



دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

## عوامل موثر در افزایش تعاملات اجتماعی در هتل ها

(بر گرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد در دانشگاه شهاب دانش قم)

امیر سپه یار<sup>۱</sup>، محمد رحمانی قصبه<sup>۲</sup>

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد معماری در دانشگاه شهاب دانش قم

۲- دکتر، عضو هیئت علمی دانشگاه شهاب دانش در قم

Email: amir.sepahyar@yahoo.com

### چکیده

یکی از عواملی که بسیار در صنعت هتل داری موثر است و باعث رشد اقتصادی و جذب روز افزون مسافران و توریستان به هتل ها برای اسکان خود به دلایل های مختلف از قبیل تجارتي، مذهبی و یا گردشگران سیاحتی از تمام اقشار جامعه از کهن سالان تا جوانان و نوجوانان و همچنین گردشگرانی که از سرتاسر جهان به این هتل ها می آیند؛ روش ارتباط آن ها با یکدیگر و نیز چگونگی برقراری ارتباط بین آنها همواره مسئله ای مهم بوده است، قسمت ویژه ای از فرهنگ عمومی جامعه و از صریح ترین نمود تمایل و نیاز بشر به زندگی اجتماعی است، محیطی که از مجموعه برخوردها و روابط حضوری مردم با محیط عینی پیرامون، با خود و دیگران و حضور در محیط های اجتماعی شکل می گیرد و یکی از موضوعاتی که امروزه اهمیت زیادی پیدا کرده است. امروزه اساساً فضای شهری بعدی اجتماعی از تعریف فضای صرف شناخته می شود و از طرف دیگر همه انسان ها موجودات اجتماعی هستند و در تعامل با دیگران هویت می یابند و زندگی اجتماعی خود را شکل می دهند. فضای عمومی در شهرها، نیاز ذاتی شهروندان به برقراری روابط اجتماعی را فراهم می آورند. عرصه های عمومی فضای شهر و همچنین حوزه های همسایگی تأثیر بسزایی بر حالات روحی و تعاملات اجتماعی افراد دارند و در صورتیکه تحت نظارت شهروندان باشند عامل بسیار مهمی در جهت ایجاد روابط پایدار اجتماعی هستند ما در این مقاله با روش تحلیلی-توصیفی به بررسی این موضوع میپردازیم که آیا افزایش تعاملات اجتماعی در روند رو به رشد صنعت هتلداری موثر است و یا نه؛ همچنین عواملی را که باعث افزایش تعاملات اجتماعی میشود را مورد بررسی و تحلیل قرار می دهیم و در نتیجه راه حلی مناسب برای این موضوع ارائه می دهیم.

**کلمات کلیدی:** تعاملات اجتماعی، هتل پنج ستاره، برقراری ارتباط، پایداری اجتماعی، شهر مقدس قم، توریست های سیاحتی و زیارتی

### ۱- مقدمه:

با بررسی این که امروزه فضاهای عمومی نقش بسیار مهمی در شکل دهی اجتماع دارند و اینکه هنجار های مختلف را بوجود می آورند و همچنین باعث تکمیل و یا تغییر شخصیتی افراد می شوند باید این مسئله را مورد توجه داشت، که چگونه می توانیم راه حل هایی را ارائه دهیم که این ارتباط ها کنترل شده و نیز در جهت افزایش و نیز ایجاد کردن پروتکل هایی برای آن باشیم. چنین مسئله ای در صنعت هتل داری بسیار اهمیت پیدا میکند که چه عواملی باعث رشد و جذب بیشتر مسافر به هتل



## دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

می شود و از آنجا که از نظر اقتصادی یکی از راه های درآمد زایی جذب توریست هست نیاز به اسکان آنها در اولیت قرار می گیرد . با افزایش تعاملات اجتماعی ، ارتباط افراد با یکدیگر بیشتر می شود و این برقراری ارتباط باعث تبادل های مختلف از قبیل : تبادل های فرهنگی ، تبادل های مذهبی ، تبادل های علمی و نیز تبادل های تجاری و رونق در کشور میشود . از این رو با پرداختن به این موضوع و نیز آشنا شدن با فاکتور های مختلفی که در این امر به کمک انسان می آید ، می توانیم روش های مختلفی را برای افزایش تعاملات اجتماعی در هتل کشف و ابداع کنیم.

### ۲- مبانی نظری:

#### بیشینه ی تحقیق:

در مقالات متعددی به جنبه های مختلف این رویکرد پرداخته از جمله : افشارمنش و طیاری در سال ۱۳۹۵ در مقاله ای با عنوان بررسی طراحی فضای معماری با محوریت تعاملات اجتماعی به این مسئله پرداخته است او برای پاسخ از روش تحلیلی - توصیفی استفاده کرده است. او همچنین به اهمیت و جایگاه تعاملات اجتماعی پرداخته در فضا های شهری بیش از مدرنیسم ، مکان های عمومی مثل : میدان ها ، فروشگاه ها و بازار ها مکان هایی برای تعاملات و ارتباط های اجتماعی بوده اند و در واقع فضاهایی تشکبل شده از کنش و واکنش های اجتماعی تعداد بسیاری از انسان هایی که این ارتباط ها را امکان پذیر کرده اند ، نام برده می شود (افشار منش ، ۱۳۹۵).

همچنین، فضاهای باز باعث بوجود آمدن حس امنیت اطمینان خاطر به انسان ها کمک میرسانده و باعث ایجاد حس همدلی در مردم می شود ، و به این نتیجه رسیده است که امروزه امر تعامل در اجتماع همواره در جوامع مختلف جهان بسیار مورد توجه قرار گرفته است. با توجه به این امر و اینکه با مرور و بررسی تحقیقات موجود در این زمینه که رابطه مستقیم عملکردهای کلی اجتماع در مراکز گوناگون دارد پس با این دست از تحقیقات سعی بر آشنایی بیشتر با ابعاد گوناگون موضوع می گردد. (مدنی پور ۱۳۸۴)

در مقاله ای دیگر توسط BHZAD SIDAWI در سال ۲۰۱۲ با عنوان تأثیر تعامل اجتماعی و ارتباطات بر نوآوری در استودیوی طراحی معماری به اهمیت این مسئله پرداخته است. او برای پاسخ از روش تحلیلی - توصیفی و مشاهدات استفاده کرده است. او این مسئله را که تعاملات اجتماعی و همکاری بین طراحان و همچنین تأثیر فضای استودیوی معماری بر خلاقیت و نوآورانه بودن کارها دارد را مورد بررسی قرار داده است .

### ۳- بیان مسئله:

#### تعاریف:

تعاملات اجتماعی یعنی برقرار کردن ارتباط میان دو یا چند نفر می باشد که جنبه های مختلف دارد اینکه چگونه میتوانیم مکانی طراحی کنیم که تمام اقشار جامعه بتوانند از آن استفاده کنن . چگونه افراد بتوانند بایکدیگر در کار ها مشارکت کنند و همچنین بتوانند باکدیدگر ارتباط برقرار کنند از اهمیت و ضرورت این رویکرد این است که بتوانیم محیطی پویا ، شاداب و سرزنده داشته باشیم و اینکار مستلزم طراحی مناسب برای جذب تمام اقشار جامعه از کودکان تا کهن سالان و همچنین جذب توریست داخلی و خارجی باشد.

طراحی فضا و فراهم نمودن بهترین شرایط جهت ارتباط و تعامل مناسب بین کاربران اصلی آن یعنی انسان ها جامعه به صورت پیوسته یکی از نکات بسیار مهم تلقی می گردیده است که با ایجاد ارتباط صحیح بین این دو می توان فضای معماری مناسب را بوجود آورد. هدف از انجام این تحقیق آن است که با بیان و مرور برخی از ابعاد موضوع بتواند بیانگر گوشه ای از اهمیت این مولفه در جامعه و در نتیجه اعمال آن در طراحی فضاها باشد برقرار کردن ارتباط در تعامل اجتماعی می تواند یک مسئله ی



## دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

فیزیکی، یک نظر کردن و یا یک صحبت بین افراد باشد که خود نیازمند تعاریفی از وقایع و فعالیت های سازگار و در نتیجه شکل پذیری مردم در محیط و عضو شدن آن ها در گروه ها و فعالیت اجتماعی است.

هر فضا معماری بی تردید در مکان و فضای پیرامون خود شکل می گیرد. هتل نیز از این قانون جدا نبوده و ما در شکل دهی آن باید به بافت و موقعیت شهری آن توجه کنیم. پیروی از قوانین شهری و منطقه ای لازم الجراء می باشد. توجه داشتن به اقلیم از نکاتی است که ما را به سمت طرحی غنی و ابدی هدایت می کند. در هر جای دنیا پرداختن به صنعت از هر نوع آن اصولاً صرف نظر از اهداف اقتصادی و برآورد نیاز های داخلی و خارجی، هدف اصلی توسعه همه جانبه است. یکی از صنایع مهم، صنعت گردشگری و جهانگردی می باشد. ولی آنچه که این صنعت را با ویژگی هایش از سایر صنایع ها مستثنی می سازد، جنبه فرهنگی آن است چون که بیشترین مبادله ی فرهنگی در آن صورت می گیرد. سفر کردن از داخلی یا خارجی گرفته؛ به منظور سرگرمی و تنوع طلبی چه گذراندن وقت های آزاد، دید و بازدید و لوازم های کاری و... بخشی جدایی ناپذیر از زندگی اجتماعی مردم می باشد و با پیشرفت حمل و نقل و وسیله های نقلیه هوایی و دریایی و زمینی سفر بهتر و رونق بیشتر پیدا کرده است. (منشی زاده، ۱۳۸۹)

روابط بین اشخاص فرآیندی است که در آن شخص اطلاعات و عواطف خود را به وسیله ی پیام های کلامی و غیر کلامی (مثلاً ارتباط چشمی) به یک شخص یا اشخاص دیگر می رساند. این توانایی باعث تقویت رابطه گرم و با دیگران، نگه داری و حفظ و ارتقای سلامت روانی، رها کردن رابطه های ناسالم، برطرف کردن مشکلات و مسائل خود با دیگران و رفع متضاد ها می شود. همچنین در این چنین روابط نقش فرستنده و گیرنده های پیام بطور مداوم در حال جا به جا شدن است. روابط میان فردی یک تعامل گزینشی و نظام مند منحصر به فرد و روبه پیشرفت است که موجب خلق معانی مشترک بیت آنها می شود. (موسوی، ۱۳۹۲)

### ۴- فکتور های تعاملات اجتماعی:

افراد طبق منفعت های خود، ارتباط های اجتماعی خود را شکل داده و بر اساس خواسته های خود، هنجارها، به آن می پردازند. پس حالت حضور شخص در آن فضا به همراه افراد دیگر، عواملی محکم تر در تصمیمات افراد برای ماندن در آن فضا است.

#### • اقشار مختلف:

طبق این مبحث حتی ممکن است افراد در جستجوی محیط هایی که در آن، اشخاصی با ویژگی های مشابه آن ها از لحاظ مذهب، گروه اقتصادی، طبقه، درآمد، تحصیلات، الگوی زندگی و نحوه تربیت کودکان و نژاد شباهت وجود دارد، بشناسند. اما با آن که یکی بودن افراد، تشویق کننده ملاقات و بیشتر شدن تعامل با مکان های اجتماعی و فیزیکی در نتیجه بالا بردن وابستگی به آن مکان است، در عین حال فضاهای اجتماعی غیر همگن نیز فرصتی است تا افراد باهم بودن در مراحل اولیه این فرصت برابر را به سمت بوجود آوردن و برقراری رابطه های اجتماعی (حتی بسیار کم و سست) در اختیار همه ی مردم قرار می دهند.

#### • الگوهای زندگی:

تعاملات اجتماعی بر پایه منفعت های اشخاص شکل می گیرد و ارتباطات را سازماندهی می کند و نقشه ها و توقعات مشخص خود به آنها پرداخته می شود پس نحوه ای که افراد در آن معین ها حضور پیدا می کنند که به همراه اشخاص دیگر هستند یک فاکتور بسیار قوی برای ماندن فرد در آنجا است و در این سو افراد ممکن است به دنبال محیط هایی باشند که افرادی مشابه خود را از نظر دین قوم مذهب طبقه اجتماعی الگوهای زندگی گروه و طبقه اقتصادی و تحصیل و درآمد و یا نحوه رفتار با کودکان پیدا کنند با آنها همگن بودن اشخاص برای ملاقات و افزایش ارتباط با یکدیگر در مکان های فیزیکی عاملی تشویق



## دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

کننده است که نتیجه آن همبستگی و ارتقاء آن است مکان های غیر همگن نیز خود به عنوان فرصتی محسوب می شوند تا اشخاص ظرفیت های نهفته خود را در مراحل اولیه برای برقراری ارتباط اجتماعی حتی شکننده و ناپایدار پیدا کنند در مرحله بعدی پس از تعاملات اولیه تفاوت های مختلف نمایان می شود از جمله تفاوت های فرهنگی اقتصادی و اجتماعی که باعث به وجود آمدن الگوهایی برای رفتار افراد می شود و این خود پایه گذاری یک رابطه پایدار و به هم چسبیده است. (قنبران، ۲۰۰۴: ۱۷۸)

در واقع فضاهای عمومی با حوزه عمومی را برای این در نظر میگیرند که شخص در آن به بیان خود در رابطه با دیگر اشخاص می پردازند از خصوصیات این حوزه گرد هم آمدن این افراد به دور هم و صحبت درباره سلیقه های مشترک خود است پس از این پدیده باید در دسترس تمامی مردم شهر باشد. (لنار، ۱۹۸۴)

### • حس تعلق:

دو عامل کالبد فیزیکی و آفرینش حوادث اجتماعی از عوامل موثر در ارتباطات اجتماعی و حضور اشخاص می داند که در افزایش حس تعلق به مکان نیز اثر گذاشته است. (دانشپور، ۱۳۸۶) آشنایت فضا و بعد های مختلف محیط می پردازد و استفاده از این توان اجتماعی آن و بالابردن شانس های مشارکت در زندگی اجتماعی در آفرینش یک فضای عمومی موثر می پندارند. (Kaplan، ۱۹۹۸) کیفیت های فیزیکی یک مکان عمومی را به خاطر وجود عنصر های طبیعی می داند که به افزایش شادابی فضا برای اوقات فراغت ختم می شود. (Whyte، ۱۹۸۰)

### • اماکن شاخص:

فاکتورهایی که بر ارتقاء جنبه های فیزیکی فضاهای عمومی تاثیر دارد شامل مجسمه ها پله ها یادمانها آب نماها و دیگر عوامل که انسان را برای حضور در این مکانها مشتاق می کند فرصتهایی که برای نشستن و تفکر و درنگ کردن بیشتر در فضا و یا فضاهای کانونی برای جمع شدن اشخاص مانند پارک ها زمینه های بازی ایستگاه اتوبوس رستوران ها و غیره و ورودی های جذاب و ارتباط داشتن با محیط از نظر دیداری و پیش بینی کردن عملکرد عنصر ها از نظر ابعاد زیبایی و رابطه انسان ها برای هدایت آنها به داخل فضایی روشن و واضح دسترسی کنترل شده به وسیله های نقلیه از فعالیت های بسیار جذاب برای پاسخگویی به فضاهای عمومی است مهیا کردن احتیاج های بشر برای اینکه کنار هم بودن را دوست دارند و برای جمع شدن نیاز به یک مکان مشخص فیزیکی است و فضای عمومی شهری بهترین مکان برای این روابط است مکانی آرام طبیعی بکر حریم های خصوصی در مهیا کردن این نیاز بسیار موثر است (Whyte، ۱۹۸۰)

### ۵- نقش توریست بر اشتغال:

امروزه روز بخش اعظمی از کشور های جهان برای درآمدزایی خود و نیز تامین نیاز های کشور، به صنعت پر سود گردشگری رو آورده اند که این صنعت در کشور هایی که منابع معدنی چندانی ندارند بیشتر دیده میشود؛ این چنین کشور ها با سرمایه گذاری های کلان و نیز برنامه های زمانی کوتاه مدت و طولانی مدت سعی بر جذب هر چه بیشتر توریست دارند؛ همچنین با این کار فرهنگ، تمدن و اقتصاد خود را به جهانیان می شناسانند. توریست های داخلی و خارجی متفاوتی که برای سیاحت و زیارت به کشور ها و یا شهر های مختلف سفر میکنند، برای دریافت انواع مختلف خدمات از جمله رفاه و آسایش خود و داشتن سفری بی دغدغه و آرام هزینه هایی را انجام میدهد؛ چنین هزینه کردن ها و وارد کردن پول به چرخه ی اقتصاد فرصتی بسیار عالی برای کسب درآمد و اشتغال در بیشتر حوزه های کاری است.

یکی از پر اهمیت ترین این حوزه ها هتل و صنعت هتلداری است، زیرا اولین نیازی که برای گردشگران در اولویت قرار میگیرد نیاز به اسکان می باشد؛ در این راستا هتل ها باید مکان هایی باشد که بتوان پاسخگوی بیشتر نیاز های گردشگران باشد، نیاز



## دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

هایی همچون حس امنیت، حس آرامش و آسایش، برآورده کردن حس رفاه و در آخر نیز با وجود آمدن رقابت در این صنعت حس تجمل گرایی برای جذب مسافر و برطرف کردن نیازهای بصری انسان. در این خصوص عوامل دیگری نیز هستند که بر شکل گیر هتلها تاثیر گذاشته اند که از جمله ی این عوامل میتوانیم به موارد زیر اشاره کنیم:

- ♣ هتل و گردشگران زیارتی: بیشتر بر شکل گیری فرم هتل و نیز محل قرار گیری آن تاثیر دارد. (برای مثال قرارگیری هتل در نزدیکی اماکن زیارتی و داشتن معماری اسلامی و ...).
- ♣ هتل و گردشگران سیاحتی: قرار گیری هتل در محلی که دسترسی سریع به شهر و اماکن دیدنی را داشته باشد.
- ♣ هتل و ایجاد رفاه: قراردادن انواع مختلف امکانات رفاهی.
- ♣ هتل و ایجاد آرامش و آسایش: بی دقتی بودن و احساس راحتی کردن از جنبه های مختلف روحی و روانی.

هتل و حس امنیت: بوجود آوردن این حس که مسافران و گردشگران با آسودگی خاطر از سفر خود لذت ببرند و از خطرات جانی و مالی در هتل در امان باشند.

### ۶- پایداری اجتماعی در معماری:

پایداری معماری در شهر و در محیط زیست و محل زندگی از اهمیت بالایی برخوردار است و بدین ترتیب طراحی پایدار به قبضه در آوردن محیط است که می کوشد تا راه هایی را اختراع کند که بتوانند این نگاه کلی را برای به دست آوردن تعادل و کیفیت بالا برای نسل های امروز و میراثی برای آیندگان فراهم آورد (احمدی، ۱۳۸۳).

ضرب آهنگ منظم زندگی زمانی ایجاد می شود که اجتماع از پایداری خاصی برخوردار شود و اختلافات طبقاتی در اجتماع کم شود و در گل کیفیت حیات بالا برود (جان، ۲۰۱۰). فرانسیس تیبالدز هم می گویند محیط هایی دوام می آورند که با اطراف خود هارمونی داشته باشند و سرعت تغییر آن توسط مردم کنترل شود پایداری شامل اهداف مختلفی از جمله اهداف اقتصادی اهداف محیطی و اهداف غیر کالبدی نیز می باشد (تیبالیز، ۱۳۸۳).

امروزه پایداری اجتماعی که مطرح می شود در واقع برگرفته از رویکرد های اجتماعی و فرهنگی در معماری است در این دیدگاه تاثیر رفتارها و فرهنگ اجتماع و اعتقاد های آنها در معماری در درجه اول مورد اهمیت است در کل پایداری اجتماعی در طراحی فضای معماری است که با رفتارهای جامعه و فرهنگ و روش زندگی بشر هماهنگی بسیاری داشته و جایگاهی مناسب برای زندگی انسان ها برای مدتی طولانی به حساب می آمده است (رفیعی، ۱۳۸۷) از این رو پایداری اجتماعی به نیازهای انسانی از جمله نیاز به امنیت و محبت و شادمانی پاسخ می دهد با بررسی نیازهای انسانی و رفتار های آن طراحی باید به شیوه ای باشد که رابطه بین انسان و محیط برای مدت بسیاری حفظ شود و به نوعی دیگر فضا پایداری خود را برای مدتی طولانی حفظ کند و این تنها با شناخت کیفیت فضا میسر است که بر اساس نیاز بشر دسته بندی می شود و به صورت طراحی در فضا ظهور پیدا می کند. همچنین پایداری اجتماعی به تثبیت و بالا بردن کیفیت هایی می پردازد که داخل فضای معماری جایی باشد و در این لحظه است که پایداری جریان رویدادها در بهبودی فضا نیاز به تعریف و پیش بینی برای اتفاقات مطلوب به وجود می آید و عامل هایی چون احساس متعلق بودن به فضا و حس مکان و عامل های شکل دهنده هویت در فضا نقش مهمی پیدا می کنند تا محیط و اتفاقات درون آن را ماندگار کند و برای طولانی کردن کیفیت بالای زندگی و محیط جامعه باید این شایستگی را به آن بدهیم تا بتواند خود را با روش زندگی بشر و نیازهای آن وفق دهد و باید معیارهایی را در نظر بگیریم تا بتوانیم فضا را منعطف تر کنیم چه در سطح کم یا سطح زیاد توانایی منطبق شدن فضا با نیازهای در حال تغییر انسان از معیار موثر پایداری اجتماعی است (رئیس و حبیبی، ۱۳۸۶).



## دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

### ۷- دیدگاه نظریه پردازان درباره ی تعاملات اجتماعی:

نظریه های متوالی گوردون کالن در واقع تاکید بر ادراک فضایی و بصری در فضاهای شهری است. به باور او شهر مجموعه ای است که می تواند در آن حرکت کرد و به صورت پیوسته مناظر آن را ادراک نمود؛ نه به صورت تصویری ثابت. کالن به این نکته اشاره داشت که برای آنکه مردم از حرکت در شهر و نگاه کردن به آن لذت ببرند باید با اولویت دادن به پیاده روها و پیوستگی آنها شهر را برای حرکت پیاده آماده نمود. به اعتقاد او در حالی که شریان هدایت شهری هویت فردی را از بین میبرند وجود شبکه ای از راه های پیاده الگویی انسانی بوجود می آورد (کالن، ۱۹۶۱)

جین جیکوبز با نظر بر دیدگاه لوکوربوزیه در سال ۱۹۶۰ در آمریکا نظریه ای درباره تعاملات اجتماعی و روابط های اشخاص بیان می کند. هدف او توجه بیشتر به خیابان ها و مسیر های ارتباطی و همچنین پیاده راه ها که عنصر اصلی در فضا های عمومی می باشند. به عقیده جیکوبز این مسیر ها نقش بسیار مهمی در ایجاد و تقویت کردن حس اجتماعی بودن در بین مردم را بر انگیخته میکند.

ویلیام وایت جزو اولین کسانی است که تحقیق های گسترده ای در زمینه چگونگی استفاده از فضاهای عمومی را انجام داده است. به اعتقاد وی زندگی اجتماعی در حوزه های عمومی با کیفیت زندگی افراد و اجتماع رابطه بسیار نزدیکی دارد و می گوید «ما برای بوجود آوردن مکان های کالبدی که مشارکت و تعاملات اجتماعی را آسان نماید از نظر اخلاقی مسئول هستیم» (Whyte, 1980)

وایت بر این عقیده است که مردم نظر خود را با حضورشان اعلام می کنند. آن ها از فضاهایی را انتخاب میکنند که در آن احساس راحتی کنند و به آسانی بتوانند در آن رفت و آمد داشته باشند، در غیر این صورت آن را انتخاب نمیکنند. به نظر او طراحی باید طوری انجام شود که درکی کامل از نحوه استفاده مردم از فضا و شیوه ای که آنها به استفاده از فضا علاقمند هستند صورت پذیرد.

در بین افراد صاحب نظر داخلی علی مدنی پور سرآمد آنها می باشد که بیشتر تحقیق های خود را بر روی فضاهای شهری انجام داده است کتاب ایشان به نام طراحی فضای شهری هم اکنون یکی از منابع اصلی در زمینه فضای شهری می باشد که در سطح استاندارد جهانی باشد و در تلاش برای تصویرسازی از فعالیتهایی در رشته های طراحی فضای شهری و همچنین ابعاد مختلف فیزیکی اجتماعی که به آن کمک شایانی می کند.

یکی دیگر از صاحب نظران ایرانی جهان شاه پاکزاد است که بخصوص از منظر طراحی شهری و در اثر خود با موضوع راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران به آشنا ساختن انواع مختلف محیط های شهری و اجزای تشکیل دهنده آن و همچنین رویکردهای بومی پرداخت است ایشان فضاهای شهری را به ۲۴ گروه مختلف تقسیم بندی می کند که شامل انواع ورودی ها از محلی گرفته تا شهری انواع خیابان ها میدان ها گذرگاه ها را مورد بررسی قرار داده است و با تحلیل هر یک یک ضوابطی را طبق سیاست شهرهای ایران عرض نموده است در جدول درک فضایی و دیداری دسته بندی گردیده اند (مدنی پور، ۱۳۸۴)

### ۸- فضاهای اجتماع پذیر:

فضاهای اجتماع پذیر به فضاهایی گفته می شود که در آن مردم میل بیشتری برای حضور در آن ها دارند و در آنجا به انجام فعالیت های مختلفی میپردازند از جمله مشارکت بین مردمی، تبادل های علمی و فرهنگی و... در کل فضاهایی که مردم در آن ها به تعامل با یکدیگر میپردازند.

جان لنگ این فضاها را به دو دسته تقسیم میکند. ابتدا فضاهایی که برای امکان تعامل مردم ساخته شده است و دوم فضاهایی است که برای هدف های دیگر طراحی شده است ولی تعاملات اجتماعی به دلیل حضور اشخاص در آن محل حاصل میشود.



## دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست



نمودار ۱ - فضاهای اجتماعی پذیر در هتل ( منبع : گردآورنده)

### ۹- نمونه های موردی:

#### • خارجی:

یکی از هتل هایی که همواره در لیست معروف ترین هتل های جهان قرار دارد و نیز از دیرباز همواره سعی بر این داشته که کیفیت بالای خود را حفظ کند هتل ریتز در شهر لندن در کشور انگلستان می باشد. این هتل در سال ۱۹۰۶ در شهر لندن ساخته شده است که این ساختمان جزء اولین بناهایی است که از ستون و ساختار فلزی ساخته شده است و نیز اولین هتلی است که دارای حمام برای هر اتاق بوده است ، این جز یکی از امکاناتی بوده است که در آن سال برای هتل ها ارائه شده است و چیز جدیدی محسوب می شده است.

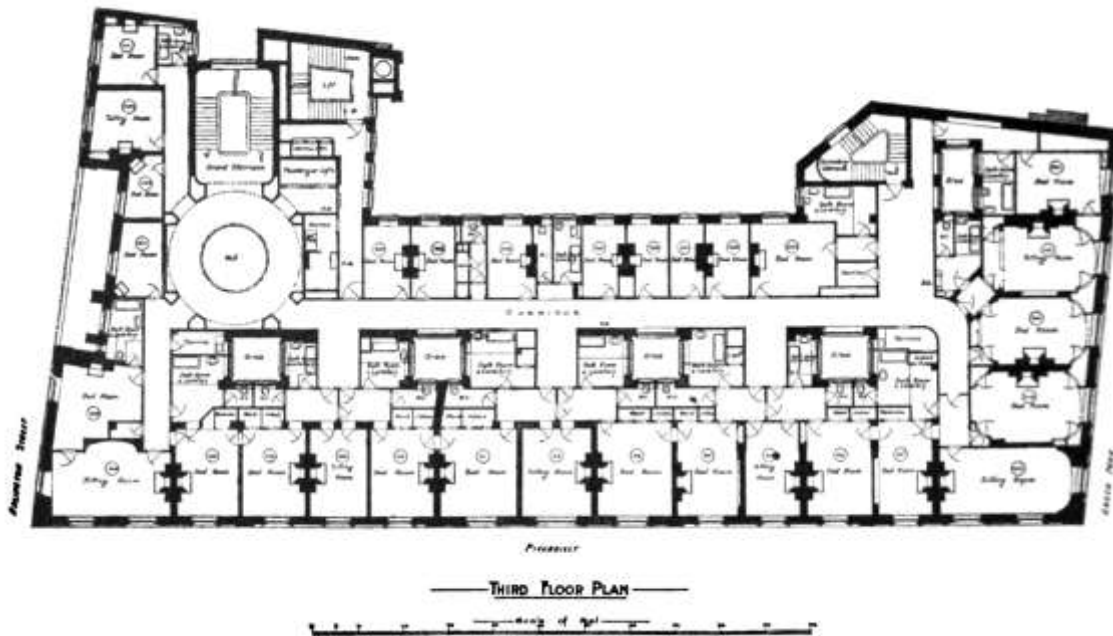


تصویر ۱ - نمای رو به رو از هتل ریتز لندن ( منبع [www.theritzlondon.com](http://www.theritzlondon.com) ) تاریخ: ۲۰۱۵

هتل ریتز (RITZ HOTEL LONDON) در سال ۲۰۱۵ جز ۹ هتل معروف جهان از سایت خبری CNN TRAVEL اعلام شده است. این هتل پنج ستاره در رده ی مجلل ترین هتل ها به حساب می آید. ارائه دادن خدمات جدید و تازه ، یکی از روش هایی است که این هتل برای جذب مسافر بکار میگیرد برای مثال : خدماتی برای مراقبت از

## دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

کودکان، ارائه دادن خدمات زیبایی و ماساژ، قرار دادن ماشین های لوکس در اختیار مسافران و اتاق سیگار جزء این امکانات می باشد.



تصویر ۲ \_ پلان طبقه همکف ریتز هتل لندن ( منبع: [www.theritzlondon.com](http://www.theritzlondon.com) ) تاریخ: ۲۰۱۵

### • داخلی:

هتل قصر طلایی یکی از بلندترین و مجللترین های پنج ستاره در شهر مقدس مشهد می باشد این هتل نزدیکترین هتل به حرم امام رضا (ع) در خیابان امام رضا، میدان بسیج می باشد. این هتل نیز به دلیل موقعیت مکانی مناسب خود که نزدیک به حرم می باشد و نیز ارائه ی خدمات روز جهانی همواره توریستان مختلفی از قبیل داخلی و توریستان خارجی، توریستان مذهبی و زیارتی و توریستان سیاحتی را به خود جذب می کند. از جمله این امکانات میتوان به انواع اتاق های اقامتی لوکس و سنتی ایرانی اشاره کرد، همچنین ارائه ی خدمات تفریحی همچون فضای بازی های رایانه ای، سونا، استخر، حمام ترکی، ماساژ، سالن بیلارد و ... اشاره نمود. این هتل دارای انواع مختلف رستوران و کافی شاپ نیز میباشد که تمام سلیقه ها را میتواند برطرف کند.

این هتل در سال ۱۳۸۶ توسط مرحوم حاج محمود سزاوار بندی و در ادامه امیر سزاوار پایه گذاری شد. هتل قصر طلایی دارای مساحت ۵۰۰۰ متر مربعی و زیر بنایی بالغ بر ۷۰۰۰۰ متر مربع می باشد که در بیست طبقه می باشد. این هتل دارای

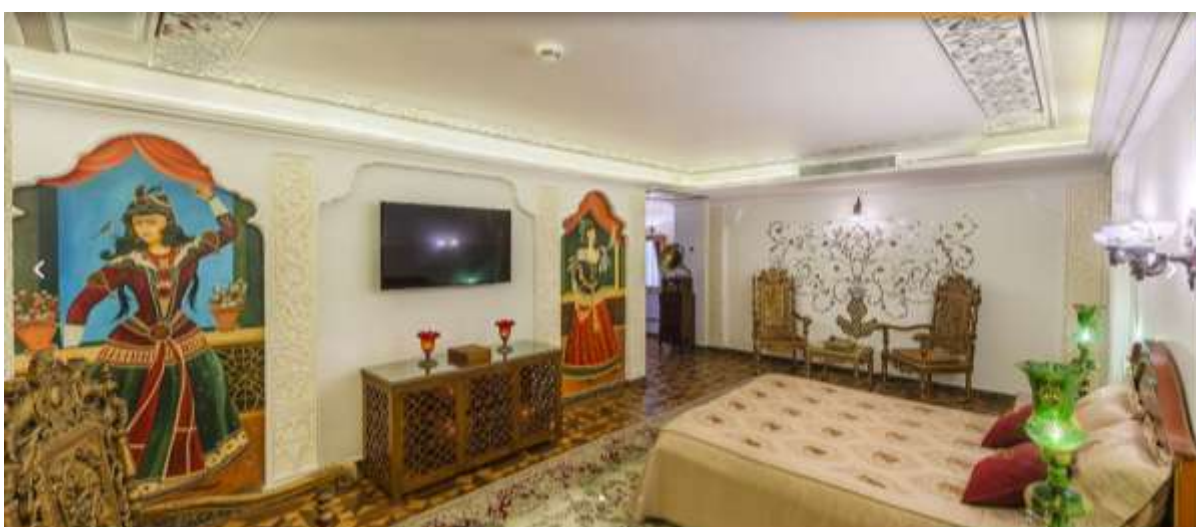


## دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

لابی بسیار بزرگ و مجلل با نمایی کلاسیک می باشد.



تصویر ۳ - نمای خارجی شب از هتل قصر طلایی مشهد (منبع: [ghasrtalae.com](http://ghasrtalae.com)) تاریخ: ۱۴۰۰



تصویر ۴ - نمایی از اتاق سوئیت به سبک فاجاری در هتل قصر طلایی مشهد (منبع: [ghasrtalae.com](http://ghasrtalae.com)) تاریخ: ۱۴۰۰



## دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

### ۱۰- جمع بندی:

طبق اطلاعات بدست آورده و همچنین بررسی های انجام شده پیرامون این مسئله؛ ابتدا به صنعت هتل داری پرداخته شد و اینکه چگونه این صنعت درصد قابل توجهی از درآمد تعداد بیشماری از کشورهای جهان را فراهم می آورد و این صنعت همواره احتیاج به این دارد که از نیاز های مردم و تکنولوژی روز دنیا عقب نماند و همواره کیفیت خود را حفظ کند، این به روز ماندن نیاز به تعامل و مشارکت متداوم مردم دارد به همین دلیل در مرحله ی بعدی به بررسی مسئله ی تعاملات اجتماعی پرداخته شد.

در ابتدای این موضوع به تعاریف مختلفی از تعاملات اجتماعی پرداختیم جنبه های آن بیان شد. برای اینکه بدانیم چگونه می توان نیاز های جامعه را در قابل تعاملات اجتماعی بگنجانیم و اینکه چگونه میتوان باعث افزایش این تعامل شویم و یا اینکه چه عواملی موجب کم و یا افزایش تعامل بین مردم می شود نیاز به درک و تحلیل جنبه های مختلف تعاملات اجتماعی داریم. بدین سبب فاکتور های تعاملات اجتماعی را مورد بررسی، بیان و تحلیل قرار دادیم.

در ادامه نیز دیدگاه های مختلفی از صاحب نظران را بررسی کردیم و تعاریفی که آن ها برای تعاملات اجتماعی ارائه دادند را مورد بررسی قرار دادیم. تا تاثیر تعاملات اجتماعی بر هتل و اشتغال مردم مشخص شود. در آخر مطلب نیز بررسی نمونه هایی از هتل های داخلی و خارجی پرداخته شد که چنین رویه ای را پیش گرفته اند و همواره سعی در حفظ کیفیت و جذب توریست دارند.

### ۱۱- نتیجه گیری:

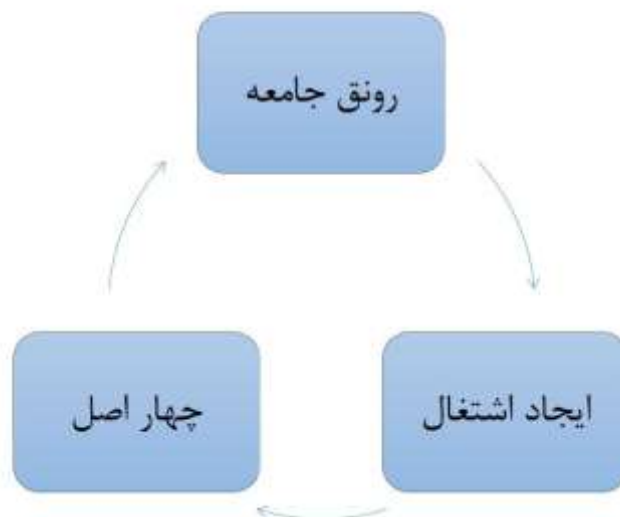
با وجود گسترش تکنولوژی و عصر ارتباطات و وجود دستگاه ها و ابزار های ارتباطی مختلف، اما هنوز نیاز بشریت دست نخورده باقی مانده است و آن هم نیاز به برقراری ارتباط، تعامل های بصری، تبادل اطلاعات بین یکدیگر و شریک شدن در احساسات همدیگر می باشد، که نیاز به زندگی اجتماعی و در کل تعاملات اجتماعی در ذات و فطرت بشریت انسان می باشد. این تحقیق با هدف بررسی عوامل موثر در تقویت تعاملات اجتماعی میان مردم در هتل و نیز جذب بیشتر گردشگر و ایجاد اشتغال شکل گرفته است.

طبق بررسی های انجام شده درباره چنین مسئله ای ابتدا تعاریف و نیز جنبه های مختلف آن که بر روی تعاملات اجتماعی اثر میگذارد را مورد بررسی قرار گرفت و بیان شد. در مرحله ی بعدی اثری که چنین ابعادی بر روی هتل و ساختار هتل و هتلداری گذاشت شده است مطرح شد. صاحب نظران مختلف نیز تعاریف مختلفی برای تعاملات اجتماعی ارائه دادند که تمام نظریه ها گزینه هایی را بیان کردند، اما در یک گزینه با هم مشترک بودند که فضاهای عمومی از جمله فضاهای شاخص و یا مسیر های ارتباطی بین آن یکی از مهمترین عواملی است که در افزایش تعاملات اجتماعی نقش دارد و جزء لاینفک پیرامون این موضوع میباشد. از دیگر نتایج که در تحقیق حاصل شد است که برای اینکه بتوانیم تعاملات اجتماعی را افزایش بدهیم باید فاکتور هایی را که موجب افزایش و یا کاهش آن می شود را شناسایی کنیم که طبق بررسی ای انجام شده آنها را به چهار قسمت میتوان تقسیم کرد: **اقشار مختلف \_ الگوی زندگی \_ حس تعلق \_ اماکن شاخص**. در ضمن از این نکته هم نمی توان گذر کرد که **پایداری اجتماعی** نیز در ایفا کردن این نقش بسیار موثر است؛ ایجاد ریتم و ضرب آهنگی منظم در زندگی اجتماعی بشر میتواند حس تعلق را در انسان بیش از پیش برانگیخته کند و نتیجه ی چنین برانگیختگی سعی در حفظ و نگه داری آن می شود و برای آن مشارکت می کنند و در نهایت تعاملات اجتماعی حاصل میشود. این ها عواملی هستند که همواره زنجیروار در پی همدیگر قرار دارند. در نتیجه با برطرف کردن نیاز های گردشگران در هتل در قالب این چهار اصل میتوان تعاملات اجتماعی را افزایش داد. تمامی نیاز های ناشی از آن مثل حس امنیت و آرامش در هتل نیز زیر مجموعه ای است از این چهار اصل که در پی آن

## دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

این صنعت رونق پیدا خواهد کرد و اشتغال ناشی از آن نیز به جامعه کمک خواهد کرد. این عامل ها مثل چرخه ای عمل میکنند.

### افزایش تعاملات اجتماعی



نمودار ۲ \_ چرخه تعاملات اجتماعی (منبع: گردآورنده تحقیق)

### ۱۲- منابع:

۱. افشارمنش، معصومه، و حسن طیاری. "بررسی طراحی فضای معماری با محوریت تعاملات اجتماعی." همایش ملی فرهنگ - گردشگری و هویت شهری (هما)، ۱۳۹۵.
۲. جیکبز، جین. مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی؛ مترجمان حمید پارسى، آرزو افلاطونى. تهران: موسسه انتشارات چاپ دانشگاه تهران، ۱۳۸۶.
۳. جینکز، ریچارد. هویت اجتماعی، ترجمه ی تورج یار احمدی. شیراز: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۱.
۴. دانشپور، سید عبدالهادی، و مریم چرخچیان. "فضای عمومی و عوامل موثر بر حیات جمعی." باغ نظر، هفت، ۱۳۸۶: ۱۹-۲۸.
۵. رایاپورت، آموس. معنی محیط ساخته شده: رویکردی در ارتباط غیر کلامی؛ ترجمه فرح حبیب. تهران: انتشارات پردازش و برنامه ریزی شهری، ۱۳۸۴.
۶. رایاپورت، آموس. منشا فرهنگی مجتمع های زیستی؛ ترجمه راضیه رضازاده. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی، دانشگاه علم و صنعت، ۱۳۶۶.
۷. قنبران، عبدالحمید، و مرضیه جعفری. "بررسی عوامل موثر بر ارتقاء تعاملات اجتماعی در میان ساکنان محله ی مسکونی ( نمونه موردی محله درکه تهران)." نشریه علمی پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، ۱۳۹۳: ۵۷-۶۵.
۸. کالن، گوردون. گزیده منظر شهری؛ ترجمه ی منوچهر طبیبیان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۷.



## دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

۹. مدنی پور، علی. *طراحی فضای شهری (نگرشی برفرآیندی اجتماعی و مکانی)*. تهران: انتشارات شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری، ۱۳۸۴.
۱۰. مدنی پور، علی. *فضاهای عمومی و خصوصی شهر*. تهران: شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری، شهرداری تهران چاپ اول، ۱۳۸۷.
۱۱. منشی زاده، مجتبی، و ابوالقاسم محرابی. "ساختار نحوی خود اصلاحی در محاوره زبان فارسی." *فصلنامه دانشکده ادبیات فارسی*، ۱۳۸۹.
۱۲. منصور ماهانی، سوگل. "تاثیرات تعاملات اجتماعی بر معماری و فضای عمومی شهری." *کنفرانس سالانه پژوهش های معماری شهرسازی و مدیریت شهری دوره ۱، ۱۳۹۴*.
۱۳. موسوی، سید محسن. "بررسی میزان تعامل فضاهای پیاده شهری با شهروندان با نگاهی به محله فهادان یزد به عنوان نمونه مطلوب." *فصلنامه مطالعات برنامه ریزی شهری؛ سال اول، شماره دوم، ۱۳۹۲: ۱۷۱ - ۱۵۷*.
14. Cullen, G. *Townscape London*. The Architecture press, 1961.
15. Ghanbaran, AH. *Iranischer Basar im wandel*. Stuttgart, 2004.
16. Kaplan, Rachel, Stephen Kaplan, and Robert Rayan. *with people in mind: Design and perspective management of everyday nature*. Island press, 1998.
17. Lennard, Lennard &. *public life in urban space*, . southamton: Godier southamton, 1984.
18. Whyte, W. *Social life of small urban space*. Conservation foundation, 1980.
- 19 : [www.theitzoon.com](http://www.theitzoon.com)
- 20 [www.gataa.com](http://www.gataa.com)