نامشخصی، این است که فردا را همچون امروز فرض کنیم. برای آینده‌ای نزدیک ممکن است چنین چیزی کاملاً صحیح باشد. اما در آینده‌ای دور احتمالاً تغییرات اساسی به وجود می‌آیند، البته اگر تاریخ دوستانه سال گذشته یک راهنمای (هدایتی) باشد. عوامل دخیل در تغییر محیط که در اصل ساخت دوباره‌ی محیط است در آن در جدول زیر آمده است:

جدول ۳: عوامل دخیل در تغییر محیط

عوامل دخیل در تغییر محیط	تغییر شرایط جوی از طریق تغییر دما و دیگر ویژگی‌های هوا، سطوح نور و اکوستیک، و نوع رایحه‌ی یک محیط
تغییر پیکربندی فضایی محیط‌ها از طریق تغییر قسمت بندی سه بعدی فضا و یا ماهیت قسمت‌ها	تغییر شرایط جوی از طریق تغییر دما و دیگر ویژگی‌های هوا، سطوح نور و اکوستیک، و نوع رایحه‌ی یک محیط
تغییر سخت‌افزار محیطی، مبلمان، ابزارها و موارد دیگر که محیط‌های فردی و جریان درون آن را تعیین و کنترل می‌کنند	تغییر پیکربندی فضایی محیط‌ها از طریق تغییر قسمت بندی سه بعدی فضا و یا ماهیت قسمت‌ها
تغییر ویژگی‌های محیطی مثل مصالح، نور، رنگ سازه‌ها که محیط را ساخته و به آن ماهیت و حالت (روحیه) می‌دهد	تغییر سخت‌افزار محیطی، مبلمان، ابزارها و موارد دیگر که محیط‌های فردی و جریان درون آن را تعیین و کنترل می‌کنند
تغییر ویژگی‌های نمادین پیکربندی‌های فضایی، مصالح، اشیاء و یا موقعیت این المان‌های موجود در مکان.	تغییر ویژگی‌های محیطی مثل مصالح، نور، رنگ سازه‌ها که محیط را ساخته و به آن ماهیت و حالت (روحیه) می‌دهد

احتیاجات در فضاهای عمومی: پنج نوع دلیل برای احتیاجات مردم در محیط‌های عمومی وجود دارند: درگیری منفعل با محیط، درگیری فعال با محیط، راحتی، آرامش و اکتشاف. جدول زیر به شرح دلایل احتیاجات در فضاهای عمومی می‌پردازد.

جدول ۴: دلایل احتیاجات مردم در محیط‌های عمومی (چرمایف، ۱۳۷۶:۷۸)

دلایل احتیاجات مردم در محیط‌های عمومی	شرح	شامل
درگیری منفعل با محیط	درگیری منفعلانه با محیط می‌تواند حس آرامشی را به وجود آورد. این حالت نیازمند مواجهه با فضا است ولی نیازی به درگیری فعالانه نیست.	- دربرگیرنده لذت و علاقه‌ی مردمی که از تماشای صحنه‌های عبور دیگران حاصل میشود. - فرصت مشاهده‌ی اجراکننده‌ها و فعالیت‌های رسمی است. - تماشای هنر عمومی یا یک چشم انداز جالب و گیرا.
درگیری فعال با محیط	نشان‌دهنده‌ی تجربه‌ی مستقیم‌تری با یک مکان و مردم در ارتباط با آن است.	- بعضی افراد خواهان ارتباطات مستقیم‌تری با افراد دیگر هستند. - بودن در فضایی برای معاشرت با خویشاوندان، همسایه‌ها، آشنایان، و دوستان. - مراجعه‌های جدی با عوامل فیزیکی یک مکان

شرح	شامل	دلایل
راحتی	لذت بردن از وقفه‌ای برای استراحت که فضاهای عمومی عرضه می‌کند.	- راحتی فیزیکی به کمک المان‌ها، استراحت و نشستن به دست می‌آید. - راحتی اجتماعی: محرک‌های دربرگیرنده‌ی مردم، فرار از گرانباری شهری و محافظت از خطر ایجادشده توسط دیگران
آرامش	ایجاد فرصت‌هایی برای کسب تجربیات جدید، چشم‌اندازهای جدید هیجان برانگیز، تعلیم و تربیت و شادی	
اکتشاف		

مبانی تحلیل

قبل از ورود به بحث به‌طور خلاصه در مورد عناصر سازنده فضا که باید مورد بررسی قرار گیرند تا با بررسی و برهم‌نهی آن‌ها تفاوت‌های دو فضای تعاملی رهنمون شود فهرست‌وار ارائه می‌شود. فضا از طریق عناصر محدود کننده آن قابل‌شناسایی است و شخصیت آن تابع چگونگی و نظم حاکم میان آن‌ها است. لویی کان می‌نویسد "فضا فضا نیست مگر آنکه به‌روشنی قابل‌تشخیص باشد که چگونه به وجود آمده است" (خان، ۱۳۷۵، ۲۳۹). با این حال، محدود کردن فضا با استفاده از عناصر سازه‌ای همچون دیوار و کف مقوله‌ای است و در هم آمیختن فضا باحال و هوایی مرتبط با فعالیت‌ها، تصورات دهی، خصوصیات اجتماعی که در فضا بروز می‌کند و حواس و انگیزش حضور را به وجود می‌آورد مقوله‌ی دیگر. به این‌ها باید خصوصیات فرهنگی و اقلیمی را نیز افزود. اکنون تنها به مدد داشته‌ها به بررسی عناصر تشکیل‌دهنده فضا پرداخته می‌شود تا با این دسته‌بندی کمی آشفتگی و پراکنده‌گویی‌های مسیر به نظمی نسبی سوق یابد. سه دسته کلی برای عناصر سازنده فضا در نظر گرفته می‌شود دسته اول عناصر مادی (کالبدی)، دسته دوم شامل رفتارها و دسته سوم معنی.

عناصر مادی (کالبدی): کیفیت فضا بی‌شک تابع عناصر مادی متشکله آن بوده که نه‌تنها کیفیت کالبدی فضا که مبدأ ادراکی را برای افراد و ظرفیت‌های رفتاری را در خود جای می‌دهد و حوزه‌ی عمل شهرسازانه در این محدوده محسوس‌تر است. این عوامل خود شامل مشخصه‌های زیر هستند: ابعاد عناصر؛ نوع عناصر، جنس، سطح، بافت، رنگ؛ اجزای مادی شامل کف، جداره و سقف؛ گشایش‌های فضا؛ موقعیت عناصر نسبت به یکدیگر.

کف: عنصر محدودکننده زیرین فضا و حداقل عنصر سازنده فضا است که کمتر موردتوجه بوده است. عامل ارتباط تمام بخش‌ها و نشانگر دسترسی کالبدی است و از عواملی است که با حرکت خود به تفکیک فضا بسیار کمک می‌کند. از طراحی دقیق کف به گفته‌ی هدمن می‌توان برای جبران کمبودها استفاده کرد. مثلاً با حجاری کف و تغییر بافت، کف به عنصری دربرگیرنده فضا تبدیل شده و به تقویت کردن بدنه‌ها کمک می‌کند. کف می‌تواند در ساخت فضاهای مکث و سکون و حرکت و تبیین رفتارها در محیط نقش بسیار مهمی ایفا کند و غنای حسی و حرکتی ادراکی به وجود آورد.

جداره: عناصر عمودی دربرگیرنده فضا هستند که گاه شخصیت و کاربری ریز فضاهای مختلف را به وجود آورده تفکیک فضا را به کمک قرارگیری در مقابل دید و حرکت موجب می‌شوند. نقش مهمی در سازمان‌دهی فضاها و حس وحدت به وجود می‌آورند. مهم‌ترین عنصر موجب نفوذپذیری و عامل تناسب فضا و مقیاس در مواجهه با کف و عناصر متقابل عمودی را به وجود می‌آورد.

سقف: دومین عنصر محدودکننده فضا است که در دسترس نبوده و از آنجا که کمتر مورد تغییرات به‌واسطه‌ی عناصر الحاقی در فضا است می‌تواند در ماندگاری در ذهن و نحوه ادراک فضا و ساخت نقشه‌های شناختی بسیار پراهمیت باشد.

عناصر مستقر در فضا: عناصری که درون فضا قرار داشته و بخشی از فضا را اشغال می‌کنند. گاه جزئی از بدنه، کف یا سقف بوده و به لحاظ ابعاد و تناسب و ساخت مکان‌های رویداد حائز اهمیت می‌باشند. این عناصر در سه دسته عناصر تبلیغاتی، عناصر سبز و اثاثیه و مبلمان قابل بررسی می‌باشند.

توده و فضا: آدموند بیکن رابطه متقابل انسان و جهان را منوط به تعریف او از نقطه‌ی اتصال توده و فضا می‌داند. هنگامی که این رابطه قابل درک باشد شبکه‌ی فضایی به‌طور موفقیت‌آمیزی عمل خواهد کرد. و اگر اجزا به‌خوبی کنار یکدیگر قرار گیرند شخصیت فضا بهتر معین می‌شود. همزیستی این دو عنصر به ساخت هویت مکان، تصویر ذهنی موفق در مقیاس کلان و حصول مفاهیم فضایی قابل‌درک کمک شایانی می‌کند. بررسی هندسه فضا را می‌توان در این مورد لحاظ و بستگی رفتار به هندسه را می‌توان مورد مذاقه قرارداد.

رابطه کل و جزء: هر آنچه در پیرامون ما قرار دارد بی‌شک متشکل از اجزاء مختلف است که در تلاش برای ساخت کلی فراگیر هستند حال آنکه گاه موفق و گاه توفیق نیافته در موجودیت کل، هستی می‌یابند. یکنواختی و برخورداری از مدول های یکسان و مشابه و گسترش یافته در درک یکپارچه‌ی فضا کمک شایانی می‌کند و این درک یکپارچه در تعامل با ساختار زیستی انسان سازنده‌ی هویت متعلق و حس مکان و حتی معنی دهی منسجم‌تر به فضا می‌گردد. حال آنکه یکنواختی و تکرار بدون تنوع در عناصر باعث درگیری کمتر فرد با محیط گشته و تصویری ناقص را در ذهن او به‌جای می‌گذارد. این همبستگی در مقیاس کلان به ساخت بافت منسجم و حتی سیمای بصری مطلوب از شهر می‌شود.

عناصر کارکردی و رفتاری

یادآوری این جمله از لنگ که رفتار شکل انجام فعالیت است و برآیندی از انگیزه‌ها و نیازهای فرد و قابلیت محیط و این که تصویر ذهنی فرد از دنیای خارج ناشی از ادراک او و معنای تصاویر، در اینجا ضروری به نظر می‌رسد. بستگی رفتار به زمان و مکان قابلیت انجام فعالیت و سازمان متناسب محیط و ارتباط متناسب این دو را می‌طلبد. با بررسی رفتارها به شناخت محیط و با تغییر محیط می‌توان موجب تغییر گونه‌ها و ساختار فعالیت‌ها شد و مطلوبیت‌های پاسخگویی و تعاملاتی بودن و معناداری و مردمی بودن را حاصل کرد. از سوی دیگر کیفیات دیگری مانند حافظه جمعی و حتی امنیت و سرزندگی فضا وابسته به نحوه و جنس رفتارهایی است که غالباً در فضا حادث می‌گردد. در اینجا ارائه‌ی چرخه‌ی ادراک و رفتار جان لنگ راهگشای تحلیل‌ها و نتایج خواهد بود. فضایی را بستر مناسب فعالیت می‌نامیم که رواج و تکرار و مدت‌زمان فعالیت در آن متناسب با خصوصیات آن باشد. کیفیت‌های زیستی اعم از آلودگی‌های بصری و صوتی و افراد کاربر دائم فضا و نحوه برخورد افراد ذینفع و بسیاری عوامل در جذب و موفقیت فضا به‌ویژه با رویکرد تعاملی مؤثر است. لذا برخی از این ویژگی‌ها مورد توجه و بررسی قرار گرفته است. فضا در رابطه با فعالیت چهار حالت به خود می‌گیرد که بررسی آن‌ها نیاز به مقدمه‌ای مختصر دارد.

حالت تجمع یا پراکندگی: فضا می‌تواند به‌گونه‌ای باشد که باعث تجمع فعالیت‌های مختلف گردد و در این راه می‌توان ترفندهایی چون حذف فضاهای خالی بلااستفاده، استقرار واحدهای جاذب، جایگزین کردن واحدهای دافع را استفاده کرد از سوی دیگر فضا با کارکرد زمانی محدود همچون تک فعالیت بودن مانع تجمع افراد در فضا می‌گردد.

حالت تلفیق یا تفکیک: فضا می‌تواند امکان تعامل فعالیت‌ها و افراد را با یکدیگر یا در کنار هم فراهم کند به این طریق که افراد درگیر با یک فعالیت به درجات مختلف در فعالیت‌های هم‌جوار دخیل گردد. این مورد بیشتر در مورد فعالیت‌های ضروری امکان‌پذیر است و به دلیل حذف عامل مشارکت کمتر در مورد فعالیت‌های اجتماعی و انتخابی کاربرد دارد.

حالت دعوت یا دفع: فضا می‌تواند به‌گونه‌ای باشد که فراخواننده فعالیت‌ها باشد. این خصلت با فراهم آوردن گذر ملایم میان عرصه‌های مختلف و امکان دید مناسب جذب درون فضایی، در جریان است. مقصد سازی وسیله‌ی مناسبی در دست‌یابی به این نتیجه است. حالت باز و بسته: فضا می‌تواند نسبت به فعالیت‌ها از طرق گوناگون مسدود یا باز عمل کند. با تدابیر طراحانه مختلف از این سامانه می‌توان برای گشایش فضا نسبت به فعالیت‌ها یا محدود کردن و ایجاد حس امنیت و مرتفع کردن خلوت جویی تنهایی بهره برد.

خصوصیات اجتماعی: راپاپورت معتقد است که نحوه سازمان‌دهی فضایی سازمان‌دهی روابط اجتماعی بر یکدیگر اثر متقابل دارد که با دیدگاه‌های نظری تعامل‌گرا در رابطه‌ی انسان محیط همسو است. مانوئل کستلز اما معتقد است انسان از طریق روابط اجتماعی به فضا، فرم، عملکرد و اهمیت می‌دهد و اشکال فضایی تلقی از اشکال فرهنگی هستند و بیان ایدئولوژی‌های اجتماعی. از سوی دیگر مامفورد شهر را سمبل روابط اجتماعی انسجام‌یافته می‌داند که در نتیجه‌ی نیاز اجتماعی و نحوه‌ی بیان آن است. (کاستلز ۱۹۷۷ و مامفورد ۱۹۴۴) به نظر می‌رسد متخصصان هر رشته اولویت در رابطه انسان با فرد را به تخصص خود منتسب می‌کنند که اینجا مقام این بحث نیست. اما نکته مهم استخراج‌شده از تمام نظریه‌ها این است که خوب بودن و مطلوبیت در متناسب بودن ظرفیت‌ها، عملکردها با نیازها و رفتارها است. که این تناسب در زمان‌های مختلف روز و سال باعث ایجاد امنیت و سرزندگی در محیط می‌شود. اهمیت فرهنگ در شکل‌گیری رفتار در فضا به حدی است که اساس تئوری مکان، بر درک خصوصیات انسانی، فرهنگی و کالبدی استوار است. از سویی وظیفه شهر ساز ایجاد تناسب بهینه میان رفتارها و الگوهای زیستی، نیازها و مکان فعالیت است که لازمه آن بررسی و برهم‌نهی این موارد بر یکدیگر و شناخت محتوایی از دل این تحلیل‌هاست. تصاویر ذهنی به‌زعم لینچ حاصل جریانی دوجانبه میان ناظر و محیط است و یک تصویر خاص در ذهن ناظرین مختلف متفاوت است. این تصاویر ممکن است دیداری، شنیداری و یا حتی وابسته به حس بویایی و یا چشایی باشد. بنابراین ساخت تصاویر ذهنی نه تنها وابسته به فرم ظاهری که وابسته به پیش‌انگاشتهای فرد است، اما نزدیکی تصویر ذهنی فرد با آنچه مدنظر طراح یا واقعیت فضاست یکی از ارکان موفقیت فضا است. استفاده از تصاویر در خلق فضاهای جدید یا تغییر فضاهای می‌تواند به کارآمدی فضا کمک کند.

عناصر سازنده تصویر ذهنی عبارت‌اند از :

- زیبایی: که با توجه به معیارهای کالبدی تناسب و تعادل و تقارن و هماهنگی را در خود دارد.

- وحدت: این عنصر به مفهوم وحدت بین کل و جزء و ارتباط بین گذشته و آینده. امکان رشد تدریجی و ساماندهی طرح معماری در دل یک کل منسجم، استفاده از نظام معین تولید فضا و هماهنگی میان کارکرد و کالبد و رفتار را در برمی‌گیرد.

- ماندگاری: به مفهوم نقش بستن خاطرات گوناگون در قالب‌های فردی و جمعی در فضا است که موجب ایجاد حس تعلق میان کاربران و افراد همیشگی فضا می‌شود.

- تبدیل‌پذیری: در صورتی که فضایی قدرت تطبیق با شرایط تغییر یافته را داشته و نیازهای جدید را به انحاء گوناگون پاسخ دهد کهنگی در آن کمتر به چشم‌خورده و به‌جای فرسوده‌شدن و موزه‌ای شدن میراثی کارکردی وزنده را به ارمغان خواهد آورد.

- قلمرو: برای بروز هر فعالیت بستر مناسب لازم است و کیفیت تعاملی فضا وابسته به میزان فعالیت‌های اختیاری و اجتماعی است که به‌سرعت با افت کیفیت محیط از عرصه عملی حذف می‌شوند، چراکه قلمرو آن‌ها مخدوش شده و یا پذیرش آن‌ها صورت نمی‌گیرد. بنابراین شناخت و توسعه قلمرو انواع فعالیت‌ها نه‌تنها به کیفیت تعاملی محیط که به حضور پذیری بیشتر محیط کمک می‌نماید.

- سرزندگی: با این معنی که تا چه حد فضا حامی عملکردهای گوناگون است و این خصوصیت به‌شدت با حضور و تصویرسازی پیوستگی داشته و ریشه‌های تعاملی را قوت می‌بخشد. امنیت و آرامش و راحتی را می‌توان از دیگر عوامل تصویرسازی معرفی کرد و دیگر عناصر مهم که تنها به نام آن‌ها اکتفا می‌شود قابلیت جهت‌یابی، قابلیت به خاطر سپاری و ایجاد حس تعلق همگی در ایجاد تصویر ذهنی مؤثر هستند.

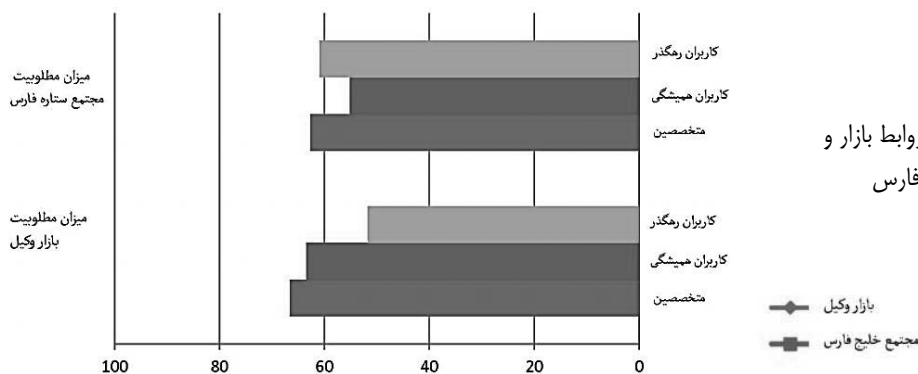
- معنی: معنی‌دار بودن یعنی اینکه یک فضا تا چه اندازه در ذهن مانده و قابل تجسم است و این تجسم بر محتوای ارزشی و مفاهیم جامعه منطبق است. به عقیده‌ی لینچ معنی به شکل و کیفیت فضا وابسته است که این با رویکرد تعامل‌گرای او نسبت به رفتار در فضا کمی متناقض است او همچنین منش و موقعیت و تجربه و مقصد کنونی مشاهده‌گر را در معنی بخشی به محیط مؤثر می‌داند. هنجارها، خاطرات و حتی افراد همیشگی در معنا دهی به مکان نقش اساسی ایفا می‌کنند (آلتمن، ۱۳۸۲: ۸۳).

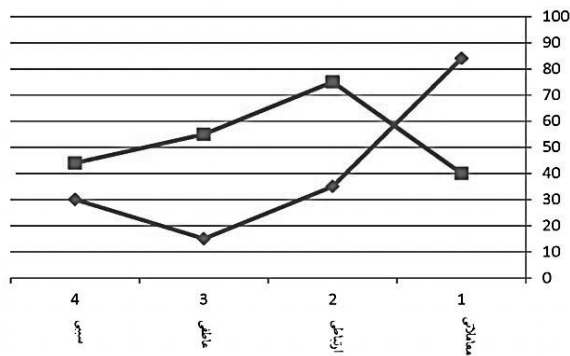
- تک‌نگاری‌ها و نمودارها: گزاره‌های ذکر شده در ادامه این نوشتار صورت‌بندی‌ها و وجوه مختلفی را در برمی‌گیرند. گاه وجه محتوایی داشته و گاه وجه تحلیلی سطوح متفاوت وجودی، اثباتی و حتی هنجاری را در میان آن‌ها می‌توان به جستجو نشست. چراکه هم ضرورت طبیعی ساخت مفهوم را مورد بحث قرار می‌دهند و هم ضرورت منطقی و نگاهی ارزشی نیز در نحوه مواجهه با موضوع قابل‌ردیابی است. ملاک ارزیابی در مورد این گزاره‌ها که خطوط راهنمای تحقیق می‌باشند سودمندی گزاره‌ها و نه صدق کامل آن‌ها است.

محتوای روابط کاربران فضا

برای بررسی میزان توجه افراد به عناصر محیطی روش‌های مختلفی وجود دارد که در این پژوهش نوار به‌طور کلی محتوای روابط میان افراد در چهار گروه اصلی روابط معاملاتی، ارتباطی، عاطفی و سببی دسته‌بندی می‌شود. برای دستیابی به میزان این‌گونه روابط به طرق مختلف عمل شده است برای مثال میزان روابط معاملاتی را در پرسشنامه‌ها بر اساس علت حضور افراد می‌توان برداشت نمود و همچنین روابط ارتباطی، اما گونه روابط سببی در پرسشنامه مخصوص ساکنان دائم و میزان آشنایی کاربران موقت که بیش از یک‌بار در ماه حضور در مکان را تجربه می‌کنند برداشت شده است. نکته قابل توجه اینکه حجم روابط ارتباطی که عامل حضور افراد در مجتمع خلیج فارس است به میزان چشم‌گیری زیاد بوده و حتی از میزان روابط معاملاتی نیز بیشتر است. از سوی دیگر در محیط بازار وکیل فضا بیشتر به سمت معاملات اقتصادی است و کیفیت و پتانسیل حضور کاربران موقت برای درگیر شدن با دیگر کاربران در فضا را در خوددار است. اما انتخاب مکان خرید برای کاربران فضا یا محله‌های توقف و گاه فراوانی علت حضور به میزان زیادی به روابطی است که به‌واسطه خرید یا دوستان یا غیره با کاربران دائمی فضا برقرار نموده‌اند.

شکل ۲: محتوای روابط بازار و مجتمع خلیج فارس



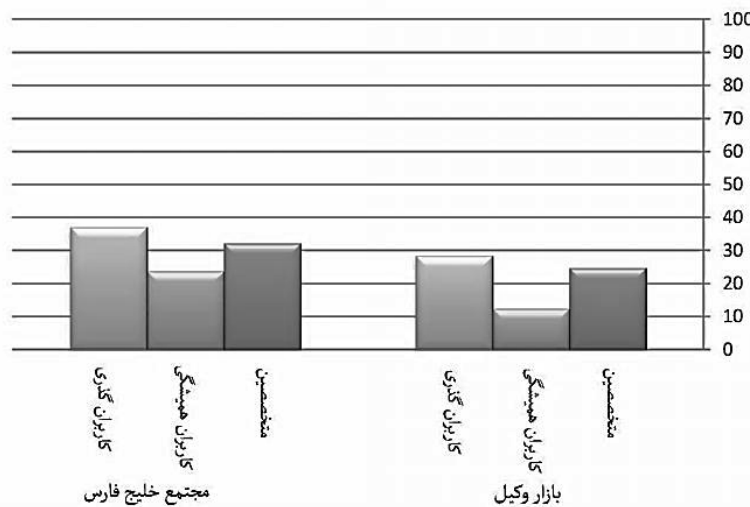


شکل ۳: نظر مخاطب نسبت به ازدحام

نظر مخاطبان نسبت به ازدحام: مسئله ازدحام از جمله مسائل بحث‌برانگیز است که در این بررسی نتایج قابل‌توجهی به دست آمد. اگرچه حدود ۴۰ درصد از متخصصان نظر مساعدی نسبت به ازدحام و شلوغی‌ها در مرکز داشته‌اند، اما هر دو فضا از نظر مخاطبان در مورد مسئله ازدحام مناسب بوده است. نکته قابل‌توجه اینکه اگرچه بازار وکیل فضایی بسیار شلوغ به نظر می‌رسد که تردد به‌سختی در آن صورت گرفته و عوامل مختلف مانع تردد در این فضا وجود دارند، اما مخاطبان نسبت به شلوغی‌های موجود اظهار رضایت‌مندی بیشتری نسبت به مجتمع خلیج‌فارس دارند. ریشه‌های این مسئله را بیشتر می‌توان در اعتماد فرد نسبت به فضا کاربران آن جستجو کرد، چراکه حضور گروه‌های نوجوان و جوان در مجتمع خلیج‌فارس باعث شده، تا اعتماد فضایی گروهی از کاربران کم شود و اگرچه عرض معابر موجود مانع از برخورد بدنی در فضا می‌شود، اما دسته بیشتری از کاربران رضایت خاطر کمتری نسبت به شلوغی‌ها و گلوگاه‌های موجود در فضا دارند. از آنجا که ازدحام و شلوغی رونق را برای کسبه بیشتر می‌کند، ایشان به تجربه دریافته‌اند که حضور بیش از حد افراد رونق را از بین خواهد برد و موجب افول کیفیت‌های محیطی می‌شود که این نقطه مشترک نظر کاربران همیشگی و مخاطبان متخصص بازار وکیل است.

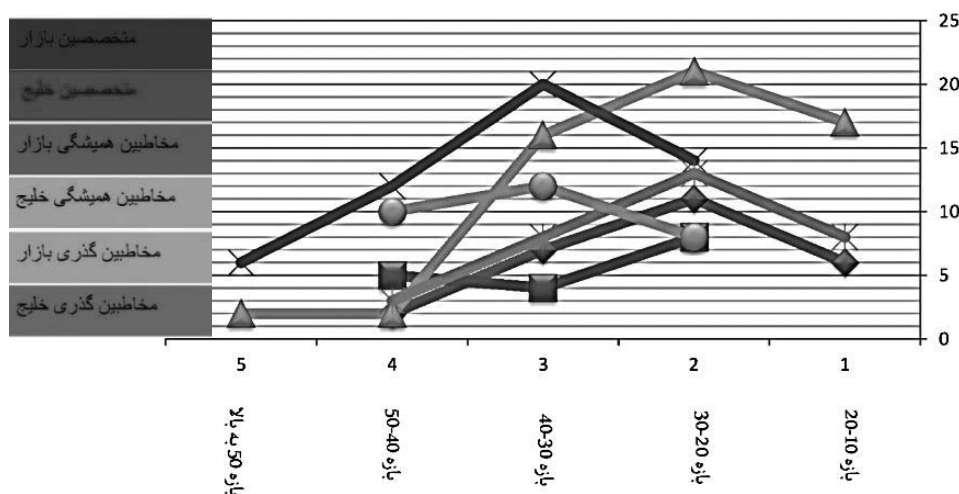
میزان رفتارهای نابهنجار دیگران از نظر مخاطبان: میزان رفتارهای نابهنجار از جمله مسائلی است که در کیفیت، میزان حضور افراد گوناگون، امنیت و بسیاری مسائل دیگر تأثیر داشته و در بررسی‌ها باید موضوع برای مخاطب کاملاً شفاف شده و گاه انواع از این دست رفتارها را در جهت تنور اذهان پرسش‌شونده ارائه نمود، اما به‌طور کلی میزان این‌گونه رفتار در یکی از دو فضا کم بوده و این نکته اگرچه رابطه‌ای ساده با میزان امنیت و گروه‌های دو فضا را برای ما حاضر نمی‌کند. اما می‌توان از آنجا که این‌گونه رفتار در فضا کم است در اتخاذ راهبردهای طراحی‌کننده کیفیت محیطی اولویت ثانویه برای آن قائل شد.

شکل ۴: میزان رفتارهای نابهنجار دیگران از نظر مخاطبان



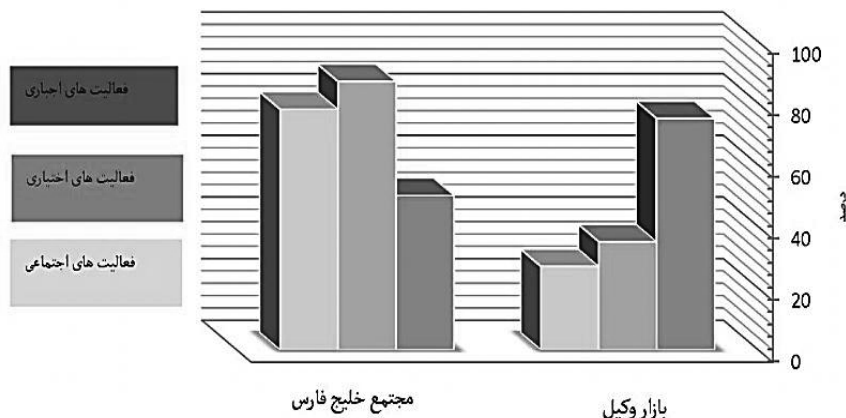
میزان مردمی بودن فضا از لحاظ سن: میزان مردمی بودن فضاها از جمله شاخص‌هایی است که به کیفیت محیط عمومی بستگی دارد. اگرچه زیر شاخص‌های گوناگونی تأثیر بر این مورد لحاظ می‌دارند. معیارهای مختلف را می‌توان برای میزان مردمی بودن فضا مانند حضور گروه‌های سنی، جنسی، تحصیلاتی، درآمدی و غیره را در نظر گرفت. برای حصول این نتیجه در روزهای مختلف هفته و در ساعات گوناگون به شمارش افراد وارد شده به بازار وکیل و مجتمع خلیج فارس پرداخته و نتایج به صورت درصد بیان شده است که نکته قابل توجه در کاربران همیشگی فضاست که بخش عمده کاربران همیشگی خلیج فارس ۲۷ ساله و بخش عمده کاربران بازار وکیل بالاتر از ۴۰ سال سن دارند. اما در هر دو فضا میزان حضور افراد سالمند پایین است که می‌توان به نوع دسترسی و محصولات ارائه شده و مبلمان مورد نیاز به عنوان عواملی که حضور سالمندان را کمتر می‌کند اشاره نمود.

شکل ۵: نمودار میزان مردمی بودن فضا- سن



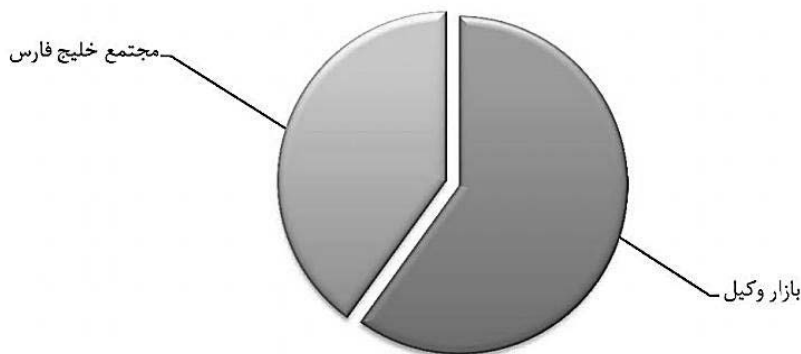
میزان فعالیت‌ها: بررسی میزان انواع فعالیت‌ها از جنبه‌های مختلف اهمیت دارد. این دسته‌بندی که بر اساس نظریات گل است می‌تواند میزان مطلوبیت محیط را نشان دهد، چراکه رابطه‌ی مستقیم میان میزان فعالیت‌های اختیاری و مطلوبیت محیط برقرار است. از سوی دیگر بررسی این گونه‌بندی می‌تواند نشان دهد محیط در پاسخگویی به کدام دسته از نیازها پیشروست و همچنین دلایل حضور کاربران را بر اساس نیازها بیان می‌کند. چنان‌که مشاهده می‌شود دسته‌ی عمده‌ای از کاربران بازار وکیل تنها برای نیازهای ضروری خود در این فضا حضور می‌یابند که این مسئله خود عاملی است که نه تنها به کیفیت محیط کم‌توجه باشند بلکه تعلق در آلوده نساختن فضا نیز نداشته باشند. در مقایسه‌ی این نمودار با انواع روابط دیده می‌شود که بیشتر روابط نیز در بازار وکیل به‌طور معاملاتی است. اگرچه می‌توان ریشه‌ی این مسئله را در نوع کاربری‌های موجود در بازار وکیل جست اما به نظرمی‌رسد ریشه‌های فرهنگی کاربران غیر دائم که حضور مستمر داشته و دسترسی‌های نامناسب بازار وکیل علت‌های مهم‌تری در شکل‌گیری این تناسب فعالیت‌ها است.

شکل ۶: فعالیت‌های اجباری، اختیاری، اجتماعی



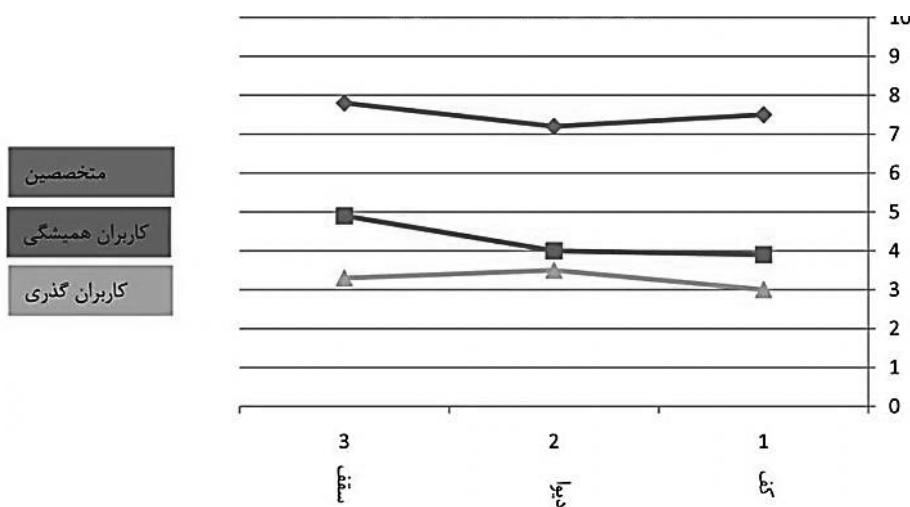
میزان علاقه افراد در جهت ارتباط منفعل با فضا: از میان سه حالت ارتباط فرد با محیط در این نمودار تفاوت میزان علاقه افراد در ارتباط منفعل به واسطه حضور تنها مورد توجه است. اگرچه تعداد افرادی که به هر یک از دو فضا با رویکرد تنها دیدن یا نشستن و مشاهده کردن بی‌علاقه و به درگیر شدن با غیر بسیار کم است، اما تعداد این افراد در بازار وکیل وکیل بیشتر از مجتمع خلیج فارس است. اگرچه در بازار وکیل مبلمان مناسب برای نشستن کمتر دیده می‌شود و پتانسیل‌های محیطی برای حضور منفعل در ارتباط با ساعات کار بازار وکیل نیز کمتر است، اما تعداد افراد علاقه‌مند بیشتر است که عمده این افراد سالمندان و بازنشستگان هستند و به نظرمی‌رسد بعد خاطره‌ی فضا و نزدیکی بازار وکیل به شاه‌چراغ از عمده عواملی است که این افراد در فضا حضور می‌یابند.

شکل ۷: میزان علاقه افراد در جهت ارتباط منفعل با فضا



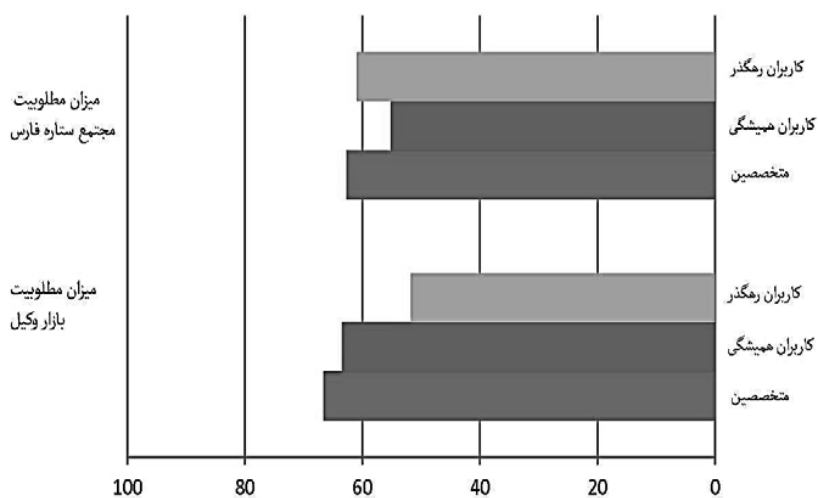
میزان توجه به کف، دیوار و سقف: چسب قرمز رنگی بر روی کف در سه منطقه مختلف نصب گردید و در انتهای مسیر در یک انتخاب آزادانه افراد مورد پژوهش قرار گرفته‌اند و نتیجه یادداشت شده است. از آنجاکه کلیه بدنه‌ها به‌ویژه در بازار وکیل پوشیده از اعلانات و تابلوهای گوناگون و اجناس مغازه‌هاست بررسی تنها به پرسش در مورد فضاها اکتفا شد، از سوی دیگر مدیریت مجتمع خلیج فارس از بسیاری فعالیت‌های مورد نیاز جلوگیری به عمل می‌آورد که محل فعالیت‌های پژوهشی گروه می‌شده است. اما در مورد سقف در بازار وکیل در فضای میانی در بازار وکیل جنوبی یک صفحه شبکه کاغذی نصب گردید و در مجتمع خلیج نیز به کمک گروهی از کاربران دائمی که در راهروها فعالیت تبلیغاتی انجام می‌دادند نصب یک عنصر الحاقی در کف و دیوار انجام شده که نتایج حاصله به صورت نیز ارائه می‌گردد. برای بررسی نظر متخصصین گروهی از دانشجویان معماری در هر یک از فضا حضور یافته و از آنجاکه ایشان قبلاً نسبت به اتفاقات محیط توجه شده بودند حساسیت بسیار بالایی را نسبت به تمامی اتفاقات محیط داشته و تصاویر بسیار جذابی در ذهن خود ثبت نموده بوده‌اند.

شکل ۸: میزان توجه به کف، دیوار و سقف



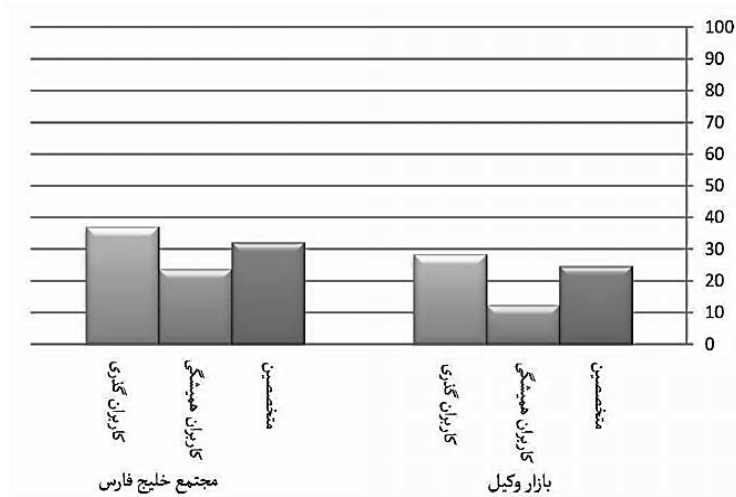
نظر مخاطبان نسبت به ازدحام: مسئله ازدحام از جمله مسائل بحث‌برانگیز است که در این بررسی نتایج قابل توجهی به دست آمد، اگرچه حدود ۴۰ درصد از متخصصین نظر مساعدی نسبت به ازدحام و شلوغی‌ها در مرکز داشته‌اند، اما هر دو فضا از نظر مخاطبان در مورد مسئله ازدحام مناسب بوده است. نکته قابل توجه اینکه اگرچه بازار و کیل فضایی بسیار شلوغ به نظر می‌رسد که تردد به‌سختی در آن صورت گرفته و عوامل مختلف مانع تردد در این فضا وجود دارند، اما مخاطبان نسبت به شلوغی‌های موجود اظهار رضایت‌مندی بیشتری نسبت به مجتمع خلیج‌فارس دارند. ریشه‌های این مسئله را بیشتر می‌توان در اعتماد فرد نسبت به فضا کاربران آن جستجو کرد، چراکه حضور گروه‌های نوجوان و جوان در مجتمع خلیج‌فارس باعث شده، تا اعتماد فضایی گروهی از کاربران کم شود و اگرچه عرض معابر موجود مانع از برخورد فیزیکی در فضا می‌شود اما دسته بیشتری از کاربران رضایت خاطر کمتری نسبت به شلوغی‌ها و گلوگاه‌های موجود در فضا دارند. از آنجاکه ازدحام و شلوغی رونق را برای کسبه بیشتر می‌کند، ایشان به تجربه دریافته‌اند که حضور بیش‌ازحد افراد رونق را از بین خواهد برد و موجب افول کیفیت‌های محیطی می‌شود که این نقطه مشترک نظر کاربران همیشگی و مخاطبان متخصص بازار و کیل است.

شکل ۹: نظر مخاطب نسبت به ازدحام



میزان رفتارهای نابه‌هنجار دیگران از نظر مخاطبان: میزان رفتارهای نابه‌هنجار از جمله مسائلی است که در کیفیت، میزان حضور افراد گوناگون، امنیت و بسیاری مسائل دیگر تأثیر داشته و در بررسی‌ها باید موضوع برای مخاطب کاملاً شفاف شده و گاه انواع از این دست رفتارها را در جهت تنور اذهان پرسش‌شونده ارائه نمود، اما به‌طورکلی میزان این‌گونه رفتار در یکی از دو فضا کم بوده و این نکته اگرچه رابطه‌ای ساده با میزان امنیت و گروه‌های دو فضا را برای ما حاضر نمی‌کند. اما می‌توان از آنجاکه این‌گونه رفتار در فضا کم است در اتخاذ راهبردهای طراحی‌کننده کیفیت محیطی اولویت ثانویه برای آن قائل شد.

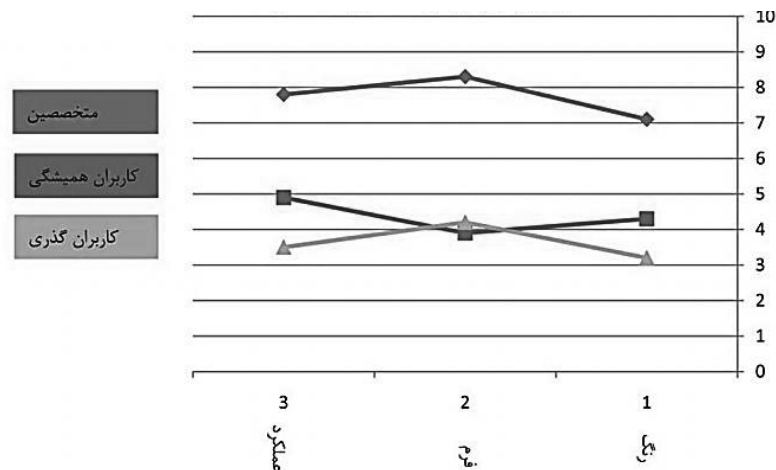
شکل ۱۰: میزان رفتارهای نابه‌هنجار دیگران از نظر مخاطبان



میزان توجه به رنگ، فرم و عملکرد

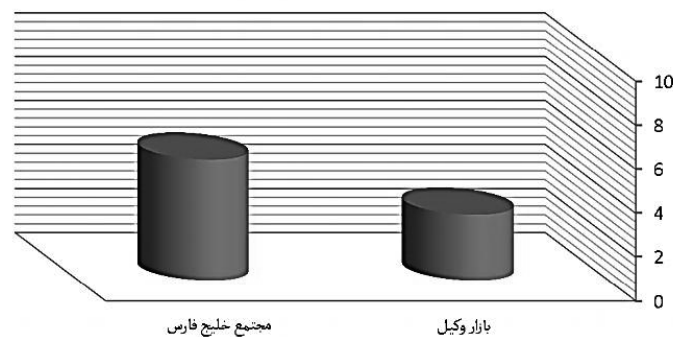
در نظریه‌ی استطاعت مکان چنین اظهار می‌شود که برخلاف دیدگاه معمولی در حرفه‌های طراحی، مردم هنگامی که مکانی را نظاره می‌کنند به فرم و شکل آن توجه نکرده و آن را نمی‌بینند. این مسئله در دو بعد نگرش به کل فضا و جزئیات می‌تواند مورد تحقیق و تحلیل قرار گیرد. ابزارهای مصاحبه می‌تواند در این مورد راهگشا باشد اگرچه در تکمیل فرایند پرسشگری بایستی نقاط مورد توجه در درون فضا که کیفیات رنگی و یا فرمی و عملکردی خاص دارند و همچنین ترسیم شکل کلی فضا را از پرسش‌شوندگان درخواست نمود.

شکل ۱۱: میزان توجه به رنگ، فرم، عملکرد



فعالیت‌های پیش‌بینی‌نشده طراح: بدیهی است که در فضاهای عمومی همیشه بخشی از فعالیت‌ها و اتفاقات رخ داده با آنچه کارکرد فضا یا ایده طراح بوده است، متفاوت و گاه حتی در تضاد است. این تجربه در مکان‌های مختلف و در کشورهای گوناگون قابل ره‌گیری است. تنوع فعالیت‌ها از شاخص‌های موفقیت یک فضای عمومی می‌تواند باشد، که اگر این تنوع با منافع عمومی در تضاد نبوده و مخرب نباشد، به نظر بسیار جذاب می‌رسند. لذا لزوم بررسی همزمان فعالیت‌های پیش‌بینی‌نشده و فعالیت‌های مخرب از نظر مخاطبان کاملاً محسوس است. متأسفانه اگرچه میزان این دسته از فعالیت‌ها در مجتمع خلیج فارس بیشتر است اما بسیاری از مخاطبان با این دسته از فعالیت‌ها موافق نبوده‌اند. رفع این مشکل توسط حراست در مجتمع خلیج فارس صورت می‌گیرد که از سویی باعث می‌شود گروهی از کاربران که بیشتر در فضا حضور دارند امنیت خود را دچار اختلال ببینند. نکته قابل توجه بستگی میزان علاقه افراد در ارتباط با غیر و حجم فعالیت‌های اختیاری و اجتماعی با فعالیت‌های پیش‌بینی‌نشده طراح است.

شکل ۱۲: بررسی فعالیت‌های پیش‌بینی‌نشده طراح



نتیجه‌گیری

گورلینگ و هارتینگ (۲۰۰۰) اظهار می‌دارند که یکی از کاستی‌های تحقیق در زمینه انسان و محیط، این است که پژوهشگران تنها قادر به فراهم ساختن اصول کلی در پاسخ نیازهای خاص کاربران می‌باشند. به‌طور خلاصه، پیشنهاد می‌شود که فاصله‌ای قابل‌اعمال وجود دارد.

درحالی‌که ممکن است در کل یک نقد ارزشمند از علم باشد. اگر فاصله‌ای وجود دارد آیا به این دلیل است که پژوهشگران در برقراری ارتباط و متقاعد کردن دیگر دانشمندان و کاروران در مورد ارزش کار خود ناموفق بوده‌اند؟ یا این‌که به این دلیل است که پژوهشگران پاسخ‌هایی که کاربران فصل معماران طراحان نیاز دارند یا خواهان آن می‌باشند را منتقل نمی‌کنند؟ شاید پژوهشگران سؤالات نادرستی را مطرح کرده‌اند؟ آیا پژوهش درباره انسان در محیط از کمبود اطلاعات رنج می‌برند؟ بعضی چنین بحث می‌کنند که موضوع نیازمند روش‌های نظری بهتری برای درک اطلاعات است. ممکن است افرادی که نتیجه‌گیری می‌کنند و نتایج پژوهش‌های رابطه انسان با محیط و دیگر تحقیقات علم رفتاری را به اجرا درمی‌آورند در میزان زمان منابع مالی و تلاشی که منجر به افزایش حاشیه‌ای میزان تغییرپذیری و تنوع بیان‌شده در مجموعه‌ای از اطلاعات می‌شود ناکام و بی‌نتیجه بمانند. افزایش میزان تغییرپذیری بیان‌شده از ۳۳٪ به ۳۵٪ مهم است، اما نیازمند به‌کارگیری تخیلات بیشتری در روش‌های نظری و مفهومی برای پیشرفت جدی ۶۵٪ از تنوع توجیه نشده است. درک صحیح از ارتباط انسان و محیط، نقشی مهم در تأمین خط‌مشی‌های (رهنمودهای) عقلانی در چگونه توجه (نگرش) و تحلیل یک مکان مشخص ایجاد می‌کند. در قسمت آخر چنین بحث شد که بعد فرهنگی و زمان‌مند ارتباطات مردم-محیط نیازمند ملحق شدن به چارچوب تحلیلی است (این ابعاد می‌باید به چارچوب تحلیلی ضمیمه شوند).

فهرست مراجع

- ۱- آنتن، ایروین (۱۳۸۲)، *محیط و رفتار اجتماعی*، ترجمه: علی نمازیان، مرکز انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- ۲- الکساندر، ک.، وچرمایف، (۱۳۷۶)، *عرصه‌های زندگی جمعی و زندگی خصوصی*، ترجمه: منوچهر مزینی، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۳- خان، لویی (۱۳۷۵)، *معماری فرم فضا و ترتیب*.
- ۴- دسون، آ. (۱۳۸۲)، *جامعه‌شناسی انسانی*، ترجمه جعفر نجفی زند، نشر دوران.
- ۵- فکوهی، ناصر (۱۳۸۳)، *انسان‌شناسی شهری*، نشر نی.
- ۶- مدنی‌پور، علی (۱۳۷۹)، *طراحی فضای شهری نگرشی بر فرآیندی اجتماعی مکانی*، ترجمه: فرهاد مرتضایی، شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
- 7- Aiello, J. R. (1987). *Human spatial behavior*. In I. Altman, & D. Stokols (Eds.), *Handbook of environmental psychology 1* (pp. 389–504). New York: Wiley.
- 8- Altman, I. (1975). *The environment and social behavior*. Monterey, CA. : Brooks/Cole.
- 9- Bentley, I. , Alcock, A. , Murrain, P. McGlynn, S. and Smith G. (1985), *Responsive Environments: A Manual for Designers*, Architectural Press, London.
- 10- Bonnes, M. , & Secchiaroli, G. (1995) *Environmental psychology: A psycho-social introduction*. London: Sage.
- 11- Carr, S. , Francis, M. , Rivlin, L. G. and Stone, A. M. (1992) *Needs in Public Space*, from Carr, S., et al. (1992), *Public Space*, Cambridge University Press, Cambridge, 87–136.
- 12- Cassidy, T. (1997). *Environmental psychology: Behaviour and experience in context*. Hove, UK: Psychology.
- 13- Caywood, C. L. (1997). *The handbook of strategic public relations and integrated communications*. New York: McGraw-Hill.
- 14- Dewey, J. (1927). *The public and its problems*. Chicago: Swallow.
- 15- Fried, M. , & P. Gleicher. (1961) Some sources of satisfaction in an urban slum. *Journal of the American Institute of Planners*, 27: 4.
- 16- Goldstein, S. (1975) *Seeing Chicago's plazas: Delight and despair*. *Inland Architect* 19, 8: 19–23.
- 17- Goodmann W. (1968) Principles and Practice of Urban Planning. International City Manager's Association, Washington. *Journal of Applied Social Psychology*, 25.
- 18- Hamilton, W. D. (1964) *The genetical evolution of social behaviour*, *International Journal of Theoretical Biology*, 7.
- 19- Hartig, T. , M. Mang, & G. W. Evans. (1991) *Restorative effects of natural environment experiences*. *Environment and Behavior*, 23: 3–26.
- 20- Jackson, J. B. (1981) *The public park needs appraisal*. In L. Taylor (Ed.), *Urban Open Spaces*, pp. 34–5. New York: Rizzoli.

- 21- Kaplan, R. (1983) *The role of nature in the urban context*. In I. Altman & J. Wohlwill (Eds.), *Behavior and the Natural Environment*, pp. 127–62. Vol. 6 of *Human Behavior and Environment*. New York: Plenum.
- 22- Kaplan, R. (1985) Nature at the doorstep: Residential satisfaction and the nearby environment. *Journal of Architectural and Planning Research*, 2: 115–127.
- 23- Kaplan, R. , & S. Kaplan. (1990) *Restorative experience: The healing power of nearby nature*. In M. Francis & R. Hester (Eds.), *The Meaning of Gardens*, pp. 238–43. Cambridge: MIT Press.
- 24- Maslow, A. (1962) *Towards a Psychology of Being*, Van Nostrand, New York.
- 25- Stern, P. C. , Dietz, T. , & Guagnano, G. A. (1995). *The new ecological paradigm in socialpsychological context*. *Environment and Behavior*, 27.
- 26- Werner, C. M. , Altman, I. , & Brown, B. B. (1992). A transactional approach to interpersonal relations: Physical environment, social context and temporal qualities. *Journal of Social and Personal Relationships*, 9.
- 27- Ulrich, R. S. , & D. L. Addoms. (1981) Psychological and recreational benefits of a residential park. *Journal of Leisure Research*, 13: 43–65.