

واکاوی مؤلفه‌های توسعه پایدار در بازارهای شهری با تأکید بر زنده‌واری نمونه موردی: بازار تاریخی شهر اصفهان^۱

عبدالرضا پورهمایون

دانشجوی رشته معماری، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان خوراسگان، ایران

هوتن ایروانی^۲

استادیار گروه معماری، واحد اردستان، دانشگاه آزاد اسلامی، اردستان، ایران

سید محمد رشتیان

استادیار گروه شهرسازی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

محمد بهاروند

استادیار، گروه معماری، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۶/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۵

چکیده

زنده‌واری یکی از زیر شاخه‌های معماری پایدار است. در بحث توسعه زنده‌واری و به طبع آن معماری زنده‌واری اینکه هر ساختمان باید با بستر و محیط طبیعی پیرامون خود تعامل داشته باشد، به امری بدیهی مبدل شده است. فضای بازار، زنده‌واری آن از مولفه‌های بسیار مهم و ضروری در معماری محسوب می‌شود. هدف این تحقیق ارتباط متغیرهای هویت و زنده‌واری در بازار تاریخی اصفهان می‌باشد. روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و ز نظر روش ناسی تحلیل و پیمایشی با ابزار رسننامه می‌باشد. جامعه آماری مورد استفاده کارشناسان، اساتید، در ارتباط با معماری و شهرسازی. نتایج تحقیق حاکی از آن است متغیرهای خود کنترلی، زیستی، حقوقی، اخلاقی، دلبستگی در بازار اصفهان است که میانگین برای این مؤلفه برابر با بالاتر از ۴ بوده همچنین کمترین مقدار میانگین مربوط به متغیر حرکتی برابر با ۲٫۱۶ می‌باشد. بررسی انجام یافته در کلیت میانگین بدست آمده این شاخص برای بازار اصفهان ۳٫۷۷ می‌باشد که میزان مطلوبیت زنده‌واری را در بای سنتی و تاریخی نشان می‌دهد. همچنین متغیرهای اقتصادی و خوانایی به مراتب سهم بیشتری در مقایسه با سایر متغیرها در پیش‌گویی متغیر وابسته یعنی زنده‌واری بازار اصفهان دارند، که این روند نیز مطلوبیت متغیرها در تبیین زنده‌واری و هویت را دارا می‌باشد.

واژگان کلیدی: فضای شهری، زنده‌واری، خوانایی، بازار اصفهان

۱- این مقاله برگرفته شده از رساله دکتری با عنوان بازتعریف چارچوب زنده‌واری در معماری با رویکرد معنی‌کافی اجتماعی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، در حال انجام می‌باشد

۲- (نویسنده مسئول) hu_iravani@yahoo.com

مقدمه

انسان همواره سعی کرده است علاوه بر برآورده ساختن نیازهای اولیه خود و هماهنگی با طبیعت، سکونتگاه‌هایی را به هدف ایجاد آرامش و امنیت، ایجاد کند (Mahdinejad, Zarghami, & Sadat, 2015). سپس به مرور زمان و با شناخت محیط اطراف و افزایش نیازهای فردی و اجتماعی خود (Roche, 2017)، با هنر و خلاقیت آنها را درآمیزد و به آنها معنا و مفهوم بدهد و معماری زمان خود را خلق نماید. معماری در هر دوره و هر بنا منحصر به فرد است و صاحب حکمت و ارزش‌های ویژه‌ای است، که این خود موجب تعالی در جامعه می‌شود (Villanueva, 2019). در گذشته سکونتگاه‌ها و عناصر شهری نیازهای اقتصادی و اجتماعی زمان خود را پوشش می‌داد. اکنون روش‌های زندگی، تعاملات اجتماعی و نیاز ساکنان در شهرها با گذشت زمان و روند توسعه شهرنشینی تغییر کرده است (Solemanzadeh, Habib, & Etesam, 2019). عناصر شهر ایرانی، جدای از حفظ آرامش ساکنان، سعی در هماهنگی و سازگاری با محیط زیست را نیز داشته است و یکی از آن عناصر که با گذشت سال‌ها، همچنان، عملکرد و کاربری‌های اصلی و اولیه خود را حفظ نموده است (Farsi & Talebi, 2015)؛ بازارهای سنتی و ارزشمند موجود در بافت‌های تاریخی هستند (Irandoost & Oramani, 2012). اگر چه مجتمع‌های تجاری، با بازی با رنگ و نور و تنوع در نمایش و عرضه کالاها، نظر بسیاری را به خود جلب می‌نمایند (Nosrati, 2016). در بازارهای قدیمی و تاریخی جدای از عرضه کالاهای متنوع، فرهنگ، آداب و رسوم، صنایع دستی، غذاهای محلی هر منطقه را نیز به نمایش می‌گذارند (Jamshidiha, Kalantari, & Nosrati, 2015). از دیگر مواردی که تأثیر مثبتی بر جذب گردشگر دارد، هماهنگی خدمات ارائه شده با نیاز انسان امروزی و کشف معنا و مفاهیم ویژه و منحصر به همان لایه از بافت ارزشمند شهر می‌باشد (Talaee, Habib, & Mokhtabad-Amrei, 2018). بازارهای سنتی و تاریخی دارای ارزش‌ها و مفاهیم معنایی متنوع و کیفی است (Azandehie & Pooyandeh, 2013)؛ که همین امر آن را از دیگر بناهای معماری و شهرسازی، متمایز ساخته است. اما اتفاق‌های ناخوشایند و فرسایش و از همه مهمتر گذشت زمان و متروکه شدن بناهای ارزشمند موجود در بازار و آسیب‌های کالبدی، می‌توانند از نظر اقتصادی و اجتماعی این مکانها را از رونق بیاندازند (Zangiabadi, Alzadeh, & Ranjbarnia, 2012); (Alavizadeh, Islami, & Habib, 2015; Sadrnusavi, 2015)

فضاهای شهری به مرور زمان در کنار هسته‌های اولیه شهرها شکل گرفته‌اند و در این میان تعدادی از این فضاهای معماری متأثر از نحوه‌ی شکل‌گیری شهر و فرهنگ و اقلیم آن منطقه بوده است. همواره حاکمان و والیان این مناطق سعی داشته‌اند بناهایی را با توجه به نیاز جامعه ایجاد نمایند (fatemi, Tahmasebi, & fereidon, 2020). بازارها یکی از آن عناصر اصلی شهرسازی محسوب می‌شوند که جدای از عملکرد اقتصادی همواره توانسته است روابط اجتماعی بین شهر و روستاهای اطراف را به واسطه‌ی داد و ستد کالا، رونق بخشد. گرچه اغلب این مکان‌ها از رونق نسبتاً مناسبی برخوردار است (Ziran, 2019). اما تعدادی از کاروانسراهای درون بازار و همچنین فضاهایی که دیگر از آن استفاده نمی‌شود نیاز به باز زنده‌سازی دارد تا هم هدف حفظ میراث و شناسنامه فرهنگی منطقه را

تأمین بخشد و هم بتواند موجب رونق گردشگری گردد. مرمت و باز زنده سازی بناها به علوم و تخصص های مختلف دارد تا بتواند موثرترین و پایاترین طرح را ارائه دهد (Haghparsat & Sangari, 2019).

اهمیت و ضرورت بازارهای سنتی، به لحاظ نقش آفرینی در جامعه دارای گستره وسیعی نسبت به بازارهای مدرن بودند. نقش هایی که بازارهای سنتی در گذشته ایفا می کردند را می توان به چهار نقش عمده تقسیم بندی نمود که عبارتند از نقش اقتصادی، نقش سیاسی، نقش اجتماعی و نقش مذهبی. بازارهای نوین تنها در نقش اقتصادی با بازارهای سنتی مشترک هستند و سایر نقش ها یا در بازارهای نوین از بین رفته اند یا بسیار کم رنگ شده اند. نقش فراغتی - تفریحی تنها در بازارهای نوین مورد توجه واقع شده است و بازارهای سنتی این نقش را ایفا نمی کنند (Sajadzadeh & Haghi, 2018).

بیان مسأله

زنده واری یکی از زیر شاخه های معماری پایدار است. معماری پایدار، معماری است که به حفظ منابع طبیعی و معماری کمک می کند و از نابودی و صدمه به آن جلوگیری می کند. در بحث توسعه زنده واری و به طبع آن معماری زنده واری اینکه هر ساختمان باید با بستر و محیط طبیعی پیرامون خود تعامل داشته باشد، به امری بدیهی مبدل شده است (Irvani, 2015). قسمت بحث برانگیز و مورد توجه این امر چگونگی برقراری تعامل و نوع تدبیر در نظر گرفته شده می باشد. این درست همان مطلبی است که سال ها پیش ساکنین این مرز و بوم با مهارتی ویژه از آن بهره جسته اند و با اجرای فنون و قواعد خاص در زمینه استفاده کرده اند و امروزه با سهل انگاری به ورطه نابودی و فراموشی کشانده شده است (Irvani, Mirsafaei, Fakhri, 2015). معماری و شهر برای انسان قبل مدرن، محصول خلاقانه ای بود که نتیجه محدودیت های اقلیمی و سازه ای از طرفی و باورهای جمعی افراد از طرف دیگر بود. آنچه که فضای مصنوع او را تشکیل می داد، برگرفته شده از بستر و همپا و همراستا با ویژگی های آن منطقه بود. این پیوند سبب گشته بود که محصول اندیشه معمار در حدود ویژگی های و بایدهایی که مصالح محلی و شرایط محیطی به اثر اجباری می نمود، امکان حرکت داشته باشد. از جهت دیگر به علت باورهای متافیزیکی به طبیعت و پدیده های آن و لزوم حفظ این عرصه به عنوان موهبات، مدیریت نیز به گونه ای انجام می گردید که چرخه حیات مختل نگردد (Irvani, Salehi, 2018 و Hashemi, 2018).

بازار در تاریخ اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی ایران جایگاه ویژه ای داشته است و به دلیل زنده بودن و پویایی عملکرد های آن، هنوز هم مهمترین کاربرد آن که اقتصادی است؛ جریان دارد. در کنار آن، محلی برای تبادلات اجتماعی، مراسم ها، ارائه ایده ها و... می باشد (Rahimi & Jafari, 2018) و همچنین رابطه بین شهر و روستا را نیز رونق می دهد. اغلب اوقات می توان بازار را به عنوان مکانی آموزش دهنده و کارآفرین هم مشاهده نمود. بنابراین شناخت دقیق بازار به عنوان پهنه ای پیوسته و ارزشمند و همچنین موجودیت مستقل شهری برای حصول راه حل های واقعی، علمی، کاربردی، منطقی و انسانی ضروری به نظر می رسد (Teimouri, Karami, Teimouri, & Safdari, 2015).

بر این اساس برای تطبیق بین بازار مدرن و تاریخی مهمترین اهداف تحقیق عبارتند از: تدوین نقش و جایگاه «هویت» و زنده‌واری بازار تاریخی اصفهان، شناخت مؤلفه‌های هویت و زنده‌واری در فضاهای تجاری، همچنین سوال‌های مهم این تحقیق، ۱- متغیرهای مهم در زنده‌واری و هویت در بازار تاریخی اصفهان کدام‌ها هستند؟ ۲- پیش‌بینی بین متغیرهای تحقیق چگونه ارزیابی می‌شود؟

روش تحقیق از نظر هدف کاربردی‌ای و از نظر روش‌شناسی توصیفی - تحلیلی است. نحوه گردآوری داده‌ها به صورت پیمایشی است که به کمک پرسشنامه ابعاد مختلف موضوع مورد سنجش قرار گرفته است. جامعه آماری مورد استفاده کارشناسان، اساتید، معماری و شهرسازی هستند که با استفاده از فرمول کوکران به محاسبه حجم نمونه پرداخته شده است. سپس به بررسی روایی و پایایی تحقیق پرداخته می‌شود. به منظور بررسی روایی محتوایی ابزار سنجش، پرسشنامه‌های مورد نظر در اختیار صاحب‌نظران و متخصصان امر در حوزه مورد نظر قرار گرفت. نظر آنها درباره روایی پرسشنامه مثبت بوده است. بدین ترتیب پرسشنامه‌های مورد استفاده در تحقیق دارای روایی محتوایی و صوری کافی بوده‌اند. برای بررسی روایی سازه تحقیق حاضر صرفاً به بررسی همسانی درونی سؤالات از طریق محاسبه پایایی با توجه به ضریب آلفای کرونباخ پرداخته شد که نتایج در زیر ذکر شده است و مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای تمام متغیرها با سطح معناداری بالا قابل قبول است.

چارچوب نظری و ادبیات تحقیق

زنده‌واری

در طول تاریخ بشر همواره تلاش داشته است تا با بهره‌گیری و یادگیری از طبیعت به عنوان مادر هستی، به تجربه‌های جدیدی دست زند که امکان زیست بهتر و کارآمدتر او را میسر کند. اما حریم متافیزیکی شکست و بشر، تنها یک چیز و آن ذهن انسانی را محور قرارداد و دلیل بودن را در اندیشیدن و حتی بصورت افراطی در شک دائم یافت و چنان برخورد باور یافت و خود را از قید و بند رهاپید که هر آنچه را انجام می‌داد، درست می‌پنداشت (Irvani, Iranpour, Sohrabi, & Bagheri, 2015). بشر به مدد تکنولوژی، جهت جبران ضعف‌هایش و قرار دادن آن به عنوان بهترین دستاویز برای پاسخ به نیازهایش، دست یازیدن افراطی به طبیعت را به عنون منبع تامین نیازها مجاز دانست. این امر تاثیر پذیری معماری از خصوصیات محیطی و محلی را کاسته بود، به گونه‌ای که برخی با طرح معماری بین‌المللی و منشور آتن، ادعای حل همه مشکلات معماری و شهر را داشتند (Irvani, Iranpour, et al., 2015). آنچه امروزه به عنوان توسعه زنده‌وار مطرح است بازنگری اصلاح‌طلبانه است به مدرنیسم و سنت جهت یافتن راهی بینابین، بنابراین توسعه زنده‌وار، توسعه‌ای است که نیازهای اکنون را به گونه‌ای برآورده نماید که توان نسل‌های بعدی را جهت تامین نیاز، کاهش ندهد (Irvani & Mazaheri, 2014).

بازار

واژه «بازار» به معنی محل خرید و فروش و عرضه انواع کالا است. در فارسی میانه به آن «وازار» و در فارسی پهلوی

«واچار» و در پارسی هخامنشی به آن «آبا کاری» (مركب از «آبا»، به معنی محل اجتماع و «کاری» به معنی چریدن و گردیدن است)، گفته می شده است.

ارزش های فردی و جمعی بر چگونگی حس مکان تأثیر می گذارند و حس مکان نیز بر ارزش ها، نگرش ها و به ویژه رفتار فردی و اجتماعی افراد در مکان تأثیر می گذارد و افراد معمولاً در فعالیتهای اجتماعی با توجه به چگونگی حس مکان شان شرکت می کنند (Canter, 1971). عوامل تشکیل دهنده حس مکان با توجه به مفهوم حس مکان در دیدگاه های مختلف و سطوح مختلف حس مکان، عوامل تشکیل دهنده حس مکان را می توان در دو گروه قرار داد: ۱) عوامل ادراکی و شناختی و ۲) عوامل کالبدی. (Falahat, 2006: 62).

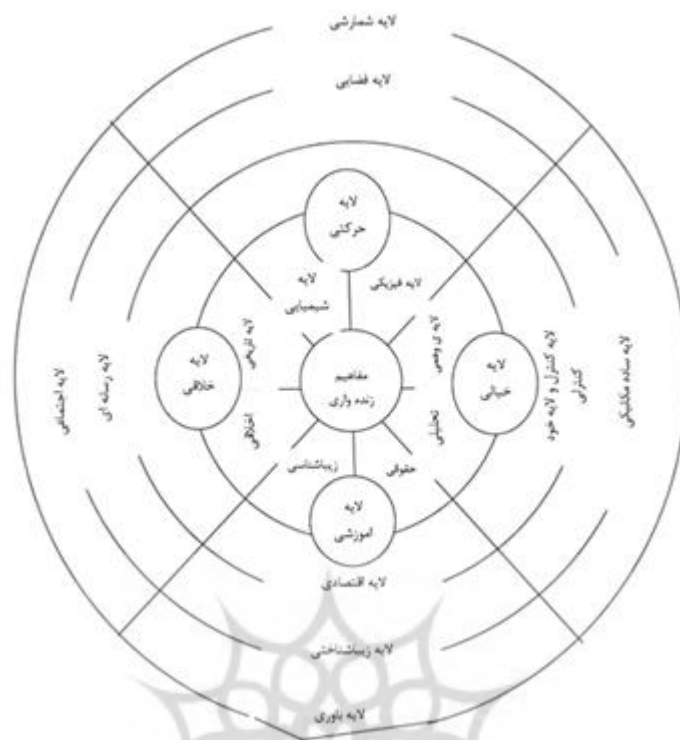
هویت در فضاها و مکان های جمعی، مجموعه ای از نشانه هاست که وجه مشخصه یک فضا از لحاظ فرهنگی و کارکردی برای سرزمین محسوب می شود. در معماری گذشته ی ما، تاق، چهارایوانی و حیاط مرکزی و ... عناصر هویتی معماری ایران زمین بودند که به مرور زمان، به فراموش شده است و بازار مهمترین محور ارتباطی و عامل هویت بخش فضای شهری به شمار می آمده است زیرا بازارهای اصلی و دائمی در هر شهر به طور معمول در امتداد مهمترین راه و محور شهری که از یک دروازه شروع می شد و تا مرکز شهر ادامه می یافت، شکل می گرفت. شکل گیری تدریجی بازار به این علت بود که بیشتر شهرهای ایرانی از توسعه یک روستا پدید می آمدند و تنها تعداد انگشت شماری از شهرها به صورت طراحی شده ساخته می شدند.

در پیشینه تحقیق پژوهش های داخلی و خارجی متعددی انجام گرفته است:

سامانی و پورجعفر (۱۳۹۰) در مقاله شاخص های توسعه پایدار بازار تبریز، با استفاده از شاخص های کالبدی پایداری کالبدی به مقایسه تطبیقی پرداخته است. نتایج نشان می دهد کاهش مصرف سوخت فسیلی و کاهش آلودگی و گرمایش منطقه ای می تواند پایداری بازار تبریز را افزای دهد (Samani & Pourjafar, 2012). میرزایی و همکاران (۱۳۹۱)، در مقاله معنا در مکان و آفرینش هویت (نمونه موردی بازار کرمانشاه) مؤلفه هویت را به عنوان یکی از مؤلفه های تأثیر گذار در بازار کرمانشاه معرفی می کند. نتایج تحقیق نشان می دهد که مکان هویتی است پویا و هویتی مکنون که در نتیجه فعالیت ها و رفتارها، تجارب و خاطره ها، حس مکان و در نهایت هویت در آن پدیدار می شود (Mirzaei, Teimouri, & Sattari, 2012). منصوری و ایروانی (۱۳۹۶) در مقاله بررسی کارایی چهارچوب زنده واری در طراحی معماری پژوهشکده فرهنگی، نمونه موردی: بافت تاریخی آتشگاه اصفهان، از مهم ترین ویژگی های زنده واری استفاده شده در این طرح ایجاد آسایش و حس تعلق در فضا می باشد. در طراحی پژوهشکده فرهنگی با رویکرد زنده واری سعی شده که به همه نیازهای طرح و کاربران پاسخ داده شود. از جمله در این طرح ارتباط میان انسان و طبیعت، شناخت فعالیت ها، تامین امنیت، توجه به دید و منظر کلیه فضاهای معماری، حداکثر استفاده از نور طبیعی و تفکیک فضاها مورد توجه و تاثیرگذار بوده است. در نتیجه مشاهده می شود که با استفاده از رویکرد زنده واری به تمام نیازهای این طرح پاسخ داده شده و پرسش پژوهش جواب مثبت می گیرد (Mansouri & Irvani, 2017). بهاءلو و ایروانی (۱۳۹۶) در مقاله بررسی کارایی چهارچوب زنده واری در طراحی

معماری خانه تاریخ اصفهان، نمونه موردی: بافت تاریخی محله امامزاده اسماعیل اصفهان، طراحی خانه ی تاریخ اصفهان به دلیل قرارگیری در بافت تاریخی دارای اهمیت زیادی می باشد. سایت انتخاب شده برای طراحی خانه ی تاریخ اصفهان تحت تاثیر بناهای ارزشمندی از جمله مسجد خان، مناره مسجد علی، مسجد جامع و.. است. از مهم ترین ویژگی های زنده واری استفاده شده در این طرح ایجاد آسایش و حس تعلق در فضا می باشد. در طراحی خانه ی تاریخ اصفهان با رویکرد زنده واری سعی شده که به همه نیازهای طرح و کاربران پاسخ داده شود. از جمله در این طرح ارتباط میان انسان و طبیعت، شناخت فعالیت ها، تامین امنیت، توجه به دید و منظر کلیه فضاهای معماری، حداکثر استفاده از نور طبیعی و تفکیک فضاها مورد توجه و تاثیرگذار بوده است. در نتیجه مشاهده می شود که با استفاده از رویکرد زنده واری به تمام نیازهای این طرح پاسخ داده شده و پرسش پژوهش جواب مثبت می گیرد (Bahalu & Hutan, 2017). لاریچه و ایروانی (۱۳۹۷) در مقاله بررسی نقش موثر رویکرد زنده واری در طراحی معماری با مطالعه موردی بافت تاریخی پژوهشکده فرهنگی، آتشیگاه اصفهان، پژوهشکده فرهنگی آتشیگاه اصفهان به عنوان مکانی برای اجرای فعالیت های فرهنگی، هنری و گذراندن اوقات فراغت در جامعه شهری امروز از اهمیت بالایی برخوردار است. قرارگیری در این بافت، با شرایط جوی خاص همچون وزش مناسب و نامناسب بادهای غالب محل و همچنین جهت مناسب قرارگیری در معرض نورخورشید، سبب حساسیت و توجه زیادی به طراحی این پژوهشکده فرهنگی شده است. در همین راستا با بهره گیری از رویکرد زنده واری سعی شده است که به تمام نیازهای طرح به صورت پویا و پیوسته و رعایت اصل عدالت پاسخ داده شود. در نهایت این مجموعه بر اساس ۲۵ لایه زندهواری در معماری طراحی شده است. که در این مقاله به صورت خلاصه به بررسی ۱۴ لایه پرداخته شده است (Mansouri & Iravani, 2018). سیتی (۲۰۱۲) در مقاله بازار در فضای باز شهری به عنوان محتوی و ظروف مطالعه موردی: اندونزی، به مفهوم فضای باز در بازار اندونزی پرداخته است. روش متداول، روش های تاریخی و طبیعی به عنوان یک ابزار تحقیق استفاده می شود. یافته های این تحقیق عبارتند از: در حوادث بازار فضای باز شهری همیشه فضا را پر می کند. شرایط دوگانه بین بازار و خرده فروشی مدرن مکمل است. بنابراین فضاهای باز شهری مربع است همیشه با بازار فعالیت پر شده است. ولاشانی و همکاران (۲۰۱۵) در مقاله تأثیر عوامل فیزیکی بر احساس امنیت مردم در بازار سنتی اصفهان تأثیر عوامل فیزیکی در بازار سنتی بر حس امنیت را ارزیابی کرده است. یافته ها نشان می دهد که عواملی چون شکل سقف و شباهت ظاهری اتاق ها بیشترین تاثیر را دارند و ارتفاع سقف کمترین تاثیر را بر حس امنیت دارد. خلیلی و همکاران (۲۰۱۸) در مقاله نقش شاخص های اجتماعی بر پارامترهای حیاتی برای ارتقاء کیفیت زندگی جمعی زنان در فضای عمومی شهری (مورد: بازار سنتی اصفهان، ایران) با هدف یابی وضعیت زندگی جمعی زنان از لحاظ اقدامات زنده گیری در فضاهای عمومی پرداخته است. نتایج نشان می دهد که با افزایش فضای عمومی از طریق اقدامات مرتبط با آن، حضور زنان رشد خواهد کرد و از طریق این رشد، کیفیت زندگی جمعی آنها افزایش می یابد.

برای نیل به اهداف تحقیق روش تحقیق از نظر هدف کاربردی ای و از نظر روش شناسی توصیفی - تحلیلی است. به منظور بررسی روایی محتوایی ابزار سنجش، پرسشنامه های مورد نظر در اختیار صاحب نظران و متخصصان معماری و شهرسازی مورد نظر قرار گرفت. نظر آنها در باره روایی پرسشنامه مثبت بوده است. بدین ترتیب پرسشنامه های مورد استفاده در تحقیق دارای روایی محتوایی و صوری کافی بوده اند.

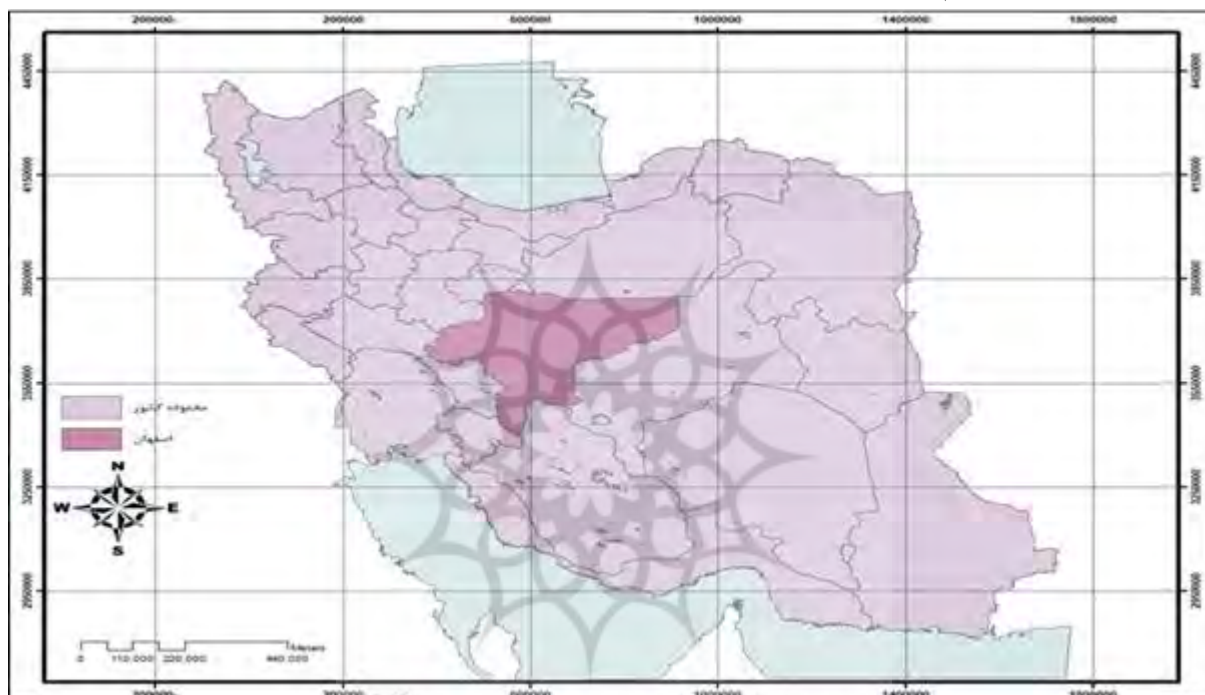


شکل ۱- مدل مفهومی زنده واری Source: Authors

قلمرو جغرافیایی تحقیق

اصفهان شهری تاریخی در مرکز ایران است. این شهر مرکز استان اصفهان و نیز شهرستان اصفهان است. اصفهان، سومین شهر بزرگ ایران، سومین شهر پرجمعیت ایران پس از تهران و مشهد و همچنین یکصد و شصت و پنجمین شهر پرجمعیت جهان و نهمین شهر پرجمعیت باختر آسیا به‌شمار می‌رود. کلان‌شهر اصفهان نیز هجدهمین کلان‌شهر پرجمعیت خاورمیانه است. این شهر در بین سال‌های ۱۰۵۰ تا ۱۷۲۲ میلادی به ویژه در سده شانزدهم میلادی در هنگام پادشاهی صفویان پایتخت ایران شد و رونق فراوانی گرفت. بناهای تاریخی متعددی در شهر وجود دارد که شماری از آن‌ها به عنوان میراث تاریخی در یونسکو به ثبت رسیده‌اند. این شهر به داشتن معماری زیبای ایرانی، پل‌های سرپوشیده، مسجدها و مناره‌های منحصر به فردش نام‌آور است. این امر سبب شده تا در فرهنگ عامه، اصفهان نصف جهان، لقب بگیرد. این شهر در آذر ۱۳۹۴ (دسامبر ۲۰۱۵) به همراه رشت به عنوان نخستین شهرهای ایران، به شبکه شهرهای خلاق جهان زیر نظر یونسکو پیوست. براساس استانداردهای یونسکو، شهر خلاق، شهری است که از نوآوری و توانمندی‌های شهروندان در توسعه پایدار شهری بهره می‌برد. میدان نقش جهان نمونه برجسته‌ای از معماری ایرانی است. این شهر دارای پانزده منطقه شهری است. از جمله دیگر آثار تاریخی اصفهان از منارجنبان، سی و سه پل، پل خواجه، کاخ چهل ستون، عمارت عالی قاپو و بسیاری از اماکن تاریخی دیگر می‌توان نام برد. اصفهان در ۴۳۵ کیلومتری تهران و در جنوب این شهر قرار دارد. شهر اصفهان دارای طول جغرافیایی ۵۱ درجه و ۳۹ دقیقه و ۴۰ ثانیه شرقی و عرض جغرافیایی ۳۲ درجه و ۳۸ دقیقه و ۳۰ ثانیه شمالی می‌باشد. محدوده شهری آن

هم پانزده منطقه شهری تقسیم می‌شود و از غرب شهر (خیابان کهندهز) متصل به خمینی شهر، از جنوب متصل به فلاورجان، از سمت شمال به سمت شهر شاهین شهر و از شرق نیز به دشت سجری منتهی می‌شود. جمعیت اصفهان در سال ۱۳۸۵ خورشیدی بالغ بر ۲۰۵۸۳۶۶۰۹ نفر بوده که این رقم در سال ۱۳۹۰ خورشیدی به ۲۰۷۵۶۰۱۲۶ نفر و در سال ۱۳۹۵ خورشیدی به ۲۰۹۶۱۰۲۱۱ نفر رسیده است. اصفهان از دیرباز از مهم‌ترین مراکز شهرنشینی در فلات ایران به‌شمار می‌رفته است. در ۵ دی ۱۳۱۹ در زمان رضاشاه برای نخستین بار در ایران به سبک اروپایی در اصفهان از مردم سرشماری به عمل آمد و ۲۰۴۶۶۰۰ تن را ساکن شهر اصفهان گزارش کردند.



شکل ۲- قلمرو جغرافیایی تحقیق

Source: Authors

از صنایع فعال در اصفهان می‌توان به کارخانه‌های بزرگ فولاد مبارکه، اسنوا و ذوب آهن اصفهان اشاره کرد. صنعت طلا در اصفهان بیشترین کارگاه و بزرگ‌ترین کارخانه‌های طلای ایران را در خود جای داده است. صنایع دستی متعدد اصفهان نیز از دیرباز یکی از پایه‌های اقتصاد اصفهان است. بازار اصفهان یکی از قدیمیترین و بزرگترین بازارهای خاورمیانه می‌باشد. ژان شاردن فرانسوی از «بازار قیصریه و بازار بزرگ اصفهان با سردر عالی و تزئینات آجرهای چینی (کاشی کاری) و سکوه‌های وسیع (از سنگ یشم و سماق که بر آن‌ها) جواهرفروشان و زرگران انواع و اقسام زیورآلات و جواهرآلات و سکه‌های کمیاب را به فروش می‌رسانند»، یاد کرده است.

امتداد بازار بزرگ اصفهان به مسجد جامع و سپس به بازار عریان منتهی می‌شود این بازار را به مناسبت مجاورت با گنبد نظام الملک و مسجد جامع، بازار نظامیه یا نظام الملکی نیز گفته‌اند و تا نیم قرن پیش رشته‌های طولانی و متعددی این بازار را به بازارهای دروازه طوقچی و بازار غاز و میدان وصل می‌کرده است. از انشعابات دیگر آن، بازار ریسمان و مدرسه کاسه گران است. مجموعه آثار تاریخی دیگری مانند مدرسه ملا عبدالله، مسجد جارچی باشی،

مدرسه صدر، مدرسه نیماورد و کاروان سراهایی از عهد صفویه و قاجاریه مانند کاروان سرای مخلص، گلشن و تیمچه ملک و بسیاری کاروان سراها و تیمچه‌های دیگر و حمام‌هایی از عصر صفویه بر اهمیت تاریخی مجموعه معماری بازار بزرگ اصفهان که از سر در قیصریه تا سر در مسجد اصفهان امتداد دارد افزوده است.

نتایج تحقیق

پاسخ سوالهای تحقیق

در این تحقیق از ۳۰ متغیر در قالب ۲ مؤلفه زنده واری و هویت استفاده گردیده است. جدول ۱ مؤلفه‌های به کار رفته در تحقیق و آمار توصیفی هر کدام از متغیرها را نشان می‌دهد.

جدول ۱- آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین خطای استاندارد
شمارشی	۴,۰۶	۰,۹۳	۰,۰۷۵
فضایی	۳,۷	۱,۲۷	۰,۱۰۶
حرکتی	۲,۱۶	۱,۱۸	۰,۰۹۸
فیزیکی	۴,۰۱	۱,۰۴	۰,۱۲۸
شیمیایی	۳,۵۸	۱,۱۴	۰,۰۹۴
مکانیکی	۳,۴	۰,۹۹	۰,۰۸۸
کنترل	۴,۲۴	۰,۹۸	۰,۰۷۹
خود کنترلی	۴,۴	۰,۷۲	۰,۰۵۶
زیستی	۴,۴	۱,۱۷	۰,۱۰۱
محیطی	۳,۸۱	۰,۸۷	۰,۰۷۰
اقلیمی	۳,۹۹	۰,۹۸	۰,۰۰۸
خیالی	۳,۸۹	۱,۴۴	۰,۱۲۳
وهمی	۳,۹۷	۰,۹۵	۰,۰۷۶
تحلیلی	۴,۱۴	۰,۷۸	۰,۰۶۱
آموزشی	۳,۹۶	۰,۸۳۲	۰,۰۰۱
تاریخی	۳,۲۰	۱,۱۷	۰,۱۱۰
خلاقیت	۳,۴۸	۱,۲۸	۰,۰۰۳
رسانه ای	۳,۹۱	۰,۹۴	۰,۰۳۳
اجتماعی	۳,۰۶	۱,۰۴	۰,۰۰۱
اقتصادی	۳,۳۰	۰,۸۹	۰,۰۱۷
زیباشناختی	۴,۱۴	۰,۸۸	۰,۰۱۶
حقوقی	۴,۳۰	۰,۶۲	۰,۰۳۹
اخلاقی	۴,۳۰	۱,۰۷	۰,۰۰۶
باوری	۳,۷۱	۰,۷۷	۰,۰۲۵
انعطاف پذیری	۳,۸۹	۰,۸۸	۰,۰۱۵
نقدپذیری	۳,۷۹	۱,۳۴	۰,۰۲۸
خوانایی	۳,۸۷	۰,۸۵	۰,۰۱۹
دلبستگی	۴,۴۰	۰,۶۸	۰,۰۳۴
حسن مکان	۳,۸۵	۰,۷۵	۰,۱۲۸
رنگ تعلق	۳,۴۹	۰,۶۴	۰,۰۹۷
آزمون خی دو	۵۱۴,۰۱۹		
درجه آزادی	۴۹		
سطح معناداری	۰,۰۰۰		

Source: Authors

جدول ۱ نشان می‌دهد که بیشترین میانگین مربوط به متغیرهای خود کنترلی، زیستی، حقوقی، اخلاقی، دلبستگی در بازار اصفهان است که میانگین برای این مؤلفه برابر با بالاتر از ۴ بوده همچنین کمترین مقدار میانگین مربوط به متغیر

حرکتی برابر با ۲,۱۶ می باشد. بررسی انجام یافته در کلیت میانگین بدست آمده این شاخص برای بازار اصفهان ۳,۷۷ می باشد که بالاتر از حد متوسط (عدد ۳) می باشد.

پاسخ به سوال دوم

به منظو درک ممیزان پیش بینی متغیرهای زنده واری در بازار تاریخی اصفهان اقدام به سنجش میزان رگرسیون متغیرهای مستقل و وابسته، بصورت جداگانه و سپس به اقدام به محاسبه ضرایب استاندارد و غیراستاندارد در متغیرهای تحقیق کردیم.

یکی از ابزارهای مناسب جهت تخمین روابط بین متغیرها تحلیل رگرسیون است که در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفته است.

جدول ۲- متغیرهای وارد شده به معادله رگرسیون برای پیش بینی زنده واری و هویت بازار اصفهان

متغیرها	ضرایب غیراستاندارد B	خطای استاندارد	ضرایب استاندارد B	آماره T	سطح معناداری
ثابت (Constant)	-۳۶,۴	۶,۶۱	-	-۵,۴۱	۰,۰۰۰
شمارشی	-۲,۳۲	۱,۶۴	-۰,۵۸	-۱,۴۸	۰,۲۳۹
فضایی	۳,۱۱	۱,۳۵	۰,۲۱۲	۲,۵۳	۰,۱۴۲
حرکتی	۱,۴۱	۱,۴۵	۰,۱۵۸	۱,۰۸	۰,۴۶۲
فیزیکی	۴,۱۸	۱,۶۵	۰,۲۲	۲,۷۷	۰,۰۱۳
شیمیایی	۰,۹۷	۱,۵۱	۰,۱۴	۰,۷۳	۰,۱۷۴
مکانیکی	۰,۵۵	۱,۳۹	۰,۰۹۹	-۰,۴	۰,۰۷۲
کنترل	۳,۰۵	۱,۳۵	۰,۲۰۹	۲,۴۸	۰,۱۴۵
خود کنترلی	-۰,۰۷۹	۱,۳۹	۰,۳۵۳	۵,۴۱	۰,۰۰۰
زیستی	۰,۳۱۹	۱,۸۷	۰,۱۱۴	۰,۰۰۷	۱,۰۳۱
محیطی	۳,۵۵	۱,۹۹	۰,۲۱۶	۱,۹۵	۰,۱۹۷
اقلیمی	۰,۹۸	۰,۸۴	۰,۱۴۴	۰,۶۲	۰,۱۸۱
خیالی	۱,۹۷	۱,۹۵	۰,۱۷۴	۱,۱۱	۰,۴۴۷
وهمی	۲,۶۱	۱,۸	۰,۱۹۳	۱,۶	۰,۲۶۹
تحلیلی	۳,۰۵	۱,۸۶	۰,۱۹۱	۱,۵۳	۰,۲۸۸
آموزشی	-۲,۵۸	۲,۰۵	۰,۰۵۲	-۱,۲۷	۰,۲۹۳
تاریخی	۸,۴۲	۱,۹۱	۰,۳۳	۴,۷۶	۰,۰۰۰
خلاق	۵,۹۲	۱,۵۵	۰,۳۲۷	۴,۱۶	۰,۰۰۰
رسانه ای	۷,۹۱	۱,۷۷	۰,۳۴۲	۴,۸۲	۰,۰۰۰
اجتماعی	-۳,۲۹	۶,۷۲	۰,۲۳	-۵,۴	۰,۰۲۳
اقتصادی	۶,۲۱	۱,۷۵	۰,۴۷	-۱,۳۷	۰,۰۴۹
زیباشناختی	۳,۲۲	۱,۴۶	۰,۳۲	۲,۶۴	۰,۰۲۵۲
حقوقی	۱,۵۲	۱,۵۶	۰,۲۶۸	۱,۱۹	۰,۵۷۲
اخلاقی	۴,۲۹	۱,۷۶	۰,۳۳۳	۲,۸۸	۰,۰۲۴۳
باوری	۱,۸۰	۱,۶۲	۰,۲۵۸	۰,۸۴	۰,۲۸۴
انعطاف پذیری	۰,۴۴	۱,۵	۰,۲۰۹	-۰,۲۹	۰,۰۸۳
تغذیه پذیری	۳,۱۶	۱,۴۶	۰,۳۱۹	۲,۵۹	۰,۰۲۵۵
خوانایی	۵,۳۱	۱,۵	۰,۴۶۳	۵,۵۲	۰,۰۵۳
دلبستگی	۱,۴۲۹	۱,۹۸	۰,۲۴۴	۰,۱۱۷	۰,۱۴۱
حسن مکان	۳,۶۶	۱,۲۰	۰,۳۲۶	۲,۶۰	۰,۰۳۰۷
رنگ تعلق	۱,۹۰	۰,۹۵	۰,۲۵۴	۰,۷۳	۰,۲۹۱

Source: Authors

جدول ۲، بزرگ بودن مقدار Beta نشان دهنده اهمیت نسبی و نقش آن در پیشگویی مدل است. بنابراین از جدول ۲ می توان استنباط کرد که متغیرهای اقتصادی و خوانایی به مراتب سهم بیشتری در مقایسه با سایر متغیرها در پیش گویی متغیر وابسته یعنی زنده واری بازار اصفهان دارند، بگونه ای که یک واحد تغییر در انحراف معیار اختلاط عملکرد و فعالیت و سازگاری فعالیت ها، باعث می شود تا انحراف معیار متغیر وابسته به اندازه ۶۲ و ۵۳ درصد تغییر کند. همچنین متغیرهای تحلیلی، آموزشی زیباشناختی، حقوقی، اخلاقی، باوری، نفوذپذیری، دلبستگی، حس مکان، رنگ تعلق به دلیل اینکه سطح معناداری بیشتر از ۰,۰۵ است، نشان می دهند که اثر معناداری بر پیشگویی متغیر زنده واری بازار اصفهان ندارند.

نتیجه گیری و دستاوردهای علمی و پژوهشی تحقیق

هویت و زنده واری و مؤلفه های مؤثر بر آن در محتوا و کالبد آثار معماری موجود است و افراد در دوره های مختلف تاریخی از دیدگاه خود و به این مقوله دست می یابند. هر چند این مفاهیم ادراکی و ارزش های موجود در زمان های مختلف، با توجه به نیازها و فرهنگ جامعه تغییر می یابد؛ اما بازارها همچنان به دلیل داشتن پویایی و کاربری های مختلف، مؤلفه های معنا را بیش از سایر بناها در خود می آفریند و به مخاطب انتقال می دهند و به عنوان مکانی معنادار، موجب پویایی و سرزندگی می شوند. بازار به عنوان نقش پر رنگشان در پویایی اقتصاد جوامع مرتبط با خود، با گذشت زمان به مکان هایی تبدیل شدند که علاوه بر دارا بودن ارزش های معماری زنده وار، به عنوان محل کار و تجمع افراد با فرهنگ های متفاوت، تبدیل شده است. این تنوع در نمایش فرهنگ و معماری و عرضه صنایع دستی شهرها، بازارهای سنتی را به مناطقی برای جذب گردشگران تبدیل کرده است. عوامل کالبدی به واسطه کیفیت طراحی، توجه به ارتباط مناسب بازار با شهر، ترکیب کاربری ها، ترکیب فضاهای باز و بسته و ایجاد کیفیت مناسب در طراحی فضاها، معانی فعالیت ها را بهبود بخشیده و با مرتفع ساختن نیازهای مختلف انسان باعث سلسله ای از ادراکات، رضایتمندی و در نهایت حس مکان می شوند.

در این تحقیق تلاش شد تا با استفاده از تحلیل متغیرهای هویت و زنده واری وضعیت بازار تاریخی اصفهان ارائه شود. ۳۰ متغیر برای متغیرهای زنده واری و هویت احصا گردید. با استفاده از تکنیک های آماری، متغیرهای خود کنترلی، زیستی، حقوقی، اخلاقی، دلبستگی در بازار اصفهان است که میانگین برای این مؤلفه برابر با بالاتر از ۴ بوده همچنین کمترین مقدار میانگین مربوط به متغیر حرکتی برابر با ۲,۱۶ می باشد. بررسی انجام یافته در کلیت میانگین بدست آمده این شاخص برای بازار اصفهان ۳,۷۷ می باشد که میزان مطلوبیت زنده واری را در فضاهای سنتی و تاریخی نشان می دهد. همچنین متغیرهای اقتصادی و خوانایی به مراتب سهم بیشتری در مقایسه با سایر متغیرها در پیش گویی متغیر وابسته یعنی زنده واری بازار اصفهان دارند، که این روند نیز مطلوبیت متغیرها در تبیین زنده واری و هویت را دارا می باشد.

زنده واری قابلیت و دستاوردهای بسیاری از جمله قابلیت مکان برای تأمین گستره ای از فعالیت ها و استفاده کنندگان، با هدف تنوع تجارب و تعاملات اجتماعی در فضاهای تاریخی فراهم می کند. دستاوردهای علمی این تحقیق این

است بازار تاریخی اصفهان و مولفه های زنده واری آن در برابر فضاهای مدرن بیشتر می باشد و این روند در میزان گردشگری، تعامل بین فضاهای شهری، نفوذپذیری و هویت را نشان می دهد. از نظر بازدیدکنندگان در چنین فضاهای تاریخی شاهد خوانایی بیشتری به لحاظ کالبدی نیز هستیم؛ و علاقه کاربران جهت مکث، حضور و برقراری مراودات اجتماعی بیشتر می شود که در میزان آرامش روانی کاربران نیز می تواند نقش تعاملی ایفا کند.

References

- Alavizadeh, S. E., Islami, S. G., & Habib, F. (2018). The effect of Contextualism of Infill Structures on the Survival of Historical Context of Iranian Traditional Bazaar (Case Study: Second Grade Zone of the Historical Context of the Traditional Bazaar of Ardebil). *Iran University of Science & Technology*, 6(1), 69-86.
- Azandehie, M. B., & Pooyandeh, M. H. (2013). Phenomenology And the Relationship Between Identity and Place In the Geographical Scales. *Quarterly Journal of Human Geography*, 5(2), 1-19.
- Bahalu, T., & Hutan, I. (2017). *Investigating the Efficiency of Lifelikeness Framework in Architectural Design of Isfahan History House, Case Study: Historical Context of Isfahan Imamzadeh Neighborhood*. Paper presented at the Fifth International Congress of Civil Engineering, Architecture and Urban Development. https://www.civilica.com/Paper-ICSAU05-ICSAU05_1038.html
- Canter, D. (1971), *The Psychology of place*, The architectural press, London.
- Falahat, MS (2006), *The concept of sense of place and the factors shaping it*, Honarhaye ziba journal No 26, summer, 57-66.
- Farsi, A., & Talebi, M. (2015). A Study of Sanandaj Traditional Bazaar from a Phenomenological Viewpoint*. *Interdisciplinary Studies in the Humanities*, 7(3), 27-.
- fatemi, e., Tahmasebi, A., & fereidon, a. (2020). Comparative study in traditional bazaar with emphasis on social and economic components Case study: Sulaymaniyah and Sanandaj bazaars. *Geography (Regional Planning)*, 10(2-2), 1071-1087.
- Haghparsat, F., & Sangari, H. E. (2019). The process of formation and development the Tabriz historical bazaar in the social participation context After the earthquake of 1194 AH. *Quarterly of Geography (Regional Planing)*, 9(4), 515-533.
- Irandoost, K., & Oramani, A. B. (2012). Structural Transformations of Traditional Bazaar in Iranian Cities (A Case Study: Kermanshah Bazaar). *Journal of Studies On Iranian - Islamic City*, 2(5), 5-.
- Iravani, H. (2015). Zendevari (lifelikeness) a New Framework derived from Sustainability for Development in the Built Environment. *Indian Journal of Science and Technology*, 8(12), 1 .
- Iravani, H., & Mazaheri, M. (2014). THE MEASUREMENT OF LIFELIKENESS ASPECTS OF IMAM ALI SQUARE THROUGH SWOT TECHNIQUE .
- Iravani, H., Iranpour, S., Sohrabi, S., & Bagheri, B. (2015). Analyzing zendevari (lifelikeness) approach in Persian gardens using SWOT technique Case Study of Fin Garden in Kashan .
- Iravani, H., Mirsafaei ,E., & Fakhri, M. (2015). The Secret of Zendevari (Life Likeness) of Khajoo Bridge .
- Iravani, H., Salehi, F., & Hashemi, E. (2018). An Evaluation of Zendevari (Lifelikeness) in the Architecture of Imam Jome'eh House in Isfahan. *International Journal of Architecture and Urban Development*, 8(3), 49-60 .
- Jamshidiha, G., Kalantari, A., & Nosrati, R. (2015). Bazaar as a Field: Bourdieuean Analysis of Tehran Traditional Bazaar. *Sociological Review*, 22(46), 9-34.
- Mahdinejad, J.-E.-L., Zarghami, I., & Sadat, S. A. (2015). The Relationship between Human & Nature in Iranian Paradise from Islamic Architecture Viewpoint. *Naqshejahan- Basic studies and New Technologies of Architecture and Planning*, 5(1), 27-41.
- Mansouri, J., & Iravani, H. (2017). *Investigating the Efficiency of Lifelikeness Framework in Architectural Design of Cultural Research Institute, Case Study: Historical Context of Isfahan Fire Temple*. Paper presented at the The Third International Conference on New Horizons in Civil

- Engineering, Architecture and Urban Planning. https://www.civilica.com/Paper-DCONF03-DCONF03_005.html
- Mansouri, J., & Iravani, H. (2018). *Investigating the effective role of Lifelikeness approach in architectural design with a case study of the historical context of the Cultural Research Institute, Atashgah, Isfahan*. Paper presented at the Conference on Civil Engineering, Architecture and Urban Planning of the Islamic World. https://www.civilica.com/Paper-CAUCONF01-CAUCONF01_1188.html
- Mirzaei, S., Teimouri, S., & Sattari, S. N. (2012). Sense of place and Identity creation (Case Study: Bazaar Kermanshah). *National Studies*, 13(2), 121-.
- Nosrati, R. (2016). An Anthropological Study of Iran's Traditional Economy Crises in Transition to New Situation: A Case Study of Tehran bazaar. *Iranian Journal of Anthropology Research*, 5(2), 267-286.
- Rahimi, L., & Jafari, F. (2018). The Measurement of Livability of Historical and Modern Commercial Spaces In the city of Tabriz (Case Study: Tabriz Historic Bazaar and Crystal Tower). *spatial planing*, 7(4), 41-56.
- Roche, M. (2017). Mega-events, urban space and social change: Expos, parks and cities. In *Mega-events and social change*: Manchester University Press.
- Sadrnusavi, M. (2015). Investigating the Factors Affecting the Vitality of Large-Scale Residential Complexes: A Case Study of Aseman Tabriz Residential Complex. *Journal of New Attitudes in Human Geography*, 7(2), 69-85.
- Sajadzadeh, H., & Haghi, M. R. (2018). A Comparative Study of Environmental Quality between Pedestrian Malls and Traditional Bazaars, Case Studies: 15 Khordad Pedestrian Mall and Tehran Old Bazaar. *Journal of Architect, Urban Design & Urban Planning*, 10(21), 49-59.
- Samani, G., & Pourjafar, M. (2012). Investigation of sustainable development indicators in traditional Tabriz market design. *Quarterly Journal of Geography and Environmental Studies*, 1(2), 41-54.
- Siti, R. S. and Bharoto (2012). "Bazaar in Urban Open Space as Contain and Container Case study: Alun-alun Lama and Simpang Lima Semarang, Central Java, Indonesia." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 50: 741-755.
- Solemanzadeh, S., Habib, F., & Etesam, I. (2019). Conceptual Model for Evaluation of Architectural Space Indicators Based on the Comparison of Western and Iranian-Islamic Viewpoints. *Iran University of Science & Technology*, 7(2), 1-20.
- Talaei, A., Habib, F., & Mokhtabad-Amrei, S. M. (2018). The Implementation of a Conceptual Model for the Semiotic Analysis of the Iranian Traditional Bazaar. *Language Related Research*, 9(3), 129-158.
- Teimouri, R., Karami, F., Teimouri, Z., & Safdari, A. (2015). Affecting Factors in Urban Historical Sites Tourism Case Study: Tabriz Metropolis Historic Market. *journal of urban tourism*, 1(1), 63-78.
- Villanueva, C. (2019). *Transformations of Urban Space in Community and Pedestrian Wellbeing*. Paper presented at the IOP Conference Series: Materials Science and Engineering.
- Zangiabadi, A., Alzadeh, J., & Ranjbarnia, B. (2012). Strategic planning for organizing traditional Iranian markets (Case study: Tabriz traditional market). *Iranian Islamic City Studies Quarterly*, 2(7), 13.
- Ziran, H. (2019). The role of housing developments on the environmental quality of rural areas with emphasis on the vitality component (Case study: Sangar section of Rasht city). *Journal of New Attitudes in Human Geography*, 11(3), 89-113.

Analysis of components of sustainable development in urban bazaars with emphasis on lifelikeness Case study: Historical bazaar of Isfahan

AbdolReza Pourhomaun

Department of Architecture, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Hutan Irvani

Department of Architecture, Ardestan Branch, Islamic Azad University, Ardestan, Iran

Seyed Mohammad Rashtian

Department of Urbanism, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Mohammad Baharvand

Department of Architecture, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Abstract

Lifelikeness is one of the sub-branches of sustainable architecture. In the discussion of the development of viability and, by its nature, the viability architecture, it has become obvious that every building must interact with its natural context and environment. Market space, its Lifelikeness is one of the most important and necessary components in architecture. The purpose of this study is the relationship between identity and lifelikeness variables in the historical market of Isfahan. The research method is applied in terms of purpose and analysis and survey with the tools of the encyclopedia. Statistical community used by experts, professors, in connection with architecture and urban planning. The results indicate that the variables of self-control, biological, legal, moral, attachment in the market of Isfahan, the average for this component is higher than 4 and also the lowest average value of the motor variable is equal to 2.16. The study conducted on the total average of this index for Isfahan market is 3.77, which shows the degree of desirability in traditional and historical bi. Also, economic and readability variables have a much greater share compared to other variables in predicting the dependent variable, namely the viability of the Isfahan market, which this trend is also desirable for variables in explaining viability and identity.

Keywords: Urban space, lifelikeness, readability, Isfahan Bazaar
