

شناسایی مولفه های موثر در طراحی مرکز رسانه ها با رویکرد ارتقاء تعاملات اجتماعی

فاطمه حقگو^۱

^۱ دانشجوی دکتری معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

نویسنده مسئول:

فاطمه حقگو

چکیده

امروزه پیشرفت تکنولوژی و توسعه رسانه های دیجیتال و گسترش صنعت اطلاع رسانی و همه گیر شدن استفاده از فناوری های اطلاعاتی باعث خانه نشین شدن استفاده کنندگان و به تبع آن کم رنگ شدن برخوردهای اجتماعی افراد شده است. هدف از این تحقیق شناسایی مولفه های موثر در طراحی معماری مرکز رسانه ها با رویکرد ارتقاء تعاملات اجتماعی است. روش تحقیق مبتنی بر روش تحلیلی توصیفی بوده و اطلاعات مورد نیاز آن با استفاده از روش کتابخانه ای جمع آوری شده است. نتایج نشان می دهد که با در نظر گرفتن مولفه هایی جهت طراحی مرکز رسانه ها می توان با در نظر گرفتن تمامی معیارهای فرهنگی، آموزشی، هنری، تفریحی و اجتماعی در طراحی مرکز رسانه ها می توان محیطی مطلوب در جهت تشویق استفاده ی مطلوب از فضای مجازی، بالا بردن سطح آگاهی عموم مردم، وجود فضایی عمومی و تفریحی با جدیدترین تکنولوژی های روز در جهت جذب جمعیت، گرد هم آوردن و حضور انسان ها و رسیدن به ایده ای مشترک در فضای عمومی به وجود آورد. قرارگیری مرکز رسانه ها در نزدیکی مکان ها و حوزه های فرهنگی و آموزشی و در مجاورت فضاهای باز و جمعی شهری و محورهای سبز به عنوان بستری مناسب، ساختار فضایی سیال و پویا با عملکردهای محدود و منعطف، طراحی شفاف که با محیط شهری در ارتباط است و بهره گیری از نور طبیعی در جهت ارتقاء روح مکان در فضاهای داخلی، آن را به محلی پویا برای رویارویی و تعامل اجتماعی تبدیل می کند و تبادل ایده ها در آن اتفاق می افتد.

واژگان کلیدی: مرکز رسانه ها " رسانه " ارتباطات " تعاملات اجتماعی

مقدمه

در جهان امروز وسایل ارتباط جمعی ، روزنامه ، رادیو ، تلویزیون ، سینما و ... با انتقال اطلاعات و معلومات جدید و مبادله افکار و عقاید عمومی ، در راه پیشرفت فرهنگ و تمدن بشری نقش بزرگی را بر عهده گرفته اند به طوری که بسیاری از دانشمندان ، عصر کنونی را عصر ارتباطات نامیده اند . فراوانی جمعیت ، تمرکز گروه های وسیع انسانی در شهرهای بزرگ ، شرایط خاص تمدن صنعتی و پیچیدگی وضع زندگی اجتماعی ، وابستگی ها و همبستگی های ملی و بین المللی ، ناامنی و بحران ها ، تحول نظام های سیاسی و اجتماعی ، دگرگونی مبانی فرهنگی ، ترک سنت های قدیمی و مخصوصا بیداری وجدان اجتماعی همه از جمله عواملی هستند که روز به روز نیاز انسان را به آگاهی از تمام حوادث و وقایع جاری محیط زندگی بیشتر می کند تا جایی که پیشرفت وسایل ارتباط جمعی و توسعه اقتصادی و اجتماعی و تحکیم مبانی دموکراسی و تفاهم بین المللی لازم و ملزوم یکدیگر شده اند . در این جوامع افراد کوشش می کنند همیشه در جریان همه امور و مسائل اجتماعی قرار داشته باشند تا بتوانند به طور مستقیم یا غیر مستقیم نقش خاص خویش را در زندگی گروهی ایفا کنند . به همین جهت آگاهی اجتماعی از مهم ترین ویژگی های زمان معاصر به شمار می رود و همین آگاهی است که انسان را به زندگی فردی و جمعی علاقمند می سازد و توجه او را به آزادی ها و مسئولیت ها ی وی جلب می کند . به این ترتیب در جامعه امروز یک فرد تنها موقعی می تواند بهترین و مطمئن ترین امکانات و وسایل زندگی را برای زندگی گروهی به دست آورد که دارای معلومات و اطلاعات کافی ، خط مشی های صحیح و افکار و عقاید سالم باشد و این امر با استفاده از وسایل ارتباط جمعی ، روزنامه ها ، نشریات ، کتب ، سایت های اطلاعاتی و در یک کلام رسانه ها قابل دسترسی است .

با پیشرفت تکنولوژی و توسعه رسانه های دیجیتال و در پی آن گسترش شبکه های اجتماعی ، اهمیت تعاملات و ارتباطات در فضای مجازی بیش از پیش برجسته شده است . ارتباطات در عصر حاضر شکلی متفاوت با نسل های قبلی انسان به خود گرفته است. سرعت پیشرفت رسانه ها و تغییر در نوع ارتباطات، افراد را با چالش های فراوانی روبه رو کرده است. بنابراین افراد برای فراگیری نحوه استفاده و فرهنگ ها و هنجارهای این پدیده پیچیده نیاز به آموزش و یادگیری دارند. بنابراین مساله اصلی تحقیق شناسایی مولفه های موثر در طراحی مجموعه ای مانند مرکز رسانه ها است که می تواند علاوه بر کمک به امر آموزش به علاقمندان به تکنولوژی و رسانه های دیجیتال، فضای مناسبی را جهت آگاه سازی شهروندان ایجاد کند تا در یک محیط مفرح و عمومی تجربه تعاملات اجتماعی عصر دیجیتال را به صورت گروهی تجربه کنند. بنابراین پاسخ به این سوال مهم می شود که فضای معماری یک مرکز چندرسانه ای جهت افزایش تعاملات اجتماعی باید چه خصوصیتی داشته باشد؟

۱- مفاهیم

۱-۱- تعریف رسانه: هر چند جمع لاتین این کلمه ، یعنی " مدیا " ^۱ ، در استفاده ی روزمره ای که از این واژه در انگلیسی می شود، به خوبی به عنوان یک اسم مفرد جا افتاده است ، یک رسانه یا " مدیوم " ^۲ عبارت است از : هر ابزاری که برای برقراری نوعی از ارتباط به کار می رود ؛ رسانه ، حامل یا واسطه پیام است . بدین ترتیب " مدیوم " در انگلیسی هم رسانه و هم واسطه معنی می دهد و معمولاً به هر دو معنا تعبیر شده و به کار می رود.

۱-۲- تعریف و بیان مفهوم انواع رسانه : رسانه های سنتی : شامل انواع رسانه های چاپی (کتاب و مطبوعات)، رادیو و تلویزیون هستند که مخاطبان را به واسطه ی یک « روایت خطی » یا مستقیم هدایت می کنند، رسانه های الکترونیک : این رسانه ها به معنی انتشار اطلاعات در ادوار زمانی مشخص در قالب صفحات وب بر روی یک شبکه اطلاع رسانی یا روی اینترنت هستند ، رسانه های دیجیتال : رسانه هایی هستند که تبادل یا انتشار محتوا در آنها ، تنها به کمک ابزارهای مجهز به پردازشگر دیجیتال میسر باشد [۱] .

۱-۳- حوزه ی عملکرد رسانه ها: حوزه ی عمل رسانه ها را می توان از ابعاد انسانی و جغرافیایی در فرایند ارتباطات مورد توجه قرار داد (الف) از بعد انسانی : در این فرایند ، ارتباطات از حالت میان فردی آغاز و پس از سیر صعودی و فراگیر ، به گروهی و نهایتاً همگانی منتهی می شود . رسانه هایی که قادر به ایجاد ارتباطات از نوع همگانی باشند ، رسانه های همگانی (عمومی) تلقی خواهد شد . (ب) از بعد جغرافیایی و مکانی : در این فرایند ، ارتباطات از مرحله محلی آغاز و پس از گذر فراگیر به مرحله ی فراملی رسیده و نهایتاً جنبه ی جهانی می یابد [۲] .

۱-۴- تحولات عمده ی اطلاع رسانی و ضرورت آموزش سواد رسانه ای: « آموزش سواد رسانه ای » که عبارتست از : شناخت اطلاعاتی و بیان نقاط قوت و ضعف رسانه ، تکنیک ها و تاثیرات آن ؛ دربرگیرنده ی فرآیندهای شناختی متعددی است که برخی از آنها عبارتند از : سبک های زندگی مصرفی که در رسانه ها اشاعه می یابند ؛ اختلافات و اغراض سیاسی و ایدئولوژیک پنهان در محتوای رسانه ها ؛ آثار و پیامدهای اخلاقی ، اجتماعی و فرهنگی محتوای رسانه ها ؛ شرایط و مناسبات مادی تولید محتوای رسانه ها مثل آگهی های تجاری در جهت تامین منافع اقتصادی و کسب سود صاحبان سرمایه ؛ بازنمایی های منفی اقلیت های فرهنگی ، قومی ، قومی ، جنسیتی و نژادی در رسانه ها . امروزه با توجه به ارائه ی منابع اطلاعاتی بی شمار از سوی رسانه ها و نقش روزافزون آنها در شکل دهی و انتقال ارزش ها ، نیز افزایش میزان استفاده از انواع رسانه ، مهارت های پردازش اطلاعات جدید و بازیافت اطلاعات ذخیره شده و تجهیز مخاطبین به ابزار درک و پردازش پیام ها و آموزش اطلاعات رسانه ای ، امری اساسی خواهد بود [۳] .

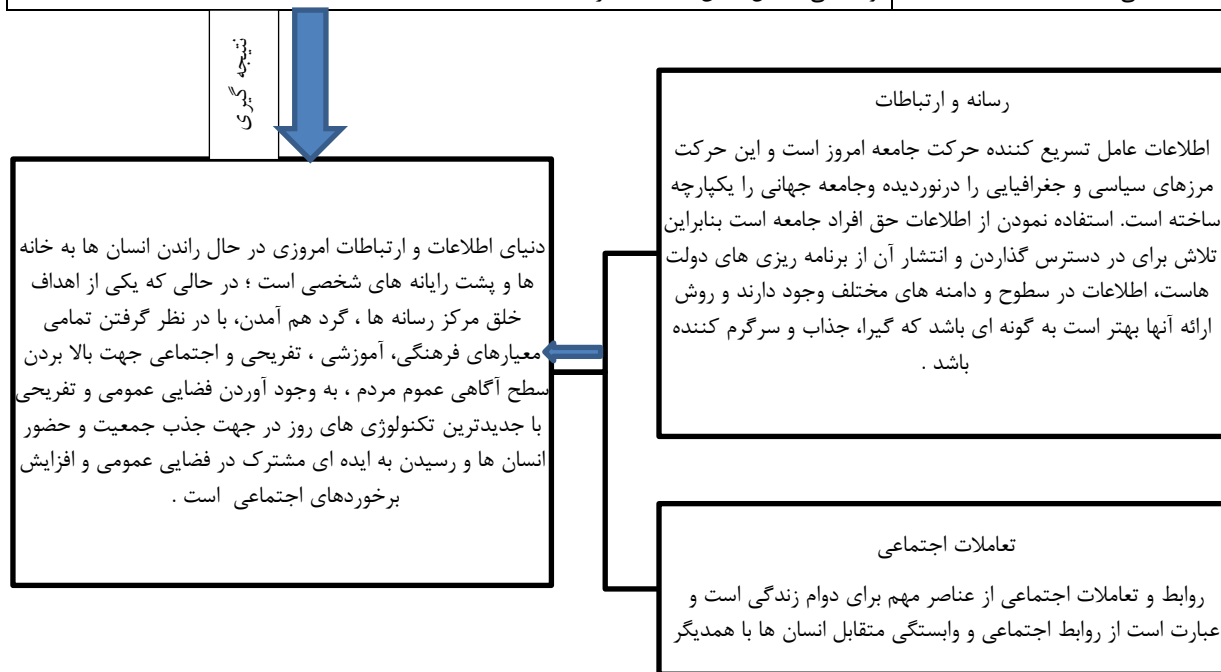
۱-۵- انسان ، موجودی اجتماعی: چنانکه تاریخ تمدن نشان می دهد ، موجود واحدی به نام انسان وجود ندارد ، بلکه گروه های انسانی مختلف در خشکی های زمین پراکنده شده و دسته های متفاوت گوناگونی به وجود آورده اند [۴] به نظر می رسد تحلیل های جامعه شناسی را باید در نقطه تلاقی فرد و جامعه ، جستجو کرد . انسان به عنوان گودال کوچکی است که از جویبارهای متعدد تغذیه شده و ایفاگر نقش های گوناگون است ؛ او آنچه را که در بیرون از وی وجود دارد در خود جای می دهد و آن را درونی ساخته و به بخشی از شخصیت فردی خود تبدیل می کند . در واقع نحوه رفتارهای متغیر فردی ، انسانی را مشخص می کند که انسان تجربه ی روزمره ماست ؛ انسان اجتماعی [۵] .

۱-۶- اجتماعی شدن انسان : اجتماعی شدن یک فرآیند یادگیری است و سبک های کنترل یا هدایت اعمال را در بر می گیرد . در جوامع امروزی ، اجتماعی شدن بیش از پیش در یک زمینه کوچک خانوادگی رخ می دهد و پس از آن کودک به تدریج وارد جامعه می شود . از آنجا که محیط فرهنگی که انسان در آن متولد می شود و رشد می کند بر رفتار او تاثیر می گذارد ، ممکن است به نظر برسد که هیچ گونه فردیت یا اراده آزادی برای انسان باقی نمی ماند . ممکن است به نظر برسد که به قالبهای پیش ساخته ای که جامعه فراهم کرده ، ریخته شده است . اما نظری اساساً نادرست است ؛ اجتماعی شدن مبنای آزادی و فردیت انسان نیز هست ، در جریان اجتماعی شدن ، هر انسان ، یک حس هویت شخصی و توانایی اندیشه و عمل مستقل پیدا می کند [۶] . این فرآیند ، مسیر تکامل فرد و جامعه است . در حس ما بودن ، اعتماد و انسجامی وجود دارد که به جامعه جهت گیری می دهد و ارزش های فرهنگی از طریق اجتماعی شدن از نسلی به نسل دیگر منتقل می شوند [۷] .

۱-۷- ارتباط اجتماعی : کارهای عادی زندگی روزانه که انسان را در کنش متقابل چهره به چهره و کم و بیش دائمی با دیگران درگیر می کنند ، قسمت اعظم فعالیت های اجتماعی او را تشکیل می دهند در حیطه روابط اجتماعی است که فرد ، خود را نه تنها در مقابل فردهایی ، بلکه در سیطره ی روابط میان این فردها می آزماید [۸] و غالباً در تعامل با دیگران است که توانایی های خود را می شناسد ، به خلق معانی می پردازد و هویت خود را می سازد [۹] . فعالیت هایی چون تعامل با دیگران و مشاهده ی فعالیت های مردم ، با به وجود آوردن زمینه های اجتماعی شدن و اجتماع پذیری ، به رشد فردی انسان کمک می کند [۷] . ارتباط ، تبادل ، کنش ها و واکنش هاست که انسان را با زیستگاهش به تعادلی ارضاءکننده می رساند و آدمی توازن خویش را با محیط در ارتباط فیزیکی و روانی و مادی و معنوی می یابد . در گذشته ، روابط اجتماعی ، عمدتاً به روابط چهره به چهره محدود می شد ، ساخته های فرهنگی هم به ندرت در بیرون از قلمرو محدود زندگی اجتماعی رواج می یافت . دگرگونی های فرهنگی ، بسیار ناچیز بود و نیاز هویتی انسان ها ، تامین می شد . اما هر قدر جامعه از سادگی به سوی بغرنجی پیش می رود ، ارتباطات انسانی نیز اشکال پیچیده تری به خود می گیرد [۱۰] .

جدول شماره (۱) مفاهیم

مفاهیم	
تعریف رسانه	رسانه ، حامل یا واسطه پیام است
انواع رسانه	رسانه های سنتی، رسانه های الکترونیک، رسانه های دیجیتال
حوزه عملکرد رسانه ها	از بعد انسانی: میان فردی- گروهی - همگانی از بعد جغرافیایی: محلی- فراملی- بین المللی - جهانی
تحولات عمده اطلاع رسانی و ضرورت آموزش سواد رسانه ای	شناخت اطلاعاتی و بیان نقاط قوت و ضعف رسانه ، تکنیک ها ، تاثیرات آن و دربرگیرنده ی فرآیندهای شناختی متعددی است .
انسان موجودی اجتماعی	انسان آنچه را که در بیرون از وی جای دارد در خود جای می دهد و آن را درونی ساخته و به بخشی از شخصیت فردی خود تبدیل می کند.
اجتماعی شدن انسان	اجتماعی شدن مبنای آزادی و فردیت انسان نیز هست ، در جریان اجتماعی شدن ، هر انسان ، یک حس هویت شخصی و توانایی اندیشه و عمل مستقل پیدا می کند .این فرآیند ، مسیر تکامل فرد و جامعه است
ارتباط اجتماعی	وابستگی متقابل انسان ها با یکدیگر



منبع : نگارنده

۲- مبانی نظری

۲-۱- نظریه ی دهکده ی جهانی و مسطح بودن جهان مک لوهان : مارشال مک لوهان^۳ استاد دانشگاه تورنتو و نظریه پرداز حوزه ی ارتباطات ، که نظریه ها و کتب معروف متعددی در باب رسانه ها ارائه کرده ؛ با جمله ی قصار « رسانه ، پیام است »^۴ به شهرت رسیده است منظور از این عبارت اینست که : پیامی که از سوی هر شکل ارتباطات فرستاده می شود ، عمیقاً تحت تاثیر رسانه ایست که آن را می فرستد . مک لوهان دنیای امروز را « دنیای الکترونیک » می داند و معتقد است : « محیط الکترونیکی عصر حاضر » تصویر قدیمی فضایی را که سال هاست به آن خو گرفته ایم را نامطبوع و بی ارزش خواهد ساخت . در دنیای الکترونیک ، حوادث ، اشیا و موجودات در هم

^۳ Marshall McLuhan (1911-1980, Canada)
^۴ The medium is the message

فرو می روند و با هم رابطه ای تنگاتنگ می یابند ؛ تمایزات از بین می رود ، شباهت ها خودنمایی میکند و بدین ترتیب محیط جدید به وجود می آید : محیطی که می توان آن را یک « دهکده جهانی » نام گذاری کرد^۵

رسانه ها جهش اطلاعات را در پی دارند و جهان بزرگ را روز به روز کوچکتر می کنند . در نتیجه افراد این جهان ، چه بخواهند و چه نخواهند در یک قبیله ی کوچک جهانی یا یک دهکده ی جهانی خواهند زیست ؛ دهکده ای بدون فواصل زمانی و مکانی که در آن رفتار هیچ گروهی از بقیه پنهان نیست . وی همچنین در نظریه ی مهم دیگرش به نام « تاثیر رسانه ها » می گوید : « رسانه ها هر عمل و شیوه ی رفتاری را به جامعه القا می کنند ... رسانه ها درک ما را تثبیت کرده و تجارب را شکل می دهند ... رسانه ها دنیای ما را یکپارچه می سازند » [۳]

تئوری های مک لوهان مبنی بر اینکه رسانه یک پیام است ؛ فرهنگ و جامعه را به هم مرتبط می سازد . موضوع مورد بحث تضاد بین فرهنگ های شفاهی و فرهنگ چاپ است .^۶

۲-۲- نظریه تاثیر مارپیچ سکوت^۷: این نظریه برای رسانه های همگانی در تاثیرگذاری بیش از سایر نظریه ها قدرت قائل است . الیزابت نوئل نیومن ، جامعه شناس آلمانی ، پایه گذار این طرح است . ایده ی اساسی و پایه ی این مدل آن است که اکثر افراد کوشش می کنند که از داشتن یک نگرش و باور به صورت منزوی و تنها اجتناب کنند . بنابراین ، فرد به محیط اطرافش آن چنان نگاه می کند که پیامزد کدام نظریات ، حکمفرما ، شایع و غالب است یا قدرت را در دست دارد و کدام نظریات کمتر مسلط یا رو به زوال است . اگر فردی معتقد باشد که نظریات شخصی او در یک رده عقب تر قرار دارد ، کمتر رغبتی برای بیان آن خواهد داشت فقط به این دلیل که از انزوا می ترسد . بنابراین ، تسلط بر افکار ، برای نیل به این مقصود کمک می کند [۱۱] .

در این نظریه متوجه می شویم که نقش رسانه های جمعی از اهمیت خاصی برخوردار است . چون این رسانه ها مرجعی هستند که افراد به آن توجه می کنند تا بتوانند توزیع افکار عمومی را بیابند . « رسانه های جمعی می توانند به سه طریق بر مارپیچ سکوت اثر بگذارند : (۱) رسانه ها تصورات افراد را راجعه به این که چه عقایدی مسلط است شکل می دهند ؛ (۲) رسانه ها تصورات مربوط به عقاید رو به افزایش را شکل می دهند ؛ (۳) رسانه ها تصوراتی را شکل می دهند راجعه به این که شخص چه عقیده ای را می تواند در افکار عمومی ابراز کند ، بدون این که منزوی شود . » [۱۲] .

۲-۳- نظریه تاثیر اشاعه نوآوری^۸ ؛ جریان چند مرحله ای ارتباط : نظریه اشاعه ، فرایند اجتماعی نوآوری (ایده های جدید ، شیوه های عملی جدید و استفاده از وسایل و ابزارهای جدید ، هدف های جدید) و چگونگی دست یابی به آن و نحوه ی گسترش آن به تمامی یک نظام اجتماعی را بررسی می کند . در این مورد اورت راجرز از صاحب نظران علوم ارتباطات ، نوآوری را به عنوان یک ایده ، عمل ، هدف ، وسیله و یا تطبیق پیدا کردن با وضعیتی متغیر که شخص آن را نو و جدید تصویر می کند ، تعریف کرده است . اشاعه نوع خاصی از ارتباط است که به گسترش نوآوری معطوف می شود . در جریان دو مرحله ای ارتباط ، رهبان افکار و پیروان آنها در خیلی از جهات به هم شبیه هستند . در اشاعه ، به این شباهت " هم رنگی " ^۹ گفته اند ، یعنی درجه ی شباهت هر دو نفری که با هم در کنش متقابل و تعامل هستند و در بعضی از خصوصیات مثل عقاید ، ارزش ها ، آموزش یا موقعیت اجتماعی شبیه هم هستند . اما در اشاعه ی نوآوری ، " ناهم رنگی " ^{۱۰} وجود دارد . ناهم رنگی یعنی درجه ی تفاوت و اختلاف بین هر دو نفری که در تعامل هستند معمولاً در اشاعه نوآوری ها درجه ی بالایی از ناهم رنگی بین منبع و دریافت کننده دیده می شود ، چون افکار و ایده های جدید اغلب توسط افرادی ایجاد می شود که کاملاً با دریافت کننده متفاوت هستند و همین تفاوت مشکلاتی در ایجاد یک تعامل و ارتباط اثربخش به وجود آورد [۱۳] .

^۵ www.communicationage.blogfa.com تاریخ برداشت ۱۳۹۵/۶/۳۰

^۶ www.vista.ir تاریخ برداشت ۱۳۹۵/۶/۳۱

^۷ The spiral of silence

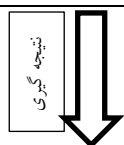
^۸ Diffusion

^۹ Homophily

^{۱۰} Heterophily

جدول شماره ۲) مبانی نظری

نظریه	ویژگی نظریه
نظریه ی دهکده ی جهانی و مسطح بودن جهان مک لوهان	رسانه ها جهش اطلاعات را در پی دارند و جهان بزرگ را روز به روز کوچکتر می کنند. در نتیجه افراد این جهان، چه بخواهند و چه نخواهند در یک قبیله کوچک جهانی خواهند زیست؛ دهکده ای بدون فواصل زمانی و مکانی.
نظریه تاثیر ماریپیچ سکوت	۱) رسانه ها تصورات افراد را راجعه به این که چه عقایدی مسلط است شکل می دهند ؛ ۲) رسانه ها تصورات مربوط به عقاید رو به افزایش را شکل می دهند ؛ ۳) رسانه ها تصوراتی را شکل می دهند راجع به این که شخص چه عقیده ای را می تواند در افکار عمومی ابراز کند ، بدون این که منزوی شود
نظریه تاثیر اشاعه نوآوری ؛ جریان چند مرحله ای ارتباط	نوع خاصی از ارتباط است که به گسترش نوآوری (ایده، عمل ، هدف ، وسیله)



فناوری اطلاعات قوه ی تفکر انسان را توسعه می دهد ، تمام جهان را به هم متصل می کند ، مردم جهان را به یکدیگر نزدیک می کند و از پیچیدگی های دنیا می کاهد و بر فرآیند اجتماعی تاثیر و موجب نوآوری می شود، ایده های جدید، شیوه های عملی جدید و استفاده از وسایل و ابزارهای جدید .

منبع : نگارنده

۳- بررسی نمونه های موردی

۳-۱- سندای مدیاتک^{۱۱} : معمار: تویو ایتو^{۱۲} ، مکان: سندای، ژاپن

طراحی مدیاتک از سال ۱۹۹۴ میلادی آغاز شد. در آغاز طراحی، هدف ساخت یک مجموعه چند منظوره متشکل از کتابخانه، گالری، مرکز رسانه ای بینایی که شامل سرویس های یاری رسانی برای افرادی با مشکلات بینایی و شنوایی، بود. متعاقباً، موضوع طرح تغییر یافت و بجای اینکه فقط یک موسسه چند منظوره باشد، حیطه عملکرد های آن بسیار وسیع تر شد و به آن این اجازه داده شد تا بعنوان یک "مدیاتک" علاوه بر هدف های قبلی، نیاز های کاربران مختلف و محیط های اطلاعاتی متغیر را پاسخگو باشد. "سندای مدیا تک" می تواند فرم های مختلف رسانه را بدون اینکه به شکل یا نوع آنها محدود شود، جمع آوری کرده و در معرض نمایش قرار دهد. این موسسه عمومی قرن ۲۱، می تواند از طریق عملکرد ها و سرویس دهی های مختلفش، نیازهای فرهنگی و آموزشی کاربران را پاسخگو باشد. این مجموعه، مرکزی برای فعالیت در زمینه هنر و فیلم است که به عموم این اجازه را می دهد تا آزادانه اطلاعاتشان را با یکدیگر از طریق رسانه های مختلف، مبادله کنند و بیاموزند که چگونه از آن اطلاعات استفاده کنند^{۱۳}.

۳-۲- کتابخانه مرکزی سیاتل ، OMA : "رم کولهااس"^{۱۴} در طرحهای اولیه خود که برای کتابخانه مرکزی جدید برای شهر سیاتل ارائه می کند علاوه بر در نظر گرفتن فضاهای رایج برای کتابخانه ، او سالی را در طبقه همکف ساختمان در نظر می گیرد و تاکید می کند که « این اتاق نشیمن ، از آن کل شهر است »

کولهااس اندیشه های خود را اینگونه بیان می کند : « نقش فزاینده کتابخانه به عنوان نهاد اجتماعی و فراتر از یک مرکز ویژه گردآوری کتاب های گوناگون » است . او طراحی لابی اصلی را با ایده ی « یک نشیمن برای شهر » انجام می دهد . در واقع این فضاها هویت زمانی

^{۱۱} Sendai mediatheque is a library in sendai, miyagi prefecture, japan. Completed in 2001 . (wikipedia)

^{۱۲} Toyo Ito (born: 1941 , Japan)

^{۱۳} www.archdaily.com تاریخ برداشت ۱۳۹۵/۷/۲۸

^{۱۴} Rem koolhaas

و مکانی متناسب با شرایط امروزی شهر ایجاد می کنند . در داخل ساختمان ، پنج جعبه مجزا در نظر گرفته شده که هرکدام خاص یک عملکرد هستند و رنگ آمیزی مخصوص به خود را دارند . بدین ترتیب در هر جعبه تنها به حل یک مشکل نیاز هست با تفکیکی مضاعف ، مسائل سازه ای و مکانیکی نیز در هر جعبه از هم جدا شده و سپس با توجه به برنامه ی کار با هم ترکیب شده اند و بدین ترتیب کارایی افزایش یافته و در بودجه اولیه و مخارج بعدی ساختمان نیز صرفه جویی کرده اند .^{۱۵}

۳-۳ کتابخانه و مرکز رسانه ای پکهام : کتابخانه و مرکز رسانه ای پکهام^{۱۶} ، طراح: ویلیام السوپ^{۱۷} ، مکان : لندن – انگلستان، سال ساخت : ۱۹۹۹

موقعیت سایت این پروژه به عنوان یک مکان استراتژیک برای طراحی این مرکز رسانه ای به حساب می آید. این پروژه کمی دورتر از مرکز شهر و نزدیک به کلیسای جامع شهر واقع شده است. در سرتاسر این منطقه هنرستان های موسیقی زیادی قرار دارد که از سال ۱۹۹۰ مشغول به کار هستند. به همین دلیل، شرایط ساخت چنین مرکزی برای این منطقه مناسب است.

این ساختمان با نمایی برجسته و فرمی دلپذیر و مینیمال، جلوه ای زیبا از یک مرکز رسانه ای را به نمایش گذاشته است. عقب نشینی ضلع شمال این پروژه به دلیل درخت کهنسال و محل گذر، کانسپت زیبایی را خلق کرده و با رعایت احترام نسبت به یکی از نشانه های اصلی سایت پلان (درخت کهنسال)، یکی از اولویت های طراحی را انجام داده است.^{۱۸}

۳-۴ کتابخانه و مرکز آموزش دانشگاه اقتصاد و تجارت : کتابخانه و مرکز آموزشی دانشگاه اقتصاد وین در راستای پروژه گسترش فضاهای دانشگاه اقتصاد وین طراحی و ساخته شده است. در سال ۲۰۰۸ با برگزاری مسابقه ای بین المللی مراحل ساخت کتابخانه شروع شد و در حضور معماران بزرگی همچون "پیتر کوک"، "هیتوشی آبه" و "کارمه پینوس"، طرح ارائه شده از گروه معماری "زاها حدید" انتخاب شد تا مراحل ساخت کتابخانه و مرکز آموزشی دانشگاه اقتصاد وین شروع شود و در سال ۲۰۱۳ در مساحت ۲۸۰۰۰ متر مربع به پایان برسد. این بنای جدید، مانند بسیاری از کار های زاها حدید، بنایی است با گوشه های تیز که در مرکز دانشگاه خودنمایی می کند؛ به عبارت دیگر، طرح جدید، مانند مکعبی است که در آن هم گوشه های تیز مایل و هم گوشه های استوار و عمودی دیده می شود. بیشترین طول در این ساختمان ۱۳۶ متر، بیشترین عرض ۷۶ متر و حداکثر ارتفاع، ۳۰ متر است (این ساختمان در ۵ طبقه اجرا می شود).^{۱۹}

۳-۵ مرکز رسانه خلاق «ران ران شاو»: معمار نیویورکی لهستانی «دانیال لیبسکیند» ، کار مرکز رسانه ای برای دانشگاه شهر هنگ کنگ را در سال ۲۰۱۱ به اتمام رساند . ساختمان مرکز رسانه ی خلاق «ران ران شاو» جایگاه آزمایشگاهها ، آمفی تئاتر ها و کلاس های درس برای موضوعات مرتبط با مهندسی کامپیوتر و فن آوری رسانه ها در این مجموعه است . این دانشگاه تمهیداتی را فراهم آورد که برای اولین بار در آسیا ، به ارائه ی بالاترین سطح آموزش و پرورش در زمینه رسانه های خلاق پرداخته شود . استودیوی لیبسکیند پس از طراحی ، با همکاری شرکت معماری یا شهرت جهانی «لی و اورنج»^{۲۱} ، امور ساخت و ساز پروژه را بر عهده گرفت .^{۲۲}

^{۱۵} www.arthut.co/library/item/564-seattle-central-library تاریخ برداشت ۱۳۹۵ / ۸ / ۶

^{۱۶} Peckham library is a library and community building situated in peckham in south-east London . it was designed by Alsop and won the stirling prize for architecture in 2000.
^{۱۷} Will Alsop (born: 1947 , UK)

^{۱۸} <http://www.arel.ir/fa/News-View-2497.htm> تاریخ برداشت ۱۳۹۵ / ۸ / ۵

^{۱۹} www.worldarchitecture.blogfa.com تاریخ برداشت ۱۳۹۵ / ۷ / ۵

^{۲۰} The Run Run shaw creative media centre

^{۲۱} Leigh & orange architects , founded in hong kong in 1874

^{۲۲} www.etoood.com تاریخ برداشت ۱۳۹۵ / ۶ / ۳۱

۳-۶_ کتابخانه و مرکز اطلاع رسانی شهرداری اصفهان: کتابخانه مرکزی و مرکز اطلاع رسانی شهرداری اصفهان، به عنوان اولین مرکز چند رسانه‌ای در شهر اصفهان و با زیربنایی بالغ بر ۱۲۰۰۰ مترمربع در پنج طبقه احداث شده و نمای خارجی آن مکعب شکل است. لازم به ذکر است این مرکز با ویژگی‌های منحصر به فرد خود، روزانه پاسخگوی نیاز بیش از ۲۰۰۰ نفر از شهروندان است. کتابخانه مرکزی سعی دارد همگام با آخرین پیشرفت‌ها و دستاوردها در زمینه خدمات کتابخانه‌ای و فناوری اطلاعات، بیش از پیش در خدمت به شهروندان، مراجعین و علاقه‌مندان به کتاب و اطلاعات باشد. امکانات این کتابخانه شامل: حوزه کتابخانه ای ، حوزه وب و دیجیتال ، حوزه خدمات جنبی و توسعه فرهنگ مطالعه است .^{۲۳}

۳-۷_ کتابخانه ملی ایران: موقعیت : تهران-ایران، معمار: مهندسین مشاور پیراز ، سال ساخت: ۲۰۰۳ (۱۳۸۳) . هفتم مرداد ۱۳۷۴ ، هیئت داوران مسابقه وزارت مسکن و شهرسازی برای طراحی کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران از مجموع ۵ طرحی که ارائه شده بود، طرح **مهندسان مشاور پیراز**^{۲۵} را برگزیدند.

اهداف پروژه : ۱- ایجاد فضاهایی سرزنده و پویا با کیفیات فضایی متنوع و مطلوب، متکی بر مفهوم کتاب ، پژوهش و تکنولوژی ، ۲- ساخت مجموعه ایی که علاوه بر حفظ شخصیت و مفهوم سنتی کتابخانه ها ، جلوه گر تکنولوژی مدرن باشد ، ۳- هماهنگ سازی کتابخانه با تغییرات و تحولات آتی و در نظر گرفتن خدمات ویژه در استفاده از کتابخانه های مجازی ، ۴- اهمیت دادن به جایگاه و کارکرد کتابخانه به عنوان مکانی برای تلاقی افکار و اندیشه ها ، ۵- ساخت مجموعه ای ماندگار و فراتر از زمان ، ۶- ساخت کتابخانه های مردمی و پاسخگو به نیازهای کلیه ی گروه های اجتماعی.^{۲۶}

۳-۸_ فرهنگ‌سرای شفق : فرهنگ‌سرای شفق، یکی از فعال ترین فرهنگ سراهای تهران است که در پارک شفق احداث شده است. ساختمان های داخلی آن طی سالهای ۱۳۴۵ تا ۱۳۴۸ توسط شهرداری تهران احداث شد. این فرهنگ سرا در پی هویتی شدن فرهنگ سراهای تهران در سال ۱۳۸۰ با هویت دانشجو به " فرهنگ سرا دانشجو " تغییر نام داد و تا تیر ماه ۱۳۸۸ با این نام به فعالیت خود ادامه داد. از این تاریخ و در پی محلی شدن دوباره فرهنگ سراها این مجموعه به " فرهنگ سرا شفق " تغییر نام داد و هم اکنون با این نام مشغول به ارائه خدمات به شهروندان است.^{۲۷}

جدول شماره ۳) بررسی نمونه های موردی

نمونه مورد مطالعه	نکات مثبت	نکات منفی
مدیاتک سندی 	_ معماری شفاف و روشن _ پلان آزاد و فضاهای سیال _ استفاده از سه عنصر صفحه ، لوله و پوسته باعث شده تا ساختمان یکپارچه و طبقات مختلف آن با یکدیگر پیوند بخورد _ تونل هایی برای نور، تهویه هوا و قابلیت حرکت عمودی _ تلاش می کند در تقابل با جامعه و با محیط سیستمی باز را به نمایش بگذارد _ فضای گالری دارای دیوارهای متحرک _ مبلمان در رنگ های تند و در تضاد با مصالح	

^{۲۳} <http://www.isfahancity.blogfa.com/category/98> تاریخ برداشت ۱۳۹۵ / ۶ / ۵

^{۲۴} National library of iran is located in Tehran , iran and was designed by pirraz architects in 1994 for an international competition. It was completed and merged to the national library and archives organization of iran in 2003 .

^{۲۵} Pirraz consulting planners

^{۲۶} www.pirraz.com تاریخ برداشت ۱۳۹۵ / ۷ / ۲۵

^{۲۷} www.proje.honarmemar.com/memari تاریخ برداشت ۱۳۹۵ / ۷ / ۲۸

_ به علت حرکت در ارتفاع مانع دید و منظر اطراف پروژه شده است .	_ این پروژه با ایده " یک نشیمن برای شهر " طراحی شده است بنابراین با شهر در ارتباط است . _ پلان آزاد و فضاهای چندعملکردی. _ استفاده از ۵ صفحه مجزا با رنگ آمیزی مخصوص به خود برای هر عملکرد خاص در داخل ساختمان _ استفاده از ستون های رنگی برای دعوت کنندگی بیشتر _ فرم های مختلف ستوان ها مسیرهای مختلفی را نشان می دهد . _ طراحی مجموعه به عنوان نهاد اجتماعی _ توجه به نور طبیعی و سایه اندازی در فضاهای داخلی	کتابخانه مرکزی سیاتل 
	_ احترام به یکی از نشانه های اصلی سایت پلان یعنی درخت کهنسال در طراحی . _ ضلع شیشه ای و شفاف _ پلان آزاد و چندعملکردی _ موقعیت اجتماعی مناسب سایت پلان	کتابخانه و مرکز رسانه ای پکهام 
_ سنگینی کنسول قوی و بزرگ به دلیل کنتراست رنگ با حجم زیرین و استفاده از گوشه های تیز از لحاظ بصری	_ پلان آزاد و چندعملکردی. _ وجود آتریوم میانی در فضای داخلی که فضایی روشن و باز را ایجاد کرده است . _ استفاده از عناصر هوشمند مانند پنل های خورشیدی در نماها برای استفاده بهینه از انرژی طبیعی _ توجه به دعوت کنندگی مخاطب _ جایی که تبادل ایده ها در آن اتفاق می افتد، یک فضای پر از برخورد و برقراری رابطه در زمانی واحد . _ استفاده از خطوط منحنی جهت نشان دادن مسیرها و تفکیک فضاها	کتابخانه و مرکز آموزش دانشگاه اقتصاد و تجارت وین 
_ حجم ساختمان متشکل از چند ضلعی های سفیدرنگ به فرم های نامنظم و شیب دار با زوایای تند و به ظاهر نامشخص از درون یکدیگر برآمده. _ استفاده از خطوط با زاویه تند و نامنظم در فضاهای داخلی	_ طراحی متمایز ، بلورین و شفاف جداره ها _ نوارهای براق در اطراف قسمت بیرونی ساختمان پیچیده شده ، نوارهایی از باریکه های نور طبیعی در سراسر سقف داخلی است جهت ارتقاء روح مکان بی حد و حصر و تفکر خارج از فرم جعبه ای . _ ارتباط فضاهای داخلی از طریق شکافها و اتصالات _ راهروهایی بسیار گسترده تر و کلاس هایی بسیار صمیمانه تر برای گسترش مبادلات کاری و اجتماعی	مرکز رسانه خلاق ران ران شاو 
_ عدم توجه به طراحی داخلی و مبلمان فضاهای داخلی جهت جذب جمعیت	_ اصول معماری آن متناسب با شرایط اقلیمی شهر اصفهان بوده _ ایده معماری آن توده ای شفاف از فضاهای داخلی که در پوششی مشبک شکل قرار گرفته اند . _ توجه به خط آسمان منطقه تاریخی صفویه _ رعایت قواعد طراحی شهری چون ارزش های مصالح ساختمانی و رنگ و جزئیات ساختمان ، انطباق فضا با عملکرد ، یادآور دوران معاصر و دستاوردهای آن عواملی است که در طرح ونمای ساختمان رعایت شده است .	کتابخانه و مرکز اطلاع رسانی شهرداری اصفهان 

– عدم یادمان گرایی و نمادپردازی – استفاده‌ی بیش از حد از سطوح بتنی نمایان و سطوح سفیدرنگ در طراحی داخلی کتابخانه، فضایی سرد و یکنواخت و بدون تنوع رنگی را به وجود آورده است که یادآور فضاهای مدرنیستی است و انتظاری را که از کتابخانه و گرمی و متنوع بودن فضاهای داخلی آن داریم، برآورده نمی‌سازد.	– اهمیت دادن به انسان و تناسبات انسانی در کلیه ی فضاهای کتابخانه – عدم استفاده‌ی بیش از حد از پنجره و استفاده از مصالح آجری و سنگی در نماهای خارجی بر ویژگی‌های پست مدرنیستی بنا افزوده است. – استفاده از فرم زیگوراتی جهت نفوذ نور طبیعی به داخل تالارها ، استفاده از ریتم و تکرار در ستون‌ها و استفاده از سرستون هایی که یاد آور طاق های با قوس جناغی است. – استفاده از حیاط‌های مرکزی متعدد، احساس حرکت در بافت‌های سنتی شهرهای ایرانی را تداعی می‌کند	کتابخانه ملی تهران 
– عدم دسترسی مطلوب و هماهنگی بین فضاهای داخلی	– رعایت تناسبات انسانی – استفاده از مصالح بومی – استفاده از ریتم و تکرار در نما – توجه به فعالیت های دانشجویی دانشجویان هنر – موقعیت مطلوب سایت که قشرهای مختلف مخاطبان را افزایش داده جهت افزایش روابط اجتماعی میان اقشار مختلف گروه های انسانی و ایجاد فضایی عمومی	فرهنگسرای شفق 

یافته ها و نتایج

گسترش صنعت اطلاع رسانی و همه گیر شدن استفاده از فناوری های اطلاعاتی که رواج آن در ایران هم توسعه ی زیادی یافته است به خصوص در میان جوانان باعث خانه نشین شدن استفاده کنندگان و به تبع آن کم رنگ شدن برخوردهای اجتماعی افراد می شود و این فرهنگ غنی که دست به دست تا به اینجا رسیده است انتقال آن به نسل بعدی با اشکال مواجه می شود . در این صورت مکان های عمومی برای استفاده از شبکه ها و ایجاد فضای شهری مناسب و جذاب برای جلب توجه استفاده کنندگان اهمیت بسیاری میابد . وجود چنین مکانی علاوه بر ارتقاء سطح علمی افراد ، بستر لازم را جهت افزایش برخوردهای اجتماعی ایجاد می کند.

بنابراین مولفه های تاثیرگذار جهت طراحی مرکز رسانه ها با رویکرد ارتقاء تعاملات اجتماعی عبارتند از: سازمان فضایی با خصوصیتی پویا و منعطف که بتواند مخاطب را در محیطی نامحدود و بی ثبات و با ساماندهی سیال رها سازد . البته منظور فضایی مجازی نیست ، بلکه مکانی است با فضا سازی نوین که می توان در آنجا قرار گرفت ، فعالیت های را انجام داد و با دیگران تعامل نمود ؛ و در حالی که دنیای انفورماتیک در حال راندن انسان ها به پشت رایانه های شخصی است ، یکی از اهداف این مراکز ، گرد هم آوری و حضور اجتماعی و افزایش تعاملات اجتماعی و رسیدن به ایده های مشترک است _ طراحی مناسب فضا در جهت تبدیل مراکز اطلاع رسانی به مکان های عمومی برتر و تخصصی ؛ که رعایت همه ی اصول طراحی صوری مانند ریتم ، مقیاس ، تعادل و توازن ، همچنین کلیه ی مبانی طراحی مفهومی مانند اصول رفتار در محیط ، مسیریابی ، خوانایی و ... به عنوان شالوده های زیربنایی ، منزلت خود را در این طراحی حفظ خواهند کرد _ شفافیت و تقابل با جامعه و فضای شهری و القای حس سبکی و نمایش صداقت _ توجه به مقیاس و تناسبات انسانی _ یک طرح منظم ترافیکی و تخصیص فضا که باعث ایجاد فضایی پر پیچ و خم و سردرگم نشود زیرا ترافیک زیاد و منحرف کننده ها مانعی در سر راه استفاده از ساختمان خواهد بود و باعث سردرگمی و اتلاف وقت خواهد شد _ توجه به بحث نور و تهویه هوا در فضاهای داخلی _ توجه به دعوت کنندگی مجموعه و ارتباط و تعامل بصری و کارکردی با اطراف ، آن را به محلی پویا برای روبه رویی و تعامل اجتماعی تبدیل کرده و افزایش کیفیت فضایی و عملکردی می باشد .

جدول شماره ۴) نتایج و یافته

موقعیت مکانی مناسب پروژه (در جوار فضاهای آموزشی و فرهنگی و فضاهای عمومی شهری)	شفافیت و تقابل با جامعه و فضای شهری	تغییرپذیری، نرمی و انعطاف پذیری فضاها	پلان آزاد و چند عملکردی	ارتباط و تعامل کارکردی و بصری با اطراف	یک طرح منظم ترافیکی و تخصیص فضا
رعایت مقیاس و تناسبات انسانی	استفاده از نور طبیعی در جهت ارتقاء روح مکان	برقراری رابطه در زمانی واحد و جایی که تبادل ایده ها در آن اتفاق یافتد جهت گسترش مبادلات کاری و اجتماعی و تعاملات اجتماعی در چرخه آن باشد	طراحی مبلمان در فضاهای اجتماعی که اجتماع پذیر باشند	توجه به دعوت کنندگی مجموعه در طراحی	

منبع : نگارنده

مراجع

مراجع فارسی

- [۱] _ حمزه لو ، سارا ، ۱۳۹۰ ، طراحی مرکز رسانه های دیجیتال تهران ، استاد راهنما : دکتر آزاده شاهچراغی ، استاد مشاور: دکتر سیروس باور ، پایان نامه کارشناسی ارشد ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران ، دانشکده هنر و معماری.
- [۲] _ بالازاده ، حامد ، ۱۳۸۶ ، « رسانه ، ادراک ، فضا (مرکز تجارب فناوری رسانه های تهران) » ، استاد راهنما : دکتر کاوه بذرافکن ، استاد مشاور : دکتر داراب دیبا ، پایان نامه کارشناسی ارشد ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز ، دانشکده هنر و معماری .
- [۳] _ دارابی ، علی ، ۱۳۹۰ ، « درآمدی بر جامعه شناسی ارتباطات ، فرهنگ و رسانه »، تهران : انتشارات جهاد دانشگاهی .
- [۴] _ آریان پور ، اح ، ۱۳۵۴ ، اجمالی درباره جامعه شناسی هنر ، چاپ سوم ، تهران: انتشارات دانشگاه تهران .
- [۵] _ دارندرف، رالف ، ۱۳۷۷، انسان اجتماعی ، مترجم: غلامرضا خدیوی ، تهران : انتشارات آگه .
- [۶] _ گیدنز ، آنتونی ، ۱۳۸۳ ، جامعه شناسی ، ترجمه: منوچهر صبوری ، چاپ سیزدهم ، تهران: غزال .
- [۷] _ لنگ ، جان ، ۱۳۸۱ ، آفرینش نظریه معماری : نقش علوم رفتاری در طراحی محیط ، ترجمه: علیرضا عینی فر ، تهران : انتشارات دانشگاه تهران .
- [۸] _ حامی ، پریسا و علی شیخ الاسلام ، ۱۳۷۷ ، پایان نامه کارشناسی ارشد ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان .
- [۹] _ تی وود ، جولیا ، ۱۳۷۹ ، ارتباطات میان فردی روانشناسی تعاملات اجتماعی ، مترجم : فیروز بخت نام ، تهران: انتشارات مهتاب .
- [۱۰] _ دادگران ، محمد ، ۱۳۷۹ ، مبانی ارتباطات اجتماعی ، چاپ سوم ، تهران: انتشارات فیروزه .
- [۱۱] _ محسنیان راد، مهدی ، ۱۳۷۴ ، ارتباط شناسی ، چاپ دوم ، تهران: انتشارات سروش .
- [۱۲] _ ورتسورین و جیمز تانکارد ، ۱۳۸۱ ، نظریه های ارتباطات ، ترجمه: علیرضا دهقان ، تهران: موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران .
- [۱۳] _ مک کویل ، دنیس ، ۱۳۸۲ ، درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی ، ترجمه : پرویز اجلالی ، تهران : وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی .

منابع غیر فارسی و سایت های اینترنتی URL

<http://www.arel.ir/fa/News-View-2497.htm>

<http://www.isfahancity.blogfa.com/category/98>

www.proje.honarmemar.com/memari

www.archdaily.com _

www.arthut.co/library/item/564-seattle-central-library

www.communicationage.blogfa.com

www.etoood.com

www.pirraz.com

www.vista.ir

www.worldarchitecture.blogfa.com