

میادین شهری به عنوان فضای عمومی در زندگی اجتماعی و ارائه راهبردهایی به منظور ارتقای تعامل اجتماعی

بهاره صفری شیخ علی کلایه

گروه معماری، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران،

زهره ترابی^۱

گروه معماری، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران.

تاریخ دریافت: تاریخ پذیرش:

چکیده

امروزه، تأثیر رشد تکنولوژی بر زندگی مردم و جامعه ما قابل توجه، اجتناب‌ناپذیر و همچنین نگران‌کننده است. نقش فضاهای عمومی شهری در زندگی اجتماعی کم‌اهمیت‌تر و قابل توجه‌تر شده است. به مباحث زندگی اجتماعی در فضاهای عمومی و روابط با ایجاد شهری پویا در برنامه‌ریزی و طراحی شهری توجه چندانی نشده است. روش تحقیق مورد استفاده از نوع تحلیلی و توصیفی است. این سوال که چگونه فضاهای عمومی شهری (بخصوص میادین) می‌تواند شهروندان را به افزایش تعامل اجتماعی تشویق کند، مطرح می‌شود. این مطالعه به عوامل مؤثر از دیدگاه انسانی می‌پردازد که می‌تواند در دستیابی به طراحی موفق یک میدان عمومی شهری کمک کند. هدف از این کار، درک این مسئله است که چگونه می‌توان زندگی و رفتارهای اجتماعی را در فضاهای عمومی (میادین) بهبود بخشید و به تبع آن راهبردهای موثری در این ارتباط و چارچوب طراحی متناسب ارائه گردد.

کلمات کلیدی: میدان، فضای عمومی، تعامل اجتماعی، حقوق شهروندی

مقدمه

یکی از مهمترین ویژگی‌های زندگی شهری امروزه روابط پیچیده اجتماعی است. بخشی از روابط در محیط کار است، اما بخش اعظم آنها در قالب تعامل اجتماعی در مفهوم فضای شهری اتفاق می‌افتد. بنابراین، فضای شهری نقش مهمی در رشد اجتماعی شهروندان دارد. تعاملات اجتماعی در این مکان‌ها شکل می‌گیرد. یک منطقه اجتماعی تعریف شده و مکانیسم‌های زندگی جمعی نیز تجربه می‌شود. بنابراین نبود فضای مناسب شهری می‌تواند باعث بروز بیماری‌های اجتماعی در شهرها شود. میداین یکی از مهمترین مناطق شهری است و از مدت‌ها پیش زمینه شکل‌گیری زندگی اجتماعی بوده است (حاج میرصادقی، ۱۳۸۷: ۸۹).

اثرات تغییر سریع شرایط اقتصادی و اجتماعی به تدریج در مورد نحوه استفاده و شکل‌دادن به محیط پیرامون خود قابل توجه است. جمعیت شهری به‌طور کلی بطور چشمگیری در حال گسترش است و از این رو ساختار بدنی مناطق شهری همیشه تغییر می‌کند و بیشتر نیز در بخش‌های منفی تغییر می‌کند. با گسترش جمعیت، توجه به زیرساخت‌ها و تجهیزات بیشتر می‌شود. خصوصی‌سازی و عدم تمرکز دو نگرانی قابل توجه در مورد سرنوشت نهایی مناطق شهری و فضاهای باز است. افزایش تحرک، فن‌آوری‌های ارتباطی و جهانی‌شدن منجر به گسترش مناطق شهری که باعث تغییرات سبک زندگی و در نتیجه تغییر استفاده از فضاهای عمومی می‌شود (Memluk, 2013: 1).

فضاهای عمومی به عنوان یک عامل ایجادکننده تحولات اجتماعی نقش مهمی را ایفا می‌کنند و مکانی برای گردهمایی گروه‌های مختلف جامعه فراهم می‌کنند. عرصه‌های عمومی مکان‌هایی است که به ما اجازه می‌دهد تا با افراد ناشناس، که از اقوام، دوستان و همکاران ما نیستند، به اشتراک بگذاریم و فضاهایی برای سیاست، دین، تجارت، ورزش، فضاهایی برای همزیستی مسالمت‌آمیز و برخورد‌های شخصی است. به طور خاص، یک میدان یک فضای عمومی قابل توجه در هر منطقه است. این میداین عمدتاً در مرکز ناحیه اطراف قرار دارند. در مراسمی متعدد مانند مناسبت‌های مذهبی، تشییع جنازه‌ها، تعطیلات و جلسات سیاسی، میدان مکانی برای تجمع است. میدان‌های قدیمی که قبلاً در تعامل با افراد و اجرای نمایش قرار داشتند اما اکنون به مکانی برای عبور اتومبیل تبدیل شده‌اند. "در واقع میدان در مدرنیسم که عصر گذر است به هویت خود منتقل شد" (حاج میرصادقی، ۱۳۸۸: ۷۲).

شواهد متعددی وجود دارد که نشان می‌دهد فضاهای عمومی می‌توانند تعداد زیادی از مزایا را در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی ارائه دهند. این فضاها شخصیت اجتماعی یک قلمرو را شکل می‌دهند. یکی از مزایای فضای عمومی عالی، پتانسیل آن به عنوان محل برگزاری رویدادهای اجتماعی است. به طور خاص میداین می‌توانند نوع جامعه مدنی را که بیش از حد در جوامع شهری گم شده‌اند ارائه دهند (Punter, 1991: 18). طبق گفته ماتسون (۱۹۹۹)، شهروندان اظهار داشتند که به فضاهایی نیاز دارند که بتوانند با هموطنان در تعامل باشند و سعی کنند به جنبه‌های بصری و چشم‌اندازها توجه کنند.



تصویر ۱- تغییر هویت از میدان به فلکه‌ای برای تردد اتومبیل‌ها

منبع: www.google.com:11/02/97



تصویر ۲- میدان زوکالو، مکزیکوسیتی

منبع: wonderslist.com:11/02/97

این مقاله به دنبال پاسخ به این سؤالات است:

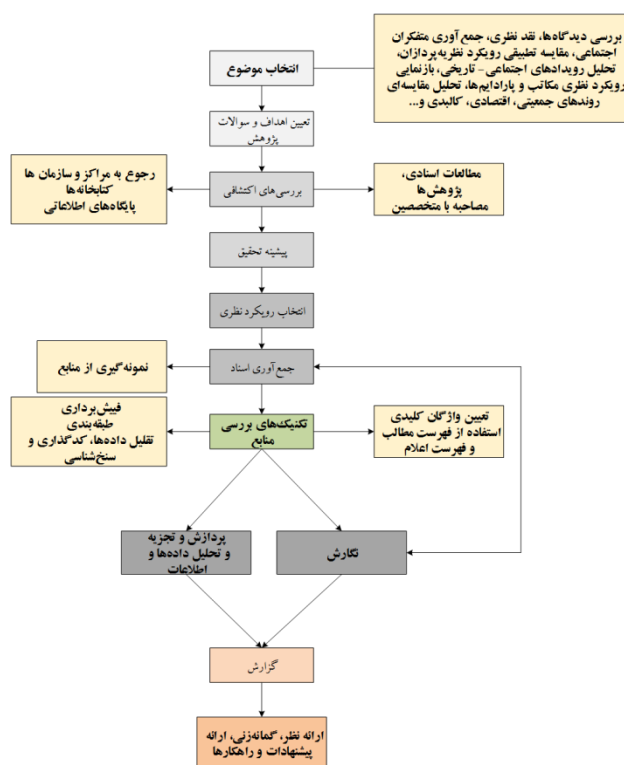
▪ کدام یک از عوامل می‌تواند باعث افزایش کیفیت تعامل اجتماعی در میادین شهری شود؟

▪ از چه راهی می‌توان گفت که میادین شهری تعامل اجتماعی را تشویق می‌کنند؟

این مقاله با هدف بررسی اهمیت فضاهای منسجم شهری (میدان) در زندگی اجتماعی از طریق ارزیابی ارتباط بین محیط شهری و رفتارهای اجتماعی از منظر انسانی انجام شده است. علاوه بر این، عناصر تأثیرگذار در بهبود این

رابطه برای دستیابی به یک چارچوب و معیارهای طراحی و برنامه‌ریزی یک فضای عمومی شهری برای ترغیب بیشتر شهروندان برای حضور در میدان شهری، مورد بررسی قرار می‌گیرد تا در نتیجه، تعامل اجتماعی و ارتباطات در شهر افزایش یابد. این یک عامل مهم به دلیل مشارکت مردم در جهت ارتقاء کیفیت زندگی اجتماعی و همچنین ایجاد شهری پر جنب و جوش و پویا است. یک جامعه پایدار نیاز به تعامل، مشارکت و شبکه‌های اجتماعی دارد و به حسب مکان یک هویت دارد.

روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش از نوع کیفی، تحلیلی و توصیفی می‌باشد. بدین صورت که با مرور ادبیات موجود به تعاریفی پرداخته سپس با توجه به مطالعات تجربی به نتیجه‌گیری پرداخته است. در شکل زیر مدل انجام مقاله ارائه و تدوین شده است.



شکل ۱- خلاصه فرآیند و مراحل روش پژوهش اسنادی- تجربی با استفاده از تحلیل محتوا

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

شناخت مفهومی از فضای عمومی

بسیاری از محققان فضاهای شهری را با دیدگاه‌های مختلف شناسایی کرده‌اند. همچنین با داشتن یک رویکرد فیزیکی از فضای شهری، فضا را به عنوان شکل (بدون تحمیل معیارهای زیبایی شناختی) مشخص می‌کند. متعاقباً، فضای شهری را به عنوان "فضای بیرونی"، "همه نوع فضای بین ساختمان‌ها در شهرها و سایر مناطق" توصیف می‌کند. فضاهای شهری بخش مهمی از زندگی روزمره است (Kurniawati, 2012:476-485). چنین فعالیت‌های روزمره زندگی چه در حوزه‌های عمومی و چه در حوزه‌های خصوصی صورت می‌گیرد.

بر اساس فرهنگ انگلیسی آکسفورد واژه‌ی "Public" به معنای کلی و در اکثر معانی متضاد با خصوصی است که در واقع متعلق یا متوجه به مثابه‌ی یک کلیت در دسترس یا اشتراکی برای همه‌ی مردم و ارائه شده توسط دولت محلی یا مرکزی است. به اتکای این تعریف برای مثال میدان، متعلق و مرتبط با تمام مردم به عنوان یک کلیت است، به رویشان باز است. موجودیتی محدود نشده دارد، از طرف دولت ارائه و به آن مرتبط است. این مفاهیم در تعاریف مختلف فضای عمومی بازتاب یافته‌اند. با این وجود تمایز بین این‌ها همیشه روشن نیست، زیرا تلقی عمومی یا خصوصی از فضای شهری از فرهنگی به فرهنگ دیگر و در درون هر فرهنگ طی زمان تفاوت دارد (مدنی‌پور، ۱۳۸۷: ۲۱۳). شاید بتوان بنیادی‌ترین تفاوت میان فضاهای عمومی و خصوصی را تفاوت میان فضای درونی انسان و فضای بیرونی جهان پیرامون می‌داند. براساس این تعبیر، فضای خصوصی بخشی از فضا است که فرد بر آن مالکیت و اختیار دارد و حق داشته از آن بهره‌انحصاری ببرد و دیگران را در آن راه ندهد (مدنی‌پور، ۱۳۹۴: ۲۶). فضاهای عمومی شهرها تقریباً در همه‌ی زمان‌ها و مکان‌ها بیش از آنکه با فضاهای شخصی و صمیمی ارتباط داشته باشند، مکان‌هایی هستند خارج از حوزه‌ی کنترل افراد با گروه‌های کوچک. این فضاها واسطه و میانجی فضاهای خصوصی بوده و کاربردهای عملی دارند. از این رو در توصیف فضاهای عمومی می‌توان گفت که این فضاها، فضاهایی هستند چند منظوره و در دسترس عموم که هم از قلمروهای اختصاصی و مرزبندی‌شده‌ی خانواده‌ها و افراد متمایزند و هم میانجی آن‌ها محسوب می‌شوند. اصولاً این فضاها را در صورتی عمومی تلقی می‌کنند که تامین و مدیریت آن‌ها بر عهده‌ی مسئولان دولتی باشد، با مردم به صورت کل واحد ارتباط برقرار کنند، مردم آزادانه و به راحتی به آن‌ها دسترسی داشته باشند و یکایک اعضای جامعه بتوانند از آنها بهره‌برند یا مشترکاً از آن‌ها استفاده کنند (همان: ۲۹). هر چند ویژگی‌های کمی و کیفی فضاهای شهری طی زمان و در اثر عوامل گوناگون چندی تغییر کرده است، اما همواره شهروندان و سایر استفاده‌کنندگان از شهر به چنین فضاهایی نیازمند بوده‌اند. تحقیقات و تجارب جهانی صورت گرفته درباره "فضاهای عمومی شهری" نظیر گودمن (۱۹۸۶)، برمن (۱۹۸۶)، وازر (۱۹۸۶)، فرانسیس (۱۹۸۹)، تیباز (۱۹۹۲)، مدنی‌پور (۱۹۹۲)، سرکین (۱۹۹۲)، وریپول (۱۹۹۲)، کالسرپ (۱۹۹۳)، مدن (۱۹۹۳)، یدن (۱۹۹۵)، ولفگانگ (۲۰۰۰)، راجرز (۲۰۰۳)، میرز (۲۰۰۳)، دراتلی (۲۰۰۴) و پاساگولاری (۲۰۰۴) بر این نکته اشتراک دارند که "فضاهای عمومی شهری" می‌بایست مکانی برای "تعاملات اجتماعی" و "زندگی جمعی" باشند (پاکزاد، ۱۳۸۳: ۹). آنچه در دانش شهرسازی برای فضاهای عمومی شهری ارزش می‌باشد، نقش اجتماعی و تعاملی است که این فضا در زندگی جمعی شهروندان ایفا می‌کند و افراد و گروه‌های مختلف اجتماعی در آن سهیم‌اند. این فضاها محل تعاملات اجتماعی، تبادل اطلاعات و مکانی برای شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی هستند (Massey, 2005). این مطالعات برای فضاهای عمومی شهر کارکردهای خاص اجتماعی زیر را در نظر می‌گیرد: ۱- مکان شکل‌گیری تعاملات اجتماعی و مراودات شهروندی؛ ۲- افزایش میزان سرمایه‌های اجتماعی در ساختار شهری؛ ۳- مکان شکل‌دهی به یکپارچگی اجتماعی و بسط همبستگی ملی؛ ۴- فرصت‌سازی برای تقویت کارکردهای سیاسی و تقویت انجمن‌های محلی؛ ۵- عرصه‌ی نمایش و پرورش ارزش‌های فرهنگی و

اجتماعی (Mitchell, 2003). در برنامه‌ریزی شهری، فضای عمومی به طور کلی به عنوان "فضای باز" شناخته می‌شود، به معنای خیابان‌ها، پارک‌ها و مناطق تفریحی، میدین و سایر فضاهای آزاد و مسلط بر فضای آزاد، که بر خلاف منطقه خصوصی اسکان و کارمی‌باشد (Thompson, 1998: 110).

فرض بر این است که فضاهای عمومی یک بخش اساسی در ساختار شهری و زندگی شهری است و به یک رکن مزیت‌ساز تبدیل می‌شود و هدف نهایی را برای پیشبرد دلبستگی منطقه‌ای در ذهن داشته باشید. از این طریق قابل تصور است که می‌توان فضای آزاد را به عنوان مؤلفه‌ای برای پیشبرد پیشرفت و مطالبات از منطقه در نظر گرفت، علاوه بر این آن را (میدان) با یک ظرفیت مشخص برای ایجاد و نگه‌داشتن مرکزیت منسجم محلی، کیفیت اکولوژیکی، اقتصادی و احساس شهروندی در نظر گرفت (بورجا و موکسی، ۲۰۰۳: ۵۸).

کارکردهای اجتماعی فضاهای عمومی شهری

فضاهای عمومی در دسترس برای همه خارج از نوع نژاد، سن و جنس هستند و بنابراین آن‌ها یک محل اجتماعی دموکراتیک برای شهروندان و جامعه را نمایش می‌دهند. اگر این فضاها بطور شایسته طراحی و مراقبت شوند باعث نزدیکی بیشتر افراد با یکدیگر شده، مکان‌هایی برای میتینگ بوجود آورده و روابط اجتماعی را که در بسیاری از مناطق شهری از بین رفته تقویت می‌کنند. این مکان‌ها یک هویت فرهنگی را برای منطقه شکل می‌دهند و به عنوان قسمتی از ویژگی بی نظیر آن منطقه، حس مکانی را برای جوامع محلی بوجود می‌آورند (Baukwill, 2002: 696) (Massey; 2005: 39) عملکردها اصلی فضای عمومی در بعد اجتماعی عبارتند از:

الف- ارتقاء مناسبات اجتماعی و همسایگی: فضاهای عمومی نزدیک خانه‌های مسکونی یک فضای قابل دسترس برای ارتباط با همسایگان نزدیک فراهم می‌آورد، خواه این ارتباط بصورت گپی دوستانه در داخل میله‌های یک باغ یا جلسات عمومی اجتماعی در پارک‌های محلی باشد. برای نمونه پارک‌های کوچک محلی می‌توانند زمینه گردهمایی خوب و تعاملات شخصی را فراهم بیاورند. به عبارت بهتر این فضاها می‌توانند منجر به ارتباطات درون فرهنگی و درون اجتماعی بشوند (Baukwill, 2002: 697). در یک مقیاس بزرگتر پارک‌های عمومی اجتماعی و زمین‌های بزرگ شهری مردم را از گروه‌های سنی و فرهنگی مختلف دور هم گردآورده و بنابراین باعث شکل‌گیری یک حس واقعی از بودن در باهمستان می‌شوند (Massey; 2005: 40).

ب- فضاهای عمومی به عنوان مکانی برای رخدادهای مهم اجتماعی: یکی از مزیت‌های فضاهای عمومی با کیفیت بالا، ایجاد فضایی برای حوادث مهم اجتماعی است. فستیوال‌ها، سمینارها، جشن‌های ملی و دیگر وقایع مهم اجتماعی اگر به خوبی مدیریت شوند، تأثیر خیلی مثبتی بر روی محیط شهری گذاشته و باعث پیوستگی بیشتر اجتماعی خواهند شد. علاوه بر این، این وقایع دارای مزیت‌های مالی، اجتماعی و محیطی نیز می‌باشند، به ویژه اینکه آن‌ها می‌توانند جامعه مدنی را که در بسیاری از مناطق شهری ما از بین رفته یا اصلاً وجود نداشته، تولید و باز تولید کنند. در تاریخ ایران مهم‌ترین فضاهای شهری و به دنبال آن فضاهای عمومی شهر، حول دو عنصر مذهب و تجارت شکل گرفته‌اند، مانند بازارها که در تاریخ ایران به عنوان یکی از عناصر ساخت اصلی شهر مطرح بوده است.

نکته‌ی قابل توجه میزان تنوع و سلسله مراتب در فضاهای شهری عمومی ایران است. وجود میدان‌های همسایگی، محله‌ای، ناحیه‌ای، شهری و برون شهری نشان از این سلسله مراتب دارد. میدان‌های عمومی، تجاری، حکومتی، ارتباطی، ورزشی و ... نیز تنوع این فضاها را نشان می‌دهد (خادمی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۵). فعالیت‌ها و فضاهایی که پیرامون میدان‌های عمومی وجود داشته از لحاظ مراتب کارکردی بیشتر از نوع فعالیت‌ها و فضای عمومی و شهری بوده‌اند، مانند مسجد جامع، بازار و سایر فضاهای تجاری، فضاهایی برای گذران اوقات فراغت و در برخی موارد فضاهای اداری و حکومتی. بخش‌هایی از فضاهای باز بیشتر این گونه میدان‌ها به فعالیت تجاری به صورت دست فروشی اختصاص داشت و یا به محل‌هایی برای گذران اوقات فراغت، گفتگو و تماشای برنامه‌های نمایشی اختصاص می‌یافت (همان: ۲۶).

ج- فضای عمومی شهری به عنوان عرصه روابط اجتماعی و کاهش‌دهنده‌ی برخوردها و جدایی اجتماعی: آنچه فضای شهری را از یک فضای فیزیکی به محیطی دلپذیر برای جامعه تبدیل می‌سازد؛ تبلور فضایی تعاملات اجتماعی است. از این روست که تمایز میان فضای عمومی و خصوصی اهمیت می‌یابد و فضایی عمومی را مقرر برای گسترش مشارکت استفاده‌کننده‌گان از فضا می‌سازد. نکته‌ی قابل توجه در زمینه‌ی فضای عمومی آن است که معمولاً فضای عمومی در هر شهری متعلق به محله‌ای است که در آن قرار دارد و در واقع این محله است که شرایط حضور افراد را در آن فضا فراهم می‌سازد. این نکته با مفهوم فضای عمومی پارادوکس پیدا می‌کند، چرا که وقتی از فضای عمومی سخن گفته می‌شود؛ به دنبال فضایی است که امکان حضور همه‌ی افراد را فراهم سازد، اما وقتی مسئولیت نظارت این فضاها به محله‌ها واگذار می‌شود خود به خود امکان حضور برخی افراد را از آن سلب شده است. با وجود آنکه سیستم نظارت بر فضای عمومی تنها هدف‌اش؛ کاهش برخوردهای اجتماعی بدون هر گونه دخالت مستقیمی است، اما همین سیستم نظارتی محلی شرایطی را به وجود می‌آورد که جدایی‌گزینی را در فضا موجب می‌شود. عموماً این تفکیک و جدایی با قرارگیری در فضاهای عمومی و باز میان بلوک‌های سستی خود را بیشتر نشان می‌دهد. به همین دلیل همانگونه که یک خیابان فضای عمومی شناخته می‌شود اگر قرار است فضاهای درون محله‌ای را نیز به‌ویژه فضاهای عمومی باز میان بلوک‌های شهری را فارغ از تفکیک و تقسیم‌بندی‌هایی برای ممانعت از حضور افراد دیده شود، لازم است که شرایط را به گونه‌ای مهیا سازد که این جدایی کمتر نمود یابد. در غیر این صورت از آن‌ها باید به فضای خصوصی و نه فضای عمومی که امکان حضور به همه‌ی افراد را می‌دهد؛ یاد کرد. به همین دلیل که اگر هدف برنامه‌ریزی واردکردن جریان زندگی اجتماعی و تعاملات جمعی درون فضاهای عمومی (به طور مثال یک میدان) است؛ توجه به محیط پیرامون (ساختمان‌های اطراف خیابان) آن اهمیت می‌یابد. بنابراین نمی‌توان مرز قاطعی را میان فضاهای خصوصی و عمومی شهر ترسیم داشت (Gregory, 1985).

میادین شهری به عنوان فضای عمومی شهری

میادین شهری نیز جزئی از فضاهای عمومی هستند. این فضاها زیر مجموعه‌ای از فضای بزرگتر و عمومی‌تر است که به عنوان فضای شهری شناخته می‌شود (دانشپور، ۱۳۸۶: ۲۴).



شکل ۲- روند تکاملی فضایی نزدیک شدن به یک میدان شهری

منبع: Zeka, 2011:17

هر جامعه‌ای دارای مشخصات ویژه‌ای برای چنین فضاهای آزاد عمومی شهری است، هر یک از این اصطلاحات به یک نکته معمولی می‌پردازند که عبارتند از: "فضای آزاد برای استفاده عمومی" مفهومی از میدان شهری است. در این رابطه میدانی شهری دارای یک زاویه اجتماعی در ارتباط با ابعاد عمومی و جنبه‌های فضایی به دلیل نظام فیزیکی آن است. میدان شهری غالباً تصویری از ارتباطات اجتماعی و قوانین سیستم اجتماعی جامعه است. به گفته لینچ، یک میدان شهری "تمرکز فعالیت" در مرکز مناطق متراکم شهری است. این شامل ویژگی‌هایی است که به منظور جذب گروه‌هایی از مردم و تسهیل جلسات وجود دارد (Lynch, 1981:443).

در نتیجه، به نظر می‌رسد که یک میدان شهری به نوعی فضای عمومی شهری است که بر سیستم فضای عمومی متمرکز است، زمینه‌ای برای تعامل، اعم از اجتماعی و اقتصادی و تمرکز برای حس همبستگی شهروندی و جامعه فراهم می‌کند.

در بحث‌های طراحی شهری و برنامه‌ریزی شهری، یکی از مهمترین سؤالاتی که باید مورد توجه قرار گیرد، دقیقاً سؤال در مورد اهمیت فضاهای عمومی / میدانی و سهم آنها در حفظ و توسعه بافت اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی شهر است، این را می‌توان به صورت خلاصه بیان کرد:

- فراهم کردن محیط زندگی جذاب، کار و بازی جذاب؛
- مردم را به داشتن زندگی سالم و بهزیستی از طریق سرگرمی فعال و غیرفعال (اوقات فراغت)؛ در یک نوع فعالیت‌های سازمان‌یافته، پداده‌روی و تعامل اجتماعی تشویق کنید؛
- مقصد بازدید کنندگان و گردشگران؛
- فضای عمومی با کیفیت بالا، تجارت و سرمایه‌گذاری را به خود جلب می‌کند؛
- تعهد به صحنه و راحتی بینایی؛
- امکان یادگیری غیررسمی؛
- امکان اصلی برای رویدادها و فعالیت‌ها؛
- امکان حفظ و مشارکت جامعه، افزایش آگاهی عمومی.

با توجه به مطالب بیان شده حال به مرور و بازتعریف واژه‌های کلیدی یا عوامل تاثیرگذار بر هویت اجتماعی میدانی که زیرمجموعه فضاهای عمومی شهری بشمار می‌آیند، پرداخته می‌شود:

- تعاملات اجتماعی: در فضای باز، کودکان کوچک می‌توانند با مشاهده اینکه افراد بزرگسال چگونه رفتار می‌کنند، از رفتارهای اجتماعی آگاهی پیدا کنند. فضاهای باز ایجاد شده به عنوان فضاهای

بزرگسالان به تصویر کشیده شده است در حالی که استعدادها و نیازهای بچه‌ها و جوانان به ندرت برجسته می‌شود (Francis, 2012: 403).

- روانشناسی محیط: برنامه‌ریزی یک فضای عمومی پر جنب و جوش و پرتحرک، که می‌تواند باعث ایجاد رفتار و تعامل اجتماعی شود، یک کار چند رشته‌ای است. از آنجا که این مطالعه به اهمیت فضاهای عمومی در زندگی اجتماعی می‌پردازد، روانشناسی محیط می‌تواند یک عامل اساسی برای برنامه‌ریزی و طراحی یک فضای عمومی باشد. مطالعات روان‌شناختی اجتماعی به پیوندهای بین سبک زندگی و شادی اشاره دارد و همچنین مطالعات رفتاری به ما نشان می‌دهد که محیط بر رفتار ما تأثیر می‌گذارد و این به نوبه خود بر محیط تأثیر می‌گذارد (Rafii, 2009: 230).
- ادراک محیطی و شناخت مکانی: درک محیطی با توجه به تفاوت‌های فردی و فرهنگی بسیار متفاوت است؛ افراد غالباً همان صحنه را متفاوت می‌بینند. حال اگر این روند در یک فضای عمومی شهری رخ دهد که مردم بتوانند با یکدیگر معاشرت و تعامل داشته باشند، شهروندان مشاهده می‌کنند که تا چه اندازه می‌تواند به یک جامعه با توسعه فکری کمک کند. در نتیجه، بررسی رابطه رفتار انسان با محیط اجتماعی و جسمی نقش مهمی در روانشناسی محیط دارد که منجر به شناخت واکنش افراد به محیط و تعامل با یکدیگر در فضاها و میادین عمومی می‌شود. کانتر (۱۹۷۷) به منظور آگاهی از محرک‌های اطراف، بر روند ادراک و شناخت تأکید دارد. بنابراین، در ادامه، روانشناسی فضاهای عمومی به ویژه با توجه به جنبه‌های مؤثر این موضوع، به ما در رسیدن به درک بهتر فضای عمومی و درک مردم از محیط کمک می‌کند.

رویکردهای نظری پیرامون فضای عمومی شهری

نظریه‌پردازان بزرگی همچون هانا آرنت، یورگان هابرماس و والتر بنیامین در ارتباط با پیرامون فضای عمومی شهری مسائل مختلفی ارائه کرده‌اند که در جدول شماره ۱ رویکردهای نظری آنها ارائه شده است.

جدول ۱۱- رویکردهای نظری پیرامون فضای عمومی شهری

پیش‌فرض‌های اصلی تفکر	نظریه‌پرداز	اندیشه و تفکر
▪ فضاهای در دسترس برای همه خارج از نوع نژاد، سن و جنس هستند و بنابراین آنها یک محل اجتماعی دموکراتیک برای شهروندان و جامعه را نمایش می‌دهند.	هانای آرنت	▪ فضای عمومی آرنت جولانگاه کنش سیاسی است. هدف از پرداختن به آن بازسازی پدیدار شناختی ماهیت زندگی سیاسی است.
▪ به برابری دسترسی بین همه افراد تاکید دارند.		▪ ابعاد فضای عمومی: الف) جنبه‌ی القایی: که در آن اشاره به سه فضای حضور، ظهور و نمود دارد که بر اساس آن کنش‌ها و تلاش‌ها میان فردی به عرصه عمومی پیوند می‌یابد. ب) جهان مشترک، محیط فعالیت‌های عمومی و فراهم آوردن بستر زندگی عمومی است.
		▪ تقسیم‌بندی فضا به دو فضای کلی: فضای حضور میان دیگران و فضای ما بین دیگران.
		▪ وجه مشترک فضاها را کثرت در نظر می‌گیرد که واجد دو ویژگی "تفاوت‌ها" و "برابری"ها است.
		▪ اهداف عرصه عمومی: ۱) انتقال حافظه جمعی و تاریخی و خاطره انگیزی؛ ۲) تجمع گروه‌های مختلف مردم در فضا؛ ۳) دسترسی‌پذیری و امکان استفاده برای همه مردم.
		▪ استفاده از عرصه عمومی به جای فضای عمومی.
▪ به تقویت همبستگی اجتماعی میان افراد جامعه گرایش دارند.	یورگن هابرماس	▪ فضای باز و در دسترس عموم است، فضایی که مردم برای فعالیت‌های فردی و جمعی به آن می‌روند و ممکن است شکل و نام‌های متفاوتی مانند پارک، بازارها، میادین و... داشته باشند. ممکن است تحت مالکیت عمومی یا خصوصی باشند. این فضاها ممکن است به صورت خودجوش و در نتیجه‌ی استفاده مکرر مردم از

آن فضا به وجود بیاید مانند پاتوق‌ها.	
این فضا عمدتاً با توجه به انگاره‌هایی چون قلمروی اجتماعی، گفتمان عمومی، چگونگی تعامل با دولت به گونه‌ای عام مورد تحلیل قرار می‌گیرد.	
فضا در ارتباط با تجربیات افراد به آن نگریسته می‌شود که در آن بین تجربه صرف و تجربه زیسته تفاوت دارد.	
از تحول فضای عمومی به فضای اجتماعی می‌راند.	
مرکز تعاملات اجتماعی تلقی می‌شوند.	والتر بنیامین
فضای عمومی به عنوان فضای واقیعت در برابر فضای خصوصی به عنوان فضای وهم قرار می‌گیرد.	
حضور در فضای عمومی به منزله مشارکت در عرصه جمعی بوده و بنابراین فضای عمومی بازنمود زندگی جمعی مردم است.	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

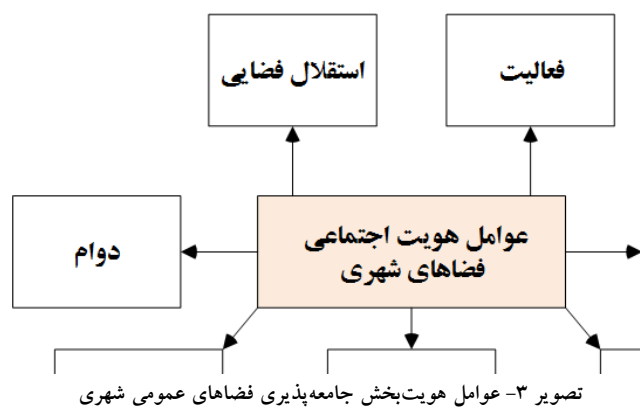
یافته‌ها

استفاده از کلمات کلیدی مانند اجتماع‌پذیر و غیراجتماعی نشانگر خصوصیات فضایی است که افراد را گرد هم می‌آورد یا آنها را از یکدیگر جدا می‌کند. با ایجاد تعامل اجتماعی و برقراری ارتباط بین افرادی که از فضاهای معماری مشترک و عمومی استفاده می‌کنند، می‌توان به جامعه‌پذیری دست یافت (فرگاس، ۲۰۰۲: ۱۲). اماکن عمومی با خصوصیات اجتماعی بودن در جامعه‌پذیری افراد دارای اهمیت است. علاوه بر این، اجتماعی بودن فضاهای عمومی، روحیه همبستگی، رشد شخصی برای همه شهروندان، صرف‌نظر از جنسیت، نژاد، قومیت، سن یا سطح اجتماعی و اقتصادی را ترویج می‌کند (Francis, 1987: 29).

بنابراین می‌توان عوامل مؤثر در ایجاد و ارتقاء جامعه‌پذیری میدین شهری که از فضاهای عمومی شهرها بشمار می‌آیند چنین نام برد:

- تعامل اجتماعی: تفریح به عنوان نیازهای اساسی انسان تعریف می‌شود که شامل استراحت و ارتباطات اجتماعی است. این نیازهای مختلف را می‌توان با تعامل در فضا برآورده کرد. بنابراین تعامل اجتماعی به عنوان یک نیاز انسانی در نظر گرفته می‌شود و همچنین تعامل اجتماعی وابسته به یک فضای جامعه‌پذیری است.
- دوام: استفاده طولانی‌مدت یا ماندن طولانی در فضای عمومی که منجر به ادامه فضای عمومی می‌شود.
- آشنایی: احساس آشنایی با محیط اطراف.
- مستقل بودن فضا: استفاده از فضای عمومی ممکن است شامل یک فعالیت خاص مانند خرید باشد در حالی که بعضی اوقات ورود به یک فضا و استفاده از مکان بدون هیچ دلیل خاصی است. در این مرحله این عامل نقش مهمی را ایفا می‌کند.
- امکانات: وجود امکانات و خدمات در فضاهای عمومی تأثیر مستقیمی بر نشاط اجتماعی دارد. کمبود امکانات گاهی اوقات می‌تواند تعامل را محدود کند. امکانات و خدمات فضای راحتی را برای شما فراهم می‌کند. استفاده عمومی وجود برخی عناصر مانند نیمکت و سطل آشغال، روشنایی مؤثر و همچنین مسیرها و ورودی‌های تعریف شده می‌تواند وضعیتی را فراهم کند که زمینه‌ساز تعاملات اجتماعی باشد. این مسئله را باید در نظر گرفت، زیرا تنها ترک خانه کافی نیست بلکه نگاه داشتن افراد در فضای باز نیز حائز اهمیت است. به عنوان مثال، پیاده‌روی مستلزم امکان مکث در فضا است، به گونه‌ای که نیاز به ارائه خدمات و امکاناتی در جایی که ذکر شده است.

- دسترسی: دعوت از اماکن عمومی و دسترسی آسان به این فضاها تأثیر بسزایی در حضور افراد در فضاها دارد. دسترسی به فضاهای عمومی به معنای گشودگی نسبت به حضور اجتماعی در خود است.
- حرکت: تأکید بر حرکت عابر پیاده عامل مهمی در اجتماعی شدن فضاهای عمومی است. برداشتن حرکت عابران پیاده گامی مخرب در تجربه انسانی از شهر است. مطمئناً افراد باید برای نشستن یا ایستادن یا راه رفتن تلاش کنند تا روابط اجتماعی قابل توجهی داشته باشند.
- فعالیت: با توجه به اینکه فضاهای عمومی می‌تواند به وقوع فعالیت‌های فردی و گروهی منجر شود، ایجاد زمینه لازم برای حضور و فعالیت افراد گروه‌های مختلف اجتماعی می‌تواند رفتارهای متفاوتی را در فضاهای شهری فراهم کند.



منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

قطعاً نادیده گرفتن روابط بین شهروندان و فضاهای عمومی، از ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی که در فضاهای عمومی شهری پنهان مانده‌اند، غفلت می‌کند. در واقع، توجه به جامعه‌پذیری فضاهای شهری توجه به زندگی اجتماعی است. در همین راستا، "شناسایی، ایجاد و ارتقاء جامعه‌پذیری در فضاهای عمومی برای جلوگیری از ریزش فضاهای عمومی در مقیاس‌های مختلف ضروری است". در دهه‌های اخیر، ایجاد فضاهای عمومی تلاشی برای تأمین نیازهای جامعه بشری بوده است.

نتیجه‌گیری و دستاورد علمی پژوهشی

بدون شک میادین شهری یکی از مؤلفه‌های اساسی است که فعالیت‌های رسمی و غیررسمی شهری بسیاری از شهروندان را متحد می‌کند و رویه‌های اصلی زندگی شهر است و بر روندهای اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی شهر تأثیر می‌گذارد. از نظر تاریخی، آنها نمی‌توانند از شهر جدا شوند، زیرا همه مهمترین رویدادهایی که شایسته یادآوری هستند در میادین اتفاق افتاده‌اند (و هنوز هم در حال وقوع هستند). مجدداً مربع‌ها با شکوه‌ترین و دلنشین‌ترین فضاهای شهرها هستند و سفر به نقاط مختلف جهان و شهرها بدون بازدید از میادین اصلی شهر قابل تصور نیست.

در کل، این نوع فضاها با توجه به معیارهای زیر قابل ارزیابی هستند:

- جامعه‌پذیری؛

- فعالیت‌ها
 - قابلیت دسترسی؛
 - آسایش؛
 - ظاهر؛
 - میزان رضایت کاربران.
- با ارزیابی هزاران فضای عمومی در سرتاسر جهان، این فرضیه را می‌توان بیان کرد که مکان‌های قابل توجه دارای چهار ویژگی اصلی هستند:
- دسترسی: فضای قابل دسترسی؛
 - عملکرد: افراد درگیر فعالیت‌های محلی هستند؛
 - راحتی: فضای راحت و جذاب (خوب به نظر می‌رسد)؛
 - جامعه‌پذیری: ارتباط اجتماعی را تشویق می‌کند.
- مهمترین راهبردهای اجرایی در راستای افزایش حضورپذیری و تعاملات اجتماعی مردم و شهروندان شامل موارد زیر است:
- ایجاد رابطه متقابل بصری بین میدان و بدنه (پرهیز از بدنه‌های صلب و طولانی)؛
 - هماهنگی بدنه‌های بلافصل و هم‌سطح مسیر با رویدادهای مسیر؛
 - پرهیز از اختلاف سطح‌های ناگهانی در طول مسیرها بخصوص برای پیاده‌ها؛
 - ایجاد قابلیت‌های استفاده‌های متفاوت از میدان در طول شبانه‌روز؛
 - پراکندن کاربری‌های متنوع و متناسب با زمینه و با یکدیگر در طول میادین به نحوی که جاذب گروه‌های مختلف باشد؛
 - ایجاد سکانس‌های متناسب و متنوع در طول مسیر میدان؛
 - پرهیز از ایجاد گوشه‌های تاریک و مخفی؛
 - نورپردازی مناسب در شب.

منابع

- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۳)، مبانی نظری و فرایند طراحی شهری، انتشارات شهیدی، تهران؛
- پورجعفر، محمدرضا و صادقی، علی‌رضا (۱۳۸۷)، «اصول حاکم بر طراحی هدفمند محورهای دید شاخص شهری»، نشریه علمی - پژوهشی هویت شهر، سال دوم، شماره ۳، ص ۹۵-۱۰۶.
- پورجعفر، محمدرضا؛ تقوایی، علی‌اکبر و صادقی، علی‌رضا (۱۳۸۸)، «خوانش تاثیر ساماندهی محورهای بصری بر ارتقا کیفیت محیط فضاهای عمومی شهری، نمونه موردی: خیابان آزادی تهران»، نشریه علمی پژوهشی مدیریت شهری، شماره ۲۴، ص ۶۵-۸۰.
- خادمی، مسعود؛ پورجعفر، محمدرضا؛ علیپور، روجا (۱۳۸۹)، درآمدی بر مفهوم خیابان به عنوان فضای شهری (نگرشی بر نظریات و تفکرات معاصر)، کتاب ماه هنر، (۱۴۲)، ۴۵-۳۸؛

- دانش‌پور، سید عبدالهادی و چرخچیان، مریم (۱۳۸۶)، «فضاهای عمومی و عوامل موثر بر حیات جمعی»، نشریه علمی-پژوهشی باغ نظر، دوره ۴، شماره ۷، ص ۱۹-۲۸؛
 - فرگاس، ج (۲۰۰۲)، روانشناسی تعامل اجتماعی - رفتار بین فردی، ترجمه: فیروزبخت، م، تهران، انتشارات ابجد، ص ۱۰-۲۴؛
 - مدنی‌پور، علی (۱۳۸۷)، طراحی فضای شهری (نگرشی بر فرایندی اجتماعی و مکانی)، مترجم: فرهاد مرتضایی، شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری شهرداری تهران، چاپ اول، تهران؛
 - مدنی‌پور، علی (۱۳۹۴)، فضاهای عمومی و خصوصی شهر، ترجمه: نوریان، فرشاد، تهران، انتشاراتسازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران، چاپ چهارم، صص ۱۵-۷۸.
- Akkar Ercan, M. (2007), Public Spaces of Post-Industrial Cities and Their Changing Roles, METU Journal of Faculty of Architecture, 24(1): 115-137.
- Baulkwill, A. (2002) 'Lots of conviviality'. The Garden, September 2002, pp693-697.
- Borja, J. Muxi, Z. (2003), El Espacio Público: Ciudad y Ciudadanía. Barcelona: Electa, 55-89.
- Francis, J. et al. (2012), Creating sense of community: The role of public space. Journal of Environmental Psychology, (32): 401-409.
- Francis, M. (1987), The Making of Democratic Streets, in Public Streets for Public Use, ed. by A. V. Moudon, Columbia University Press, New York; 23-39.
- Gregory, Derek; Ury, John (1985). Social relations and spatial structures.
- Kurniawati, W. (2012), Public Space for Marginal People. Procedia - Social and Behavioral Sciences: (36): 476 – 484
- Loukaitou-Sideris, A. (1993), "Privatization of Public Open Space". Town Planning Review 64(2); 139-167
- Lynch, K. (1981), A theory of good city form. Cambridge, Mass.: MIT Press: 443
- Madanipour, A. (2008). Public and private spaces of the city. Translated to Persian by Nooriyan, F. Tehran: Urban planning processing and printing
- Massey, H. (2005) 'Urban farm'. Landscape Design. 313, pp40-41.
- Memluk, M. (2013). Designing Urban Squares, 1.
- Mitchell, D. (2003). The right to the city: Social justice and the fight for public space. New York: Guildford
- Punter, J. (1991). Participation in the Design of Urban Space, Landscape Design, issue 200: 7-24.
- Rafiiian, M. Khodaie, Z. (2009). The indicators and criteria that affect citizens' satisfaction with urban public spaces. Journal of Rahbord, 18 (53): 227-248.
- Thompson, I.H. (1998), Landscape and urban design, Introducing Urban Design, eds. C. Greed, M. Roberts, Longman, Essex; 105-115.