

The Measurement of Livability of Historical and Modern Commercial Spaces In the city of Tabriz (Case Study: Tabriz Historic Bazaar and Crystal Tower)

Leilla Rahimi¹, Firouz Jafari^{*2}

1- Assistant Professor, University of Tabriz, Tabriz, Iran

2- Assistant Professor, Department of Geography, University of Tabriz, Tabriz, Iran

Abstract

Livability is a feature that has been neglected in study, research and development of urban spaces in Iran. Nowadays, livability and exhilaration especially Modern commercial spaces become one of the main concerns in urban management and planning, especially in developed countries. Public spaces are not formed on the basis of human social needs and their role is reduced merely to the link between destinations. Purely economic view to urban public environments especially the markets (Bazaar) reflects the negative effects of superficial developments of modernism in contemporary architecture. Because of unpleasant developments of recent changes, it requires attention and a review of Iranian traditional spaces in architectural and urban design. This study focuses on the following questions: What criteria are effective in livability of urban space? How is the amount and criteria of livability in Tabriz historic bazaar and crystal tower? Aims of research is providing criteria for measurement and comparison of livability between historical and modern commercial spaces (historic bazaar and the modern crystal tower) both located in Tabriz and offer solutions to enhance the livability of modern commercial spaces. Thus study assumes that the amount of livability in urban space of historic bazaar of Tabriz, because of its location, socialization and integration of activities, is better than modern commercial urban spaces, like crystal tower (borjeh blour). A total of 170 patients (calculated with Cochran) who were selected by simple random sampling method that after explaining the objectives of the study by interviewer participate for answering the research questions. The method for this research is descriptive-deductive in which using theoretical foundations and deductive approach as well as gathering information through questionnaires, the hypothesis is evaluated. For statistical analysis of data, The Means test and the One-Sample TTest are used. The means of the factor of legibility is the highest scores and the means of the factor of flexibility and socio-cultural and economic criteria is the lowest one in the crystal tower but the means of the factor of legibility and the socio-cultural and economic criteria is the highest scores and the means of the factor of comfort is the lowest one in the historic Bazaar. The results show that the historic bazaar as a social life and multi-functional space has better livability and social communication comparing to the crystal tower. But the position (The interference mounted and dismounted) and lack of attention to social, cultural and economic norms as well as flexibility, reduced vitality in the crystal tower. Therefore, one of the conditions required to create a lively environment is the continued presence and activities of people in the urban space and livability is an effective factor in marketing growth and providing opportunities for social and cultural exchanges. The results of this research also indicates the importance of giving attention to restoring the concept of the bazaar as a social life, economic and cultural needs of citizens in designing modern commercial spaces by planners. Moreover, one of the factors affecting the livability of spaces is constructing safe environments and footpaths for increasing the citizens' presence.

Keywords: Livability, Urban Space, Historic Bazaar, Crystal Tower

فصلنامه علمی - پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)
سال هفتم، شماره چهارم، (پیاپی ۲۷)، زمستان ۱۳۹۶
تاریخ وصول: ۹۵/۱۱/۱۲ تاریخ پذیرش: ۹۶/۱۰/۱۹
صص: ۵۶ - ۴۱

بررسی تطبیقی سرزندگی در فضاهای تجاری تاریخی و مدرن شهر تبریز (مطالعه موردی: بازار تاریخی و برج بلور تبریز)

لیلا رحیمی^۱، فیروز جعفری^{۲*}

۱- استادیار گروه معماری، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

۲- استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

چکیده

سرزندگی محیط‌های شهری موضوعی است که در مطالعات، تحقیقات و پروژه‌های شهرسازی ایران از آن غفلت شده است. امروزه به دلایل گوناگون تأمین نشاط و سرزندگی شهری، به‌ویژه در فضاهای تجاری، به یکی از دغدغه‌های اصلی نظام‌های مدیریت و برنامه‌ریزی شهری در کشورها، به‌ویژه در کشورهای توسعه‌یافته، تبدیل شده است. هدف مقاله حاضر، ارائه معیارهای سرزندگی فضاهای شهری، سنجش این معیارها در فضاهای تجاری تاریخی و مدرن، و عرضه راهکارهایی برای ارتقای این ویژگی در فضاهای تجاری مدرن است. فرض پژوهش این است که میزان سرزندگی در فضای تاریخی بازار تبریز به دلیل موقعیت، اجتماع‌پذیری و پیوستگی مجموعه فعالیت‌ها بیشتر از فضاهای تجاری مدرن مانند برج بلور است. روش پژوهش توصیفی - استنباطی است. فرضیه یادشده با رویکردی قیاسی، نگرشی استقرایی و با بررسی مبانی نظری، ضمن جمع‌آوری اطلاعات با پرسشنامه، آزمون شده است. برای تحلیل آماری داده‌ها نیز از آزمون میانگین و T تک‌نمونه‌ای استفاده شده است. نتایج یافته‌ها نشان می‌دهد بازار تاریخی تبریز به‌عنوان نماد حیات اجتماعی و مجموعه‌ای چندعملکردی، از اجتماع‌پذیری و سرزندگی بیشتری برخوردار بوده؛ اما موقعیت قرارگیری (تداخل حرکت سواره و پیاده) و بی‌توجهی به معیارهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و همچنین انعطاف‌پذیری باعث کاهش سرزندگی در برج بلور شده است. سرزندگی محیط تجاری مستلزم تداوم حضور و فعالیت انسان و ایجاد محیط‌های امن و پیاده‌مدار برای پذیرش بیشتر شهروندان و رونق تجاری است؛ بنابراین، نتایج پژوهش بر لزوم توجه شهرسازان و برنامه‌ریزان به بازیابی مفهوم بازار تاریخی به‌عنوان نماد حیات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی شهروندان در طراحی فضاهای تجاری امروزی تأکید می‌کند.

واژه‌های کلیدی: سرزندگی، فضای شهری، بازار تاریخی، برج بلور

مقدمه

سقراط در قرن پنجم پیش از میلاد گفته است: «هدف اصلی از ایجاد شهر، تأمین نشاط و خوشبختی شهروندان است.» این گفته سقراط رابطه دیرین و مستحکم میان دو مفهوم «شهر» و «نشاط و سرزندگی» را به خوبی نشان می‌دهد. بر مبنای چنین دیدگاهی اساساً شهر، دستگاه، وسیله یا مرکبی برای نیل به شادی، نشاط و سرزندگی تلقی می‌شود (گلکار، ۱۳۸۶: ۶۸). در کشور ما نقش فضاهای عمومی شهری، به ویژه فضاهای تجاری امروزی که مکانی برای نمایش زندگی اجتماعی اند، روزبه‌روز در حال افول است؛ زیرا فضاهای عمومی موجود، متناسب با نیازهای اجتماعی انسان امروز شکل نگرفته و نقش این فضاها به ایجاد ارتباط بین مقصدها تقلیل یافته است. نگاه صرفاً اقتصادی به محیط‌های عمومی شهری به ویژه بازارها نشان‌دهنده تحولات سطحی ناشی از مدرنیسم در معماری معاصر و آثار منفی آن است؛ تحولات ناخوشایندی که لزوم توجه و بازنگری در طراحی‌ها و فضاهای سنتی معماری ایرانی را آشکار می‌کند.

بیان مسئله

پاسخ‌گویی به نیازهای اجتماعی انسان و متعاقباً خلق فرصت‌های لازم برای ایجاد سرزندگی در اجتماع، مستلزم وجود فضا و قرارگاه کالبدی است و فضای عمومی، ظرفیتی عظیم برای پاسخ به این جنبه از حیات انسان به شمار می‌آید. این فضاها فرصت‌هایی برای تعامل انسانی، تفریح و لذت بردن از محیط فراهم می‌کنند. سای پامیر^۱ در کتاب *آفرینش مراکز شهری سرزنده*^۲ از فضاهایی مانند پارک‌ها، مراکز خرید، گذرهای سرپوشیده تجاری، نگارخانه‌ها و ... به عنوان مکان‌های تحکیم شخصیت شهرهای سرزنده نام می‌برد (Paumier, 2007: 70). با وجود این، تاکنون به ویژگی سرزندگی محیط‌های شهری در مطالعات و پروژه‌های طراحی شهری در ایران توجه جدی نشده است و امروزه بیشتر عرصه‌های عمومی در سطح شهرها محیط‌هایی کسل‌کننده‌اند که هیچ انگیزه‌ای در افراد برای حضور و مکث در این مکان‌ها ایجاد نمی‌کنند. بر این مبنای، هدف این نوشتار ارائه معیارهای دستیابی به سرزندگی در مقیاس فضای شهری و مقایسه این معیارها در فضاهای شهری بازار تبریز و برج بلور واقع در مرکز شهر است. بازار در ساختمان و بافت شهری، بنیادی است اقتصادی، نهادی است اجتماعی، و میراثی است فرهنگی؛ و در همین راستا بازتابی است از هنر معماری و شهرسازی کهن ایرانی در برابر شرایط و مقتضیات اقلیمی و جغرافیایی ایران (ودیدی، ۱۳۵۱: ۱۰). به تعبیری بازار مکانی است که اقشار و گروه‌های مختلف اجتماعی، قومی، نژادی و فرهنگی با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند، به شکلی ناخودآگاه بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و باعث اشاعه عناصر و پدیده‌های فرهنگی از یک حوزه فرهنگی به حوزه‌های فرهنگی دیگر می‌شوند (عسگری خانقاه، ۱۳۸۰: ۱۸۰). بازار عملکردی مانند مرکز شهرهای کهن ایران داشته است و چون توانمندی اقتصادی آن نیز به نیازهای جامعه و مردم مربوط بوده، بیش از هر عنصر دیگری به فعالیت‌های مردم در حوزه اقتصاد متکی بوده است (رجبی، ۱۳۸۷: ۷۰). بازار در ساختار فضایی شهرهای کهن ایرانی صرفاً مجموعه‌ای عملکردی برای دادوستد اقتصادی و

^۱ Cy Paumier

^۲ Creating a Vibrant City Center

تجاری نیست؛ بلکه پیکره‌ای ساختاری در سازمان فضایی و کالبدی شهر است که بافت اندام‌واره‌ای را به صورت سلسله‌مراتبی و ارتباطی در محله‌های پیرامونی گسترش می‌دهد؛ بنابراین شناخت دقیق بازار به عنوان پهنه‌ای پیوسته و ارزشمند و همچنین موجودیت مستقل شهری برای حصول راه‌حل‌های واقعی، علمی، کاربردی، منطقی و انسانی ضروری به نظر می‌رسد (مرادی، ۱۳۷۹: ۱۶)؛ بنابراین مکان تاریخی بزرگ می‌تواند شهرسازی شهر مهمی را با معرفی غنا و روحیه تاریخی، برای ایجاد لذت، عبادت، قدردانی، اندوه و تحسین دست‌کاری کند (Carmona and Tiesdell, 2007: 188) تا راهکارهایی برای ارتقای سرزندگی فضاهای تجاری مدرن شهری به دست آید. تأکید این مقاله بر مقایسه تطبیقی بازار سنتی و مجتمع تجاری بلور و بیان عوامل مؤثر بر افزایش سرزندگی در بازار سنتی تبریز و به‌کارگیری آن در فضاهای تجاری مدرن است. پژوهش حاضر بر پاسخ‌گویی به این سؤالات متمرکز است: چه معیارهایی در سرزندگی فضای شهری مؤثر است و میزان و معیار سرزندگی بازار تاریخی و برج بلور تبریز چیست؟ همچنین پژوهش بر این فرض استوار است که میزان سرزندگی در فضای تجاری تاریخی بازار تبریز به دلیل موقعیت، اجتماع‌پذیری و پیوستگی مجموعه فعالیت‌ها، بیشتر از فضاهای تجاری مدرن مانند برج بلور است.

مبانی نظری

تعاریف و مفاهیم

فضاهای شهری:

فضای شهری چیزی نیست جز فضای زندگی روزمره شهروندان که هر روز آگاهانه یا ناآگاهانه در طول راه از منزل تا محل کار ادراک می‌شود (پاکزاد، ۱۳۷۶: ۳۲). فضای شهری، مکان اصلی وقایع و حوادثی است که در پیوند امروز با دیروز نقش دارند و گفت‌وگوی خلاق میان امروز و فردا را سامان می‌دهند. فضای شهری مکان آمدوشد میان گذشته، حال و آینده است. این فضا دربرگیرنده چهار عنصر اساسی است: ساکنان یا عابران؛ عناصر انسان‌ساخت (کالبدی یا فعالیتی)؛ روابط (میان افراد و عناصر یا میان عناصر)؛ و زمان (حیثی و مقصودی، ۱۳۸۲: ۳). فضای شهری یکی از زیرمجموعه‌های مفهوم فضا است؛ بنابراین از مقوله فضا مستثنا نیست؛ بدین معنی که ابعاد اجتماعی و فیزیکی شهر با یکدیگر رابطه‌ای پویا دارند. در واقع فضای شهری مشتمل بر دو فضای اجتماعی و فیزیکی است (مدنی‌پور، ۱۳۷۹: ۴۸). زندگی جمعی مردم در فضاهای عمومی شهر متشکل از فضاهای عمومی محل حضور افراد و با مشارکت آنان در زندگی جمعی‌شان شکل می‌گیرد؛ بنابراین زندگی اجتماعی باید همواره در این فضاها در جریان باشد (پاکزاد، ۱۳۸۶: ۲۸۲). خیرالدین و همکاران معتقدند شهرهای قدیمی معمولاً خواناترند، چون در آنها ساختارها و بناهای مهم، برجسته و چشمگیرند و فضاهای عمومی به‌آسانی شناسایی می‌شوند (Khairuddin, et al., 2004:37).

سرزندگی:

فرهنگ فارسی عمید، واژه «نشاط» را شادمانی کردن، سبکی و چالاکي، شادی، خوشی و خوشحالی تعریف می‌کند (عمید، ۱۳۶۳). این منبع برای واژه «سرزندگی» نیز تعاریف نسبتاً مشابهی دارد. بعد از سال ۱۹۸۱ و انتشار

اثر کلاسیک دنالد اپلپارد^۱، آنچه در ادبیات تخصصی طراحی شهری در این باره مطرح شده، عمدتاً حول مفهوم لایوبیلیتی^۲ و بعضاً لایولینس^۳ است که برابرهاده فارسی آن «سرزندگی شهری» است. رابرت کوآن^۴ در دیکشنری شهرسازی، سرزندگی را «مناسب برای زندگی و فراهم‌آورنده کیفیت زندگی مطلوب» تعریف می‌کند (Cowan, 2005: 22). جان روس (رئیس کمیسیون معماری و محیط مصنوع انگلستان) معتقد است برای ارجاع به سرزندگی باید از عبارت «کیفیت زندگی»^۵ استفاده کرد. او سرزندگی را همان کیفیتی می‌داند که مردم در فضاهای شهری ادراک و تجربه می‌کنند. یان گل^۶ نیز در تعریف سرزندگی در شهرها می‌گوید: «حیات و زندگی فرد در میان جمع بودن است و آنچه به فضا زندگی می‌بخشد، مردم و حضور فعال و پرشور و نشاط آنها در فضا است» (۱۳۹۲: ۶۹). جیکوبز^۷ نیز مدعی بود شهرهای سالم و بانشاط، شهرهایی ارگانیک، خودجوش و خوش‌اقبال‌اند؛ آنها بر پایه تنوع اقتصادی، انسانی، معماری، جمعیت‌های مترکم و اختلاط کاربری‌ها استوارند (۱۳۸۶: ۱۷). سرزندگی، توانایی یک ارگانسم را برای زنده ماندن یا کارایی مؤثر توصیف می‌کند (Drewes & van Aswegen, 2010: 16).

بازار:

واژه «بازار» در زبان پهلوی به صورت «واکار» به کار می‌رفته و در پارسی باستان «آباکاری» (آبا = محل اجتماع، کاری = پرخیدن) به معنی محل اجتماع و خریدوفروش بوده است (سلطان‌زاده، ۱۳۶۵: ۲۵۱). بازار واژه‌ای ایرانی است که به سایر زبان‌ها، مانند فرانسوی نیز راه یافته است. پیرنیا می‌گوید در زبان فارسی میانه به بازار «واچار» گفته می‌شده که تنها ویژه خریدوفروش کالا نبوده است؛ بلکه انجمن‌گاهی بوده که مردم سالی چندبار در آن جمع می‌شدند و به مسائل اجتماعی خود رسیدگی می‌کردند. قدمت این واژه به متون پهلوی و پارسی باستان می‌رسد و می‌توان با مراجعه به فرهنگ لغات دهخدا، معین، عمید و متون ادبی زبان فارسی، واژگان بسیاری را برگرفته از واژه بازار مشاهده کرد. بسیاری از این واژه‌ها به ویژگی‌های کیفی و رفتاری بازارهای ایرانی اشاره می‌کنند که برگرفته از کارایی چندمنظوره این بازارهاست. بازار ایرانی با تنوع عملکرد و ایفای نقش محوری در فعالیت‌های فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی توانسته است در بُعد زمانی انبوهی از تجارب را در خود گرد آورد. واژه‌های مرتبط با بازار شامل بازارچه، بازارگاه، بازارگه، تیمچه، راسته، رسته، سوق، مغازه، دکان، دکه، حجره و... است (عباسی و دیگران، ۱۳۹۴: ۱۶۱).

سرزندگی در محیط:

کوین لینچ^۸ در سال ۱۹۸۱ میلادی با انتشار «تئوری شکل شهر»، ارتقای کیفیت زندگی شهری را در گرو پنج معیار و دو فوق‌معیار می‌داند: معیارهای سرزندگی، معنی حس، سازگاری، دسترسی، و کنترل و نظارت؛ و همچنین دو فوق‌معیار کارایی و عدالت که برای تنظیم روابط میان معیارهای پنج‌گانه فوق پیشنهاد می‌شود (لینچ، ۱۳۸۴).

¹ Donald Appleyard

² Livability

³ Liveliness

⁴ Robert Cowan

⁵ Quality of life

⁶ Gehl

⁷ Jane Jacobs

⁸ Kevin A. Lynch

۱۷۸). او در این تعریف عمدتاً معیارهای بیولوژیکی و اکولوژیکی را مدنظر قرار می‌دهد و تنها با این رویکرد به موضوع سرزندگی می‌پردازد و عواملی نظیر مسائل اجتماعی، اقتصادی و... را نادیده می‌انگارد. چارلز لاندی^۱ (۲۰۰۰: ۴) نیز با اشاره به مفهوم سرزندگی، آن را به گونه‌ای متفاوت بررسی کرده است. او برای شناسایی یک شهر سرزنده و زیست‌پذیر نه معیار مؤثر را برمی‌شمارد: تراکم مفید افراد؛ تنوع؛ دسترسی؛ ایمنی و امنیت؛ هویت و تمایز؛ خلاقیت؛ ارتباط و تشریک مساعی؛ ظرفیت سازمانی؛ و رقابت. به بیان مونتگومری^۲ (۱۹۹۸)، این کیفیت به تعداد افراد حاضر در محیط در ساعات مختلف شبانه‌روز، سطح امکانات، شمار رویدادهای فرهنگی و جشن‌ها در طول سال بستگی دارد. سرزندگی در فضاهای شهری به میزان زیادی بیان‌کننده سلامتی محیط است. مونتگومری سه عامل دسترسی، عدالت و امنیت را از مؤلفه‌های مهم کیفیت سرزندگی می‌داند و از این میان، عامل دسترسی را مهم‌ترین آن‌ها می‌شمرد و آن را به دو بخش دسترسی بصری و دسترسی فیزیکی تقسیم می‌کند؛ دسترسی بصری به فرد امکان می‌دهد وقایع اطراف را ببیند و دسترسی فیزیکی به مفهوم دسترسی به فضاها و عملکردهاست؛ زیرا فضاهای شهری باید جذب‌کننده و دعوت‌کننده گروه‌های مختلف جمعیتی باشد. تحقیقاتی که باری شرمین در سال ۱۹۸۸ انجام داد نیز نشان می‌دهد سرزندگی محصول کیفیت بصری محیط و تنوع فعالیت‌هاست (Jalaladdini et al, 2012: 667). دربارهٔ حالت وجودی سرزندگی شهری سه دیدگاه متفاوت وجود دارد:

دیدگاه نخست: بر مبنای این دیدگاه، اساساً سرزندگی شهری، صفت و کیفیتی است که در ذات محیط کالبدی و معماری و مستقل از ناظر وجود دارد. این دیدگاه به «جبریت محیطی» شهرت دارد و براساس آن محیط کالبدی مناسب، خودبه‌خود به ایجاد سرزندگی می‌انجامد.

دیدگاه دوم: بر مبنای این دیدگاه، سرزندگی شهری مقوله‌ای ذهنی و سلیقه‌ای است که ناظر آن را می‌سازد و هیچ‌گونه ارتباطی با ساختار و ویژگی‌های محیط مصنوع ندارد. این دیدگاه به «امکان‌گرایی محیطی» موسوم است و بر مبنای آن، هندسه محیط بی‌اهمیت تلقی می‌شود و تنها ویژگی‌های روان‌شناختی و موقعیت اجتماعی - اقتصادی ناظر، محیطی را سرزنده و محیط دیگر یا همان محیط را در زمانی دیگر افسرده طبقه‌بندی می‌کند.

دیدگاه سوم: بر مبنای این دیدگاه، سرزندگی شهری پدیده‌ای ادراکی^۳ شناختی است که در جریان فرایند دادوستد میان ویژگی‌های کالبدی و ادراک‌پذیر شهر از یک سو و الگوها و رمزهای فرهنگی، توانایی‌های ذهنی، تجارب قبلی و اهداف ناظر از سوی دیگر شکل می‌گیرد. براساس این دیدگاه که «احتمال‌گرایی محیطی با رویکرد تعاملی» نامیده می‌شود، ابتدا محیط شهری ویژگی‌های کالبدی خود را در معرض دید و ارزیابی حواس ناظر قرار می‌دهد؛ سپس ناظر براساس دریافت‌های گوناگون خود از محیط، آن را ارزیابی و قضاوت می‌کند و صفت سرزندگی را به محیط نسبت می‌دهد (گلگار، ۱۳۸۶: ۷۲).

در جدول (۱) به برخی از صاحب‌نظران طراحی شهری اشاره می‌شود که به مقوله «سرزندگی» در بحث هنجارهای کیفی پاسخ‌دهندگی محیطی پرداخته‌اند.

¹ Charls Landry

² John Montgomery

جدول- ۱: هنجارهای کیفی پاسخ دهنده‌گی محیطی از دید صاحب‌نظران خارجی و داخلی

صاحب‌نظران	کتاب - مقاله - گزارش	هنجارهای کیفی پاسخ‌دهنده‌گی محیطی
کوبین لیبچ	کتاب «تئوری شکل شهر»، ۱۳۸۴	سرزندگی، معنی، سازگاری، دسترسی، کنترل و نظارت، فوق‌معیار کارایی، فوق‌معیار عدالت
جین جیکوبز	کتاب «مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی»، ۱۳۸۶	سرزندگی (توجه به فعالیت‌ها، کاربری‌های مختلط به‌لحاظ تنوع استفاده و تنوع سنی ابنیه، توجه به عنصر خیابان)، نفوذپذیر بودن و قابلیت دسترسی، اختلاط اجتماعی و انعطاف‌پذیری فضاها
آلن جیکوبز و دونالد اپلیارد	مقاله «به‌سوی یک مانیفست طراحی شهری»، ۱۹۸۷	سرزندگی، هویت و خوانایی، دسترسی به فرصت‌ها و شادی، اصالت و معنا، زندگی اجتماعی و همگانی، خوداتکایی شهری، محیطی برای همه
گودی ^۱	مقاله «دو آقا در ورنا: کیفیت‌های طراحی شهری»، ۱۹۹۳	نفوذپذیری، انعطاف‌پذیری، رشد و تحول سنجیده و کنترل‌شده، سرزندگی، هماهنگی با بستر موجود، تنوع، مقیاس انسانی، امکان شخصی‌سازی، خوانایی، غنا
گرین ^۲	کتاب «شکل شهر»، ۱۹۹۲	«نظم» شامل انسجام، وضوح و پیوستگی «هویت» شامل کانون، وحدت، شخصیت «جذابیت» شامل مقیاس، تناسب بصری، عملکرد، سرزندگی و هارمونی
یان گل	کتاب «زندگی در فضای میان ساختمان‌ها»، ۱۳۸۷ «شهر انسان‌تر»، ۱۳۸۹	ایمنی و امنیت، جذابیت، تنوع، مقیاس انسانی، سرزندگی، پیاده‌مداری، قابلیت نشستن، آسایش اقلیمی
موننگومری	مقاله «ساخت یک شهر: شهرنشینی، سرزندگی و طراحی شهری»، ۱۹۹۸	مؤلفه‌های کیفیت سرزندگی شامل دسترسی (بصری و فیزیکی)، عدالت و امنیت
کوروش گلکار	مقاله «مؤلفه‌های سازنده کیفیت طراحی شهری»، ۱۳۸۶	سرزندگی، خوانایی، شخصیت بصری، غنای حسی، رنگ تعلق، آموزندگی، نفوذپذیری و حرکت، اختلاط کاربری و فرم، همه‌شمول بودن، کیفیت عرصه همگانی، آسایش اقلیمی، ایمنی و امنیت، انعطاف‌پذیری، همسازی با طبیعت، انرژی کارایی و پاکیزگی محیطی
جهانشاه پاکزاد	کتاب «راهنمای طراحی شهری در ایران»، ۱۳۸۶	سرزندگی تنوع در طول مسیر، نفوذپذیری
		انعطاف انعطاف در کالبد، انعطاف در عملکرد
		ایمنی ایمنی پیاده در مقابل سواره، امنیت پیاده در محیط

مأخذ: نگارندگان

شاخص‌های انتخاب‌شده پژوهش برای ارزیابی سرزندگی

برای تعیین زیرسنجه‌های ارزیابی سرزندگی، از بین تعاریف یادشده، با سنجش قابلیت انطباق‌پذیری، به جامعیت و فراوانی هریک از معیارها در مکان مورد مطالعه پرداخته می‌شود. در این مرحله زیرسنجه‌های تعریف‌شده بر اساس روش‌های خاصی، از جمله برداشت‌های میدانی، پرسش‌نامه (شفاهی-کتبی)، تجزیه و تحلیل محدوده‌های مورد مطالعه و استفاده از سایر منابع پژوهشی انتخاب و در قالب هفت گروه دسته‌بندی شده‌اند: ۱- خوانایی؛ ۲- دسترسی؛ ۳- راحتی و آسایش؛ ۴- اجتماعی؛ ۵- اقتصادی و فرهنگی؛ ۶- فعالیت‌پذیری؛ ۷- انعطاف. هرچند فاکتورهای منتخب را می‌توان بسیار گسترده فرض کرد، مجموعه کیفیت‌های پیشنهادشده در پژوهش حاضر تا حد زیادی بیان‌کننده میزان سرزندگی‌اند. در ادامه، زیرسنجه‌های منتخب ارزیابی می‌شوند:

¹ Goodey

² Greene

خوانایی:

خوانایی، کیفیتی است که موجبات قابل درک شدن یک مکان را فراهم می‌آورد (بنتلی^۱ و همکاران، ۱۳۸۲: ۱۱۳). معمولاً استفاده از عناصر فهرست و ارسی لینچ، راه‌ها، گره‌ها، نشانه‌ها، لبه‌ها و حوزه‌ها، در فعال‌تر کردن جریان تحلیل مفید واقع می‌شود (همان: ۱۲۸). رفتار فضایی مردم در محیط شهری تا حدود زیادی متأثر از ادراک و تصاویر ذهنی آن‌ها از ساختار محیط است (Downs & Stea, 1973: 9).

دسترسی:

لینچ دسترسی را امکان نقل و انتقال انسان، اشیا و اطلاعات از نقطه‌ای به نقطه دیگر تعریف می‌کند (۱۳۸۴: ۱۵۲). در دانش شهرسازی دسترسی میان نقاط گوناگون درون یک شهر یا میان نقاط درون و برون شهر مطرح می‌شود.

راحتی و آسایش:

«راحتی»^۲ در لغتنامه دهخدا به معنای آسایش و واژه راحتی به معنای شادمانی، آرام و آسایش است. معادل انگلیسی این واژه در واژه‌نامه آکسفورد «آسودگی فیزیکی و رهایی از درد و محدودیت‌ها» است. مؤلفه‌هایی چون آسایش اقلیمی، ایمنی و دسترسی به خدمات عمومی چون بهداشت، آموزش، امنیت و تحرک، هریک به‌نوعی نیازهای فیزیکی یا فراغ بالی ذهنی را برای افراد به همراه می‌آورند.

اجتماعی:

یان گل (۱۳۸۷) در تعریف فضاهای اجتماع‌پذیر شهری، بر دعوت‌کنندگی فضا بیش از سایر شاخصه‌های آن تأکید می‌کند و جذابیت فضاها را با توجه به انبوه مردمی که در فضاهای همگانی آن گرد هم می‌آیند و وقتشان را در آنجا می‌گذرانند، مفهوم می‌بخشد؛ از نظر او فضای دعوت‌کننده فضایی است که بتوان در آن با افراد دیگر چهره‌به‌چهره دیدار کرد و به‌طور مستقیم از راه حواس تجربه‌اندوزی کرد. لنگ^۳ (۱۳۹۰) نیز از فضاهای اجتماع‌پذیر با عنوان «مکان‌های پذیرا» یاد می‌کند و بر این باور است که این فضاها محیط‌هایی هستند که تجربه انسانی را بهبود می‌بخشند، مقیاس انسانی دارند، بستر رفتارها و فعالیت‌های گوناگونی‌اند و توانایی پذیرش رفتارهای دلخواه افراد را نیز دارند. نویترا^۴ نیز فضاهای اجتماع‌پذیر را نقاطی برای آرامش روانی انسان می‌داند که به افراد یاری می‌رساند و نقش مهمی در شکل‌گیری شخصیت افراد دارد (مظفر، ۱۳۹۱: ۳۲).

اقتصادی و فرهنگی:

در بعد فرهنگی و اقتصادی مسائلی چون میزان توجه به ویژگی‌های فرهنگی، توجه به جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی و میزان مشارکت کاربران بررسی می‌شود.

¹ Ian Bentley

² Comfort

³ Jon Lang

⁴ Richard Neutra

فعالیت پذیر بودن:

این کیفیت، پتانسیل فضا برای انجام دادن بخش درخور توجهی از فعالیت‌های اجتماعی است. برای این امر مکان‌ها باید واجد فرم، استفاده و معانی گوناگون باشند (عباس‌زاده و تمری، ۱۳۹۱: ۴). فعالیت، محصول دو مفهوم مجزا، اما مرتبط به هم است: سرزندگی و تنوع. سرزندگی چیزی است که نواحی شهری موفق را از دیگر نواحی متمایز می‌کند (Montgomery, 2007: 97).

انعطاف‌پذیری:

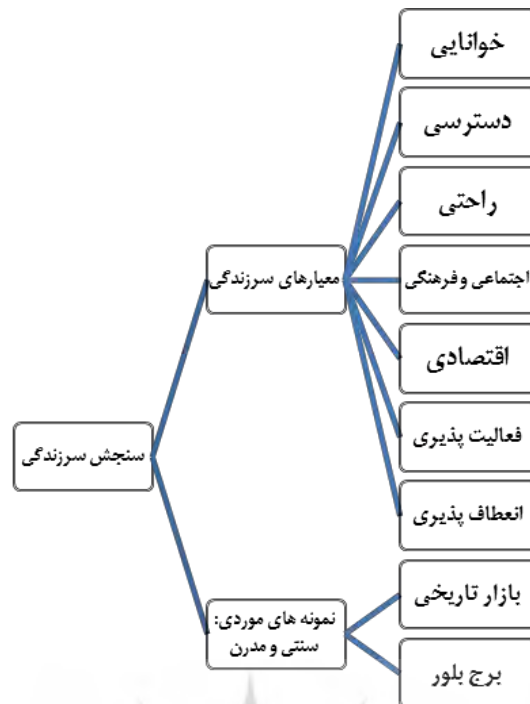
مکان‌هایی که برای اهداف متنوعی به کار آیند، در مقایسه با مکان‌هایی که برای کاربری مشخص و محدودی طراحی شده‌اند، حق انتخاب بیشتری به کاربران می‌دهند، این‌گونه محیط‌ها کیفیتی دارند که آن را «انعطاف‌پذیری»^۱ می‌نامند (بتلی، ۱۳۸۲: ۱۵۷).

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش پس از درک ضرورت توجه به فضاهای عمومی شهر، تمرکز بر ارائه مؤلفه‌های کیفی موردنیاز برای طراحی سرزنده این فضاهاست. روش پژوهش توصیفی - استنباطی است و با رویکردی قیاسی با بررسی مبانی نظری و نگرشی استقرایی، ضمن جمع‌آوری اطلاعات با پرسشنامه و تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها، فرضیه مورد آزمون قرار گرفته است. با توجه به نامعلوم بودن حجم جامعه آماری، حدود ۱۷۰ پرسشنامه از مراجعه‌کنندگان برای هر دو مکان، براساس فرمول کوکران با ضریب اطمینان بیشتر از ۹۳ درصد، به شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده تهیه و استخراج شد. از این تعداد ۷۰ پرسشنامه در برج بلور و ۱۰۰ پرسشنامه در محدوده بازار تاریخی پاسخ داده شدند. براساس پرسشنامه حدود ۱۲/۵ درصد افراد پاسخ‌دهنده بی‌سواد، ۲۹/۸ درصد سیکل، ۲۴/۲ دیپلم، ۲۶/۲ فوق‌دیپلم و حدود ۷/۲ درصد دارای مدرک لیسانس و مدارج بالاتر بوده‌اند.

بازار تاریخی تبریز به دلیل وجود برخی ویژگی‌های سرزندگی، مانند موقعیت، اجتماع‌پذیری، تنوع و پیوستگی فعالیت‌ها، با فضای تجاری مدرن برج بلور که این ویژگی‌ها را ندارد، مقایسه شد تا بتوان برخی راهکارهای سرزندگی فضاهای تجاری تاریخی را برای فضاهای تجاری مدرن به کار برد. بدین منظور ابتدا در یک مقایسه تطبیقی بین معیارهای مستخرج و ویژگی این فضاها، با بررسی تئوری‌های مربوط، معیارهایی انتخاب می‌شود که ماهیت نزدیک‌تری به ویژگی مورد مطالعه این پژوهش داشته باشد و همچنین دارای جامعیت و قابلیت انطباق‌پذیری بیشتر با مکان مورد مطالعه و بیشترین فراوانی در بین مفاهیم به کاررفته باشد. در مرحله بعد برای سنجش این معیارها در فضاهای شهری تبریز، دو نمونه فضای شهری، یکی واجد سرزندگی و دیگری فاقد آن، در نظر گرفته می‌شود و بررسی آن‌ها با استفاده از معیارهای عام و با روش طرح پرسش‌آغازی، طرح مسئله پژوهش، مشاهده، تحلیل اطلاعات و نتیجه‌گیری بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه از راه آزمون میانگین و آزمون T تک‌نمونه‌ای انجام می‌پذیرد. در شکل (۱) چارچوب مفهومی پژوهش ارائه شده است.

^۱ Flexibility

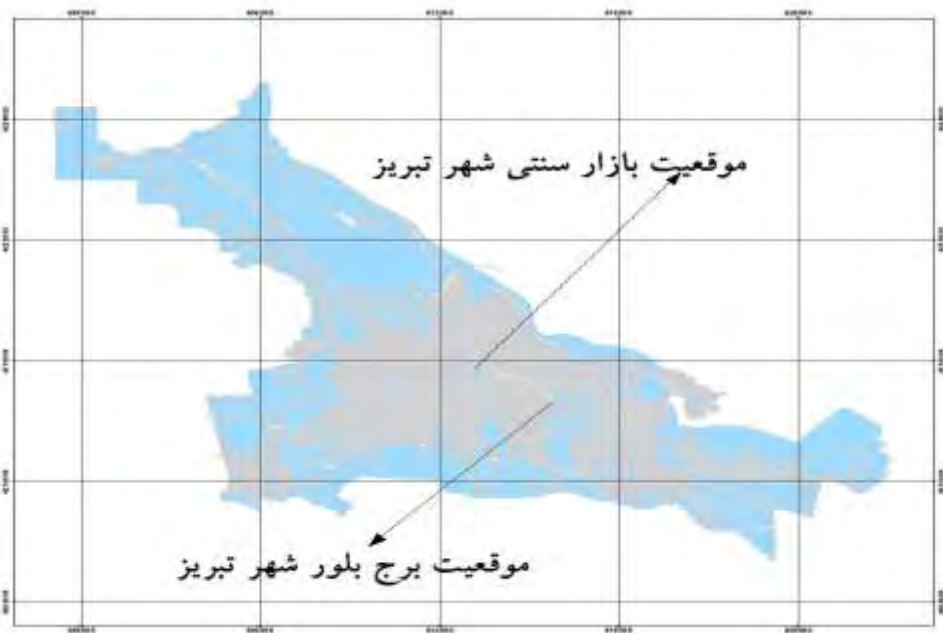


شکل - ۱: چارچوب مفهومی پژوهش، مأخذ: نگارندگان

معرفی مناطق مورد مطالعه: بازار تاریخی تبریز و برج بلور

برج بلور در کلان‌شهر تبریز یک برج تجاری - خدماتی مدرن است که ۲۵ طبقه دارد و جلوه خاصی به محله «آبرسان» تبریز بخشیده است. هدف از ایجاد این برج کاستن از مشکلات اقتصادی، اجتماعی و کالبدی شهر تبریز بوده است؛ ولی این اهداف در عمل چندان محقق نشده است.

بازار تاریخی تبریز یکی از بزرگ‌ترین بازارهای سرپوشیده جهان و از شاهکارهای معماری ایران است. بازار کنونی مربوط به اواخر حکومت زندیه و عصر قاجار است. بازار تبریز از چندین راسته و تیمچه و سرا تشکیل شده است و هم‌اکنون با طول یک کیلومتر، بزرگ‌ترین مجموعه به هم پیوسته و مسقف دنیاست. این بازار در سال ۱۳۵۴ در فهرست آثار ملی ثبت شده است. طاق‌ها و گنبد‌های مقرنس بلند آن، سازه‌های آجری به هم پیوسته، آرایش مغازه‌ها، کثرت تیمچه‌ها، وجود انواع مشاغل و تعداد زیادی مدرسه و مسجد که در کنار سراهای بازرگانی قرار گرفته‌اند، این بازار را به نمونه‌ای عالی از محیط تجارت و زندگی اسلامی و شرقی مبدل کرده است و به سبب همین اهمیت و کاربری زیاد آن، برای پژوهش انتخاب شده است. در شکل (۲) موقعیت بازار تبریز و برج بلور در شهر تبریز و در شکل (۳) تصاویری از هر دو مکان نشان داده شده است.



شکل - ۲: نقشه موقعیت بازار سنتی و برج بلور در شهر تبریز



شکل - ۳: دیدهایی از بازار تاریخی و برج بلور تبریز، مأخذ: نگارندگان

یافته‌های پژوهش

در پژوهش حاضر، در بخش تحلیل استنباطی، از آزمون‌های میانگین و T تک‌نمونه‌ای استفاده شده است. بر اساس آزمون میانگین در برج بلور، متوسط نمره معیار خوانایی برابر با ۳/۵۶، متوسط نمره معیار دسترسی برابر با ۲/۴۸، متوسط نمره معیار راحتی برابر با ۲/۷۸، متوسط نمره معیار اجتماعی - فرهنگی برابر با ۱/۴۵، متوسط نمره معیار اقتصادی برابر با ۱/۵۰، متوسط نمره معیار فعالیت‌پذیری برابر با ۳/۲۴ و متوسط نمره معیار انعطاف‌پذیری برابر با ۱/۴۴ است (شکل ۴).



شکل - ۴: نمودار میانگین فاکتورهای سرزندگی در برج بلور

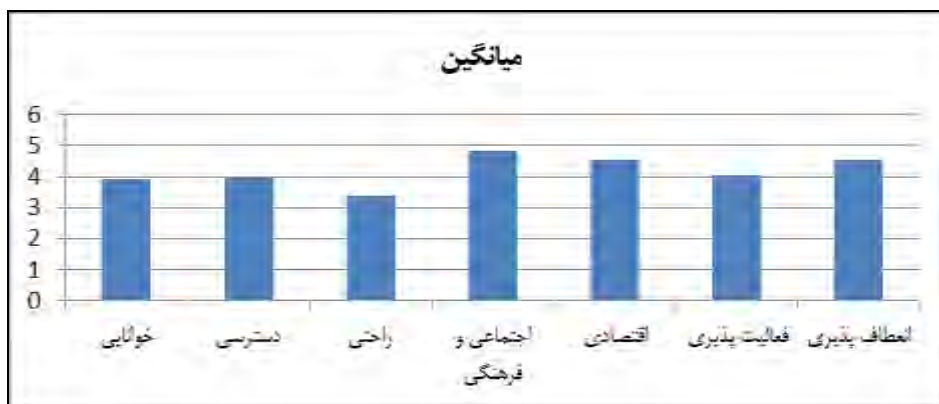
همچنین نتایج جدول حاصل از آزمون T تک نمونه‌ای (جدول ۲) نشان می‌دهد مقدار آماره T برای معیار خوانایی برابر با ۱۰/۷۵۲ با سطح معناداری ۰/۰۰، برای معیار دسترسی برابر با ۸/۳۸۳- با سطح معناداری ۰/۰۰، برای معیار راحتی برابر با ۲/۱۳۸- با سطح معناداری ۰/۰۴۳، برای معیار اجتماعی - فرهنگی برابر با ۱۴/۲۲۴- با سطح معناداری ۰/۰۰، برای معیار اقتصادی برابر با ۱۴/۴۱۲- با سطح معناداری ۰/۰۰، برای معیار فعالیت‌پذیری برابر با ۱/۸۵۳ با سطح معناداری ۰/۰۷۶ و برای معیار انعطاف‌پذیری برابر با ۲۱/۴۹۶- با سطح معناداری ۰/۰۰ است. با توجه به اینکه سطح معناداری تمامی معیارها، به جز معیار فعالیت‌پذیری، کمتر از مقدار ۰/۰۵ است، معیارهای خوانایی، دسترسی، راحتی، اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و انعطاف‌پذیری معیارهای مؤثر بر سرزندگی فضای شهری برج بلورند. در این میان میانگین عامل خوانایی دارای بیشترین میزان و میانگین عامل انعطاف‌پذیری و معیارهای اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی دارای کمترین میزان است.

جدول - ۲: نتیجه آزمون میانگین یک جامعه برای بررسی تأثیر فاکتورهای منتخب سرزندگی در برج بلور

آزمون میانگین یک جامعه مقدار آزمون = ۳					
آماره تی	درجه آزادی	سطح معناداری	اختلاف میانگین		اختلاف میانگین در فاصله اطمینان ۹۵٪
			حد پایین	حد بالا	
۱۴/۴۱۲-	۲۴	۰/۰۰۰	-۱/۵۰۰۰	-۱/۷۱۴۸	خوانایی
۱۰/۷۵۲	۲۴	۰/۰۰۰	۰/۵۶۶۶۷	۰/۵۷۶۹	دسترس
۸/۳۸۳-	۲۴	۰/۰۰۰	-۰/۵۲۰۰۰	-۰/۶۴۹۶	راحتی
۲/۱۳۸-	۲۴	۰/۰۴۳	-۰/۲۱۳۳۳	-۰/۴۱۹۳	اجتماعی
۱۴/۲۲۴-	۲۴	۰/۰۰۰	-۱/۵۵۰۰۰	-۱/۷۷۴۹	اقتصادی و فرهنگی
۱/۸۵۳	۲۴	۰/۰۷۶	۰/۲۴۰۰۰	-۰/۲۷۲	فعالیت پذیری
۲۱/۴۹۶-	۲۴	/۰۰۰	-۱/۵۶۰۰۰	-۱/۷۰۹۸	انعطاف‌پذیری

همچنین نتایج جدول (۳) که به بررسی شاخص‌های سرزندگی بازار تاریخی تبریز مربوط است، نشان می‌دهد متوسط نمره خوانایی در بازار تاریخی تبریز برابر با ۳/۹۲، متوسط نمره دسترسی برابر با ۳/۹۷، متوسط نمره راحتی

برابر با ۳/۴۰، متوسط نمره معیار اجتماعی - فرهنگی برابر با ۴/۸۴، متوسط نمره معیار اقتصادی برابر با ۴/۵۴، متوسط نمره معیار فعالیت‌پذیری برابر با ۴/۰۴ و متوسط نمره معیار انعطاف‌پذیری برابر با ۴/۵۴ است (شکل ۵).



شکل - ۵: نمودار میانگین فاکتورهای سرزندگی در بازار تاریخی تبریز

همچنین نتایج جدول حاصل از آزمون T تک‌نمونه‌ای نشان می‌دهد مقدار آماره T برای معیار خوانایی برابر با ۲۳/۸۱۳ با سطح معناداری ۰/۰۰، برای معیار دسترسی برابر با ۲۹/۱۳۶ با سطح معناداری ۰/۰۰، برای معیار راحتی برابر با ۸/۴۸۵ با سطح معناداری ۰/۰۰، برای معیار اجتماعی - فرهنگی برابر با ۵۷/۷۰۷ با سطح معناداری ۰/۰۰، برای معیار اقتصادی برابر با ۱۸/۹۵۶ با سطح معناداری ۰/۰۰، برای معیار فعالیت‌پذیری برابر با ۱۸/۱۹۶ با سطح معناداری ۰/۰۰ و برای معیار انعطاف‌پذیری برابر با ۱۶/۹۳۸ با سطح معناداری ۰/۰۰ است. با توجه به اینکه سطح معناداری تمامی معیارها کمتر از مقدار ۰/۰۵ است، معیارهای خوانایی، دسترسی، راحتی، اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی، فعالیت‌پذیری و انعطاف‌پذیری معیارهای مؤثر بر سرزندگی فضای شهری در بازار تاریخی تبریزند. در این میان میانگین معیارهای اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و انعطاف‌پذیری بیشترین میزان و میانگین عامل راحتی کمترین میزان را دارد.

جدول - ۳: نتیجه آزمون میانگین یک جامعه برای بررسی تأثیر فاکتورهای سرزندگی در بازار تبریز

مقدار آزمون = ۳ آزمون میانگین یک جامعه						
اختلاف میانگین در فاصله اطمینان ۹۵٪		اختلاف میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	آماره تی	
حد بالا	حد پایین					
۰/۹۹۹۷	۰/۸۴۰۳	۰/۹۲۰۰۰	۰/۰۰۰	۲۴	۲۳/۸۱۳	خوانایی
۱/۰۳۸۷	۰/۹۰۱۳	۰/۹۷۰۰۰	۰/۰۰۰	۲۴	۲۹/۱۳۶	دسترسی
۰/۴۹۷۳	۰/۳۰۲۷	۰/۴۰۰۰۰	۰/۰۰۰	۲۴	۸/۴۸۵	راحتی
۱/۹۰۵۸	۱/۷۷۴۲	۱/۸۴۰۰۰	۰/۰۰۰	۲۴	۵۷/۷۰۷	اجتماعی
۱/۷۰۷۷	۱/۳۷۲۳	۱/۵۴۰۰۰	۰/۰۰۰	۲۴	۱۸/۹۵۶	اقتصادی و فرهنگی
۱/۱۵۸۰	۰/۹۲۲۰	۱/۰۴۰۰۰	۰/۰۰۰	۲۴	۱۸/۱۹۶	فعالیت‌پذیری
۱/۷۲۷۷	۱/۳۵۲۳	۱/۵۴۰۰۰	۰/۰۰۰	۲۴	۱۶/۹۳۸	انعطاف‌پذیری

همان‌گونه که در جدول (۴) مشاهده می‌شود، میانگین امتیاز سرزندگی در بازار تاریخی تبریز برابر ۴/۱۳ با انحراف استاندارد ۰/۱۰۰ است و میانگین امتیاز سرزندگی در برج بلور برابر ۲/۵۱ با انحراف استاندارد ۰/۱۷ است. میانگین امتیاز سرزندگی در بازار تاریخی تبریز بیشتر از میانگین این امتیاز در برج بلور است؛ بنابراین میزان سرزندگی در بازار تاریخی تبریز بیشتر از برج بلور است.

جدول- ۴: آمار مربوط به کیفیت سرزندگی در بازار تاریخی تبریز و برج بلور

مقایسه کیفیت سرزندگی	میانگین	انحراف استاندارد	انحراف از میانگین
سرزندگی در بازار تاریخی تبریز	۴/۱۳۹۱	۰/۱۰۰۴۱	۰/۰۲۰۰۸
سرزندگی در برج بلور	۱/۵۱۴۸	۰/۱۷۲۸۶	۰/۰۳۴۵۷

بحث و بررسی

با توجه به تعاریف موجود از سرزندگی می‌توان تعریف عام سرزندگی را چنین در نظر گرفت: قابلیت مکان برای تأمین گستره‌ای از فعالیت‌ها و استفاده‌کنندگان (با پیش‌زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) با هدف تنوع تجارب و تعاملات اجتماعی به‌گونه‌ای که امنیت، برابری و راحتی را برای همه استفاده‌کنندگان فراهم آورد. یافته اصلی پژوهش حاکی از آن است که میزان سرزندگی در بازار تاریخی بیشتر از برج بلور است، یافته‌ها در برج بلور نشان می‌دهد از نظر کاربران، میانگین عامل انعطاف‌پذیری و معیارهای اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی دارای کمترین میزان و میانگین معیار خوانایی دارای بیشترین میزان است. این بدان معناست که برج بلور به دلیل ارتفاع بلند و قرارگیری در گره ترافیکی شهر، از نظر شهروندان و کاربران از خوانایی بیشتری به‌لحاظ کالبدی برخوردار است؛ از طرفی، به دلیل دسترسی بیشتر سواره و نه پیاده و همچنین قرار گرفتن در مرکز ترافیکی شهر، انگیزه کاربران و شهروندان به مکث، حضور و برقراری مراودات اجتماعی در محدوده آن تضعیف می‌شود. از نظر کاربران این مکان به دلیل دسترسی نامناسب پیاده در محدوده آن، از پتانسیل دعوت‌کنندگی و برقراری آرامش روانی برخوردار نیست. تداخل حرکت سواره و پیاده از سرزندگی فضاهای تجاری می‌کاهد. لازمه سرزندگی فضاهای شهری، حضور مردم در شهر است. جایگاه فضای عمومی موفق باید به‌گونه‌ای باشد که جمع‌کنندگی از افراد را در خود بپذیرد. نبود ایمنی کافی به سبب تردد انواع وسایل نقلیه موتوری، نبود فضای سرپوشیده و همچنین آلودگی هوا و سروصدای ناشی از حرکت وسایل نقلیه، از کیفیت فضاهای تجاری واقع در کنار خیابان‌های شلوغ و پرتردد می‌کاهد؛ بنابراین شایسته است فضاهای تجاری پیاده‌مدار باشند.

یافته‌های پژوهش در بازار تاریخی نیز نشان می‌دهد از نظر کاربران میانگین معیارهای اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و انعطاف‌پذیری دارای بیشترین میزان و میانگین عامل راحتی دارای کمترین میزان است. بازار تبریز با ویژگی‌های ارزشمند کالبدی و اجتماعی‌اش، آیین تمام‌نمایی از پایداری فضای شهری است. فضای بازار تبریز تنها به دادوستد و فعالیت‌های اقتصادی اختصاص نداشته است. این موضوع به‌روشنی از وجود مساجد، مدارس و دیگر کارکردها در دل بازار به‌راحتی فهمیده می‌شود. همین امر از نظر کاربران دلیلی بر پویایی و اجتماع‌پذیری بیشتر بازار تبریز است.

یان گل (۱۳۹۲) بر بُعد اجتماعی سرزندگی فضاهای عمومی و دیگر محققان نیز بر ابعاد گوناگون این ویژگی تأکید می‌کنند: جیکوبز (۱۳۸۶) بر معیارهای تنوع اقتصادی، انسانی، کارکردی، مونته‌گومری (۱۹۹۸) بر تراکم افراد، تنوع کارکرد و توجه به معیار فرهنگی-اجتماعی، چارلز لاندی (۲۰۰۰) بر تراکم افراد، تنوع، دسترسی و رقابت و امنیت و پاکزاد (۱۳۸۶) بر معیارهای تنوع کالبدی و عملکردی و دسترسی. در مجموع استنباط می‌شود که نتایج یافته‌های پژوهش حاضر مطابق با یافته‌های محققان مذکور است و بر بُعد اجتماعی - فرهنگی و تنوع عملکردی سرزندگی بیش از معیارهای دیگر تأکید می‌شود. فعال کردن فضاهای تجاری برای جذب اقشار مختلف جامعه موجب همبستگی، پیوند اجتماعی و همچنین تولید و تکثیر فرهنگ می‌شود. آنچه مهم است تطابق این فضاها با نیازها و خواست‌های شهروندان است که امکان حضور بیشینه آنها را در شهر فراهم می‌کند؛ بنابراین توجه به کیفیت اجتماعی - فرهنگی و عملکردی این فضاها در جهت افزایش تعاملات جمعی و همچنین تعریف و خلق رویدادهای مختلف فرهنگی و اجتماعی از سوی طراحان در فضاهای تجاری به القای حس تعلق خاطر شهروندان و رونق تجاری در شهر کمک می‌کند.

نتیجه‌گیری

در بررسی فضاهای تجاری مدرن، مشکلات اساسی در زمینه طراحی فضا دیده می‌شود. مطالعات پژوهش حاضر نشان می‌دهد وجود هفت عامل مناسب چون خوانایی، دسترسی، راحتی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، فعالیت‌پذیری و انعطاف‌پذیری در ارتقای سرزندگی فضای عمومی شهری مؤثر است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد یکی از شروط لازم برای ایجاد محیطی سرزنده، تداوم حضور و فعالیت‌های انسان در فضای شهری تجاری است. در دهه‌های اخیر، بازار که در گذشته، کانون اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و مذهبی شهرهای سنتی ایران شناخته می‌شد، دچار دگرگونی‌های متعددی شده است؛ به طوری که از مکانی چندبُعدی به مکانی تک‌بُعدی یا به‌ندرت دوبُعدی (تجاری - تفریحی)، نابسامان و خالی از ارزش‌های اجتماعی تغییر یافته است و در آن از حضور پرشور مردمی و حیات اجتماعی اثری نیست؛ بنابراین سرزندگی یکی از عوامل مؤثر بر رونق تجاری و ایجاد فرصت‌هایی برای تبادلات اجتماعی و فرهنگی است و ایجاد محیط‌های امن و پیاده‌مدار برای حضورپذیری بیشتر شهروندان نیز از عوامل مؤثر بر سرزندگی این فضاهاست. نتیجه این پژوهش بر لزوم توجه شهرسازان و مدیران برنامه‌ریز به بازیابی مفهوم بازار به‌عنوان نماد حیات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی شهروندان در طراحی فضاهای تجاری امروزی تأکید می‌کند. در پایان موارد زیر برای دستیابی به سرزندگی در فضاهای شهری بررسی شده پیشنهاد می‌شود:

- در نظر گرفتن تسهیلات رفاهی و تفریحی برای مراجعه‌کنندگان به فضاهای تجاری مدرن؛
- ایجاد محیط‌های امن و پیاده‌مدار برای دسترسی به فضاهای تجاری شهری؛
- تقویت خوانایی نقاط عطف و تقویت بصری آن‌ها در فضاهای تجاری شهری؛
- طراحی کاربری‌ها با تأکید بر کاربری‌های مختلط و سازگار.

منابع

- ۱- بنتلی، ای یین؛ الکک، آلن؛ مورین، پال؛ گلین، سومک؛ اسمیت، گراهام. (۱۳۸۲). *محیط‌های پاس‌خده*، ترجمه مصطفی بهزادفر، تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.
- ۲- پاکزاد، جهان‌شاه. (۱۳۸۶). *راهنمای طراحی فضاهای شهری*. تهران: انتشارات شهیدی.
- ۳- پاکزاد، جهان‌شاه. (۱۳۷۶). «طراحی شهری چیست؟»، *آبادی*، سال هفتم، شماره ۲۵، صص ۳۰-۳۶.
- ۴- پامیر، سای. (۱۳۹۱). *آفرینش مرکز شهری سرزنده: اصول طراحی و بازآفرینی*، ترجمه مصطفی بهزادفر و امیر شکیبامنش، تهران: دانشگاه علم و صنعت ایران.
- ۵- پیرنیا، محمدکریم. (۱۳۸۱). *معماری ایرانی، تألیف غلامحسین معماریان*، تهران: انتشارات سروش دانش.
- ۶- جیکوبز، جین. (۱۳۸۶). *مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی*، ترجمه حمیدرضا پارسی و آرزو افلاطونی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۷- حبیبی، سید محسن؛ مقصودی، ملیحه. (۱۳۸۲). *مرمت شهری*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۸- رجبی، آزیتا. (۱۳۸۷). *ریخت‌شناسی بازار*، تهران: انتشارات آگاه.
- ۹- سلطان‌زاده، حسین. (۱۳۶۵). *تاریخ شهر و شهرنشینی در ایران*، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ۱۰- عمید، حسن، (۱۳۶۳). *فرهنگ فارسی عمید*، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- ۱۱- عباسی، زهرا؛ حبیب، فرح؛ مختاباد امرئی، مصطفی، (۱۳۹۴). «تحلیل انگاره‌های محیطی مؤثر بر مؤلفه معنا در بازار سنتی ایرانی»، *مدیریت شهری*، شماره ۴۰، صص ۱۵۹-۱۷۶.
- ۱۲- عباس‌زاده، شهاب؛ تمری، سودا. (۱۳۹۱). «بررسی و تحلیل مؤلفه‌های تأثیرگذار بر بهبود کیفیات فضایی پیاده‌راه‌ها به منظور افزایش سطح تعاملات اجتماعی»، *فصلنامه مطالعات شهری*، شماره ۴، صص ۱-۱۰.
- ۱۳- عسکری خانقاه، اصغر. (۱۳۸۰). «تأملی در مردم‌شناسی فرهنگی بازار و مسکن شهر قزوین (با توجه به مرمت بناهای قدیمی)»، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۱۷، صص ۱۵۹-۱۹۲.
- ۱۴- گل، یان. (۱۳۸۷). *زندگی در فضای میان ساختمان‌ها*، ترجمه شیما شصتی. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- ۱۵- گل، یان. (۱۳۹۲). *شهر انسانی*، ترجمه علی غفاری و لیلیا غفاری، تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- ۱۶- گلکار، کوروش. (۱۳۸۶). «مفهوم کیفیت سرزندگی در فضای شهری»، *نشریه صفا*، شماره ۴۴، سال ۱۶، صص ۶۶-۷۵.
- ۱۷- لنگ، جان. (۱۳۹۰). *آفرینش نظریه معماری*، ترجمه علیرضا عینی‌فر. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۱۸- لینچ، کوین. (۱۳۸۴). *تنوری شکل شهر*، ترجمه سید حسین بحرینی، چاپ سوم. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

۱۹- مدنی‌پور، علی. (۱۳۷۹). *طراحی فضاهای شهری نگرشی بر فرایند اجتماعی و مکانی*، ترجمه فرهاد مرتضایی. تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.

۲۰- مظفر، فرهنگ؛ مسعود، محمد؛ راستین، ساجد. (۱۳۹۱). «ارزیابی تأثیرات کیفیت‌های شهری در میزان سرمایه اجتماعی در بافت‌های تاریخی (مطالعه موردی: محله جلفای اصفهان)»، *نشریه مرمت و معماری ایران*، شماره ۴، صص ۲۹-۴۶.

۲۱- محمد مرادی، اصغر. (۱۳۷۹). «طرح جامع شهر در طرح احیاء و مرمت بازار قزوین»، گزارش مرحله اول. وزارت مسکن و شهرسازی توسط دانشگاه علم و صنعت ایران، دانشکده معماری.

۲۲- ودیعی، کاظم. (۱۳۵۱). «بازار در بافت نوین شهری»، در *مجله یغما*، جلد ۲۵، شماره ۲۸۳، صص ۹-۱۹.

23- Carmona, M. and Tiesdell, S. (2007). *UrbanDesign Reader* In **E. White. Path-portal-place. Great Britain: Architectural Press**, pp. 185-198.

24- Cown, R. (2005). *The dictionary of Urbanism*. Tisbury: Streetwise press.

25- Downs, R. M. and Stea, D. (1973). *Cognitive maps and spatial behavior: Process and Products* , In R. M. Downs and D. Stea(Eds.). *Image and Environment: cognitive mapping and spatial behavior*, PP. 8-26, Chicago, Aldine Transaction.

26- Drewes, J.E., Van Aswegen, M., (2010). *Determining the vitality of urban centers* , *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, Vol 142, PP 15-25.

27- Goodey, Brian, (1993). *Two Gentlemen in Verona: The Qualities of Urban Design* *Streetwise*, 4(2), PP 3-5.

28- Greene, Shervin, (1992). *Cjt shape: Communicating and Evaluating Community Desig* , *Journal of the American Planning Association*, 58(2), PP 177-189.

29- Jalaladdini, Siavash; Oktay, Derya, (2012). *UrbanPublic Spaces and Vitality: A Socio-Spatial Analysis in the Streets of Cypriot Towns* , *Asia Pacific International Conference on Environment-Behavior Studies*, Vol 35, PP 664 ° 674.

30- Khairuddin, A.R., A.K.H. Abdul, S. Shuhana and B.S. Ahmad, (2004). *Sustainable built Environment through Management and Technology*. Kuala Lumpur: International Islamic University Malaysia.

31- Landry, Charls, (2000). *Urban Vitality: A new source of urban competitiveness* *special issue on Architecture, city, visual culture*, in Archis no 5. without pages.

32- Montgomery, John, (1998). *Mking a city: urbanity, vitality and urban design* *Journal of Urban Design*, 3(1), 93-116.

33- Paumier, Cy, (2007). *Creating a Vibrant City Center*, (ULI)Urban Land Institute, Washington, D.C.