



Redefining Various Dimensions of Vitality in Commercial Centers of Tehran: A Case Study of Large-Scale Mixed-Use Centers

Fahimeh Shabani Lakrani ¹ | Hamid Majedi ² | Raziye Labibzadeh ³

1. Department of Urban Planning, Faculty of Civil Engineering, Architecture and Art, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, E-mail: fahimeshabani12@gmail.com
2. Department of Urban Planning, Faculty of Civil Engineering, Architecture and Art, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, (Corresponding Author) E-mail: majedi_h@yahoo.com
3. Department of Urban Planning, Faculty of Civil Engineering, Architecture and Art, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, E-mail: r-labibzadeh@srbiau.ac.ir

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 2025-02-05

Received in revised form:
2025-02-22

Accepted: 2025-04-05

Published online: 2025-05-09

Keywords:

Dimensions of Vitality,
Large-Scale Commercial
Centers, Qualitative
Research, Tehran, Vitality

ABSTRACT

Purpose- Vitality is specifically understood as the diversity of activities in public spaces and its compatibility with urban environments within a framework of behavioral settings. Commercial centers, which occupy a significant area of the city and serve as the most frequented spaces by citizens, meet diverse human needs by providing a mix of uses, thereby fostering positive social interactions. Urban vitality is considered one of the desirable qualities of life that plays a significant role in the social cohesion of citizens. The ultimate goal of urban planning is to provide suitable living conditions in cities and their associated environments, including shopping centers, which are closely related to the concepts of vitality and livability in urban areas. This study aims to enhance the environmental quality of current and future large-scale mixed-use commercial centers in Tehran by identifying and redefining the dimensions of vitality in these spaces.

Methodology- This qualitative research employed the Delphi method for selecting commercial centers and content analysis for identifying vitality components. Semi-structured in-depth interviews were utilized as the primary research tool. The study population included large commercial centers in Tehran and specialists in architecture, landscape architecture, urban design, and city planning. Nineteen centers were selected through the Delphi method for qualitative sampling. Subsequently, 46 experts were interviewed using theoretical sampling. Atlas.ti software was used for coding and analyzing interview texts. To assess the reliability and validity of the research findings, continuous engagement with the research environment was employed. This involved presenting the findings to some members of the research community and obtaining their feedback, as well as utilizing coding conducted by another researcher.

Findings- Initially, an architectural analysis of the 19 selected commercial centers was conducted based on the vitality components and criteria derived from literature review and theoretical foundations. Following a comprehensive review of information obtained from interviews with experts, 58 concepts related to spatial vitality were extracted through open coding. After data reduction processes, 11 dimensions of vitality relevant to commercial centers in Tehran emerged: place revival, sense of place, spatial proportions, coherence of locations, people-orientedness, landscape aesthetics, safety, diversity, building form, connectivity, and spatial openness.

Conclusions- This research specifically focuses on commercial centers and their vitality from distinct research dimensions. Commercial spaces embody "form" in their physical aspect and "content" in their activity aspect, complementing each other through aesthetic, visual, physical, and perceptual elements that are interwoven with significant meanings. This interplay evokes a sense of nostalgia, liveliness, and sensory richness at street edges and valuable surrounding spaces, potentially influencing the depth of adjacent urban fabric. Based on findings from previous studies aligned with these results, it is essential to replace quantity-driven design processes with quality-driven design processes to achieve outstanding recreational objectives such as prioritizing commercial centers. Vitality is interconnected with various social, economic, aesthetic, and physical dimensions of an environment and can comprehensively address all needs related to the influential dimensions highlighted in this research towards achieving stated goals.

Cite this article: Shabani Lakrani, F., Majedi, H., & Labibzadeh, R. (2024). Redefining different components of vitality in commercial centers Tehran (Case study: Large-scale multifunctional malls. *Iranian Journal of Anthropological Research*, 14(2), 176-197. doi: [10.22059/ijar.2025.389765.459904](https://doi.org/10.22059/ijar.2025.389765.459904)



بازتعریف ابعاد مختلف سرزندگی در مراکز تجاری شهر تهران: مطالعه موردی مراکز تجاری چندمنظوره بزرگ مقیاس

فهیمة شعبانی لکرانی^۱ | حمید ماجدی^۲ | راضیه لیب زاده^۳

۱. دانشجوی دکتری، گروه معماری، دانشکده مهندسی عمران، معماری و هنر، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، رایانامه:

fahimeshabani12@gmail.com

۲. استاد، گروه معماری، دانشکده مهندسی عمران، معماری و هنر، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، رایانامه:

majedi_h@yahoo.com

۳. استادیار، گروه معماری، دانشکده مهندسی عمران، معماری و هنر، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، رایانامه:

r-labibzadeh@srbiau.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۷

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۲/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۱/۱۶

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۲/۱۹

کلیدواژه‌ها:

ابعاد سرزندگی، پژوهش کیفی، تهران، سرزندگی، مراکز تجاری بزرگ مقیاس

هدف: سرزندگی به طور مشخص به مفهوم تنوع فعالیت‌ها در عرصه همگانی و سازگاری آن با فضاهای شهری در چهارچوب نظامی از قرارگاه‌های رفتاری به حساب می‌آید. در این بین مراکز تجاری با دربرداشتن سهم قابل توجهی از مساحت مجموع شهر و نیز پرمخاطب‌ترین فضا در میان شهروندان به سبب بهره‌مندی از برقراری تعاملات مطلوب اجتماعی در مکان، برآورنده نیازهای متفاوت انسانی با ارائه اختلاطی از کاربری‌ها می‌باشند. سرزندگی از جمله کیفیت‌های مطلوب زندگی قلمداد می‌شود که در همبستگی اجتماعی شهروندان نقش بسزایی دارد. هدف نهایی برنامه‌ریزی شهری تأمین شرایط مناسب زندگی در شهر و محیط‌های وابسته به آن از جمله مراکز خرید است که رابطه نزدیکی با مفهوم سرزندگی و قابل زندگی بودن در شهر دارد. هدف از این پژوهش ارتقاء کیفیت محیطی مراکز تجاری چندمنظوره بزرگ مقیاس کنونی و آتی شهر تهران بوسیله شناخت و بازتعریف ابعاد سرزندگی در این فضاهاست.

روش: این پژوهش با رویکرد کیفی و با استفاده از روش دلفی در مرحله انتخاب مراکز تجاری و روش تحلیل محتوا در مرحله بازشناسی مولفه‌های سرزندگی انجام شد. برای انجام این پژوهش، از ابزار مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. جامعه این پژوهش مراکز تجاری بزرگ شهر تهران و متخصصان معماری، معماری منظر، طراحی شهری و برنامه‌ریزی شهر بودند. در نمونه‌گیری کیفی جهت انتخاب مراکز تجاری مطلوب، ۱۹ مورد با استفاده از روش دلفی برگزیده شد. در گام بعدی جهت مصاحبه با متخصصین موضوعی، در این مطالعه به بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری نظری با ۴۶ نفر مصاحبه انجام شد. برای کدگذاری و تحلیل متن مصاحبه‌ها از نرم افزار اطلس تی آی استفاده شد. به منظور سنجش قابلیت اعتماد و تأییدپذیری یافته‌های پژوهش از روش‌های تماس مستمر با محیط پژوهش، ارائه یافته‌ها به برخی از اعضای جامعه پژوهش و اخذ نظرات ایشان و نیز کدگذاری توسط پژوهشگری دیگر بهره گرفته شد.

یافته‌ها: در ابتدا براساس مولفه‌ها و معیارهای سرزندگی که در مرور پیشینه‌ها و نیز مبانی نظری به دست آمده است، تحلیل معمارانه ۱۹ مرکز تجاری منتخب انجام شد. سپس با مرور مجموعه اطلاعات و داده‌های حاصل از مصاحبه با اساتید و کارشناسان و بررسی آن‌ها از زوایای گوناگون، سرانجام ۵۸ مفهوم در ارتباط با سرزندگی فضایی از طریق کدگذاری باز استخراج شد. پس از طی شدن مراحل تقلیل داده‌ها، در پاسخ به پرسش پژوهش، ۱۱ بعد برای مفهوم سرزندگی در مراکز تجاری شهر تهران به دست آمد که شامل احیای مکان، تعلق به مکان، تناسبات فضایی، انسجام موقعیت‌ها، مردم‌داری، زیبایی‌شناسی منظر، ایمنی، تنوع، کالبد بنا، ارتباطی و گشایش فضایی است.

نتیجه‌گیری: پژوهش حاضر به صورتی خاص بر مراکز تجاری و سرزندگی آنها از ابعاد خاص پژوهش تمرکز داشته است. فضاهای تجاری با در بر داشتن «فرم» در بعد کالبد و «محتوا» در بعد فعالیت به صورتی مکمل، در دو مولفه عین و ذهن در قالب عناصری زیبایی‌شناختی، بصری، کالبدی، ادراکی در یکدیگر عجین شده‌اند و دارای بارمعنایی واجد اهمیتی هستند. این موضوع برانگیختن حس خاطره‌انگیزی، سرزندگی و غنای حسی در لبه خیابان و فضاهای ارزشمند پیرامونی را سبب می‌گردد که می‌تواند به صورتی بسیار اثرگذار به عمق بافت‌های ساختمانی اطراف خیابان نیز نفوذ نماید. طبق نتایج به عمل آمده از سایر پژوهش‌ها، مبتنی بر نتایج حاضر، بایستی فرایندهای طراحی کیفیت‌گرا را جایگزین فرایندهای طراحی کمیت‌گرا به منظور نیل به مقاصد تفریحی برجسته از جمله مراکز تجاری در راس قرار داد. سرزندگی با ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، زیبایی‌شناسی و کالبدی یک محیط مرتبط است و می‌تواند ضمن پوشش دادن تمامی نیازهای مرتبط با ابعاد تاثیرگذار این پژوهش در جهت نیل به اهداف مطرح برآید.

استناد: شعبانی لکرانی، فهیمة، ماجدی، حمید، و لیب زاده، راضیه. (۱۴۰۳). بازتعریف ابعاد مختلف سرزندگی در مراکز تجاری شهر تهران: مطالعه موردی مراکز تجاری چندمنظوره بزرگ مقیاس. *پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران*، ۱۴ (۲)، ۱۹۷-۱۹۶. doi: 10.22059/ijar.2025.389765.459904



ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران. © نویسندگان.

مقدمه

سرزندگی به عنوان یکی از کیفیات محیطی بهبوددهنده فضا به واسطه حضورپذیری، برانگیزاننده حس رضایتمندی و مطلوبیت برای استفاده‌کننده به جهت نشاط‌پذیری و پویایی هر چه فزون‌تر فضا مطرح می‌باشد. سرزندگی به طور مشخص به مفهوم تنوع فعالیت‌ها در عرصه همگانی و سازگاری آن با فضاهای شهری در چهارچوب نظامی از قرارگاه‌های رفتاری به حساب می‌آید (کارمونا^۱، ۲۰۱۹: ۲۶).

در این بین مراکز تجاری با دربرداشتن سهم قابل توجهی از مساحت مجموع شهر و نیز پرمخاطب‌ترین فضا در میان شهروندان به سبب بهره‌مندی از برقراری تعاملات مطلوب اجتماعی در مکان، برآورنده نیازهای متفاوت انسانی با ارائه اختلاطی از کاربری‌ها می‌باشند. توجه عطف سرزندگی در گستره‌ای وسیع از ابعاد اکولوژیک، گاه مسائل اقتصادی و اکثراً به صورت گسترده بعد کالبد را مد نظر قرار می‌دهد (زوملزو^۲ و دیگران، ۲۰۱۹: ۹۰۴). سرزندگی از جمله کیفیات‌های مطلوب زندگی قلمداد می‌گردد که در همبستگی اجتماعی شهروندان نقش بسزایی دارد. هدف نهایی برنامه‌ریزی شهری تأمین شرایط مناسب زندگی در شهر و محیط‌های وابسته به آن از جمله مراکز خرید است که رابطه نزدیکی با مفهوم سرزندگی و قابل زندگی بودن در شهر دارد (اندرسون^۳ و دیگران، ۲۰۱۷: ۶۸۹).

امروزه به دلایل گوناگون، تأمین نشاط، شادی و سرزندگی به مثابه آرمانی مشروع در بسیاری از برنامه‌های طراحی به چشم می‌خورد. طراحان نیز در شرایط رقابت جهانی برای کسب سهم بیشتر از سرمایه‌ها، استعدادها و توجه جامعه بین‌المللی، سرزندگی را به عنوان ابزار موثر جهت ارتقاء توان رقابتی فضاها تلقی می‌نمایند. در دهه هشتاد شمسی فضاهایی که در آن تعاملات اجتماعی شهروندان شکل می‌گیرد، مانند فضاهای شهری و عمومی که فرهنگ جامعه در بستر آن ارتقا می‌یابد، در کشور ما روزبه‌روز در حال افول است (گلگار، ۱۳۸۶: ۲۶).

«فضای شهری سرزنده» فضایی است که در آن حضور تعداد قابل توجهی از افراد متنوع (به لحاظ سن و جنس) در گستره زمانی وسیعی از روز که فعالیت‌هایشان عمدتاً به شکل انتخابی یا اجتماعی بروز می‌یابد، مشاهده می‌شود (پاکزاد، ۱۳۸۹: ۴۲). شهر سرزنده از دید بان گل شهری است که فضاهای عمومی در آن دارای عملکرد و کارایی هستند؛ چرا که این فضاهای بیرونی، دعوت‌کننده بوده و به آسانی قابل استفاده هستند. به اعتقاد گل، سرزندگی با وعده کنش متقابل اجتماعی، پیام دوستی و خوشامد مخابره می‌کند. حضور سایر مردم به خودی خود نشان می‌دهد که چه مکان‌هایی ارزشمند هستند. حضور مردم نشان‌دهنده کیفیت‌های مختلف یک فضای سرزنده است (گل، ۱۳۹۲: ۶۲-۶۸).

مساله‌یابی در مورد معضلات مربوط به نزول کیفیات محیطی در نگاه اول از جایی آغاز می‌شود که در همین پهنه‌های تجاری که به گستردگی و فراوانی در مناطق مختلف شهری جا خوش کرده‌اند، عوامل مهمی نظیر مکان‌یابی مناسب، تنوع در روش‌های دسترسی به این مکان‌ها، بحث ایمنی و امنیت عابرین پیاده، تنوع فعالیتی در خردفضاهای داخل مجموعه‌ها، نیازهای فراغتی شهروندان، سازگاری در همجواری کاربری‌ها، توزیع مناسب شعاع خدمات کاربری‌ها و نیز کاربری‌های همجوار درخور فضاهای تجاری امروزی و ... نادیده گرفته شده و از توجهات بازمانده است.

^۱ . Carmona

^۲ . zumelzu

^۳ . Anderson

مجموع همین عوامل خرد و کلان در زنجیره‌ای به هم پیوسته، از زمان خروج فرد از خانه و قرار گرفتن در فضای شهری تا زمانی که به مقصد تفریحی خویش برسد، آرامش و آسایش او را مورد تهدید با سیر نزولی قرار داده است و سبب شده تا فرد نه در فضاهای باز شهری و نه حتی ضمن حضور در فضاهای مسقف مراکز تجاری فراغت بال نداشته باشد. بدین جهت است که بازتعریف ابعاد متفاوت کیفیات محیطی به صورتی جدی‌تر و پررنگ‌تر از پیش در دستور کار برنامه‌ریزی و طراحی فضاهای آتی شهری بایستی گنجانده و در نقطه عطف توجه واقع گردد.

تاکنون به ویژگی‌ها و ابعاد مختلف سرزندگی در مراکز تجاری در ایران کمتر توجه شده است. کلانشهر تهران نیز به عنوان شهری که پذیرای گروه‌های مختلفی از مردم ایران و محل تلاقی فرهنگ‌های متعددی در طول فعالیت روز و شب خود می‌باشد؛ با وجود مراکز تجاری بی‌شمار به عنوان عرصه‌های عمومی؛ همچنان محیط‌هایی کسل‌کننده‌اند که کمتر انگیزه‌ای در افراد برای حضور مجدد و مکث ایجاد می‌کنند. لذا با توجه به کم بودن زمان گذران فراغت و تعدد اقشار اجتماعی و به تبع آن نیاز به تنوع و جاذب بودن فضاهای شهری جهت پوشش دادن و به تعادل رساندن استرس‌های حاصل از روابط سخت کاری طی هفته ضروری به نظر می‌رسد در برقراری رابطه شهروندان با فضاهای شهری ضمن در نظر داشتن نیازهای روزمره آنان همت گمارده شود تا در زمانی محدود بهترین و بالاترین کیفیات محیطی به استفاده کنندگان عرضه گردد. شاید کلی‌ترین و مهمترین رویکردی که بتوان برای این موضوع تعریف نمود در راس همه کیفیات مفهوم سرزندگی باشد.

مراکز تجاری از مهم‌ترین کاربری‌های شهری محسوب می‌شوند که در صورت ارائه محیطی مطلوب می‌توانند نقش مهمی در سرزندگی شهری ایفا کنند. بدین ترتیب از اهمیت قابل ملاحظه‌ای برخوردار می‌باشند. لذا در پژوهش حاضر به دنبال از دست رفتن روزافزون مفهوم کیفیات محیطی و بالخصوص مفهوم سرزندگی، تاکید ویژه بر بازتعریف آن در فضاهای تجاری بزرگ مقیاس کلانشهر تهران به عنوان نمونه موردی پژوهش مطرح می‌باشد.

هدف از این پژوهش ارتقاء کیفیت محیطی مراکز تجاری چندمنظوره بزرگ مقیاس کنونی و آتی شهر تهران بوسیله شناخت و بازتعریف ابعاد سرزندگی در این فضاهاست.

پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که چگونه می‌توان به واسطه بازتعریف ابعاد مرتبط با سرزندگی در حوزه‌های معماری، شهرسازی و روانشناسی محیطی، موجبات ارتقاء کیفیات محیطی مرتبط با مولفه سرزندگی مراکز تجاری را فراهم آورد؟

چهارچوب مفهومی

پس از بیان مفهوم سرزندگی در قسمت مقدمه، در این قسمت مبانی نظری و چهارچوب مفهومی بیان می‌شود. بر مبنای طبقه‌بندی فعالیت‌های یان گل، محیط‌هایی سرزنده خوانده می‌شود که در آن فعالیت‌های اختیاری و اجتماعی در دامنه نسبتاً گسترده‌ای از زمان جریان دارند (گل^۱، ۱۹۹۶).

چارلز لاندری مفهوم سرزندگی را برای شناسایی معیارهای مؤثر شهر سرزنده به‌گونه‌ای متفاوت بررسی نموده است و چنین برمی‌شمارد: «تراکم مفید افراد، تنوع، دسترسی، ایمنی و امنیت، هویت و تمایز، خلاقیت، ارتباط و تشریک‌مساعی، ظرفیت سازمانی و رقابت». او نسبت به افراد دیگر با دید جامع‌تری سرزندگی شهر را به شکل موضوعی بررسی کرده و به عوامل مؤثر بر آن اشاره

^۱ . Gehl

نموده است. به عقیده لاندری عامل اصلی ایجاد کننده سرزندگی، نوآوری و خلاقیت است که یک فضای شهری را پایدار، خودکفا، کارا و در نتیجه سرزنده می‌سازد (لاندری^۱، ۲۰۰۰).

پورتا^۲ و رنه^۳ پیرامون عوامل فضای سرزنده، به لحاظ اجتماعی فرآیند حضور در فضا و درگیر شدن در اتفاقات آن را مورد اشاره قرار می‌دهند و نیز بر انعکاس فضایی و تجلی کالبدی این فرآیند تأکید دارند. آنچه بیش از هر شاخصی مورد تأکید بوده است، مبلمان و نحوه آرایش آن جهت نشستن، مکث و تأمل در فضا می‌باشد. مبلمان به معنای راحتی در مکث و تأمل در فضا می‌باشد. طول زمانی که مردم در فضای شهری سپری می‌کنند تابع و شاخصی از میزان آسایش، راحتی و تنوع مبلمان است. همچنین پیشنهاد می‌گردد نفوذپذیری در هر دو بعد کالبدی و بصری وجود داشته باشد. ساختمان‌هایی با اندازه کوچک بلوک‌ها که دارای قابلیت نفوذپذیری بالایی است (پورتا و رنه، ۲۰۰۵: ۵۳).

به طور کلی عوامل مؤثر بر سرزندگی فضایی محیطی مراکز به قسمت عوامل درونی ذهنی و عوامل عینی بیرونی تقسیم شده است.

عوامل ذهنی درونی

عواملی که نمود ظاهری ندارند و بیشتر از نظر روان‌شناسی بر افراد تأثیر می‌گذارند، این عوامل شامل:

- عوامل اجتماعی: که خود زیرشاخه‌های حس مکان، جذابیت، امنیت و خوانایی، تنوع کاربران، انعطاف‌پذیری و حضور در جمع تقسیم می‌شوند. حس تعلق مکان به عنوان پیوندی مؤثر که مردم با قرارگاه‌های مکانی برقرار می‌کنند تعریف می‌شود، جایی که آن‌ها تمایل به ماندن دارند و جایی که آن‌ها احساس راحتی و امنیت دارند (حبیبی و دیگران، ۱۳۹۷). جذابیت فضاها می‌تواند حضور افراد را در فضای مجموعه به عنوان عامل سرزندگی تضمین کند. عامل امنیت شهری را باید جزء جدایی‌ناپذیر سرزندگی دانست (لطیفی و صفری چابک، ۱۳۹۳). طبق جدول نیازهای مازلو، نیازهای ایمنی بعد از نیازهای زیستی، از مهم‌ترین نیازهای انسانی محسوب می‌شوند (سلطانی، ازگلی و احمدنیا آلاشتی، ۱۳۹۵). که از نظر روان‌شناختی بیانگر نیاز انسان به آرامش درونی و آسایش روانی و پرهیز از آشفتگی و بی‌نظمی ساختاری حاکم بر جامعه است. وجود افراد از قشرهای مختلف سنی، جنسی، قومی، نژادی و... محیط را از یکنواختی آداب و رسوم خارج کرده و ایجاد سرزندگی می‌کند. منعطف بودن رابطه بین محیط و حضور مردم از عوامل مهمی است که می‌توان در مواضع گوناگون در زمان‌های مختلف مسبب ایجاد سرزندگی گردد. برای دستیابی به سرزندگی باید مکان‌هایی که موقعیت حضور در جمع را فراهم می‌آورد در نظر داشت. یان گل می‌گوید در برنامه‌ریزی فضاهای عمومی باید توجه داشت که دو گروه بازدیدکنندگان و استفاده‌کنندگان، مهم‌ترین گروه‌های مخاطبان هستند. برای اطمینان یافتن از اینکه فضاهای شهری سرزنده و مردم‌گرا باشند، می‌بایست مطمئن شد که شرایط خوبی برای این دسته از مردم فراهم شده است (گل، ۱۹۹۶).
- عوامل اقتصادی: کیفیت زندگی یا قابلیت زندگی که شهر به شهروندانش ارائه می‌دهد، در تضمین عملکرد اقتصادی آینده مهم است (عباس‌زاده و تمری، ۱۳۹۲: ۴). شهرداری‌ها و سایر نهادهای شهری می‌توانند با اتخاذ تدابیر گوناگون مانند بخشودگی‌های مالیاتی برای فعالیت‌های هماهنگ با محیط‌زیست، سرمایه‌گذاری و حمایت مالی از فعالیت‌های منطبق با

^۱ . Landry

^۲ . Sergio Porta

^۳ . John Luciano Renne

اصول پایداری، وضع قوانین و مقررات دقیق تر و محکم تر و برنامه های آموزشی برای صاحبان فعالیت ها و نیز مسئولان، به تشویق فعالیت های اقتصادی پایدار کمک کنند. (لینچ، ۱۳۷۶).

- عوامل زیست محیطی: شامل پایداری اکولوژیکی که در رابطه با متغیرهایی نظیر آلودگی هوا و صوت، دفع مواد زائد و فاضلاب، انبوهی ترافیک و فضاهای سبز قرار دارد و نیز استفاده از موادی که کمترین آسیب را برای محیط دارند ضمن حفظ محیط زیست می تواند حس تعلق افراد را برانگیزد، همچنین وجود فضاهای سبز برای تجمع افراد و تماشا و تفریح و بازی کودکان می تواند مؤثر واقع شود، از طرفی روشنایی محیط باید چه به صورت طبیعی و مصنوعیه گونه ای امنیت روانی افراد را تأمین نماید (عباس زاده و تمری، ۱۳۹۲).
- عوامل معناشناختی: این مؤلفه ها به دو دسته تداعی معانی و برانگیختگی دسته بندی می شوند. برانگیختگی عمدتاً متمرکز بر اثر مؤلفه کالبدی بر احساس کاربران نسبت به فضا و محیط است و شامل نشانه های شهری، بناهای شاخص، طراحی و سبک و عواملی از این قبیل است؛ و تداعی معانی وابسته به حس تاریخ و پیشرفت ارتباط خاطره ای و عناصر هویت ساز و یا تصویر، فعالیت ها و عواملی که موجب هویت بخشی به محیط می شود (فرازمند و صحتی زاده ۱۳۹۲).
- عوامل فرهنگی: فرهنگ و بازنمودهای فرهنگی به عنوان یکی از مهم ترین ابعاد سرزندگی همواره جزئی جدایی ناپذیر از مناسبات شهری محسوب شده آن چنان که هر شهری با فرهنگ و بارزهای فرهنگی مختص به خود شناخته می شده است. شهرها در گذر زمان عرصه های تولید فرهنگ و بسترهای نوآوری فرهنگی بوده اند، آن گونه که فرهنگ یکی از سرمایه های شهری شناخته شده است (عباس زاده و تمری، ۱۳۹۲) این عوامل در قالب عناوین هویت، رضایت مندی، تمایلات و حس تعلق و خاطره زیر تفکیک می شود (فرازمند و صحتی زاده، ۱۳۹۲؛ کامینز، ۲۰۰۰؛ مارانز و کوپر، ۲۰۰۰؛ پاکزاد، ۱۳۸۹: ۱۴۲).

عوامل عینی بیرونی

این عوامل به کمک حواس پنج گانه انسان درک می شود و اغلب به صورت بصری قابل درک می باشد و از عوامل مهم ایجاد سرزندگی در مراکز تجاری می باشند که در زیر به آن ها اشاره شده است:

- عوامل عملکردی منظور از عوامل عملکردی بیان تنوع در کاربری ها به عنوان مشوق ورود و حضور افراد و فعالیت های موجود در محیط به منظور افزایش سرزندگی می باشد. همچنین وجود خدمات رفاهی، تفریحی و اجتماعی مناسب در افراد انگیزه ماندن ایجاد می کند. این کاربری ها فعالیت را به وجود می آورند. در فعالیت ها باید نوعی توازن باشد. جان مونتگومری سرزندگی را در کنار تنوع از اجزای اصلی سازنده فعالیت در یک فضای شهری برشمرده و معتقد است سرزندگی موجب تمایز مناطق موفق شهری از یکدیگر می شود. (لطیفی و صفری چابک، ۱۳۹۲). سرزندگی و پویایی فضای شهری و در مقابل، ملال انگیزی آن بازتاب شمار و به خصوص نوع فعالیت ها و رویدادهایی است که در فضا صورت می پذیرد (پاکزاد، ۱۳۸۹). فعالیت، هر یک از افعال انسانی است که در جهت برآوردن یکی از نیازهای او انجام می شود. یان گل، شهرساز دانمارکی، فعالیت ها را به لحاظ اجباری یا اختیاری بودن به سه دسته تقسیم می کند که عبارت اند از: فعالیت های ضروری (اجباری) مانند رفتن به مدرسه یا محل کار، منتظر ماندن در ایستگاه اتوبوس و خرید. فعالیت های انتخابی (تفریحی) مانند رفتن به بوستان و به طور کلی تفریح، خلوت کردن، نشستن و استراحت و فعالیت های اجتماعی مانند تماشا کردن دیگران،

¹ . Cummins

² . Marans & Couper

صحبت کردن، جلب توجه کردن (گل، ۱۹۸۷). فعالیت‌های گزینشی و انتخابی دسته‌ای از فعالیت‌های شهری است که در شرایط مناسب و وضعیت دلخواه افراد ضرورت پیدا می‌کند. وقوع فعالیت‌های انتخابی اصولاً منوط به شرایط مناسب محیط و فضای کالبدی است. قدم زدن در هوای آزاد، توقف و مکث در مکان‌های تفریحی نشستن و استراحت در مکان‌های جذاب و دیدنی جزء فعالیت‌های انتخابی و گزینشی به شمار می‌آید (حمیدی و اسماعیل‌زادگان، ۱۳۹۴).

• عوامل کالبدی: توجه به مقیاس انسانی در طراحی مراکز تجاری، راحتی استفاده‌کنندگان را در پی خواهد داشت. در کل در شناخت خصوصیات کالبدی بایستی وضعیت عوامل طبیعی و بستر مصنوع مورد توجه قرار گیرد. مشخصات طبیعی به عنصر آب طبیعی، نهر رودخانه یا دریاچه، پهنه‌های سبز (باغات یا جنگل‌ها)، ارتفاعات و هرگونه عنصر مهم یا نشانه طبیعی اشاره می‌کند (ساسان‌پور و تولایی و جعفری اسدآبادی، ۱۳۹۴). در مطالعه خصوصیات کالبدی بستر مصنوع بایستی به بررسی نفوذپذیری، ریزدانی، تنوع و جذابیت، تعدد و کیفیت عرصه‌ها و فضاهای عمومی، استفاده از فضای سبز و عنصر آب، المان‌های معماری به عنوان تصویر، نشانه‌ها، تحریک بصری و توجه به جزئیات، جداره‌های فعال خیابان و کیفیت تسهیلات و مبلمان شهری پرداخته شود. از مهم‌ترین عوامل جذب‌کننده و مؤثر بر سرزندگی که باید مورد توجه طراحی کالبد قرار گیرد، کف و جداره‌ها، ساخت آب‌نما و کاشت گیاهان به منظور تلطیف هوا، ایجاد گزینه‌های متنوع نشستن، نورپردازی در شب پیشنهاد می‌گردد. از دیگر شاخص‌ها و مؤلفه‌های اثرگذار بر کیفیت زندگی، شاخص کالبدی است که شامل تأسیسات زیربنایی، مبلمان، روشنایی، طراحی معابر، خوانایی، دسترسی و سیما و منظر هستند. (شاهیوندی، قلعه نوعی و علی‌پور اصفهانی، ۱۳۹۴). نحوه تعیین فاصله بین بلوک‌های ساختمانی نیز جهت نورگیری و رفت‌وآمد و توقف اتومبیل، فضای باز و سبز و به طور کلی تنظیم ارتباط بین بلوک‌های ساختمانی و فضای باز، یعنی طرحی که برای فضاهای باز تعریف می‌شود و مفهوم و کارکرد ویژه‌ای (مثل فضای تجمع عمومی، باغچه عمومی، محل بازی کودکان، مسیرهای پیاده، دوچرخه، زمین‌های بازی و غیره) که قائل می‌شود از اهمیت خاصی برخوردار می‌شود (عزیزی و ملک محمدنژاد، ۱۳۸۶).

• عوامل ترافیکی: تسهیل در دسترسی سواره و پیاده، نحوه رسیدن به بلوک‌ها، عدم سردرگمی در پیدا کردن مسیرها در سرزندگی مراکز تجاری نیز مورد اهمیت قرار دارد. همچنین ترافیک مدیریت شده می‌تواند سبب نفوذپذیری شده و دسترسی افراد به فضاهای مختلف را تسهیل کند. جهت‌یابی و دسترسی پیاده، دسترسی سواره و در نظر گرفتن توقفگاه‌های مناسب از مسائل مورد نظر در طراحی هستند (دهقان، ۱۳۸۲).

• عوامل فضایی: ایجاد تنوع، سرزندگی می‌آفریند. این تنوع منحصر به موضوع خاصی نیست و وجود تنوع در عناصر بصری ایجاد جاذبه می‌کند و محیطی دلپذیر برای افراد ایجاد می‌نماید. مراکز تجاری مکان‌هایی است که تمام افراد جامعه بدون در نظر گرفتن نژاد، جنسیت، طبقه اجتماعی و سوابق اخلاقی باید به آن دسترسی داشته باشند و باید وسیله‌ای مؤثر برای دسترسی یکسان به سایر خدمات، موفقیت‌های بهداشتی، نگهداری اطفال، مدیریت خانوار و خدمات حقوقی و همچنین تسهیلات فرهنگی مانند کتابخانه، سالن‌های نمایش، مراکز مذهبی و ورزشی باید در قالب برنامه گنجانده شود (دهقان، ۱۳۸۲).

پیشینه پژوهش

در ارتباط با تجارب مطالعاتی در ابتدا به پیشینه پژوهش‌های انجام یافته در خارج از ایران و سپس در داخل ایران پرداخته می‌گردد. لازم به ذکر است که در نظر گرفتن متغیرهای تحقیق (مراکز تجاری به عنوان متغیر وابسته و ابعاد سرزندگی در نقش متغیر مستقل پژوهش) در کنار کلیدواژه‌های تحقیق اساس پرداختن به بحث پیشینه مطالعاتی در این پژوهش بوده است.

پژوهش جین، جی و ژانگ^۱ (۲۰۲۴) با استفاده از منطقه مرکزی شهری پکن به عنوان یک مطالعه موردی، از داده‌های فضایی شهری چند منبعی برای ترسیم ویژگی‌های فضایی اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سرزندگی جامع استفاده کرده است. نتایج نشان می‌دهد که خوشه‌بندی فضایی قابل توجهی از انواع مختلف سرزندگی در پکن، با همبستگی آشکار بین تجمع جمعیت با تراکم بالا و فعالیت‌های اقتصادی شدید وجود دارد. از طرفی نشاط اجتماعی بیشترین ارتباط را با سرزندگی همه جانبه دارد و انواع مختلف سرزندگی در منطقه شهری مرکزی پکن به طور نسبی توسعه می‌یابند. این مطالعه پایه و استراتژی‌های ترویجی را برای بهینه‌سازی چیدمان و افزایش سرزندگی در مقیاس ناحیه‌ای در منطقه مرکزی شهری پکن ارائه می‌کند.

از نظر لیو، گو و خیانگ^۲ (۲۰۲۲) سرزندگی شهری نیروی محرکه توسعه پایدار شهری است و بر رفاه ساکنان آن تأثیر می‌گذارد. آن‌ها برای درک و ارزیابی بهتر آن، سرزندگی شهری را از منظر ارگانیک شهری تعریف کرده و چارچوب مفهومی «مثلث حیاتی» را پیشنهاد کرده‌اند که به سه جنبه رشد، تنوع و تحرک مرتبط است. ایشان یک سیستم شاخص ارزیابی را طراحی کردند که شامل شش بعد جمعیت، اقتصاد، جامعه، دولت، محیط زیست و پیوندهای خارجی با ادغام مجموعه‌های متعدد داده‌های ناهمگن است و آن را در شهرهای دلتای رودخانه یانگ تسه اعمال کردند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که شانگهای^۳، نانجینگ^۴، سوژو^۵ و هانگژو^۶ بالاترین سطح سرزندگی را دارند اما از نظر زیست محیطی ضعیف هستند. سرزندگی نه تنها از درون سیستم شهری می‌آید، بلکه تا حد زیادی به محیط بیرونی بستگی دارد. مفهوم «مثلث حیاتی» و چارچوب ارزیابی مربوطه به عنوان پایه ای برای تحقیقات آینده در نظر گرفته شده است، و مطالعه موردی می‌تواند برخی از حمایت‌های کلیدی تصمیم‌گیری را برای برنامه ریزی و مدیریت شهری فراهم کند. هاریسمان، کورتیت و نیجکامپ^۷ (۲۰۲۰) در پژوهش نشان بیان می‌کنند که در سطح محلی، محله‌ها بر اساس ویژگی‌های متمایزشان به طور فزاینده‌ای جایگاه و برند می‌شوند. در مقابل این پس زمینه، هدف پژوهش آن‌ها کمک به مدیریت بهتر شهرها و محله‌های شهری با مشخص کردن عوامل تعیین‌کننده ادراک شهروندان از کیفیت زندگی شهری است. یک مدل مفهومی در مورد عشق همسایگی، که شامل اجزای جسم و روح است، توسعه یافته و به صورت تجربی آزمایش شده است. نتایج نشان می‌دهد که «عشق» ساکنان به محله خود به طور قابل توجهی با امکانات مادی و غیرمادی آن مرتبط است.

یو^۸ و همکاران (۲۰۱۹) در مقاله «ارزیابی اجمالی سرزندگی مجموعه شهری با استفاده از داده‌های مختلف: یک مورد از شانگهای چین» به بررسی سرزندگی شهری به عنوان ظرفیت محیطی می‌پردازند تا از این طریق فعالیت‌های اجتماعی را تقویت کرده و چارچوبی برای افزایش توانایی شهرها با استفاده از ابعاد محیط ساخته‌شده، فعالیت‌های انسانی و تعامل انسان و محیط‌زیست ایجاد

¹ . Jin, A., Ge, Y., & Zhang, S.

² . Liu, H., Gou, P., & Xiong, J.

³ . Shanghai

⁴ . Nanjing

⁵ . Suzhou

⁶ . Hangzhou

⁷ . Harsman Wahlstrom, M., Kourtit, K., & Nijkamp, P.

⁸ Yue

کنند. نتایج حاکی از آن است که شانگهای در لایه بیرونی مرکز شهر دارای سرزندگی است ولی هرچقدر به سمت مرکز شهر و هسته‌های قدیمی نزدیک می‌شویم از میزان سرزندگی کاهش می‌یابد و افزایش سرزندگی در این شهر در سه خوشه باید ایجاد شود. ۱. در هسته قدیمی شهری ۲. در مرکز تجاری لوجیزاو ۳. مجموعه‌های مسکونی و عواملی چون برنامه‌ریزی منطقه‌ای، کاربری‌های مختلط، مقررات و قوانین و میزان مهاجرت، در سرزندگی این شهر تأثیرگذارند.

اومبو اندای^۱ و مانو^۲ (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان «سرزندگی فضاهای عمومی» به بررسی میزان سرزندگی تانمان نوستالژی با توجه به کیفیت عملکرد، کالبد محیط و معنا می‌پردازند. این تحقیق رویکرد توصیفی دارد که در آن، مطالعه شرایط تانمان نوستالژی براساس پدیده موجود در این زمینه ارائه شده و توصیف می‌شود؛ و داده‌ها از طریق اسناد، مشاهده و مصاحبه گردآوری می‌شوند. نتایج نشان می‌دهد که وضعیت تانمان نوستالژی از لحاظ سرزندگی به موجب چندین علت کاهش یافته است. این دلایل عبارت‌اند از: تقسیم فضا به پارکینگ، جدا کردن مسیر پیاده و سواره، مراکز غیر جذاب، عدم اتصال فضاهای پیاده به پارک‌ها، اختصاص فضای محدودی به مرکز ورزشی و عدم دسترسی امکانات پشتیبانی، عدم وجود ارتباطات معنایی.

مطالعات جاگر (۲۰۱۶) نشان داد توسعه مال‌ها مهم‌ترین نماد سلطه مدرنیته و اقتصاد بازار آزاد در شهر «آکتوبه» قزاقستان است که دارای پیامدهایی همچون تعطیلی مراکز خرید کوچک، تضاد با فرهنگ بومی منطقه، شکل‌گیری فضاهای جنسیتی، امنیت بالا، تسهیلات و روابط اجتماعی بین جوانان و بهبود دسترسی زنان به فضاهای عمومی بوده است.

نصیری و ابراهیمی (۱۴۰۳) در پژوهش خود به تبیین جایگاه معیارهای شهر شاد در برنامه‌ریزی شهری ضمن مطالعه موردی: شهرستان سلمانشهر، بر ابعاد، بصری، کالبدی، فرهنگی اجتماعی، محیطی بر احساس شادی در شهرها تأکید دارند و اشاره دارد که تمامی متغیرهای استخراج شده تحقیق با متغیر وابسته تحقیق در ارتباط هستند. تحقیق با تکیه بر روش توصیفی تحلیلی و با آزمون همبستگی رگرسیون و آزمون کروسکال والیس انجام پذیرفته است.

پژوهش سنجش و ارزیابی ابعاد سرزندگی شهری در منطقه ۱۰ کلان‌شهر مشهد نگارش یافته توسط اکبری، منتظری و طالبی انبوهی (۱۴۰۲) به سرزندگی شهری اشاره دارد که در صورت تکامل می‌تواند زیست‌پذیری را محقق سازد.

پژوهش صفری شیخ‌علی کلایه و ترابی (۱۴۰۱) با موضوع «بررسی عوامل کالبدی میدان بهارستان در سرزندگی شهروندان تهران» به این نتایج اشاره دارد که آنچه یک مکان را به فضای پذیرای دیدار تبدیل میکند صرفاً بعد کالبدی آن نیست بلکه با در نظر گرفتن معیارهای حقوق شهروندی به واسطه ایجاد سرزندگی بُعد اجتماعی این مکان است که سبب شکل‌گیری فضای شهری مردم‌گرا می‌شود. سرزندگی یک فضا برگرفته از زنجیره‌ای از مجموعه فعالیتها، اقدامات منطقی، هماهنگ و برنامه‌محور می‌باشد.

نصیری (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «نقش مراکز تجاری در افزایش سرزندگی فضاهای شهری مطالعه موردی مرکز خرید کوروش شهر تهران»؛ با بررسی هشت مؤلفه اصلی سرزندگی شهری (ایمنی و آسایش، تراکم، دسترسی و نفوذپذیری، ظرفیت سازمانی، ارتباطات، خلاقیت، هویت و تمایز، تنوع) از دیدگاه چارلز لاندی به تأثیر متغیر مستقل پژوهش بر سرزندگی اشاره دارد. نتیجه بدین صورت حاصل شد که متغیر ظرفیت سازمانی با شاخص رفتار مناسب فروشندگان و متغیر ارتباطات با شاخص حمل‌ونقل عمومی و شاخص ضوابط برای افراد با نیازهای خاص باید در اولویت نیازهای فضایی به منظور ارتقاء سرزندگی قرار بگیرند.

1. Umbu Nday

2. Manu

پژوهش سرزندگی شهری مفهومی میان‌رشته‌ای نگارش شده توسط هدایت‌نژاد کاشی و دیگران (۱۳۹۸) به تحلیل رویکردهای سرزندگی پرداخته است. نتایج آن نشان‌دهنده سرزندگی در قالب سکانس‌های فضایی متنوع با یک تفکر جامع از زیست‌پذیری شهری و تعبیر لازم از ویژگی‌های فضایی است که مجموعه‌ای از شاخص‌های موجود با یک رویکرد شفاف مکانی را می‌طلبد.

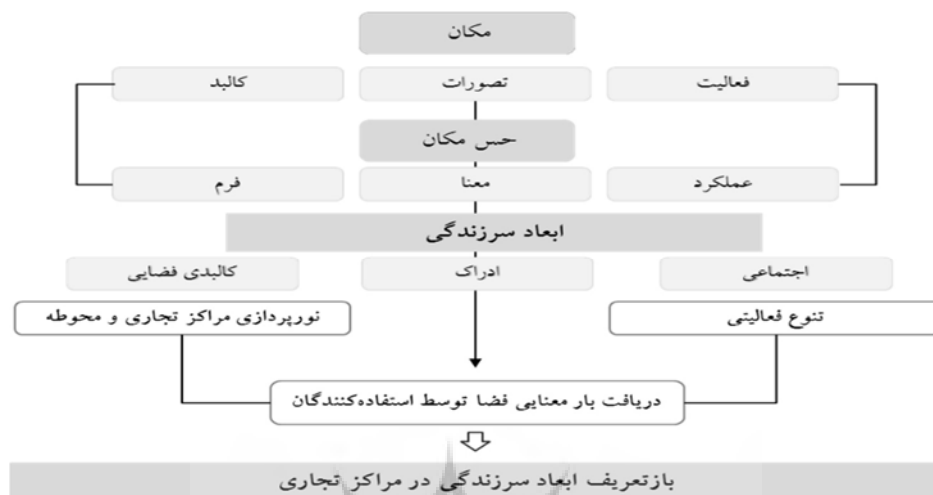
علی‌تاجر و همکاران (۱۳۹۵)، در مقاله‌ای با عنوان «نقش عوامل کالبدی در اجتماع‌پذیری سکونتگاه‌های غیررسمی (نمونه‌ی موردی: محله‌های حصار امام خمینی و دیزج همدان)» به مقایسه دو سکونتگاه غیررسمی شهر همدان یعنی محله حصار امام خمینی و دیزج به کنکاش پرداختند. نتایج نشان داد که محله حصار از وضعیت کالبدی مطلوب‌تری نسبت به محله دیزج برخوردار است که به نظر می‌رسد این عامل یکی از دلایل اجتماع‌پذیرتر بودن این محله نسبت به محله دیزج است. فاکتورهای کالبدی شامل: وجود عناصر مکث و توقف، تابلوهای آگاهی‌دهنده هنری، معماری و تبلیغاتی در بین سایر عوامل کالبدی بیشترین نقش را در اجتماع‌پذیری فضا از نظر ادراکات ذهنی مردم دارند.

نوپوش (۱۳۹۵)، در پایان‌نامه خود با عنوان «طراحی مجتمع تجاری تفریحی فرهنگی با رویکرد ارتقاء سرزندگی اجتماعی در شهر مشهد» به بررسی میزان تامین نیازهای تجاری و فرهنگی و تفریحی یک منطقه توسط یک مرکز تجاری می‌پردازد. نتایج حاکی از آن است که یکی از شروط لازم برای محیطی سرزنده، تنوع کالبدی مناسب در منظر شهری است. آنچه باعث پایداری سرزندگی می‌شود، تداوم حضور و فعالیت‌های انسان در فضای شهری است. یک مرکز تجاری - اجتماعی، می‌تواند یک تجربه شهری را برای استفاده‌کننده از فضا خلق کند. نکته دیگر آن است که اگر بخواهیم یک مرکز تجاری - اجتماعی را یک شبه فضای شهری و یا یک عرصه عمومی فرض کنیم؛ به‌عنوان یک محیط ساخته‌شده می‌بایست ویژگی‌های یک مکان پاسخ‌ده را برای استفاده‌کنندگان داشته باشد.

کایینی (۱۳۹۴)، در مقاله خود با عنوان «طراحی مرکز فرهنگی تجاری با رویکرد سرزندگی در فضای عمومی» در پی پاسخگویی به ویژگی‌های معماری با رویکرد سرزندگی و نیز یافتن مؤلفه‌هایی در ایجاد سرزندگی در معماری بود که عبارت بودند از: حضورپذیری افراد، تنوع و جذابیت، نفوذپذیری، انعطاف‌پذیری، آسایش و آرامش اقلیمی، امنیت، شفافیت، خوانایی و زیبایی موثر در ارائه راهکارهایی برای افزایش سرزندگی. در مرحله بعد با توجه به مؤلفه‌های به دست آمده از چهارچوب نظری به تجزیه و تحلیل دو نمونه موردی منتخب واقع در شهر تهران پرداخته شد، و در نهایت بر مبنای نتایج حاصل مجموعه فرهنگی - تجاری با رویکرد سرزندگی طراحی گردید.

بازوندی و شهبازی (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «نقش سرزندگی در ایجاد تصویر ذهنی شهروندان و میزان بهره‌گیری از فضای شهری (مطالعه‌ی موردی: پیاده‌راه خیابان سپه‌سالار تهران)» با هدف بررسی نقش سرزندگی در ایجاد تصویر ذهنی شهروندان و رابطه‌ی آن با میزان بهره‌گیری از فضای شهری» نشان داد که علاوه بر مؤلفه‌های حضور فضای سبز، پوشش گیاهی و آب‌نما، نورپردازی مناسب، ایمنی عابران از وسایل نقلیه، وجود کاربری مختلف و قابلیت دسترسی فضا به وسایل نقلیه به ترتیب بالاترین میانگین را دارند. این موارد خود نشان از این موضوع دارد که بین سرزندگی و تصویر ذهنی مطلوب شهروندان همبستگی معنی‌دار مثبتی وجود دارد و این عامل نسبت به عوامل دیگر در ایجاد سرزندگی در فضا تأثیرگذارتر است.

بازتعریف ابعاد سرزندگی در مراکز تجاری با توجه به مفروضات پژوهش در شکل زیر نشان داده شده است.



شکل ۱. بازتعریف ابعاد سرزندگی مراکز تجاری براساس مفروضات پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با رویکرد کیفی و با استفاده از روش دلفی در مرحله انتخاب مراکز تجاری و روش تحلیل محتوا در مرحله بازشناسی مولفه‌های سرزندگی انجام شد. برای انجام این پژوهش، از ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شده و انجام مصاحبه‌ها هم به صورت حضوری انجام شد.

جامعه این پژوهش مراکز تجاری بزرگ شهر تهران و متخصصان معماری، معماری منظر، طراحی شهری و برنامه‌ریزی شهر بودند. در نمونه‌گیری کیفی جهت انتخاب مراکز تجاری مطلوب، ۱۹ مورد با استفاده از روش دلفی برگزیده شد. بدین صورت که نخست از ۲۰ متخصصی که اشراف کامل به موضوع و مراکز تجاری مورد مطالعه داشتند و به صورت گلوله برفی انتخاب شدند، خواسته شد که به ۱۹ مراکز تجاری به میزان بهره‌گیری و دارا بودن عوامل و مؤلفه‌های سرزندگی در مراکز تجاری نمره ۱ تا ۱۰ بدهند و مجموعه‌هایی که امتیاز میانگین آن‌ها بالای ۵ بود، برگزیده و دوباره به متخصصین برای تأیید انتخاب آن‌ها ارجاع داده شد. بدین ترتیب مراکز خرید پالادیوم، کوروش، دنیای نور، روشاء، سانا، آرگ، سام‌سنتر، تیراژه، میلاد نور، ایران‌مال، الهیه، مگامال، تندیس، الماس، آواستتر، گالریا، اسکای‌سنتر، اطلس‌مال و آرن از مراکز خرید منتخب با تکیه بر نظر متخصصین انتخاب شدند.

در گام بعدی جهت مصاحبه با متخصصین موضوعی، در این مطالعه به بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری نظری با ۴۶ نفر مصاحبه انجام شد (۱۶ نفر استاد معماری، ۹ نفر استاد معماری منظر، ۱۲ نفر استاد طراحی شهر و ۹ نفر استاد برنامه‌ریزی شهری) که از مصاحبه‌سی‌وهفتم به بعد، تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده و به مرحله اشباع نظری رسید (جی^۱، ۲۰۰۵: ۱۸۴).

میانگین زمان مصاحبه برای هر مصاحبه‌شونده بین ۲۵-۳۰ دقیقه بوده که البته پاسخ‌دهندگان متناسب با تخصص خود به سوالات پاسخ دادند. پاسخ‌ها پس از اتمام مصاحبه، به صورت فایل ضبط شده در نرم افزار ورد پیاده‌سازی و سپس در نرم افزار اطلس تی‌آی کدگذاری و تحلیل شد.

^۱. Gee

به منظور سنجش قابلیت اعتماد و تأییدپذیری یافته‌های پژوهش از روش‌های تماس مستمر با محیط پژوهش، ارائه یافته‌ها به برخی از اعضای جامعه پژوهش و اخذ نظرات ایشان و نیز کدگذاری توسط پژوهشگری دیگر بهره گرفته شد.

یافته‌های پژوهش

در ابتدا براساس مولفه‌ها و معیارهای سرزندگی که در مرور پیشینه‌ها و نیز چهارچوب مفهومی به دست آمده است، تحلیل معمارانه ۱۹ مرکز تجاری منتخب انجام شد و در جدول ۱ درج شد.

جدول ۱. تحلیل معمارانه مراکز تجاری منتخب پژوهش بر اساس مولفه‌ها و معیارهای سرزندگی

مولفه	تحلیل معمارانه مراکز تجاری منتخب پژوهش بر اساس مولفه‌ها و معیارهای سرزندگی
مولفه فضایی سرزندگی نفوذه‌پذیری: میزان برخورداری بلوک از شبکه دسترسی (بتلی و دیگران، ۱۳۹۰) تنوع: عرضه مجموعه‌ای از کارکردها خوانایی الگوهای فعالیت: سهولت به ذهن سپردن سازمان فضایی هر مکان به وسیله مردم انعطاف‌پذیری: دادن حق انتخاب بیشتر کاربران (بتلی و همکاران، ۱۳۹۰) گوناگونی: تنوع و گوناگونی ارتقادهنده حق انتخاب مخاطب سلسله‌مراتب: برقراری نظم اجزا با کل برای تحقق الگوی بصری (بل، ۱۳۸۷: ۲۰۲) تناسب بصری: همخوانی میزان فرم و ظرفیت فضاها با الگوهای رفتاری مردم (لینچ ۱۳۷۶، ۱۱۸-۱۱۹) تمایز/ تشابه: تمایز از غیر و تشابه با خودی (میرمقتدایی، ۱۳۸۸). تداوم/ تحول: پیوند با گذشته و عدم انقطاع (تداوم معنی و ارزش‌های خودی) در عین نوآوری وحدت/ کثرت: پیوند میان اجزای متفاوت به عنوان یک کل نماد و نشانه: تأثیر محیط کالبدی بر ادراک و فعالیت‌های انسان (فروغی، ۱۳۹۰) (مدنی‌پور، ۱۳۷۹)	مجموع معیارهای فضایی سرزندگی در طراحی تمامی مراکز تجاری منتخب پژوهش به نسبتی میانگین لحاظ شده اس و این تناسب در رعایت مولفه فضایی سرزندگی تا حدودی نسبی مسبب خلق محیطی پاسخ‌ده و مردم‌پسند در مراکز تجاری
مولفه عملکردی سرزندگی تأمین حرکت و دسترسی سهل فعالیت‌های ضروری، انتخابی و اجتماعی نظیر: تفریح غیرفعال، تماشای مردم و مراسم گوناگون، غذا خوردن و گفتگو، روزنامه خواندن، ملاقات با دوستان، راه رفتن، نشستن، ایستادن، دیدن و تماشا کردن، شنیدن و صحبت کردن هستند اقتصاد توسعه اقتصاد و جذب سرمایه‌های اقتصاد: شرط لازم افزایش سرزندگی محیطی	برخورداری مراکز تجاری منتخب پژوهش از دسترسی‌های مطلوب به سبب اتوبان‌ها ضامن سرزندگی و غنای تجربه فضایی الگوهای فعالیتی موجود در گروه جنبه‌های حفاظتی و راحتی مراکز تجاری ارتقادهنده لذت از محیط رونق کسب‌وکارهای کوچک نظیر خرده‌فروشی‌ها در ورودی تمامی مراکز تجاری با ایجاد فرصتی برای فروش کالاها و مبادلات اقتصادی ترغیب‌کننده حضور فعال شهروندان و ارتقادهنده توسعه اقتصاد محلی، و برآوردن نیازها و اهداف فردی
مولفه اجتماعی فرهنگی سرزندگی غنای حسی: تنوع تجربیات حسی موجب لذت استفاده‌کنندگان و برانگیختن حس خاطره‌انگیزی از طریق قابل رویت بودن عناصر موثر (بتلی و همکاران، ۱۳۹۰) دلپذیری: پرداختن به جزئیات در سیمای بصری (بتلی و همکاران، ۱۳۹۰) و افزایش حس تعلق و	ضعف در انتقال عملکرد، معنا، ارزش، مفهوم و پیام (چه عقلی و چه احساسی) ارتقادهنده حس خاطره‌انگیزی، سرزندگی و غنای حسی در مراکز تجاری برخورداری تمامی مراکز تجاری منتخب پژوهش از

تعاملات اجتماعی منظری ذهنی در کنار وجود کالبدی خود گره خورده با کیفیت بصری	نظارت (مشارکت): لزوم تشویق و حمایت محیط در مشارکت شهروندان (اپلارد^۱، ۱۹۸۱: ۱۱۶).
عدم سرزندگی در شبکه‌های ارتباطی اتصال دهنده میان مراکز تجاری و سایر خدمات به سبب ایجاد اتوبان‌های گسترده کاهش‌دهنده تنوع در طول مسیر و نفوذپذیری، کاستن از ایمنی پیاده و انعطاف در کاربری و عملکرد گره‌های مناسب برای مکث، نشستن و تماشا در محوطه مراکز تجاری به عنوان عامل سرزندگی محیطی تا حد بسیار زیادی می‌تواند ارتقا یابد	مولفه ارتباطی سرزندگی ارتباط: نقش کلیدی شبکه‌های پیاده در دسترسی مناسب به مقصد انعطاف‌پذیری: تطابق محیط با نیازهای انسانی با دارا بودن عرض مناسب، سطح هموار، چشم‌انداز مناسب راحتی: ایمنی و عدم تأخیر افراد پیاده شادی‌بخش بودن: سبب علاقه‌مندی افراد از طریق تنظیف کردن و برچیدن عوامل تهدیدکننده وضوح و شفافیت: انسجام و غریب‌گز بودن مسیرهای دسترسی ایستایی و پویایی فضا: بهبود چگونگی فضاها و ارتباطی با حفظ استانداردها برای برنامه‌ریزی شبکه-های ارتباطی (علی‌تاجر و همکاران، ۱۳۹۵).
سرزندگی کالبدی در مراکز تجاری منتخب پژوهش می‌تواند از راه اعتلای کیفیت محیط کالبدی تأثیرگذار بر کیفیت زندگی انسان به دست آید.	مولفه کالبدی سرزندگی زمینه‌گرایی: دلپذیرترین فضاها دارای پیوستگی و ریتمی است که به‌وسیله بناها به وجود آمده‌اند (یزدانی و مروتی، ۱۳۹۰). خوانایی (در فرم کالبدی): چگونگی و سهولت درک مردم از فرصت‌ها و موقعیت‌های عرضه‌کننده محیط (لینچ، ۱۳۷۶: ۱۷۸). ماندگاری: مقیاس‌های مختلف، مراکز نیرومند، مرزها، تکرار متناوب، فضای معین، شکل خوب، تقارن موضعی، انسجام و ابهام عمیق، تضاد، درجه‌بندی، ناهمگونی، پژواک، فضای خالی، سادگی و آرامش درونی، جدایی‌ناپذیری در پلان و نما و به‌طور کلی کالبد بنا (الکساندر ۱۳۸۶، ۱۱۰-۱۱) نما: لینچ در کتاب سیمای شهر تحلیل تصویر ذهنی را مهم معرفی می‌کند (پاکزاد، ۱۳۸۹: ۱۰۸). ریخت‌شناسی: عامل تشخیص یک فضا از فضای دیگر بواسطه نما موثر بر تشخیص و هویت کالبدی فضا (پورمحمد و نژادستاری ۱۳۹۰) به سبب در معرض دید ناظر بودن نما و تداعی‌کننده خاطره‌ها و ارتقادهنده حس تعلق به مکان و سرزندگی (معصومی و میرخطیب ۱۳۹۶).

در این مرحله، با مرور مجموعه اطلاعات و داده‌های حاصل از مصاحبه با اساتید و کارشناسان و بررسی آن‌ها از زوایای گوناگون، سرانجام ۵۸ مفهوم در ارتباط با سرزندگی فضایی از طریق کدگذاری باز استخراج شد. نمودار مربوط به کدهای باز، در شکل ۲ آورده شده است.

^۱ . Appleyard



شکل ۲. نمودار کدهای باز استخراج شده از متن مصاحبه‌ها

برخی از نقل قول‌ها از مصاحبه متخصصان و کدهای متناظر با متن در ذیل آورده شده است.

«مراکز تجاری باید جوری باشه که تنوع توشون دیده بشه و آدم دلش بخواد تا آخرشو ببینه» (کد: تنوع، شگفتی و اکتشاف).

«به نظر من اگه تو مغازه و پاساژها جوری باشه که هم پاسخگوی نیازهای اهالی مجموعه‌های مسکونی اطراف رو تأمین کنه یا در رستوران‌هاشون غذا بخورن اینجوری سرزندگی بیشتر میشه» (کد: آزادی انتخاب، تنوع و ترکیب).

«من چون شاغلم همیشه به پاساژهایی میرم که بتونم همه جور اجناسو توش پیدا کنم و از یه جا خرید کنم» (کد: تنوع).

«فضا باید جوری باشه که مردم از رو اختیار اونجا بیان، تو فضا بمونن و اوقات فراغتشون رو سپری کنن» (کد: تنوع محرک‌های حسی).

«اگه یه مجتمع تجاری، از خطوط منحنی و قوس تو نما، هارمونی رنگی در قسمت‌های مختلف نما استفاده کنه و تناسباتو رعایت کنه، تأثیرات روحی و سرزندگی بیشتری رو در مخاطبینش ایجاد میکنه» (کد: زیبایی‌شناسی).

«اگه یه مرکز تجاری سرزنده باشه، باعث میشه حضور فعالیت‌های گسترده و همزمان رو بوجود بیاره و افراد بیشتری به آن فضاها جذب میشن. حضور جمعیت فعال در یک فضا از یه طرف باعث تقویت حس امنیت میشه، از یه طرف دیگه اون مکانو به مکانی دارای اصالت و هویت تبدیل می‌کنه که مردم به اون حس تعلق بیشتری دارن» (کد: حس تعلق، هویت و ویژه مکان).

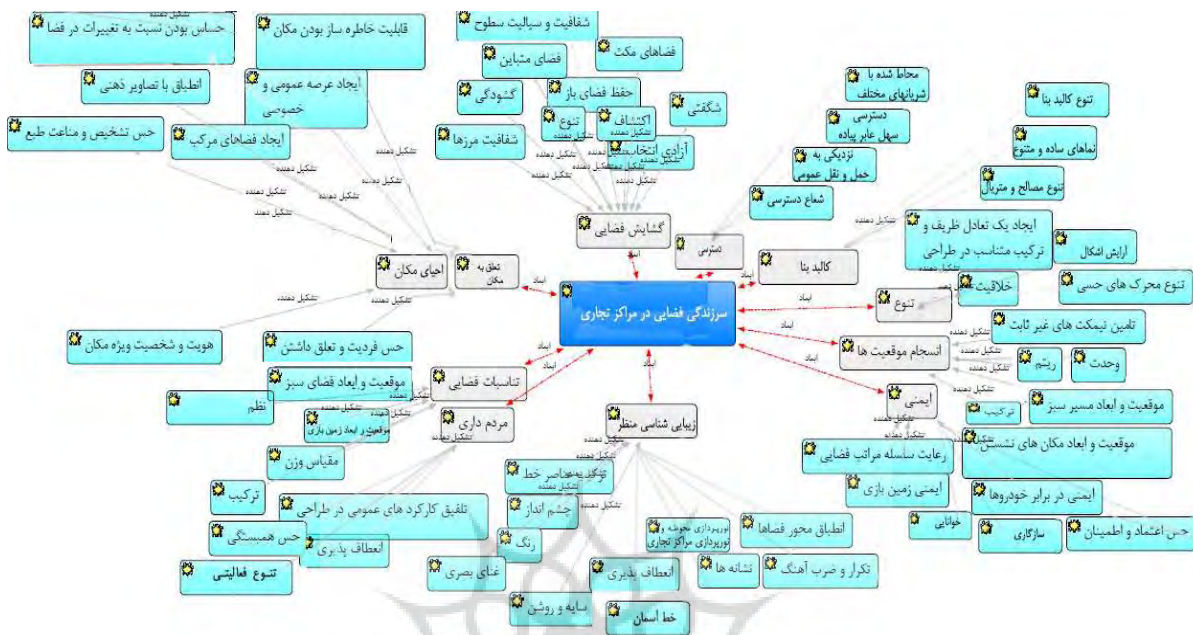
تعداد ۵۸ مفهوم در کدگذاری باز به دست آمد که پس از طی شدن مراحل تقلیل داده‌ها، تعداد ۱۱ مقوله اصلی در قالب کدهای محوری با تأکید بر تفکیک مفاهیم آنان تحت عناوین «احیای مکان، تعلق به مکان، تناسبات فضایی، انسجام موقعیت‌ها، مردم‌داری، زیبایی‌شناسی منظر، ایمنی، تنوع، کالبد بنا، ارتباطی و گشایش فضایی» دسته‌بندی و در جدول ۲ آورده شد.

آنچه در جدول ۲ قابل مشاهده است، معرفی کدهای باز و اختصاص کدهای مشابه در دسته‌بندی‌های منفک از یکدیگر در قالب کدهای محوری می‌باشد. همچنین تعداد و برجستگی هر کد بر مبنای تعداد دفعات به کار رفته توسط مصاحبه‌شوندگان نمایش داده شده است.

جدول ۲. دسته بندی کدهای باز و استخراج کدهای محوری

نام کد	برجستگی	نوع کد	کد مستخرج (محوری)
ایجاد عرصه عمومی و خصوصی، ایجاد فضاهای مرکب، حس تشخیص و مناعت‌طبع، هویت و شخصیت ویژه مکان	۱۱	کالبدی	احیای مکان
قابلیت خاطره‌ساز بودن مکان، انطباق یا تصاویر ذهنی، حس فردیت و تعلق داشتن، حساس بودن نسبت به تغییرات در فضا	۸	ادراکی	تعلق به مکان
مقیاس و وزن، موقعیت و ابعاد زمین بازی، موقعیت و ابعاد فضای سبز، نظم	۵	کالبدی	تناسبات فضایی
تأمین نیمکت‌های غیر ثابت، ریتم، ترکیب، وحدت	۱۰	کالبدی	انسجام موقعیت‌ها
تلفیق کارکردهای عمومی در طراحی، حس همبستگی، انعطاف‌پذیری، تنوع فعالیت، آزادی انتخاب	۱۶	اجتماعی	مردم‌داری
خط آسمان، ترکیب عناصر خط، چشم‌انداز، رنگ، غنای بصری، سایه و روشن، نشانه‌ها، نورپردازی محوطه و مراکز تجاری، انطباق محور فضاها، تکرار و ضرب‌آهنگ	۱۵	بصری	زیبایی‌شناسی منظر
موقعیت و ابعاد مکان‌های نشست، رعایت سلسله‌مراتب فضایی، ایمنی زمین بازی، ایمنی در برابر خودروها، حس اعتماد و اطمینان، سازگاری، خوانایی	۹	اجتماعی	ایمنی
خلاقیت، آرایش اشکال، تنوع محرک‌های حسی	۱۲	کالبدی	تنوع
تنوع کالبد بنا، تنوع مصالح و متریال، ایجاد یک تعادل ظریف و ترکیب متناسب در طراحی، نماهای ساده و متنوع	۸	کالبدی	کالبد بنا
شعاع دسترسی، نزدیکی به حمل‌ونقل عمومی، محاط شده با جریان‌های مختلف، سهولت دسترسی عابر پیاده	۱۳	دسترسی	ارتباطی
شگفتی، اکتشاف، حفظ فضای باز، فضای مکث، فضای متباین، گشودگی، شفافیت مرزها، میزان محصوریت، شفافیت و سیالیت سطوح	۱۲	کالبدی	گشایش فضایی

در پاسخ به پرسش پژوهش و نیز رسیدن به هدف آن، ۱۱ بعد برای مفهوم سرزندگی در مراکز تجاری شهر تهران به دست آمد که بهره‌مندی از نتایج این پژوهش، می‌تواند باعث ارتقای مولفه سرزندگی در این مراکز شود. مجموع این دسته‌بندی‌ها و کدهای محوری به همراه کدهای باز اختصاص یافته به هر مفهوم اصلی، در شکل ۲ و قالب دیاگرام استخراج شده از نرم‌افزار اطلس.تی.آی نیز مشهود است.



شکل ۳. کدگذاری محوری متغیرهای استخراج شده از مصاحبه

در توضیح ابعاد به دست آمده با توجه به نمودار می توان توضیح داد که به طور کلی پنج نوع کد تحت عنوان کدهای کالبدی، ادراکی، اجتماعی، بصری و دسترسی شناسایی شدند. کدهای کالبدی شامل ۶ مقوله محوری است که در ادامه تبیین می شود.

ایجاد عرصه عمومی و خصوصی، ایجاد فضاهای مرکب، حس تشخیص و مناعت طبع، هویت و شخصیت ویژه مکان با سطح برجستگی قابل توجهی تحت مقوله محوری احیای مکان آورده شد. مقیاس و وزن، موقعیت و ابعاد زمین بازی، موقعیت و ابعاد فضای سبز و نظم تحت مقوله محوری تناسبات فضایی آورده شد. تأمین نیمکت های غیر ثابت، ریتم، ترکیب، وحدت در مقوله محوری تناسبات فضایی برای مراکز تجاری در نظر گرفته شد. خلاقیت، آرایش اشکال، تنوع محرک های حسی نیز زیر مجموعه مقوله تنوع قرار می گیرند. نما، تنوع کالبد بنا، تنوع مصالح و متریال، ایجاد یک تعادل ظریف و ترکیب متناسب در طراحی، نماهای ساده و متنوع تحت عنوان مقوله محوری کالبد بنا طبقه بندی شدند و در نهایت شگفتی، اکتشاف، حفظ فضای باز، فضای مکث، فضای متباین، گشودگی، شفافیت مرزها، میزان محصوریت، شفافیت و سیالیت سطوح زیر مجموعه مقوله محوری گشایش فضایی در مراکز تجاری بزرگ مقیاس در نظر گرفته شد.

کدهای اجتماعی شامل ۲ مقوله محوری است. مقوله محوری مردم داری که دارای بیشترین میزان برجستگی در بین کدهای به دست آمده است دارای زیرمجموعه تلفیق کارکردهای عمومی در طراحی، حس همبستگی، انعطاف‌پذیری، تنوع فعالیت، آزادی انتخاب است. موقعیت و ابعاد مکان‌های نشستن، رعایت سلسله‌مراتب فضایی، ایمنی زمین بازی، ایمنی در برابر خودروها، حس اعتماد و اطمینان، سازگاری، خوانایی به عنوان نوع دیگری از عوامل اجتماعی تحت عنوان مقوله محوری ایمنی آورده شد.

عوامل بصری که شامل کدهای خط آسمان، ترکیب عناصر خط، چشم‌انداز، رنگ، غنای بصری، سایه و روشن، نشانه‌ها، نورپردازی محوطه و مراکز تجاری، انطباق محور فضاها، تکرار و ضرب‌آهنگ هستند که تحت مقوله محوری زیبایی‌شناسی منظر قرار گرفت. میزان برجستگی این مقوله محوری بعد از مقوله مردم‌داری، بیشترین میزان برجستگی را از نظر متخصصان دارد.

دو نوع کد دیگر که در یافته‌ها به دست آمد کدهای ادراکی و دسترسی هستند. تعلق به مکان به عنوان مقوله محوری از نوع ادراکی دارای کدهای قابلیت خاطره‌ساز بودن مکان، انطباق یا تصاویر ذهنی، حس فردیت و تعلق داشتن، حساس بودن نسبت به تغییرات در فضا است. و در نهایت در نوع کد دسترسی، مقوله محوری ارتباطی از کدهای زیرمجموعه خود شامل شعاع دسترسی، نزدیکی به حمل‌ونقل عمومی، محاط شده با شریان‌های مختلف، سهولت دسترسی عابر پیاده به دست آمد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در پاسخ به پرسش اصلی پژوهش که چگونه می‌توان به واسطه بازتعریف ابعاد مرتبط با سرزندگی در حوزه‌های معماری، شهرسازی و روانشناسی محیطی، موجبات ارتقاء کیفیات محیطی مرتبط با مولفه سرزندگی مراکز تجاری را فراهم آورد؟ باید بیان کرد که ایجاد سرزندگی در مراکز تجاری می‌تواند حیات‌بخش سفرهای درون‌شهری کاهش‌دهنده سفرهای برون‌شهری با ایجاد تعلق خاطر و ثبت گذران اوقاتی خوش در یاد شهروندان در مکان زندگی خودشان باشد.

نتایج این پژوهش نشان داد که سه مقوله محوری مردم‌داری، زیبایی‌شناسی منظر و تنوع بیشترین میزان برجستگی را از نظر متخصصان دارد و توجه به عوامل اجتماعی، بصری و کالبدی می‌تواند بر سرزندگی مراکز تجاری بزرگ مقیاس تهران اثر داشته باشد. پژوهش جین، جی و ژانگ^۱ (۲۰۲۴) نشان داده است که نشاط اجتماعی بیشترین ارتباط را با سرزندگی همه جانبه دارد که سه مقوله محوری بیان شده در این پژوهش می‌تواند نشاط اجتماعی و سرزندگی را در مراکز تجاری و شهر ارتقا دهد.

از نظر لیو، گو و خیانگ^۲ (۲۰۲۲) سرزندگی نه تنها از درون سیستم شهری می‌آید، بلکه تا حد زیادی به محیط بیرونی بستگی دارد. یافته‌های این پژوهش نیز از این نظر همسویی زیادی با این موضوع دارد. از طرفی هرچه امکانات و بهره‌مندی یک مرکز تجاری از مقوله‌های محوری به دست آمده بیشتر باشد سرزندگی نیز در آن‌ها بیشتر است و باعث تعلق خاطر بیشتر مردم با آن مجموعه تجاری می‌شود. پژوهش هاریسمان، کورتیت و نیجکامپ^۳ (۲۰۲۰) نیز نشان می‌دهد که «عشق» ساکنان به محله خود به طور قابل توجهی با امکانات مادی و غیرمادی آن مرتبط است.

نصیری و ابراهیمی (۱۴۰۳) در پژوهش خود بر ابعاد، بصری، کالبدی، فرهنگی اجتماعی، محیطی بر احساس شادی در شهرها تاکید دارند که بعد بصری، کالبدی، اجتماعی و محیطی در موضوع مراکز تجاری بزرگ مقیاس نیز صدق می‌کند.

پژوهش صفری شیخ‌علی کلاهی و ترابی (۱۴۰۱) به این نتایج اشاره دارد که آنچه یک مکان را به فضای پذیرای دیدار تبدیل می‌کند صرفاً بعد کالبدی آن نیست بلکه معیارهای حقوق شهروندی به واسطه ایجاد سرزندگی، بُعد اجتماعی این مکان است که سبب شکل‌گیری فضای شهری مردم‌گرا می‌شود. طبق پژوهش حاضر نیز مردم‌گرایی برجسته‌ترین مقوله محوری در سرزندگی مراکز تجاری شناسایی شد. نصیری (۱۴۰۰) که نقش مرکز تجاری کوروش تهران را در افزایش سرزندگی فضاهای شهری بررسی کرده است نشان می‌دهد رفتار مناسب فروشندگان و متغیر ارتباطات با شاخص حمل‌ونقل عمومی و شاخص ضوابط برای افراد با نیازهای خاص باید در اولویت نیازهای فضایی به منظور ارتقاء سرزندگی قرار بگیرند. این پژوهش نیز در موضوع تاکید بر مقوله دسترسی و انعطاف‌پذیری با پژوهش حاضر همسو است.

^۱ . Jin, A., Ge, Y., & Zhang, S.

^۲ . Liu, H., Gou, P., & Xiong, J.

^۳ . Harsman Wahlstrom, M., Kourtit, K., & Nijkamp, P.

نتایج پژوهش نوپوش (۱۳۹۵)، یکی از شروط لازم برای محیطی سرزنده در مجتمع تجاری تفریحی فرهنگی را تنوع کالبدی مناسب در منظر شهری می‌داند که در مقوله محوری تنوع به این موضوع مهم به دست آمد.

نتایج پژوهش کایینی (۱۳۹۴)، نیز نشان داده بود حضورپذیری افراد، تنوع و جذابیت، نفوذپذیری، انعطاف‌پذیری، آسایش و آرامش اقلیمی، امنیت، شفافیت، خوانایی و زیبایی باعث افزایش سرزندگی در مراکز فرهنگی و تجاری می‌شود. همه ویژگی‌های به دست آمده در قالب عوامل مختلف ادراکی، کالبدی، اجتماعی، بصری در این پژوهش نیز به دست آمده است.

این پژوهش از بعد دو مقوله محوری دسترسی، تنوع و زیباشناسی منظر با پژوهش بازوندی و شهبازی (۱۳۹۳) دارای اشتراک است که نشان داده بود علاوه بر مؤلفه‌های حضور فضای سبز، پوشش گیاهی و آب‌نما، نورپردازی مناسب، ایمنی عابران از وسایل نقلیه، وجود کاربری مختلف و قابلیت دسترسی فضا به وسایل نقلیه به ترتیب بالاترین میانگین را دارند.

فضاهای تجاری با در بر داشتن «فرم» در بعد کالبد و «محتوا» در بعد فعالیت به صورتی مکمل، در دو مؤلفه عین و ذهن در قالب عناصری زیبایی‌شناختی، بصری، کالبدی، ادراکی در یکدیگر عجن شده‌اند و دارای بارمعنایی واجد اهمیتی هستند. این موضوع برانگیختن حس خاطره‌انگیزی، سرزندگی و غنای حسی در لبه خیابان و فضاهای ارزشمند پیرامونی را سبب می‌شود که می‌تواند به صورتی بسیار اثرگذار به عمق بافت‌های ساختمانی اطراف خیابان نیز نفوذ نماید. بنابراین همانطور که مشخص است چرخه اثرگذاری فرم (کالبد)، محتوا (فعالیت) و تصورات (معنا) به دو شکل مستقیم و غیرمستقیم در حالت اول بر عناصر ذهنی و در حالت دوم بر عناصر عینی در گروه ادراکات زیبایی‌شناسی، بصری، ادراکی و معنایی نهفته است.

تمامی آنچه از محیط و فرم کالبدی استنباط می‌شود و بر ذهنیت انسان در کنار تجارب، خاطره‌ها، پنداشت‌ها، دانسته‌ها، باورها، حدس‌ها و چشمداشت‌های وی اثر می‌گذارد، در گرو تصاویر ذهنی برگرفته از محیط وابسته به عناصر ذهنی و عینی انسان و محیط پیرامونی قابل استفاده برای کاربر می‌باشد. بعد کالبدی فضایی متأثر از معماری فضا، روابطی معنادار میان انسان با محیط به صورتی مکمل را رقم می‌زند و ادراکات وی از محیط به واسطه خلق مراکز سرزنده، بانشاط، فعال، انعطاف‌پذیر شکل می‌گیرد و تقویت و حضورپذیری وی در فضا را ترغیب می‌نماید. در ادراکات اولیه محیط، عوامل عینی فضا متأثر از کالبد محیط و در ادراکات ثانویه وی، عوامل ذهنی موثر بر معناگرایی محیط در ذهن انسان نقشی موثر و مکمل در ذهنیت فرد استفاده‌کننده از فضا را رقم خواهند زد.

منابع

- اکبری، مجید؛ منتظری، زهرا؛ و طالشی انبوهی، مرضیه (۱۴۰۲). سنجش و ارزیابی ابعاد سرزندگی شهری در منطقه ۱۰ کلانشهر مشهد. *ساماندهی اقتصاد فضا*، ۱۱(۱)، ۳۰-۴۷.
- الکساندر، کریستوفر. (۱۳۸۶). *معماری و راز جاودانگی، راه بی‌زمان ساختن*. ویراست دوم، ترجمه مهرداد قیومی. تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- بازوندی، فرشاد؛ و شهبازی، مهرداد. (۱۳۹۳). نقش سرزندگی در ایجاد تصویر ذهنی شهروندان و میزان بهره‌گیری از فضای شهری (مطالعه موردی: پیاده راه خیابان سپهسالار تهران). *پژوهش‌های منظر شهر*، ۱۱(۱)، ۳۳-۴۳.
- بل، سایمون. (۱۳۸۷). *عناصر طراحی بصری در منظر*. مترجم محمدرضا مثنوی. تهران: دانشگاه تهران.
- بتنلی، ای‌ین؛ الکک، آلن؛ مورین، پال؛ مک‌گلین، سو؛ و اسمیت، گراهام. (۱۳۹۰). *محیط‌های پاسخ‌ده، کتاب راهنمای طراحان*. مترجم: مصطفی بهزادفر. تهران: دانشگاه علم و صنعت.
- پاکزاد، جهان‌شاه. (۱۳۸۹). *مبانی نظری و فرایند طراحی شهری*. تهران: انتشارات شهیدی.

- پورمحمد، سها؛ و نژادستاری، سعیده. (۱۳۹۰). ضوابط مکان‌مند در خدمت سرزندگی فضاهای عمومی با رویکرد به فضای باز. سومین همایش ملی عمران شهری، سندج، ۳ آبان.
- حبیبی، داوود؛ حبیبی، دیانا؛ کسالایی، افسانه؛ گرجی پور، فاطمه؛ و توکلی، مهرداد. (۱۳۹۷). تبیین حس تعلق به مکان و هویت در فضاهای شهری با تأکید بر بازارهای سنتی. معماری شناسی، ۱(۳)، ۸-۱.
- حمیدی، حسین؛ و اسماعیل‌زادگان نعیمه. (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر کارایی پارک شهری (با تأکید بر عملکرد و سرزندگی آن) نمونه مورد مطالعه: پارک اثلرباغی شهر ارومیه. فصلنامه علوم و تکنولوژی محیط‌زیست، ۱۷(۱)، ۹۱-۱۰۲.
- دهقان، مهدی. (۱۳۸۲). ابعاد اکولوژی مسکن سنتی در مناطق گرم و خشک. مسکن و محیط و روستا. ۲۶(۲)، ۶۶-۷۵.
- ساسان‌پور، فرزانه؛ تولایی، سیمین؛ و جعفری اسدآبادی، حمزه. (۱۳۹۴). سنجش و ارزیابی زیست‌پذیری شهری در مناطق ۲۲ گانه کلان‌شهر تهران. فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۵(۲)، ۲۷-۴۲.
- سلطانی، محمدرضا؛ ازگلی، محمد؛ و احمدنیا آلاشتی، سیامک. (۱۳۹۵). درآمدی بر نقد نظریه سلسله مراتب نیازهای مازلو. فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، ۵(۱)، ۱۴۵-۱۷۲.
- شاهی‌وندی احمد؛ قلعه‌نوعی، محمود؛ و علی‌پور اصفهانی، مریم. (۱۳۹۴). بررسی ویژگی‌های کالبدی و اثرگذاری آن بر سرزندگی و زیست‌پذیری محله‌های قدیم شهری نمونه موردی محله سنبلستان اصفهان. دو فصلنامه مرمت و معماری/ایران، ۵(۱)، ۱۳-۲۶.
- صفری شیخ علی کلایه، بهاره؛ و ترابی، زهره (۱۴۰۱). بررسی عوامل کالبدی میدان بهارستان در سرزندگی شهروندان تهران. مطالعات هنر اسلامی، ۱۹(۴۷)، ۳۱۹-۳۲۷.
- عباس‌زادگان، مصطفی؛ و سربندی فراهانی، معصومه. (۱۳۹۱). کاربست بعد عملکردی طراحی شهری در ارتقای کیفیت فضاهای سبز و باز محلی. دومین کنفرانس برنامه‌ریزی و مدیریت محیط‌زیست، تهران، ۲۶ اردیبهشت.
- عباس‌زاده، شهاب؛ و تمری، سودا. (۱۳۹۲). بررسی و تحلیل مؤلفه‌های تأثیرگذار بر بهبود کیفیات فضایی پیاده‌راه‌ها به منظور افزایش سطح تعاملات اجتماعی مطالعه موردی، محورهای تربیت و ولیعصر تبریز. مطالعات شهری، ۱(۴)، ۱-۱۰.
- عزیزی، محمدمهدی؛ و ملک‌محمدنژاد، صارم. (۱۳۸۶). بررسی تطبیقی دو الگوی مجتمع‌های مسکونی (متعارف و بلندمرتبه) مطالعه موردی: مجتمع‌های مسکونی نور (سئول) و اسکان تهران. هنرهای زیبا، ۳۲(۳)، ۲۷-۳۸.
- علی‌تاجر، سعید؛ سجادزاده، حس؛ سعادت‌وقار، پوریا؛ و شهبازی، مهرداد. (۱۳۹۵). نقش عوامل کالبدی در اجتماع‌پذیری سکونتگاه‌های غیررسمی (نمونه موردی: محله‌های حصار امام خمینی و دیزج همدان). پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۷(۲۴)، ۶۱-۸۲.
- فرازمند، راحله؛ و صحنی‌زاده، مهشید. (۱۳۹۲). بررسی و تحلیل مؤلفه‌های تأثیرگذار بر سرزندگی از دیدگاه تعاملات اجتماعی در ارزیابی عملکرد فضاهای عمومی شهری (نمونه مطالعاتی: محدوده‌ی پارکینگ شهرداری کرمانشاه). مطالعات محیطی هفت حصار، ۲(۲)، ۱-۱۴.
- فروغی، مژگان. (۱۳۹۰). بررسی نقش مؤلفه‌های محیط کالبدی در ایجاد حس مکان برای طراحی مطلوب. همایش ملی سازه، راه، معماری. چالوس، ۳ اسفند.
- فلاح، محمد صادق. (۱۳۸۵). مفهوم حس مکان و عوامل شکل‌دهنده آن. هنرهای زیبا، ۱(۲۶)، ۵۷-۶۶.
- کابینی، لیلا. (۱۳۹۴). طراحی مرکز فرهنگی تجاری با رویکرد سرزندگی در فضای عمومی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه هنر اسلامی تبریز.
- گل، یان. (۱۳۹۲). شهر/انسانی. ترجمه علی غفاری. تهران: انتشارات علم معمار.
- گلکار، کورش. (۱۳۸۶). مفهوم سرزندگی در طراحی شهری. صفه، ۱۶(۴۴)، ۶۶-۷۵.
- لطیفی، غلامرضا؛ و صفری چابک، ندا. (۱۳۹۲). بازآفرینی مفهوم محله در شهرهای ایرانی-اسلامی بر پایه اصول نوشهرگرایی. مطالعات شهری، ۲(۴)، ۳-۱۲.

- لینچ، کوین. (۱۳۷۶). تئوری شکل خوب شهر. ترجمه سید حسین بحرینی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- مدنی‌پور، علی. (۱۳۷۹). طراحی فضای شهری، نگرشی بر فرآیندی اجتماعی و مکانی. ترجمه: فرهاد مرتضایی. تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
- معصومی، مسیح‌الله؛ و میرخطیب، اسما. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر طراحی فضاهای باز مجتمع‌های مسکونی در ایجاد حس دل‌بستگی به مکان (نمونه مورد مطالعه: مجتمع مسکونی ششصد دستگاه در شهر مشهد). تحقیقات جغرافیایی، ۳۲(۳)، ۵۲-۷۳.
- میرمقتدایی، مهتا. (۱۳۸۸). معیارهای سنجش امکان شکل‌گیری، ثبت و انتقال خاطرات جمعی در شهر. هنرهای زیبا، ۱۰(۱)، ۵-۱۶.
- نصیری، آسیه؛ ابراهیمی، لیلا؛ رمضان‌پور، مهرداد؛ و بزرگمهر، کیا. (۱۴۰۳). تبیین وضعیت معیارهای شهر شاد در برنامه ریزی شهری، مطالعه موردی: شهر سلمان‌شهر. فصلنامه علمی جغرافیا، ۲۲(۸۰)، ۱-۱۸.
- نصیری هنده خاله، اسماعیل. (۱۴۰۰). نقش مراکز تجاری در افزایش سرزندگی فضاهای شهری (مطالعه موردی مرکز خرید کوروش شهر تهران). پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، ۵۳(۴)، ۱۴۷۳-۱۴۸۹.
- نویوش، ملیحه. (۱۳۹۵). طراحی مجتمع تجاری تفریحی فرهنگی با رویکرد ارتقاء سرزندگی اجتماعی در شهر مشهد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی لامعی گرگانی، گرگان.
- هدایت‌نژاد کاشی، سید مصطفی؛ هادیانی، زهره؛ حاجی‌نژاد، علی؛ و عسگری، علی. (۱۳۹۸). سرزندگی شهری مفهومی میان‌رشته‌ای (واکاوی اصول، ابعاد و شاخصها). مطالعات ساختار و کارکرد شهری، ۶(۲۰)، ۷۵-۱۰۷.
- یزدانی، عنایت‌اله؛ و مروتی، نادر. (۱۳۹۰). جهانی‌شدن و چالش‌های فراروی هویت ملی در کشورهای در حال توسعه. تحقیقات سیاسی و بین‌المللی، ۳(۶)، ۱-۲۳.
- Abbaszadeh, S. & Tamry, S. (2012). Analysis of Factors Affecting the Improvement of Pedestrian Walkway Spatial Quality and Pedestrian-oriented Spaces, in order to Increase the Social Interactions Level of People (The case study: Tarbiat & Valiasr axis, Tabriz metropolitan). *Motaleate Shahri*, 1(4), 95-104. (In Persian)
- Abbaszadegan, M. and Sarbandi Farahani, M. (2012). Application of the functional dimension of urban design in improving the quality of local green and open spaces. Second Conference on Environmental Planning and Management, Tehran, 16 May. (In Persian)
- Akbari, M., Montazeri, Z., & Taleshi Anbouhi, M. (2023). Measuring and evaluating the dimensions of urban vitality in District 10 of Mashhad metropolis. *Organization of Space Economy*, 1(1), 30-47. (In Persian)
- Alexander, C. (2007). Architecture and the Secret of Immortality, the Way to Create Timeless. Second edition, translated by Mehrdad Ghayyumi. Tehran: Shahid Beheshti University, Printing Publishing Center. (In Persian)
- Alitajer, S., Sajadzadeh, H., Saadativaghar, P., & Shahbazi, M. (2016). The role of physical factors in the sociopetalness of informal settlements: The case of HESAR-E EMAM AND DIZAJ Neighborhoods in Hamedan. *Research and urban planning*, 7(24), 61-82. (In Persian)
- Appleyard, D. (1981). *Livable Streets*. Berkeley, CA, University of California Press.
- Azizi, M. & Malek Mohammad Nejad, S. (2007). Comparative study between conventional and high-rise residential complex pattern. *Journal of Fine Arts*. (32): 27-38. (In Persian)
- Bazvandi, F., & Shahbazi, M. (2014). The role of vitality in creating the mental image of citizens and the amount of use of the urban space (case study: Tehran Sepehsalar Street pedestrian). *Journal of Urban-Landscape Research*, 1(1), 33-43. (In Persian)
- Bell, S. (2008). *Elements of visual design in the landscape*. Translated by Mohammad Reza Masnavi. Tehran: University of Tehran. (In Persian)
- Bentley, I. Alcock, A., Morin, P., McGlynn, S., & Smith, G. (2011). *Responsive Environments, a manual for designers*. Translated by Mostafa Behzadfar. Tehran: University of Science and Technology. (In Persian)
- Carmona, M. (2019). Principles for public space design, planning to do better. *Urban Design International*, 24, 47-59.
- Cummins, R.A. (2000). Objective and subjective quality of life: an interactive model. *Soc. Indicators Res.* 52, 55-72

- Dehghan, M. (2003). Ecological dimensions of traditional dwellings in hot and dry regions. *Housing and Rural Environment*, 26(2), 66-75. (In Persian)
- Falahat, M.S. (2006). The sense of space and its factors. *HONAR-HA-YE-ZIBA*, 1(26), 57-66. (In Persian)
- Farazmand, R., & Sehzadeh, M. (2013). Investigation and analysis of the factors affecting vitality from the perspective of social interactions in evaluating the performance of urban public spaces (case study: Kermanshah Municipality parking area). *Haft Hesar Journal of Environmental Studies*, 2(2), 1-14. (In Persian)
- Foroughi, M. (2011). Investigating the role of physical environment components in creating a sense of place for desirable design. National Conference on Structures, Roads, and Architecture. Chalous, March 20. (In Persian)
- Gee J. (2005). *An introduction to discourse analysis: Theory and method* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Gehl, J. (1996). *Life Between Buildings: Using Public Space*. Third Edition, Copenhagen: Arkitektens Forlag.
- Gehl, J. (1987). *Life between Buildings*. Van Nostrand Reinhold: New York, NY, USA.
- Gehl, J. (2013). *Cities for people*. Translated by Ali Ghaffari. Tehran: Elm-e Memar Publication. (In Persian)
- Golkar, K. (2007). The Livability concept in urban planning. *Soffeh*, 16(44), 66-75. (In Persian)
- Hedayatnezhad kashi, S. M., Hadyani, Z., Hajinezhad, A. & Asgari, A. (2019). Interdisciplinary Conceptual Urban Vitality (Examining Principles, Dimensions and Indicators). *Urban Structure and Function Studies*, 6(20), 75-107. (In Persian)
- Hamidi, H. & Ismailzadegan N. (2015). Factors affecting the efficiency of urban parks with emphasis on their performance and vitality (Case study: Ellarbaghi Park in Urmia). *Journal of Environmental Science and Technology*, 17(1), 91-102.
- Harsman Wahlstrom, M., Kourtit, K., & Nijkamp, P. (2020). Planning Cities4People: A body and soul analysis of urban neighbourhoods. *Public Management Review*, 22(5), 687-700.
- Jin, A., Ge, Y., & Zhang, S. (2024). Spatial Characteristics of Multidimensional Urban Vitality and Its Impact Mechanisms by the Built Environment. *Land*, 13(7), 991.
- Kayini, L. (2015). *Designing a commercial cultural center with a vitality approach in public space*. M. A. thesis. Tabriz Islamic Art University.
- Landry, Ch, Bianchini, F. (2000). *The Creative city*. Published by comedia the Round, Bounres Green, Glos.
- Latifi, Gh., & Safari Chabok, N. (2013). Regeneration of neighbourhood new urbanism principles times in Islamic Iranian cities. *Urban Stadies*, 2(4), 3-12. (In Persian)
- Lynch, K. (1998). *Good City Form -Cambridge*. Massachusetts and London: The MIT Press.
- Lynch, K. (1998). *A theory of good city form*. Translated by Hossein Bahreini, Tehran: University of Tehran Press. (In Persian)
- Liu, H., Gou, P., & Xiong, J. (2022). Vital triangle: A new concept to evaluate urban vitality. *Computers, Environment and Urban Systems*, V. 98, Article 101886.
- Madanipour, A. (2005). *Design of urban space: an inquiry into a socio - spatial process*. Translated by Farhad Mortazaei. Tehran: Urban Planning and Processing Company.
- Marans, R.W. & Couper, M. (2000). Measuring the quality of community life: a program for longitudinal and comparative international research. In: *Proceedings of the Second International Conference on Quality of Life in Cities*, Vol. 2. Singapore.
- Masoomi M, mirkhatib A. (2017). The Impact of Open Spaces Designing to Create place Attachment in Residential Complexes (Case study: sheshsad dastgah residential complexes in mashhad city). *GeoRes*, 32 (3) :52-73. (In Persian)
- Mirmoghtadaee, M. (2009). The criteria for evaluation of formation, remembering and recording of collective memory. *Honar-ha-ye Ziba*, 10(1), -. 5-16. (In Persian)
- Nasiri Hendeh Khaleh, E. (2021). The Role of Business Centers in Increasing the Lifestyle of Urban Spaces (Case Study of Cyrus Shopping Center in Tehran. *Human Geography Research*, 53(4), 1473-1489. (In Persian)
- Nasiri, A., Ebrahimi, L., Ramzanpour, M., & Bozorgmehr, K. (2024). Explaining the status of happy city criteria in urban planning, Case study: Salmanshahr city. *Journal of Geography*, 22 (80), 1-18. (In Persian)

- Nopoosh, M. (2016). *Designing a commercial, cultural, recreational complex with an approach to promoting social vitality in the city of Mashhad*. M. A. thesis, Lamei Gorgani Institute of Higher Education, Gorgan. (In Persian)
- Pakzad, J. (2010). Theoretical foundations and process of urban design. Tehran: Shahidi Publications. (In Persian)
- Pourmohammad, S., & Nejad-Sattari, S. (2011). Spatial criteria in the service of the vitality of public spaces with an approach to open space. Third National Conference on Urban Development, Sanandaj, 20 November. (In Persian)
- Porta, S. & Renne, J. (2005). Linking urban design to sustainability: Formal indicators of social urban sustainability field research in Perth. *Urban Design International*, 10: 51-64.
- Sasanpour, F., Tolaei, S. & Jafari Asadabadi, H. (2015). Study of Urban Livability in Twenty-two Districts of Tehran. Metropolitan. *Regional Planning*, 5(2), 27-42. (In Persian)
- Safari Sheikhal Kelayeh, B., & Torabi, Z. (2022). Investigation of physical factors in Baharestan Square in the vitality of Tehran citizens. *Islamic Art Studies*, 19(47), 319-327. (In Persian)
- Shahivandi A., GhalehNoui, M., & Alipour Esfahani, M. (2015). The evaluation of physical features and their impact on the liveliness and viability of City's old neighborhoods (case study: Sonbolestan neighborhood in Isfahan. MAREMAT-E ASAR & BAFT-HAYE TARIKHI-FARHANGI, 5(1), 26-13.
- Umbu Nday, R. & Manu, A.K. (2018). Vitality of Public Open Space (Case Study: Taman Nostalgia Kupang). *Social Sciences*, 8(4). 125-132.
- Yazdani, E., & Morovvati, N. (2012). Globalization and the challenges of national identity in developing countries. *International and Political Resaerch Quarterly*. 3(6), 1-23. (In Persian)
- Yue, W., Chen, Y., Zhang, Q. & Liu, Y. (2019). Spatial Explicit Assessment of Urban Vitality Using Multi-Source Data: A Case of Shanghai, China. *Sustainability*, 11(3), 638.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی