



Evaluating The Spatial Quality Of Traditional And Contemporary Markets From Users' Perspective With A Socio-Cultural Approach (Case Study: Traditional Bazaar And Iran Mall, Tehran)

Elmira Saaveh¹, Mohammadreza Pakdel Fard^{2}, Hasan Sattari Sarbangholi³*

(Received Date: 2024/12/10 - Accepted Date: 2025/02/03)

Abstract

Spatial quality reflects the physical compatibility of people with their environment, their emotions and perceptions of space, and ultimately their satisfaction with different dimensions of the space. Considering the impact of spatial quality on emotions, as well as the functional desirability and vitality of space from a socio-cultural perspective, this research evaluates the spatial quality of Tehran's traditional bazaar and Iran Mall based on user perceptions. The research method is mixed (qualitative-quantitative), with an applied approach and a descriptive-analytical nature. For data analysis, the qualitative matrix "PPS", and structural equation modeling using "AMOS", software were employed. The findings show that in the traditional bazaar of Tehran, the highest feasibility among the factors explaining spatial quality is associated with sense and attachment to space (0.83), visual connectivity (0.79), inclusiveness (0.74), aesthetics (0.72), and attractiveness (0.68). In Iran Mall, the highest feasibility is linked to security (0.74), permeability and accessibility (0.72), functional diversity (0.69), mixed-use development (0.63), and inclusiveness (0/68). Specifically, the model results indicate that the critical value for all major variables in Tehran's traditional bazaar is significant at the 95% confidence level. In Iran Mall, only the use and activity variable has a critical value above 1.96, while three other variables—comfort and image quality, accessibility and connectivity, and sociability—are not in a favorable state.

Keywords: Spatial Quality, User Perceptions, Socio-Cultural, Traditional Bazaar, And Iran Mall, Tehran

* This Article Is Extracted From The Doctoral Thesis Of 'Elmira Saaveh', Titled "*Exploring The Interconnection Between Spatial Structure And Behavioral Patterns In Traditional Bazaars And Iran Mall In Tehran*", Under The Supervision Of 'Dr. Mohammadreza Pakdel Fard', & Advisory Of 'Dr. Hasan Sattari Sarbangholi'.

¹Ph.D. Student In Architecture, Architecture Department, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran. Elmiraasaaveh@gmail.com

² Associate Professor Of Architecture & Urban Planning Department, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran. (Corresponding Author: m.pakdelfard@srbiau.ac.ir)

³ Associate Professor Of Architecture & Urban Planning Department, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran. sattari@iaut.ac.ir

ارزیابی کیفیت فضایی بازارهای سنتی و معاصر از دیدگاه کاربران با رویکردی اجتماعی-فرهنگی (مورد پژوهی: بازار سنتی و ایران مال تهران)

المیرا صعوه^۱، محمدرضا پاکدل فرد^{۲*}، حسن ستاری ساریانقلی^۳
(تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۲۰ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۱۵)

چکیده

کیفیت فضایی مفهومی است که سازگاری فیزیکی مردم با محیط، احساسات و ادراکات کاربران از فضا و در نهایت سطح رضایت‌مندی از ابعاد مختلف فضا را نشان می‌دهد. باتوجه به تأثیر کیفیت فضا بر احساسات مردم و همچنین مطلوبیت عملکردی و سرزندگی فضا با رویکردی اجتماعی-فرهنگی، تحقیق حاضر باهدف ارزیابی کیفیت فضایی بازار سنتی و ایران مال تهران بر مبنای ادراکات و دیدگاه کاربران نگارش شده است. روش تحقیق در مطالعه حاضر آمیخته از (کیفی-کمی)، باتبیین کاربردی و ماهیت توصیفی-تحلیلی می‌باشد. در راستای تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز از ماتریس کیفی "PPS"، و مدل سازی معادلات ساختاری در نرم افزار "AMOS"، استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بیشترین تحقق‌پذیری در بین عوامل تبیین‌کننده کیفیت فضایی در بازار سنتی تهران مربوط به متغیرهای حس و تعلق به فضا، گسترش ارتباط بصری فضاها، همه‌شمولی، زیبایی‌شناختی و جذابیت به ترتیب با ارزش ۰/۸۳، ۰/۷۹، ۰/۷۴، ۰/۷۲ و ۰/۶۸ می‌باشد. در بازار ایران مال تهران نیز بیشترین تحقق‌پذیری مربوط به متغیرهای امنیت، نفوذپذیری و دسترس، تنوع عملکردها، اختلاط کاربری‌ها و همه‌شمولی به ترتیب با ارزش ۰/۷۴، ۰/۷۲، ۰/۶۹، ۰/۶۳ و ۰/۶۸ است. به‌طور مشخص، نتایج مدل مقدار بحرانی برای تمامی متغیرهای اصلی در بازار سنتی تهران در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار می‌باشد. در بازار ایران مال تنها متغیر کاربری و فعالیت دارای مقدار بحرانی بالای ۱/۹۶ بوده و ۳ متغیر دیگر یعنی کیفیت راحتی و تصویر، دسترسی و پیوند و جامعه‌پذیری در وضعیت مطلوبی نمی‌باشند.

واژگان کلیدی: کیفیت فضایی، ادراکات کاربران، اجتماعی-فرهنگی، بازار سنتی و ایران مال تهران.

* این مقاله برگرفته از رساله دکتری «المیرا صعوه»، با عنوان «تبیین رابطه همپوند ساختار فضایی و الگوی رفتار افراد در بازار سنتی و ایران مال در تهران»، است که به راهنمایی «دکتر محمدرضا پاکدل فرد»، و مشاوره «دکتر حسن ستاری ساریانقلی»، استخراج شده است.

Elmiraasaaveh@gmail.com
m.pakdelfard@srbiau.ac.ir
sattari@iaut.ac.ir

۱ دانشجوی دکتری تخصصی معماری، گروه معماری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.
۲* دانشیار گروه معماری و شهرسازی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. (نویسنده مسئول).
۳ دانشیار گروه معماری و شهرسازی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

۱- مقدمه

کیفیت فضایی به سازگاری فیزیکی محیط با مردم و احساس مردم نسبت به ساخت و ساز اشاره دارد که نشان‌دهنده تناسب عناصر مختلف فضا برای جمعیت و توسعه اجتماعی-فرهنگی با رویکرد اقتصادی است (Tanel, 2013: 57). همچنین کیفیت فضایی نه تنها عملکرد مکان و فضا را بهبود می‌بخشد (Urban, 2015: 27)، بلکه تأثیر مهمی بر رفتار و شناخت کاربران دارد (Schmidt & Nemeth, 2010: 454). به عبارتی کیفیت فضایی بر احساسات مردم نسبت به محیط اطراف به روش‌های مستقیم و غیرمستقیم تأثیر می‌گذارد (Gerike et al., 2021: 2). در شناسایی کیفیت فضایی ابعاد مختلفی بایستی مورد ارزیابی قرار گیرد. در این راستا، ژائو/یکس^۱ و دیگران (۲۰۲۰ میلادی)، به ارزیابی کیفیت فضایی مبتنی بر احساسات ذهنی، هیو جی^۲ و دیگران (۲۰۲۳ میلادی)، بر بُعد زیبایی‌شناختی، هرستین جی^۳ (۲۰۰۵ میلادی)، بر بُعد روانی-فیزیکی، کوت تی^۴ و دیگران (۲۰۱۸ میلادی)، بر عناصر عینی و عملکردها (فعالیت‌های انسانی)، و سوتی پی^۵ و دیگران (۲۰۲۰ میلادی)، رابرت جی^۶ (۲۰۱۸ میلادی)، و پیستونی ام^۷ و بونین جی^۸ (۲۰۱۷ میلادی)، بر ادراک ذهنی ناشی از برنامه‌ریزی و طراحی منظر تأکید داشته‌اند. بدین‌سان، می‌توان گفت که کیفیت فضایی یک مفهومی چندبُعدی است. همچنین بررسی کیفیت محیط‌های کنونی و مقایسه کردن با نظریه‌های کیفیت فضایی طراحی و برنامه‌ریزی شهری، راهی است که می‌تواند منجر به داشتن فضاهای شهری مناسب‌تری منجر شود (Idziorek, Chalana, 2019: 321). کیفیت‌هایی که از طریق ادراکات کاربران و اطلاعات ارسالی آن‌ها از فضاها در ابعاد مختلفی همچون فرم، عملکرد، معنای فضا، اطلاعات کالبدی و منظر قابل ارزیابی است (Pafka, Dovey, Aschwanden, 2018: 509).

باتوجه به اهمیت سنجش کیفیت فضایی در محیط‌های مختلف به‌مثابه نظریه‌های کیفیت فضایی طراحی و برنامه‌ریزی شهری و همچنین بهره‌مندی از ادراکات کاربران (مخاطبان)، در این زمینه، تحقیق حاضر باهدف ارزیابی کیفیت فضایی بازار سنتی و بازار ایران‌مال تهران از دیدگاه کاربران با رویکردی اجتماعی-فرهنگی نگارش شده است. در راستای محدوده‌های مورد مطالعه می‌توان گفت که بازار سنتی تهران نبض تپنده پایتخت است. این بازار در چهارراه گلوبندک، تقاطع خیابان ۱۵ خرداد و خیابان خیام تهران واقع شده و مهمترین مرکز تجارت و خرید و فروش انواع کالا به‌صورت تک و عمده به‌شمار می‌رود. ساخت بازار بزرگ تهران به دوران صفویه برمی‌گردد، اما در دوران قاجار ساخت آن تکمیل شد. بازار فرش فروش‌ها، بازار مسگران، بازار ۴۰ تن و بازار آهنگران از جمله قدیمی‌ترین بخش‌های بازار بزرگ تهران

¹ Zhao X² Hyu J³ Herstein G⁴ Kotet T⁵ Sonti P⁶ Robert J⁷ Pistoni M⁸ Bonin G

هستند. علاوه بر سبک معماری بازار که بسیار تاریخی و دیدنی است، بناهای تاریخی نیز به مانند مسجد امام و مسجد جامع در این بازار به چشم می‌خورند. بازار بزرگ تهران را راهروهای پیچ‌درپیچ، راسته‌ها، تیمچه‌ها و هواکش‌های سقفی زیبایی بی‌همتا و زیبا کرده است. باتوجه به حضور پررنگ جمعیت در این فضا و عملکردهای مختلف آن در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی، تبیین رابطه همپوند ساختار فضایی و رفتار افراد و شناخت الگوهای موجود می‌تواند به طراحان و معماران ایده‌های نوینی در راستای ارتقاء ساختار فضایی ارائه دهد. همچنین ایران مال یا بازار بزرگ ایران واقع در منطقه ۲۲ تهران، یکی از مراکز تجاری مهم کشور است که علاوه بر فروشگاه‌های متعدد، امکانات رفاهی و تفریحی متنوعی همچون شهر بازی، پردیس سینمایی، مجموعه ورزشی و هتل نیز دارد. از جاهای دیدنی ایران مال می‌توان به مسجد جامع، باغ ماهان، باغ دیدار، تیمچه سنتی، کتابخانه، تالار آینه، ایوان اشراق، شربت‌خانه، پاتیناژ ایران مال و باغ‌رستوران ملل اشاره کرد. یکی از جاذبه‌های خاص ایران مال، بازار سنتی یا تیمچه حاج علی‌اکبر است که با الهام از بازارهای تاریخی ایران همچون بازار تبریز و اصفهان ساخته شده است (دبده و دیگران، ۱۴۰۲: ۳۷-۵۴). این بخش از مجموعه به فروش سوغات و صنایع دستی ایرانی از جمله فرش، میناکاری، و خاتم‌کاری اختصاص دارد. یکی دیگر از جاذبه‌های مهم این بازار، باغ ماهان یا باغ ایرانی ایران مال تهران است که با الهام از باغ شازده‌ماهان کرمان ساخته شده است.

۲- چارچوب تحقیق - (مبانی نظری / پیشینه پژوهش)

۲-۱- مبانی نظری

مفهوم کیفیت فضایی زیرمجموعه‌ای از مقوله «کیفیت فضای شهری»، است و درارتباط با شکل، فرم و ساختار شهر و فضای شهری قرار می‌گیرد و به واسطه عواملی چون نحوه چیدمان، سلسله‌مراتب و ارتباطات میان فضاهای شهری تعریف می‌شود و در رابطه مستقیم با کارایی و عملکرد فضای شهری قرار می‌گیرد (سلطانی‌فرد، صابری‌کاریزی، ۱۳۹۷: ۳۹). کیفیت‌های فضایی، کیفیت‌های توپولوژیک فضا می‌باشند، بدین معنا که وابسته به هندسه فضا نبوده، بلکه وابسته به مناسباتی هستند که از روابط هندسی ناشی می‌گردند به مانند نحوه مجاورت عناصر، ترتیب آن‌ها، جدایی، محاط‌شدگی، پیوستگی و غیره. در یک دیدگاه کلی، کیفیت‌هایی فضایی به دسته کیفیت پیوستگی فضایی، نفوذپذیری، انسجام فضایی، خوانایی و قابلیت دسترسی قابل تقسیم‌بندی است.

❖ **کیفیت پیوستگی فضایی:** ویژگی پیوستگی فضایی در معماری و شهرسازی، در تمامی مقیاس‌ها از خانه تا محله و سپس تمامیت شهر نمود می‌یابد (گلستانی و دیگران، ۱۳۹۶: ۳۱). اصل پیوستگی فضایی به مثابه مفصل، مکانی را به مکان دیگر متصل یا جدا می‌کند و موجب اتصال و پیوستگی کالبدی فضاها با یکدیگر است (میرزایی، ۱۳۹۴: ۲). به طور کلی پیوستگی فضایی به ۳ زیرمجموعه «پیوستگی بصری»، «پیوستگی ساختاری»، و «پیوستگی بصری-ساختاری»، قابل تقسیم است: (۱) پیوستگی بصری (شفافیت)؛ گسترش ارتباط بصری فضاها از طریق اضمحلال جداره‌ها به کمک

سبک سازی. ۲) پیوستگی ساختاری (تداوم فضا): تبدیل تدریجی و پیوسته فضایی به فضای دیگر و عدم روبه‌روی با قطع فضایی به کمک مفاصل و گذرها. و ۳) پیوستگی بصری-ساختاری (۵ شایشی): شکل‌گیری فضاهایی نو یک هسته مرکزی، عقب‌نشینی جداره‌ها و بسط هندسی فضا. بدین صورت که مرز میان ۲ فضا از میان رفته و ضمن ادغام حداکثری، بیشترین میزان شفافیت نیز حاصل می‌گردد.

❖ **کیفیت نفوذپذیری:** نفوذپذیری از جمله موضوعاتی است که طراح شهری سعی دارد تا با پرداختن به آن ضمن تحقق بخشیدن به اهداف خود، به ارتقاء کیفیت محیط نیز کمک نماید و می‌تواند بر امکان رفتن یا رفتن کاربران محیط از فضایی به فضایی دیگر تأثیر بگذارد (Johnson, Bowers, 2010: 91). در تعریف نفوذپذیری، باید آن را به‌عنوان حدی از قدرت انتخاب که یک محیط به مردم می‌دهد تا بدان طریق از مکانی به مکان دیگر بروند، بیان داشت و آن به‌عنوان یک شاخص محوری در محیط مطرح می‌شود گرچه نفوذپذیری و دسترسی مستقل از هم نیستند و شاید نفوذپذیری جزئی از دسترسی پنداشته شود (بتلی، ۱۳۹۸: ۵۳)، باین حال محوریت بررسی در نفوذپذیری؛ بافت‌های شهری و در دسترسی؛ انسان یا پدیده دسترسی گیرنده است (Marshall, 2005: 21).

❖ **کیفیت انسجام فضایی:** انسجام فضایی همواره از اساسی‌ترین کیفیت‌های ساختاری و از اصول و مفاهیم محوری در شهرها بوده است. شبکه منسجم فضاهای شهری، ساختار یکپارچه سازمان فضایی یک شهر یا مجموعه را نشان می‌دهد که در آن نه تنها پیوند و اتصال فرم و عملکرد فضاها مدنظر است، بلکه معنا نیز جایگاه خود را در ل یک سیستم پیچیده شهری پیدا می‌کند. جهت ایجاد انسجام بین فضاهای شهری و یا فضای شهری با کل پیچیده خود، شاخصه‌های انسجام فضایی باید به‌کار گرفته شود که عبارتند از: تخلخل، خوانایی مرزها، امتزاج، تنوع و گوناگونی، پیوستگی، سازمان‌دهی، سلسله‌مراتب، وابستگی درونی، تجربه‌پذیری و میزان اتصالات (روشنی و دیگران، ۱۳۹۶: ۳۶).

❖ **کیفیت خوانایی:** خوانایی کیفیتی از محیط است که موجب وضوح بخشیدن به فضای شهری شده و باعث می‌شود که سیمای شهر بهتر به ذهن سپرده شود و قابلیت درک محیط توسط کاربر را بیان می‌کند (بی‌نیاز، حنایی، ۱۳۹۶: ۱۹). از منظر صاحب‌نظران خوانایی اصل اساسی در طراحی شهری است که مشخص می‌کند چگونه محیط شهری ساخته شده سازمان‌دهی شود تا تصویر ذهنی، یکپارچگی و نمایانی بافت برقرار گردد. همچنین کیفیت خوانایی وابسته به وضوح، ادراک سادگی، پیوستگی، وحدت و توانایی درک تمامی این کیفیت‌ها در یک ساختار است (Mahdzar, Safari, 2014: 2).

❖ **کیفیت دسترسی:** قابلیت دسترسی ملموس‌ترین شکل از کیفیت فضایی است که کاهش کیفیت انسجام فضایی در مقیاس کل و محلی، قابلیت دسترسی به فضا و نحوه رسیدن به آن را به طرز چشمگیری کاهش می‌دهد (سلطانی‌فرد، صابری‌کاریزی، ۱۳۹۷: ۳۲). از طرفی قابلیت دسترسی به فضاهای شهری به ابعاد مختلفی از جمله بعد هندسی شهر یا نوع فضای شهری مرتبط می‌باشد

(Nicholls, 2001: 202). یک فضای شهری باید برای تمامی افراد با هر سطح درآمد و پایگاه اجتماعی و با هر محدودیت فیزیکی، در دسترس باشد (دبده و دیگران، ۱۴۰۳: ۲۳۵-۲۱۳). این فضاها بایستی طوری باشند که به‌طور مساوی مورد استفاده کاربران آن قرار گیرند (Harnik, 2003: 19). همچنین فضایی در دیدگاه صاحب‌نظران مختلف و در ابعاد و ویژگی‌های گوناگون و متعدد مطرح شده است. خان^۱ و دیگران (۲۰۱۳ میلادی)؛ کیفیت فضایی را مفهومی چندبعدی و به‌عبارتی تجربه‌گرا عنوان کرده‌اند که دارای ویژگی‌هایی «راحتی»، «مقیاس انسانی»، «تنوع»، «پیچیدگی»، «همه‌شمولی»، «معنادای»، «فهم‌پذیری»، «پیوند و انسجام»، «سازگاری»، «ایمنی و امنیت»، «شفافیت» و «رمز و راز». کرمونا^۲ (۲۰۱۴ میلادی)؛ عوامل تأثیرگذار بر کیفیت فضایی را به‌عبارت سهیم کرده شامل ریخت‌شناسی (به‌مانند الگوی کالبدی و معابر)، ادراکی (مثل تصویر ذهنی)، اجتماعی (با کیفیاتی مانند همه‌شمول بودن فضا)، بصری (همانند کیفیت‌های زیبایی‌شناختی)، عملکردی (مثل اختلاط کاربری‌ها) و زمان می‌باشند. کزلوا و کزلوا^۳ (۲۰۱۸ میلادی)، کیفیت فضایی را با ۱۰ شاخص کیفی قابل سنجش می‌داند که عبارت‌انداز: «ایمنی»، «مقیاس انسانی»، «قانونی بودن»، «استمرار پذیری»، «انعطاف‌پذیری»، «تعامل‌پذیری»، «هویت»، «طرح اولیه»، «چندعملکردی» و «قابلیت سکونت». در این بین، یکی از رویکردهای جامع سنجش کیفیت فضایی، «PPS» می‌باشد. این رویکرد، فضاها را از نظر دسترسی و پیوندها، راحتی و تصویر، کاربری و فعالیت‌ها و مفاهیم جامعه‌پذیری ارزیابی می‌کند و در آن کیفیت فضاها به‌عنوان یک محیط فرهنگی-اجتماعی براساس حرکت کاربر و پیامدهای آن درک می‌شود (PPS, 2019: 2). در این رویکرد سنجش کیفیت فضاها به ۲ صورت انجام می‌شود، یک رویکرد عینی مبتنی بر شاخص‌های قابل مشاهده و اندازه‌گیری و یک رویکرد ذهنی ادراک کاربران فضا (حسینی‌کیا و دیگران، ۱۴۰۳: ۸۳). باتوجه به جامعیت رویکرد «PPS»، در سنجش کیفیت فضایی بادر نظرگیری دیدگاه‌ها و نظریات مختلف و همچنین بهره‌مندی از روش آمیخته (کیفی-کمی)، رویکرد حاکم بر تحقیق حاضر «PPS» می‌باشد.

۲-۲- پیشینه پژوهش

طی سالیان اخیر، در راستای کیفیت فضایی مطالعات و پژوهش‌های مختلفی در حوزه معماری، طراحی شهری و شهرسازی انجام گرفته است. بررسی پیشینه در این زمینه نشان می‌دهد که عدم بررسی رویکرد سنتی و معاصر در کیفیت فضایی خلأ پژوهش‌های گذشته و جنبش‌های اجتماعی و نوآوری پژوهش حاضر تلقی می‌گردد. رضا سامه، در مطالعه‌ای تحت‌عنوان «تأملی بر مفهوم «کیفیت»، در معماری»؛ به این نتایج دست یافته است که مفهوم متداول «کیفیت»، در معماری را در ۳ سته (کیفیت ساختاری و عملکردی)، (کیفیت محیطی و فضایی)، و نیز سطحی مو سوم به (کیفیت بی‌نام)، در ادبیات موضوع مشاهده کرد که

¹ Khan

² Carmona

³ Koslova & Koslov

در یک جمع‌بندی معماری در ۴ ساحت به جست‌وجوی کیفیت خواهد پرداخت: معماری به دنبال ایجاد کیفیت کالبدی، معماری در پی احراز کیفیت محیطی، معماری در اندیشه ارتقای کیفیت فضایی و معماری در خدمت اعتلای کیفیت معنایی (سامه، ۱۳۹۷: ۶۴-۴۴). نیلا پژوهنده، اسماعیل شیعه و مریم معینی‌فر، در پژوهشی تحت عنوان «تبیین معیارهای کلیدی فرایند شکل‌گیری کیفیت فضایی یکپارچه در فضاهای عمومی شهری (مطالعه موردی: منطقه ۵ شهرداری تهران)»؛ پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که به‌طور کلی شکل‌گیری کیفیت مطلوب فضایی در فضاهای عمومی شهری در منطقه ۵ شهرداری تهران، مبتنی بر توجه به مؤلفه‌های ۵ گانه کالبدی، عملکردی، زیست‌محیطی، اجتماعی و معنایی است (پژوهنده، شیعه، معینی‌فر، ۱۴۰۱: ۳۴-۱۷). حسینی‌کیا و دیگران، در پژوهشی با عنوان «تحلیل تطبیقی در سنجش کیفیت فضایی بازار تبریز مبتنی بر نحو فضایی و ماتریس PPS (نمونه مورد مطالعه: بازار تبریز)»؛ و یافته‌اند که در مقایسه با چیدمان فضا که تحرک و نحوه حرکت کاربران در بازار تبریز را با شاخص‌های موفولوژیک تعیین می‌کند. «PPS»، بادر نظر گرفتن عوامل انسانی، وضعیت زندگی در فضاهای بازار را بهتر آشکار می‌کند. همچنین ترکیب این دو روش می‌تواند رویکرد جایگزین جدیدی برای نتایج جامع و قابل اعتماد در سنجش کیفیت فضاها ارائه دهد (حسینی‌کیا و دیگران، ۱۴۰۳: ۱۱-۶۹). کوان کوان روئی و هویشان چنگ، در پژوهشی تحت عنوان «کمی‌سازی کیفیت فضایی خیابان‌های شهری با تصاویر نمای خیابان باز، نمونه مطالعه منطقه مرکزی شهر فوژو»؛ در چین را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که کیفیت کلی منظر خیابان مرکز شهر فوژو بالا بوده و شهروندان از حضور در این خیابان احساس رضایت داشته‌اند (Rui, Cheng, 2023: 1-11). بیکسینگ دوان، دالو و لانچون بیاندر، پژوهشی با عنوان «روش جدید ارزیابی کیفیت فضایی برای مناطق جدید، نمونه مطالعه مناطق های‌دیان و چائویانگ در پکن»؛ پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که سرزندگی شهری، حیات اجتماعی و نشاط اقتصادی از عوامل اصلی دستیابی به کیفیت فضایی در مناطق جدید به‌شمار می‌روند (Duan, Lu, Bian, 2024: 1288-1307). گائو و دیگران، در پژوهشی با عنوان «از پیاده‌روی تا ایستادن: تأثیر کیفیت‌های فضایی بر تفکیک اجتماعی-فضایی در مناطق جدید»؛ به این نتایج دست یافته‌اند که طراحی خوب فضایی، به‌مانند تنوع بصری، فضای سبز و عملکردها در ابعاد مختلف پیاده‌روی و ایستادن موجب تفکیک اجتماعی-فضایی در مناطق جدید خواهد گردید (Gao et al., 2024: 1-17). و نیز اودرون هلن هاگن، در پژوهشی تحت عنوان «رابطه مرکز شهر با محیط پیرامون: هم‌بستگی بین ساختارهای فضایی شهری و دفعات بازدید ساکنان از مرکز شهر در شهرهای نوژ»، به این نتایج رسیده‌اند که هم‌بستگی و پیوند فضایی مراکز شهری با محیط پیرامون موجب جذابیت بیشتر مراکز شهری می‌گردد (Hagen, 2025: 1-26).

۳- روش‌شناسی

روش تحقیق در مطالعه حاضر آمیخته باهدف کاربردی و ماهیت توصیفی-تحلیلی می‌باشد. به‌طور کلی می‌توان گفت که روش آمیخته شامل ترکیبی از روش‌های تحقیق کیفی و کمی در یک تبیین واحد باهدف

پاسخ‌گویی به مسائل پیچیده است (Fetters et al., 2013: 2135; Loft et al., 2018: 3). در این مقوله، ابتدا از طریق مطالعات اسنادی شاخص‌های سنجش کیفیت فضایی (باتاکیدر رویکرد "PPS")، استخراج شده و سپس با استفاده از مشاهدات میدانی و پرسش‌گری از مخاطبان داده‌های مورد نیاز گردآوری شده است. همچنین به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها علاوه بر بهره‌مندی از ماتریس کیفی "PPS"، از مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار "AMOS"، استفاده شده است. قابل ذکر است که جامعه آماری پژوهش شامل مخاطبان (کاربران)، بازار سنتی و بازار ایران مال تهران می‌باشد که با توجه به مشخص نبودن تعداد حجم جامعه آماری از فرمول کوهن در سطح اطمینان ۹۵ درصد برای تعیین حجم نمونه استفاده شده است.

❖ فرمول کوهن؛

$$n = \frac{z^2 S^2}{d^2}$$

در این فرمول (Z)، یک مقدار ثابت است که به فاصله اطمینان و سطح خطا (α)، بستگی دارد. با توجه به تعیین فاصله اطمینان ۹۵ درصد بنابراین (d)، برابر ۰/۰۵ و (Z)، برابر با ۱/۹۶ می‌باشد. (S)، نیز واریانس نمونه اولیه می‌باشد که با پرسش‌گری از ۲۰ نمونه اولیه از حجم نمونه به دست می‌آید. بر مبنای محاسبات صورت گرفته واریانس نمونه اولیه برای بازار سنتی ۰/۲۵۵ و بازار ایران مال ۰/۲۳۹ به دست آمده و با جاگذاری در فرمول فوق حجم نمونه گروه اول ۱۰۰ و گروه دوم ۸۸ نفر برآورد شده که روش دسترسی به این حجم نمونه بر مبنای روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بوده است.

تعیین تعداد حجم نمونه بازار سنتی تهران؛ $(n = (3.8416 \times 0.0650) \div 0.0025 = 100)$

تعیین تعداد حجم نمونه بازار ایران مال تهران؛ $(n = (3.8416 \times 0.0572) \div 0.0025 = 88)$

همچنین شاخص‌های سنجش کیفیت فضایی (باتاکیدر رویکرد "PPS")، بر پایه (جدول ۱)، می‌باشد.

جدول ۱. شاخص‌های سنجش کیفیت فضایی در رویکرد "PPS" - (مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳)

شاخص‌های اصلی	شاخص‌های فرعی
راحتی و تصویر CI	امنیت CI1، جذابیت CI2، خوانایی CI3، هویت‌مندی CI4، پاکیزگی CI5، میلان CI6، زیبایی‌شناختی CI7.
کاربری و فعالیت UA	تنوع عملکردها UA1، اختلاط کاربری‌ها UA2، پایداری عملکردی UA3، تأکید بر مقیاس انسانی UA4.
دسترسی و پیوند AL	گسترش ارتباط بصری فضاها AL1، عدم روبه‌روی با قطع فضایی AL2، نفوذپذیری و دسترسی AL3، انسجام و پیوستگی فضایی AL4.
جامعه‌پذیری S	حس و تعلق به فضا S1، تنوع فعالیت اجتماعی S2، همه‌شمولی S3.

۴ یافته‌های پژوهشی

۴-۱- معرفی گستره مورد پژوهی

بازار سنتی تهران با مساحت حدود ۱۰۵ هکتاری در منطقه ۱۲ قرار دارد و انواع کالاهای مورد نیاز را عرضه می‌کند. این بازار در دوران قاجاریه و در زمان ناصرالدین شاه ساخته شده است. برخی از مورخین تاریخ اصلی تأسیس بازار را مربوط به دوران شاه طهماسب صفوی می‌دانند. این افراد معتقدند بازار اصلی از

دوران صفوی وجود داشته و روباز بوده است. در دوران قاجار این بازار مسقف شد و به شکل امروزی درآمد. بازار تهران در طول سال‌ها تغییرات زیادی همراه با تحولات و جنبش‌های اجتماعی داشته است، اما بخش‌هایی از آن همچنان معماری سنتی خود را حفظ کرده و تصویری از بازارهای قدیمی ایران را به نمایش می‌گذارد. مجموعه بزرگ ایران مال نیز به‌عنوان یک منطقه گردشگری در شمال غربی تهران در منطقه ۲۲ واقع شده است. ایران مال به واسطه سرمایه‌گذاری کلان بانک آینده توسعه یافت. بانک آینده از ادغام چند مؤسسه مالی در سال ۱۳۹۱ خورشیدی به وجود آمد و یکی از پروژه‌های بزرگش همین ساخت و توسعه ایران مال بوده است. این مرکز بزرگ تجاری و تفریحی نه تنها برای خرید بلکه به‌عنوان جاذبه‌ای گردشگری در تهران محسوب می‌شود. این بازار که در نزدیکی دریاچه چیتگر قرار دارد، مساحتی حدود ۱/۷ میلیون مترمربع را دربرمی‌گیرد و به بزرگترین مرکز خرید جهان تبدیل شده است. معماری بازار بزرگ ایران مال به گونه‌ای است که ابتدا فضاهای مدرن و خاص اروپایی را در ذهن تداعی می‌کند چراکه از بیرون ساختمانی ساخته شده از سنگ و شیشه مشاهده می‌شود. با ورود به این مجموعه رهین، مجموعه‌ای از معماری‌های اصیل و سنتی ایرانی و اسلامی نمایان می‌گردد.

۴-۲- بحث و یافته‌ها

۴-۲-۱- ارزیابی کیفی کیفیت فضایی در بازار سنتی و بازار ایران مال تهران

در روش "PPS"، ابتدا به بررسی کیفی شاخص‌های کیفیت فضایی با توجه به مشاهدات میدانی و مصاحبه با کاربران پرداخته می‌شود. برپایه (جدول ۲)، نتایج حاصل از ماتریس کیفی "PPS"، ارائه شده است.

جدول ۲: ارزیابی کیفیت فضایی بر مبنای مشاهدات میدانی و مصاحبه با کاربران - (مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳)

شاخص‌ها	مراکز	نتایج
راحتی و تصویر	بازار سنتی	ساختار بازار سنتی تهران به گونه‌ای است که از منظر زیبایی‌شناختی و هویت‌مندی بر مبنای معماری و شهرسازی بومی و سنتی و همچنین جذابیت و خوانایی در شرایط مطلوبی قرار دارد.
	بازار ایران مال	معماری مدرن و سنتی بازار ایران مال موجب شده است که شاخص‌های هویت‌مندی و زیبایی‌شناختی بر مبنای الگوهای معماری متنوع بومی و مدرن مطلوب باشد. هر چند خوانایی در این مرکز نیز بالا می‌باشد.
کاربری و فعالیت	بازار سنتی	بازار سنتی از منظر تنوع عملکردها، اختلاط کاربری‌ها، پایداری عملکردی و تأکید بر مقیاس انسانی در شرایط مطلوبی قرار دارد. این موارد موجب پایداری و ماندگاری این بنا در ادوار مختلف تاریخی گردیده است.
	بازار ایران مال	اختلاط کاربری‌ها و تنوع عملکردی در این مرکز بالا بوده، باین حال، پایداری عملکردی قابل مشاهده نمی‌باشد و تغییرات گسترده‌ای در عملکردها در سال‌های اخیر رخ داده است. همچنین اقتضای شدن فضا موجب کاهش تأکید بر مقیاس انسانی گردیده است.
دسترسی و پیوند	بازار سنتی	بازار سنتی از ارتباط بصری مناسب فضاها، عدم روبه‌روی با قطع فضایی، نفوذپذیری و دسترسی مناسب و همچنین از سجام و پیوستگی فضایی در ابعاد مختلف عملکردی و معماری برخوردار است. به عبارتی پیوند و ارتباط مناسب بین ابعاد مختلف بازار قابل مشاهده است.
	بازار ایران مال	در مرکز خرید بوستان ارتباطات بصری با توجه به یکنواختی معماری در وضعیت مناسبی قرار ندارد. باین حال، دسترسی و پیوند در این مرکز مطلوب می‌باشد.
جامعه‌پذیری	بازار سنتی	حس و تعلق به فضا، تنوع فعالیت اجتماعی و هم‌شمولی در بازار تهران مطلوب می‌باشد.
	مرکز خرید بوستان	با توجه به ساختار معماری مدرن و همچنین محدودیت فضا، حس و تعلق به فضا و تنوع فعالیت اجتماعی در این مرکز مناسب نبوده است. باین حال، بر مبنای تنوع عملکردی هم‌شمولی در این مرکز مطلوب می‌باشد.

۴-۲-۲- سنجش کیفیت فضایی برمبنای ادراکات کاربران (مخاطبان)؛ نمود اجتماعی-فرهنگی

به منظور سنجش کیفیت فضایی بازارسنتی و بازار ایران مال تهران برمبنای ادراکات کاربران و نمود اجتماعی-فرهنگی از مدل سازی معادلات ساختاری در نرم افزار "AMOS"، گرافیک استفاده شده است. برای این منظور ابتدا ارتباط ساختاری جزئی برای این رابطه و سپس صورت کلی و نهایی آن مورد بررسی قرار می گیرد. ارتباط ساختاری جزئی یا درونی به ارزیابی ارتباط ساختاری ناشی از میزان تحقق متغیرهای راحتی و تصویر، کاربری و فعالیت، دسترسی و پیوند و جامعه پذیری به عنوان متغیر مستقل بر تحقق کیفیت فضایی در این مراکز به عنوان متغیر وابسته بوده که برای ورود به بحث کلی و نهایی ابتدا مورد آزمون جداگانه قرار گرفته است برپایه (جدول ۳).

جدول ۳. تحلیل پایایی تبیینی متغیر مستقل و وابسته در مدل سازی معادلات ساختاری- (مأخذ: یافته های پژوهش، ۱۴۰۳)

متغیرها	CR	AVE	CA	SQ	CI	UA	AL	S
بازار سنتی								
کیفیت فضایی SQ	۰/۷۱	۰/۶۳۲	۰/۷۸	۰/۸۱۹	-	-	-	-
راحتی و تصویر CI	۰/۷۳	۰/۶۴۴	۰/۷۷	*۰/۶۳۲	۰/۸۰۷	-	-	-
کاربری و فعالیت UA	۰/۷۵	۰/۶۶۲	۰/۷۴	*۰/۵۸۴	*۰/۶۳۹	۰/۷۹۳	-	-
دسترسی و پیوند AL	۰/۷۶	۰/۶۷۵	۰/۷۲	*۰/۶۰۲	*۰/۶۱۵	*۰/۵۴۶	۰/۷۸۸	-
جامعه پذیری S	۰/۷۹	۰/۶۸۳	۰/۷۱	*۰/۶۷۱	*۰/۵۷۷	*۰/۶۰۴	*۰/۶۵۱	۰/۷۶۴
متغیرها	CR	AVE	CA	SQ	CI	UA	AL	S
مرکز خرید بوستان								
کیفیت فضایی SQ	۰/۷۲	۰/۶۱۸	۰/۸۱	۰/۸۰۳	-	-	-	-
راحتی و تصویر CI	۰/۷۴	۰/۶۲۹	۰/۷۸	*۰/۶۳۹	۰/۷۸۲	-	-	-
کاربری و فعالیت UA	۰/۷۶	۰/۶۳۳	۰/۷۶	*۰/۶۱۷	*۰/۶۲۵	۰/۷۵۵	-	-
دسترسی و پیوند AL	۰/۷۹	۰/۶۴۷	۰/۷۳	*۰/۵۹۹	*۰/۵۸۲	*۰/۶۷۳	۰/۷۴۹	-
جامعه پذیری S	۰/۸۳	۰/۶۵۱	۰/۷۱	*۰/۶۳۴	*۰/۶۰۹	*۰/۵۶۴	*۰/۶۳۷	۰/۷۳۹

*p < 0.05.

ورود عوامل تبیین کننده ارتباط ساختاری برای ارزیابی میزان تحقق متغیرهای راحتی و تصویر، کاربری و فعالیت، دسترسی و پیوند و جامعه پذیری و به تبع آن تحقق کیفیت فضایی بازارسنتی و بازار ایران مال تهران نشان می دهد میزان پایایی ترکیبی (CR)، و ضریب پایایی (CA)، به دست آمده بیش از ۰/۷ و میزان میانگین واریانس استخراج شده (AVE)، که در قطر خطی مشخص شده بیش از ۰/۶ می باشد. همچنین همبستگی متغیرهای تحقیق که با رنگ تیره مشخص گردیده است برای بازار سنتی در بازه ۰/۷۵ تا ۰/۸۳ و برای بازار ایران مال در بازه ۰/۷۸ تا ۰/۸۵ بوده که ورود عوامل را برای سنجش کیفیت فضایی به میزان قابل ملاحظه ای تشریح می کند.

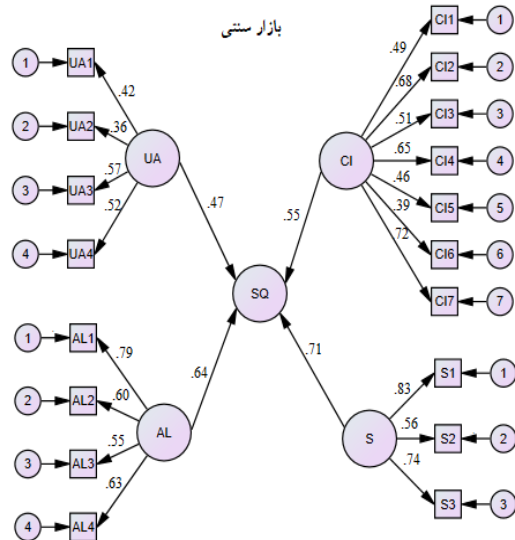
مهمترین سنجه های شکل دهنده آماری در ساختار عاملی تأییدی سنجه های دو یا کای اسکور (χ^2)، نسبت کای اسکور بر درجه آزادی، شاخص برازش تطبیقی (CFI)، و شاخص برازش افزایشی (IFI)، و در نهایت ریشه ی میانگین مربعات تقریبی (RMSEA)، می باشد. این سنجه ها دارای مقدار معینی بوده که تحلیل را معنادار ساخته و به تشریح ارتباط ساختاری متغیرهای به دست آمده می پردازد. به علت متورم شدن

میزان کای اسکور در نمونه‌های تحلیلی، اکثر تحلیل‌گران از نسبت کای اسکور بر درجه آزادی استفاده می‌کنند که نمونه‌های دقیق تحلیل شده برای شناسایی ساختار را به دست می‌دهد. مقدار این نسبت باید ترکیب نیمی از داده‌ها را دربر گیرد. به‌دیگر سخن نباید کمتر از دو باشد تا بتوان به معناداری داده‌های به‌کار رفته اطمینان داشت. نتایج تحلیل ساختار ارتباطی متغیرهای شناسایی شده در این سنجش نشان از قابل قبول بودن آن دارد. شاخص‌های برازش تطبیقی و افزایشی مطابق با استانداردهای آماری تعیین شده هرچه به سمت ۱ میل کنند برازش از سطح نکویی بالایی برخوردار خواهد بود. نتایج این ۲ شاخص برای متغیرها و تبیین ارتباط ساختاری آن‌ها قابل قبول به‌دست آمده است. شاخص ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد یا "RMSEA"، نیز آخرین سنجش ساختارشناسی در این مرحله است که در الگوهای قابل قبول مقدار ۰/۰۸ یا کمتر دارد. برازش الگوهایی که مقادیر بالاتر از ۰/۱ دارند، ضعیف برآورد می‌شوند. همان‌طور که برپایه (جدول ۴)، مشاهده می‌شود، مقدار این شاخص برای الگوی اندازه‌گیری کمتر از ۰/۰۸ است که نشان‌دهنده برازش مناسب الگوها، توسط داده‌ها است. درنهایت، باتوجه به مطالب یاد شده می‌توان نتیجه گرفت الگوهای اندازه‌گیری برازش خوبی دارند و به‌این معناست که متغیرهای آشکار به‌خوبی می‌توانند متغیرهای پنهان را اندازه‌گیری کنند.

جدول ۴: آماره ساختار عاملی تأییدی ارتباط ساختاری متغیرهای مستقل و وابسته- (مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳)

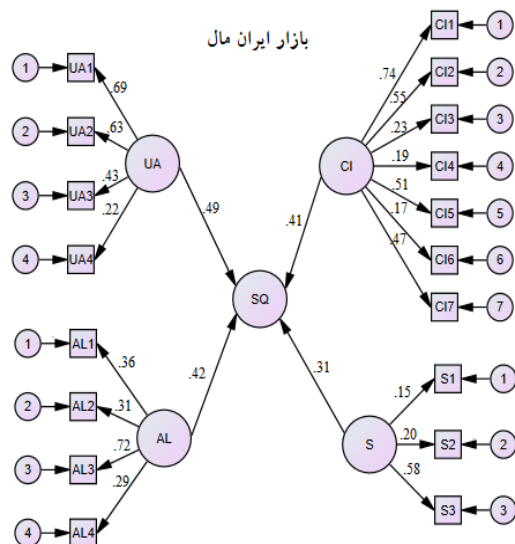
متغیرها	χ^2	df	P	χ^2/df	CFI	IFI	RMSEA
بازارستنی							
کیفیت فضایی	۲۲۹/۶۸	۹۹	۰/۰۰۰	۲/۳۲	۰/۹۳۹	۰/۹۲۵	۰/۰۲
راحتی و تصویر	۲۳۱/۶۶	۹۹	۰/۰۰۰	۲/۳۴	۰/۹۳۶	۰/۹۱۷	۰/۰۲
کاربری و فعالیت	۲۳۶/۶۱	۹۹	۰/۰۰۱	۲/۳۹	۰/۹۳۱	۰/۹۳۴	۰/۰۵
دسترسی و پیوند	۲۳۸/۵۹	۹۹	۰/۰۰۱	۲/۴۱	۰/۹۴۰	۰/۹۰۵	۰/۰۳
جامعه‌پذیری	۲۴۲/۵۵	۹۹	۰/۰۰۰	۲/۴۵	۰/۹۴۲	۰/۹۷۷	۰/۰۵
مرکز خرید بوستان							
کیفیت فضایی	۱۸۸/۷۹	۸۷	۰/۰۰۲	۲/۱۷	۰/۹۱۵	۰/۹۴۷	۰/۰۳
راحتی و تصویر	۱۹۴/۰۱	۸۷	۰/۰۰۰	۲/۲۳	۰/۹۵۲	۰/۹۲۴	۰/۰۴
کاربری و فعالیت	۲۰۰/۹۷	۸۷	۰/۰۰۰	۲/۳۱	۰/۹۳۷	۰/۹۰۷	۰/۰۲
دسترسی و پیوند	۲۰۴/۴۵	۸۷	۰/۰۰۱	۲/۳۵	۰/۹۳۲	۰/۹۳۸	۰/۰۱
جامعه‌پذیری	۲۰۷/۰۶	۸۷	۰/۰۰۲	۲/۳۸	۰/۹۲۲	۰/۹۵۶	۰/۰۵

براساس نتایج به‌دست‌آمده بیشترین تحقق‌پذیری در بین عوامل تبیین‌کننده کیفیت فضایی در بازارستنی تهران مربوط به متغیرهای جامعه‌پذیری، دسترسی و پیوند، راحتی و تصویر و کاربری و فعالیت می‌باشد که به ترتیب ضرایب مستخرج از مدل ساختاری برای هر کدام ۰/۷۱، ۰/۶۴، ۰/۵۵ و ۰/۴۷ است. همچنین در بین متغیرهای فرعی بیشترین تحقق‌پذیری مربوط به متغیرهای حس و تعلق به فضا، گسترش ارتباط بصری فضاها، همه‌شمولی، زیبایی‌شناختی و جذابیت به ترتیب بارزش ۰/۸۳، ۰/۷۹، ۰/۷۴، ۰/۷۲ و ۰/۶۸ می‌باشد برپایه (شکل ۱).



شکل ۱. معماری ساختار ارتباطی عوامل تبیین‌کننده کیفیت فضایی در بازار سنتی تهران- (مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳)

بیشترین تحقق‌پذیری در بین عوامل تبیین‌کننده کیفیت فضایی در بازار ایران مال تهران نیز مربوط به متغیرهای کاربری و فعالیت، دسترسی و پیوند، راحتی و تصویر و جامعه‌پذیری می‌باشد که به ترتیب ضرایب مستخرج از مدل ساختاری برای هر کدام ۰/۴۹، ۰/۴۲، ۰/۴۱ و ۰/۳۱ است. همچنین در بین متغیرهای فرعی بیشترین تحقق‌پذیری مربوط به متغیرهای امنیت، نفوذپذیری و دسترسی، تنوع عملکردها، اختلاط کاربری‌ها و همه‌شمولی به ترتیب با ارزش ۰/۷۴، ۰/۷۲، ۰/۶۹، ۰/۶۳ و ۰/۶۸ می‌باشد برپایه (شکل ۲).



شکل ۲. معماری ساختار ارتباطی عوامل تبیین‌کننده کیفیت فضایی در بازار ایران مال تهران- (مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳)

پس از بررسی و تأیید الگوهای اندازه‌گیری برای آزمون معناداری فرضیه‌ها ۲ شاخص جزئی مقدار بحرانی (P) و به کار گرفته شده است. براساس سطح معناداری ۰/۰۵ مقدار بحرانی می‌بایست بیشتر از ۱/۹۶ باشد، مقدار پارامتر کمتر از این در الگو، با اهمیت شمرده نمی‌شود. همچنین، مقادیر کوچک‌تر از ۰/۰۵ برای مقدار (P)، حاکی از تفاوت معنادار مقدار محاسبه شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح ۹۵ درصد اطمینان است. براساس نتایج مدل مقدار بحرانی برای تمامی متغیرها در بازار سنتی تهران در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار می‌باشد. همچنین در بازار ایران مال تنها متغیر کاربری و فعالیت دارای مقدار بحرانی بالای ۱/۹۶ بوده و ۳ متغیر دیگر در وضعیت مطلوبی نمی‌باشند. به عبارتی در این مرکز خرید کیفیت کاربران از کیفیت راحتی و تصویر، دسترسی و پیوند و جامعه‌پذیری رضایت نداشته‌اند.

جدول ۵. ضریب رگرسیونی و مقادیر شاخص‌های جزئی مربوط به فرضیه‌ها - (مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳)

نتیجه	P	مقدار بحرانی	ضریب رگرسیونی	شاخص‌های کیفیت فضایی	قلمرو و مرکز موردواکاوی
تأیید	۰/۰۰۲	۳/۸۶	۰/۴۹۲	راحتی و تصویر	بازار سنتی
تأیید	۰/۰۰۰	۳/۱۷	۰/۴۲۵	کاربری و فعالیت	
تأیید	۰/۰۰۰	۴/۲۲	۰/۵۹۷	دسترسی و پیوند	
تأیید	۰/۰۰۱	۴/۷۵	۰/۶۷۸	جامعه‌پذیری	
رد	۰/۱۱۹	۱/۰۶	۰/۳۶۴	راحتی و تصویر	بازار ایران مال
تأیید	۰/۰۰۲	۳/۳۹	۰/۴۳۷	کاربری و فعالیت	
رد	۰/۲۰۱	۱/۵۶	۰/۳۷۱	دسترسی و پیوند	
رد	۰/۱۵۴	۰/۹۲	۰/۲۸۵	جامعه‌پذیری	

۵- نتیجه‌گیری

به‌طور خاص، کیفیت فضایی مفهومی است که به‌منظور ارزیابی مطلوبیت فضا از دیدگاه کاربران ادراکات عینی و ذهنی با رویکردی اجتماعی-فرهنگی به کار می‌رود. بررسی‌ها در بازار سنتی تهران نشان می‌دهد که معماری این بنا موجب گردیده تا حس و تعلق به فضا، تنوع فعالیت اجتماعی و همه‌شمولی در آن از یک‌سو و همچنین هویت‌مندی، تنوع عملکردی، تأکید بر مقیاس انسانی، گسترش ارتباط بصری فضاها و پیوندی مناسب بین نوع معماری و عملکردها از سوی دیگر علاوه بر افزایش کیفیت فضایی، پایداری و ماندگاری آن را موجب گردد. در بازار ایران مال تنها عملکردها و کاربری‌ها دارای مطلوبیت بوده است. به عبارتی در این مرکز تنها به شاخص‌های عملکردی فضا توجه شده و اقتصادی شدن فضا موجب کاهش دیگر شاخص‌های کیفیت فضایی گردیده است. در نهایت، نتایج به‌دست‌آمده موارد زیر را نشان می‌دهد.

- ← نخست؛ بازار سنتی تهران از منظر کیفیت فضایی در شرایط مطلوب‌تری از بازار ایران مال قرار دارد.
- ← دوم؛ مراکز تجاری معاصر بیشتر به تنوع عملکردها تأکید دارند و در نظر گرفتن هویت و معماری سنتی در آن‌ها پایین است.
- ← سوم؛ بازارهای سنتی از عملکردهای اجتماعی بالاتری برخوردارند.
- ← چهارم؛ پیوستگی و ارتباط فضایی در بازارهای سنتی بیشتر است.

منابع

- بنتلی، ای.ین. ۱۳۹۸. محیط‌های پاسخ‌ده: **کتابی راهنما برای طراحان**، ترجمه: مصطفی بهزادفر، چاپ دوازدهم، تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.
- بی‌نیاز، فاطمه. حنایی، تکتم. ۱۳۹۶. **باز شنا سی‌سی‌نا صر مؤثر بر خوانایی در ادراک بزرگ سالان**، فصلنامه علمی پژوهشی-مطالعات شهری، دوره ۶ شماره ۲۳، ۱۷-۲۸.
- پژوهنده، نیلا. شیعه، اسماعیل. معینی‌فر، مریم. ۱۴۰۱. **تبیین معیارهای کلیدی فرایند شکل‌گیری کیفیت فضایی یکپارچه در فضاهای عمومی شهری (مطالعه موردی: منطقه پنج شهرداری تهران)**، فصلنامه علمی پژوهشی-هویت شهر، دوره ۱۶، شماره ۴۹، ۱۷-۳۴.
- حسینی کیا، سیدمحمد مهدی. مدقالچی، لیلا. ملکی، آیدا. هاشم‌پور، پریرسا. ۱۴۰۳. **تحلیل تطبیقی در سنجش کیفیت فضایی بازار تبریز مبتنی بر نحو فضایی و ماتریس PPS (نمونه مورد مطالعه: بازار تبریز)**، فصلنامه علمی پژوهشی-برنامه‌ریزی توسعه شهری و منطقه‌ای، دوره ۹، شماره ۲۹، ۶۹-۱۱۱.
- دبدبه، محمد. تقفی‌اصل، آرشد. محمدیان. مهرداد. کوره‌پز حسنعلی‌زاده، رعنا. ۱۴۰۲. **پدیدار شنا سی‌سویه‌های مکانی در بوطیقای فضای معماری داخلی (مورد پژوهی: مجموعه بازار تاریخی تبریز)**، فصلنامه علمی پژوهشی-معماری و محیط‌پایدار، دوره ۱، شماره ۴، ۳۷-۵۴.
- دبدبه، محمد. تقفی‌اصل، آرشد. باقری صیقلانی، بیتا. زینالی، محمد. ۱۴۰۳. **طراحی الگوی چارچوب تحلیلی در فراهم‌سازی شهر آینده‌نگر با رویکرد تبیینی؛ مبتنی بر محیط فرهنگی جامعه محور (گستره واکاوی: کلان شهر تهران بزرگ)**، دوفصلنامه علمی پژوهشی-مطالعات بین‌رشته‌ای در تعالی معماری و شهر سازی، دوره ۳، شماره ۲، ۲۱۳-۲۳۵.
- روشنی، پریرسا. حبیبی، کیومرث. سعیده زرابادی، زهراسادات. ۱۳۹۶. **ارائه الگوی مفهومی انسجام‌بخشی شبکه فضاهای شهری و به‌کارگیری آن در منطقه عتهران**، نشریه علمی پژوهشی-باغ‌نظر، دوره ۱۴، شماره ۴۸، ۴۲-۳۱.
- سامه، رضا. ۱۳۹۷. **تأملی بر مفهوم «کیفیت» در معماری**، دوفصلنامه علمی پژوهشی-اندیشه معماری، دوره ۲، شماره ۳، ۴۴-۶۴.
- سلطانی‌فرد، هادی. صابری‌کاریزی، زهرا. ۱۳۹۷. **بررسی اثرات بیکره‌بندی بر کیفیت فضایی پارک‌های شهری مشهد**، فصلنامه علمی پژوهشی-مطالعات شهری، دوره ۷، شماره ۲۷، ۲۷-۴۰.
- گلستانی، سعید. حجت، عیسی. سعدوندی، مهدی. ۱۳۹۶. **جستاری در مفهوم پیوستگی فضا و روند تحولات آن در مساجد ایران**، فصلنامه علمی پژوهشی-هنرهای زیبا، دوره ۲۲، شماره ۴، ۲۹-۴۴.
- میرزایی، وحید. بمانیان، محمدرضا. صارمی، حمیدرضا. لیلیان، محمدرضا. ۱۳۹۴. **تبیین پیوستگی فضایی معماری و شهر سازی در بازارهای ایرانی (مورد مطالعه بازار تبریز)**، کنفرانس بین‌المللی دستاوردهای نوین پژوهشی در مهندسی عمران معماری شهرسازی. تبریز-ایران.
- Duan, Y., Lu, D., Bian, L. 2024. *New Method Of Evaluating Spatial Quality For Innovation Districts: A Case Study Of Haidian And Chaoyang Districts, Beijing*, Journal Of Frontiers Of Architectural Research, 13(6): 1288-1307.
- Fetters, M.D., Curry, L.A., Creswell, J.W. 2013. *Achieving Integration In Mixed Methods Designs-Principles And Practices*, Journal Of Health Services Research, 48(2): 2134-2156.

- Gao, T., Lim, S., Wong, D.K.H., Schroepfer, T. 2024. *From Walking To Staying: The Impact Of Spatial Qualities On Socio-Spatial Segregation In Innovation Districts*, Journal Of Sustainable Cities And Society, 113 (105688): 1-17.
- Gerike, R., Koszowski, C., Schroter, B., Buehler, R., Schepers, P., Weber, J., Wittwer, R., Jones, P. 2021. *Built Environment Determinants Of Pedestrian Activities And Their Consideration In Urban Street Design*, Journal Of Sustainability, 13(16): 9362.
- Hagen, O.H. 2025. *The Relationship Of The City Centre To Its Surroundings: Correlations Between Urban Spatial Structures And Inhabitants' Frequency Of City-Centre Visits In Four Norwegian Cities*, Journal Of Cities, 156(105499): 1-26.
- Harnik P. 2003. *The Excellent City Park System: What Makes It Great And How To Get There*, The Trust For Public Land Pub, Washington, DC.
- Idziorek, K., Chalana, M. 2019. *Managing Change: Seattle's 21st Century Urban Renaissance*, Journal Of Urbanism: International Research On Placemaking And Urban Sustainability, 12(3): 320-345.
- Johnson, S.D., Bowers, K. 2010. *Permeability And Burglary Risk: Are Culdesacs Safer*, Journal Of Quantitative Criminology, 26(1): 89-111.
- Loft, M.I., Esbensen, B.A., Kirk, K., Pedersen, L., Martinsen, B., Iversen, H., Mathiesen, L.L., Poulsen, I. 2018. *Strengthening The Role And Functions Of Nursing Staff In Inpatient Stroke Rehabilitation: Developing A Complex Intervention Using The Behaviour Change Wheel*, International Journal Of Qualitative Studies In Health And Well-Being, 12(1): 1392218.
- Mahdzar, S., Safari, H. 2014. *Legibility As A Result Of Geometry Space: Analyzing And Comparing Hypothetical Model And Existing Space By Space*, Journal Of Life Science, 8(1): 1-12.
- Marshall, S. 2005. *Street And Pattern*, London And New York: Spon Press.
- Nicholls, S. 2001. *Measuring The Accessibility And Equity Of Public Parks: A Case Study Using GIS*, Journal Of Managing Leisure, 6(4): 201-219.
- Pafka, E., Dovey, K., Aschwanden, G.D. 2018. *Limits Of Space Syntax Sor Urban Design: Axiality, Scale And Sinuosity*, Journal Of Environment And Planning B: Urban Analytics And City Science, 47(3): 508-522.
- PPS (Project For Public Spaces), 2019. *What Makes A Successful Place?*.
- Rui, Q., Cheng, H. 2023. *Quantifying The Spatial Quality Of Urban Streets With Open Street View Images: A Case Study Of The Main Urban Area Of Fuzhou*, Journal Of Ecological Indicators, 156, 111204.
- Schmidt, S., Nemeth, J. 2010. *Space, Place And The City: Emerging Research On Public Space Design And Planning*, Journal Of Urban Design, 15(4): 453-457.
- Tankel, S.B. 2013. *The Importance Of Open Space In The Urban Pattern*, In: Tankel, S.B. (Ed.). RFF Press.
- Urban, L.I. 2015. *Building Healthy Places Toolkit: Strategies For Enhancing Health In The Built Environment*, Urban Land Inst, Washington, DC.