

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

علیرضا ایزدی*، مهشید صحی زاده**

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۱۰/۲۰

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۲/۵/۲

چکیده

این مقاله در صدد است در راستای شناسایی مفاهیم پایه‌ی مرتب با نیاز داش طراحی شهری به بسط موضوع احتیاجات و نیازهای فرد در محیط پرداخته، از این مسیر زمینه‌ی شناخت بهتر و دستیابی به پاسخ‌های عمومی در مسائل شهری را که ریشه در شناخت نیازها دارد هموار نماید. از آنجاکه تحلیل رابطه‌ی افراد با فضای 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 به عنوان بخشی از محیط پیرامون فرد است.

واژگان کلیدی

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

Email: mim.Izadi@outlook.com

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

Email: Sehizadeh@bau.ac.ir

** استادیار گروه معماری، دانشگاه بولی سینا، همدان

۱- مقاله برگرفته از رساله‌ی کارشناسی ارشد علیرضا ایزدی با عنوان "بررسی مقایسه‌ای رابطه‌ی انسان-محیط در دو بافت متفاوت شهری" به راهنمایی دکتر مهشید صحی زاده می‌باشد.

مقدمه

فعالات 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 به گونه‌ای در شکل‌دهی، حیات و زوال و دیگر گونگی فضاهای شهری تأثیر گذاردند. 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 دوره‌ای جریان معماری غالب به عنوان 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 به عنوان 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 سیاست گزاری 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 آبودگی یا میزان توسعه‌ی شهری در طول ۱۰-۱۵ سال گذشته متوجه می‌باشند. هدف سنجش کیفیت‌ها و ویژگی‌های یک محیط به وسیله کارشناسان یا کاربرهای واقعی و بالقوه است. چنین ارزیابی‌هایی بدون در نظر گرفتن چارچوب ارجاعی ارزیاب (به عبارت دیگر 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 بی‌همیت به نظر برسد، بدینهی است که ارزیابی محیطی دارای بعد مهم فردی نیز است. این جملات در مبحث ارزیابی محیط آمده است و اکنون یادآوری آن به این‌علت ضروری به نظر می‌رسد که رویکرد پژوهش را با در نظر داشتن چنین مباحثی اتخاذ نموده‌ایم و اگر در مواردی نظر جامعه‌ی متخصصین یا تحقیق‌گردن جدگانه آورده شده در جهت درک صحیح‌تر این مسئله است. اگر محیط آمده شده (ساخت) قرار است که در خدمت اهداف انسانی به کار گرفته شود، شخص باید نمونه‌ای خوب از احتياجات انسان داشته تا به عنوان اساسی برای پرسش سوال‌هایی که در یک محیط خاص چه کارهایی باید انجام داده شود - چه عملکردهای باید به کار گرفته شود- مورد استفاده قرار گیرد. در میان نوین گریان آن‌هایی که معتقد به فلسفه‌ی عقلانی هستند مطمئناً تشخیص می‌دهند که نمونه‌ای از احتياجات انسان برای راهنمایی تفکرشنan ضروری بوده است. بهطور مثال: هانس مهیر به منظور مرکز کردن بر افکارش در مورد عملکردهای معماری، چنین مدلی را مورد استفاده قرارداده بود. شهر تابناک لوکریوزیه بر اساس نیاز انسان به نور، نور خورشید و دسترسی به هوای پاک و همچنین خدماتی مانند فروشگاه (خرید)، مراقبت از پچه و سرگرمی بناشده است. اکنون روشی است که راه حل‌های طراحی باید خاص خود فرهنگ آنچه باشد.

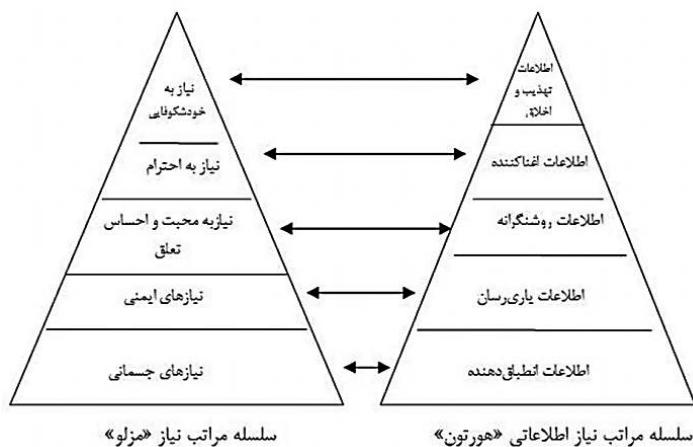
احتیاجات اساسی انسان: به دلیل ماهیت پویا و در حال رشد و تکامل فرهنگ‌ها، مشخص کردن قطعی متغیرهای مهم و تأثیرگذار یک فرهنگ که به عنوان اساس طراحی مورد استفاده قرار گیرند، غیرممکن به نظر می‌رسد. نمونه‌ی کلی احتياجات انسان باید نمونه‌ای باشد که بتواند در جهت پرسش سوالات معقول در هر فرهنگی مورد استفاده قرار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

جدول ۱: احتياجات اساسی انسان

نمود احتياجات	احتیاجات	بن‌آبادان بن‌آبادان بن‌آبادان بن‌آبادان بن‌آبادان بن‌آبادان
- سالم بودن - راحتی	احتیاجات فیزیولوژیکی	
- عضو گروهی بودن - برآوردن نیاز وابستگی	احتیاجات ایمنی / امنیتی	
- مورد احترام و اعتبار بودن از طرف دیگران - داشتن عزت نفس و خودبادوری	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 ارائهٔ سلسله‌مراتب نیازهای مازلو و تطبیق آن با سلسله‌مراتب نیازهای اطلاعاتی هورتون می‌پردازد.

شکل ۱: سلسله‌مراتب 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 تخمين داشن و مهارت‌های فردی است. این محیط انباری از اطلاعات است که برای استفاده و کسب آگاهی و دانش است. افراد سعی می‌کنند به‌اندازه‌ی 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 خودبادی- است. همچنین نیازهای زیباشناختی دقیق‌تر از این گروه از نیازها نشان داده شدند. هر کدام 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 و وجود دارند. هر کدام از این محیط‌ها امکانات و استطاعت خاصی دارند دانسته‌های یک فرد در مورد جهان و درک احتیاجات از طریق این استطاعت شکل‌گرفته‌اند.

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

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

پیش‌بینی شست مکالمه‌ی بزرگ‌سال

احتیاجات انسان و محیط ساخته شده: تلاش‌های مداومی برای استفاده و به کارگیری دستیابی تجربی احتیاجات انسان در طراحی شهری صورت می‌گیرد. چنین چیزی در نوشهای کریستوفر الکساندر بیویژه اولین کارش و آن کار الکساندر و همکارانش، (۱۹۷۷)، نوشهای کوین لینچ (۱۹۸۴) و کار معماری معمارانی مثل رالف اریکسون، هرمان هرتز برگ (۱۹۸۰) و چارلز مور (۱۹۸۴) آشکار است. در حال حاضر امکان ارائه تصویر واضح‌تری از ارتباط بین محیط ساخته شده و تحقق نیازهای انسان نسبت به مدل‌های تعیین‌شده معماران مدرن وجود دارد. هر نمونه‌ای از جهان ساخته شده، فعالیت‌ها یا تقاضای زیبا شناختی خاصی را فراهم می‌کنند. این نمونه‌ها گزینه‌هاییمن را برای رفتارهای - فیزیکی یا روانی - وابسته به تمام پیکربندی‌ها و ویژگی‌های طرح محیط ساخته شده، گستردگی 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 سلسه‌مراتبی به عنوان اساسی برای طراحی، نیازمند انعطاف‌پذیری زیادی در نظر طراح است، زیرا سوال‌های 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 به طور گستردگی و بدون فکر زیاد به کار گرفته شوند. توجه کردن به احتیاجات انسان به روشنی که در اینجا عرضه شد، به عنوان اساسی برای بررسی‌ها و تصمیمات طراحی شهری، سوالاتی 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 صحیت پذیرفتی 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 دویست سال گذشته یک راهنمایی (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

۱	تغییر شرایط جوی از طریق تغییر دما و دیگر ویژگی‌های هوا، سطوح نور و اکوستیک، و پ نوع رایجه‌ی یک محیط	جهانگردی بین‌المللی برای آینده
۲	تغییر پیکربندی فضایی محیط‌ها از طریق تغییر قسمت بندی سه بعدی فضا و یا ماهیت قسمت‌ها	
۳	تغییر سخت‌افزار محیطی، مبلمان، ابزارها و موارد دیگر که محیط‌های فردی و جریان درون آن را تعیین و کنترل می‌کنند	
۴	تغییر ویژگی‌های محیطی مثل مصالح، نور، رنگ سازه‌ها که محیط را ساخته و به آن ماهیت و حالت (روحیه‌ی) می‌دهد	
۵	تغییر ویژگی‌های نمادین پیکربندی‌های فضایی، مصالح، اشیاء و یا موقعیت این المان‌های موجود در مکان.	

احتیاجات در فضاهای عمومی: پنج نوع دلیل برای احتیاجات مردم در محیط‌های عمومی وجود دارند: درگیری منفعل با محیط، درگیری فعل 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)

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

دلالی	شامل	شرح
- راحتی فیزیکی به کمک المان‌ها، استراحت و نشستن به دست می‌آید. - راحتی اجتماعی: حرکت‌های دربرگیرنده‌ی مردم، فرار از گرانیاری شهری و محافظت از خطر ایجادشده توسط دیگران		راحتی
لذت بردن از وقفه‌ای برای استراحت که فضاهای عمومی عرضه می‌کند.		آرامش
ایجاد فرسته‌هایی 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 برهم‌نگی آن‌ها تفاوت‌های دو فضای تعاملی رهنمون شود فهرست‌وار ارائه می‌شود. فضا از طریق عناصر محدود کنده آن قابل‌شناسایی است و شخصیت آن تابع چگونگی و نظم حاکم میان آن‌ها است. لویی کان می‌نویسد "فضا نیست مگر آنکه بهروشی قابل‌ تشخیص 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 هوازی 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 آشتفتگی 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 بی‌شك تابع عناصر مادی متشکله آن بوده که نه تنها 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 محدود کننده زیرین فضا و حداقل عنصر سازنده فضا است که کمتر مورد توجه 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 فضاهای و حس وحدت به وجود می‌آورند. مهم‌ترین عنصر موجب نفوذپذیری و عامل تناسب فضا و مقیاس در مواجهه با کف و عناصر مقابل عمودی را به وجود می‌آورد.

سقف: دومن عنصر محدود کننده فضا است که در دسترس نبوده و از آنجا که کمتر مورد تغییرات ب بواسطه‌ی 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 سیز و اثاثیه و مبلمان قابل بررسی می‌باشند.

توده و فضا: ادموند 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 موقیت‌آمیزی 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 مقاهم فضای قابل درک 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 فرآگیر هستند حال آنکه گاه موفق و گاه توفيق نیافته در موجودیت کل، هستی می‌یابند. یکنواختی و برخورداری از مدول های یکسان و مشابه و گسترش‌یافته در درک یکپارچه‌ی فضا کمک شایانی می‌کند و این درک یکپارچه در تعامل با ساختار زیستی انسان سازنده‌ی هویت متعاق 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 لگ 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 نظرمی‌رسد. بستگی رفتار به زمان و مکان قابلیت انجام فعالیت و سازمان مناسب محیط و ارتباط مناسب 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 سرزنشگی فضا و بسته به نحوه و جنس رفتارهایی است که غالباً در فضا حادث می‌گردد. در اینجا ارائه‌ی ادراک و رفتار جان لگ راهگشای تحلیل‌ها و نتایج خواهد بود. فضایی را بستر مناسب فعالیت می‌نامیم که رواج و تکرار و مدت‌زمان فعالیت در آن مناسب 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 موقیت فضا بهویشه با رویکرد تعاملی مؤثر است. لذا برخی از این ویژگی‌ها موردنوجه و بررسی قرار گرفته است. فضا در رابطه با فعالیت چهار حالت به خود می‌گیرد که بررسی آن‌ها نیاز به مقدمه‌ای مختصراً دارد.

حال تجمع یا پراکندگی: فضا می‌تواند به گونه‌ای 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 با 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 امکان‌بزیر است و به دلیل حذف عامل مشارکت کمتر در مورد فعالیت‌های اجتماعی و انتخابی کاربرد دارد.

حال دعوت یا دفع: فضا می‌تواند به گونه‌ای باشد که فراخواننده فعالیت‌ها باشد. این خصلت با فراهم آوردن گذر ملایم میان عرصه‌های مختلف و امکان دید مناسبات جذاب درون فضایی، در جریان است. مقصود سازی وسیله‌ی مناسبی در دست‌یابی به این نتیجه است.

حال باز و بسته: فضا می‌تواند نسبت به فعالیت‌ها از طرق گوناگون مسدود یا باز عمل کند. با تدبیر طراحانه مختلف از این سامانه می‌توان برای گشاش فضا نسبت به فعالیت‌ها یا محدود کردن و ایجاد حس امنیت و مرتყع کردن خلوت جویی تنهایی بهره برد.

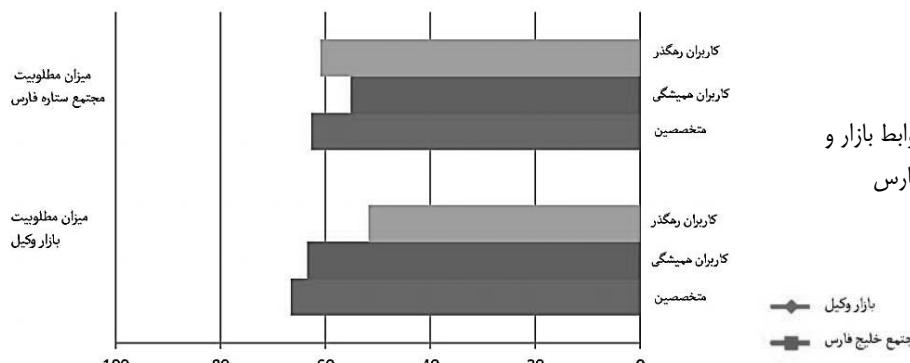
خصوصیات اجتماعی: راپورت معتقد است که نحوه سازمان‌دهی فضایی سازمان‌دهی روابط اجتماعی بر یکدیگر اثر مقابل دارد که با دیدگاه‌های نظری تعامل گرا در رابطه‌ی انسان محیط همسو است. مانوئل کستلز اما معتقد است انسان از طریق روابط اجتماعی به فضا، فرم، عملکرد و اهمیت می‌دهد و اشکال فضایی تلقی از اشکال فرهنگی هستند و بیان ایدئولوژی‌های اجتماعی. از سوی دیگر مامفورد شهر را سمبول روابط اجتماعی انسجام‌یافته می‌داند که درنتیجه‌ی نیاز اجتماعی و نحوه بیان آن است. (کاستلز ۱۹۷۷ و مامفورد ۱۹۴۴) به نظرمی‌رسد متخصصان هر رشته اولویت در رابطه انسان با فرد را به تخصص خود منتنسب می‌کنند که اینجا مقام این بحث نیست. اما نکته مهم استخراج شده از تمام نظریه‌ها این است که خوب بودن و مطلوبیت در مناسب بودن ظرفیت‌ها، عملکردها با نیازها و رفتارها است. که این تناسب در زمان‌های مختلف روز و سال باعث ایجاد امنیت و سرزنشگی در محیط می‌شود. اهمیت فرهنگ در شکل‌گیری رفتار در فضا به حدی است که اساس تئوری مکان، بر درک خصوصیات انسانی، فرهنگی و كالبدی 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 لینج حاصل جریانی دوچانه 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 پیش‌انکاشتهای فرد است، اما نزدیکی تصویر ذهنی فرد با آنچه مدنظر طراح یا واقعیت فضاست یکی از ارکان موقیت فضا است. استفاده از تصاویر در خلق فضاهای جدید یا تغییر فضاهای می‌تواند به کارآمدی فضا کمک کند.

عناصر سازنده تصویر ذهنی عبارت‌اند از:

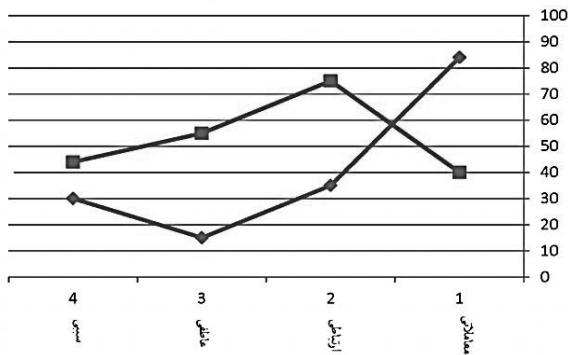
- زیبایی: که با توجه به معیارهای كالبدی تناسب و تعادل و تقارن و هماهنگی را در خود دارد.

- 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 بر می‌گیرد.
- 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 تعییریافته را داشته و نیازهای جدید را به انحصار گوناگون پاسخ دهد کهنه‌گی در آن کمتر به چشم‌خورده و بهجای فرسوده شدن 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 به سرعت 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 نه تنها 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 بهشت 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: معنی دار 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 لینج 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 مقصود کنونی مشاهده‌گر را در معنی بخشی به محیط مؤثر می‌داند. هنجارها، خاطرات و حتی افراد همیشگی در معنا نتش دهی به مکان نقش اساسی ایفا می‌کنند(آلتن، ۱۳۸۲:۸۳).
- تکنگاری‌ها و نمودارها: گزاره‌های ذکر شده در ادامه این نوشتار صورت‌بندی‌ها و وجوده مختلفی را در بر می‌گیرند. گاه وجه محتوایی داشته و گاه وجه تحلیلی سطوح متفاوت وجودی، انباتی 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 مواجهی با موضوع قابل‌ردیابی است. ملاک ارزیابی در مورد این گزاره‌ها که خطوط راهنمای تحقیق می‌باشند سودمندی گزاره‌ها و نه صدق کامل آن‌ها است.
- محنتوای روابط کاربران فضا**

برای بررسی میزان توجه افراد به عناصر محیطی روش‌های مختلفی وجود دارد که در این پژوهش نوار به طور کلی محتوای روابط میان افراد در چهار گروه اصلی روابط معاملاتی، ارتباطی، عاطفی و سببی دسته‌بندی می‌شود. برای دسته‌بندی 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 و کل 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 به واسطه خرید یا دوستان یا غیره با کاربران دائمی فضا برقرار نموده‌اند.



شکل ۲: محتوای روابط بازار و
مجتمع خلیج فارس

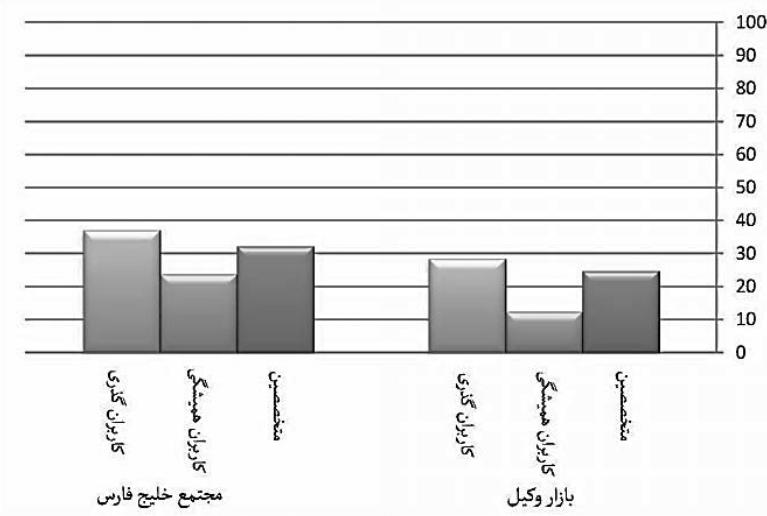


شکل ۳: نظر مخاطب نسبت به ازدحام

نظر مخاطبان نسبت به ازدحام: مسئله ازدحام از جمله مسائل بحثبرانگیز است که در این بررسی نتایج قابل توجهی 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 قابل توجه اینکه اگرچه بازار وکیل فضایی بسیار شلوغ به نظرمیرسد که تردد به سختی 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 گلوبهای موجود در فضا دارند. از آنکه ازدحام و شلوغی رونق را برای کسبه بیشتر می‌کند، ایشان به تجربه دریافت‌های این گروه‌های موجود در فضا کم است. از این‌جاکه موجب افول کیفیت‌های محیطی می‌شود که این نقطه مشترک نظر کاربران همیشگی و مخاطبان متخصص بازار وکیل است.

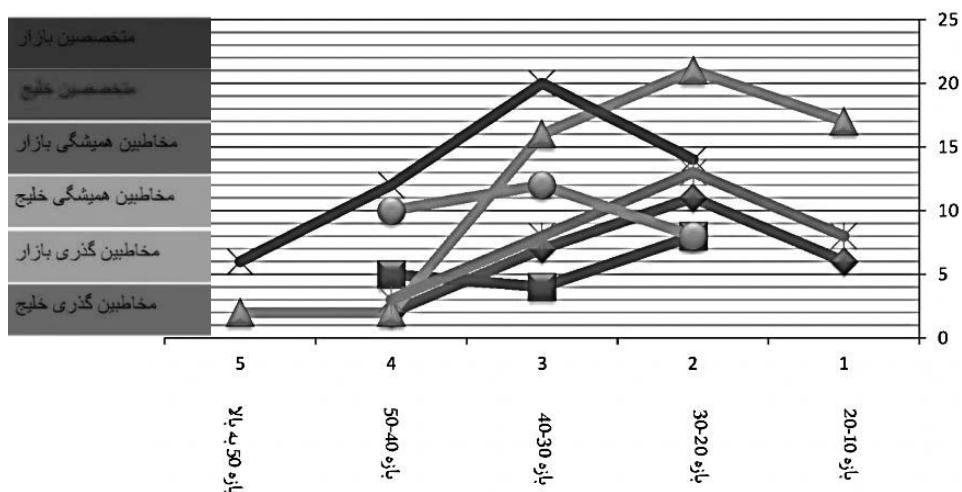
میزان رفتارهای نابهنجار دیگران از نظر مخاطبان: میزان رفتارهای نابهنجار از جمله مسائلی است که در کیفیت، میزان حضور افراد گوناگون، امنیت و بسیاری مسائل دیگر تأثیر داشته و در بررسی‌ها باید موضوع برای مخاطب کاملاً شفاف شده و گاه انواع از این دست رفتارها را در جهت تنور اذهان پرسش‌شونده ارائه نمود، اما به طور کلی میزان این گونه رفتار دریکی 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 آنچاکه این گونه رفتار در فضا کم است در اتخاذ راهبردهای طراحی‌اند کیفیت محیطی اولویت ثانویه برای آن قائل شد.

شکل ۴: میزان رفتارهای نابهنجار دیگران از نظر مخاطبان



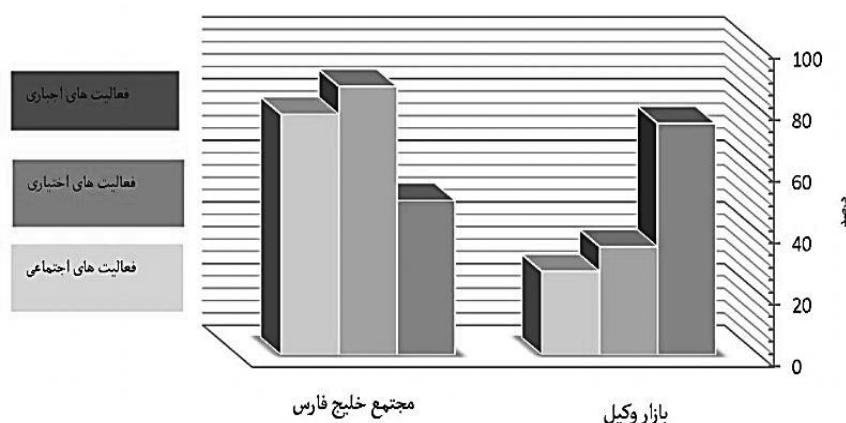
میزان مردمی بودن فضا از لحاظ سن؛ میزان مردمی بودن فضاهای از جمله شاخص‌هایی است که به کیفیت محیط عمومی بستگی دارد. اگرچه زیر شاخص‌های گوناگونی تأثیر بر این مورد لحاظ می‌دارند. معیارهای مختلف را می‌توان برای میزان مردمی بودن فضا مانند حضور گروه‌های سنی، جنسی، تحصیلاتی، درآمدی و غیره را در نظر گرفت. برای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

شکل ۵: نمودار میزان مردمی بودن فضا- سن



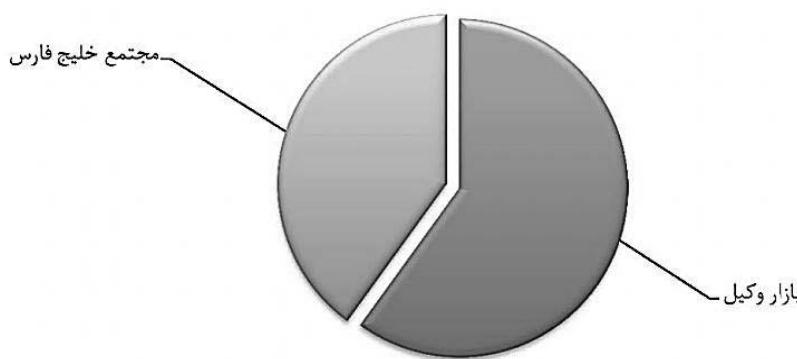
میزان فعالیت‌ها: بررسی میزان انواع فعالیت‌ها از جنبه‌های مختلف اهمیت دارد. این دسته‌بندی که بر اساس نظریات گل است می‌تواند میزان مطلوبیت محیط را نشان دهد، چراکه رابطه مستقیم میان میزان فعالیت‌های اختیاری و مطلوبیت محیط برقرار است. از سوی دیگر بررسی این گونه‌بندی می‌تواند نشان دهد محیط در پاسخگویی به کدام دسته از نیازها پیشروست و همچنین دلایل حضور کاربران را بر اساس نیازها بیان می‌کند. چنان‌که مشاهده می‌شود دسته‌ی اعمده‌ای 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 تعلقی در آلوده نساختن فضا نیز نداشته باشند. در مقایسه‌ی این نمودار با انواع روابط دیده می‌شود که بیشتر روابط نیز در بازار وکیل به طور معاملاتی است. اگرچه می‌توان ریشه‌ی این مسئله را در نوع کاربری‌های موجود در بازار وکیل جست اما به نظرم رسد 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 اختیاری، اجتماعی و اجتماعی



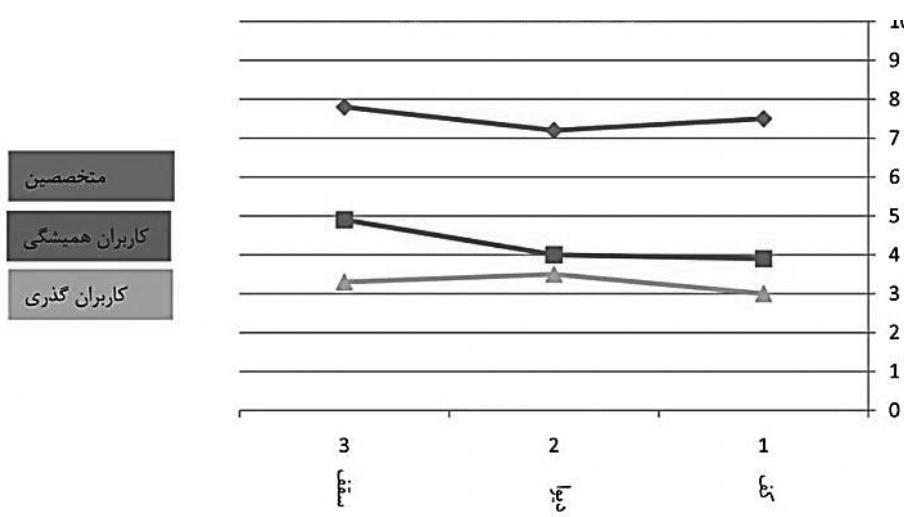
میزان علاقه افراد در جهت ارتباط منفعل با فضای از میان سه حالت ارتباط فرد با محیط در این نمودار تفاوت میزان علاقه افراد در ارتباط منفعل به واسطه حضور تنها موردنمکن است. اگرچه تعداد افرادی که به هر یک از دو فضا با رویکرد تنها دیدن یا نشستن و مشاهده کردن بی‌علاقه و به درگیر شدن با غیر بسیار کم است، اما تعداد این افراد در بازار وکیل بیشتر از مجتمع خلیج‌فارس است. اگرچه در بازار وکیل مبلغمان 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 عمدۀ این افراد سالمدان و بازنیستگان هستند و به نظر می‌رسد بعد خاطره‌ی فضا و نزدیکی بازار وکیل به شاه‌چراغ از عمدۀ عواملی است که این افراد در فضا حضور می‌یابند.

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



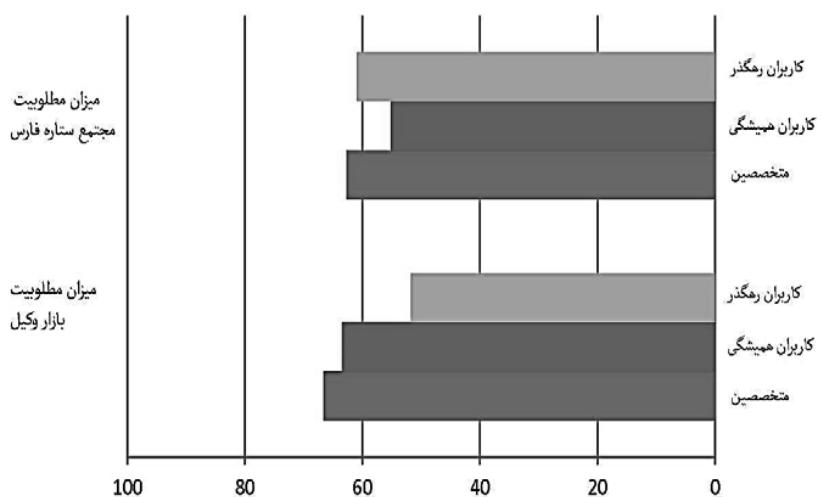
میزان توجه به کف، دیوار و سقف: چسب قرمزنگی بر روی کف در سه منطقه مختلف نصب گردید و در انتهای مسیر در یک انتخاب آزادانه افراد مورد پژوهش قرار گرفته‌اند و نتیجه یادداشت شده است. از آنجاکه کلیه بدن‌ها به‌ویژه در بازار وکیل پوشیده از اعلانات و تابلوهای گوناگون و اجناس مغازه‌های است بررسی تنها به پرسش در مورد فضاهای اکتفا شد، از سوی دیگر مدیریت مجتمع خلیج‌فارس از بسیاری فعالیت‌های موردنیاز 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 انجام‌شده 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 توجیه شده بودند حساسیت بسیار بالایی را نسبت به تمامی اتفاقات محیط داشته و تصاویر بسیار جاذبی در ذهن خود ثبت نموده بوده‌اند.

شکل ۸: میزان توجه به کف، سقف و دیوار



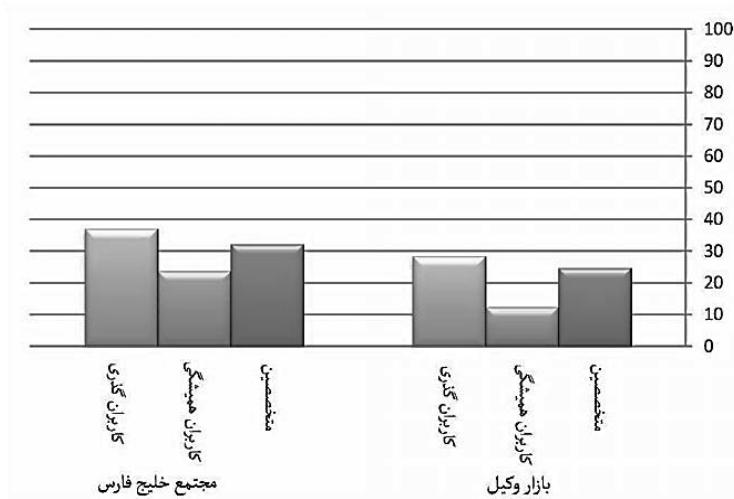
نظر مخاطبان نسبت به ازدحام؛ مسئله ازدحام از جمله مسائل بحث‌برانگیز است که در این بررسی نتایج قابل توجهی به دست آمد، اگرچه حدود ۴۰ درصد از متخصصین نظر مساعدی نسبت به ازدحام و شلوغی‌ها در مرکز داشته‌اند، اما هر دو فضا از نظر مخاطبان در مورد مسئله ازدحام مناسب بوده است. نکته قابل توجه اینکه اگرچه بازار و کیل فضایی بسیار شلوغ به نظرمی‌رسد که تردد به سختی 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 رضایت‌مندی نسبت به شلوغی‌ها و گلواههای موجود در فضا دارند. از آنجاکه ازدحام و شلوغی رونق را برای کسبه بیشتر می‌کند، ایشان به تجربه دریافت‌های 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 و کیل است.

شکل ۹: نظر مخاطب نسبت به ازدحام



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 تنوع اذهان پرسش‌شونده ارائه نمود، اما به طور کلی میزان این‌گونه رفتار دریکی 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 طراحی‌اند کیفیت محیطی اولویت ثانویه برای آن قائل شد.

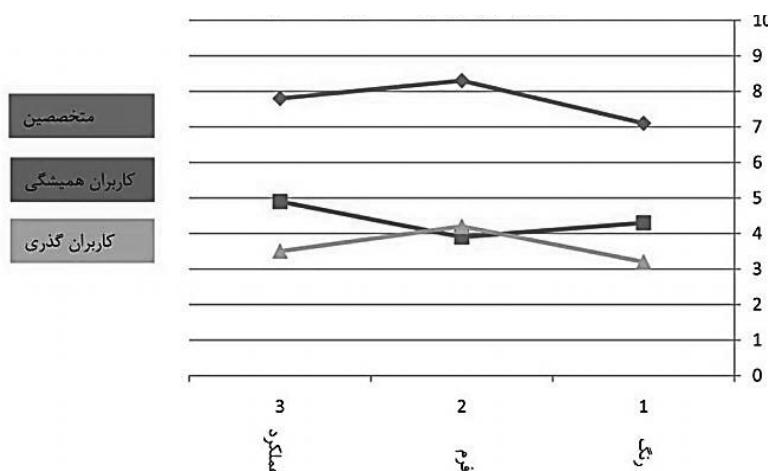
شکل ۱۰: میزان رفتارهای نابهنجار دیگران از نظر مخاطبان



میزان توجه به رنگ، فرم و عملکرد

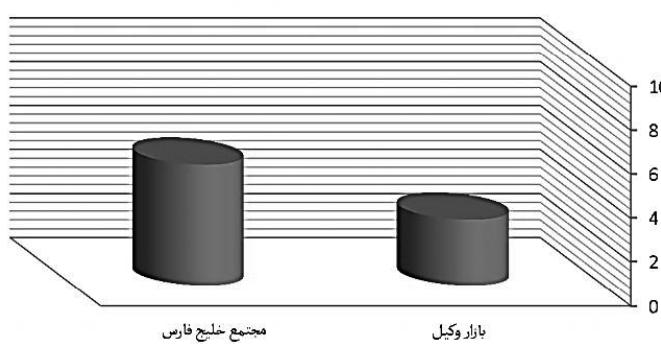
در نظریه‌ی استطاعت مکان چنین اظهار می‌شود که برخلاف دیدگاه معمولی در حرفه‌های طراحی، مردم هنگامی که مکانی را نظاره می‌کنند به فرم و شکل آن توجه نکرده و آن را نمی‌بینند. این مسئله در دو بعد نگرش به کل فضا و جزئیات می‌تواند موردنحقیق و تحلیل قرار گیرد. ابزارهای مصاحبه می‌تواند در این مورد راهگشا باشد اگرچه در تکمیل فرایند پژوهشگری بایستی نقاط موردنوجه 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 رخداده 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 خلیج‌فارس بیشتر است اما بسیاری از مخاطبان با این دسته از فعالیت‌ها موافق نبوده‌اند. رفع این مشکل توسط حراست در مجتمع خلیج‌فارس صورت می‌گیرد که از سویی باعث می‌شود گروهی از کاربران که بیشتر در فضا حضور دارند امنیت خود را دچار اختلال بینند. 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 درزمینه 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 قابل اعمال وجود دارد.

در حالی که 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 متقاضعه کردند 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 سوالات 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 بیان شده در مجموعه‌ای از اطلاعات می‌شود ناکام و بی‌نتیجه بمانند. افزایش میزان تغییرپذیری بیان شده از ۳۲٪ به ۳۵٪ مهم است، اما نیازمند به کارگیری 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- آلمن، ایروین (۱۳۸۲)، محیط و رفتار اجتماعی، ترجمه: علی نمازیان، مرکز انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- ۲- الکساندر، ک.، و چرمایف، (۱۳۷۶)، عرصه‌های زندگی جمعی و زندگی خصوصی، ترجمه: منوچهر مزینی، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۳- خان، لویی (۱۳۷۵)، معماری فرم فضا و ترتیب.
- ۴- دسوان، آ. (۱۳۸۲)، جامعه‌شناسی انسانی، ترجمه جعفر نجفی زند، نشر دوران.
- ۵- فکوهی، ناصر (۱۳۸۳)، انسان‌شناسی شهری، نشر نی.
- ۶- مدنی پور، 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.