

# عرصهٔ جمعی نوظهور



وحید شکری، کارشناس  
ارشد طراحی شهری دانشگاه  
بین‌المللی امام خمینی (ره).  
Shokri\_Vahid@yahoo.com



ناصر براتی، دکتری شهرسازی،  
عضو هیئت علمی دانشگاه  
بین‌المللی امام خمینی (ره).  
Naser\_Barati2006@yahoo.com



تصویر ۲

Pic 2

تصویر ۲: مخاطبین می‌توانند  
از آثار آستره برداشت‌هایی  
آزاد داشته باشند. مأخذ:  
www.whoswhogallery.com

Pic2. Viewers could have  
free perception of Ab-  
stract's paintings. Source:  
www.whoswhogallery.com

**چکیده:** عرصهٔ عمومی و خصوصی جدیدی در حال شکل‌گیری است. نظریه پردازان مرتبط با رشته‌های روان‌شناسی محیطی، جامعه‌شناسی، طراحی شهری، معماری و... می‌بایست شناختی درست از این پدیدهٔ جدید داشته باشند تا بتوانند آن را در راستای اهداف کلی طراحی کرده و مانع از بیراهه‌روی آن شوند. از آنجایی که مقالهٔ پیش روی سعی دارد دیدگاهی شفاف و روشن به این مسئله داشته باشد، لذا در این راستا روشن شدن چیستی و چگونگی دریافت و ذخیرهٔ پیام‌های محیط اطراف مد نظر است تا به عنوان بنیان فکری قابل استناد و ارجاع باشد.

انسان به شکلی غریزی در رویارویی با محیط بکر، شروع به باز تولید تجربیات و اندوخته‌های خود و بهره‌وری از آنها می‌کند. با قرار گرفتن در فضای مجازی به عنوان محیطی بکر که در طول عمرش بی‌سابقه است به شکل ناخودآگاه رفتاری مشابه انجام می‌دهد. شناخت محیط مجازی، پیش‌بینی رفتار انسان در آن و توجیه حس تعلق و خاطره‌انگیزی در فضاهای مجازی و تمایل به تعاملات اجتماعی از چالش‌های این پژوهش است. فضای مجازی به علت تعریف کاربران آن در ذهنشان، در حال تبدیل شدن به مکان است. در سایهٔ چالش‌های مطرح شده انتظار می‌رود نگاهی واقع‌بینانه و علمی (تکرارپذیر و آزمودنی) به علوم رفتاری در محیط‌های مجازی را تجربه کرده و در بسط آن تلاشی برنامه‌ریزی شده را بنیان گذاشت.

**واژگان کلیدی:** عرصهٔ جمعی، دنیای مجازی، فضا و مکان، طرح‌وارهٔ ذهنی، احراز هویت.

## مقدمه

مرز بین دنیای واقعی و دنیای مجازی در حال کم‌رنگ‌تر شدن است. به طور مشخص منظور از دنیای مجازی، دنیایی است که به وسیلهٔ ابزار الکترونیکی ایجاد شده و قابل رؤیت است. ابتدا نگاه بشر به این رویکرد یک نگرش ابزار گونه بوده است؛ نیاز به دنیایی که بتوان تمامی پارامترهای آن را تحت کنترل داشت تا بتوان با شبیه‌سازی دنیای واقعی، آن را اصلاح و در جهت بهبود آن حرکت کرد (نرم‌افزارهای سه‌بعدی، انیمیشن‌سازی و...). موفقیت این ابزار در زمینه‌های مهندسی و پزشکی و سینما تأییدیه‌ای بر کارآمدی و دقتش در عرصه‌های مورد نیاز است. نسل بشر در حال عادت کردن (به معنی واقعی کلمهٔ عادت) به این ابزار است. در این زمان و با پیشرفت تمدن بشری، شبکه پا به عرصهٔ وجود می‌گذارد و تنها در یک دهه با گسترش چشم‌گیر خود در تمامی کرهٔ خاکی، تعریف فاصله را تغییر

داده و گسترهٔ جهان پهناور را تا دهکدهٔ جهانی تقلیل می‌دهد. زمان و مکان تعریفی جدید می‌خواهد چون بشر مادی که در حال پیر شدن است، حال دنیایی را تجربه می‌کند که در آن زمان و مکان مفهومی دیگر دارد.

انسان مادی با ورود به دهکدهٔ ناشناختهٔ مجازی، عنصر هویت‌بخش خود را جستجو می‌کند و چون این دنیا یک عرصهٔ بکر و دست‌نخورده است شروع به تولید و باز تولید عناصر هویت‌بخش خود و حتی اسباب سلطه بر گروه‌های دیگر را ابداع و اجرا می‌کند.

مسئله این است؛ دنیای واقعی و مجازی به موازات یکدیگر در حال حرکت هستند و مرز بین این دو، ابزار ارتباطی بینشان (ابزار الکترونیکی) است که در آینده این مرز از بین خواهد رفت. چنانچه شعار نمایشگاه Expo 2011 کرهٔ جنوبی، تلاش برای از بین بردن مرز دنیای واقعی و مجازی بود.

**فرضیه**

فضای مجازی تمام مؤلفه‌ها و قابلیت تبدیل شدن به مکان و فضای معنادار را دارد و بر خارطه جمعی کاربر تأثیر مستقیم می‌گذارد.

**مبانی نظری**

نکته قابل توجه و بحث‌برانگیز در این تحقیق، نقطه اشتراک فضای واقعی و مجازی است که همانا الگوی شکل گرفته در ذهن کاربر است و نه چیز دیگر. فضای مجازی در ذهن کاربر خود تأثیر می‌گذارد و ذخیره می‌شود، همان‌طور که فضای واقعی بر ذهن تأثیر می‌گذارد. پس در ادامه بحث، ارایه یک سری از تعاریف مکان با تأکید بر چگونگی ذخیره و ارزش‌گذاری در ذهن انسان، به جا و مایه روشنی مسیر تحقیق است.

هر بنا یا شهری تنها به میزانی زنده است که به راه بی‌زمان ساختن ملتزم باشد (الکساندر، ۱۳۸۶: ۲۵)؛ راهی که بر گستره‌های فرهنگی و اجتماعی خود را می‌نماید تا با تکرار الگوهای ویژه از رویدادها در مکانی خاص، عنصری هویت‌بخش و معنا ساز در ساختار زمانی و مکانی باشد.

شناخت نامناسب و ناکارآمد مکان، می‌تواند فضاهایی فاقد معنا و هویت را در معماری ساختار شهری خلق کند. چنانچه نوربری شولتز (۱۳۸۱: ۷۵) به این نکته اشاره دارد که گرایش‌های گسترده و روندهایی که معماری را می‌سازند همه یک وجه اشتراک دارند و آن در طلب معنا بودن است.

هویت، نظام‌های نمادین از گنجینه‌های شناختی یک اجتماع است که به دست نسل‌های پیشین استوار شده و امروز را در دسترس فردی از آن اجتماع قرار می‌دهد (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۲).

**پدیده مکان**

مکان به عنوان نقطه‌ای خاص در زمین، محلی قابل شناسایی برای موقعیتی است که ارزش‌های انسان در آن بستر شکل گرفته و رشد یافته است (فرهنگ لغت آکسفورد). فرهنگ لغت «وبستر»، علاوه بر مفهوم جغرافیایی، به بعد اجتماعی فضا نیز اشاره دارد.

مدنی‌پور (۱۳۷۹: ۳۲) مکان را بخشی از فضا و دارای ارزش و معنا، و افشارنادر (۱۳۷۸: ۴) مکان را نتیجه برهم‌کنش سه مؤلفه رفتار انسانی، ویژگی‌های فیزیکی و مفاهیم می‌داند.

روح مکان: روح هر مکان در چشم‌انداز آن منعکس می‌شود. یعنی شرایط مکانی، قبل از هر چیز در چشم‌انداز آن بازتاب پیدا می‌کند و ارزش‌ها، فعالیت‌ها و هدف‌های انسانی را به نمایش می‌گذارد (بمانیان و محمودی‌نژاد، ۱۳۸۷: ۲۰).

ریشه در مکان: انسان ریشه خود را در مکان جستجو می‌کند و تعلق به مکانی پیدا می‌کند که در آن آزادی، نیازهای انسانی و امنیت او تأمین شود به عبارتی، هیچ فردی مجزا و منفک از مکان خود نیست (همان).

**فضا و مفهوم آن**

سه رویکرد اساسی در فلسفه اندیشه فضا وجود دارد که به اختصار بیان می‌شود (همان: ۳۱):

۱. مطلق یا جوهری (دکارت و نیوتن): به وجود مستقل و جوهری فضا در بستر تصور از انبساط و گسترش فضا همسان تصور از جوهر جسمانی است که از دوآلیسم جوهری دکارت نشأت می‌گیرد.

۲. ربطی یا نسبی (لایبنیتز): بر مبنای نسبت‌گرایی، مفهوم فضا همانند زمان شکل می‌گیرد که نظم هم‌بودی‌ها و تقارن‌ها، و تنها امکانی برای استقرار اجسام و معنا یافتن از آن است.

۳. معرفت‌شناختی (کانت): فضا مفهومی تجربی نیست که از تجربه بیرون انتزاع شده باشد، بلکه تنها یک صورت ذهنی ضروری و معرفتی و پیشینی است که شناخت را امکان‌پذیر می‌سازد.

با توجه به ذکر تعاریف بالا به عنوان مبنای فکری در رابطه با روشن شدن مفهوم مکان این نکته جالب می‌نماید که جدای از بعد کالبدی و فیزیکی، تمامی جنبه‌های بررسی شده در راستای تبدیل شدن فضا به مکان در مورد فضاهای مجازی نیز صدق می‌کند. به عبارت روشن‌تر، فضاهای مجازی امکان تبدیل به مکان را دارا هستند. تأثیر محیط مجازی بر تشکیل الگوهای ذهنی کاربران را می‌توان معادل تأثیر محیط پیرامون (محیط واقعی) بر ذهنیات ناظران دانست.

می‌توان این چنین ادعا کرد که پارامتر بعد فیزیکی در تبدیل فضا به مکان لازم است ولی کافی نیست؛ اثبات به وجود آمدن عرصه عمومی و خصوصی مجازی در گروهی اثبات فرضیه مطرح شده است.

در نتیجه ضبط و تحلیل الگوهای ذهنی و خاطرات کاربران، قدم اول است. چگونگی رسیدن به این مهم، در قسمت روش‌شناسی به تفصیل بیان شده است.

چستی الگوهای ذهنی<sup>۲</sup> و خاطرات، پیش از بررسی چگونگی ضبط آنها، مهم به نظر می‌رسد:

لوین (Kurt Lewin 1890- 1940) باور داشت که بازنمایی درونی فرد از محیط اطراف عامل اصلی تعیین حرکت در فضای زندگی است. به بیان دیگر، باورهای فرد در مورد محیط که به شکلی ذهنی بازنمایی شده است، بیش از خود محیط، بر رفتار او تأثیر می‌گذارد (تی. مک اندرو، ۱۳۸۷: ۲۸).

روان‌شناسان گشتالت باور داشتند که انسان‌ها تمایلی ذاتی دارند تا دنیای ادراکی خود را تا حد امکان ساده سازمان دهند (همان: ۳).

هویت مکانی است که معنا و خارطه مکان را در بردارد و احراز هویت است که شهر را، خارطه‌دار و معنادار و مکان‌ها را دارای حس مکان و روح مکان می‌کند (بمانیان و محمودی نژاد، ۱۳۸۷: ۱۷).

تهیه نقشه‌های شناختی، فرایندی است که انسان اطلاعات مربوط به موقعیت نسبی و وضعیت محیط کالبدی را کسب کرده، رمزدار می‌کند، ذخیره می‌کند، به یاد می‌آورد و رمزگشایی می‌کند (Tolman, 1932; Moore, 1976). تصاویری که به این ترتیب شکل می‌گیرند شامل عناصر به دست آمده از تجربه مستقیم، شنیده‌های فرد از یک مکان، و اطلاعات تصور شده از محیط است. تصاویر مذکور در بهترین حالت طرح‌واره‌هایی<sup>۳</sup> هدایتگر است (Neisser, 1977 و لنگ، 1383: 155).

همان‌طور که گذشت، ضبط الگوهای ذهنی و خاطرات امری درونی است و به همین علت ثبت این روند و نتایج آن در مقیاس فرد یا جامعه برخورد ویژه‌ای را می‌طلبد.

**روش‌شناسی**

شاید به قطعیت بتوان گفت که تمامی انسان‌ها محیط‌های مجازی را تجربه کرده‌اند. به طور مثال، گوشی‌های تلفن همراه از ساده‌ترین تا پیشرفته‌ترین آن، تلویزیون، رادیو و ... تا پیشرفته‌ترین سطوح آن که شامل دنیای نرم‌افزارها و شبیه‌سازهای الکترونیکی و از همه مهم‌تر دنیای شبکه و اینترنت. مقاله پیش رو تمامی این افراد را مخاطب خود می‌داند و به علت کوچک بودن چارچوب این تحقیق (بسط این مدل نیازمند مشارکتی وسیع است) تنها می‌توان دسته‌ای خاص از مخاطبین را انتخاب کرد. از این رو گسترده‌ترین و نزدیک‌ترین گروه به تعاریف بالا انتخاب می‌شود؛ کاربران اینترنت و به طور مشخص، سایت Fac-book.com به علت سطح وسیع ارتباطات می‌تواند جامعه آماری مناسبی برای روشن‌تر شدن فرضیه مطرح شده باشد.

کاربران فضای مجازی Facebook.com در ذهن خود شروع به تشکیل طرح‌واره‌های ذهنی کرده که در راستای به یاد آوردن و خارطه‌اندوزی از آن استفاده می‌کنند (فضا مکان). در تجربه‌های مکرر خود خودآگاه یا نا خودآگاه این طرح‌واره‌ها را اصلاح می‌کنند و تکامل می‌بخشند. الگوی ذهنی تشکیل شده با توجه به نیازهای ارضا شده خود را کامل‌تر می‌کند. هرم نیازهای مازلو در این فضا نیز مصداق دارد و انسان در یک فضای مجازی از پایین‌ترین سطح این نیازها که میل به جنس مخالف و احساس امنیت است تا بالاترین آن که نیاز به خودشکوفایی است، به دنبال ارضا شدن است. ذکر این نکته به‌جاست که کاربران در این فضای مجازی دارای کالبد و بدن و شخصیت مجازی هستند و خود آنها، آن را می‌سازند و تعریف می‌کنند و آنگاه به دنبال ارضای نیازها می‌روند و حتی می‌توان چندین بار این شخصیت مجازی را نابود کرد و دوباره آن را ساخت.

تا حدودی با جنسیت الگوهای ذهنی کاربران آشنا شدیم و برای اثبات فرضیه می‌بایست بر وجود آن صحنه گذاشت و نوع آن را مشخص کرد. با توجه به مستقل بودن این تحقیق از مستندات عددی و توصیف واقعیت‌های محیطی-اجتماعی از دیدگاه کاربران فضای مجازی، روش تحقیق کیفی، چارچوب درست و هدایت‌کننده‌ای برای مقاله پیش رو است.

**تحلیل پرسشنامه**

اگرچه نیاز است که به طرح‌واره‌های ذهنی کاربران دسترسی پیدا کنیم و به شکل شفاف و بدون فیلتر ضبط شوند؛ اما چنانچه پرسشنامه تنظیم شده دارای چارچوب سؤالی باشد و

سعی شود که الگوها از طریق سؤالات هدفدار پرسیده شود، خطر آن وجود دارد که ذهن کاربر جهت‌گیری کرده و حتی شروع به تولید پاسخ نماید (به دروغ). از این رو می‌بایست به خود کاربر اجازه داده شود که در میان طرح‌واره‌های ذهنیش پرواز کند و اثرگذارترین آنان را (به زعم خود کاربر) ذکر کند. بنابراین با طرح سؤالی ساده از او خواسته می‌شود که فضایی را که تجربه کرده توصیف کند.

تعداد کاربران Facebook بالاست و امکان دسترسی به همه آنها و نمونه‌گیری سیستماتیک و حتی شانس وجود ندارد. نمونه آماری در قدم اول شامل ۲۰ نفر از کاربران در دسترس انتخاب شدند. حال با آزمودن جمعیت نمونه به تعداد زیادی توصیف دست پیدا خواهیم کرد که می‌توان به راحتی این توصیف‌ها را دسته‌بندی کرد.

بنابراین توصیف‌های به دست آمده بعد از دسته‌بندی، به کاربران در دسترس دیگری (۲۰ نفر دیگر) داده و از آنها خواسته شد که متضاد توضیحات مطرح شده را بیان کنند و به هر توصیف که اکنون دو قطب دارد از ۱ تا ۱۰ امتیاز دهند. اگر در جامعه آماری نمونه، که از جامعه بزرگ‌تری است، مغایرتی در شرح توصیف‌ها وجود داشته باشد، گروه جدید با قضاوت و حتی نمره دادن، مقدار این انحراف از معیار را نشان می‌دهند؛ برای مثال توصیف A که از ۲۰ نفر بدست آمده اگر اشتباه و یا کم‌رنگ باشد و شخصی نظر مخالف خود را با امتیاز منفی نشان دهد، این مقدار اختلاف به وسیله انحراف از معیار نمود پیدا می‌کند.

### تحلیل نتایج اولیه

در نگاهی اجمالی به چکیده پاسخننامه‌های به دست آمده، فرضیه مطرح شده در گام نخست اثبات شد؛ زیرا پاسخ‌ها به پرسش مطرح شده که پیش‌تر تحلیل شد، طرح‌واره‌های ذهنی افراد است که بر پایه آنها (تجربیات) محیط مجازی Facebook را در ذهن ذخیره و به یاد می‌آورند. روند تحقیق در ادامه با توجه به نتایج ثبت شده و تحلیل آنها به اثبات "تجسم فضای مجازی به عنوان یک عرصه جمعی" دست یافت. از جمله عباراتی که رهنمون به این اثبات بودند می‌توان از مواردی چون شفافیت، گستردگی دنیای جدید، دسترسی آسان، محیط جذاب، خاطره، ارتباط و تجدید رفاقت، امنیت، حریم، گپ، احساس و عادت کردن نام برد.

عبارات بالا جای تأمل بسیار دارد و می‌بایست از نقطه نظر چگونگی ذخیره و ترجمه ذهن از دنیای بیرون (فضای پیرامون) مورد نقد و بازبینی قرار گیرد، تا بتوان معادل ترجمه نشده آن را در دنیای مجازی بدست آورد. ولی از نظر نگارندگان در راستای این پژوهش نیازی به این دیدگاه نیست، زیرا نکته مهم تلاش ذهن برای خلاصه‌سازی و تشکیل طرح‌واره است که چگونه با استفاده از تجربه و اندوختن خاطره سعی در ارتباط با محیط جدید دارد.

این روند در درون کاربر در حال شکل‌گیری است و ما شاهد تبدیل فضا به مکان هستیم. طبق مبانی نظری که پیش‌تر گذشت، روند بیان شده آنقدر قوی در حال شکل‌گیری است که کاربر، برای تمامی زاویای محیط جدید که ناشناخته است، معادلی ملموس و آشنا پیدا می‌کند. بر طبق نظر «برانسویک» نشانه‌های حسی خاصی که ما از محیط می‌گیریم، اغلب معیوب و گمراه‌کننده‌اند؛ اطلاعات حسی بایستی در ترکیب با تجربه گذشته مورد استفاده قرار گیرد تا به برآوردی سودمند از وضعیت واقعی محیط تبدیل شوند (تی. مک‌اندرو، ۱۳۸۷: ۳)؛ به عنوان مثال برداشت‌های آزاد در سبک آبستره (Abstract) نیز بر این اساس است (تصاویر ۱ و ۲).

به عبارتی دیگر در فضای مجازی که حواس لامسه و بویایی و چشایی را راهی بدان نیست، ما شاهد توصیفاتی چون موارد زیر هستیم:

زالال بودن، تمیز بودن، عمق داشتن رنگ‌ها، خشک یا نرم بودن نقاط Click. با دانستن نکات ظریف بالا می‌توان تجربیات زیبا و خاطرات خوب کاربران را تحریک و آنان را جذب کرد. واضح است که طراحان فضاهای موفق مجازی، آگاهانه یا نا آگاهانه از چنین متدی استفاده می‌کنند.

### نتیجه‌گیری

۱۰ سال زمان زیادی برای تغییر نسل نیست؛ تغییر نسلی از بنیادی‌ترین فرم و الگو، تا پیشرفته‌ترین سطوح شعور یک سیستم یا یک پدیده. ظرف ۱۰ سال اخیر نسل رایانه‌ها و ابزار الکترونیکی جهش عظیمی را انجام داده‌اند، جهشی تصاعدی که در لحظه محاسبه می‌شود. بر این اساس، غیر ممکن بودن پیش‌بینی ۱۰ سال آینده نسل ذهن هوشمند مصنوعی، حرف گزافی نیست.

بشر به شکلی لجام‌گسیخته به این تکامل و جهش دامن می‌زند چون بدان به عنوان ابزار نیاز دارد. در بسیاری از زمینه‌ها بعد از پاسخگویی به نیاز، از حالت ابزاری خارج شده و ماهیتی مستقل و پایدار پیدا می‌کند و تبدیل به یک پدیده ناشناخته می‌شود. در این

حالت به علت شعور بالای سیستم (چون ذهن بشر بدان شکل و زندگی می‌دهد) شروع به بازتولید خود کرده و گسترش پیدا می‌کند و چنانچه توسط ذهن بشر ناشناخته باقی بماند، حالت یک مفضل را به خود می‌گیرد.

تحقیق پیش رو مثالی کوچک برای اثبات این ادعاست؛ "فضاهای مجازی قابلیت تبدیل شدن به مکان و عرصه‌های عمومی را دارا هستند".

وقتی امکان اتصال فرد به فرد در هر گوشه دنیا امکان‌پذیر شد، شعور سیستم الکترونیکی به توان تعداد اتصال‌های برقرار شده در تمامی دنیا رسید. این اتصال یک نیاز بود. بعد از آن، پاسخ‌گویی به نیاز ارتباط جمعی و خبر رسانی سریع مطرح شد و در ادامه، این روند رو به رشد همچنان ادامه دارد.

نیاز ارتباط جمعی به خوبی پاسخ داده شده است، زیرا همان‌طور که قبلاً گفته شد حتی فاصله‌های زمانی و مکانی برداشته شده ولی حال که این نیاز برطرف شده، ذهن‌های بشر که هم اکنون با هم در ارتباط هستند (شعور سیستم را تشکیل می‌دهند) در دنیای جدید به بازتعریف و ترجمه الگوهای ذهنی خود می‌پردازند و در کنار ارتباط جمعی خواستار عرصه عمومی هستند؛ حال که ارتباط هست چرا گپ و گفتگو نباشد؟! و اینجاست که به علت ناشناخته بودن نحوه عملکرد شعور مستقل از ذهن بشر (دنیای مجازی) در پاسخگویی به این نیاز جدید، به یقین مسئله‌ساز خواهد بود.

پژوهش انجام شده، یک هشدار و یک مسیر جدید است برای بازبینی و تحقیق که خود برای کشف عکس‌العمل ذهن بشر در رویارویی با دنیای جدید پیگیری جدی را از سوی مدیران شهری و طراحان فضاهای مجازی می‌طلبد. در نهایت، تلاش نگارندگان به اثبات ادراک فضای مجازی توسط تجربیات اندوخته شده از دنیای واقعی انجامید. از آنجایی که تجربیات در بستر فرهنگی شکل می‌گیرند، بنابراین برای خلق فضای مجازی موفق، بررسی دقیق فرهنگ جامعه مخاطب آن نیز ضروری به نظر می‌رسد.

### فهرست منابع

- افشارزادری، کامران. (۱۳۷۸). از کاربری تا مکان. مجله معماری، شماره ۶، پاییز، تهران: اندیشه و هنر معماری، شهرسازی، ساخت و صنعت.
- بمباین، محمدرضا و محمودی نژاد، هادی. (۱۳۸۷). پدیدارشناسی مکان. تهران: سازمان شهرداری‌ها و دهیاری کشور، مؤسسه فرهنگی اطلاع‌رسانی و مطبوعاتی.
- تی. مک اندرو، فرانسیس. (۱۳۸۷). روان‌شناسی محیطی. ترجمه: غلام‌رضا محمودی. تهران: زریاب اصل.
- کاستنر، مانوئل. (۱۳۸۰). عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ. ترجمه: حسن چاوشیان. تهران: طرح نو.
- الکساندر، کریستوفر. (۱۳۸۶). معماری و راز جاودانگی. ترجمه: مهرداد قیومی بیدهندی. تهران: مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- کوان، رابرت. (۱۳۸۶). فرهنگ شهرسازی. تهران: آذرخش.
- لنگ، جان. (۱۳۸۳). آفرینش نظریه معماری: نقش علوم رفتاری در طراحی محیط. ترجمه: علیرضا عینی‌فر. تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- مدنی‌پور، علی. (۱۳۷۹). طراحی فضای شهری نگرشی بر فرآیندی اجتماعی و مکانی. ترجمه: فرهاد مرتضایی. تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی.
- مرتضوی، شهرناز. (۱۳۸۰). روان‌شناسی محیط و کاربرد آن. تهران: مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- نوربری شولتز، کریستیان. (۱۳۸۱). مفهوم سکونت به سوی معماری تمثیلی. ترجمه: امیر یاراحمدی. تهران: آگاه.

### پی‌نوشت

۱. مکان، فضای ادراک شده در ذهن است که به وسیله طرح‌واره‌های ذهنی ضبط و به یاد آورده می‌شود (Cowan, 1950: 290)
۲. نگاه کنید به:
۳. Pic1. The overall visual impact of a place. Pic2. The overall impression that people (have a place. (Cowan, 1950: 192 schemata

### تصویر ۱: اطلاعات حسی

می‌بایستی در ترکیب با

تجربه گذشته مورد استفاده

قرار گیرد تا به برآوردی

سودمند از وضعیت واقعی

محیط تبدیل شود. چنانچه

هر فرد بر پایه تجربه و

آموخته‌های گذشته خود

برداشتی متفاوت از آثار هنر

آبستره دارد. مأخذ:

www.whoswhogallery.com

Pic1. Sensory information must be used in combination with past experience, so it can turn into a useful estimate of the actual status of the environment. Each individual has a different conception of abstract art based on their past experiences. Source: www.whoswhogallery.com

# Newly Emerged Public field

Nasser Barati, Ph.D in Urban Planning, councilor of the International University of Imam Khomeini, Qazvin, Iran.  
Naser\_Barati2006@yahoo.com

Vahid Shokri, M.A in Urban Designing, International University of Imam Khomeini, Qazvin, Iran.  
Shokri\_Vahid@yahoo.com

New public and private fields have come to existence. The theorists of the fields of environmental psychology, sociology, urban design, architecture and other fields should obtain an appropriate knowledge of this case to be able to design along with the comprehensive goals of the design and avoid complications.

Since this article aims to have a clear view of this challenge, we need to explain "What" and "How" the environmental data is being received and saved, in order to refer to it as an intellectual foundation.

The human being instinctively recreates his past experiences in encountering the pristine environment.

Being in virtual space (as a pristine environment that is unprecedented in its lifetime) makes the man do the same behavior unconsciously. Recognizing virtual environment, predicting the human behavior in this environment, explaining the sense of affiliation and its ability of being memorable in the virtual environment and the tendency for social interactions are the main challenges of this research. Virtual environment has become a place due to the user's definition of this environment in their minds.

A realistic and scientific (repeatable and examining) experience to behavioral sciences in a virtual environment and a programmed effort are expected as a result of this challenge.

This study is a new warning and a new way to review and research this case and it requires a serious support from urban managers and virtual space designers. Since the authors' efforts have led to demonstrating the perception of virtual space based on previous experience of the real environment - the experiences have been formed in cultural field, we need to analysis the community cultures for creating a successful virtual space.

Hypothesis: Virtual space has all the components and capability of transforming a space to place, and affects the users' collective memory directly.

**Keywords:** Public field, Virtual space, Space and place, mental schema, Identification

## References:

- Afshar Naderi, K. (1999). Az karbari ta makan [From Function to Location]. *Memar magazine*. 6. Tehran: andishe, honar, memari, shahrsazi, sakht va sanat publications.
- Alexandre, K. (2007). *Memari va raz-e javdanegi* [Architecture & the secret of Immortality]. Translated from English by Ghayoumi Bidhendi, M. Tehran: Shahid Beheshti University publications.
- Bemanian, M & Mahmoudinejad, H. (2008). *Padidar shenasi-e makan* [Phenomenology of Place]. Tehran: Sazman-e shahrdari ha va dehyari-e keshvar publications.
- Castells, M. (2001). *Asr-e etelaat, eghtesad, jame`e*

va farhang [The Information Age: Economy, Society and Culture]. Translated from English by Chavoshian, H. Tehran: Tarih-e no publications.

- Cowan, R. (2007). *Farhang-e shahrsazi* [The Dictionary of Urbanism]. Tehran: Azarakhsh.
- Lang, J. (2004). *Afarinesh-e nazarie memari: naghsh-e oloum-e raftari dar tarahi-e mohit* [Creating architectural theory: The Role of the Behavioral Sciences in Environmental Design]. Translated from English by Einifar, A. Tehran: University of Tehran publications.
- Madanipour, A. (2000). *Tarahi-e fazay-e shahri negareshi bar farayandi ejtemae va makani* [Design of Urban Space: an inquiry into a socio-spatial process] Translated by Mortezaei, F. Tehran: Sherkat-e pardazesh va barnamehrizi publications.
- Moor, Gary. (1976). *the Development of Environmental Knowing: An Overview of an Interactional-Constructivist Theory and Some Data on Within-Individual Development Variation*. London: Architectural Press: 184-194.
- Mortazavi, Sh. *Ravanshenasi-e mohit va karbord-e an* [Environmental psychology & its application]. Tehran: Shahid Beheshti University publications.
- Neisser, Ulrich. (1977). *Cognition and Reality*. San Francisco: Freeman.
- Norberg - Shulz, Ch. (2002). *Mafhoum-e sokounat be souy-e memari-e tamsili* [Residence meaning toward allegorical architecture]. Translated from English by Yarahmadi, A. Tehran: Agah publications.
- T. Mcandrew, F. (2008). *Environmental psychology* [Ravan shenasi-e mohiti]. Translated from English by Mahmoudi, Gh. Tehran: Zarbaf-e asl.
- Tolman, E. C. (1932). *Purposive Behavior in Animal and Man*, New York: Century.



تصویر 1

Pic 1