نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال بیست و دوم، شماره ۶۷، زمستان ۱۴۰۱

تأثیر سینما و مکان‌های نمایش فیلم در بهبود بازار سینمای هنری و ارتقای فرهنگی فضاهای شهری(مورد مطالعه: منطقه ۶ تهران)

دریافت مقاله: ۹۸/۴/۲۳ **پذیرش نهایی**: ۹۸/۹/۵

صفحات: ۲۰۳-۱۸۹

فرزین نعمت بخش آبکنار: گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
Email: f.nematbakhsh@gmail.com
منصوره علیقلی: گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران ۱
Email: m.aligholi@yahoo.com
حسین صفرزاده: گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
Email: hr.safarzadeh@gmail.com
سید کامران نوربخش: گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
Email: K.Nourbakhsh@iauctb.ac.ir

چکیده

سینما و مکان‌های نمایش فیلم محلی متعلق به مردم شهر که به منظور حضور معنی دار شهروندان در محیط و همچنین تقویت روابط فکری و اجتماعی طراحی می‌شود . سینما و پردیس‌های سینمایی در برگیرنده مجموعه‌ای با ارزش از لحاظ فرهنگ، هنر قدیم وجدید، مکانی متعلق به مردم شهر که به منظور گذراندن اوقات فراغت شهروندان و همچنین تقویت روابط فکری و اجتماعی امری ضروری و اجتناب ناپذیر می‌باشد. هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر سینما و مکان‌های نمایش فیلم در در بهبود بازار سینمای هنری و ارتقای فرهنگی فضاهای شهری است. این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ روش توصیفی – تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش شهروندان منطقه ۶ تهران شامل می‌شود. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر برآورد گردید. برای جمع‌آوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای - میدانی بهره گرفته شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از مدلسازی معادلات ساختاری در محیط نرم افزار لیزرل بهره گرفته شد. نتایج پژوهش حاکی از آن بود که سینما و مکان‌های نمایش فیلم بر بازار سینمای هنری و ارتقای فرهنگی فضای شهری تأثیر مثبت و معناداری دارد به گونه‌ای که مقدار متغیر سینما و مکان‌های نمایش فیلم بر بازار سینمای هنری بیشتر از ارتقای فرهنگی فضای شهری بود. همچنین نتایج دیگر این پژوهش نشان دهنده آن بود که بهبود بازار سینمای هنری در رابطه بین سینما و مکان‌های نمایش فیلم با ارتقای فرهنگی فضای شهری نقش میانجی دارد.

کلید واژگان: ارتقای فرهنگی، بازار سینمای هنری مکان نمایش فیلم،فضای شهری، منطقه ۶ تهران

---

۱ . **نویسنده مسئول**: تهران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، گروه مدیریت بازرگانی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1401.22.67.21.8]
[DOI: 10.52547/jgs.22.67.189]

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1401.22.67.21.8]

[DOI: 10.52547/jgs.22.67.189]

مقدمه

بشر همواره با ایجاد ساختارهایی در شهر، نیاز ذاتی خود برای برقراری روابط اجتماعی را برآورده کرده، فضاهایی که از نظر اجتماعی فعال بوده و امکان ارتباطات چهره به چهره انسانی را، درون اجتماع شهر و در کالبدی سازمان یافته فراهم کرده است. در گذشته فضاهای عمومی به عنوان عنصر اصلی در برنامه‌ریزی و طراحی شهری مورد توجه قرار می‌گرفت و مقیاس انسانی در همه ابعاد و جهات حرف اول را عنوان می‌کرد(رفیعیان و همکاران،۴۲،۱۳۹۰).کمبود فضاهای باز و کیفیت نامطلوب فضاهای موجوداز این جنس در شهرهای کنونی سبب تضعیف تعاملات اجتماعی میان شهروندان گردیده است. در این راستا، کمبود فضاهای مطلوب شهری که در آن مناسبات اجتماعی میان شهروندان پشتیبانی شده باشد، موجب تشویق نوعی فردگرایی و جدایی گزینی در افراد گردیده است. این مهم خود تأثیر شایانی در شکل‌گیری حس عدم تعلق خاطر شهروندان به فضاهای شهری و به تبع آن فضاهای سکونت آن‌ها داشته است(رنجبرواسماعیلی،۸۴:۱۳۹۳). احساس بی‌هویتی و نابسامانی شهری، مبحثی است که در سال‌های اخیر مطرح شده است. ساخت و سازهای دهه‌های اخیر به تدریج جای تعدادی از ساختمان‌های فرسوده را گرفته و می‌گیرد و تراکم و انباشته شدن عملکردهایی که مکانیزمی برای کنترلشان وجود ندارد، هم از حیث نما و منظر و از جهت کارکردها، ساختمان‌ها را دچار آشفتگی و نابسامانی کرده‌اند، بنابراین تبدیل به پدیده‌ای شده‌اند که در اثر تحول تاریخی خود، دچار دگرگونی شده‌اند. این دگرگونی‌ها نه در اثر عوامل ساختار مدار بلکه به سبب تحول عناصر فرافکن (سیاست، اقتصاد و فرهنگ و...) رخ داده است. مفهوم جدیدی از هویت شهری را رقم زده است. در این میان آنچه فضای شهری، چه در مقیاس شهرسازی و چه در عرصه معماری عرضه می‌دارد با آنچه طلب می‌کنیم در تعارض قرار می‌گیرد. گسترش روزافزون شهرها، اقدامات عاجل عمرانی را می‌طلبد و شهر ناگزیر از پذیرفتن تغییرات است، عدم شناخت و درک ساختار و استخوان‌بندی اصلی شهرها و الگوی شهرسازی سنتی ایران شده است. در ایران ما با مشکل فضاهای عمومی در شهرها مواجه هستیم. از یک طرف فضاهای عمومی در شهرها ایجاد می‌کنیم بدون در نظر گفتن تدابیر لازم که مورد استقبال مردم قرار نمی‌گیرند و از طرف دیگر مردم خود مکان‌هایی که به این مسئله اختصاص ندارد را برای گذراندن وقت خود و تفریح انتخاب می‌کنند که می‌تواند برای جامعه خطرهایی به همراه داشته باشد. بنابراین توجه به مکان‌های عمومی شهر یک ضرورت در شهرهای ایران است. سینما از جمله مکان‌های عمومی در شهر است که به دلیل جذابیت موجود در هنر سینما پتانسیل زیادی در جذب مردم به سمت خود را دارد. امروزه در طراحی سینما در جهان مجموعه‌های سینمایی مورد توجه هستند تا بتوانند مخاطبان بیشتری را برای سینما به ارمغان بیاورند. گاهی نام این مجموعه‌ها را پردیس سینمایی می‌گویند. این موضوع از نظر شهری هم قابل تأمل است و می‌تواند نتایج مفیدی را به همراه داشته باشد. این نگاه تازه به سینما به عنوان مکان و تأکیدی که بر ارتباط میان مخاطب و سینما دارد، ناگزیر ما را به سمت ارائه مفهومی نو از فضایی واسط خواهد برد، فضایی که به عنوان یک مدیوم در پی برقراری ارتباطی نو میان سینما و شهر می-باشد. چنانچه این فضای واسط را از نوع فضاهای شهری و با محوریت تعامل اجتماعی ببینیم، چند مزیت به دلیل ماهیت آن خواهد داشت؛ حضور در فضای عمومی شهری آزادانه، بدون محدودیت و دائمی است و چنانچه این فضای شهری در ارتباط با سینما قرار گیرد، می‌تواند عامل جذب مخاطب و بازگرداندن سینما به جایگاه

خود در جامعه و شهر باشد(تقیبی و جزیری،۴۵:۱۳۹۵). نبود استاندارد مناسب برای سرانه‌های خدماتی و کاربری‌های رفاهی در مناطق ۲۲ گانه تهران ودر این میان منطقه ۶ تهران، باعث تفاوت معنادار در میزان برخورداری ساکنان مناطق تهران از جمله منطقه ۶ از سرانه‌های شهری شده و به «فرصت نابرابر» شهروندان در استفاده از امکانات از جمله امکانات فرهنگی مانند مکان‌های نمایش فیلم دامن زده است. از این رو این تحقیق فرصتی است در جهت پاسخ معمار گونه به منظور رفع مشکلات ساختاری سینما که همان قطع ارتباط حداکثری میان مخاطبین و سینما به عنوان یک مکان است.

در ایران حسینی و همکاران(۱۳۸۸) پژوهشی با عنوان معماری و سینما عناصر مکمل و هویت بخش فضا و مکان انجام داده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که فضاهای شهری و بناهای معماری به عنوان مکان یک رویداد فیلم از اهمیت زیادی برخوردارند و معرف موقعیت زمانی، فرهنگی، تاریخی، اجتماعی و ... در فیلم هستند. به طوری که توجه به مقوله شهر در سینما به صورت جدی و آگاهانه، ایده جدیدی است که می‌تواند مورد توجه کارگردانان و فیلم‌سازان قرار گیرد. فضاهای شهری ما در سینمای ایران باید دارای شخصیت گردیده و به عبارتی منعکس کننده هویت ایرانی باشند. در این مقاله برآنیم به ارتباط متقابل معماری و سینما به عنوان دو عنصر مکمل و نقش آن‌ها در هویت بخشی به مکان‌ها و فضاهای شهری است. قهرمانی و همکاران(۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان ارتباط تعاملی فضای سینما و فضاهای شهری انجام داده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که در دهه‌های اخیر گونه‌ای ارتباط پویای تعاملی میان شهر و سینما پدید آمده است و نمی‌توان از تأثیر شهرهای سینمایی بر شهرهای واقعی غافل شد. در شهرهای معاصر، گونه‌ای از درهم آمیختگی میان پلان‌های سینمایی و پلان‌های شهری پدید آمده است که به ادراک مخاطبان از مفهوم شهر شکل می‌دهند.

مبانی نظری

فضای شهری

از دید بسیاری از اندیشمندان، فضا عنصر جدانشدنی ساخت مادی و ساختمند شدن زندگی اجتماعی است بنابراین فضا تولید اجتماعی است و بانی تولید آن تولیدکنندگان، مصرف کنندگان و کنشگران است. دولت، اجتماعات، مؤسسه‌های تولیدی و گروه‌های که با نظامی پیچیده از کنش‌های متقابل در مقیاس‌های مختلف درگیرند از آن جمله محسوب می‌شوند(سعیدی رضوانی و اسدی،۲:۱۳۹۹). فضا سطح یا حجم اشغال شده به وسیله یک شیئی و یا فواصل بین مکان‌ها، موقعیت‌ها و هر عارضه بر روی سطح زمین می‌باشد. فضا، عینیتی حاصل از نقش‌پذیری و اثرگذاری افراد و گروه‌های انسانی در مکان و یا به سخن دیگر، پیامد عملکردهای متعامل دو محیط اجتماعی - اقتصادی و طبیعی اکولوژیک است. از این رو فضا را می‌توان نوعی تولید اجتماعی در مکان به شمار آورد. از آنجا که فضا متشکل از اجزایی مرتبط است، می‌توان آن را یک نظام(سیستم) به شمار آورد و چون این نظام واقعیتی مکانی فضایی است، می‌توان از واقعیتی مکانی - فضایی سخن گفت. فضا در بستر مکان و در گذر زمان، همچون هر پدیده اجتماعی دیگر در معرض تحول و دگرگونی قرار دارد(کارمونا،۶۷:۲۰۱۴). عنصر اصلی تحول در فضا قابلیت‌های محیط فرهنگی(به مفهوم عام) و عوامل و نیروهای مادی و معنوی دخیل در آن است. بنابراین با توجه به اینکه فرهنگ گروه‌های انسانی در اصل به آرامی دگرگون می‌گردد، دگرگونی نظام فضایی نیز به کندی پدیدار می‌گردد. بررسی و شناخت فضا همواره بر مبنای

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1401.22.67.21.8]
[DOI: 10.52547/jgs.22.67.189]

مقیاس معین به انجام می‌رسد؛ از این رو، نظام‌های فضایی در مقیاس بزرگ(جهانی، کشوری و منطقه‌ای)، مقیاس متوسط(ناحیه‌ای، محلی، شهری و یا روستایی) و مقیاس کوچک(دهکده، مزرعه، محله و...) مورد بررسی قرار می‌گیرد(خستو و سعیدی، ۸:۱۳۸۹). فضاهای شهری، گره‌ها و مسیرهایی هستند که ضمن محصور بودن، باید از فعالیت و سرزندگی نسبی هم برخوردار باشند. چنین فضاهایی لزوماً باید دارای ویژگی‌های خاص فیزیکی و ادراکی باشند تا بتوانند سرزندگی را در خود پدید آورده و حفظ کنند(برزگر و حبیبی،۵۰:۱۳۹۹). اگر فضا یک مفهوم مبهم و پیچیده است، به این دلیل است که شهر هم یک رویداد با لذات پیچیده است. با وجود این "فضای شهری، چیزی نیست جز فضای زندگی روزمره شهروندان که هر روز به صورت آگاهانه یا ناآگاهانه در طول راه، از منزل تا محل کار ادراک می‌شود(پاکزاد،۵۶:۱۳۹۰). زوکر فضای شهری را ساختاری سازمان یافته، آراسته و واجد نظم می‌داند که فعالیت‌های انسانی را در خود جای می‌دهد و از اصول و قواعد خاصی پیروی می‌کند(خاک‌زند و آقابزرگ، ۱۳۹۳). فضای شهری به عنوان یکی از زیر مجموعه‌های مفهوم فضا، از مقوله فضا مستثنی نیست. بدین معنی که ابعاد اجتماعی و فیزیکی شهر رابطه‌ای پویا با یکدیگر دارند. در واقع فضای شهری مشتمل بر دو فضای اجتماعی و فیزیکی می‌شود. به تعبیر گاتمن محیط مصنوع یک سخت-افزار است که درون آن، نظام اجتماعی به مثابه یک نرم‌افزار عمل می‌کند" (عباس زاده و تمری،۴۳:۱۳۹۱). فضای شهری بستر مشترکی است که مردم فعالیت‌های کارکردی و مراسمی را که پیوند دهنده‌ی اعضای جامعه است در آن انجام می‌دهند؛ صحنه‌ای است که بر روی آن نمایش زندگی جمعی، در معرض دید قرار می‌گیرد(صالحی، ۱۳۸۷: ۶۹). فضاهای شهری نقش حیاتی در زندگی اجتماعی جوامع دارند(عظیمی و همکاران،۶۷:۱۳۹۹). ارزش اجتماعی اینگونه فضاها گسترده است و به میزانی که بتواند مردم را تحت تأثیر قرار دهد حس مکان را به آن‌ها منتقل کند، وابستگی به محل را در آن‌ها شکل دهد و فرصت دهد که با دیگران ارتباط برقرار کند نقش مهمتری خواهد داشت(خاک‌زند و آقابزرگ، ۱۳۴:۱۳۹۳). فضای شهری مکان تعامل و گفت‌وگوی نیروهای مختلف و تأثیرگذار بر روند تحولات شهری است. شرط ابتدایی برای اطلاق عنوان فضای شهری، برخوردار بودن از بستری است که در آن نیروهای گوناگون باهم تعامل داشته باشند فضای شهری فضایی است که در آن نیروهای مؤثر بر روند تحولات شهری به گونه‌ای قرار گرفته‌اند که فرصت را برای انتخاب عموم فراهم کنند و ضمن این‌که هر یک از نیروهای بیان شده در این فضا خود را آشکار می‌کند، به باز آشنایی دیگری هم می‌پردازد و در نهایت به فهم مشترک نائل می‌شود. از این‌تعریف، این گونه بر می‌آید که هر یک از نیروهای مؤثر بر تحولات شهری خویشتن خویش را درقالب گفت‌وگو با دیگر نیروها می‌جوید و مفهوم می-یابد(تقی پور و همکاران،۳۲:۱۳۹۶). فضاهای شهری از مهمترین و فعال‌ترین مکان‌های شهری در دوران زندگی بشر محسوب شده و توجه به عناصر و کیفیت‌های موجود در این گونه فضاها در دوران‌های مختلف تاریخی بر اساس اهداف و خواسته‌های ساکنین شهرها متفاوت بوده است. اما آن‌چه که در تمامی دوران‌ها مشترک بوده، حضور مردم و وجود روابط اجتماعی حاکم بر آن‌هاست(ویسانیو و همکاران،۱۰۹:۲۰۱۷).که مهمترین اصل در پویایی فضاهای شهری به حساب می‌آید. فضای عمومی شهری به مفهوم صحنه‌ای است که فعالیت‌های عمومی زندگی شهری در آن‌ها به وقوع می‌پیوندد. این فضاهای پویا در مقابل فضاهای ثابت و بی‌تحرک محل کار و سکونت، اجزای اصلی و حیاتی یک شهر را تشکیل داده، شبکه‌های حرکت، مراکز ارتباطی و فضاهای عمومی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1401.22.67.21.8]
[DOI: 10.52547/jgs.22.67.189]

بازی و تفریح را در شهر تأمین می‌کند(مرتضوی، ۱۹:۱۳۹۰). فضاهای شهری فضاهایی هستند که با حضور و حرکت شهروندان حیات و قوام می‌یابند، حضوری که با فعالیت‌های آن‌ها توأم می‌باشد و پویایی زندگی را به نمایش می‌گذارد. پیاده‌راه‌ها و مسیرهای شهری می‌توانند به عنوان جزء مهمی از این نوع فضاهای شهری به حساب آمده و تأثیری مهم در زندگی شهروندان داشته باشند. مسیرها در ذهن شهروندان نه تنها خطوطی هستند که ارتباط و اتصال نقاط مختلف شهر را میسر می‌سازند، بلکه فضاهایی را تصویر می‌کنند که به صورت روزمره بیشترین حیات جمعی را در خود جای می‌دهند. این مسیرها به صورت انواع خیابان‌های شهری، عبوری، محلی، بلوارها، کوچه‌ها و بن بست‌ها و پیاده‌راه‌ها در سطح شهر عینیت می‌یابند و عمده‌ترین سهم را نسبت به سایر فضاهای شهری به خود اختصاص می دهند(پاکزاد، ۳۳:۱۳۸۵).

مکان‌های نمایش فیلم

گذشته از اتفاقات سیاسی، اجتماعی بستر شکل گیری خاطره‌های جمعی غالباً فضاهای عمومی‌اند. فضاهایی که انسان ها در آن به تعاملات اجتماعی می‌پردازند، فضایی مانند یک سینما که افراد گوناگون با دلایل گوناگون در آن جمع می‌شوند تا برای ساعتی چند، فارغ از دنیای آن سوی دیوارها در آن خاطرات جدیدی ایجاد کنند و یا خاطراتشان را مرور کنند(چانگ۲ و همکاران،۲۴۸:۲۰۰۵).

به طور کلی می‌توان گفت: سینما مروج هویت اجتماعی است. بر این اساس، شهر یک واقعیت فیزیکی مرکب از فضاها و روابط اجتماعی است که از خلال آن انسان فضا را می‌بیند و لمس می‌کند و به هویت مشخصی راجع به خودش دست پیدا می‌کند. سینما رسانه‌ای است که به خلق فضا و روح می‌پردازد و همیشه پیوند ناگسستنی بین شهر و سینما و معماری وجود داشته است، اولین حضور معماری در سینما با شهر آغاز شد ولی نمی‌توان از نظر دور داشت که سینما خود محصول جامعه مدرن است. از این رو سینما از آغاز با کلان شهرهای مدرن پیوند خورد. سینما به عنوان مؤثرترین ابزار فرهنگی در مدیریت شهری به وسیله معماری و با توجه به ماهیت مکان، خاطرات جمعی شهری را برای عموم رقم می‌زند(کریگان،۶۷:۱۳۹۶).

سینمای هنری

به طور کلی فیلم هم کالایی اقتصادی و هم کالایی فرهنگی در نظر گرفته می‌شود(کریگان،۱۳۹۶، ۱۲۷). در تعریف سازمان سینمایی از فیلم هنری آمده است : «فیلم هنری» به اثری سینمایی - در هر قالب زمانی کوتاه و بلند و داستانی و مستند و انیمیشن و... گفته می‌شود که فرم و محتوای آن تمایلات و حساسیت‌ها و کنجکاوی‌های زیبایی‌شناسانه تماشاگران را برانگیزد و ذوق و سلیقه‌ی بصری آنان را ارتقاء دهد(سایت Cinemapress.ir، ۱۳۹۳).پرویز دوایی در کتاب فرهنگ واژه‌های سینمایی در مورد تعبیر آوانگارد[3] که برخی از آن برای توصیف طیفی از فیلم‌های هنری استفاده می‌کنند، این توصیف را به کار می‌برد: پیشرو بودن و تجربه‌گرایی در هنر به طوری که اثر خلاف و خارج از جریان رایج و قابل فهم و تمتع روز باشد و معیارهای رایج عامه پسند و مخصوصاً هنر مصرفی و تجارتی، نتواند آن را بپسندد و هضم و فهم کند. (دوایی، ۱۳۶۹،

2 Chang
3 Avant-Garde

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1401.22.67.21.8]
[DOI: 10.52547/jgs.22.67.189]

۱۰) وی همچنین در خصوص سالن‌های نمایش دهنده فیلم‌های هنری از اصطلاح خانه هنر[۴] استفاده نموده و آن را این گونه تعریف می‌کند: اصطلاحی اصلاً آمریکایی که به سینماهایی اطلاق می‌شود که فیلم‌های هنری قدیمی و آثار غیرتجاری جدید را که باب طبع اکثریت عامه نیست برای یک عده تماشاگر معدود خاص و علاقمند نشان می‌دهد. این نوع سینماها در فرانسه از سال ۱۹۲۴ به وجود آمد(شعبانی،۱۳۹۴:۵۶).

سینمای هنری، از معیارهای عوام پسند رایج پیروی نمی‌کند، پرسشگر است، در برابر آن‌چه در جامعه می‌گذرد، دیدگاه دارد و صاحب اندیشه است. فیلمسازانی مانند ابراهیم گلستان، عباس کیارستمی و سهراب شهید ثالث در شرایط بومی و فرهنگی ایران از رسانه سینما و از زبانی بهره برده‌اند که، به مثابه هنر، بخشی از نظام گسترده ارتباطات است. زیرا همواره معانی و دلالت‌هایی در اثر وجود دارد که فیلمساز آن را - خودآگاه یا ناخودآگاه ـ به منظور دریافت طیف‌های گوناگونی از مخاطبان در اثر گنجانده است(مافی،۱۳۹۴).از حیث تاریخی سینمای هنری دو تعریف گسترده و محدود دارد. در تعریف گسترده، ریشه‌های سینمای هنری به سینمای مدرنیستی اولیه باز می‌گردد. مدرنیسم اولیه شامل فیلم‌های اقتباسی از آثار ادبی کالسیک، رویه‌های مدرنیستی و آوانگارد زمانه مانند اکسپرسیونیسم، سوررئالیسم، دادائیسم و کانستراکتیویسم بود. طی دهه ۱۹۳۰، «فیلم به مثابه هنر» شکل گرفت. افراد و نهادها به نحو فزاینده‌ای به ترویج مفهوم سینمای متمایز هنری پرداختند. آثار هنرمندان منفرد این نوع سینما در مکان‌هایی خاص به نمایش در می‌آمد و دو ویژگی مهم داشتند: مؤلف‌گرایی و استقلال از فشارهای تجاری. در تعریف محدود، سینمای مدرنیستی متأخر در اروپای دهه‌ی ۱۹۵۰ ظاهر شد و برای دستیابی به سوبژکتیویته، بازتابندگی و انتزاع مدرنیستی به جای نقاشی و موسیقی به ادبیات و تئاتر مدرن تکیه کرد تا بازنمایی ناب ذهنی را جایگزین فرم بصری ناب کند. موج اول سینمای هنری بر پایه مفهومی یکپارچه تحت تأثیر هنرهای بصری آوانگارد و به مثابه پدیده‌های ملی در آلمان، فرانسه و شوروی شکل گرفت و موج دوم پدیدهای کلی با ابعاد جهانی و بر اساس پس زمینه‌های گوناگون فرهنگی بود .دیدگاه‌های مختلفی درباره سینمای هنری و رده‌بندی آن وجود دارد. گروهی آن را برآیند تکامل سینما(دلوز) و گروهی آن را شیوه یا جنبشی محدود و تاریخی می‌دانند(بردول). در ابتدا با استناد به دیدگاه تکامل گرایان و سبک گرایان، تصویر کلی و مؤلفه‌های این سینما ترسیم می‌گردد؛ سپس با استناد به سبک-های چهارگانه و ژانرهای هفتگان[۵] پیشنهادی کواچ به تبیین مؤلفه‌های این سینما پرداخته می‌شود تا مبنا و چارچوب نظری برای تحلیل چهار نمونه فیلم هنری در بازه زمانی ۱۳۴۶-۱۳۵۷ فراهم شود. هریک از این فیلم‌ها ابعادی از سبک‌ها و ژانرهای سینمای هنری را برملا می‌کنند. این یافته‌ها از رده‌بندی نادرست و گاه ابهام آمیز این فیلم‌ها ذیل«موج نو» پرده بر می‌دارند. این رده‌بندی بر اساس معیارهای گوناگون و گاه متناقض شکل گرفت و حاصل یک مجموعه ناهمگون و گوناگون تحمیلی و بی اعتناء به مؤلفه‌های سبکی و ژانری فیلم هنری بود (وحیداله موسوی و همکاران ،۱۳۹۶).

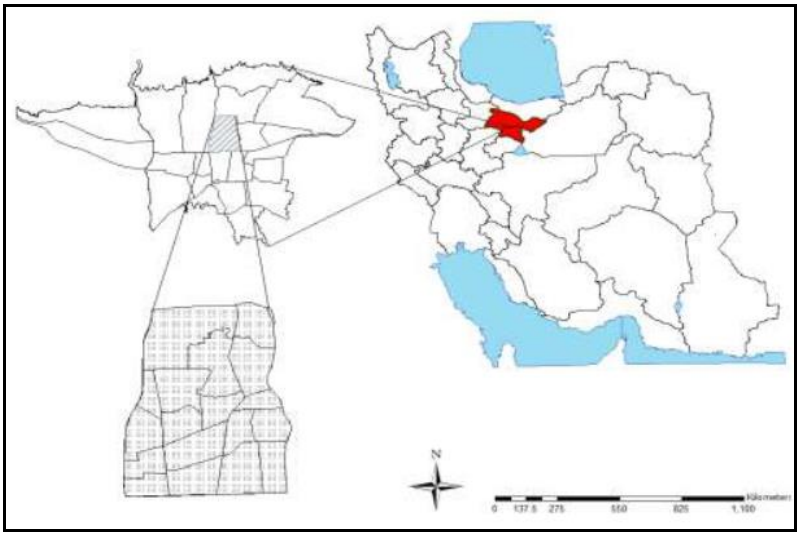
4 Art House

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1401.22.67.21.8]
[DOI: 10.52547/jgs.22.67.189]

روش تحقیق

معرفی محدوده مورد مطالعه

منطقه ۶ شهرداری تهران یکی از مناطق شهری تهران است که در مرکز این شهر با مختصات جغرافیایی ۳۵,۷۲۱۱۱۸۶،۵۱,۳۹۹۴۶۷۲ واقع است. این منطقه از شمال به بزرگراه همت از غرب به بزرگراه چمران از شرق به بزرگراه مدرس و خیابان مفتح و همچنین از جنوب به خیابان انقلاب محدود می‌شود. این منطقه با مساحتی معادل ۲۱۳۸/۴۵ هکتار حدود ۲/۳ درصد از سطح شهر تهران را شامل می‌گردد. این منطقه شامل ۶ ناحیه و ۱۴ محله می‌باشد. خوابگاه‌های دانشجویی در منطقه ۶ تهران، بافت جمعیتی و اجتماعی این منطقه را کاملاً تحت تأثیر قرار داده است. ساختمان مرکزی شهرداری منطقه ۶ در میدان سیدجمال‌الدین اسدآبادی (میدان کلانتری) یوسف‌آباد واقع شده است. از مهمترین محله‌های واقع در این منطقه می‌توان به محله‌های جهاد، جمالزاده، سنایی، وصال، امیرآباد، یوسف آباد، بهجت آباد، کریم‌خان، ساعی و نظامی گنجوی اشاره کرد. بافت این منطقه بیشتر از بخش‌های اداری و تجاری تشکیل شده و به همین جهت این منطقه از دیرباز به عنوان یکی از مناطق درآمدزای تهران به حساب می‌آید. از مهم‌ترین اماکن و پارک‌های این منطقه می‌توان به پارک لاله، پارک ساعی، پارک نظامی گنجوی، کلیسای مریم مقدس، موزه هنرهای معاصر و همچنین دانشگاه صنعتی امیر کبیر، دانشگاه تهران و... اشاره کرد.



شکل(۱). موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

داده و روش کار

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، و از نظر روش توصیفی-تحلیلی است. در راستای گردآوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شد. جامعه آماری پژوهش را شهروندان ساکن منطقه ۶ تهران تشکیل می‌داد. به منظور تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد و حجم نمونه ۳۸۴ نفر برآورد گردید روش نمونه‌گیری به صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده بود. در جهت گردآوری داده‌های میدانی از پرسشنامه استفاده شد در جدول(۱) تعداد گویه‌های هر یک از متغیرهای پژوهش ارائه شده است. پایایی پرسشنامه از طریق محاسبه

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1401.22.67.21.8]
[DOI: 10.52547/jgs.22.67.189]

آلفای کرونباخ و محاسبه ضریب پایایی ترکیبی(cr) سنجیده شد، مقدار آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی برای هر متغیر، بین صفر و یک می‌باشد و چنانچه مقدار به دست آمده بالاتر از ۰/۷ باشد، پرسشنامه پایایی مناسبی دارد. نتایج حاصل از مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی پرسشنامه که در جدول(۱) نشان داده شده است تأیید کننده پایایی مناسب پرسشنامه مورد استفاده می‌باشد. در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از نرم افزارهای SPSS و لیزرل استفاده شده است.

جدول (۱). تعداد گویه‌ها، پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

متغیرها	تعداد گویه‌ها	AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
مکان نمایش فیلم	۱۰	۰/۷۶۵	۰/۷۸۹	۰/۷۶۵
بازار سینمای هنری	۸	۰/۵۹۸	۰/۷۰۷	۰/۸۴۳
ارتقای فرهنگی فضای شهری	۱۰	۰/۷۳۲	۰/۸۰۴	۰/۷۴۹

منبع:یافته‌های پژوهش

روایی پرسشنامه نیز در دو مرحله روایی صوری و ظاهری از طریق کسب نظر از اساتید و کارشناسان تأیید و روایی واگرا[5] با محاسبه شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE) تأیید شد. حداقل میزان قابل قبول برای میانگین واریانس استخراج شده ۰/۵ می‌باشد. مقادیر به دست آمده برای هر متغیر در جدول(۱) قابل مشاهده هستند. روایی واگرا طبق جدول(۲)، مقدار جذر میانگین واریانس استخراج شده تمام متغیرهای مرتبه اول از مقدار همبستگی میان آن ها بیشتر است که این امر روایی واگرای مناسب پرسشنامه را نشان می‌دهد.

جدول(۲). ماتریس سنجش روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

متغیرها	مکان نمایش فیلم	بازار سینمای هنری	ارتقای فرهنگی فضای شهری
مکان نمایش فیلم	۰/۸۷۴	-	-
بازار سینمای هنری	۰/۶۷۱	۰/۷۷۳	-
ارتقای فرهنگی فضای شهری	۰/۵۳۲	۰/۷۰۲	۰/۸۵۵

نتایج

در این قسمت نتایج به دست آمده در دو قسمت توصیفی و تحلیلی ارائه می‌شود. در بخش نخست یافته‌های توصیفی نمونه آماری پژوهش در جدول(۳) نمایش داده شده است.

همان‌گونه که در جدول(۳)، قابل ملاحظه است از تعداد ۳۸۴ نفر نمونه آماری پژوهش از نظر جنسیت ۲۴۵ نفر مرد و ۱۳۹ نفر زن، از نظر سن بیشترین تعداد نمونه آماری در گروه سنی ۳۶ الی ۴۰ سال، از نظر تحصیلات بیشترین تعداد دارای تحصیلات لیسانس، از نظر وضعیت تأهل بیشترین تعداد نمونه آماری پژوهش متأهل می‌باشند.

5 Discriminant Validity

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1401.22.67.21.8]
[DOI: 10.52547/jgs.22.67.189]

جدول(۳). ویژگی‌های توصیفی نمونه آماری پژوهش

متغیر	نوع متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
جنس	مرد	۲۴۵	۶۳/۸
	زن	۱۳۹	۳۶/۱
سن	زیر ۲۵سال	۲۳	۵/۹
	۲۶ الی ۳۰سال	۶۷	۱۷/۴
	۳۱ الی۳۵ سال	۱۴۳	۳۷/۲
	۳۶ الی ۴۰ سال	۱۵۱	۳۹/۳
تحصیلات	فوق دیپلم	۸۸	۲۲/۹
	لیسانس	۱۵۹	۴۱/۴
	فوق لیسانس	۱۰۳	۲۶/۸
	دکتری	۳۴	۸/۸
وضعیت تأهل	متأهل	۲۳۹	۶۲/۲
	مجرد	۱۴۵	۳۷/۷

منبع: یافته‌های پژوهش

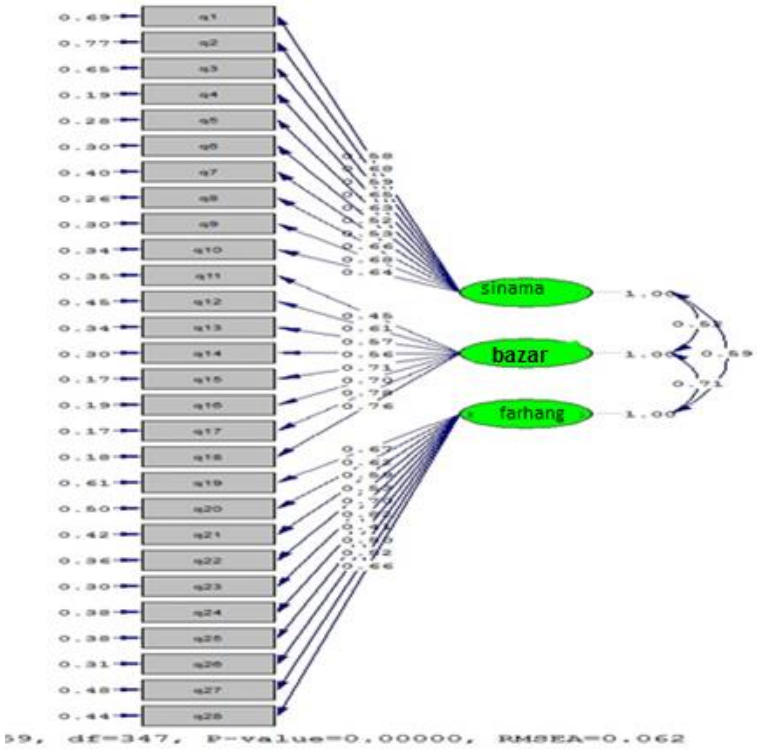
بررسی سؤال پژوهش از طریق بررسی مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش با رویکرد تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و بررسی مدل ساختاری در نرم افزار لیزرل به دست آمده است که در ادامه به تفصیل ارائه می‌شود. در مدل‌های معادلات ساختاری لازم است تا دو مدل مورد آزمون قرار گیرند. مدل اول، شامل مدل اندازه‌گیری برای متغیرهای پژوهش است. مدل اندازه گیری، نشان دهنده‌ی بارهای عاملی متغیرهای مشاهده شده (گویه-ها) برای هر متغیر مکنون است. شاخص‌های برازش رایج در مدل‌های اندازه‌گیری برای متغیرهای تحقیق در قالب جدول(۴) ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، شاخص‌های اصلی برازش کلیدی متغیرهای مکنون در دامنه‌ی مناسب و قابل قبول قرار دارند. همچنین مقادیر بار عاملی گویه‌های مربوط به هر کدام از متغیرها بیشتر از ۰/۴ بوده و مدل اندازه‌گیری مورد تأیید قرار می‌گیرد شکل(۲).

جدول (۴). نتایج شاخص‌های برازش مدل اندازه گیری متغیرهای تحقیق

شاخص‌های برازش	NFI	AGFI	GFI	RMSEA	X^2/DF	DF	X^2
حدمجاز	ملاک بیش از ۹۰	ملاک بیش از ۹۰	ملاک بیش از ۹۰	ملاک کمتر یا مساوی۰،۰۸	ملاک کمتر از۳	ملاک بیش از صفر	-
نتایج	۰/۹۶	۰/۹۷	۰/۹۹	۰/۰۶۲	۲/۱۱	۳۴۷	۷۳۳/۵۹

منبع: یافته‌های پژوهش

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1401.22.67.21.8]
[DOI: 10.52547/jgs.22.67.189]



شکل (۲). تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول متغیرهای تحقیق (منبع: یافته های پژوهش)

پس از آزمون مدل اندازه گیری، اکنون لازم است تا مدل ساختاری که نشان دهنده‌ی رابطه‌ی بین متغیرهای مکنون تحقیق است ارائه شود. با استفاده از مدل ساختاری، می توان به بررسی فرضیه های تحقیق پرداخت. مدل در حالت تخمین استاندارد (ضرایب استاندارد) و ضرایب معناداری (عدد معناداری) در قالب شکل‌های (۳) و (۴) نشان داده شده است. همان طور که در جدول(۵) ملاحضه می‌شود، مدل از نظر شاخص‌های تناسب در وضعیت مناسبی قرار دارد؛ زیرا نسبت کای دو بر درجه آزادی برابر با ۱/۵۰ و کوچک تر از مقدار مجاز یعنی عدد ۳ و مقدارRMSEA برابر با ۰/۰۶۲ و کوچکتر از عدد مجاز یعنی عدد۰/۰۸ است همچنین دیگر شاخص-های برازش از قبیل AGFI،GFI وNFI در وضعیت مطلوبی قرار دارند از این رو مدل ساختاری پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

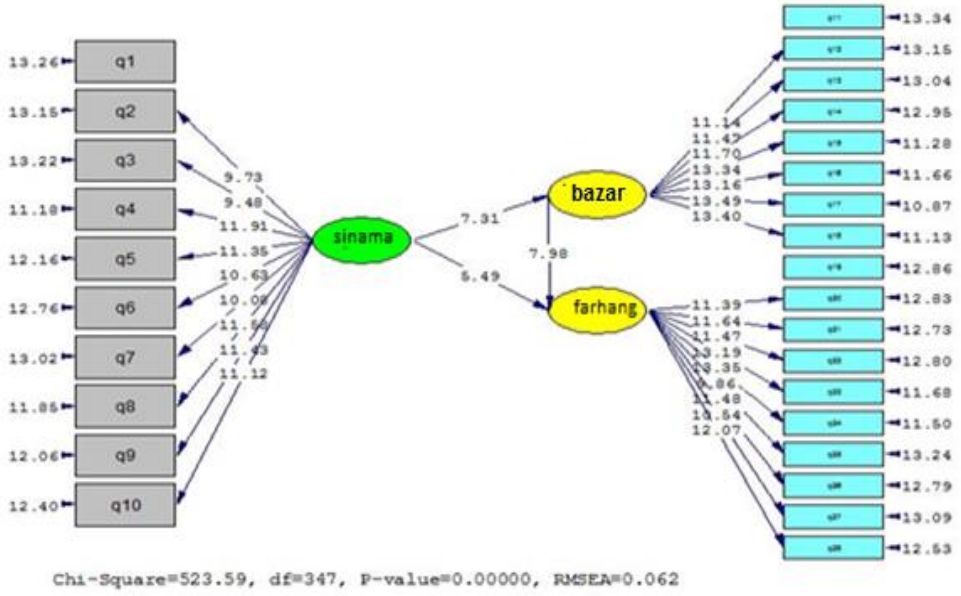
جدول(۵). نتایج شاخص‌های برازش مدل ساختاری تحقیق

شاخص‌های برازش	NFI	AGFI	GFI	RMSEA	X^2/DF	DF	X^2
حدمجاز	ملاک بیش از ۹۰	ملاک بیش از ۹۰	ملاک بیش از ۹۰	ملاک کمتر یا مساوی۰،۰۸	ملاک کمتر از۳	ملاک بیش از صفر	
نتایج	۰/۹۲	۰/۹۶	۰/۹۳	۰/۰۶۲	۱/۵۰	۳۴۷	۵۲۳/۵۹

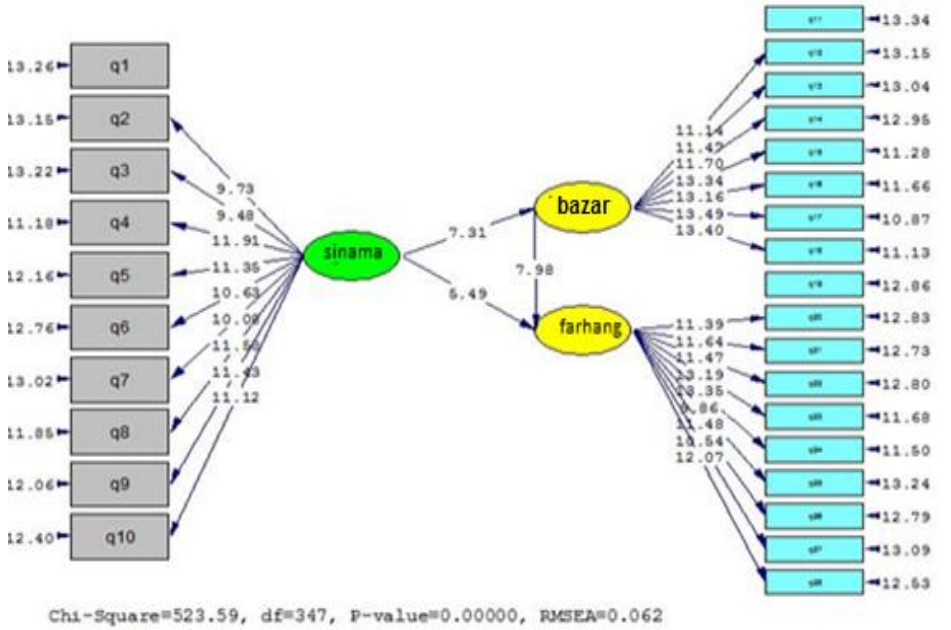
در ارتباط با این عبارت که، مکان‌های نمایش فیلم بر بازار سینمای هنری تأثیر مثبت و معناداری دارد، همان طور که در شکل(۴) مشاهده می‌شود، ضریب مسیر(۰/۵۲) برآورد شده است. همچنین با توجه به شکل(۳)

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1401.22.67.21.8]
[DOI: 10.52547/jgs.22.67.189]

مقدار آماره T به دست آمده برابر با ۷/۳۱ شده و از ۱/۹۶ بیشتر است؛ لذا این ضریب مسیر معنادار است و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد و می‌توان گفت که مکان‌های نمایش فیلم بر بازار سینمای هنری تأثیر مثبت و معناداری دارد.



شکل (۳). مدل ساختاری پژوهش در حالت معناداری (منبع: یافته‌های پژوهش)



شکل(۴). مدل ساختاری پژوهش در حالت ضرایب استاندارد (منبع: یافته‌های پژوهش)

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1401.22.67.21.8]
[DOI: 10.52547/jgs.22.67.189]

در ارتباط با این عبارت، مکان‌های نمایش فیلم بر ارتقای فرهنگی فضای شهری تأثیر مثبت و معناداری دارد. با عنایت به شکل(۴)، ضریب مسیر (۰/۳۱) برآورد شده است. با توجه به شکل(۳)مقدار آماره T به دست آمده برابر با ۵/۴۹ شده و از ۱/۹۶ بیشتر است؛ لذا این ضریب مسیر معنادار است و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد و می‌توان گفت که مکان‌های نمایش فیلم بر ارتقای فرهنگی فضای شهری تأثیر مثبت و معناداری دارد. در ارتباط با این عبارت، بازار سینمای هنری بر ارتقای فرهنگی فضای شهری تأثیر مثبت و معناداری دارد. همان طور که در شکل(۴)، مشاهده می‌شود، ضریب مسیر (۰/۵۵) برآورد شده است. با توجه به شکل(۳)، مقدار آماره T به دست آمده برابر با ۷/۹۹ شده واز ۱/۹۶ بیشتر است؛ لذا این ضریب مسیر معنادار است و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد و می‌توان گفت که بازار سینمای هنری بر ارتقای فرهنگی فضای شهری تأثیر مثبت و معناداری دارد.

به منظور بررسی نقش میانجی بازار سینمای هنری در ارتباط بین مکان‌های نمایش فیلم با ارتقای فرهنگی از آزمون سوبل استفاده شد. در آزمون سوبل، یک مقدار Z-value از طریق رابطه(۱) به دست می‌آید که در صورت بیشتر شدن این مقدار از ۱/۹۶ می‌توان در سطح ۹۵ درصد معنادار بودن تأثیر میانجی یک متغیر را تأیید نمود.

$$\mathrm{Z-Value} = \frac{a * b}{\sqrt{(b^2 * s_a^2) + (a^2 * s_b^2) + (s_a^2 * s_b^2)}}$$ رابطه(۱)

a: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

b: مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

sa: خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

Sb: خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

نتایج حاصل از آزمون فرضیه به شرح رابطه(۲) می‌باشد.

$$\mathbf{z-value} = \frac{\mathbf{0.52 * 0.55}}{\sqrt{\mathbf{0.55^2 * 0.035^2}} + \sqrt{(\mathbf{0.52^2 * 0.069^2})} + \sqrt{(\mathbf{0.035^2 * 0.069^2})}!} = \mathbf{4.66}$$ رابطه(۲)

با عنایت به میزان $\mathbf{z-value}$ به دست آمده که بالاتر از ۱/۹۶ می‌باشد از این رو نقش میانجی بازار سینمای هنری در ارتباط بین مکان‌های نمایش فیلم با ارتقای فرهنگی فضاهای شهری تأثیر مثبت و معناداری دارد.

تعیین شدت تأثیر متغیر میانجی

برای تعیین شدت تأثیر متغیر میانجی، از آماره‌ای به نام VAF استفاده می‌شود که مقداری بین ۰ و ۱ را اختیار می‌کند و هر چه این مقدار به ۱ نزدیک‌تر باشد، نشان از قوی‌تر بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. در واقع، این مقدار، نسبت اثر غیر مستقیم بر اثر کل را می‌سنجد. مقدار VAF از طریق رابطه (۳) محاسبه می‌شود.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1401.22.67.21.8]
[DOI: 10.52547/jgs.22.67.189]

رابطه(۳)

$$VAF = \frac{a \times b}{(a \times b) + c}$$

که در آن a مقدار ضریب مسیر بین متغیر مستقل و میانجی، b، مقدار ضریب مسیر بین میانجی و وابسته و c مقدار ضریب مسیر بین متغیر مستقل و وابسته است. رابطه(۴).

رابطه(۴)

$$VAF = \frac{0.52 \times 0.55}{(0.52 \times 0.55) + 0.31} = 0.47$$

مقدار تأثیر متغیر میانجی با استفاده از VAF، ۰/47 به دست آمد و با توجه به مقدار تأثیر مستقیم متغیر مستقل بر وابسته که برابر با ۰/۳۱ بود می توان عنوان نمود که مقدار تأثیر غیرمستقیم بیشتر از تأثیر مستقیم است.

نتیجه‌گیری

شهر و مکان‌های عمومی جدای از اشیای فضایی که پهنه و موقعیتی را اشغال می‌کنند ، به واسطه‌ی مؤلفه‌ها و مشخصاتشان، عبور و اسکان افراد، روابط، نیازها، تعلقات و اخلاق، آلبوم خاطراتی است که گذرگاه جامعه انسانی می‌گردد، افراد جامعه در رابطه‌ای دو طرفه بر شهر تأثیر می‌گذارند و از آن تأثیر می‌گیرند. بنابراین فضاهای عمومی به عنوان اثری انسانی یا یک اثر هنری بی‌شک دارای هویت می‌باشند. در حالی‌که شهر و فضاهای شهری نیازمند هویت بخشی هستند و با طراحی مناسب فضاهای عمومی و سینماها می‌توان به این هویت بخشی کمک کرد. آنچه که در سینما رخ می‌دهد جدای از آنچه اکران می‌شود حرکتی فرهنگی است که انسان‌ها در فضا به فعالیت فرهنگی و اجتماعی می‌پردازند. این فعالیت فرهنگی در دو جهت دارای حرکت است. یکی فعالیت حضور در سینما و دیگری گذر ذهن مخاطب از آن‌چه در فیلم دیده شده. پس حرکت اتفاق افتاده در فضا قوی‌تر از حرکت در سایر فضاهاست و مخاطب با چالشی فرهنگی - هویتی در فضا مواجه است. این چالش باعث ایجاد فضای اجتماعی و فرهنگی قوی شده که پتانسیل بالایی در هویت بخشی به فضای شهری را دارد. هویتی فرهنگی - اجتماعی که در فضای شهر شکل می‌گیرد. یافته‌های حاصل از این پژوهش نشان داد که سینما و مکان‌های نمایش فیلم بر بازار سینمای هنری و همچنین ارتقای فرهنگی فضاهای شهری تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که بازار سینمای هنری دارای تأثیر مثبت و معناداری بر ارتقای فرهنگی دارد به گونه‌ای که نقش میانجی این متغیر در رابطه بین سینما و مکان نمایش فیلم بر ارتقای فرهنگی فضای شهری دارای تأثیر میانجی بیشتری است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1401.22.67.21.8]
[DOI: 10.52547/jgs.22.67.189]

منابع

برزگر، سپیده، حبیبی، میترا. (۱۳۹۹) **کاوش ضرباهنگ زندگی روزانه در ساماندهی مصرف فضای شهری (مورد پژوهی: پیاده راه شهر رشت)**، دانش شهرسازی، ۴(۱):۴۹-۷۱.

پاکزاد، جهانشاه. (۱۳۹۰). **راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران**. چاپ پنجم. وزارت مسکن و شهرسازی، انتشارات شهیدی.

تقی‌پور، حسن و قانع‌پور، پریا و خان محمدی، مهدی. (۱۳۹۶)، **بازآفرینی یک فضای شهری با رویکرد طراحی شهری بلوار امام حسین(ع) بندرعباس**، سومین کنگره بین المللی معماری و شهرسازی معاصر خاورمیانه، تهران.

حسینی، سیدباقر، ابی‌زاده، الناز، باقری، وحیده. (۱۳۸۸). **معماری و سینما عناصر مکمل و هویت بخش فضا و مکان**، فصلنامه معماری و شهرسازی آرمان شهر، ۲(۳):۱۱۳-۱۲۰.

خاک‌زند، مهدی، آقابزرگی، کوروش. (۱۳۹۳). **سنجش مؤلفه‌های کیفیت فضای شهری با مقایسه تطبیقی رویکرد ایرانی - اسلامی و غربی**، پژوهش‌های معماری اسلامی، ۲(۶):۵۰-۷۸.

خستو، مریم، سعیدی، نوید(۱۳۸۹). **عوامل مؤثر بر سرزندگی فضاهای شهری، خلق یک فضای شهری سرزنده با تکیه بر مفهوم (مرکز خرید پیاده)**، فصلنامه هویت شهر، ۴(۶): ۶۳-۷۴.

خستو، مریم، سعیدی رضوانی، نوید.(۱۳۸۹). **عوامل مؤثر بر سرزندگی فضاهای شهری، خلق یک فضای شهری سرزنده با تکیه بر مفهوم (مرکز خرید پیاده)**، هویت شهر، ۴(۶):۶۳-۷۴.

رفیعیان، مجتبی؛ صدیقی، اسفندیار؛ پورمحمدی، مرضیه. (۱۳۹۰). **امکان سنجی ارتقاء کیفیت محیط از طریق پیاده راه سازی محورهای شهری مورد: محور خیابان ارم بخش مرکزی شهر قم**. مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، ۵(۱۲):۴۵-۷۸.

سعیدی رضوانی، نوید، اسدی، شایان. (۱۳۹۹). **تدوین معیارهای طراحی فضای مشترک در مناطق مرکزی شهرها (مطالعه موردی: خیابان خیام شهر قزوین)**. فصلنامه پژوهشی شهرسازی و معماری هویت محیط, ۱(۲): ۱-۲۱.

شعبانی، مژگان. (۱۳۹۴). **لذت فیلم دیدن بر پرده نقره‌ای** ، ویژه‌نامه سینماتک قلهک، ۷۵-۷۴.

صدری آرش، بانکیان تبریزی آرزو، رفایی افشار قزلباش شادی(۱۳۹۸). **تأثیر پیاده راه بر افزایش تعاملات اجتماعی در فضاهای شهری بجنورد (نمونه موردی: خیابان طالقانی، محدوده میدان شهید تا مخابرات)**. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. ۱۹ (۵۴) :۸۱-۱۰۲.

عباس‌زاده، شهاب، تمری، سودابه. (۱۳۹۱) **بررسی و تحلیل مؤلفه‌های تأثیرگذار بر بهبود کیفیات فضایی پیاده راه‌ها به منظور افزایش سطح تعاملات اجتماعی**، فصلنامه مطالعات شهری، ۴(۵):۳۴-۷۸.

عظیمی المیرا، ستارزاده داریوش، بلیلان لیدا، عبداله زاده طرف اکبر، فرامرزی اصل مهسا(۱۳۹۹). **ارزیابی تأثیر عوامل کالبدی-محیطی فضاهای عمومی بر سلامت روان شهروندان(مطالعه موردی: شهر اردبیل)**. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. ۲۰ (۵۹): ۳۰۷-۳۱۹.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1401.22.67.21.8]
[DOI: 10.52547/jgs.22.67.189]

قهرمانی، محمدباقر، پیراوی، مرضیه، مظاهریان، حامد. (۱۳۹۴). **ارتباط تعاملی فضای سینما و فضاهای شهری،** فصلنامه هنرهای زیبا، ۲۰(۲):۴۹-۶۰.

کریگان، فینولا. (۱۳۹۶). **بازاریابی فیلم،** ترجمه: محمد سروری زرگر، تهران؛ انتشارات فرهنگ، هنر و ارتباطات.

مافی، رضا (۱۳۹۴)، **سینمای مستقل محصول خاص مخاطب ویژه،** بر گرفته از سایت forsatnet.ir

مرتضوی، صبوحا (۱۳۹۰). **بازشناسی پیاده راه به عنوان بستری برای گذران اوقات فراغت در شهر،** فصلنامه شهر و منظر، ۱۰(۱۲): ۱۷-۲۴.

موسوی وحیداله، پوررضائیان مهدی، شهبا محمد، روحانی سیدعلی. (۱۳۹۶). **سبک و ژانر در سینمای هنری ایران، نامه هنرهای نمایشی و موسیقی،** ۱۹: ۱۰۰-۸۳.

نقیبی، زهرا و جزپیری، علی رضا(،۱۳۹۵)، **بررسی و تحلیل نقش سینما در هویت بخشی به فضاهای شهری،** چهارمین کنگره بین المللی عمران، معماری و توسعه شهری، تهران.

Carmona, Mathew.(2014). "**Explorations in urban design**", Ashaghate Publishing Limited, England.

Chang, B. H., & Ki, E. J. (2005). **Devising a practical model for predicting theatrical movie success: Focusing on the experience good property.** Journal of Media Economics, 18(4), 247-269

Gong, Y., Lin, Y., & Duan, Z. (2017). **Exploring the spatiotemporal structure of dynamic urban space using metro smart card records. Computers**, Environment and Urban Systems, 64, 169-183.

Jo, A., Lee, S. K., & Kim, J. (2020). **Gender gaps in the use of urban space in Seoul: Analyzing spatial patterns of temporary populations using mobile phone data**. Sustainability, 12(16): 6481.

Kamalipour, H., & Dovey, K. (2020). **Incremental production of urban space: A typology of informal design.** Habitat International, 98, 102133.

Vicino, T. J., & Fahlberg, A. (2017). **The politics of contested urban space: The 2013 protest movement in Brazil.** Journal of Urban Affairs, 39(7): 1001-1016.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1401.22.67.21.8]

[DOI: 10.52547/jgs.22.67.189]