

تأثیر عوامل کالبدی بر سرزندگی فضای عمومی در بازار قیصریه: مطالعه‌ای با رویکرد لاندری در اصفهان

محمد لطیفی*، مهدی محمدخانی**، نغمه علیزاد گوهری***

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۲/۱۶ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۴/۰۶/۲۷

چکیده

سرزندگی شهری یکی از شاخص‌های کلیدی کیفیت فضاهای عمومی است که نقش مهمی در تجربه و رضایت شهروندان دارد. با این حال، در بسیاری از بازارهای سنتی، عوامل کالبدی مؤثر بر سرزندگی به‌طور نظام‌مند شناسایی نشده و این امر خلأ پژوهشی ایجاد کرده است. هدف تحقیق حاضر شناسایی و رتبه‌بندی این عوامل در بازار قیصریه اصفهان بر اساس رویکرد لاندری است. روش پژوهش کمی بوده و داده‌ها از طریق پرسشنامه مبتنی بر مقیاس لیکرت گردآوری شد. پرسشنامه میان شهروندان بازدیدکنندگان توزیع و نتایج با نرم‌افزار SPSS تحلیل گردید. یافته‌ها نشان داد که شاخص‌های «خوانایی» و «امنیت» بیشترین نقش را در ارتقای سرزندگی بازار دارند. خوانایی شامل وضوح طراحی، دسترسی پذیری و قابلیت جهت‌یابی و امنیت مبتنی بر نظارت اجتماعی و احساس ایمنی محیطی است. نتیجه‌گیری آن است که تقویت این دو عامل می‌تواند به‌طور معنادار پویایی و جذابیت بازارهای سنتی را افزایش داده و سرزندگی شهری را ارتقا بخشد.

واژه‌های کلیدی

عوامل کالبدی، سرزندگی، رویکرد لاندری، بازار اصفهان.

* گروه معماری و مرکز تحقیقات گردشگری، معماری و شهرسازی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران (مسئول مکاتبات).

Email: md.latifi@iau.ac.ir

ORCID: 0000-0001-6236-6540

** گروه معارف اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

Email: mehdi.mohammadkhani@iau.ac.ir

ORCID: 0000_0003_3703_2770

*** گروه معماری و مرکز تحقیقات افق‌های نوین در معماری و شهرسازی، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران.

Email: n.alizadgohari@iau.ac.ir

ORCID: 0000-0002-5875-5081

مقدمه

مفهوم «سرزندگی» و «زیست‌پذیری» از دهه ۱۹۷۰ به‌عنوان شاخص‌هایی برای ارزیابی کیفیت فضاهای شهری مطرح شدند، زمانی که توسعه‌های شتابزده منجر به کاهش تعاملات اجتماعی و ضعف حس تعلق به شهر گردید (Jacobs, 1961; Montgomery, 1998). بازارها به عنوان کانون‌های تعاملات اجتماعی و فرهنگی، نقش فراتر از صرفاً اقتصادی داشتند (Hakim, 1986)، اما تغییر در الگوهای حمل‌ونقل و ظهور مراکز خرید جدید موجب تضعیف این جایگاه شد (Kalan & Oliveira, 2014). با این حال، تجربه نشان می‌دهد که مداخلات کالبدی و کارکردی مناسب می‌تواند به احیای سرزندگی بازارها منجر شود (Gehl, 2000). بر این اساس، پژوهش حاضر می‌کوشد تا پاسخ دهد کدام عوامل کالبدی در بازار قیصریه اصفهان، بر اساس رویکرد چارلز لاندری، بیشترین تأثیر را بر سرزندگی فضاهای شهری، از جمله پارک‌ها، بازارها، میدان‌ها و فضاهای عمومی، نقش حیاتی در ایجاد این تعاملات را دارند. این فضاها نه تنها به‌عنوان مکان‌هایی برای استراحت و تفریح عمل می‌کنند، بلکه به تقویت روابط اجتماعی نیز کمک می‌کنند (Silaci & Victova, 2017). برای دستیابی به سرزندگی قابل قبول، ضروری است که این فضاها به گونه‌ای طراحی شوند که تنوع و گوناگونی اجتماعی را با توجه به عوامل محیطی و کالبدی پذیرا باشند.

فضاهای عمومی به عنوان عناصر حیاتی در سیستم عملکرد یک شهر به شمار می‌روند و به ویژه در شهرهایی با تاریخ غنی، می‌توانند به عنوان محلی برای تقویت ارزش‌های فرهنگی و معنایی عمل کنند (Holuj, 2018). لذا فضای شهری سرزنده، فضایی است که تنوعی از افراد، در بازه زمانی گسترده‌ای از زمان، به قصد انجام فعالیت‌های اختیاری در آن حضور می‌یابند؛ حضوری با کمترین سرعت به شکل پیاده، تا امکان تحقق فعالیت‌های اجتماعی برایشان فراهم شود (Gehl, 2016).

از جمله فضای عمومی بازار در شهرهای ایرانی اسلامی به عنوان یکی از مهم‌ترین فضاهای شهری و عناصر کلیدی عملکردی شناخته می‌شود و همواره به عنوان ستون فقرات شهر عمل کرده است. در شهرهای ایرانی پیش از دوران سرمایه‌داری، سایر عناصر شهری به‌طور تنگاتنگ و منسجم با بازار سازماندهی شده بودند و این امر نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای در جنبه‌های کالبدی، اقتصادی، اجتماعی و مذهبی ایفا می‌کرد. در دوره معاصر، رشد سریع شهرها و ظهور شیوه‌های جدید خدمات‌رسانی، استفاده از خودرو و اهمیت دسترسی آسان، تغییراتی در الگوی تفکیک زمین و شکل‌گیری خیابان‌های مستقیم در بافت قدیمی شهر به وجود آورد. این تحولات منجر به تغییر در

شیوه تولید و مصرف شهروندان و پیدایش نمادهای جدید کالبدی و تجاری در کنار خیابان‌های جدید شد. به همین دلیل، ساختار بسیاری از بازارها دچار تحول و در برخی موارد رکود گردید و این مراکز پویای شهری غالباً به فضاهای قدیمی و تاریخی و راکد تبدیل شدند. با این حال، در برخی از شهرهای بزرگ، بازارها توانسته‌اند با ایجاد تغییرات کالبدی در ساختار خود، تا حدی نقش خود را حفظ و احیا نمایند (ایراندوست و اورامانی، ۱۳۹۰).

بررسی منابع نشان می‌دهد که مراکز خرید تاریخی طولانی‌تر از سال ۱۹۵۰ دارند؛ به طوری که در خاورمیانه بازار الحمیدیه، بازار بزرگ اصفهان، مراکز خرید گوسیتی دیور در سنترزبورگ، و بازار آکسفورد تاریخ قدمشان به اوایل قرن هجدهم برمیگردد (Chang, 2015). لذا سرزندگی کالبدی به معنای صفات و خصوصیات است که جسم بنا را از غیر متمایز کرده و شباهت‌ش را با خودی آشکار می‌کند. این صفات تحول و تکامل باشد و نهایتاً به پیدایش یک کل منجر شود. به گفته کوین لینچ اگر بناسط طراحی محیط ساخته شده مفید واقع شود باید قادر باشد از راه اعتلای کیفیت محیط کالبدی، به اعتلای کیفیت زندگی و سرزندگی انسان یاری رساند (Zarin et al., 2015).

پس از نگارش کتاب "مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی" توسط جیکوبز در دهه ۷۰ میلادی، سرزندگی به یکی از نقاط عطف روانشناسی محیطی تبدیل شد و تا سال ۲۰۰۳ حدود ۳۳۰۰ پژوهش در این باب انجام شد (هدایت نژاد کاشی و همکاران، ۱۳۹۸). صاحب نظران در خصوص مقوله سرزندگی پژوهش‌هایی انجام داده‌اند (Chapman, 1996؛ Gehl, 2000؛ Montgomery, 1998)؛ جیکوبز، ۱۳۸۸؛ کریز، ۱۳۸۳؛ کالن، ۱۳۸۷؛ پامیر، ۱۳۹۴؛ لینچ، ۱۳۸۱). محققان داخلی مانند (گلکار، ۱۳۸۶) نیز به این مقوله پرداختند. برخی، سرزندگی را در قالب مقوله پایداری شهری مورد بررسی قرار داده‌اند (Colantonio, 2007). عده‌ای، معادل‌های محیط‌های پاسخ‌ده یا محیط زنده یا فعال را برای آن برشمرده‌اند (Chapman, 1996؛ بنتلی و همکاران، ۱۳۸۲). در برخی تحقیقات، واژه سرزندگی، معادل مفهوم زیست‌پذیری بررسی شده است (ماجدی و بندرآباد، ۱۳۹۳). برخی برای سرزندگی، زیرمعیارهایی معرفی نموده‌اند (Abdul Jin et al., 2017؛ De Koe, 2013؛ Işiklar, 2017)؛ همچنین لاندری (Aziz et al., 2012؛ هدایت نژاد و همکاران، ۱۳۹۸). همچنین لاندری مفهوم سرزندگی را به گونه‌ای متفاوت بررسی کرده ایشان سرزندگی و زیست‌پذیری را مجزا تعریف کرده و با چهار رویکرد عمده به شکل موضوعی به مسئله پرداخته است (Landry, 2000). بنابراین، با تفاوت تعاریف سرزندگی در جوامع مختلف برای روشنفکران، در مطالعاتی

که در زمینه سرزندگی بازارانجام شده، کمتر به انطباق شاخص‌های اندیشمندانی چون چارلز لاندری پرداخته شده است.

لذا در این مطالعه سعی بر آن شد تا ضمن شناسایی عوامل مؤثر بر سرزندگی شهری، از دیدگاه چارلز لاندری، به سنجش آنها در بازار بزرگ اصفهان (قیصریه)، که به عنوان فضای عمومی همه روزه میزبان جمعیت کثیری از شهروندان است، پرداخته شود. هدف این پژوهش، ارائه شواهد علمی برای برنامه‌ریزی و طراحی مداخلات کالبدی مؤثر در بازارهای تاریخی است تا از طریق ارتقای سرزندگی، نقش اجتماعی و اقتصادی این فضاها در بافت شهری معاصر تقویت شود. که در راستای پاسخ به سؤال پژوهش، "کدامیک از عوامل کالبدی در بازار قیصریه اصفهان، با توجه به رویکرد لاندری، بیشترین تأثیر را بر سرزندگی می‌گذارد؟" پرداخته شده. لذا نخست مبانی نظری در ارتباط با دو موضوع بازار اصفهان (قیصریه) و مفهوم سرزندگی شهری شناسایی و سپس شاخص‌های پژوهش بر اساس نظریه چارلز لاندری استخراج و مدل مفهومی پژوهش تدوین شد و براساس تحلیل اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه به بررسی عوامل مؤثر در سرزندگی بازار قیصریه اصفهان پرداخته شده است.

پیشینه تحقیق

تحقیقات مختلف در زمینه سرزندگی شهری، ابعاد و مؤلفه‌های مختلفی را مورد بررسی قرار داده‌اند که به درک بهتر این مفهوم کمک می‌کند. به عنوان مثال در پژوهش خستو و وسعیدی رضوانی به بررسی عوامل مؤثر بر سرزندگی فضاهای شهری پرداخته و تأکید کردند که ایجاد یک فضای شهری سرزنده نیازمند توجه به جذابیت و رضایت شهروندان است. این پژوهش نشان می‌دهد که سرزندگی در سطوح کلان و خرد قابل بررسی است و می‌تواند به توسعه فضاهای عمومی کمک کند (خستو و وسعیدی رضوانی، ۱۳۸۹). همچنین در تحقیق ایزدی و همکاران درباره خیابان بوعلی سینا در همدان، نشان داد که عواملی نظیر امنیت و تنوع استفاده‌کنندگان تأثیر زیادی بر سرزندگی و مردم‌پسندی این خیابان دارند. در این تحقیق، مشخص شد که متغیرهایی مانند در دسترس بودن وسیله نقلیه و پیاده‌محرور بودن، تأثیر کمتری در ارزیابی سرزندگی دارند (ایزدی و همکاران، ۱۳۹۱). در پژوهش حسینی و همکاران برای سنجش ابعاد سرزندگی در فضاهای عمومی کلانشهر تبریز دریافتند که به جز سرزندگی فرهنگی، سایر ابعاد سرزندگی تفاوت معناداری دارند. این نتایج نشان می‌دهد که تحقیق در زمینه سرزندگی شهری همچنان نیازمند توجه به ابعاد مختلف و متنوع است (عارف حسینی و همکاران، ۱۴۰۰). افزون بر این ذکاوت و همکاران نیز در مطالعه‌ای بر روی شهر یاسوج، نشان دادند

که بین ارتقاء سرزندگی و ساماندهی منظر شهری، ارتباطی مثبت و خطی وجود دارد. پیشنهاداتی مانند طراحی مناسب در کف‌سازی و مبلمان شهری می‌تواند به این امر کمک کند (ذکاوت و همکاران، ۱۳۹۹). همچنین در پژوهش ایشیکلار^۱ با عنوان، "سرزندگی شهرها"^۲، سرزندگی شهری را با توجه به تعاریف مختلف ارائه شده توسط چهره‌های شاخصی چون لینچ و جیکوبز بررسی کرده است. معیارهایی همچون تعامل اجتماعی، احساس تعلق و امنیت به عنوان عوامل تعیین‌کننده سرزندگی شهری شناسایی شدند (İşiklar, 2017). در تحقیق، چن^۳ و همکاران به بررسی الگوهای فضایی و زمانی سرزندگی شهری پرداختند و نشان دادند که توزیع فضایی سرزندگی الگوی خوشه‌ای و چند مرکزی دارد. همچنین، تأثیرات مثبتی از ترکیب کاربری زمین و پوشش گیاهی بر سرزندگی شهری در روزهای هفته و آخر هفته مشاهده شد (Chen et al, 2023).

با وجود این گستره مطالعات، نکته قابل توجه آن است که بسیاری از پژوهش‌ها بر فضاهای شهری جدیدتر و خیابان‌ها تمرکز کرده‌اند و کمتر به بازارهای سنتی و تاریخی به عنوان فضای عمومی سرزنده توجه شده است. همچنین، مطالعات پیشین کمتر به تفکیک و تحلیل شاخص‌های سرزندگی بر اساس چارچوب جامع چارلز لاندری پرداخته‌اند، به ویژه در زمینه عوامل کالبدی مؤثر بر سرزندگی بازارهای تاریخی مانند بازار قیصریه اصفهان. این شکاف مفهومی و روشی در تحقیقات پیشین، ضرورت انجام پژوهش حاضر را که در پی بررسی دقیق این عوامل است، برجسته می‌سازد. در ادامه و برای تبیین چارچوب نظری پژوهش، لازم است مفاهیم کلیدی مرتبط با سرزندگی و زیست‌پذیری و همچنین چارچوب نظری چارلز لاندری که یکی از معتبرترین مدل‌ها در این حوزه است، مورد بررسی قرار گیرد. انتخاب این چارچوب به دلیل توجه ویژه آن به ابعاد کالبدی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و نیز قابلیت انطباق آن با بافت بازارهای تاریخی، با اهداف این پژوهش هم‌راستا است.

مبانی نظری

اصطلاح سرزندگی و زیست‌پذیری در شهرسازی نخستین بار در دهه ۱۹۷۰ توسط انجمن علمی و برنامه ریزان آمریکا که تأثیرات توسعه شهری را بر بیگانگی اجتماعی و از دست رفتن حس تعلق به جامعه بررسی می‌کردند، استفاده شد (Shaw, 2004). برای مفهوم سرزندگی، واژگان گوناگونی در غرب وجود دارد که از آنها می‌توان به Liveliness, Vibrancy, Vitality, Viability, Livability اشاره نمود (Vuchic, 1999; Appleyard, 1981). که البته به جز Vitality و Vibrancy سایر لغات، عمدتاً به مفهوم قابلیت زندگی و

و خالقیت هدایت میکند که محرکی برای سرزندگی است و در آن فعالیت خالق تمرکز دارد (خنیفر و همکاران، ۱۳۹۲). نظریه لاندری در خصوص سرزندگی شهری به بررسی رویکردهای عمده به شکل موضوعی پرداخته است. در دسته بندی موضوعی، سرزندگی و زیست پذیری محیطی به رده بندی طراحی اشاره کرده است. در میان این عوامل، «خوانایی» و «امنیت» به عنوان دو شاخص کالبدی کلیدی، نقش تعیین کننده‌ای در ایجاد محیط‌های سرزنده و زیست‌پذیر دارند. لذا در زیر به برخی از نکات کلیدی رویکرد لاندری در خصوص عوامل کالبدی خوانایی و امنیت اشاره می‌شود:

۱. **خوانایی**^۴: خوانایی به معنای قابلیت درک و شناسایی فضای شهری و عملکردهای مختلف آن است. این مفهوم به ساکنان و بازدیدکنندگان کمک می‌کند تا به راحتی در محیط حرکت کنند و از آن استفاده کنند. که منجر می‌شود محیط سرزنده و پویا باشد. در اینجا به جزئیات بیشتر شاخص خوانایی پرداخته می‌شود: طراحی شهری باید به گونه‌ای باشد که افراد بتوانند به طور منطقی مسیرهای مختلف را شناسایی کنند. این شامل تفکیک مناطق و کارکردهای مختلف است؛ مثلاً مناطق مسکونی، تجاری و فرهنگی باید به وضوح از یکدیگر تفکیک شوند/ وجود نقاط مرجع واضح، مانند ساختمان‌های

زیست پذیری نزدیک می‌باشند. لذا در دنیای امروز، سرزندگی شهری به عنوان یک مفهوم جامع و چندبعدی، توجه زیادی را به خود جلب کرده است. این مفهوم فراتر از بُعد محیطی و کالبدی، جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی را نیز در بر می‌گیرد و به رضایت و احساس خوب افراد از فضای شهری در طولانی مدت مربوط می‌شود. سرزندگی شهری نتیجه تعاملات پیچیده‌ای است که بین فضای شهری و جامعه برقرار است (هدایت نژادکاشی و همکاران، ۱۳۹۸).

برای درک بهتر این مفهوم، چارلز لاندری با رویکردی جامع و ساختاریافته، تلاش کرده است سرزندگی و زیست‌پذیری را به صورت مجزا تعریف و معیارهای آن را تبیین نموده است. چارلز لاندری سرزندگی و زیست پذیری را مجزا تعریف کرده و با چهار رویکرد عمده به شکل موضوعی به مسئله پرداخته است (جدول ۱). او نه معیار مؤثر را برای شناسایی یک شهر سرزنده برمی‌شمارد: تراکم مفیدافراد، تنوع، دسترسی، ایمنی و امنیت، هویت و تمایز، خلاقیت، ارتباط و تشریک مساعی، ظرفیت سازمانی و رقابت. او نسبت به افراد دیگر با دید جامع تری سرزندگی شهر را به شکل موضوعی بررسی و به عمده عوامل مؤثر بر آنها اشاره کرده است (رخشانی نسب و رشیدیان، ۱۳۹۶). چارلز لاندری سرزندگی را قدرت خام و انرژی شهر میدانند که باعث تمرکز میشود و شهر را به سمت هدفی برای زنده ماندن

جدول ۱. انواع سرزندگی و زیست پذیری از دیدگاه چارلز لاندری (مأخذ: Landry, 2000)

Table 1. Types of vitality and livability from Charles Landry's perspective (Source: Landry, 2000)

انواع سرزندگی و زیست پذیری	۱- سرزندگی اقتصادی: توسط سطوح اشتغال، درآمد خالص و استانداردهای زندگی مردم در یک منطقه تحت بررسی، شمار سالیانه گردشگران عملکرد خرده فروشی ها، ارزش زمین و دارایی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.	زیست پذیری: خود اکتفایی بلندمدت، پایداری، سازگاری انطباق پذیره و خوداحیایی سرزندگی: سطوح فعالیت، استفاده و مشارکت، تعاملات، ارتباطات مبادلات و معاملات و سطوح نمایش (چگونگی تظاهر فعالیتها و تعاملات در جهان بیرونی)
	۲- سرزندگی اجتماعی: به وسیله سطوح فعالیت ها و تعاملات اجتماعی به علاوه ماهیت ارتباطات اجتماعی سنجیده می‌شود. یک شهر سرزنده و زیست پذیر به لحاظ اجتماعی می‌تواند به واسطه سطوح پایین محرومیت، پیوستگی اجتماعی قوی، ارتباطات خوب و پویایی میان لایه های اجتماعی روحیه جمعی و غرور مدنی، دامنه وسیعی از شیوه های زندگی، روابط موزون و یک جامعه شهری باطراوات توصیف شود.	
	۳- سرزندگی و زیست پذیری محیطی: دو جنبه را دربر میگیرد. اول 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 جنبه دوم، طراحی است که متغیرهایی مانند خوانایی، حس مکان، تمایز معمارانه، اتصال و ارتباط بخش های مختلف شهر، کیفیت روشنایی و اینکه محیط شهری تا چه حد دوستانه، امن و به لحاظ روان شناسی نزدیک شدنی است را دربر می‌گیرد.	
	۴- سرزندگی و زیست پذیری فرهنگی: در برگزیده بقاء، احترام و تجلیل از شهر و مردمانش، هویت خاطرات، سنت، جشنهای اجتماعی، تولید، توزیع و مصرف محصولات دست بشر و نشانه هایی است که بیانگر ماهیت متمایز شهر می باشد است.	

اجتماعی شهر دارد. لذا عناصر ساختاری بازار قیصریه اصفهان در ادامه توضیح داده شده است.

راسته: راسته‌ها در بازار قیصریه اصفهان، معمولاً دارای بیش از یک طبقه هستند. مهم‌ترین راسته بازار اصفهان، راسته طراحی شده ضرابخانه یا قیصریه است که عرض آن حدود ۶/۵ متر می‌باشد. در کنار این راسته، بازارهای دیگری مانند بازار دارالشفاء، بازار در باغ، بازار نیم‌آورد و بازار مخلص وجود دارند که عرض آن‌ها حدود ۵ متر و ارتفاعی تقریباً ۱۱ متر دارند. نسبت عرض به ارتفاع در این بازارها تقریباً ۱ به ۲ است، که نشان‌دهنده طراحی متناسب و کارآمد این فضاهاست.

دالان: دالان به راسته‌های فرعی بازار اطلاق می‌شود که توسط دالان‌های دو در از دیگر راسته‌ها جدا می‌شوند. این دالان‌ها معمولاً خلوت‌تر از راسته‌های اصلی هستند و هیاهوی آن‌ها را ندارند، که فضایی آرام‌تر و دلپذیرتر برای بازدیدکنندگان فراهم می‌آورد.

حجره یا دکان: ساده‌ترین و اساسی‌ترین عنصر تجاری در بازار است. در بازار بزرگ اصفهان، دکان‌هایی در دو طبقه وجود دارد که دکان‌های طبقه فوقانی معمولاً برای مشاغلی استفاده می‌شوند که مراجعه‌کنندگان کمتری دارند.

چهارسوق: چهارسوق‌ها در بازار قیصریه اصفهان به‌ویژه در بازار ضرابخانه، نقشی حیاتی ایفا می‌کنند. یکی از بزرگ‌ترین آن‌ها، چهارسوق قیصریه است که با ارتفاعی حدود ۲۱ متر، فضای وسیعی برای مکث و استراحت فراهم می‌آورد. این گشایش عظیم، علاوه بر اتصال دو راسته اصلی بازار، شامل حجره‌های کوچکی است که به تداوم حرکت بازار کمک می‌کند. چهارسوق‌ها در بازار اصفهان به دو صورت دیده می‌شوند: نخست، در محل تلاقی دو راسته، مانند چهارسوق چیت‌سازها و زرگرها، و دوم، به‌عنوان فضایی با ارزش در کنار راسته اصلی که امکان ایجاد مکث فضایی را فراهم می‌آورد، مانند چهارسوق قیصریه و چهارسوق ساروتقی.

سرا: سرا در بازار به فضایی اطلاق می‌شود که به‌عنوان واحد تجاری یا محل استراحت برای بازرگانان و مسافران عمل می‌کند. این فضا معمولاً به صورت سرپوشیده طراحی شده و شامل حجره‌ها، رواق‌ها و حیاط‌هایی است که امکان دسترسی آسان به کالاها و خدمات را فراهم می‌آورد. سراها به‌عنوان نقاط تجمع اجتماعی نیز عمل می‌کنند و در

خاص، مجسمه‌ها یا پارک‌ها، به افراد کمک می‌کند تا موقعیت خود را در فضا شناسایی کنند. این نقاط می‌توانند به عنوان نشانه‌های راهنما عمل کنند/طراحی باید به گونه‌ای باشد که افراد بتوانند به طور غریزی از آن استفاده کنند. به عنوان مثال، استفاده از مسیرهای مستقیم و عریض به جای پیچ و خم‌ها می‌تواند به درک بهتر فضا کمک کند/طراحی باید تجربه کاربری را در نظر بگیرد. این به معنای درک نیازهای کاربران و طراحی فضاها به گونه‌ای است که آن‌ها به راحتی بتوانند از آن‌ها استفاده کنند/وجود مسیرهای صاف و بدون مانع برای افرادی با محدودیت‌های حرکتی، مانند افراد سالمند یا معلول، بسیار مهم است. این شامل استفاده از شیب‌ها، نرده‌ها و سطوح هموار است/فراهم آوردن چندین مسیر برای رسیدن به یک نقطه مشخص، به کاربران این امکان را می‌دهد که بهترین گزینه را انتخاب کنند و از ترافیک و ازدحام جلوگیری کنند.

۲. امنیت: امنیت در فضاهای عمومی به معنای احساس امنیت و حفاظت از خطرات احتمالی است. این عنصر به طور مستقیم بر کیفیت زندگی، سرزندگی و تجربه ساکنان تأثیر می‌گذارد. در ادامه به جزئیات بیشتر شاخص امنیت پرداخته می‌شود:

طراحی فضاها باید به گونه‌ای باشد که امکان تعامل اجتماعی را تسهیل کند و شامل عناصر جذاب مانند نیمکت‌ها و باغچه‌ها باشد تا احساس تعلق و آرامش را افزایش دهد/نورپردازی مناسب، که حس امنیت و فضایی دلپذیر ایجاد کند، نیز اهمیت دارد/نظارت و امنیت از طریق نیروی انسانی به احساس امنیت کمک می‌کند/فضاهای تجمعی و تفریحی برای افزایش تعامل اجتماعی و فعالیت‌های بدنی ضروری هستند/تابلوها و نشانه‌گذاری‌های واضح به آگاهی و تسهیل حرکت در فضاهای عمومی کمک می‌کنند.

درنهایت می‌توان بیان کرد که شاخص‌های خوانایی و امنیت در رویکرد لاندردی به عنوان دو عنصر کلیدی در ایجاد محیط‌های زیست‌پذیر و سرزنده معرفی شده‌اند. توجه به این مؤلفه‌های کالبدی نه تنها به بهبود کیفیت زندگی ساکنان کمک می‌کند، بلکه باعث افزایش تعامل اجتماعی و فعالیت‌های فرهنگی نیز می‌شود. در نهایت، ایجاد فضاهایی که هم خوانا و هم ایمن باشند، به توسعه پایدار و جذب ساکنان و گردشگران کمک خواهد کرد.

معرفی و ساختار بازار قیصریه اصفهان

بازار قیصریه اصفهان مجموعه‌ای از اجزای مختلف شامل راسته‌ها، دالان‌ها، قیصریه، چارسوق، دکان یا حجره، سرا و تیمچه‌هایی است که طی چند قرن شکل گرفته است. و نقش مهمی در زندگی اقتصادی و

بر سرزندگی شهروندان، از دیدگاه لاندری، در بازار قیصریه اصفهان طراحی شده است. بازار بازار بزرگ اصفهان، یکی از مهم‌ترین و تاریخی‌ترین بازارهای ایران، در مرکز بافت تاریخی اصفهان و در مجاورت میدان نقش جهان و میدان عتیق واقع شده و به عنوان استخوان‌بندی شهر و محل داد و ستد مردم شناخته می‌شود.

دسترسی به این بازار از جنوب از ضلع شمالی میدان نقش جهان با ورودی سردر قیصریه شروع و از شمال شرقی به میدان عتیق ختم می‌شود. بازار قیصریه اصفهان از دیرباز استخوان‌بندی شهر اصفهان و محل داد و ستد و محل حضور مردم بوده است (شکل ۱). دسترسی به بازار قیصریه اصفهان از سمت میدان نقش جهان از خیابان‌های حافظ و سپه که به ترتیب به شرق و غرب میدان نقش جهان منتهی می‌شوند، است. همچنین دیگر دسترسی به بازار از میدان عتیق و شمال بازار از خیابان عبدالرزاق ممکن است.

این بازار به عنوان نمونه‌ای بارز از معماری اسلامی و ایرانی، دارای ویژگی‌های منحصر به فردی است؛ از جمله راهروهای سرپوشیده که امکان دسترسی به مغازه‌ها را در شرایط آب و هوایی مختلف فراهم می‌آورد. طاق‌های بلند و گنبدی‌های زیبا، فضایی دلپذیر و روشن ایجاد می‌کنند و سکوهای خرید و فروشگاه‌های سنتی به همراه نقوش و کتیبه‌های هنری، جلوه‌ای خاص به بازار می‌بخشند. بازار قیصریه که در دوره صفویه ساخته شده، به عنوان یک مرکز اقتصادی و فرهنگی مهم عمل می‌کند (شکل ۲) و با تنوع فروشگاه‌ها و خدماتی چون صنایع دستی، فرش، جواهرات و محصولات غذایی محلی، به یکی از مقاصد اصلی گردشگری تبدیل شده است. همچنین، بازار قیصریه فضایی مناسب برای تعاملات اجتماعی و فرهنگی فراهم می‌آورد و میزبان رویدادها، نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های مختلف است که بر غنای فرهنگی آن می‌افزاید.

بازارهای تاریخی، نقش مهمی در تبادل فرهنگی و اقتصادی ایفا می‌کنند. برخی از سراهای بازار اصفهان عبارتند از: سرای شاه، سرای مخلص، سرای حاج کریم، سرای گلشن و سرای شله است.

تیمچه: به فضایی سرپوشیده و وسیع اطلاق می‌شود که حجره‌های ۲ تا ۳ طبقه دور تا دور آن را احاطه کرده است. بازار اصفهان شامل تیمچه‌های متعددی است که هر یک ویژگی‌های خاص کالبدی و عملکردی خود را دارند. معمول‌ترین شکل تیمچه، دو طبقه مسقف و به شکل مربع یا مستطیل است، مانند تیمچه عتیقه‌فروش‌ها. همچنین نوع دیگری از تیمچه‌ها وجود دارد که دو طبقه بی‌سقف هستند و شبیه به معماری سرا با راهروهای دور تا دور طراحی شده‌اند، مانند تیمچه نبی و ملک.

قیصریه: قیصریه به مجموعه‌های تجاری سرپوشیده‌ای اطلاق می‌شود که با طراحی‌ها و معماری‌های متنوعی ساخته شده‌اند. این فضاها معمولاً از نظر حقوقی و تجاری مستقل از بازار اصلی به شمار می‌روند و عمدتاً به عرضه کالاهای ظریف و خاص اختصاص دارند (شکل ۱).

عناصر کالبدی بازار قیصریه با توجه به تنوع ساختاری و معماری خاص خود، نقش مهمی در ایجاد سرزندگی و تعاملات اجتماعی در این فضای تاریخی دارند. این ترکیب منحصربه‌فرد، بازار را فراتر از یک مکان صرفاً تجاری ساخته و آن را به مرکزی برای تبادل فرهنگی و اقتصادی تبدیل کرده است که ضمن حفظ هویت تاریخی، همچنان توانسته پاسخگوی نیازهای روزمره شهروندان و بازدیدکنندگان باشد.

روش شناسی تمقیق

این تحقیق با هدف شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های کالبدی مؤثر



شکل ۱. تصاویری از وضعیت موجود بازار قیصریه اصفهان (مأخذ: نگارندگان)

Figure 1. Pictures of the current situation of Qaysariyeh Bazaar in Isfahan (Source: Authors)

جامعه آماری پژوهش شامل شهروندان و بازدیدکنندگان بازار قیصریه است که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی، ۳۰۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. حجم نمونه ۳۰۰ نفر شامل طیف سنی ۲۰ سال به بالا و شامل خانم‌ها و آقایان می‌باشد. لازم به ذکر است که حضور خانم‌ها بسیار پر رنگ و نسبتاً برابر با آقایان است. این توزیع سنی و جنسیتی به نمایندگی بهتر از جامعه هدف کمک می‌کند و امکان تحلیل دقیق‌تری از تأثیر مؤلفه‌های کالبدی بر سرزندگی در بازار قیصریه را فراهم می‌آورد. در این تحقیق، مؤلفه‌های کالبدی مؤثر بر سرزندگی در محیط شهری با توجه به دیدگاه لاندری بررسی شده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای شامل سؤالاتی است که به ارزیابی تأثیر طراحی فضا، دسترسی، تنوع فعالیت‌ها و تعاملات اجتماعی با توجه ویژه به شاخص خوانایی و امنیت از دیدگاه لاندری در خصوص سرزندگی در محیط‌های شهری از جمله در بازار قیصریه می‌پردازد. همچنین سؤالات به صورت مقیاس لیکرت طراحی شده‌اند تا نظرات و تجربیات پاسخ‌دهندگان به طور دقیق منعکس شود.

تحلیل داده‌ها به کمک نرم‌افزار SPSS انجام شده است. ابتدا، برای بررسی روایی محتوایی پرسشنامه این تحقیق، از نظرات کارشناسان و متخصصان در زمینه شهرسازی و طراحی شهری استفاده شد. کارشناسان سؤالات پرسشنامه را ارزیابی کرده و اطمینان حاصل کردند که تمامی ابعاد مؤلفه‌های کالبدی مؤثر بر سرزندگی شهروندان به خوبی پوشش داده شده‌اند. با این رویکرد، سؤالات به طرز مناسبی طراحی شده‌اند تا نمایانگر جنبه‌های مختلف سرزندگی در بازار قیصریه اصفهان باشند و اعتبار داده‌های جمع‌آوری شده را افزایش دهند. لذا در ادامه پایایی پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ بررسی شد. سپس، تحلیل توصیفی برای ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه صورت گرفت. در مرحله بعد، از آزمون‌های t-test و ANOVA برای مقایسه میانگین‌ها و از تحلیل رگرسیون برای بررسی تأثیر مؤلفه‌های کالبدی بر سرزندگی استفاده شد. نتایج حاصل از این تحلیل‌ها به شناسایی نقاط قوت و ضعف مؤلفه‌های کالبدی در بازار قیصریه کمک خواهد کرد و می‌تواند به بهبود سرزندگی در این مکان تاریخی منجر شود.

یافته‌ها

پس از تحلیل داده‌ها، عوامل کالبدی مؤثر بر سرزندگی در بازار قیصریه شهر اصفهان با توجه به دیدگاه افراد بررسی شد. این عوامل در دو شاخص اصلی از نظر بعد ذهنی، بر اساس نظریه چارلز لاندری، تقسیم‌بندی گردیدند که شامل خوانایی و امنیت است. همچنین، هشت شاخص فرعی نیز شناسایی شده‌اند (جدول ۲، جدول ۳، شکل ۳

و شکل ۴). در ادامه، هر یک از مضامین به دست آمده به تفصیل معرفی خواهد شد.

۱- شاخص خوانایی بعدذهنی

خوانایی در طراحی شهری و در فضاهای عمومی از جمله بازار از دیدگاه نظریه پرداز چارلز لاندری به چهار اصل کلیدی بستگی دارد که می‌تواند تجربه مثبت کاربران را بهبود بخشد:

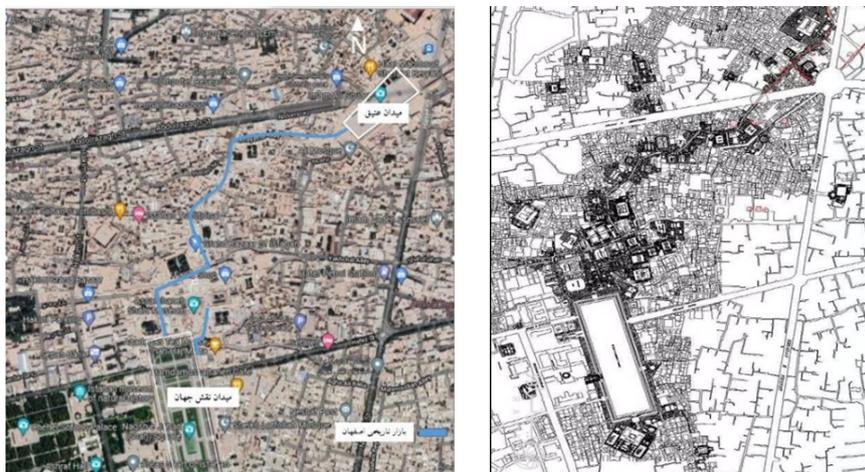
الف) طراحی روشن و واضح: بر اهمیت طراحی منطقی و ساده تأکید دارد. پیاده‌روها باید به گونه‌ای طراحی شوند که افراد به راحتی و بدون سردرگمی در فضا حرکت کنند. مسیرهای مستقیم و نشانه‌گذاری مناسب، افراد را به راحتی در فضا هدایت می‌کند. همچنین، فاصله‌های مناسب بین نقاط کلیدی مانند فضاهای مکث و فروشگاه‌ها و... باید در نظر گرفته شود تا دسترسی آسان فراهم شود.

ب) نشانه‌گذاری مناسب: بر اهمیت تابلوها و نشانه‌ها تأکید می‌کند. این تابلوها باید با فونت‌های بزرگ و رنگ‌های متضاد طراحی شوند تا به راحتی قابل مشاهده باشند. استفاده از نمادها و تصاویر نیز می‌تواند به درک بهتر کمک کند. مکان‌یابی استراتژیک تابلوها در نقاط کلیدی مانند تقاطع‌ها و ورودی‌های اصلی، به شناسایی سریع‌تر مسیرها کمک می‌کند.

ج) طراحی کاربر محور: طراحی باید به گونه‌ای باشد که افراد به طور غریزی و بدون نیاز به فکر کردن، از آن استفاده کنند. استفاده از رنگ‌ها و الگوهای طبیعی می‌تواند به هدایت افراد در فضا کمک کند. همچنین، ایجاد فضاهای نشیمن و استراحت در نقاط مختلف بازار، امکان تعامل اجتماعی و استراحت را فراهم می‌کند که به تجربه مثبت کاربر کمک می‌کند.

د) دسترس پذیری: بر اهمیت طراحی بدون مانع تأکید دارد تا همه افراد، از جمله افراد با محدودیت‌های حرکتی، بتوانند به راحتی به خدمات و امکانات دسترسی پیدا کنند. وجود مسیرهای مختلف برای رسیدن به نقاط کلیدی، به کاربران این امکان را می‌دهد که بهترین و راحت‌ترین مسیر را انتخاب کنند.

این اصول در کنار هم، خوانایی و تجربه مثبت کاربران را در فضاهای عمومی بازار افزایش می‌دهند و به ایجاد فضایی کارآمد، سرزنده و دلپذیر کمک می‌کنند.



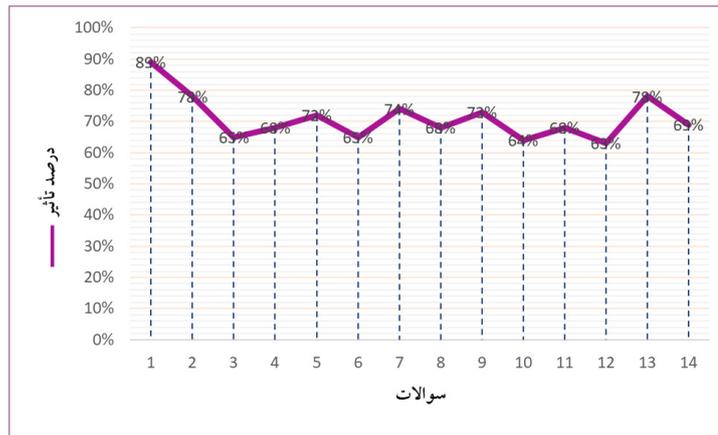
شکل ۲. موقعیت جغرافیایی و دسترسی های موجود به سایت بازار بزرگ اصفهان (قیصریه) (مأخذ: نگارندگان)
 Figure 2. Geographical location and available access to the Isfahan Grand Bazaar (Qaysarich) site (Source: Authors)

جدول ۲. رتبه بندی مؤلفه های شاخص خوانایی براساس پرسشنامه (مأخذ: نگارندگان)
 Table 2. Ranking of components of the readability index based on the questionnaire (Source: Authors)

بارعاملی	سوالات	عوامل مؤثر	شاخص فرعی
٪۸۹	۱) مسیرهای موجود در بازار قیصریه به راحتی قابل شناسایی و دنبال کردن هستند.	طراحی خطی و منطقی / فاصله های مناسب	طراحی روشن و واضح
٪۷۸	۲) عناصر طراحی مانند نور، رنگ و فرم به شفافیت و وضوح فضا کمک می کنند.	مسیرها و دسترسی ها	طراحی روشن و واضح
٪۶۵	۳) آیا فاصله بین فروشگاه ها و فضاهای مختلف به گونه ای است که شما بتوانید به راحتی حرکت کنید و احساس راحتی داشته باشید.	فاصله های مناسب	طراحی روشن و واضح
٪۶۸	۴) تابلوها و نشانه های موجود در بازار به وضوح موقعیت ها و خدمات را نشان می دهند.		نشانه گذاری مناسب
٪۷۲	۵) نقاط مهم مانند ورودی ها و خروجی ها به وضوح علامت گذاری شده اند.	وضوح و خوانایی / مکان یابی	نشانه گذاری مناسب
٪۶۵	۶) نقاط خاص مانند سرویس های بهداشتی و محل های استراحت به آسانی قابل شناسایی هستند.	تابلوها و نشانه ها	نشانه گذاری مناسب
٪۷۴	۷) تعادل بین فضای باز (سبز و طبیعی)، فضای مکتب و بسته در بازار به من کمک می کند تا به راحتی حرکت کنم.		طراحی کاربر محور
٪۶۸	۸) فضاهای مختلف بازار به گونه ای طراحی شده که استفاده از آن ها برای من آسان است.	محیط غریزی / فضاهای نشیمن	طراحی کاربر محور
٪۷۳	۹) محل های تجمع و فضاهای اجتماعی به خوبی در طراحی بازار گنجانده شده اند.	تجربه کاربری	طراحی کاربر محور
٪۶۴	۱۰) وجود نواحی نشیمن و استراحت در بازار به من کمک می کند تا زمان بیشتری را در این فضا بگذرانم.		طراحی کاربر محور

ادامه جدول ۲. رتبه بندی مؤلفه های شاخص خوانایی براساس پرسشنامه (مأخذ: نگارندگان)
Continue of Table 2. Ranking of components of the readability index based on the questionnaire (Source: Authors)

شاخص فرعی	عوامل مؤثر	سوالات	بارعاملی
دسترس پذیری	دسترسی به خدمات و امکانات	طراحی بدون مانع/ تنوع دسترسی	(۱۱) پیاده‌روها در بازار به گونه‌ای طراحی شده‌اند که برای افراد با توانایی‌های مختلف قابل استفاده باشد. /۶۸٪
			(۱۲) وجود شیب‌های مناسب و راه‌پله‌ها در بازار به راحتی رفت‌وآمد کمک می‌کند. /۶۳٪
			(۱۳) وجود فضاهای فراوان برای توقف و استراحت در بازار به دسترسی بهتر کمک می‌کند. /۷۸٪
			(۱۴) دسترسی به فروشگاه‌ها و خدمات مختلف در بازار بسیار راحت است. /۶۹٪



شکل ۳. تحلیل فراوان ترین پاسخ ها به شاخص خوانایی (مأخذ: نگارندگان)
Figure 3. Analysis of the most frequent responses to the readability index (Source: Authors)

۲- شاخص امنیت بعد ذهنی

فضاهای عمومی، به ویژه در شب، می‌تواند احساس امنیت را افزایش دهد. نورپردازی باید به گونه‌ای باشد که تمامی نقاط تاریک و خطرناک را روشن کند. استفاده از نورهای محیطی و دکوراتیو می‌تواند زیبایی فضا را افزایش دهد و در عین حال احساس امنیت را تقویت کند.

امنیت ذهنی در طراحی شهری و در فضاهای عمومی از جمله بازار از دیدگاه نظریه پرداز چارلز لاندی به چهار اصل کلیدی بستگی دارد که می‌تواند تجربه مثبت کاربران را بهبود بخشد:

ج) پیشگیری از خطرات: انتخاب مصالح مقاوم در برابر حوادث طبیعی و تصادفات، از جمله مصالح ضدآتش و مقاوم در برابر زلزله، به ایمنی کلی فضا کمک می‌کند. طراحی فضاهای امن مانند محوطه‌های بازی و نقاط تجمع باید به گونه‌ای باشد که خطرات فیزیکی به حداقل برسد.

الف) احساس امنیت: فضاهای عمومی باید به گونه‌ای طراحی شوند که افراد بتوانند یکدیگر را ببینند. این طراحی کاهش رفتارهای نامناسب و افزایش احساس راحتی را به همراه دارد. همچنین فاصله بین عناصر طراحی، مانند درختان و میلمان شهری، باید به گونه‌ای باشد که افراد احساس نزدیکی و امنیت کنند، اما در عین حال از یکدیگر فاصله نداشته باشند.

د) نظارت اجتماعی: طراحی فضاهای عمومی باید به گونه‌ای باشد که افراد را به حضور در آن‌ها تشویق کند. این شامل ایجاد رویدادها

ب) نورپردازی مناسب: استفاده از نورهای روشن و یکنواخت در

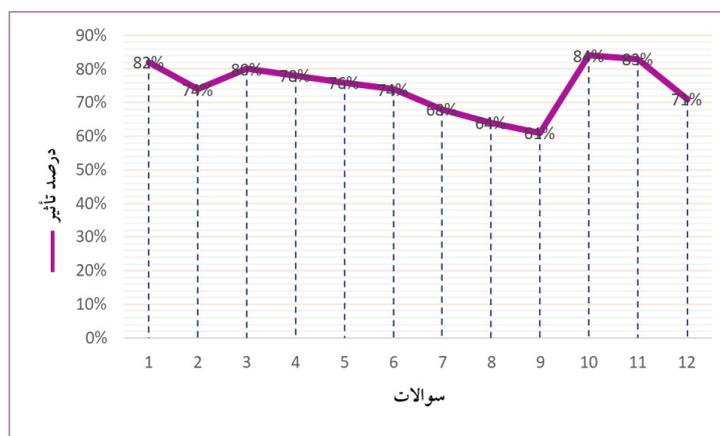
شهری پرداخته است. لذا توجه به مؤلفه‌های خوانایی و امنیت در طراحی بازار نه تنها به بهبود تجربه خرید مشتریان کمک می‌کند، بلکه باعث افزایش سرزندگی و تعامل اجتماعی در فضای بازار می‌شود. ایجاد محیطی که هم خوانا و هم ایمن باشد، می‌تواند به جذب بیشتر مشتریان و افزایش رضایت آن‌ها کمک کند. این امر به نوبه خود می‌تواند به پایداری اقتصادی بازار و افزایش رفاه اجتماعی کمک کند. در تحلیل عوامل مؤثر بر سرزندگی در بازار قیصریه با توجه به شاخص خوانایی از نظر بعد ذهنی نشان می‌دهد که طراحی روشن و واضح مسیرها و دسترسی‌ها تأثیر بسزایی در تجربه بازدیدکنندگان دارد.

و فعالیت‌های اجتماعی است که افراد را به فضا جذب می‌کند. وجود افراد در فضاهای عمومی به نظارت اجتماعی کمک می‌کند. طراحی فضاهایی که امکان دیدن رفتارهای دیگران را فراهم می‌کند، می‌تواند به کاهش رفتارهای نامناسب کمک کند.

تحلیل مؤلفه‌های مؤثر بر کیفیت محیط با رویکرد چارلز لاندری
نظریه لاندری در خصوص سرزندگی شهری به بررسی ابعاد مختلفی از جمله خوانایی و امنیت از دیدگاه بعدذهنی می‌پردازد. او در این زمینه به شناسایی معیارهای مؤثر بر سرزندگی و زیست‌پذیری فضاهای

جدول ۳. رتبه بندی مؤلفه های شاخص امنیت براساس پرسشنامه (مأخذ: نگارندگان)
Table 3. Ranking of security index components based on the questionnaire (Source: Authors)

شاخص فرعی	عوامل مؤثر	سوالات	بارعاملی
احساس امنیت	طراحی فضاهای باز	(۱) در طول روز، احساس امنیت من در بازار قیصریه بسیار بالاست	٪۸۲
		(۲) طراحی فضاهای عمومی و فضاهای باز به گونه‌ای است که من احساس امنیت بیشتری می‌کنم	٪۷۴
		(۳) وجود کارکنان (فروشنده‌گان) و نگهبانان در بازار احساس امنیت من را تقویت می‌کند.	٪۸۰
نورپردازی مناسب	نورپردازی مؤثر	(۴) نورپردازی بازار در صبح و عصر به اندازه کافی روشن و مناسب است و حس امنیت را افزایش می‌دهد.	٪۷۸
		(۵) نورپردازی در نقاط کلیدی بازار به من احساس امنیت بیشتری می‌دهد.	٪۷۶
پیشگیری از خطرات	طراحی ایمن	(۶) طراحی فضاهای باز به گونه‌ای است که امکان نظارت آسان بر محیط وجود دارد.	٪۷۴
		(۷) فضاهای باز به گونه‌ای طراحی شده‌اند که در آن‌ها احساس خطر کمتری دارم.	٪۶۸
		(۸) نقاط ورودی و خروجی به گونه‌ای طراحی شده‌اند که در مواقع اضطراری به راحتی قابل شناسایی باشند.	٪۶۴
نظارت اجتماعی	حضور اجتماعی طبیعی	(۹) وجود تابلوهای هشدار و اطلاعات ایمنی در فضاهای باز به من احساس امنیت بیشتری می‌دهد.	٪۶۱
		(۱۰) حضور دیگران در بازار به افزایش احساس امنیت من کمک می‌کند.	٪۸۴
		(۱۱) فضاهای بازی و تفریحی (تجمعی) در بازار به حضور خانواده‌ها کمک می‌کند و احساس امنیت را افزایش می‌دهد.	٪۸۳
		(۱۲) وجود دوربین‌های مدار بسته در فضاها احساس امنیت من را تقویت می‌کند.	٪۷۱



ادامه جدول ۲. رتبه بندی مؤلفه های شاخص خوانایی براساس پرسشنامه (مأخذ: نگارندگان)
Continue of Table 2. Ranking of components of the readability index based on the questionnaire (Source: Authors)

بیشتری به این جنبه‌ها را نشان می‌دهد. در تحلیل عوامل مؤثر بر سرزندگی در بازار قیصریه با توجه به شاخص امنیت از نظر بعد ذهنی نشان می‌دهد که طراحی فضاهای باز و نورپردازی مناسب تأثیر بسزایی در ایجاد حس امنیت برای بازدیدکنندگان دارد. سؤال "حضور دیگران در بازار به افزایش احساس امنیت من کمک می‌کند" با بار عاملی ۰/۸۴ و سؤال "فضاهای بازی و تفریحی (تجمعی) در بازار به حضور خانواده‌ها کمک می‌کند و احساس امنیت را افزایش می‌دهد" با بار عاملی ۰/۸۳، از جمله بالاترین پاسخ‌ها هستند که نشان‌دهنده اهمیت تعاملات اجتماعی و وجود فضاهای تجمعی در تقویت حس امنیت است. این نتایج تأکید می‌کند که وجود جمعیت و فعالیت‌های اجتماعی نه تنها احساس امنیت را تقویت می‌کند بلکه به سرزندگی و پویایی محیط نیز کمک می‌کند. طراحی فضاهایی که تجمعات اجتماعی را تسهیل کنند، نظیر فضاهای نشیمن و مکث، می‌تواند به افراد این امکان را بدهد که به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و از فضای بازار بهره‌مند شوند. همچنین، سؤال "وجود کارکنان (فروشنندگان) و نگهبانان در بازار احساس امنیت من را تقویت می‌کند" با بار عاملی ۰/۸۰ به تأثیر مثبت نظارت انسانی بر احساس امنیت اشاره دارد و تأکید می‌کند که طراحی فضاهای عمومی باید شامل نقاطی باشد که نظارت آسان را امکان‌پذیر کند. علاوه بر این، سؤال "نورپردازی بازار در صبح و عصر به اندازه کافی روشن و مناسب است و حس امنیت را افزایش می‌دهد" با بار عاملی ۰/۷۸ و سؤال "نورپردازی در نقاط کلیدی بازار به من احساس امنیت بیشتری می‌دهد" با بار عاملی ۰/۷۶ به اهمیت نورپردازی در فضاهای عمومی اشاره دارند. طراحی نورپردازی باید به گونه‌ای باشد که نقاط تاریک و خطرناک را روشن کند و فضای کلی را برای بازدیدکنندگان قابل

سؤال "مسیرهای موجود در بازار قیصریه به راحتی قابل شناسایی و دنبال کردن هستند" با بار عاملی ۰/۸۹ بیانگر این است که طراحی خطی و منطقی، همراه با فاصله‌های مناسب، احساس راحتی و دسترسی آسان را برای بازدیدکنندگان به ارمغان می‌آورد. طراحی مسیرها باید به گونه‌ای باشد که افراد به راحتی بتوانند به مقاصد مورد نظر خود دسترسی پیدا کنند و این امر به افزایش تعاملات اجتماعی و مدت زمان حضور آن‌ها در بازار کمک می‌کند. علاوه بر این، سؤال "عناصر طراحی مانند نور، رنگ و فرم به شفافیت و وضوح فضا کمک می‌کنند" با بار عاملی ۰/۷۸ نشان‌دهنده اهمیت استفاده از عناصر بصری در ایجاد فضایی جذاب و قابل شناسایی است. نورپردازی مناسب و رنگ‌های متناسب می‌توانند به طور چشمگیری تجربه بازدیدکنندگان را بهبود بخشند و حس راحتی و اطمینان را در آن‌ها تقویت کنند. با این حال، سؤال "وجود نواحی نشیمن و استراحت در بازار به من کمک می‌کند تا زمان بیشتری را در این فضا بگذرانم" با بار عاملی ۰/۶۴ و سؤال "وجود شیب‌های مناسب و راه‌پله‌ها در بازار به راحتی رفت‌وآمد کمک می‌کند" با بار عاملی ۰/۶۳ نشان می‌دهند که توجه به این عوامل در بازار قیصریه به اندازه کافی صورت نگرفته است. وجود نواحی نشیمن و استراحت می‌تواند به سرزندگی محیط کمک کند و تعاملات اجتماعی را تسهیل نماید، اما در بازار قیصریه، این طراحی به خوبی لحاظ نشده و ممکن است باعث کاهش مدت زمان حضور بازدیدکنندگان در فضا شود. همچنین، طراحی شیب‌ها و راه‌پله‌ها که برای دسترسی آسان و مناسب به فضاهای مختلف ضروری است، به درستی در نظر گرفته نشده و این موضوع می‌تواند منجر به کاهش دسترسی و راحتی برای بازدیدکنندگان شود. در نهایت، این کمبودها در طراحی می‌تواند بر سرزندگی و جذابیت بازار قیصریه تأثیر منفی بگذارد و نیاز به توجه

دسترس و امن سازد. همچنین، سؤال "نقاط ورودی و خروجی به گونه‌ای طراحی شده‌اند که در مواقع اضطراری به راحتی قابل شناسایی باشند" با بار عاملی ۰.۶۴ و سؤال "وجود تابلوهای هشدار و اطلاعات ایمنی در فضاها به من احساس امنیت بیشتری می‌دهد" با بار عاملی ۰.۶۱ نشان‌دهنده نیاز به طراحی مؤثر برای تسهیل دسترسی و خروج در مواقع اضطراری هستند. این دو سؤال به‌ویژه بر سرزندگی محیط از دیدگاه امنیت ذهنی تأثیر دارند، اما در طراحی بازار قیصریه به این نکته‌ها توجه کافی نشده است. طراحی مؤثر نقاط ورودی و خروجی و وجود تابلوهای هشدار می‌تواند به افزایش احساس امنیت ذهنی و کاهش نگرانی‌های روحی بازدیدکنندگان کمک کند.

در نهایت، این کمبودها در طراحی می‌تواند بر احساس امنیت و سرزندگی بازار قیصریه تأثیر منفی بگذارد و نیاز به توجه بیشتری به این جنبه‌ها را نشان می‌دهد، زیرا ایجاد یک فضای امن و دلپذیر نیازمند ترکیب مؤلفه‌های اجتماعی، نورپردازی مناسب و نظارت انسانی است تا به جذب بیشتر بازدیدکنندگان و ارتقاء سرزندگی در بازار قیصریه کمک کند.

نتیجه‌گیری

با توجه به تحلیل یافته‌های حاصل در ادامه ترتیب اولویت بندی هریک از شاخص‌های کالبدی در بازار قیصریه شهر اصفهان با توجه به شاخص‌های فرعی مؤثر بر سرزندگی محیط براساس رویکرد لاندری بیان می‌شود:

درخصوص شاخص اصلی خوانایی و امنیت از دیدگاه بعد ذهنی مؤثر بر سرزندگی در محیط شهری از جمله بازار قیصریه اصفهان با توجه به رویکرد لاندری به ترتیب براساس **جدول ۱** و **نمودار ۱** شاخص خوانایی جزء اولویت اول تأثیرگذاری با ۰.۸۹٪ و شاخص امنیت جزء اولویت دوم تأثیرگذاری با ۰.۸۴٪ براساس **جدول ۲** و **نمودار ۲** می‌باشد. لذا در ادامه تأثیرگذاری هریک از شاخص‌های فرعی درخصوص رویکرد لاندری بر ارتقاء سرزندگی محیط شهری از جمله بازار قیصریه شهر اصفهان براساس اولویت بندی با توجه به **جدول ۳** و **جدول ۴** توضیح داده شده است.

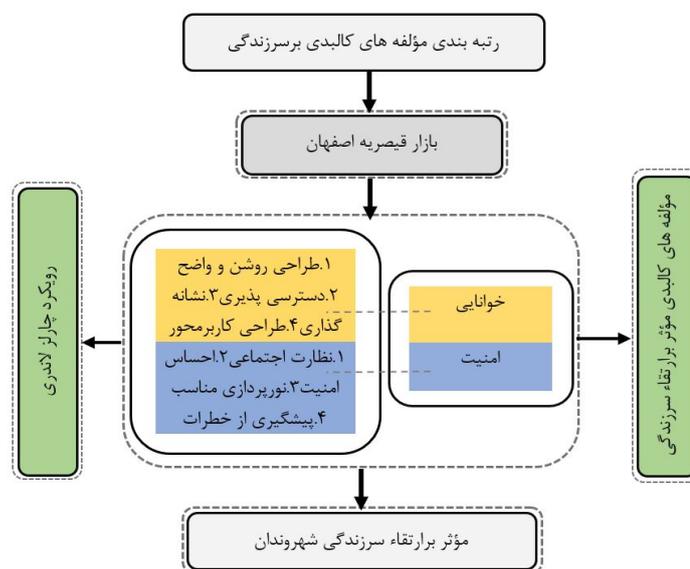
در خصوص شاخص خوانایی بر سرزندگی بازار قیصریه در شهر اصفهان نشان می‌دهد که به ترتیب (۱) طراحی روشن و واضح با بار عاملی ۰.۸۹٪ تأثیر بسزایی بر خوانایی و سرزندگی بازار دارد. استفاده از نور طبیعی و پنجره‌های بزرگ در طراحی سقف به روشنایی فضا کمک می‌کند و بازدیدکنندگان را قادر می‌سازد تا مسیرها را به راحتی شناسایی کنند. رنگ‌های روشن و شاداب در دیوارها نیز جذابیت بصری بازار را افزایش می‌دهد و فضایی دلپذیر ایجاد می‌کند که باعث افزایش زمان حضور و تعاملات اجتماعی می‌شود. (۲) دسترس پذیری با بار عاملی

۰.۷۸٪ به‌طور مستقیم بر خوانایی و سرزندگی بازار تأثیر دارد؛ طراحی فضاها کافی برای توقف و استراحت، مانند نیمکت‌ها و باغچه‌های سبزی، به افراد اجازه می‌دهد با آرامش بیشتری در بازار بگردند و به تعاملات اجتماعی بیشتری بپردازند. (۳) نشانه‌گذاری مناسب با بار عاملی ۰.۷۴٪، با تابلوهای رنگی و خوانا که نام مغازه‌ها و خدمات را به وضوح نمایش می‌دهند، به کاهش سردرگمی و افزایش تمایل به کاوش در فضا کمک می‌کند. در نهایت، (۴) طراحی کاربر محور با بار عاملی ۰.۷۳٪ بر ایجاد فضاهای اجتماعی و محل‌های تجمع تأکید دارد؛ نواحی نشیمن با صندلی‌های راحت و فضای سبزی، افراد را به ماندن و گفتگو با یکدیگر ترغیب می‌کند. این عوامل به‌طور مستقیم بر خوانایی و سرزندگی با توجه به رویکرد لاندری در بازار قیصریه تأثیر می‌گذارند و موجب ارتقاء کیفیت زندگی اجتماعی در این منطقه می‌شوند، که در نهایت به یک محیط زنده و پویا منجر می‌شود. در مجموع بازار قیصریه اصفهان، با رسته‌هایی متنوع و شخصیت‌های خاص، به خوبی امکان مسیریابی را فراهم کرده و فضایی زنده و پرجنب‌وجوش ایجاد کرده است. با این حال، کمرنگ شدن تفاوت‌ها و ویژگی‌های متمایز این رسته‌ها، خوانایی بازار را تحت‌الشعاع قرار داده است. عدم دید کلی به فضاها نیز این چالش را تشدید می‌کند. اما زیبایی‌های منحصر به فرد بازار، از جمله بازی نور و سایه و تزئینات جذاب دیوارها و سقف‌ها، فضایی شگفت‌انگیز و رمزآلود را برای شهروندان به ارمغان می‌آورد. این جلوه‌ها می‌توانند افراد را به کشف و استفاده بیشتر از فضا ترغیب کنند. با این حال، برخی فروشگاه‌های کوچک بدون ویتترین و دید کافی، دسترسی به کالاها را دشوار می‌کنند؛ این در حالی است که اگر این فروشگاه‌ها قابل رؤیت‌تر باشند، می‌توانند مشتریان را به ورود و خرید ترغیب کنند. مشاهدات میدانی نشان می‌دهد که بسیاری از افراد در حال مکث و توقف در این فضاها هستند، اما تمایلی به ورود به فروشگاه‌ها ندارند. بنابراین، بهبود شرایط دسترسی و افزایش خوانایی می‌تواند به جذب بیشتر شهروندان و ارتقای تجربه خرید در این بازار زنده کمک شایانی کند.

در خصوص شاخص امنیت ذهنی بر سرزندگی بازار قیصریه در شهر اصفهان نشان می‌دهد که به ترتیب (۱) نظارت اجتماعی با میزان ۰.۸۴٪ بالاترین اولویت را در ارتقای امنیت ذهنی در بازار قیصریه شهر اصفهان دارد. حضور مردم و شهروندان در این فضا و تشویق به استفاده از آن توسط خانواده‌ها، موجب افزایش تعاملات اجتماعی و تقویت احساس امنیت ذهنی می‌شود. به‌عنوان مثال، وجود فضاهای بازی و تفریحی در بازار، نه تنها به حضور خانواده‌ها کمک می‌کند، بلکه امنیت ذهنی آن‌ها را افزایش داده و سرزندگی بیشتری به این فضا می‌بخشد. (۲) احساس امنیت با ۰.۸۲٪ در طول روز، به‌ویژه به واسطه

وجود کارکنان (فروشنندگان) و نگهبانان، به پویایی و سرزندگی بازار کمک می‌کند. (۳) نورپردازی مناسب با ۷۸٪ نیز نقش مهمی در افزایش امنیت ذهنی ایفا می‌کند. روشنایی کافی در صبح و عصر و نورپردازی در نقاط کلیدی بازار، امنیت ذهنی را تقویت کرده و بازدیدکنندگان را به حضور بیشتر در بازار تشویق می‌کند. همچنین، (۴) پیشگیری از خطرات با ۷۴٪ آخرین اهمیت را دارد. به‌عنوان مثال، در طراحی فضاها نقاط ورودی و خروجی به راحتی قابل شناسایی باشند. همچنین تابلوهای هشدار، اطلاعات ایمنی و... در فضاها نصب شوند. این طراحی‌ها امنیت ذهنی را تقویت کرده و آرامش بیشتری را برای بازدیدکنندگان فراهم می‌آورند. بنابراین، توجه به ارتقای شاخص‌های نظارت اجتماعی، احساس امنیت، نورپردازی مناسب و پیشگیری از خطرات در مدیریت طراحی بازار قیصریه اصفهان، می‌تواند به افزایش امنیت ذهنی و سرزندگی این فضای شهری منجر شود. در مجموع امنیت ذهنی در بازار قیصریه اصفهان، به‌ویژه برای خانواده‌ها، نقشی حیاتی در افزایش سرزندگی و جذابیت این مکان دارد. با طراحی مناسب فضاهای عمومی و ایجاد مکان‌های باز، احساس آرامش و امنیت در میان بازدیدکنندگان تقویت می‌شود. نورپردازی مناسب در نقاط کلیدی، به‌ویژه در صبح و عصر، حس امنیت را افزایش می‌دهد و افراد را به گشت‌وگذار در این محیط تاریخی ترغیب می‌کند. وجود نگهبانان و فروشنندگان فعال، همراه با تابلوهای هشدار و اطلاعات ایمنی، آگاهی و اطمینان بیشتری را برای شهروندان به ارمغان می‌آورد. همچنین، تداخل حرکتی کم و تفکیک مسیرهای پیاده و سواره، امنیت را بیشتر کرده و احساس راحتی را در فضای بازار افزایش می‌دهد. حضور دیگران

و فضاهای بازی و تفریحی، نه تنها به‌عنوان نقاط تجمع عمل می‌کنند، بلکه حس امنیت را در جمع‌های خانوادگی تقویت می‌کنند. در نهایت، وجود دوربین‌های مدار بسته و طراحی نقاط ورودی و خروجی قابل شناسایی، به ایجاد فضایی امن و دلپذیر کمک می‌کند که در آن، بازدیدکنندگان می‌توانند با آرامش خاطر از زیبایی‌های بازار قیصریه لذت ببرند و حس زندگی را در این فضا تجربه کنند. در نهایت می‌توان بیان کرد که بازار قیصریه اصفهان، با موقعیت بی‌نظیرش در جوار میدان نقش جهان و در قلب شهر، نقش کلیدی در جذابیت و دسترسی‌پذیری این فضا برای شهروندان ایفا می‌کند. نزدیکی این بازار به میدان تاریخی نه تنها یک عامل مثبت محسوب می‌شود، بلکه در ترغیب افراد به بازدید از آن تأثیرگذار است. هرچند قرارگیری بازار در مرکز شهر و حلقه‌های ترافیکی ممکن است دسترسی سواره را دشوار کند، اما مسیرهای پیاده‌روی اطراف بازار همچنان گزینه‌ای دلپذیر و جذاب برای شهروندان به شمار می‌آید. تداخل حرکت سواره و پیاده، به‌ویژه به دلیل تردد بدون کنترل وسایل نقلیه سبک، گاهی احساس ناخوشایندی را در میان بازدیدکنندگان ایجاد می‌کند. با این حال، با مدیریت صحیح و طراحی بهینه فضاها، می‌توان این چالش‌ها را برطرف کرد و فضای زنده و پرجنب‌وجوش بازار قیصریه را به مکانی محبوب‌تر و دلپذیرتر تبدیل کرد. در نتیجه، بهبود شرایط خوانایی، ارتقای امنیت می‌تواند حس زندگی و شادابی را در این مکان تاریخی زنده نگه دارد. لذا با توجه به موارد بیان شده در ادامه (شکل ۵) ترتیب اولویت بندی هریک از مؤلفه‌های کلیدی مؤثر بر ارتقاء سرزندگی شهروندان با توجه به رویکرد لاندری در بازار



شکل ۵. رتبه‌بندی مؤلفه‌های کلیدی مؤثر بر سرزندگی در بازار قیصریه اصفهان (مأخذ: نگارندگان)

Figure 5. Ranking of physical components affecting vitality in Qeysarieh Bazaar, Isfahan (Source: Authors)

قیصریه اصفهان از دیدگاه ذهنی ارئه شده است.

پی‌نوشت‌ها

1. İşiklar
2. Vitality of The Cities
3. Chen
4. Legibility
5. Safety

تعارض منافع نویسندگان

نویسنده به طور کامل از اخلاق نشر تبعیت کرده و از هرگونه سرقت ادبی، سوء رفتار، جعل داده‌ها و یا ارسال و انتشار دوگانه، پرهیز نموده‌اند و منافع تجاری در این راستا وجود ندارد و نویسنده در قبال ارائه اثر خود وجهی دریافت ننموده‌اند.

نقش نویسندگان

محمد لطیفی در طراحی مطالعه، بررسی ادبیات، تجزیه و تحلیل داده‌ها و نگارش دست‌نوشته مشارکت داشته است. مهدی محمدخانی در جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه و تحلیل آنها و تهیه نسخه اولیه دست‌نوشته همکاری کرده و نغمه علیزاد گوهری در بررسی ادبیات و بازبینی نسخه نهایی نقش داشته است.

نقش نویسندگان

نویسندگان بدین‌وسیله از دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، برای حمایت‌های علمی و فراهم‌کردن امکانات پژوهشی تقدیر و تشکر می‌کنند.

فهرست مراجع

1. ایراندوست، کیومرث؛ و بهمنی اورامانی، آرمان (۱۳۹۰). تحولات کالبدی بازار سنتی در شهرهای ایران (مطالعه موردی: بازار شهر کرمانشاه). شهر ایرانی اسلامی، ۲(۵)، ۵-۱۵. <https://sid.ir/paper/177407/fa>
2. ایزدی، سعید؛ نیکوخوی، مونا؛ و سماواتی، سحر. (۱۳۹۱). بررسی نقش مولفه‌های کیفیت بخش قلمرو پیاده در سرزندگی و کارآمدی خیابانهای شهری (مطالعه موردی: خیابان بوعلی سینا همدان). جغرافیایی فضای گردشگری، ۱(۳)، ۱۰۳-۱۱۸. <https://sid.ir/paper/214192/fa>
3. بنتلی، ایان؛ الکک، آلن؛ مورین، پال؛ مکگلین، سوو؛ و اسمیت، گراهام (۱۳۸۲). محیط‌های پاس‌خده. ترجمه مصطفی بهزادفر، چاپ

اول، تهران: علم و صنعت.

۴. پامیر، سیریل بی. (۱۳۹۴). آفرینش مرکز شهری سرزنده. ترجمه مصطفی بهزادفر و امیر شکیبامنش، چاپ چهارم، تهران: علم و صنعت.
 ۵. جیکوبز، جین (۱۳۸۸). مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی. ترجمه حمیدرضا پارسی و آرزو افالطونی، چاپ دوم، تهران: دانشگاه تهران. <https://www.iranketab.ir/book/67384-the-death-and-life-of-great-american-cities>

۶. خستو، مریم؛ و سعیدی رضوانی، نوید، (۱۳۸۹)، عوامل مؤثر بر سرزندگی فضاهای شهری، نشریه هویت شهر، ش ۶، صص ۶۳-۷۴.

<https://sanad.iau.ir/fa/Article/795443?FullText=FullText>
 ۷. خنیفر، حسین؛ بردبار، حامد؛ و فروغی قمی، فریبا، ۱۳۹۲، مدیریت

شهر شاداب، تهران: سارگل. <https://modir.ir/News/10407.aspx>
 ۸. ذکاوت، سینا؛ رضایی، محمدرضا؛ و پیام، حاتم. (۱۳۹۹). ارتقاء سرزندگی در فضاهای شهری با تأکید بر رویکرد ساماندهی منظر شهری (مطالعه موردی: شهر یاسوج). آمایش محیط، ۱۳(۵۰)، ۱۹۷-

۲۱۵. https://journals.iau.ir/article_678518.html
 ۹. رخشانی‌نسب، حمیدرضا؛ و رشیدیان، مریم، (۱۳۹۶). تحلیلی بر جایگاه مبلمان ورزشی در افزایش سرزندگی فضای شهری مطالعه موردی: شهر نورآباد ممسنی، فصلنامه جغرافیا و توسعه، ش ۲۶، صص ۱۰۱-۱۱۶. https://gdij.usb.ac.ir/article_3047.html

۱۰. عارف حسینی، سید علی؛ پناهی، علی؛ آذر، علی؛ و لیزاده، رضا. (۱۴۰۰). سنجش و ارزیابی ابعاد سرزندگی در انواع فضاهای عمومی کلانشهر تبریز. مطالعات جامعه‌شناسی، ۴(۵۲)، ۶۵. https://journals.iau.ir/article_681308.html

۱۱. کالن، گوردون (۱۳۸۷). گزیده منظر شهری. ترجمه منوچهر طبیبیان، چاپ سوم، تهران: دانشگاه تهران.

۱۲. کریر، راب (۱۳۸۳). فضای شهری. ترجمه خسروهاشمی نژاد، چاپ اول، تهران: خاک.

۱۳. گلکار، کوروش (۱۳۸۶). مفهوم کیفیت سرزندگی در طراحی شهری. صفحه، ۱۶(۴۴)، ۶۶-۷۵. <https://sid.ir/paper/94282/fa>

۱۴. لینچ، کوین (۱۳۸۱). تئوری شکل شهر. ترجمه سید حسین بحرینی، چاپ دوم، تهران: دانشگاه تهران.

۱۵. ماجدی، حمید؛ و بندرآباد، علیرضا (۱۳۹۳). بررسی معیار جهانی و بومی شهر زیست‌پذیر. هویت شهر، ۸(۱۷)، ۷۶-۶۵. <https://civilica.com/doc/986323>

۱۶. هدایت نژاد کاشی، سید مصطفی؛ هادیانی، زهره؛ حاجی نژاد، علی؛ و عسگری، علی. (۱۳۹۸). سرزندگی شهری مفهومی میان رشته‌ای (واکاوی اصول، ابعاد و شاخصها). مطالعات ساختار و کارکرد

- publications/new-city-spaces-2
26. Hakim, B. S. (1986). Arabic-Islamic cities: Building and planning principles. Routledge. https://www.routledge.com/Arabic-Islamic-Cities--Rev-Building-and-Planning-Principles/Hakim/p/book/9780415861687?srsId=AfmBOoqdpfVYW5ri68_bZ0ywn4tV4ACv615_dbYyAJkz4mSaasvBqT7
27. Holuj, D. 2018. Public Spaces and Cultural Heritage in Community Projects, the Example of Warsaw. *European Spatial Research and Policy*, 24(2): 127- 144. <https://www.cecol.com/search/article-detail?id=664427>
28. Işıklar, s. (2017). Vitality of The Cities. *International Journal of Architectural Engineering Technology*, 4, 18-23. https://www.researchgate.net/profile/Sena-Isiklar-Bengi/publication/321890083_Vitality_of_The_Cities/links/5b2b8ceaaca272821e460d39/Vitality-of-The-Cities.pdf
29. Jacobs, J. (1961). The death and life of great American cities. Random House. <https://www.scielo.br/j/rbeur/a/GLmp6hWFCBFWgNSmJhYDN8L/?format=pdf>
30. Jin, X., Long, Y., Sun, W., Lu, Y., Yang, W., & Tang, J. (2017). Evaluating cities' vitality and identifying ghost cities in China with emerging geographical data. *Cities*, 63, 98-109. [sciencedirect.com/science/article/pii/S026427511630261X](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S026427511630261X)
31. Landry, C. (2000), "Urban vitality: a new source of urban competitiveness", prince ClausFund journal, ARCHIS issue urban vitatilty/ urban Heroes.
32. Montgomery, J. (1998). Making a city: Urbanity, Vitality and Urban Design. *Journal of Urban Design*, 3 (1), 93-116. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13574809808724418>
33. Shaw, K. (2004) Liveability in NDC Areas, Findings from Six Case Studies. Sheffield, Centre for Regional Economic and Social Research. Sheffield Hallam University.
34. Kalan, A. M., & Oliveira, E. (2014). Sustainable architecture of the bazaar of Tabriz and its relation with the social and cultural aspects. *IARS'International Research Journal*, 4(1). <https://research.iars.info/index.php/curie/article/view/33>
35. Silaci, I., & Vitova, L. 2017. Public Spaces as the Reflection of Society and its Culture. *IOP Conf. Series: Materials Science* https://shahr.journals.umz.ac.ir/article_2283.html
- شهری، ۶(۲۰)، ۷۵-۱۰۳. https://shahr.journals.umz.ac.ir/article_2283.html
17. Abdul Aziza, A., Sani Ahmada, A., & Edrus Nordinb, T. (2012). Vitality of Flats Outdoor Space. *Social and Behavioral Sciences*, 36, 402-413. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812005113>
18. Appleyard, D. (1981). *Livable Streets*. Berkeley, CA, University of California Press. https://books.google.com/books/about/Livable_Streets.html?id=pfreUQKD_4QC
19. Chang, K. (2015). The Effects of Spatial accessibility and Centrality to Land Use, *Cities Journal*, No. 46, Vol. 1, pp. 30-43. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0264275115000657>
20. Chapman, D. (1996). *Creating Neighbourhoods and Places in the Built Environment*. London, Weinheim, New York, Tokyo, Melbourne, Madras. Published by E & FN SPON. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203362341/creating-neighbourhoods-places-built-environment-david-chapman>
21. Chen, Y., Yu, B., Shu, B., Yang, L., & Wang, R. (2023). Exploring the spatiotemporal patterns and correlates of urban vitality: Temporal and spatial heterogeneity. *Sustainable Cities and Society*, 91, 104440. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2210670723000513>
22. Colantonio, A. (2007). *Social sustainability: an exploratory analysis of its definition, assessment methods metrics and tools*. UK: Oxford Institute for Sustainable Development. <https://eprints.lse.ac.uk/35947/>
23. De Koe, D. (2013). "Urban Vitality Through a Mix of Land-uses and Functions: An Addition to Citymaker". MSc Thesis Land Use Planning-Landscape- Wageningen University. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://edepot.wur.nl/273611](https://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://edepot.wur.nl/273611)
24. Gehl, J. (2016). *How to study public Life*. (M.behzadfar, N. Nadushan, & A. Nadushan, Trans). Elme Memare Royal Institute. <https://link.springer.com/book/10.5822/978-1-61091-525-0>
25. Gehl, J. (2000). *New City Spaces*. Copenhagen, Denmark: Danish Architectural Press. <https://adk.elsevierpure.com/en/>

convenience, mobility and recreation". https://jsaud.sru.ac.ir/article_1436.html

37. Zarin, Sh., Niroomand, M., & Heidari, A.A. (2015). Physical and Social Aspects of Vitality Case Study: Traditional street and modern street in Tehran. Asian Conference on Environment-Behaviour Studies, Korea, 25-27, 659 -668. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281500083X>

and Engineering 245 (2017) 042009 doi:10.1088/1757-899X/245/4/042009. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/245/4/042009/meta>

36. Vuchic. (1999): liveability as a series of elements that make a city liveable: "generally understood to encompass those elements of home, neighbourhood, and metropolitan area that contribute to safety, economic opportunities and welfare, health,



© 2025 by author(s); Published by Science and Research Branch Islamic Azad University, This work for open access publication is under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0). (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

The Impact of Physical Factors on the Vitality of Public Space in the Qeytarieh Market: A Study with a Landry Approach in Isfahan

Mohammad Latifi*, Department of Architecture and Tourism, Architecture and Urban Research Center, ISF.C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

Mehdi Mohammadkhani, Department of Islamic Education, ISF.C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

Naghmeh Alizad Gohari, Department of Architecture and Advancement in Architecture and Urban Planning Research Center, Na.C., Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

Abstract

Urban vitality is a multidimensional concept that encompasses environmental qualities, spatial features, and the satisfaction individuals derive from interacting with the city. It represents the degree to which urban environments stimulate social interaction, cultural expression, economic activity, and a sense of belonging. Within urban studies, vitality has become an essential indicator of sustainable and livable cities, reflecting the capacity of spaces to support both personal well-being and collective urban life. Traditional bazaars, as historical public spaces, hold a unique role in shaping urban vitality. Beyond their commercial functions, they are embedded with cultural, architectural, and social values, serving as long-standing centers of exchange, communication, and cohesion. These qualities make them important arenas for investigating the relationship between the physical environment and perceptions of vibrancy. Isfahan's Qeysarie Bazaar, one of the most significant bazaars in Iran, provides a prime example. With its Safavid-era architecture and central location, the bazaar demonstrates how spatial design, circulation, and atmosphere influence how people experience vitality and perceive urban liveliness on a daily basis, especially during peak social and commercial hours. The objective of this research is to identify and prioritize the physical factors that most strongly affect urban vitality in Qeysarie Bazaar, using Landry's creative city framework. This theoretical perspective emphasizes how physical and design qualities can foster inclusiveness, creativity, and liveliness in urban spaces. It also provides a useful lens for assessing how historic environments can adapt to modern needs while preserving their cultural significance. A quantitative method was adopted, based on a structured questionnaire with a five-point Likert scale. Respondents included bazaar users, whose subjective assessments of spatial clarity, accessibility, safety, and environmental qualities were collected. Data were analyzed through SPSS software to determine significant relationships between physical attributes and perceived vitality. The systematic approach ensured both reliability and validity, while allowing patterns of perception to emerge across different groups of users, including both residents and visitors from surrounding areas. The findings highlight two dominant indicators: legibility and perceived safety. Legibility refers to clarity and coherence in the spatial layout, ease of orientation, and navigability, all of which reduce confusion and enhance user comfort. Perceived safety relates both to environmental conditions, such as lighting and visibility, and to social dimensions, including surveillance and the presence of others, which together create a secure atmosphere. These factors directly encourage people to remain in the bazaar, engage with others, participate in cultural and commercial activities, and perceive the space as lively and inviting. Accordingly, enhancing vitality in historic bazaars depends largely on improving these dimensions. Attention to legibility through coherent design and clear circulation patterns, along with measures that strengthen safety and the sense of security, can significantly reinforce vibrancy. Within Landry's framework, these findings highlight the central role of physical design in fostering dynamic, inclusive, and resilient urban environments. Ultimately, Qeysarie Bazaar illustrates how heritage spaces can remain relevant and vibrant in contemporary urban life by combining cultural identity with spatial qualities that encourage vitality, sustain meaningful human interaction, and support broader urban well-being.

Keywords: Physical Factors, Vitality, Landry Approach, Isfahan Market

* Corresponding Author Email: md.latifi@iau.ac.ir