

جامعه شناسی



محمد صادق سهرابی

گروه طراحی صنعتی

دانشگاه هنر اصفهان

ms.sohrabi@aui.ac.ir



❖ آشنایی با مفاهیم کلیدی جامعه شناسی

❖ آشنایی با جامعه شناسی صنعتی

❖ روش های علوم اجتماعی و جامعه شناسی

❖ تئوری های مطرح جامعه شناسی

❖ کنش متقابل اجتماعی و زندگی روزمره

❖ وندالیسم و طراحی صنعتی

❖ شناخت کاربران، تکنیک پرسونا

❖ تکنیک های علوم اجتماعی کاربردی در طراحی صنعتی

برنامه زمانی



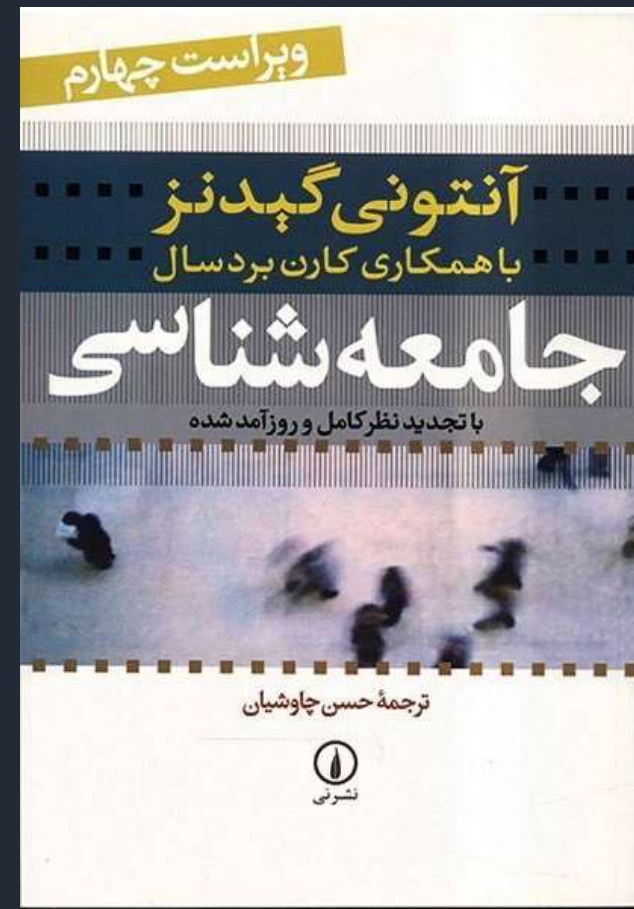
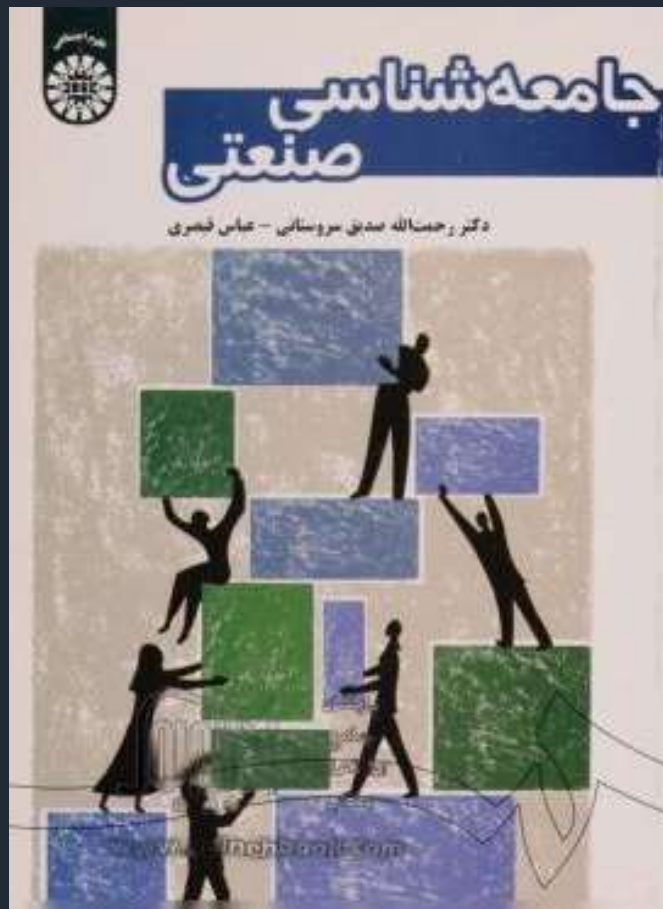
- جلسه ۱؛ ۲۶ و ۲۹ بهمن ۹۸: معرفی هدف، برنامه درسی و ارزشیابی
- جلسه ۲؛ ۳ و ۶ اسفند ۹۸: جامعه شناسی چیست؟
- جلسه ۳؛ ۱۰ و ۱۳ اسفند ۹۸: تاریخ جامعه شناسی
- جلسه ۴؛ ۱۷ و ۲۰ اسفند ۹۸: فرهنگ و جامعه (تمرین اول: مطالعه فرهنگ یک جامعه)
- جلسه ۵؛ ۱۶ و ۱۹ فروردین ۹۹: **ارائه تمرین اول**
- جلسه ۶؛ ۲۳ و ۲۶ فروردین ۹۹: کنش های متقابل (تمرین دوم: مطالعه کنش های متقابل گروه)
- جلسه ۷؛ ۳۰ فروردین و ۲ اردیبهشت ۹۹: **ارائه تمرین دوم**
- جلسه ۸؛ ۶ و ۹ اردیبهشت ۹۹: روش های پژوهش جامعه شناختی (تمرین سوم: بررسی دلایل بروز رفتار در گروه)
- جلسه ۹؛ ۱۳ و ۱۶ اردیبهشت ۹۹: روش های پژوهش جامعه شناختی،
- جلسه ۱۰؛ ۲۰ و ۲۳ اردیبهشت ۹۹: **ارائه تمرین سوم**
- جلسه ۱۱؛ ۲۷ و ۳۰ اردیبهشت ۹۹: وندالیسم، (تمرین چهارم: بررسی وندالیسم)
- جلسه ۱۲؛ ۳ و ۶ خرداد ۹۹: پرسونا (تمرین پنجم: خلق پرسونا)
- جلسه ۱۳؛ ۱۰ و ۱۳ خرداد ۹۹: **ارائه تمرین چهارم**
- جلسه ۱۴؛ ۱۷ و ۲۰ خرداد ۹۹: پرسونا، **ارائه تمرین پنجم**
- جلسه ۱۵؛ ۸ تیر ۹۹: امتحان پایان ترم، ساعت ۱۰-۱۲

موضوع	زمان ارائه	بارم
تمرین اول؛ مطالعه فرهنگ یک کشور	حداکثر تا ۹۹/۰۱/۱۹	۲
تمرین دوم؛ کنش های متقابل یک گروه	حداکثر تا ۹۹/۰۲/۰۲	۳
تمرین سوم؛ بررسی دلایل بروز رفتار در گروه	حداکثر تا ۹۹/۰۲/۲۳	۳
تمرین چهارم؛ وندالیسم	حداکثر تا ۹۹/۰۳/۱۳	۴
تمرین پنجم؛ پرسونا	حداکثر تا ۹۹/۰۳/۲۰	۵
امتحان پایان ترم	۹۹/۰۴/۰۸	۳
مشارکت کلاسی		۱

ارائه تمرین ها پس از موعد مقرر با کسر حداقل ۵۰ درصد نمره ممکن خواهد بود

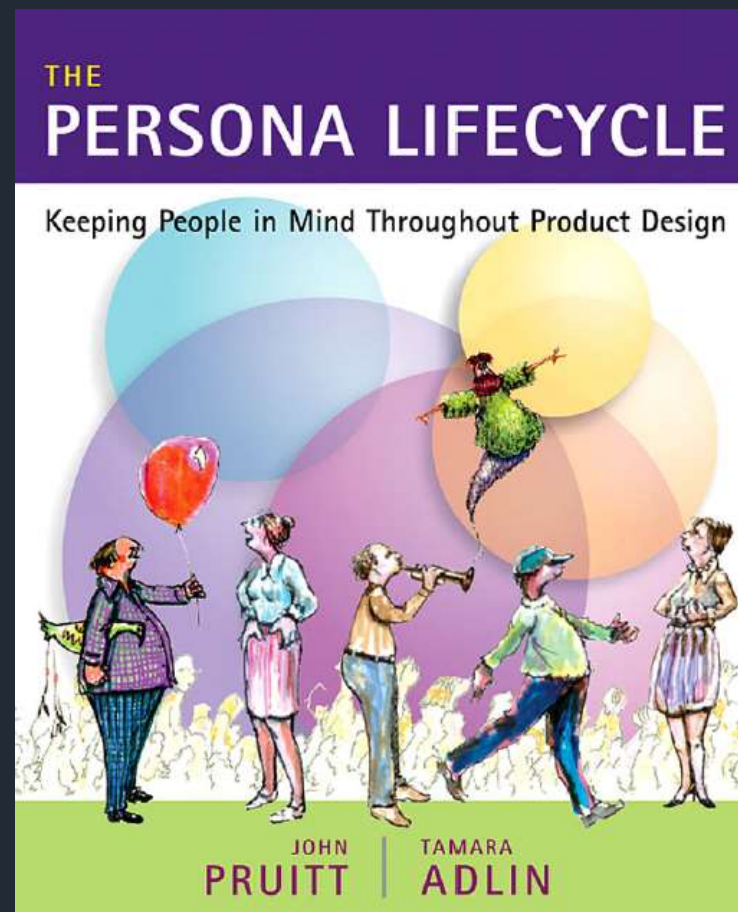
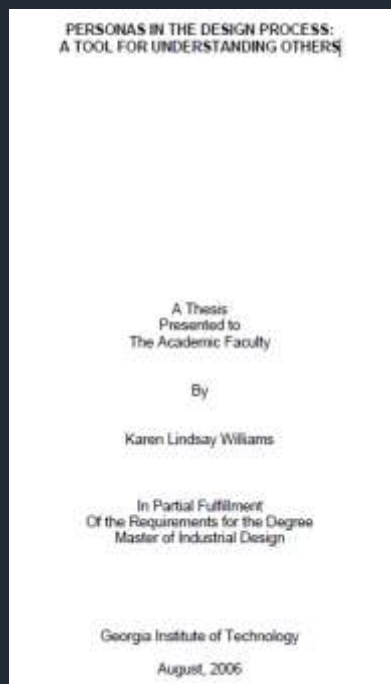
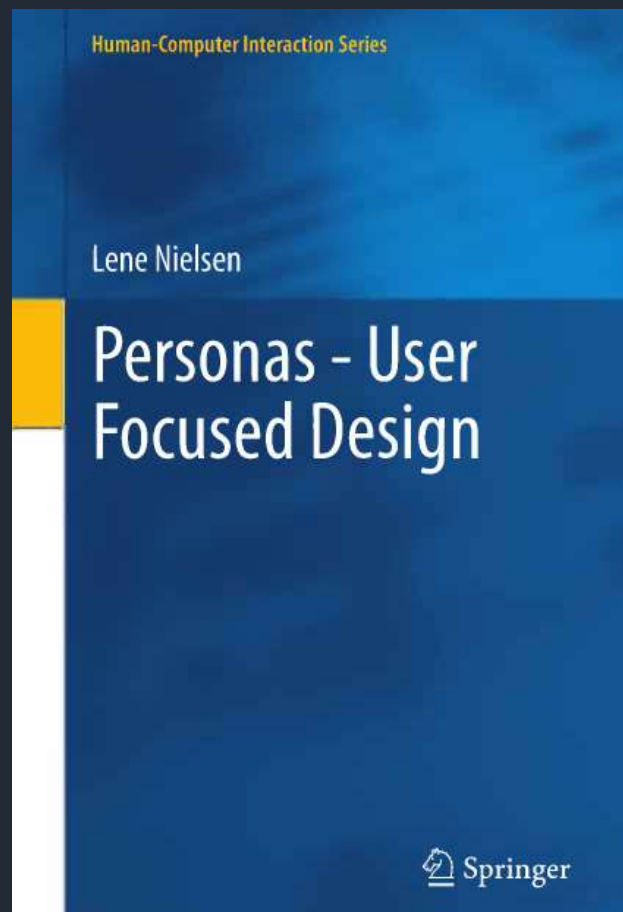
شما می توانید حداکثر ۳ جلسه غیبت و یا معادل آن تاخیر داشته باشید.

منابع برای مطالعه





منابع برای مطالعه





جامعه شناسی چیست؟

مطالعه علمی کنش متقابل انسان ها است و به بررسی

رفتار گروه های بشری می پردازد.



چرا ما اینگونه که اکنون هستیم و چرا بدین گونه عمل میکنیم؟



نگرش جامعه شناسی درباره نوشیدن چای



مطالعه رفتارهای انسان

پدیده های اجتماعی



موضوع جامعه شناسی مطالعه زندگی اجتماعی گروه ها و جوامع انسانی است مطالعه هیجان انگیز و جذاب که موضوع اصلی آن رفتار خود ما به عنوان موجودات اجتماعی است. دامنه جامعه شناسی بی نهایت وسیع است و از تحلیل برخوردهای گذرای افراد در خیابان تا بررسی فرآیندهای اجتماعی جهانی را در بر میگیرد.

به اعتقاد برخی جامعه شناسان کلاسیک پدیده های اجتماعی واقعیت های اجتماعی هستند و همین واقعیت های اجتماعی نیز موضوع جامعه شناسی را تشکیل می دهد. عمده بحث، بررسی، تحقیق و تحلیل های جامعه شناسی معطوف به پدیده های اجتماعی است.

پدیده های اجتماعی به تمام واقعیت های موجود در جامعه که به نحوی قابل ادراک باشد گفته می شود.



پدیده های اجتماعی

این نوع پدیده ها واقعیت های پیچیده زندگی انسان در جامعه هستند که قابل مشاهده مستقیم نبوده و صورت مادی و ملموس ندارند، بلکه سعی می شود به وسیله آثار ، نشانه ها و مصداق های شان شناسایی و مطالعه شود.

پدیده های اجتماعی تمام واقعیتی را شامل می شود که از زندگی و روابط اجتماعی انسان ها ناشی می شود یعنی. منشا پیدایش آنها زندگی انسان در گروه یا جامعه است.



ویژگی های پدیده های اجتماعی

۱. خارجی یا بیرونی بودن

پدیده های اجتماعی در بدو تولد افراد در دنیای خارج از آنها پدیدار است. مانند: زبان، اخلاق، عادات، دین، آداب، رسوم، سنت ها، قواعد و مقررات اجتماعی

پدیده های اجتماعی از زندگی اجتماعی انسان ها منشا میگیرد و محصول فکری یا عملی فرد خاصی محسوب نمی شود.



ویژگی های پدیده های اجتماعی

۲. جبری یا الزامی بودن

پدیده های اجتماعی به عنوان عناصری خارجی از آنچنان قدرت و نیروی شدیدی برخوردار هستند که قواعد رفتاری و اجتماعی موجود در جامعه را به فرد تحمیل یا القا کرده و همه افراد را موظف و ملزم به اجرای آن می سازد.

به گونه ای که تخطی از اجرای آن موجب سرزنش و مجازات اجتماعی است. مانند: ادای احترام به بزرگترها ، طرز صحیح رفتار در برابر جمع ، طریقه لباس پوشیدن و بسیاری دیگر از این قبیل



ویژگی های پدیده های اجتماعی

۳. عمومیت و همگانی بودن

پدیده های اجتماعی در کل جامعه رواج دارد و در انحصار فردی افراد گروه های خاصی نیستند.

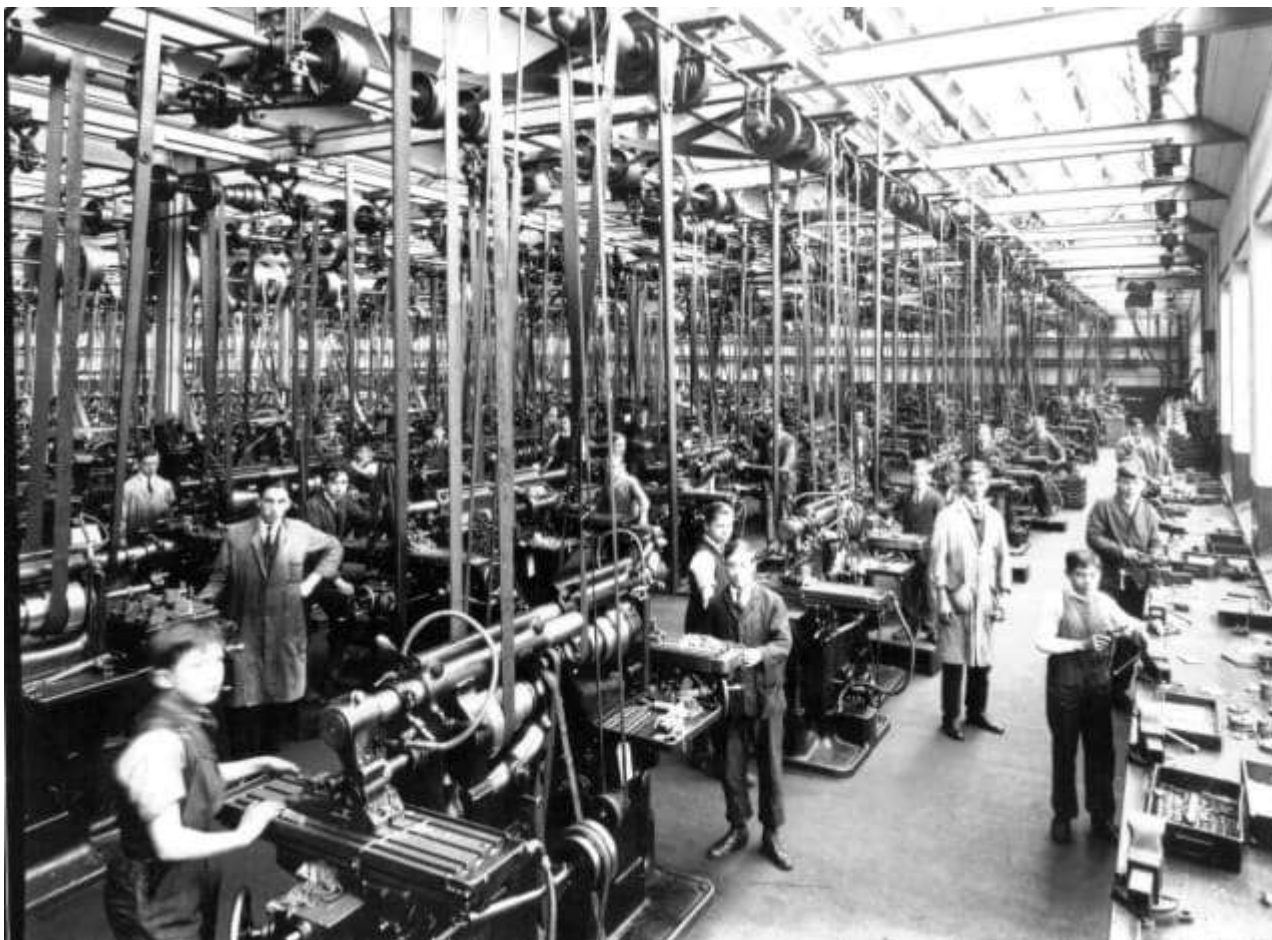
اوایل سده ۱۸۰۰: مطالعه عینی و سیستماتیک رفتار انسان، استفاده از علم برای فهم جهان



انقلاب فرانسه ۱۷۸۹: آزادی و برابری اجتماعی



انقلاب صنعتی: رشد توسعه ابداعات و اختراعات نوین، نیروی بخار، ماشین آلات، مهاجرت به کارخانه ها و کار صنعتی



تاریخچه



اوگوست کنت ۱۸۵۷-۱۷۹۸:

مطالعه تفاوت و تمایز دیدگاه ها

✓ ابداع واژه جامعه شناسی

✓ یک علم اثبات گرایی برای پدیده های قابل مشاهده

مانند شیمی و فیزیک

positivism



امیل دورکیم ۱۸۵۸-۱۹۱۷

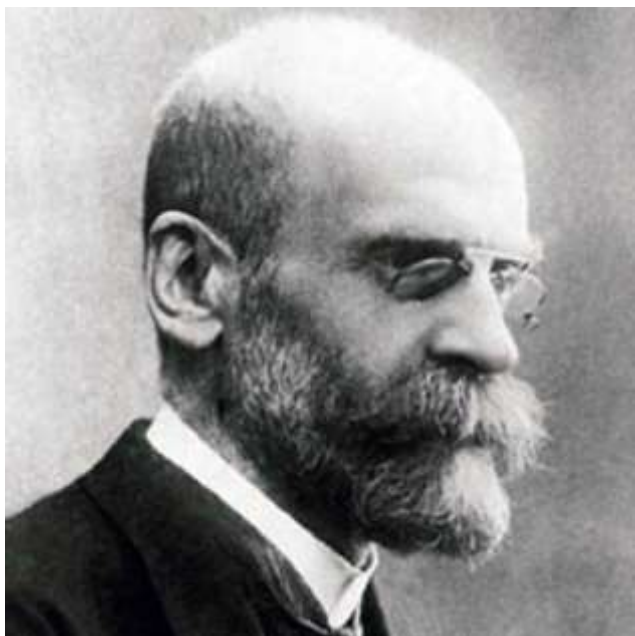
✓ مطالعه وقایع تاریخی

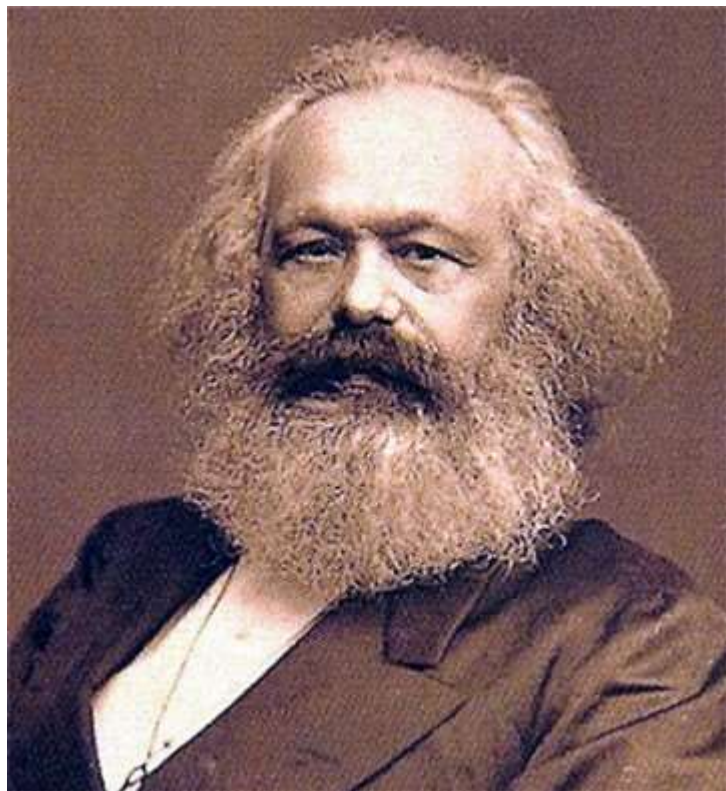
✓ بررسی جنبه هایی از زندگی اجتماعی که به کنش های انسان در مقام افراد شکل می دهد مانند وضعیت اقتصادی یا تاثیر دین

✓ چیزی که جامعه را سرپا نگه می دارد و آن را از سقوط به غرب آشوب حفظ می کند انسجام اجتماعی است

انسجام مکانیکی: فرهنگ های سنتی (همسانی عقاید)

انسجام ارگانیکی: انقلاب صنعتی (وابستگی های اقتصادی)





کارل مارکس ۱۸۸۳-۱۸۱۸

✓ مطالعه در خصوص توسعه سرمایه داری؛ تولیدی است که شامل تولید کالا و خدماتی می‌شود که به طیف وسیعی از مصرف‌کنندگان فروخته می‌شود

✓ وابستگی صاحبان سرمایه و کارگران

✓ درک مادی گرایانه materialist

✓ ریشه‌های اصلی تغییر اجتماعی اندیشه‌ها و ارزش‌ها نیست که آدمیان بدان معتقد است بلکه تغییر اجتماعی اساساً ناشی از تغییر عوامل اقتصادی است

✓ سرنگونی نظام سرمایه داری گریزناپذیر است.

✓ جامعه بدون طبقه. اتحاد شوروی و اروپای شرقی



ماکس وبر ۱۹۲۰-۱۸۶۴

✓ فهم ماهیت و علل تغییرات اجتماعی

✓ درک مادی گرایانه تاریخ، از نظر وبر عوامل اقتصادی اهمیت دارد اما اندیشه ها و ارزش ها نیز هم آنقدر بر تغییر اجتماعی اثر می گذارد

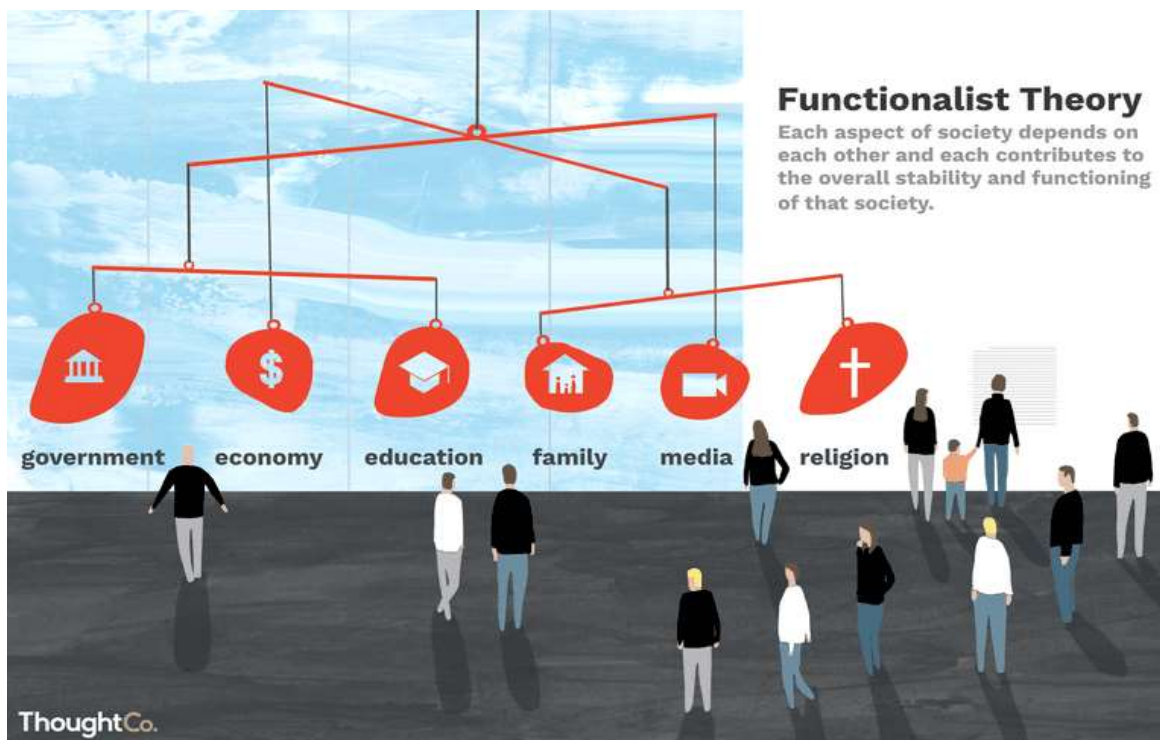
✓ توجه به کنش های اجتماعی این ساختارها: انگیزش و افکار انسانی محرک تغییر اجتماعی هستند یعنی افکار ارزشها و اعتقادات قدرت ایجاد دگرگونی را دارد





کارکردگرایی functionalism

- ✓ جامعه نظام پیچیده ای است که بخش های گوناگون آن با هم در جهت ایجاد ثبات و انسجام عمل می کنند
- ✓ بررسی روابط بخش های جامعه با یکدیگر و با کل جامعه
- ✓ استفاده از تمثیل و تشبیه اندامی برای مقایسه عملکرد جامعه با عملکرد موجودات زنده







جامعه، نظامی از روابط و مناسبات متقابل است که افراد را به هم پیوند می دهد



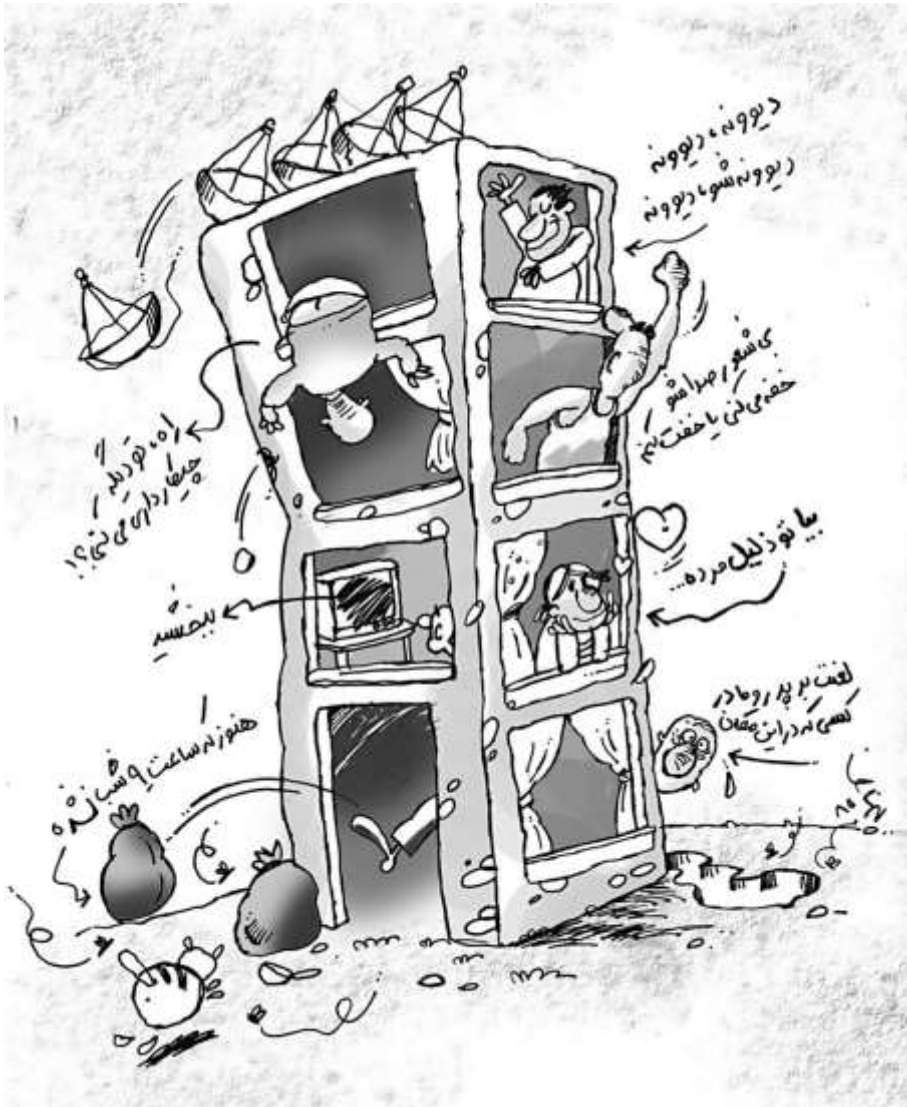


فرهنگ به معنای روش‌های زندگی از اعضای جامعه یا گروه‌های یک جامعه است.
فرهنگ شامل نحوه لباس پوشیدن آداب و رسوم الگوهای کار آیین‌های دینی تفریح
و فراغت عقاید، اندیشه‌ها، ارزش‌ها و حتی اشیا و نمادها است.
بنیان همه فرهنگ‌ها ارزش‌ها و هنجارها است



ویژگی های فرهنگ

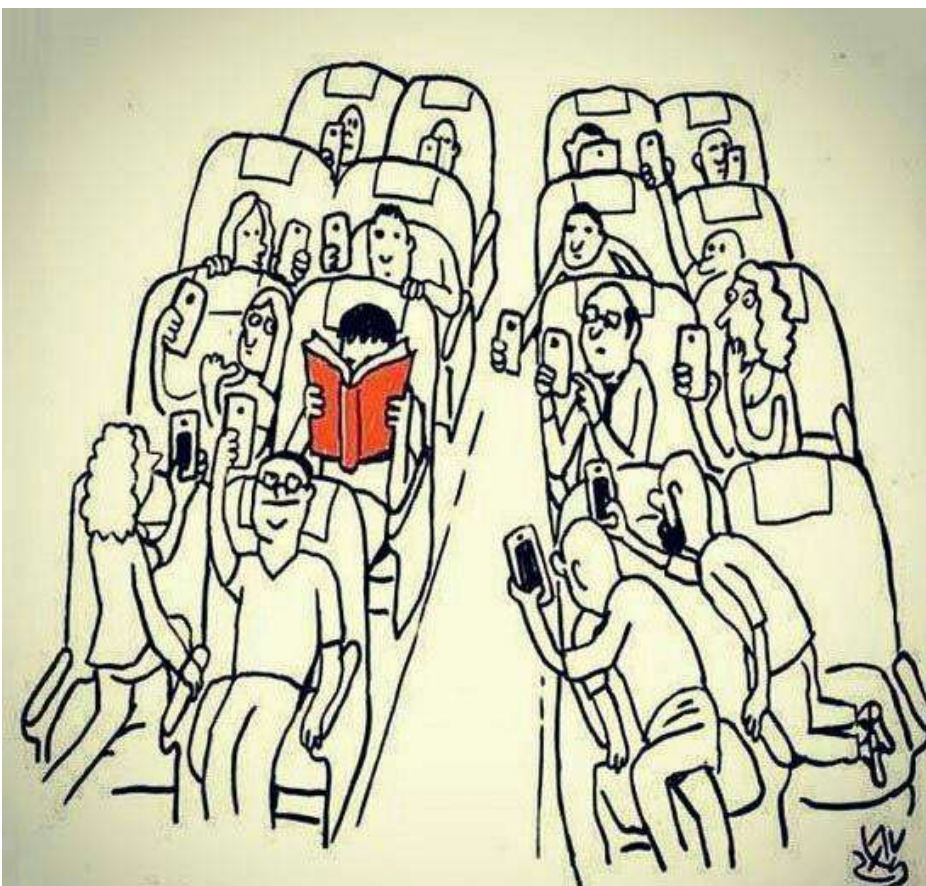
۱. فرهنگ فراگرفتنی است نه غریزی





ویژگی های فرهنگ

۲. فرهنگ ساخته روح جمعی انسان ها در دوران های تاریخی است
نه آفریده فرد یا افرادی خاص





ویژگی های فرهنگ

۳. فرهنگ در تمام جوامع انسانی با اشکالی متفاوت نیازهای انسانی را رفع میکند.
مانند نیازهای جسمانی نیازهای روانی و نیازهای اجتماعی



ویژگی های فرهنگ

۴. فرهنگ همواره در حال تغییر و تحول تدریجی و کند است.





ویژگی های فرهنگ

ارزشها و هنجارهای فرهنگی مدام در حال تغییر هستند

❑ از این امامزاده کسی معجزه نمی بیند !!

❑ از گدا چه یک نان بگیرند و چه بدهند !

❑ آب سر چشمه گل آلود است.

❑ برای یک دستمال قیصریه را به آتش کشیدن.

❑ بوی حلواش می آمد.

❑ خاکشیر مزاج

❑ دود چراغ خوردن

دنیای مدرن و توسعه جهانی

تقسیم بندی قدیم

❖ جهان اول دولت های صنعتی اروپا آمریکا اقیانوسیه و ژاپن (حکومت های پارلمانی چند حزبی)

❖ جهان دوم جوامع کمونیستی شوروی اروپای شرقی دولت های تک حزبی

❖ جهان سوم سایر کشورها



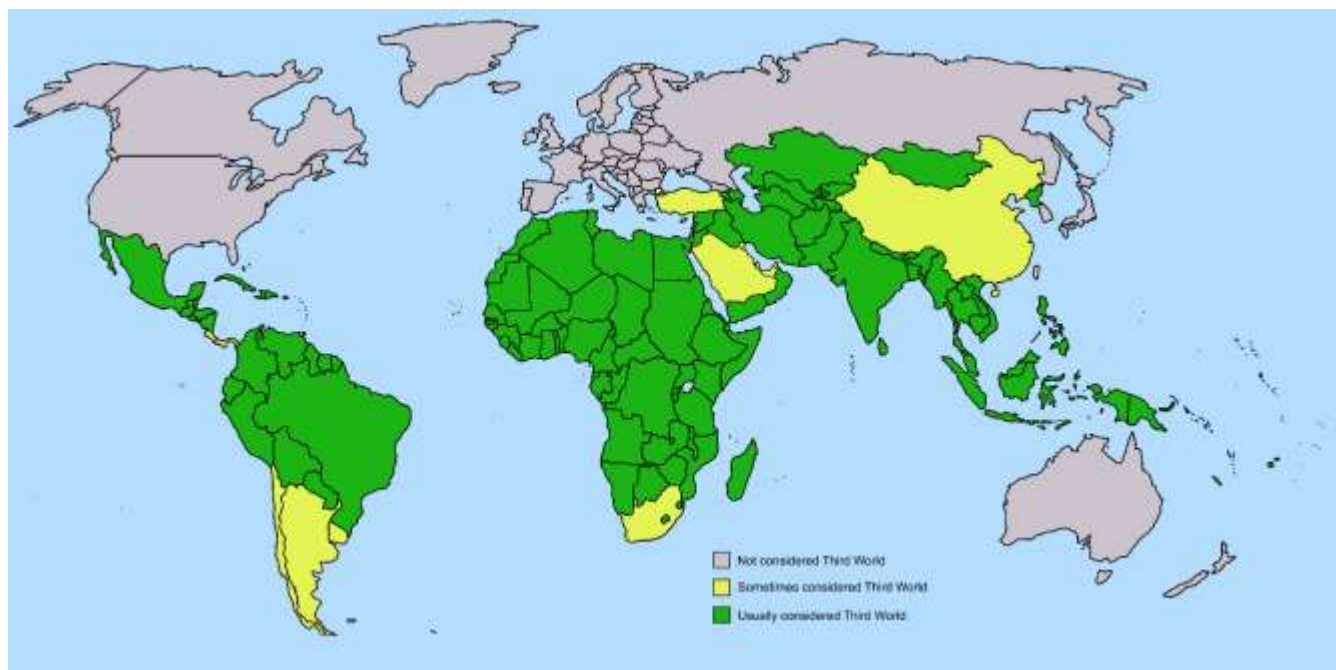


دنیای مدرن و توسعه جهانی

تقسیم بندی جدید

❖ کشورهای توسعه یافته

❖ کشورهای در حال توسعه



تمرین اول؛

یک کشور را انتخاب کنید و در خصوص فرهنگ های خاص تحقیق کنید.

۲ نمره، حداکثر مهلت ارائه: ۹۹/۰۱/۱۹



جامعه شناسی کلان



نظام های اجتماعی بزرگ مقیاس مانند نظام سیاسی یا نظام اقتصادی

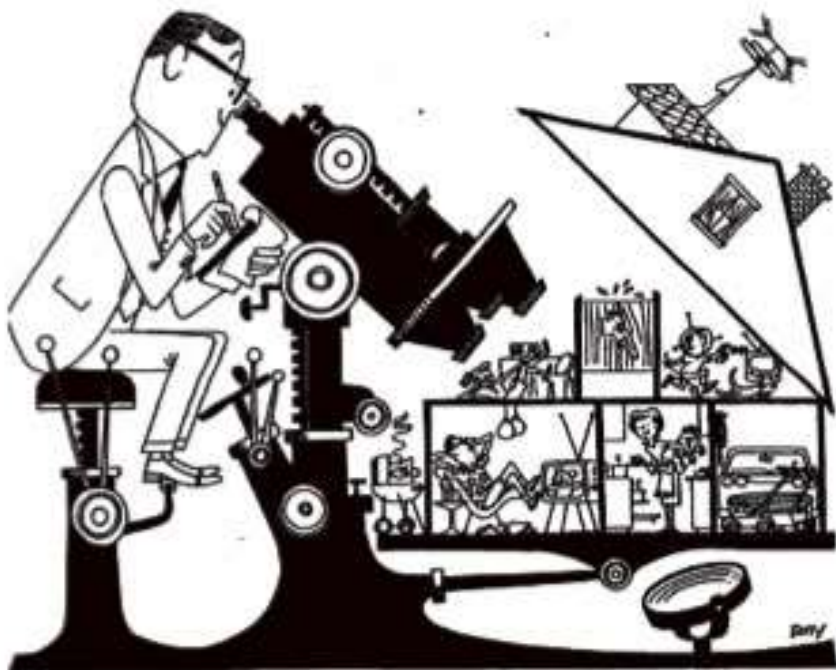
تحلیل فرآیندهای درازمدت مانده رشد و توسعه صنعت





جامعه شناسی خرد

مطالعه رفتار های روزمره در وضعیت های کنش متقابل رودررو تجزیه و تحلیل در سطح افراد و گروه های کوچک



گروه اجتماعی



گروه اجتماعی عبارت است از افرادی که بر اساس انتظارات و احساسات مشترک به صورتی انتظام یافته با یکدیگر در کنش متقابل هستند. این احساس مشترک عمدتاً هدف یا اهدافی مشترک را تشکیل می‌دهد که اعضای گروه به واسطه آن گرد هم آمده و در پی نیل جمعی بدان هستند به طور مثال اهداف مشترکی گروه ورزشی موفقیت در مسابقات است و اعضای تیم ورزشی از این. نظر به شدت شبیه یکدیگرند

صورت انتظام یافته بدین معنی است که گروه ساختار و سازمان مشخصی دارد و با اجتماعات تصادفی یا اتفاقی نظیر تجمعی که فلم سر در اثر تصادف بین دو اتومبیل در خیابان میبینی و صرفاً تجمع افراد در زمان و مکان واحدی است تفاوت می‌کند.



گروه اجتماعی

گروه اجتماعی درجاتی از ویژگی‌های زیر را در خود داراست؛

○ احساسات و انتظارات مشترک

○ روابط متقابل اجتماعی

○ سازمان یافتگی

○ استمرار و پایداری

○ اهداف و مقاصد مشترک



انواع گروه های اجتماعی

گروه نخستین

نقطه بارز گروه های نخستین خانواده گروه همسالان دوستان همکاران و مانند آن است وجه اشتراک این گروه ها روابط متقابل رویارویی نزدیک عاطفی و صمیمانه است طولانی با سایر اعضا در ارتباط بوده و به طور کامل یکدیگر را می شناسند

ویژگی های گروه های نخستین

- ✓ دارای اندازه کوچک کمتر از ۲۰ تا ۳۰ نفر
- ✓ وجود مناسبات شخصی و صمیمی
- ✓ وجود ارتباط مستقیم فراوان
- ✓ اعضای گروه به خوبی یکدیگر را می شناسند و قوی آن دارای احساس ما هستند
- ✓ غیر تشریفاتی بودن معمولاً گروه نام مأمور و محل برگزاری منظم جلسات ندارد
- ✓ تصمیمات گروهی بیشتر سنتی و غیر عقلانی است



انواع گروه های اجتماعی

گروه دومین

های دومین به لحاظ معنایی در مقابل گروه های اولیه قرار می گیرند. گروه هایی که روابط اعضای آن رسمی و غیر شخصی است و به لحاظ زمانی در مدت تقریباً کوتاهی به کنش متقابل با سایر اعضا می پردازند مانند گروه های مختلف مذهبی سیاسی اقتصادی و مخصوصاً شغلی

ویژگی های گروه های دومین

✓ گسترده و بزرگ

✓ وجود مناسبات غیر شخصی و رسمی میان اعضا

✓ موقت بودن

✓ اعضای گروه به خوبی یکدیگر را نمی شناسند و کمابیش حالت ناشناس ای حاکم است

✓ تشریفات حاکم است

✓ تصمیمات گروهی بیشتر عقلانی و تاکید بر کارایی و بهره وری دارد



کنش های متقابل اجتماعی و زندگی روزمره

فرآیندی هستند که طی آن با کسانی که پیرامون ما هستند کنش و واکنش انجام می دهیم.

پس از توسعه جهانی شدن این کنش ها اکنون بین افراد ملل مختلف در زندگی روزمره فضاهای مجازی رخ می دهند.



کنش های روزمره

۱. ارتباطات غیر کلامی مانند زبان بدن

۲. چهره، اداها و عواطف

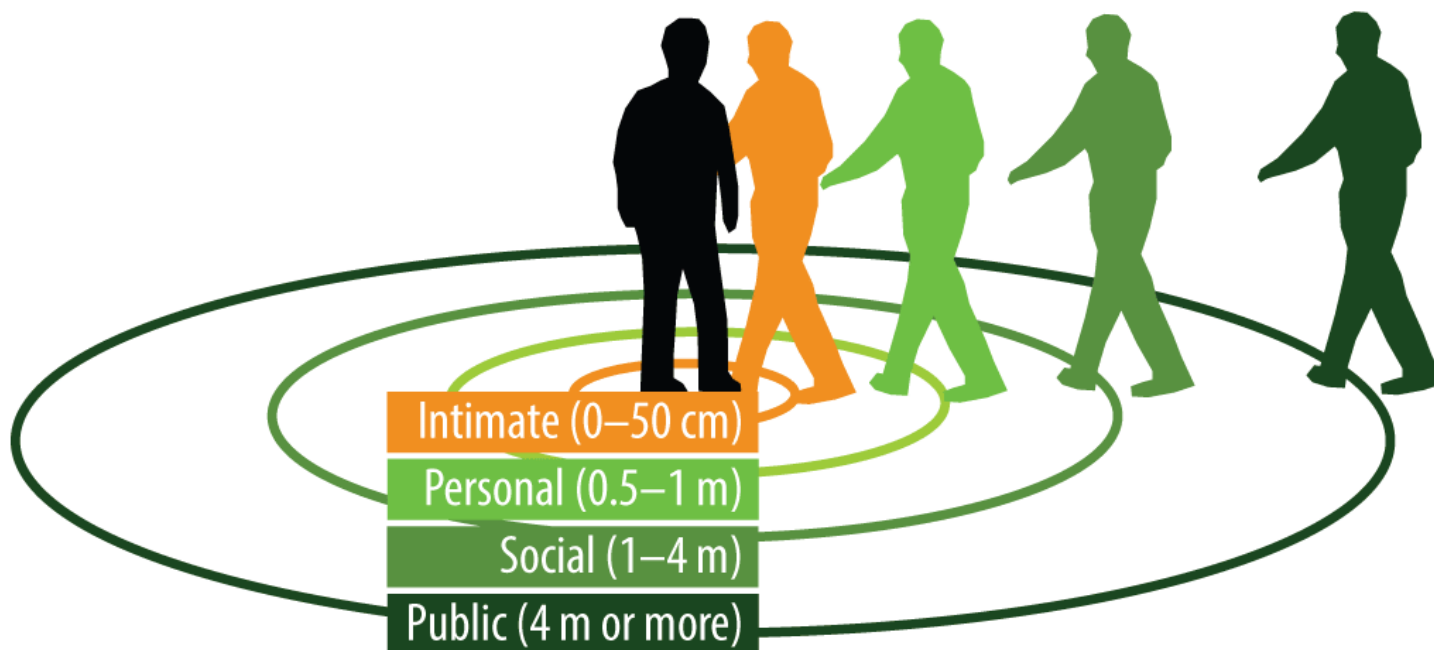
۳. قواعد اجتماعی و صحبت کردن مانند گفتگو های رسمی و غیررسمی

۴. فهم مشترک: انسان ها در کنش های متقابل اجتماعی فهم مشترکی با توجه به دانش و فرهنگ جاری ایجاد می کنند. مانند دیروز چه کردی پاسخ انسان / پاسخ ربات (انتظار های پس زمینه) چطوری؟ از چه نظر چطور ب سلامتی مالی درسی فکری



فضاهای شخصی

۱. فاصله صمیمانه کمتر از نیم متر والدین عشاق
۲. فاصله شخصی ۵۰ تا ۱۳۰ سانتی متر فضای عادی معاشرت دوستانه
۳. فاصله اجتماعی تا ۴۰ متر محیط های رسمی
۴. فاصله عمومی بیشتر از ۴ متر تماس با جمع مخاطبان



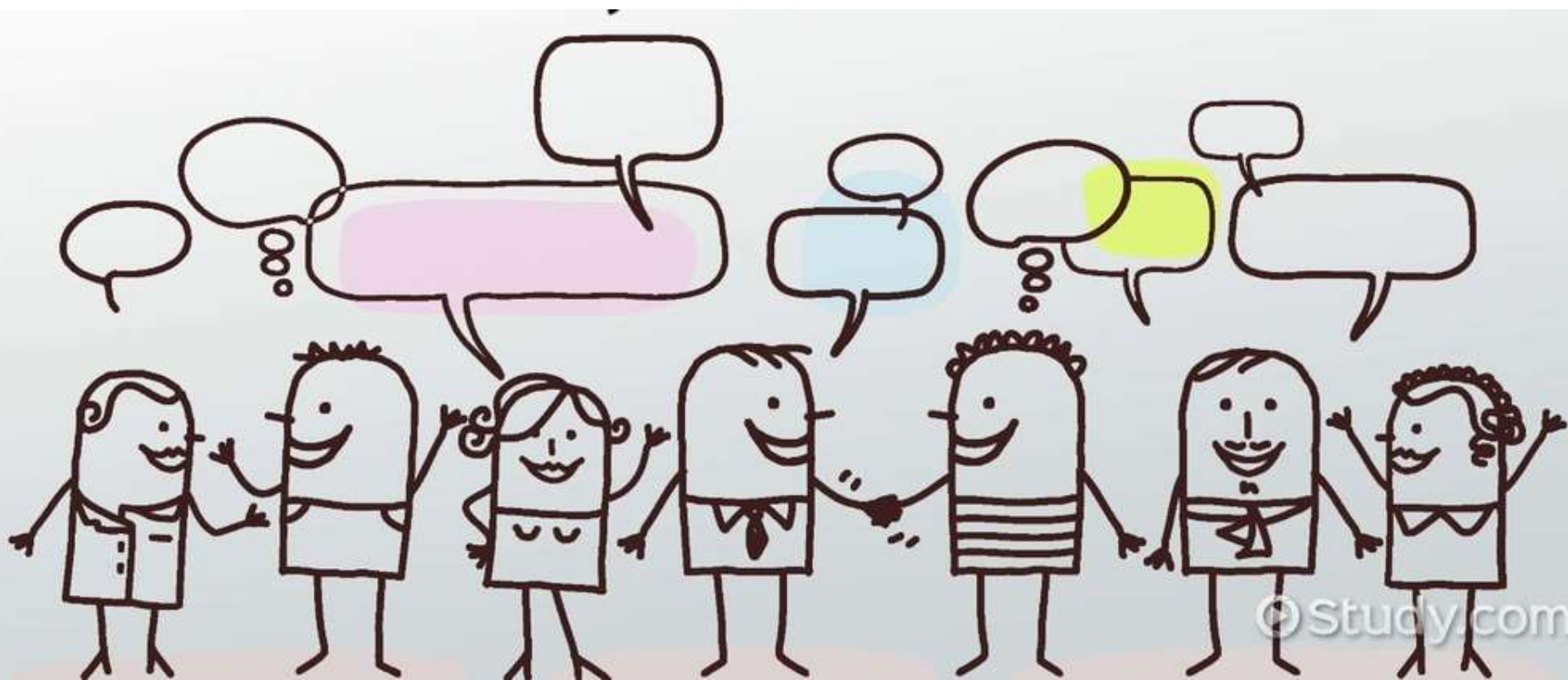
تمرین دوم؛

یک گروه را انتخاب کنید

کنش های متقابل یک گروه را مطالعه کنید

نتایج بدست آمده را ارائه کنید

۳ نمره، حداکثر مهلت ارائه: ۹۹/۰۲/۰۲





روش های پژوهش جامعه شناختی

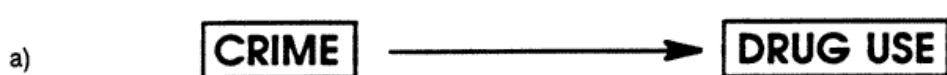
آیا جامعه شناسی علم است؟

علم به معنی کاربرد روشهای نظاممند تحقیق تجربی تحلیل داده ها تفکر نظری و ارزیابی منطقی استدلال ها است

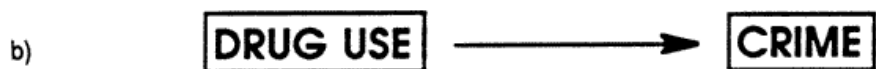


روش های پژوهش جامعه شناختی

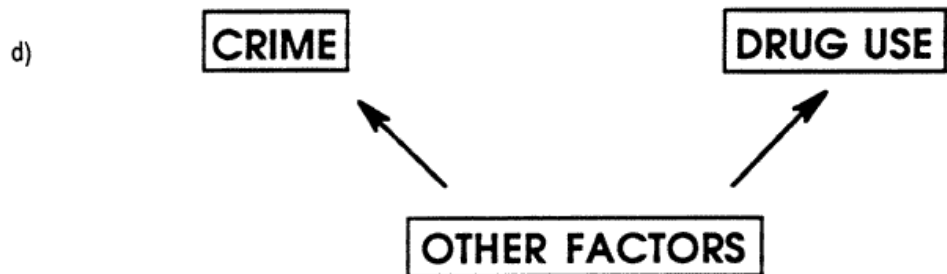
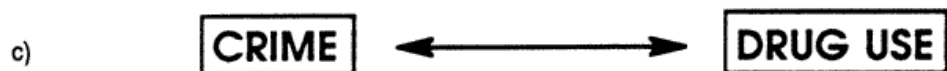
هدف جامعه شناسی تحلیل رابطه بین علت و معلول است



رابطه علی Causal relationship



یک یا چند رویداد یا وضعیت
موجب پیدایش دیگری میشود





روش های پژوهش نگاری

قوم نگاری

○ پیمایش مستندات موجود

تاریخچه زندگی

تصاویر

فیلم ها

روزنامه ها

گزارش ها

○ روش های میدانی

مشاهدات

مصاحبه

روایت های زنده

○ پرسشنامه

○ آزمایش



روش های پژوهش نگاری

قوم نگاری. مطالعه بدون واسطه مردم و گروه ها در طول یک دوره زمانی با استفاده از روش مشاهده یا مصاحبه

هدف: جمع آوری رفتارهای انسان و یافتن علل آنها، مطالعه فرهنگ

محاسن: در مقایسه با سایر روش ها اطلاعات قوی تری درباره زندگی اجتماعی به دست می آورد. انعطاف پذیر است. ایجاد فرم کلی از فرآیند های اجتماعی

محدودیت ها: فقط گروه و اجتماعات نسبتاً کوچک را می توان مطالعه کرد. توانایی و مهارت پژوهشگر در جلب اعتماد افراد مورد مطالعه اهمیت زیادی دارد. شاید پژوهشگر با گروه مورد مطالعه خود یکی شود و بیش از حد به یک عضو خودی تبدیل شود و دیدگاه و چشم انداز مشاهده گر بیرونی را از دست بدهد. متکی به ظواهر امور است. وابسته به زمان حال است. اثر مشاهده گر بر پدیده. تعمیم دادن اطلاعات دشوار است.



روش های پژوهش نگاری

پیمایش مستندات موجود (تاریخچه زندگی)

امکان گردآوری داده های افراد بسیاری را فراهم می سازد. کاستی اطلاعات در بسیاری از حوزه ها. بررسی اطلاعات زندگینامه افراد مورد مطالعه. نام ها گزارش ها روزنامه ها شبکه های اجتماعی



روش های پژوهش نگاری

مشاهده

۱. چه کسی اطلاعات را جمع آوری میکند؟
۲. چه کسی اطلاعات را ثبت، نگارش و یادداشت می کند؟
۳. چه کسی بعدا اطلاعات را استخراج می کند؟
۴. ابزار چیست؟ (حواس پنج گانه، دفترچه، دوربین، رکورددر)



روش های پژوهش نگاری

مصاحبه

الف. مصاحبه رسمی؛ هماهنگ شده و طبق توافق در مکانی معین

ب. مصاحبه غیر رسمی؛ اتفاقی، بدون هماهنگی، در بطن میدان

حداقل زمان یک مصاحبه استاندارد ۵۰ دقیقه است.

۱. مصاحبه ساختاریافته

۲. مصاحبه نیمه ساختار یافته

۳. مصاحبه غیر ساختار یافته



روش های پژوهش نگاری - مصاحبه، راهبردهای کلی اولیه

- از خیر هیچ داده ای نگذرد
- از هیچ فرصتی برای گفتگو و مطالعه پیرامون موضوع غافل نشوید
- رابطه اولیه مستحکم و اخلاقی جهت اعتمادسازی و جلب مشارکت برقرار سازید
- دوستی و صداقت
- جلب رضایت



روش های پژوهش نگاری - مصاحبه، راهبردهای کلی اولیه

- بدون حضور نفر سوم برگزار شود
- زمان مناسب
- مکان مناسب
- یادداشت برداری، ثبت حالات
- ضبط صدا، احساس نا امنی
- چهره به چهره
- فرد مصاحبه شده باید نا آشنا باشد (رابطه ای وجود نداشته باشد)



روش های پژوهش نگاری

آزمایش

○ آزمودن یک فرضیه در شرایط کاملا کنترل شده.

○ بررسی تاثیر متغیرها.

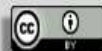
○ تکرار پذیری دارد.

○ بسیاری از جنبه های زندگی را نمی توان آزمایش کرد.

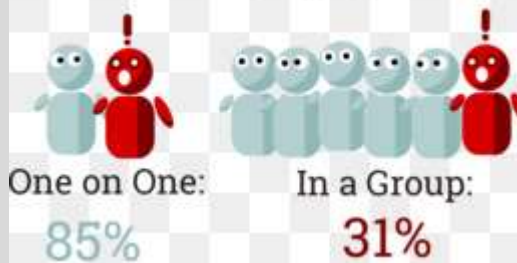
Bystander Effect



Defeating the Bystander Effect - How to Act as a Good Samaritan During Emergencies.



Chance of Helping Bystander:

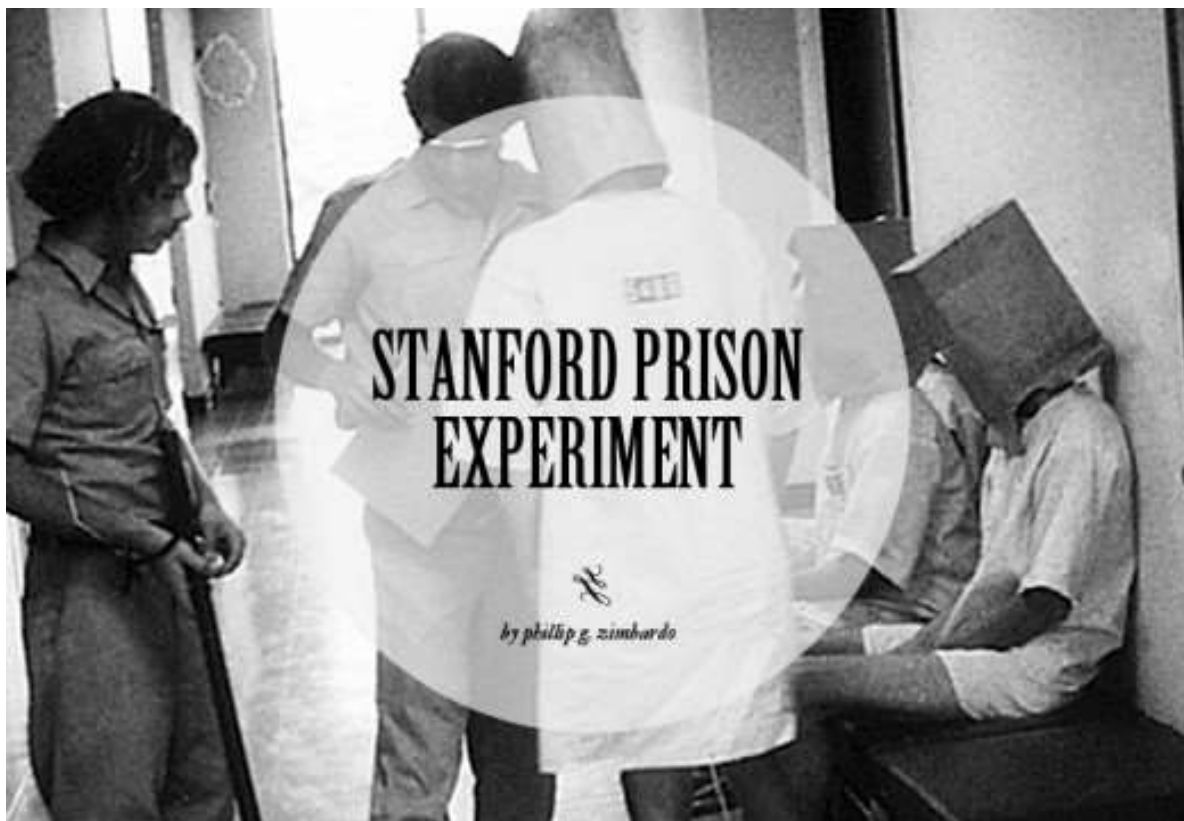




روش های پژوهش نگاری

Stanford Prison Experiment

By professor Philip Zimbardo





تمرین سوم

یک رفتار را در گروه خاصی انتخاب کنید. سپس به دنبال دلایل بروز این رفتار باشید

۳ نمره، حداکثر مهلت ارائه: ۹۹/۰۲/۲۳

وندالیسم



وندالیسم Vandalism مشتق از واژه **وندال** است. وندال نام قومی است از طایفه ژرمن ها که در قرن پنجم میلادی در اروپا زندگی می کردند. آنها پیش از آن اسپانیا امروزی را تصرف کرده بودند و سپس به متصرفات روم در آفریقای جنوبی هجوم آوردند. آنها مردمانی جنگجو و مهاجم بودند و به تخریب و تاراج مناطق متصرفه می پرداختند.



از نظر لغوی وندالیسم (تخریب گرایی) به معنی تخریب اماکن، وسایل و امکانات شهری است. این تخریب اموال و متعلقات عمومی به صورت ارادی و نوعی بزهکاری است.



وندالیسم از نگاه روان شناسان

وندال کسی است که به نوعی از یک خشم درونی رنج می برد. از این رو وندالیسم را می توان نوعی تخلیه روانی و هیجانی ناشی از سرکوب دانست. این رفتارها در سنین نوجوانی و جوانی بیشتر به چشم میخورد.





وندالیسم از نگاه جامعه شناسی

- ❖ وندالیسم مقدمه ای بر رفتارهای بزهکارانه جوانان است.
- ❖ رفتار نابهنجارانه در جهت تخلیه عقده های ناگشوده (ناکامی)
- ❖ زیاد شدن فاصله فرهنگ عمومی و فرهنگ رسمی در جامعه
- ❖ افزایش فاصله طبقات اجتماعی (فقر اقتصادی)
- ❖ نبود مشارکت اجتماعی شهروندان



نظریه برآیند کلارک

آر کلارک در مدلی علمی توصیفی به بیان هشت متغیر مستقل موثر بر رخداد رفتار واندالیسمی می پردازد:

۱. توارث

۲. تجارب نخستین دوران کودکی، محیط اولیه و شرایط نخستین تربیتی

۳. شکل گیری شخصیت بزهکار

۴. عوامل شخصیتی، اجتماعی و اقتصادی (نظیر سن، جنس، وضعیت تاهل، طبقه و کلاس اجتماعی)

۵. شرایط و وضعیت فعلی فرد (کنترل والدین، آزادی فرزندان، محل سکونت، نوع مدرسه، نوع همبازی، اوقات فراغت)

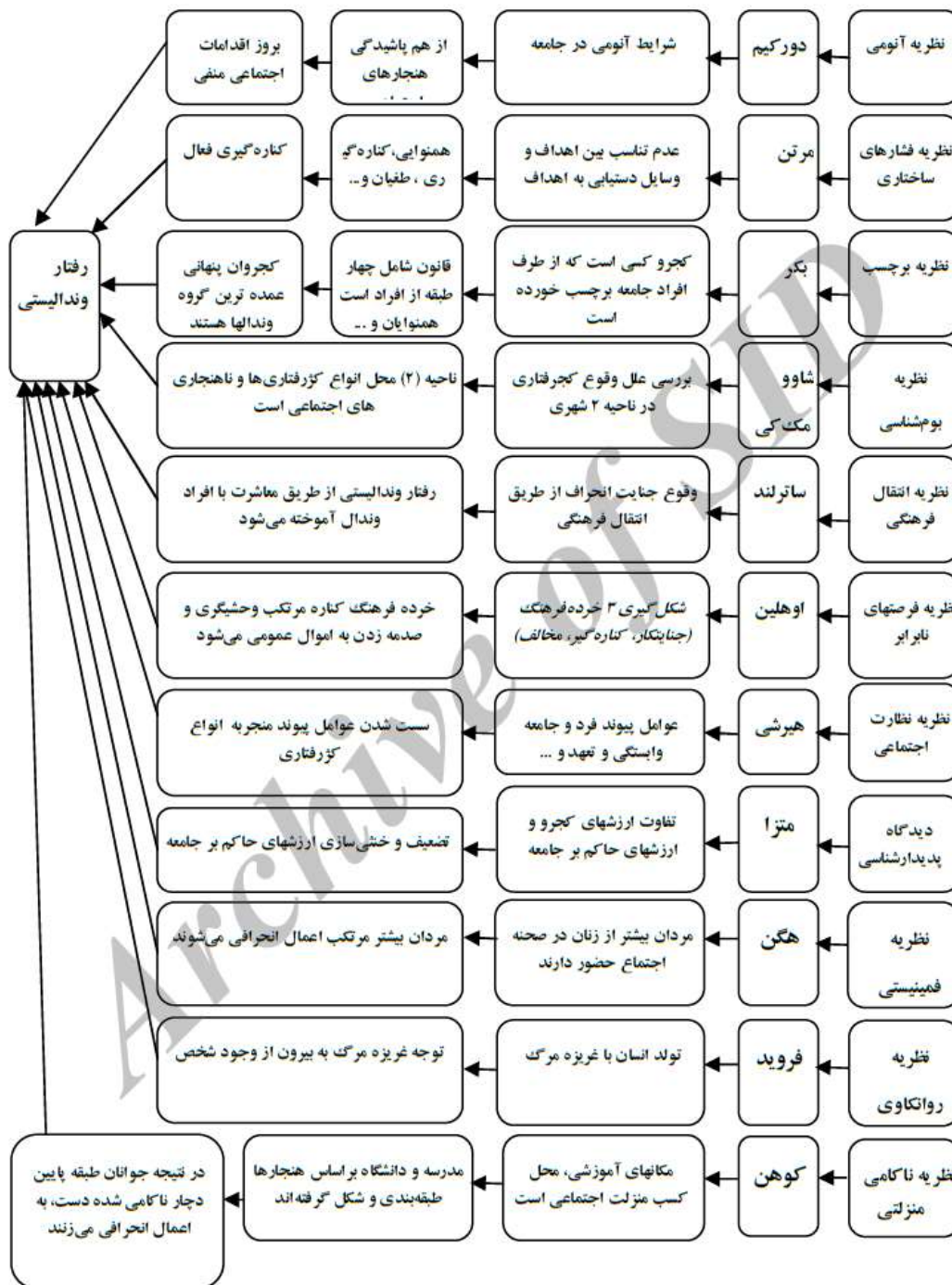
۶. بحران ها و وقایعی که به احساس کسالت، درماندگی، افسردگی و خشم فرد منجر می شود.

۷. شرایط، موقعیت ها و وضعیت خاص (مانند خیابان های مناطق فقیرنشین، عدم گشت پلیس، مکان های مخروبه و

متروک)

۸. جریان های شناختی، ادراکی و حالات انگیزشی فرد

سایر نظریه ها





Vandalism or Graffiti



وندالیسم، انواع

۱. با برنامه و هدف مشخص؛ غالبا به صورت گروهی

محیط های ورزشی، آتش افروزی، ورود به خانه و مکان های عمومی، نقض جدی قوانین و مقررات

۲. بدون برنامه و هدف مشخص؛ عموما به شکل فردی

مشت زدن به دستگاه تلفن عمومی، صدمه به اموال، قبول نکردن جبران خسارت وارده

انگیزه ها؛

انتقام جویی (ابزار خشم و تنفر)

خودنمایی و خود اثباتی

تفریح و بازی

مبارزه با نظم موجود در جامعه

کسب قدرت و اعتبار در گروه



وندالیسم، انواع

از دیدگاه اجتماعی انگیزه های وندالیسم، وندال ها را می توان به پنج گروه تقسیم کرد.

۱. مال اندوز؛ انگیزه تصاحب کسب پول و اموال است (برداشتن علائم راهنمایی رانندگی، پارکومتر)
۲. تاکتیکی؛ این افراد بیشتر از انگیزه حصول دارایی دنبال هدف خاصی هستند (شکستن شیشه توسط بی خانمان ها برای به دست آوردن غذا یا جای خواب)
۳. انتقام جو؛ تخریب اموال به قصد انتقام
۴. تفریحی؛ تخلیه هیجانی (شکستن چراغ ها)
۵. خصمانه؛ وندالیسم به همراه خشونت (خط کشیدن روی بدنه خودرو، پرتاب سنگ به قطار)



ونداليسم، مكان ها

○ مكان هايي كه از انظار عمومي پنهان هستند

○ مكان هاي تاريخ در شب

○ مكان هاي قديمي

○ مكان هايي با قابليت گريختن

○ مكان هاي خلوت و دنج

○ مدارس

○ پارک ها

○ ساختمان هاي عمومي



وندالیسم، موضوعات

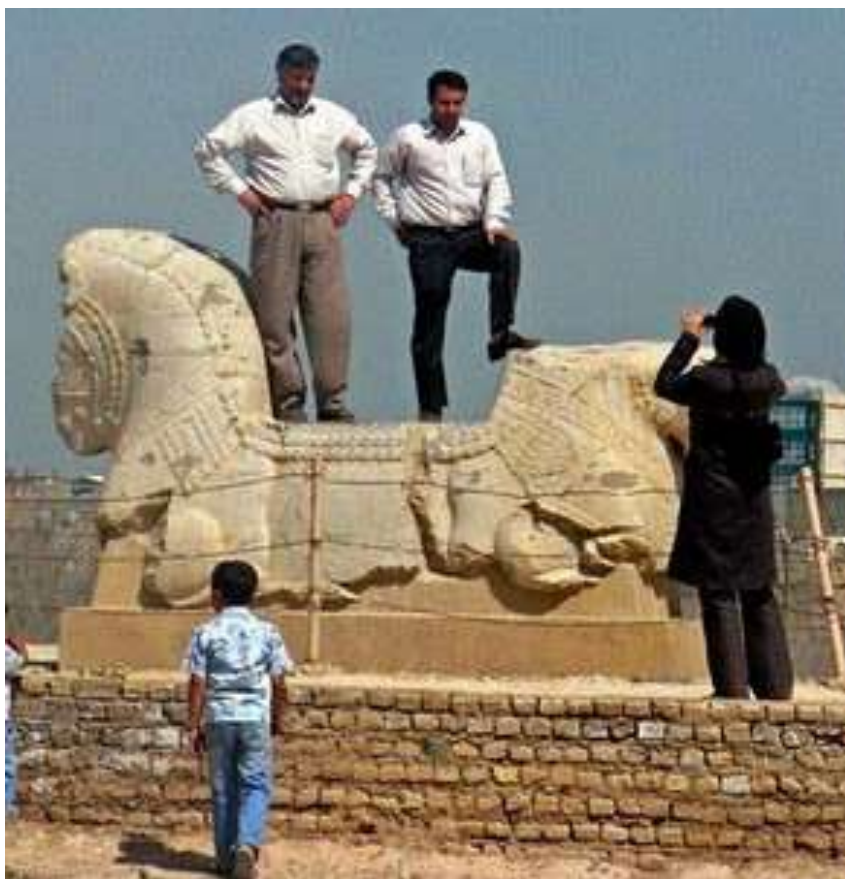
آسیب به مبلمان شهری





وندالیسم، موضوعات

آسیب به بناهای تاریخی





وندالیسم، موضوعات

آسیب به اتوبوس های شهری



وندالیسم، موضوعات



دیوار نویسی



یادگاری نویسی





وندالیسم، موضوعات

- آسیب به زمین، ریختن زباله، کندن چمن ها
- آسیب به دیوار، شکستن شیشه ها و درب ها
- آسیب به مبلمان شهری، سطل آشغال، صندوق های پستی، مبلمان، ایستگاه اتوبوس، چراغ ها، توالی های عمومی
- آسیب به صندلی اتوبوس های شهری
- کندن تراکت های تبلیغاتی
- تخریب مجسمه ها و تابلوهای نصب شده
- ایجاد حریق عمدی
- شکستن لامپ ها و چراغ ها
- تخریب وسایل بازی در محوطه ها و پارک ها
- ...



راهکارهای پیشگیری از وندالیسم

- ✓ شناخت علل و ریشه یابی رفتارهای تخریبی
- ✓ بهبود استانداردهای زندگی شهری، از بین بردن نشانه های تبعیض
- ✓ ایجاد انگیزه و جلب مشارکت مردی در فعالیت های اجتماعی
- ✓ ارائه آموزش های لازم به اقشار و گروه های مختلف شهری
- ✓ ایجاد فضاهای مناسب و مطلوب برای تخلیه هیجانات نوجوانان و جوانان
- ✓ در نظر گرفتن استحکام و شکل فیزیکی مناسب سازه ها و فضاهای شهری
- ✓ مکان یابی دقیق و مناسب تجهیزات به منظور پایین آوردن امکان دسترسی وندال ها
- ✓ توجه به زیبایی شنایی اموال و فضاها
- ✓ افزایش نظارت و کنترل اجتماعی در مکان های عمومی
- ✓ افزایش حس مسئولیت پذیری کلیه شهروندان به منظور جلوگیری از رفتارهای وندالیستی دیگران

تمرین چهارم

وندالیسم رخ داده در یک محصول را
انتخاب کنید. در خصوص علل آن تحقیق
کنید و نتیجه را ارائه دهید.

۴ نمره، حداکثر مهلت ارائه:

۹۹/۰۳/۱۳





مطالعه کاربران، پرسونا Persona

کلمه "Persona" از یونانی آمده و به معنی "ماسک" است. هنگامی که ما با افراد کار می کنیم، ما تصویری از کاربران را در نظر می گیریم تا آنها را درک کنیم و نیازهای آنها در توسعه محصولات جدید بشناسیم.

هنگامیکه کاربران زیادی برای طرح شما وجود داشته باشند و برای آنکه طراح بتواند خود را بجای کاربران قرار دهد و نحوه استفاده از محصولی مانند یک دوچرخه یا حتی یک وب سایت را بررسی کند به پرسونا احتیاج خواهد داشت.



مطالعه کاربران، پرسونا Persona

پرسوناها افراد واقعی نیستند
ولی بر اساس انگیزه ها و رفتارهای
آدم های واقعی ساخته می شوند.



؟ Empathy map يا Persona

Daivd Miller

28
New-York
Product Designer
Living with his girlfriend

Bio

Lives in a rented apartment, 2.5 rooms, with his student girlfriend, works in a high-tech job. Likes hosting people. After a long day at work, he likes to throw on the couch with his girlfriend in front of the TV.

Wants & Needs

- Create a cozy atmosphere at home with innovative design.
- Design the house at low investment and without much effort.

Tech

Internet
Social Media
Online Shopping
Gatgets
Early Adopter

Favorite Brands

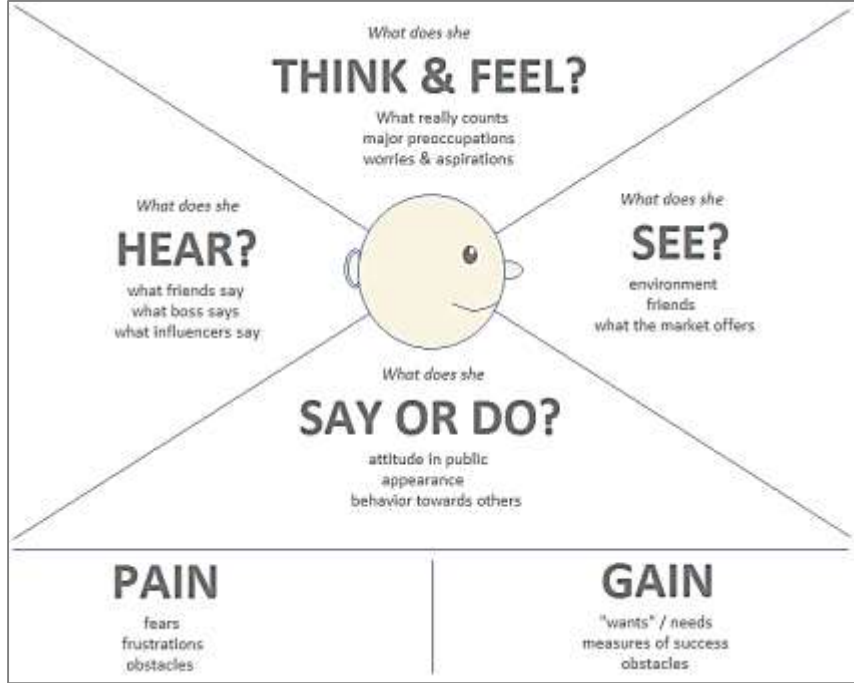
Apple G mi A VANS

Frustrations

- Don't want to spend money on interior designer and he doesn't have much time to deal with the design planning.
- He designs his apartment, but he thinks that she can look much better.

Quote: "I really want to create a lovely home, with my existing furniture..."

Persona



Empathy map



مطالعه کاربران، پرسونا Persona

پرسونا توصیف یک کاربر خیالی است. یک کاربر که به عنوان یک فرد خاص وجود ندارد اما به نحوی توصیف شده است، که خواننده بتواند ویژگی های اغلب کاربران را تشخیص دهد و معتقد شود که پرسونا میتواند در واقعیت وجود داشته باشد. پرسونا براساس اطلاعات مربوطه از کاربران بالقوه و واقعی ساخته می شود.

توصیف پرسونا با رویکرد روایتی و داستان گونه ارائه می شود.

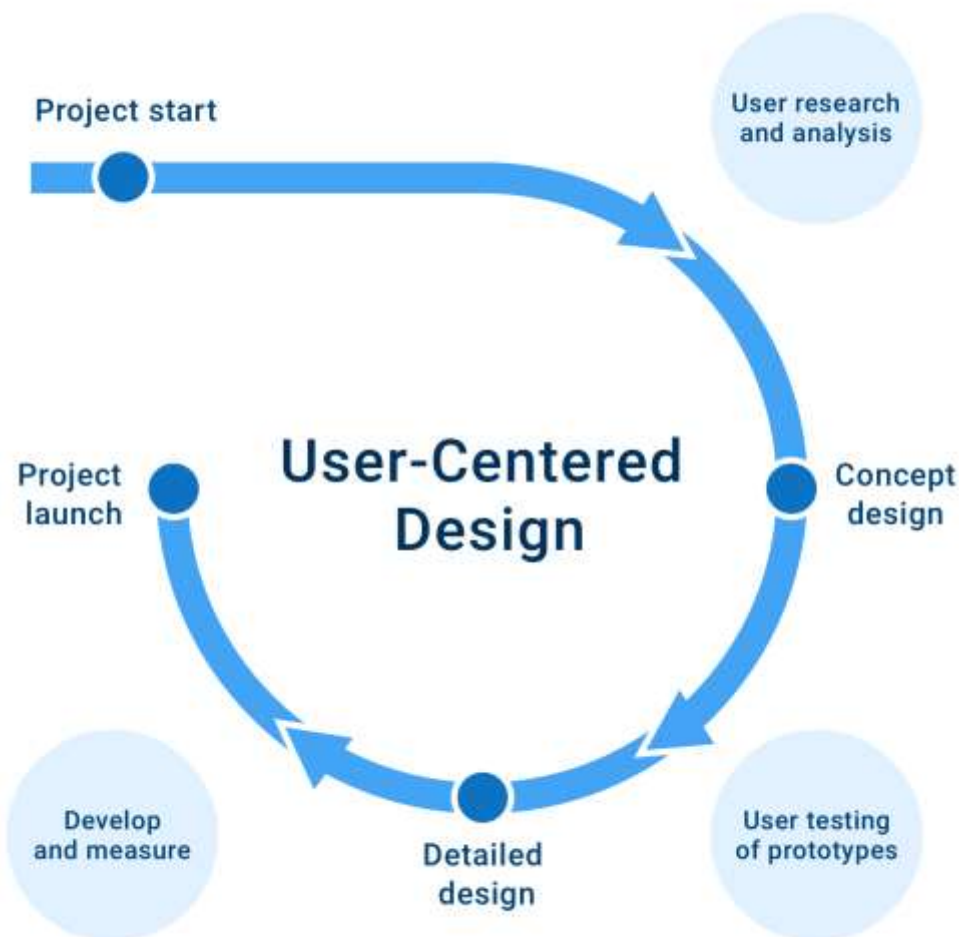
ساخت پرسونا به صورت کیفی انجام می شود.

محقق تصویری کیفی از جامعه هدف خود را به صورت پرسونا نشان می دهد.



مطالعه کاربران، پرسونا Persona

پرسونا طراحی کاربر محور را ممکن می سازد





مطالعه کاربران، پرسونا Persona

خلق پرسونا مانند خلق شخصیت اصلی یک
رمان است.



مراحل ساخت پرسونا



1

2

3

4

5

6

7

داده گردآوری کنید

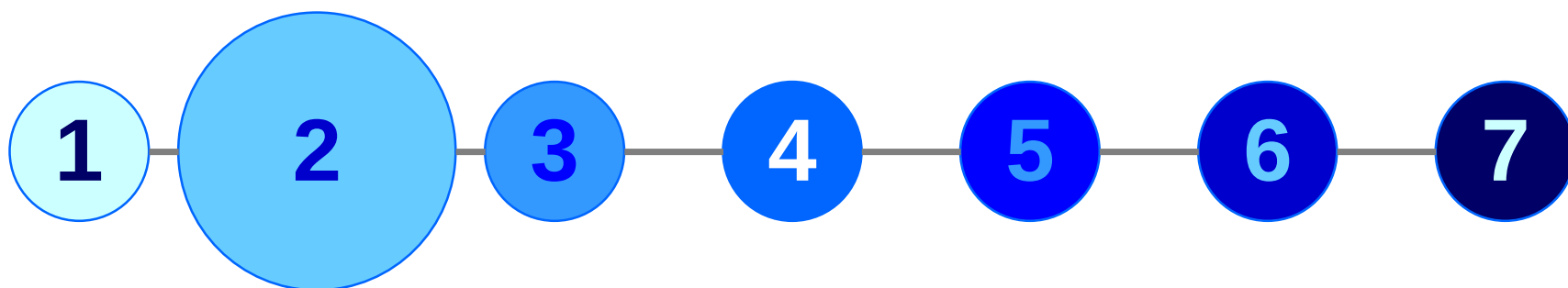
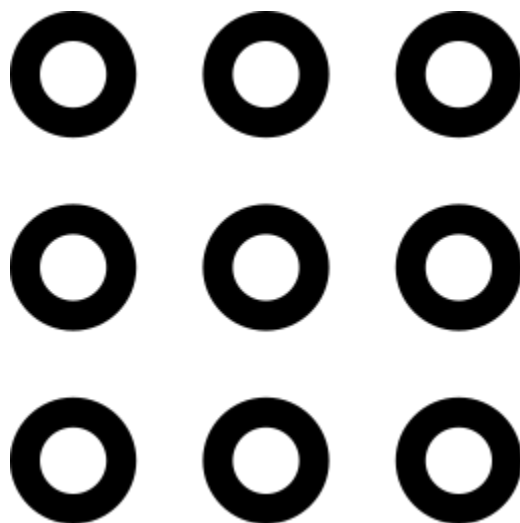


مطالعه کاربران، پرسونا Persona

پرسونا بر اساس داده های حال
هستند، نه گذشته یا آینده!



مراحل ساخت پرسونا



الگوها را کشف کنید

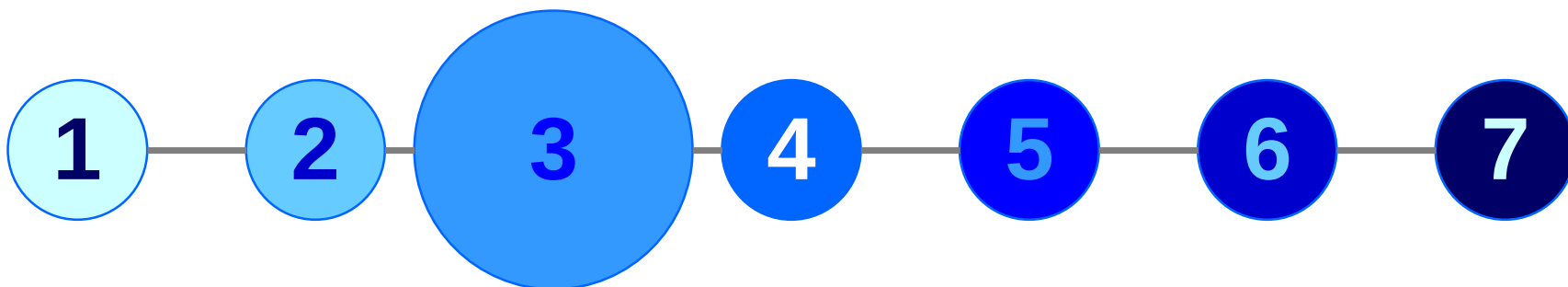
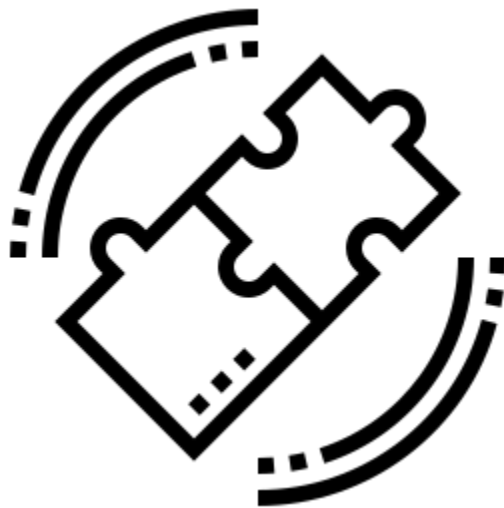


مطالعه کاربران، پرسونا Persona

پرسونا بازتابی از الگوی کشف شده
در تحقیقات است.



مراحل ساخت پرسونا



فرضیه خلق کنید



مطالعه کاربران، پرسونا Persona

پرسونا واقع گرایانه است، نه

ایده آل گرایانه!



مطالعه کاربران، پرسونا Persona

پرسونا مرتبط با خصوصیات صورت
مساله دیزاین ساخته می شود



مراحل ساخت پرسونا



پرسونا/پرسوناهای خود را بر اثاث فرضیه ها بسازید

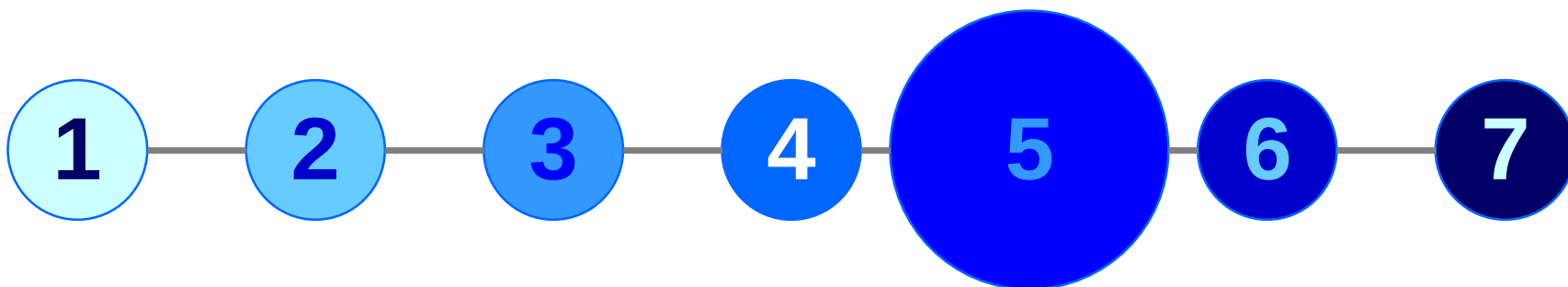


مطالعه کاربران، پرسونا Persona

یک، دو یا چند پرسونا نیاز است؟



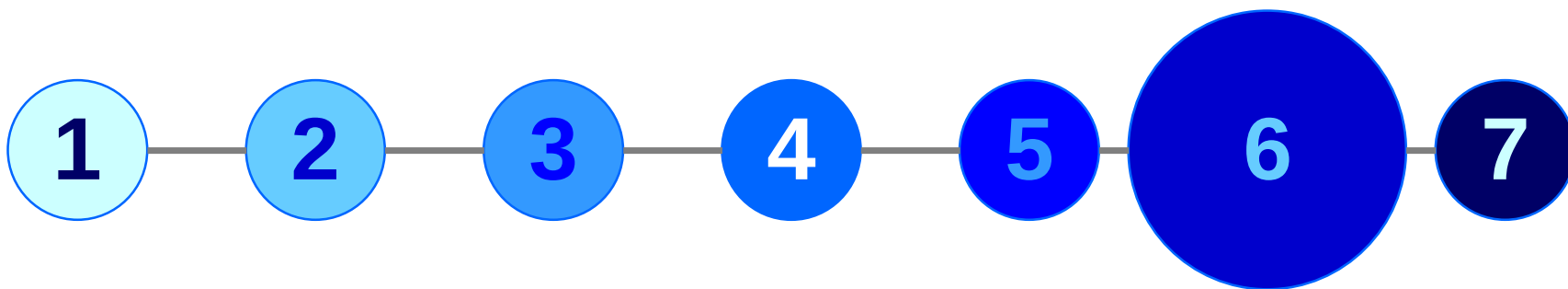
مراحل ساخت پرسونا



نقاط مجهول پرسوناهايتان را شفاف سازی کنید



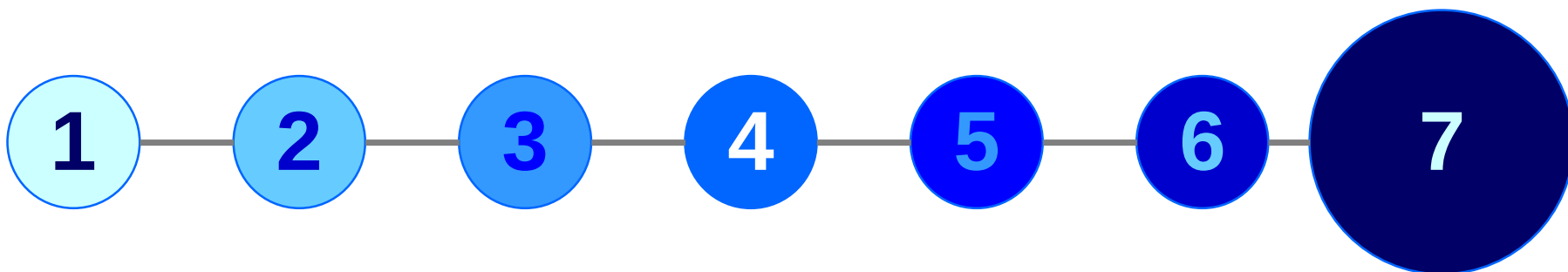
مراحل ساخت پرسونا



موقعیت و سناریو برای پرسوناهايتان ايجاد نماييد



مراحل ساخت پرسونا



پرسونا/پرسوناهاى خود را منتشر نماييد

ویژگی های پرسونا



نام و نام خانوادگی، جنسیت، سن، خانواده، شغل، رفتارهای روزانه، علاقه مندی ها، محدودیت ها، انگیزه ها، اهداف، نکات کلیدی



Persona is Not

⊘ پرسونا بر اساس اطلاعات جمعیت شناختی و یا قسمت های بازار ...

⊘ پرسونا بر اساس احساس محقق در مورد کاربران ...

⊘ پرسونا بر اساس کلیشه های متداول ...

شکل نمیگیرد !



Persona is

پرسونا بر اساس تحقیقات کیفی محقق از کاربران با روش هایی مانند
مشاهدات، مصاحبه ها و با روش کامل تر قوم نگاری ...

شکل میگیرد

James

Age: 32

Occupation: Software Developer

Status: Married

Location: Bellevue, WA

Tier: Professional Hacker

Archetype: The Computer Nerd

James is a systems software developer who specializes in security systems. He is the ultimate "data junkie". James started his Security Business "Hackers" to provide consulting services to corporations for their data security and stabilization.

Favorite Brands:



Sometimes I feel like Superman. I love to stop the bad guys!

Friendly | Cleaver | Go-Getter

Personality:



Motivations:



- Star Wars
- My Family
- Coffee
- Video Games

Goals:

- To create a better mouse-trap
- To make a positive impact on the world
- To retain and attract clients

Frustrations:

- The ever changing Technology World
- New Technology Hurdles
- Keeping in touch with clients & prospects

تمرین پنجم

از جامعه هدف دیزاین خود یک پرسونا بسازید و ارائه دهید.

۵ نمره، حداکثر مهلت ارائه: ۹۹/۰۳/۲۰