

بررسی نقش و جایگاه امنیت بر میزان تمایل افراد به حضور پذیری در بازار (نمونه موردی: بازار سنتی شهر شیراز)

سیده مریم باقری

دانشجوی دکتری؛ گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

طاهره نصر*

دانشیار؛ گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

علی اکبر حیدری

استادیار معماری، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.

ملیحه تقی پور

دانشیار؛ گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۲۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۱۵

چکیده

توجه به مفهوم احساس امنیت شهروندان و روش‌های ارتقاء آن در فضاهای شهری، به‌عنوان یکی از اولویت‌های اساسی در مباحث مربوط به برنامه‌ریزی و طراحی شهری مطرح است. پاسخ‌گویی به نیاز احساس امنیت، موجب حضور پذیری مردم در یک فضای عمومی می‌گردد و بسیاری از مسائل در حوزه‌های مختلف را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در همین ارتباط موضوع حضورپذیری افراد در بازار به‌عنوان یک فضاهای عمومی که نقش مهمی در رونق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهرها دارند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از این‌رو هدف اصلی در این پژوهش، تحلیل چگونگی تأثیر کیفیت احساس امنیت بر میزان تمایل استفاده‌کنندگان به حضورپذیری در بازار است که بازار سنتی شیراز به‌عنوان نمونه موردی تحقیق در نظر گرفته شده است و تعداد ۲۸۰ نفر از مراجعه‌کنندگان به بازار در طول دو ماه مورد مصاحبه قرار گرفتند. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی تحلیلی مبتنی بر ترکیب روش‌های کمی و کیفی است و از روش‌های مصاحبه، پرسشنامه، مشاهده، برداشت‌های میدانی، اسناد و مطالعات کتابخانه‌ای؛ جهت جمع‌آوری اطلاعات و از نرم‌افزار دپسمپ و تحلیل محتوا برای ارزیابی ابعاد مختلف موضوع بهره گرفته شده است. در ارتباط با جنبه نوآورانه بودن می‌توان گفت تاکنون ارتباطی بین مؤلفه‌های ذهنی امنیت (آسایش بصری، فعالیت‌ها، نظارت و مراقبت) در بازار با قابلیت حضور پذیری در راسته‌بازارها و چگونگی تأثیر این مؤلفه‌ها بر حضورپذیری موردبررسی واقع نشده است. نتایج تحقیق نشان داده است که آسایش بصری، فعالیت‌ها و نظارت و مراقبت از مهم‌ترین ابعاد احساس امنیت در بازار هستند که بر میزان حضور پذیری در یک فضای عمومی همانند بازار نقش داشته‌اند.

واژگان کلیدی: حضور پذیری، آسایش بصری، فعالیت، نظارت و مراقبت، شیراز.

مقدمه

با گسترش شهرها و فضاهای شهری، مسئله امنیت یکی از معضلات عمده در برنامه‌ریزی توسعه شهری به شمار می‌رود و احساس امنیت یکی از اساسی‌ترین مؤلفه‌ها برای توسعه، تکامل و شکوفایی جامعه بوده و توسعه‌های اجتماعی و فعالیت‌های شهری بدون امنیت امکان‌پذیر نخواهد بود. در این راستا توجه به نقش کالبدی-عملکردی محیط‌های شهری (برنامه‌ریزی و طراحی شهری) تأثیر بسزایی در بالا بردن احساس امنیت در جوامع و فضاهای شهری دارد. در همین ارتباط مسئله تأمین امنیت در بازارها به عنوان یک فضای عمومی شهری، یکی از مهم‌ترین عوامل در مباحث مربوط به برنامه‌ریزی و طراحی شهری از جمله توسعه و رونق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اماکن شهری است؛ زیرا احساس ناامنی در بازار موجب مختل نمودن حضور مردم و عدم کارایی بازار می‌گردد. پاسخ‌گویی به نیاز احساس امنیت در بازار موجب افزایش کارایی بازار می‌گردد اما تا زمانی که بستر مساعد برای حضور مخاطب وجود نداشته باشد، این امر محقق نمی‌شود؛ بنابراین احساس امنیت در بازار به عنوان یک فضای عمومی، میزان استفاده از آن را مطرح می‌کند (Gehl, 1975: 97)؛ و موضوع حضورپذیری افراد در بازار به عنوان یک فای عمومی پیاده محور که نقش مهمی در رونق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهرها دارند؛ از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. برای اینکه فعالیت‌های اختیاری و اجتماعی در فضای بازار اتفاق بیفتد، توجه به جنبه‌ها و درجات مختلف امنیت در بازار، ضروری به نظر می‌رسد. به‌طور کلی دو بعد برای امنیت وجود دارد: بعد عینی امنیت به جنبه‌های عینی امنیت اشاره دارد که نشان‌دهنده عدم تهدید موجود در ذات طبیعی (میزان واقعی امنیت) یک محیط است. بعد ذهنی امنیت به احساس یک جامعه از امنیت بازمی‌گردد که درواقع نشانگر داشتن احساس امنیت افراد در ساختار جمعی یک محیط و دارای بعدی روان‌شناختی است (Bemanian, 2009: 21-33) و کاهش وقایع نامناسب لزوماً منجر به افزایش نسبی احساس امنیت نمی‌گردد (Yeoh & Yeow, 1997). احساس امنیت در بازار از طریق ورودی‌ها، راسته‌ها و هم‌جواری‌های آن‌ها صورت می‌گیرد؛ بنابراین هرچه این ورودی‌ها و راسته‌ها و هم‌جواری‌های مرتبط با آن‌ها، از منظر شاخص‌های احساس امنیت حائز کیفیات مناسب‌تری باشند، موجب ارتقاء حضور پذیری و در نتیجه رونق بیشتر این مجموعه‌ها خواهد شد. ابعاد اساسی و نوآورانه پژوهش نیز این‌گونه مطرح می‌شود که بررسی ارتباط بین مؤلفه‌های ذهنی امنیت (آسایش بصری، فعالیت‌ها، نظارت و مراقبت) با قابلیت حضور پذیری در راسته‌بازارها و چگونگی تأثیر این مؤلفه‌ها بر حضورپذیری به نتایج جدیدی منجر می‌شود که تاکنون پژوهشی در این ارتباط صورت نگرفته و بررسی چگونگی تأثیر این مؤلفه‌ها بر حضورپذیری به کاربردی‌تر کردن نتایج در نمونه‌های مشابه، بهسازی بازارهایی که کارایی آن‌ها کم شده و توسعه بازارها؛ کمک خواهد کرد. همچنین موضوع پژوهش در یک فضای خاص-راسته‌های بازار-که یک فضای معماری با ویژگی محوری است، مورد بررسی واقع شده است؛ بنابراین موضوع احساس امنیت در بازار و چگونگی تأثیر آن بر میزان حضور

پذیری افراد در بازار، از اهداف پژوهش حاضر است که در پی تحلیل و ارزیابی آن درآمده و در این مسیر، عوامل مؤثر بر این موضوع مورد بررسی قرار گرفته است. با این توضیح پرسش اصلی پژوهش به این صورت قابل طرح است:

- احساس امنیت در بازارهای سنتی، چگونه باعث افزایش میزان حضور پذیری افراد در این بازارها شده است؟
- با توجه به اینکه بنا به ادبیات تحقیق، کیفیت احساس امنیت در سه حوزه فعالیت، نظارت و مراقبت و سیمای بصری در فضا قابل بررسی است لذا پرسش اصلی پژوهش در قالب سه پرسش زیر مطرح می‌گردد:
- فعالیت چگونه باعث حضور پذیری در بازار شده است؟
- نظارت و مراقبت چگونه باعث حضور پذیری در بازار شده است؟
- سیمای بصری چگونه باعث حضور پذیری در بازار شده است؟

پیشینه پژوهش

در پژوهش‌های انجام شده پیرامون موضوع بازار، گروهی از محققان با رویکردهای: پایداری، زیبایی‌شناختی، اقلیمی، کالبدی و عملکردی و معنایی بازارها را ارزیابی کرده‌اند و بسیاری از محققان نیز به توصیف جنبه‌های مختلف تاریخی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و ... پرداخته‌اند. به‌طور مثال اوتبرتا و همکاران در مقاله "نقش بازار سنتی در شهرهای سنتی اسلامی: مطالعات موردی بازار تبریز و بازار بزرگ تهران" به نقش‌های سیاسی، اجتماعی، تاریخی، اقتصادی، فرهنگی بازار و توسعه سریع و تغییرات بازار سنتی اشاره کرده‌اند (Utaberta et al, 2019). سلطان‌زاده (2004) در کتاب "بازارهای ایرانی"، به برخی خصوصیات اجتماعی، کارکردی، کالبدی، تاریخی، خصوصیات شهری و ویژگی‌های معماری بازار اشاره کرده است. صادقی و همکاران (2019) نیز در مقاله "تحلیل تاریخی نقش بازار در شکل‌گیری اشکال شهری اسلامی ایرانی، مطالعه موردی: شیراز، ایران" به بررسی روند شکل‌گیری ساختار بازار در دوره‌های مختلف شهر تاریخی شیراز پرداخته‌اند. حبیبی و محمودی پاتی در مقاله "از بازار تا پاساژ" سیر تحولات فضاهای تجاری در شهر تهران را مورد مطالعه قرار داده‌اند (Habibi & Mahmoudi Pati, 2017). کوسومو ویدادگو و همکاران در مقاله‌ای با عنوان "درک بازدیدکنندگان از فاکتورهای مهم طراحی دهلیز در مراکز خرید در اندونزی" این‌گونه بیان داشته‌اند که دو عامل خوانایی و تعامل اجتماعی در طراحی دهلیز می‌تواند حس مکان را برای بازدیدکنندگان مراکز خرید فراهم آورد (Kusumowidagdo et al, 2015). صمدی و همکاران (2020) در مقاله "ارزیابی کیفی ابعاد حسی فضا در بازارهای تاریخی از دیدگاه کاربران (مطالعه موردی: بازار قزوین)" نقش حواس در ادراک محیط را در بازار قزوین مورد بررسی قرار داده‌اند و منظر بصری را دارای بیشترین نقش در درک محیط و منظر صوتی و بویایی را به‌عنوان دو محرک مؤثر بر غنی‌سازی حسی که تغییرات بیشتری در طول روز نسبت به سایر محرک‌های محیطی دارند؛ معرفی کرده‌اند. بذرافکن و خرمی روز (2015) در مقایسه بازارها و مراکز خرید به‌عنوان فضاهای جمعی؛

هم‌پیوندی و اتصال و عمق را از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر حضور پذیری افراد در این فضاها دانسته‌اند. کونسکا و بالکوسکی (2020) در مقاله "تحلیل ویژگی‌های فرهنگی بازار قدیمی اسکوپیه با استفاده از نظریه انتگرال" بر اساس اسناد، تجزیه و تحلیل عکس، مشاهده روابط اجتماعی و نظرات کاربران موقت و دائمی بازار، مشکلات و پتانسیل‌های بازار قدیمی اسکوپیه را مورد بررسی قرار داده و تنوع فضایی و به هم پیوستگی محیط‌های سازگار و وابسته را از پتانسیل‌های بافت تاریخی اسکوپیه و عدم تعادل بین بافت تاریخی و ساختار جدید مدرن را از مشکلات مرکز شهر اسکوپیه دانسته است. برزگر و همکاران (2015) در مقاله "مقایسه آسایش حرارتی در بازار سنتی و مدرن از منظر تابش مستقیم خورشید با استفاده از پرسشنامه و شبیه‌سازی اکونکت، نمونه موردی از شیراز در ایران" به بررسی راحتی حرارتی ساختمان‌های تجاری سنتی و مدرن از منظر تابش خورشید پرداخته‌اند.

در خصوص تأثیرات امنیت در ارتقاء کیفیت فضاها و شهرهای نیز مقالاتی به رشته تحریر درآمده است. در این ارتباط تیبالدز (1992) در کتاب "ایجاد شهرهای دوستانه برای مردم: بهبود فضای عمومی در شهرها"، به تشریح کارایی مناطق مرکزی شهرها برای همه کاربرانشان پرداخته است و درباره طراحی، نگهداری و مدیریت آن‌ها بحث می‌کند. واتسون (2009) در مقاله "جادوی بازار: اجتماع در یک جامعه غفلت شده فضا"، به بررسی پتانسیل بازارها به عنوان فضای عمومی که در آن اشکال مختلف اجتماعی ایجاد می‌شود، می‌پردازد و این‌گونه استدلال کرده است که برخوردها و ارتباطات اجتماعی موجود در بازارها احساس امنیت در فضای شهری را افزایش می‌دهد. پارک و گارسیا (2019) در مقاله "درک ایمنی عابر پیاده و تنظیمات خیابان شهری" روشی مناسب خیابان را مهم‌ترین عامل در افزایش احساس ایمنی در خیابان‌ها و به دنبال آن پیچیدگی ریخت‌شناسی خیابان‌ها دانست که توسط انواع مختلف مشاغل، غذاخوری در فضای باز، مجریان خیابان و سایر فعالیت‌های عابران پیاده شکل گرفته است. هیلیر (2004) در پژوهش خود با عنوان "آیا می‌توان خیابان‌ها را ایمن کرد؟" نشان می‌دهد که الگوهای سنتی خیابان از بهترین الگوی ایمنی برخوردار هستند، زیرا بهتر در شبکه خیابان ادغام می‌شوند و فرصت‌های بیشتری برای نظارت طبیعی فراهم می‌کنند.

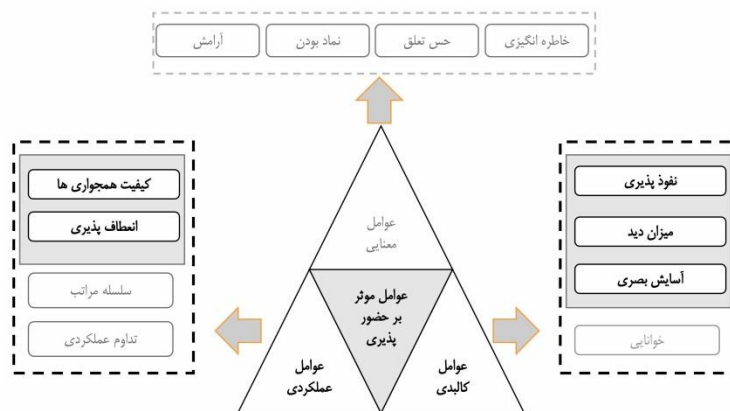
همان‌گونه که از تحقیقات مذکور پیداست، در ارتباط با موضوع بازار، مقالات مختلفی به رشته تحریر درآمده است؛ در رابطه با مفهوم امنیت نیز مطالعاتی صورت گرفته است؛ اما این در حالی است که در ارتباط با نحوه تجلی مفهوم احساس امنیت در بازارهای سنتی ایران و اینکه این خصوصیات چگونه توانسته است باعث افزایش تمایل کاربران نسبت به حضور در این فضا شوند، تاکنون پژوهش مستقلی صورت نگرفته است.

مبانی نظری

حضور پذیری^۱ در فضا

عرصه‌های عمومی مهم‌ترین بخش‌های فضاهای شهری هستند که در آن‌ها بیشترین زندگی جمعی، ارتباطات و تعاملات در جریان است اما این عرصه‌ها زمانی حضور پذیر می‌شوند که شرایط لازم جهت تأمین خواسته‌ها و نیازهای گوناگون افراد را محقق سازند و خلق چنین فضاهایی مستلزم توجه هم‌زمان به ابعاد کالبدی، عملکردی و معنایی آن است (Canter, 1997). در این خصوص عوامل عملکردی شامل مواردی چون کیفیت هم‌جواری‌ها (von Schonfeld & Bertolini, 2017. Montgomery, 1998. Fuller & Moore, 2017. Bahraini, 2014a. 113. Bahraini, 2014 b. (Sivam & Greenspan, 2018. McAndrews and Marshall, 2018. Mehta, 2008. Vertovec, 2019) (Rastjoo and Bemanian, 2019. Karuppannan, 2013. Xie, 2012. Sheller and Urry 2003: 108) (Roshandel et al., 2016)، تداوم عملکردی (Yeganeh et al., 2014؛ Bonyani et al., 2018) و مواردی از این دست هستند. در خصوص عوامل معنایی نیز می‌توان به مؤلفه‌هایی از جمله: آرامش، خاطره‌انگیزی، نماد بودن فضا، حس تعلق، میزان آشنایی و مواردی از این قبیل اشاره نمود. (Shafto, 2008. Nasr, 2016: 76. Pakzad: 2012. Pakzad: 2016. Carmona et al, 2010. Bentley et al., 1985) در ارتباط با کیفیات کالبدی نیز موارد متعددی قابل طرح هستند که از جمله آن‌ها می‌توان به نفوذپذیری (Tibbalds, 1992. Pakzad, 2020)، میزان دید (Heidari et al., 2016)، آسایش بصری (Pakzad, 2012. Mansour Ewing and Clemente, 2013. Harvey and Aultman-Hall, 2015)، خوانایی (Pakzad, 2012. Mansour Hassani and Javan Forouzandeh, 2018. Mansour Hassani and Javan Forouzandeh, 2018) و مواردی از این قبیل اشاره نمود. کیفیت احساس امنیت نیز از شاخص‌های کالبدی-عملکردی تشکیل شده است که در شکل‌گیری یک مکان موفق به‌ویژه در عرصه فضاهای عمومی قابل توجه بوده و از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (شکل ۱). از سویی با توجه به اینکه در این پژوهش موضوع حضور پذیری در یک بازار سنتی مدنظر است لذا کیفیت احساس امنیت در ورودی‌ها و راسته‌ها و فضاهای باز منتهی به آن‌ها، می‌تواند نقش بسزایی در این مهم داشته باشد. بر همین اساس در این پژوهش موضوع احساس امنیت به‌عنوان متغیر مستقل و نقش آن بر میزان حضور پذیری افراد در فضای یک بازار سنتی به‌عنوان متغیر وابسته مورد بررسی قرار می‌گیرد. این مفهوم (احساس امنیت) در ادبیات موجود در قالب سه مفهوم آسایش بصری، نظارت و مراقبت و فعالیت‌ها قابل طرح است که در ادامه به معرفی هرکدام از آن‌ها پرداخته می‌شود.

^۱ - Attendance



شکل ۱. عوامل مؤثر بر حضور پذیری بر اساس متغیرهای سه گانه تعریف مکان (مأخذ: نگارندگان)

Fig 1. Factors affecting attendance based on the three variables of location definition

Source: Writers, 2022

امنیت^۱

دو راه عمده در جلوگیری از جرم و جنایت وجود دارد: تقلیل فرصت و تقلیل انگیزه (Carmona et al, 2015: 241). استراتژی تقلیل انگیزه برای حمله در ارجحیت قرار دارد؛ اما از آنجاکه انجام این امر مشکل است، راه کارهای تقلیل فرصت برای ارتکاب جرم عملی تر به نظر می رسد و با تغییر محیط فیزیکی و بهره گیری از سیاست های پیشگیرانه تلفیقی کالبد معماری و روابط اجتماعی می توان شرایط موجود را تغییر داد (Pakzad, 2009: 287. Roshanfekar Jurshari, 2021). نوع مکان می تواند بر میزان ارتکاب جرم اثر بگذارد، یا دریافت ذهنی افراد از مسئله امنیت را بالا ببرد (Clarke, 1997). پیشگامان مکتب اکولوژی شهری^۲ میزان جرائم شهری را در خصوصیت های مکانی جستجو می کنند و معتقدند که جرائم شهری از محیط جغرافیایی تأثیر می پذیرد (Gholamhoseini et al. 2013, 34) که در این راستا از مؤلفه های کالبدی عملکردی تقلیل فرصت های ارتکاب جرم در طراحی مکان می توان به نظارت و مراقبت طبیعی، سیمای بصری و فعالیت ها اشاره نمود:

فعالیت^۳

وجود مردم و فعالیت های دیگران، باعث جذب فعالیت فرد می گردد. فعالیت های جدید معمولاً پیرامون وقایعی که در حال جریان هستند شکل می گیرند و این ناشی از تمایل مردم برای مشارکت است. (Pakzad, 2016: 45). استفاده مدام پیاده روها، هم برای افزایش تعداد چشمان خیابان و هم برای وادار کردن مردمی که در ساختمان های اطراف خیابان زندگی می کنند به نظارت بر خیابان است (Fuller & Moore, 2017). از دید جیکوبز آنچه اهمیت دارد، آن است که

¹ - Security

²- School of Urban Ecology

³ - Activity

خیابان‌ها چنان پر کشش باشند که مردم داوطلبانه و با رغبت در آن حضور همیشگی یابند و به این ترتیب است که خیابان ناخودآگاه بازبینی و مهار می‌شود (Pakzad, 2007: 132). بسیاری از جرائم شهری در مناطقی روی می‌دهد که نظارت عمومی کم است و یا انسان حضور فیزیکی ندارد. در این روش تلاش می‌شود به مناطق انسان تزریق شود. تزریق انسان به فضاهای شهری باعث افزایش نظارت عمومی می‌شود که از احتمال وقوع جرائم شهری و می‌کاهد. نفوذپذیری، کیفیت هم‌جواری‌ها و انعطاف‌پذیری از متغیرهای تأثیرگذار بر ارتقاء فعالیت‌ها در مکان می‌باشند:

- **نفوذپذیری**^۱: احساس امنیت در نواحی‌ای دیده می‌شود که دائماً مورد استفاده قرار می‌گیرند، پس نواحی باید به شکلی طراحی شوند که از طریق عجین شدن بهتر فضاها با شبکه حرکت پیاده؛ این مسئله را امکان‌پذیر کند. (a Hillier, 1998. Hillier, 1996 a. Hillier, 1996 b). این موضوع در تئوری نحو فضا با استفاده از شاخص‌هایی همچون هم‌پیوندی و اتصال مورد تحلیل قرار می‌گیرد. محورهای با میزان اتصال و هم‌پیوندی بیشتر، از جهات مختلف دسترسی‌پذیری بیشتری داشته که این امر موجب افزایش نفوذپذیری در فضا می‌گردد.

- **کیفیت هم‌جواری‌ها**^۲: منظور از کیفیت هم‌جواری‌ها در یک پیکره‌بندی فضایی به معنای سازگاری عملکردی کاربری‌های شکل‌دهنده آن فضا از نظر سنخیت و همخوانی فعالیت‌هایشان است به نحوی که عملکرد یکی موجب مزاحمت و یا مانع انجام فعالیت دیگری نشوند (Bahraini, 2014: 192; Pour Mohammadi, 2009). امنیت یک فضا به کاربری‌های محاط‌کننده آن هم بستگی دارد و باید تدابیری برای کاهش اثرات منفی کاربری‌های خلوت و متروک که مشکل‌ساز هستند، اندیشیده شود (Zabetian et al., 2010). در این راستا وجود تنوع اقتصادی، فرهنگی و فراغت در جهت ایجاد مکان‌های پر کشش با حضور داوطلبانه مردم، ضروری است (Fowler, 1993. Pakzad, 2007). ایجاد تنوع کاربری‌ها و فعالیت‌های سازگار و وابسته منجر به جذب گروه‌های مختلف استفاده‌کنندگان شده و به کاهش جرم می‌انجامد.

- **انعطاف‌پذیری**^۳: التفات به تمام اقشار اجتماعی برای حضور متعامل می‌تواند از جنبه افزایش احساس امنیت در این اقشار اجتماعی تأثیرگذار باشد. مکان‌هایی که بتوانند برای منظوره‌های متفاوتی به کار آیند، در مقایسه با مکان‌هایی که برای کاربری مشخص و محدودی طراحی شده‌اند حق انتخاب‌های بیشتری را به کاربران عرضه می‌دارند. محیط‌هایی که قابلیت عرضه چنین گزینه‌هایی را داشته باشند دارای کیفیتی هستند که آن را انعطاف‌پذیری می‌نامند (Bentley et al, 2015: 157). بدیهی است در مکان‌هایی که کاربران بیشتری را به خود جذب کند و در آن تعاملات اجتماعی بیشتری صورت بگیرد، امنیت بیشتری برقرار می‌گردد. در این ارتباط از جمله کیفیت‌های فضای عمومی که موجب ارتقاء انعطاف‌پذیری می‌شود و باید مورد توجه قرار گیرد، میزان پیاده‌محوری، وجود لبه‌ها، کف‌سازی و وسعت مناسب فضا، میزان نرمی جداره‌ها و شکل هندسی فضا است.

^۱ - permeability

^۲ - The quality of the adjacencies

^۳ - flexible.

نظارت و مراقبت^۱

نظارت بصری به توانایی شهروندان برای دید و یا ضبط حوادثی که در محیط پیرامون یا نزدیک آن اتفاق می‌افتد اشاره دارد. به علاوه نظارت، امنیتی بصری برای حمله‌کنندگان بالقوه که ممکن است هدف آسان‌تری را انتخاب کنند، به عنوان یک بازدارنده عمل می‌کند. نظارت طبیعی به معنای توانمندسازی محیط از طریق در معرض دید قرار گرفتن و آسانی نظارت است و از ایجاد مناطق غیرقابل نظارت و به اصطلاح "مناطق کور" جلوگیری می‌کند. به گونه‌ای که هر چه اشراف ناظران بر یک فضا بیشتر باشد، امکان وقوع جرم در آن کمتر و احتمال دیده شدن فرد خطاکار بیشتر خواهد شد (Bemanian, 2009: 138-175. Zabihi et al., 2013: 125. Farid Tehrani, 2012: 61. Pakzad, 2009: 288)؛ بنابراین در این ارتباط از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر نظارت طبیعی می‌توان به مخروط دید^۲ اشاره کرد. مخروط دید؛ درجه دید مجموعه‌ای از تمام نقاط در یک فضا است که از دید انسان در یک لحظه مشاهده می‌شود (Benedikt, 1979: 47) و با سطح قابل رؤیت در نرم‌افزار نحو فضا قابل اندازه‌گیری است (Van Nes, 2011: 173)؛ بنابراین با تحلیل سطح قابل رؤیت در یک فضا می‌توان میزان نقاط کور و در نهایت میزان نظارت و مراقبت در آن فضا را مورد ارزیابی قرارداد.

سیمای بصری^۳

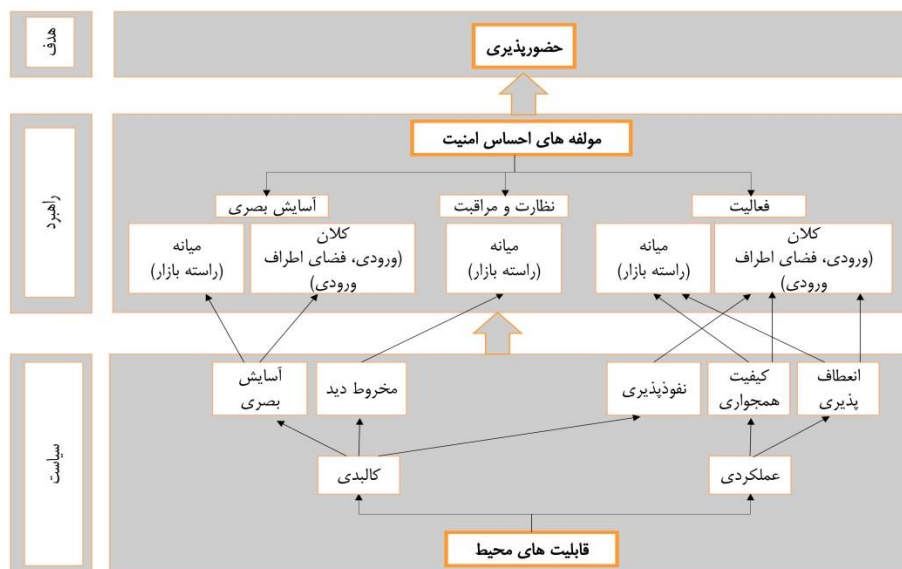
سیما و شکل شهرها در معرض دید مستمر میلیون‌ها نفر از مردم قرار دارند و بیش از هر چیز دیگر از طریق دید بر روحیه‌ی مردم تأثیر می‌گذارد. ساماندهی شکل شهر که رکن اساسی طراحی شهری به حساب می‌آید در حقیقت ظرفی است که امکان می‌دهد تا رفتارها، فعالیت‌ها و ارتباطات شهری در آن به وقوع بپیوندد؛ بنابراین کیفیت محیطی که مردم در آن زندگی می‌کنند می‌تواند تأثیر مثبت و یا منفی در ایجاد حس ایمنی و امنیت در افراد و ساکنین به وجود بیاورد. در این ارتباط آسایش بصری به عنوان یکی از عوامل پاسخ‌دهندگی محیط مطرح شده است (Salehi, 2007: 6. Sadeghloo and Johari, 2017: 170. Doiran et al., 2012: 10. Rezaei and Hajj Forosh, 2017) این امر مسئله مهمی است زیرا تأثیر بسزایی در تعبیر مردم از مکان دارد و مردم اماکن را بر مبنای معانی مترتب بر آن تعبیر و تفسیر خواهند نمود. با این توضیح آسایش بصری در مکان‌هایی وجود دارد که به علت مطلوبیت اطلاعات و شرایط، از آن‌ها به صورت سالم‌تر، ایمن‌تر و مطلوب‌تر استفاده می‌شود و از هر نوع اغتشاش و کیفیت بصری نامطلوب در شکل شهر اعم از نماها، فرم‌ها و ... اجتناب کرده است. در این ارتباط از جمله کیفیت‌های فضای عمومی که موجب ارتقاء آسایش بصری می‌شود و باید مورد توجه قرار گیرد، سبک و مصالح به کاررفته در فضا، کیفیت ساختمان‌ها، جداره‌ها، کف‌سازی‌ها، محوطه‌ها، نماها است.

^۱ - Surveillance

^۲ - Isovist

^۳ - Visual shape

شکل شماره ۲ به بیان چهارچوب نظری پژوهش می‌پردازد و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر احساس امنیت را بیان می‌دارد.



شکل ۲. چارچوب نظری تحقیق

Fig 2. The theoretical framework of the research

Source: Writers, 2022

مواد و روش‌ها

همان‌گونه که پیش‌ازاین نیز عنوان شد، هدف اصلی در این پژوهش، تحلیل چگونگی تأثیر کیفیت احساس امنیت بر میزان حضورپذیری افراد در بازار است. بر همین اساس میزان تمایل افراد به حضور پذیری در بازار به‌عنوان متغیر وابسته و کیفیت احساس امنیت در بازار به‌عنوان متغیر مستقل تحقیق مدنظر قرار گرفته است (جدول ۱ و ۲). در این تحقیق، مجموعه بازار سنتی شیراز به‌عنوان نمونه موردی انتخاب شده است که در ادامه به معرفی بخش‌های مختلف آن پرداخته می‌شود. روش تحقیق در این پژوهش، ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی است که در بخش گردآوری داده‌ها از روش‌های مشاهده، پرسشنامه، مصاحبه، برداشت‌های میدانی، اسناد و مطالعات کتابخانه‌ای و در بخش تحلیل داده‌ها از روش‌های تحلیل محتوا و نرم‌افزار دپسمپ^۱ (مورد استفاده در تکنیک نحو فضا) استفاده شده است. از آنجاکه میانگین افراد وارد شده به بازار در ساعات مذکور از مجموع ورودی‌ها، ۱۱۰۰ نفر ارزیابی شد لذا بر مبنای فرمول کوکران، حجم نمونه شامل ۲۸۰ نفر انتخاب شد که در ساعات ۹ الی ۱۲ (ساعات بیشترین تردد به بازار) در طول دو ماه مورد پرسش و مصاحبه قرار گرفتند و از آن‌ها پیرامون تمایل و علل انتخاب هر راسته‌بازار جهت حضور در آن پرسش به عمل آمد.

^۱ - Depthmap

جدول ۱. ابزارها و روش‌های گردآوری و تحلیل داده‌ها در ارتباط با متغیرهای تحقیق

Table 1. Tools and methods of data collection and analysis related to research variables

متغیر	مؤلفه‌ها	جمع‌آوری اطلاعات					ابزار آنالیز داده‌ها		توضیحات
		مصاحبه	مصاد به	مشاهده	برداشت میدانی	اسناد	مطالعات کتابخانه‌ای	نحو فضا	
وابسته	حضور پذیری	مصاحبه	کاربران بازار	*			*		این مؤلفه‌ها در فضای باز عمومی
	کیفیت هم‌جواری‌ها	مصاحبه	کاربران بازار	*	*	*	*		که ورودی راسته‌بازار در آن قرار دارد (مقیاس کلان) و در راسته‌بازار (مقیاس میانه) سنجیده می‌شود
	امنیت فعالیت	پرسشنامه	کاربران بازار	*			*		میزان نفوذپذیری در مقیاس کلان و در رابطه با پتانسیل ساختار ورودی‌ها در جذب افراد به درون بازار سنجیده می‌شود.
مستقل	نفوذپذیری			*	*	*	*	*	مطابق ادبیات تحقیق، میزان نظارت و مراقبت مالکان راسته‌بازار از فضای راسته‌بازار باید سنجیده شود، بنابراین مخروط دید مآزهداران نسبت به راسته سنجیده می‌شود.
	نظارت و مراقبت			*	*	*	*	*	مختبر آسایش بصری در مقیاس کلان (ورودی‌ها و فضای باز عمومی که ورودی بازار در آن واقع شده) و میانه (مسیر راسته‌بازار) موردبررسی قرار می‌گیرد
	سیمای بصری	آسایش بصری	پرسشنامه	*			*		

Source: Writers, 2022

فرایند تحقیق به این صورت انجام می‌گیرد که در گام نخست، هرکدام از متغیرهای تحقیق شامل میزان حضور پذیری (متغیر وابسته) و نیز کیفیت احساس امنیت در راسته‌بازارها و فضاهای اطراف آن‌ها (متغیر مستقل) استخراج و مورد تحلیل قرار گرفتند؛ سپس در بخش مربوط به بحث، به چگونگی ارتباط میان متغیرهای مذکور پرداخته شد.

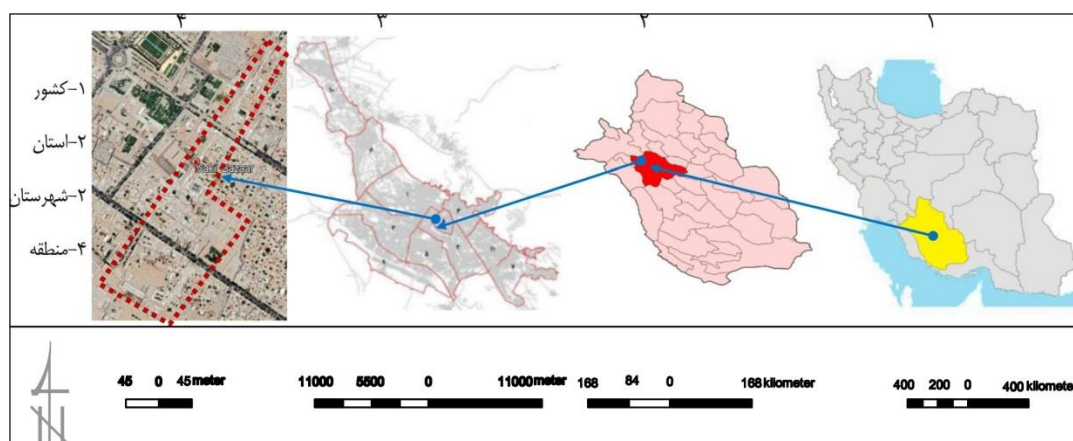
ویژگی‌های جغرافیایی قلمرو پژوهش

همان‌گونه که پیش‌ازاین نیز عنوان شد، نمونه موردی در پژوهش حاضر، مجموعه بازار سنتی شیراز است. وسیع بودن، فشردگی و تراکم بالا و پتانسیل شهر شیراز در جذب گردشگر موجب حساس بودن این شهر از نظر احساس امنیت و حضور پذیری در فضاهای عمومی شهری مانند بازارهای سنتی شیراز شده و ارتقاء احساس امنیت و حضورپذیری در

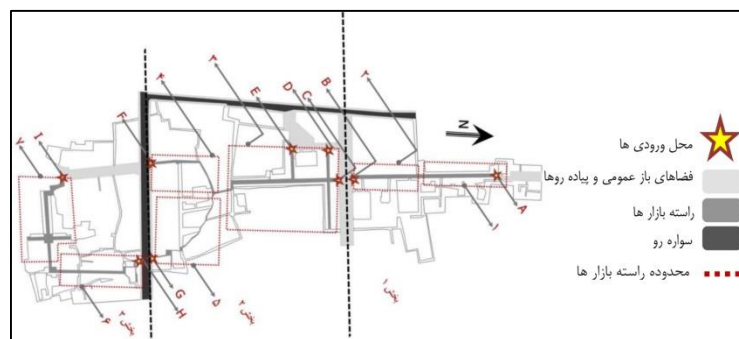
آن اهمیت ویژه‌ای دارد. این مجموعه به وسیله ۲ خیابان پرتدد زند و لطفعلی‌خان به سه بخش و هر بخش از چندین بازار تشکیل شده است (جدول ۲). بخش اول شامل و بازار وکیل شمالی بازار نو است که از شمال به دروازه اصفهان، از جنوب به خیابان زند و از شرق و غرب به محله‌های مسکونی منتهی می‌شود. بخش دوم شامل بازارهای: وکیل، مسگرها، بازار مرغ و اردو بازار است که از شمال به خیابان زند، از جنوب به خیابان لطفعلی‌خان و از شرق و غرب نیز به بافت‌های مسکونی منتهی می‌شود و بخش سوم را بازارهای شاه‌چراغ و حاجی تشکیل داده که از شمال به خیابان لطفعلی‌خان زند، از جنوب به حرم شاه‌چراغ، از شرق به محله مسکونی و از غرب به بازار زرگرها و محله مسکونی منتهی شده است (جدول ۲).

جدول ۲. معرفی مجموعه بازار شیراز
Table 2. Introduction of Shiraz bazaar collection

شماره راسته بازارها	1	2	3	4	5	6	7
نام بازار	بازار نو	بازار وکیل شمالی	بازار وکیل جنوبی	بازار مرغ	اردو بازار	بازار حاجی	بازار شاه‌چراغ
نام ورودی‌ها	A	B	C	D	E	F	G
	H	I					



موقعیت در کشور، استان، شهرستان



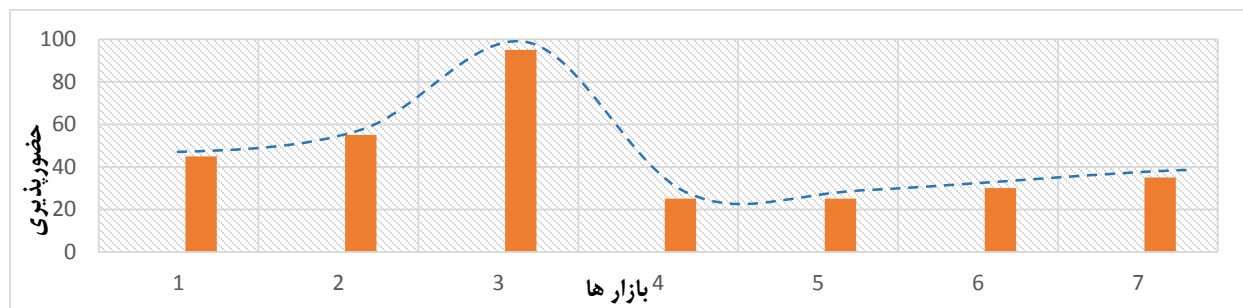
معرفی راسته‌بازارها، ورودی‌ها و هم‌جواری‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌ها

همان‌گونه که پیش‌ازین نیز عنوان شد، در این پژوهش میزان حضور پذیری در بازار به‌عنوان متغیر وابسته و احساس امنیت در بازار که خود شامل سه بعد فعالیت، نظارت و مراقبت و آسایش بصری است، به‌عنوان متغیر مستقل شناخته شده است. از همین رو در این بخش، ابتدا میزان حضور پذیری در هر بازار موردسنجش قرار گرفته و سپس در ادامه میزان فعالیت، نظارت و مراقبت و آسایش بصری در بازار به تفکیک مورد تحلیل قرار گرفته است.

ارزیابی میزان حضور پذیری در راسته‌های بازار

همان‌گونه که پیش‌ازین نیز عنوان شد منظور از حضور پذیری در بازار، تمایل افراد به استفاده از هرکدام از بازارها جهت انواع انجام فعالیت‌های اختیاری بوده است؛ بنابراین همان‌گونه که در بخش روش تحقیق نیز عنوان شد، به‌منظور سنجش این کمیت، در طول دو ماه (بین ساعات ۹ تا ۱۱ صبح) به‌صورت تصادفی از هر راسته ۴۰ نفر مورد مصاحبه قرار گرفتند و در ارتباط با انگیزه‌هایشان نسبت به حضور در آن راسته، پرسش به عمل آمد. از آنجاکه معیار پژوهش حاضر جهت تعیین میزان حضور پذیری در هر راسته، تمایل به انجام فعالیت‌های اختیاری (ازجمله خرید و پرسه زدن و تماشا و ...) بوده است، لذا درنهایت برای هر راسته عددی به‌صورت درصد به دست آمد که معین میزان تمایل افراد به حضور پذیری در آن راسته است. مقادیر به‌دست‌آمده برای هر راسته در نمودار ۱ نمایش داده شده است.



نمودار ۱. میزان حضور پذیری در بازارها

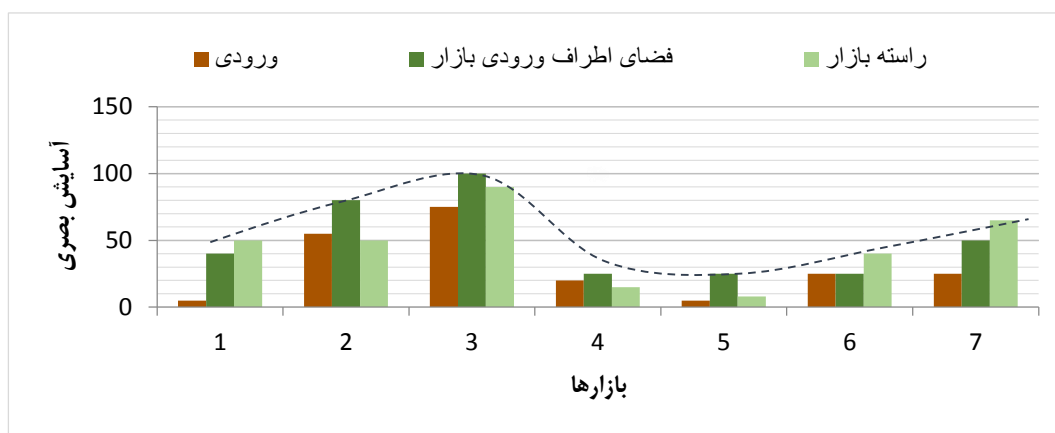
Chart 1. The amount of attendance in the bazaars

Source: Research Findings, 2022

با توجه به داده‌های نمودار فوق مشاهده می‌شود که بیشترین میزان حضور پذیری افراد در بازار در راسته ۲ و ۳ و کمترین میزان آن در راسته ۴ و ۵ شکل گرفته است (نمودار ۱). از آنجاکه پژوهش حاضر به دنبال بررسی چگونگی نقش احساس امنیت در شکل‌گیری حضور پذیری است لذا با تحلیل میزان احساس امنیت در هر راسته، سعی در یافتن ارتباط میان این دو مفهوم نموده است. بر همین اساس در ادامه به تحلیل میزان احساس امنیت در هر راسته بر اساس شاخص‌های تبیین شده پرداخته می‌شود.

تحلیل میزان آسایش بصری در هر بازار

آسایش بصری در ارتباط با هر بازار در سه بخش: ورودی‌ها (جدول ۲)، فضای باز عمومی اطراف ورودی‌ها و راسته‌بازار (جدول ۲) مورد بررسی قرار گرفت و همان‌گونه که در ادبیات پژوهش نیز عنوان شد؛ این موضوع از طریق بررسی شاخص‌های: سبک و مصالح به‌کاررفته در ورودی بازارها؛ کیفیت ساختمان‌ها، جداره‌ها، کف‌سازی‌ها و محوطه‌ها در فضای اطراف ورودی‌ها؛ و بررسی کیفیت جداره‌ها، نماها و کوچه‌های منتهی به راسته‌ها در مسیر راسته‌بازارها قابل ارزیابی است. بر همین اساس میزان مطلوبیت موارد مذکور در هر سه بخش از جامعه آماری تحقیق مورد پرسش قرار گرفت که نتایج آن در نمودار ۲ ارائه شده است. علاوه بر آن با بازدیدهای میدانی و مشاهدات، وضعیت شاخص‌های مذکور در هر کدام از سه بخش مورد بررسی قرار گرفت.



نمودار ۲. میانگین درصد امتیاز افراد به آسایش بصری در هر بازار

Chart 2. The average score of people for visual comfort in each bazaar

Source: Research Findings, 2022

با توجه به داده‌های نمودار فوق مشاهده می‌شود که راسته ۳ دارای بیشترین مقادیر میانگین آسایش بصری و راسته‌های شماره ۴ و ۵ دارای کمترین مقادیر شاخص مذکور در بازار سنتی شیراز است (نمودار ۲).

تحلیل میزان نظارت و مراقبت در هر راسته

مطابق ادبیات تحقیق در این بخش میزان مخروط دید مغازه‌داران در هر کدام از بازارها مورد سنجش قرار گرفت که در این خصوص میانگین نقاط کور در ابتدا، میانه و انتهای هر کدام از راسته‌بازارها با استفاده از ابزار ایزوویست در محیط نرم‌افزار دپس‌مپ مورد تحلیل قرار گرفت. همچنین در این ارتباط میزان اختلاف سطح مغازه‌ها نسبت به مسیر حرکت عابران نیز عاملی است که بر اشراف بیشتر مغازه‌داران بر مسیر راسته‌بازار تأثیرگذار است که این موضوع نیز در بازدید

های میدانی از ورودی‌ها و راسته‌های بازار برداشت شد که نتایج آن به همراه نتایج ابزار ایزوویست به ازای هر بازار، در جدول ذیل ارائه شده است (جدول ۳).

جدول ۳. سطح قابل‌رؤیت بازار (مخروط دید) با استفاده از ابزار ایزوویست در نرم‌افزار دپس مپ
Table 3. The visible surface of the bazaar (cone of vision) using the Isovist tool in Depthmap software.

شماره راسته‌بازار	Isovist Area	میانگین درصد مساحت نقاط کور نسبت به مساحت بازار	اختلاف سطح مغازه‌ها و راسته‌بازار (cm)	شماره راسته‌بازار	Isovist Area	میانگین درصد مساحت نقاط کور نسبت به مساحت بازار	اختلاف سطح مغازه‌ها و راسته‌بازار (cm)
1	ابتدا 1331.22 میانه 1334.77 انتهای 1388.43	4.1	-	5	ابتدا 112.72 میانه 53.625 انتهای 17.2385	90.5	-
2	ابتدا 1056.52 میانه 1056.52 انتهای 1056.52	۰	80	6	ابتدا 67.833 میانه 874.285 انتهای 873.292	48.2	-
3	ابتدا 1910.77 ابتدا 946.758 ابتدا 441.193 میانه 1929.59 انتهای 1905.65	26.6 38.88 45.4	80	7	ابتدا 1224.14 میانه 1811.63 انتهای 1176.57	41.6	-
4	ابتدا 433.96 میانه 496.47 انتهای 216.36	65.5	-				

Source: Research Findings, 2022

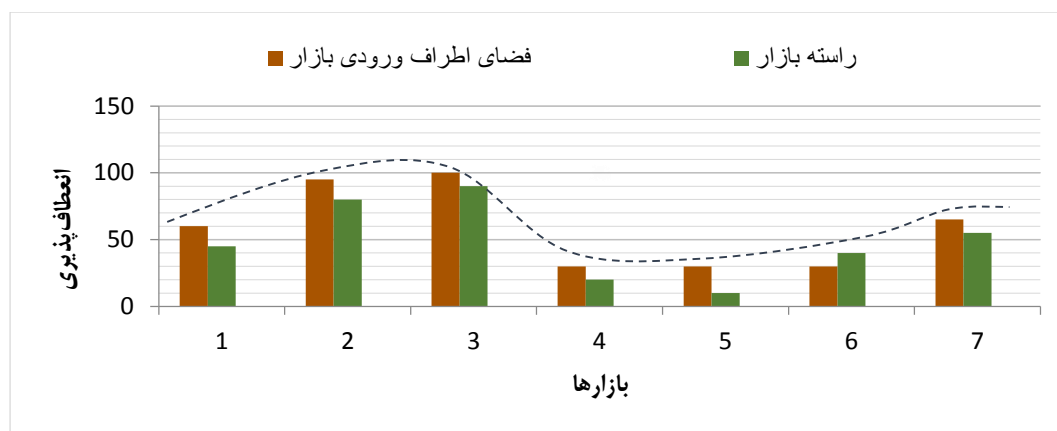
با توجه به داده‌های جدول ۳ مشاهده می‌شود که بیشترین نقاط کور در راسته‌های ۴ و ۵ (جدول ۲) با مقادیر میانگین ۶۵,۵ و ۹۰,۵ درصد سطح نقاط کور نسبت به مساحت بازار و کمترین سطح نقاط کور در راسته‌های ۲ و ۳ با مقادیر میانگین صفر و ۲۶,۶ درصد سطح نقاط کور نسبت به مساحت بازار وجود دارد. از سویی در راسته‌بازارهای ۲ و ۳، اختلاف سطح ۸۰ سانتی‌متر میان تراز مغازه‌ها و تراز کف بازار مشاهده شده است که این موضوع در اشرافیت بیشتر و نظارت و مراقبت مغازه‌داران بر بازار، تأثیر بسزایی دارد.

تحلیل میزان فعالیت در هر راسته

بر اساس آنچه در ادبیات تحقیق ذکر شد؛ بررسی میزان فعالیت‌ها در هر بازار با تحلیل مؤلفه‌های: نفوذپذیری، کیفیت هم‌جواری‌ها و انعطاف‌پذیری موردسنجش قرار گرفت:

انعطاف‌پذیری در بازار

مطابق آنچه در ادبیات پژوهش عنوان شد و پیمایش‌های صورت گرفته؛ انعطاف‌پذیری در هر بازار از طریق بررسی شاخص‌های: میزان پیاده محوری، وجود لبه‌ها، کف‌سازی و وسعت فضا در فضای اطراف ورودی؛ و بررسی میزان سختی جداره‌ها، وجود لبه‌ها، شکل هندسی، کف‌سازی و وسعت فضا در مسیر راسته‌ها مورد تحلیل قرار گرفت. بر همین اساس به‌منظور تحلیل شاخص‌های مذکور در بازدیدهای میدانی از راسته‌بازار و فضاهای اطراف آن، وضعیت شاخص‌های مذکور در هر بازار مشاهده و ثبت گردید و درنهایت به‌منظور سنجش میزان آن شاخص‌ها، به تفکیک از دید کاربران آن مورد پرسش قرار گرفت که نتایج آن در ارتباط با هرکدام از بازارها در نمودار زیر ارائه شده است.



نمودار ۳. میانگین درصد امتیاز افراد به انعطاف‌پذیری در هر راسته‌بازار

Chart 3. The average score of people for flexibility in each bazaar

Source: Research Findings, 2022

با توجه به داده‌های نمودار ۵ مشاهده می‌شود که راسته‌های ۲ و ۳ دارای بیشترین مقادیر میانگین انعطاف‌پذیری و راسته‌های شماره ۴ و ۵ دارای کمترین مقادیر شاخص مذکور در بازار سنتی شیراز است (نمودار ۳).

نفوذپذیری به بازار از طریق ورودی‌ها

از دیگر ابزارهای تحلیل میزان فعالیت در بازارها، ارزیابی میزان نفوذپذیری به بافت بازار از طریق ورودی‌ها (جدول ۲) است. با توجه به ماهیت نحوی این شاخص، از روش نحو فضا جهت تحلیل آن بهره گرفته شد. روش کار به این صورت بود که نقشه مجموعه بازار سنتی شیراز در محیط نرم‌افزار دپس مپ فراخوانی شده و مقادیر شاخص‌های هم‌پیوندی و اتصال برای هرکدام از ورودی‌ها (جدول ۲) به تفکیک تعیین گردید که نتایج آن در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. مقادیر شاخص های هم پیوندی و اتصال در ارتباط با هر ورودی

Table 4. Values of Integration and connectivity indices related to each entry

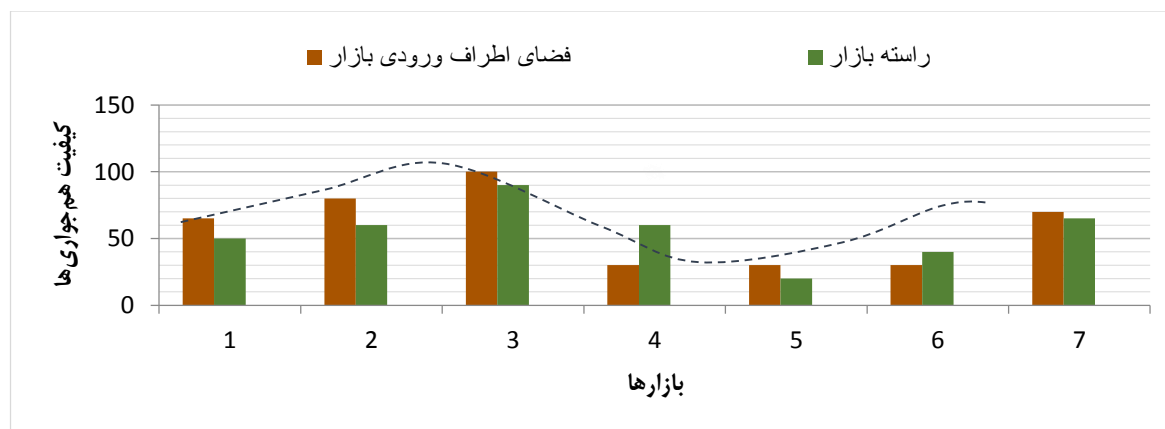
بازار	ورودی	اتصال	هم پیوندی
شماره 1	A	373	5.29716
شماره 2	B	1230	7.04517
شماره 3	C	1313	6.97173
	D	285	5.34572
	E	351	5.67078
شماره 4	F	736	6.20433
شماره 5	G	108	4.48563
شماره 6	H	98	4.48369
شماره 7	I	186	4.40318

Source: Research Findings, 2022

با توجه به داده های جدول فوق مشاهده می شود که بیشترین میزان اتصال و هم پیوندی به ترتیب در ورودی های شماره C و B و F و کمترین میزان آن ها در ورودی های شماره G و H به وجود آمده است (جدول ۴).

کیفیت هم جوارها در بازار

بر اساس آنچه در ادبیات عنوان شد در تحلیل کیفیت هم جوارها در بازارها، میزان تنوع و وابستگی کاربری های سازگار در جهت ایجاد فعالیت ها در دو بخش: راسته بازارها و فضای باز عمومی اطراف ورودی هر بازار مورد تحلیل قرار گرفت که بدین منظور از طریق بازدیدهای میدانی و مشاهدات مستقیم وضعیت شاخص های مذکور در هر بازار ثبت گردید. علاوه بر آن در راستای سنجش میزان آن شاخص ها، از دید کاربران آن مورد پرسش قرار گرفت و در نهایت درک کاربران از وجود شاخص های مذکور ثبت گردید که نتایج آن در ارتباط با هر کدام از راسته های موجود در بازار سنتی شیراز در نمودار زیر ارائه شده است.



نمودار ۴. میانگین درصد امتیاز افراد به کیفیت هم جوارها در هر راسته بازار

Chart 4. The average score of people on the quality of neighborhoods in each bazaar

Source: Research Findings, 2022

با توجه به داده‌های نمودار ۶ مشاهده می‌شود که راسته ۳ دارای بیشترین مقادیر میانگین کیفیت هم‌جواری‌ها و راسته شماره ۵ دارای کمترین مقادیر شاخص مذکور در بازار سنتی شیراز است (نمودار ۴).

بحث

آنچه تاکنون مورد بررسی قرار گرفت، ارزیابی میزان فعالیت، نظارت و مراقبت و آسایش بصری در بازار به‌عنوان متغیر-های مستقل و نیز میزان تمایل به استفاده از راسته‌بازارها به‌منظور حضور پذیری در بازار به‌عنوان متغیر وابسته بوده است. حال در این بخش به‌صورت تحلیلی به بررسی چگونگی تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته در این پژوهش پرداخته می‌شود. برای این منظور، در ابتدا جمع‌بندی از آنچه در بخش یافته‌ها عنوان گردید، در جدول ذیل ارائه شده است (جدول ۵).

جدول ۵. جمع‌بندی یافته‌های تحقیق در رابطه با بیشترین و کمترین نمود شاخص‌ها در هر کدام از بازارها

Table 5. Summary of the research findings in relation to the highest and lowest indicators in each of the bazaars.

متغیرهای تحقیق	پارامترها	شاخص‌ها	شماره راسته‌ها						
			7	6	5	4	3	2	1
مستقل	سیمای بصری	آسایش بصری	↑	-	↓	↓	↑	-	-
		مخروط دید	-	-	↓	↓	↑	↑	-
	نظارت و مراقبت	نفوذپذیری	-	↓	↓	↑	↑	↑	-
		کیفیت هم‌جواری	-	-	↓	-	↑	-	-
	فعالیت	انعطاف‌پذیری	-	-	↓	↓	↑	↑	-
وابسته	تمایل به حضور پذیری در راسته‌بازار		-	-	↓	↓	↑	↑	-

Source: Writers, 2022

در جدول فوق، مقادیر بیشینه و کمینه هر کدام از شاخص‌ها در راسته‌های مختلف بازار نشان داده شده است. فلش‌های سبز رنگ رو به بالا نشان‌دهنده تحقق مقادیر بیشینه یک شاخص و فلش‌های قرمز رنگ رو به پایین، نشان‌دهنده تحقق مقادیر کمینه شاخص‌ها در بازار هستند. با این توضیح در جدول فوق مشاهده می‌شود که از میان شاخص‌های مربوط به متغیر مستقل، بازار شماره ۳ در پنج شاخص و بازار شماره ۲ در سه شاخص، حائز مقادیر حداکثر بوده‌اند؛ در مقابل نیز راسته شماره ۴ در سه شاخص و راسته‌بازار شماره ۵ در پنج شاخص، مقادیر حداقل را کسب نموده‌اند؛ بنابراین می‌توان چنین ادعان داشت که راسته‌های ۳ و ۲ به ترتیب دارای بیشترین احساس امنیت و راسته‌های ۴ و ۵ نیز دارای کمترین

احساس امنیت در میان راسته‌های مختلف بازار سنتی شیراز هستند. از سویی دیگر در ارتباط با پارامتر تمایل به حضور پذیری در بازار به‌عنوان متغیر وابسته نیز، بیشترین مقادیر در راسته‌های ۲ و ۳ و کمترین مقادیر در راسته ۴ و ۵ مشاهده شده است. این موضوع مؤید فرضیه اصلی تحقیق مبنی بر وجود رابطه میان مؤلفه‌های ذهنی امنیت (فعالیت، نظارت و مراقبت و آسایش بصری) در بازار و تمایل به حضور پذیری افراد در بازار است. به عبارتی دیگر در بازارهایی که شاخص‌های احساس امنیت نمود بیشتری داشته‌اند (بازارهای ۳ و ۲)، تمایل به استفاده از آن راسته‌ها در بازار نیز افزایش یافته است؛ این در حالی است که کاهش شاخص‌های احساس امنیت در یک راسته (راسته‌های ۴ و ۵)، منجر به کاهش تمایل افراد نسبت به استفاده از آن بازار شده است. علت این موضوع در ارتباط با چگونگی تأثیر احساس امنیت بر کاهش و یا افزایش تمایل به حضور پذیری در راسته‌بازارهای مورد هدف، در جدول ذیل آورده شده است (جدول ۶).

جدول ۶. جمع‌بندی عوامل مؤثر بر احساس امنیت در ارتباط با بازارهای دارای بیشترین و کمترین تمایل به حضور پذیری
Table 6. Summary of the factors affecting the feeling of security in relation to bazaars with the highest and the lowest tendency to be attendance

وضعیت	شماره راسته	آسایش بصری	نظارت و مراقبت	فعالیت	تصویر
بازار سنتی شیراز به حضور پذیری	۳	- سردرب ورودی اصلی دارای قوس‌های سنتی و هماهنگ با جداره‌ها. سایر ورودی‌ها دارای درب‌های چوبی سنتی و هماهنگ با بافت. - اطراف ورودی: دارای تنوع رنگ در مصالح به‌کاررفته و اجناس مغازه‌ها، هماهنگی در مصالح، مرمت جداره‌ها و کف‌سازی‌ها و بازسازی و احیا با مصالح سنتی و بومی، ریتم در بدنه‌ها، پرسپکتیو یک نقطه‌ای به‌وسیله تکرار درختان و میلمان در فضا و در امتداد پیاده راه. - راسته‌بازار دارای تنوع رنگ در مصالح و اجناس، ریتم و تقارن در جداره‌ها و سقف راسته‌بازار، مرمت جداره‌ها و بدنه‌های راسته‌بازار با مصالح هماهنگ سنتی.	- راسته‌بازار دارای شکل هندسی مستقیم‌الخط، اختلاف سطح تراز مغازه‌ها نسبت به تراز راسته‌بازار	انعطاف‌پذیری - فضای اطراف ورودی بدون سواره‌رو و اختصاص کامل فضا به پیاده و کف‌سازی یکپارچه، قابلیت انجام فعالیت‌ها و مراسم و جشن‌های متنوع در زمان‌های گوناگون، میز و صندلی‌ها با قابلیت جابجایی مربوط به فعالیت‌های اوقات فراغت، ایجاد لبه‌های متنوع به‌وسیله مکعب‌های سنگی و درختان باقابلیت‌های: تقسیم فضا، ایستادن، نشستن و سایه‌اندازی. - در راسته‌بازار با لبه‌های یکپارچه در طول مسیر راسته، شکل هندسی مستقیم، فضای وسیع با عرض مناسب، کف‌سازی یکپارچه و مناسب. کیفیت هم‌جواری - فضای اطراف ورودی دارای تنوع و وابستگی میان عملکردهای اختیاری، دارای حداکثر کاربری‌های اوقات فراغت وابسته و سازگار با اکثر کاربری‌های بازار و فضای باز عمومی. - راسته‌بازار: دارای هم‌جواری‌ها با فضای باز مرکزی فعال و کاربری‌ها و عملکردها و عناصر وابسته به بازار مانند رستوران، مغازه‌ها، فضاهای نشستن، سبزه و آب و غیره. نفوذپذیری - تعدد ورودی‌ها و اتصال و هم‌پیوندی بالای ورودی‌ها به فضای باز عمومی اطراف راسته.	
	۲	- ورودی دارای سردرب به سبک سنتی. - اطراف ورودی: دارای تنوع رنگ در مصالح به‌کاررفته و اجناس مغازه‌ها، هماهنگی در مصالح، مرمت جداره‌ها و کف‌ها و بازسازی و احیا با مصالح سنتی و بومی، ریتم در بدنه‌ها،	- راسته‌بازار دارای شکل هندسی مستقیم‌الخط، وجود اختلاف سطح تراز مغازه‌ها نسبت به تراز راسته‌بازار.	انعطاف‌پذیری - فضای اطراف ورودی: بدون سواره و اختصاص کامل فضا به پیاده و کف‌سازی یکپارچه، میز و صندلی‌ها با قابلیت جابجایی مربوط به فعالیت‌های اوقات فراغت، دارای لبه‌های متنوع به‌وسیله مکعب‌های سنگی و درختان باقابلیت‌های: تقسیم فضا، ایستادن، نشستن و سایه‌اندازی. - راسته‌بازار با لبه‌های یکپارچه در طول مسیر راسته، شکل	

	هندسی مستقیم، فضای وسیع با عرض زیاد، کف‌سازی یکپارچه و مناسب کیفیت هم‌جواری - فضای اطراف ورودی دارای تنوع و وابستگی میان عملکردهای اختیاری، حداکثر کاربری‌های اوقات فراغت سازگار و وابسته با اکثر کاربری‌های بازار و فضای باز عمومی.	پرسپکتیو یک نقطه‌ای به‌وسیله تکرار درختان و میلمان در فضا و در امتداد پیاده. - راسته‌بازار: دارای ریتم و تقارن در جداره‌ها و سقف راسته‌بازار، کوچه‌ها و هم‌جواری‌های متروکه و مخروبه منتهی به راسته‌بازار
	- راسته‌بازار دارای کاربری‌های سازگار و وابسته در مسیر خود، هم‌جواری‌ها با فضاهای باز مرکزی غیرفعال (کاربری‌های مخروبه، متروکه و پارکینگ) نفوذپذیری - راسته‌بازار دارای اتصال و هم‌پیوندی بالای به فضای باز عمومی اطراف راسته	
	انعطاف‌پذیری - فضای اطراف ورودی دارای چیرگی سواره بر پیاده. - راسته‌بازار دارای جانمایی قسمت‌های سخت ساختمان مانند راه‌پله در ساخت‌وسازهای جدید در جداره‌ها، شکل هندسی پریپچ‌وخم، فضای باریک و کف‌سازی‌های کهنه و بدون مرمت و نامناسب.	۵ - دارای ورودی بدمنت‌ری که نام‌نویسی بازار بر روی تابلوی فلزی که ایستایی آن با جوش دادن تابلو به قوطی‌های فلزی ایجاد شده. - اطراف ورودی: دارای ساختمان و جداره‌های مخروبه و مرمت نشده یا متروکه خیابان، ناهماهنگی مصالح و الحاقات در بدنه و کف‌سازی.
	کیفیت هم‌جواری - فضای اطراف ورودی دارای ساختمان‌های مخروبه و متروکه با نمای بسته و خالی از عملکرد و زندگی، عملکردهای طبقه پایین به دلیل کیفیت نامطلوب کالبدی قابل‌استفاده برای فعالیت‌های ضروری. - راسته‌بازار دارای مغازه‌های با جداره‌های مخروبه و مرمت نشده و قابل‌استفاده برای فعالیت‌های ضروری	- راسته‌بازار دارای جداره‌ها و نماهای مخروبه، هم‌جواری‌ها و کوچه‌های مخروبه و متروکه منتهی به بازار، استفاده از مصالح مدرن به‌صورت ناهماهنگ با مصالح سنتی در جداره‌های راسته‌بازار، الحاقات نامناسب مانند تأسیسات و تابلوها به‌صورت ناهماهنگ در جداره.
	نفوذپذیری - اتصال و هم‌پیوندی پایین ورودی به فضای باز عمومی اطراف راسته. انعطاف‌پذیری - فضای اطراف ورودی دارای چیرگی سواره بر پیاده. - راسته‌بازار دارای کف‌سازی‌های کهنه و بدون مرمت و نامناسب.	۴ - دارای ورودی مخروبه و بدمنت‌ری پوشیده شده با پلیت‌های الحاقی فلزی. - اطراف ورودی دارای ساختمان و جداره‌های مخروبه و مرمت نشده یا متروکه خیابان، ناهماهنگی مصالح و الحاقات در بدنه و کف‌سازی.
	کیفیت هم‌جواری - فضای اطراف ورودی دارای ساختمان‌های مخروبه و متروکه با نمای بسته و خالی از عملکرد، عملکردهای طبقه پایین به دلیل کیفیت نامطلوب فقط قابل‌استفاده برای فعالیت‌های ضروری. - راسته‌بازار دارای مغازه‌های با جداره‌های مخروبه و مرمت نشده و قابل‌استفاده برای فعالیت‌های ضروری. نفوذپذیری - اتصال و هم‌پیوندی بالای ورودی راسته‌بازار به فضای باز عمومی اطراف راسته، نفوذ به بازار بیشتر جهت انجام فعالیت‌های ضروری.	- راسته‌بازار دارای جداره‌ها و نماهای مخروبه، استفاده از مصالح مدرن به‌صورت ناهماهنگ با مصالح سنتی در جداره‌ها، الحاقات نامناسب مانند تأسیسات و تابلوها به‌صورت ناهماهنگ در جداره‌ها.

نتیجه گیری

حضور پذیری مردم در بازارها به عنوان مراکز اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و تفریحی، یکی از مهم ترین عوامل در افزایش کارایی و رونق این اماکن به شمار می رود. امروزه یکی از محورهای اصلی مورد توجه طراحی شهری و برنامه ریزی بخصوص در حوزه های فضاهای عمومی توجه به مسئله حضور پذیری در طراحی فضاهای شهری است. در کشوری با سابقه دیرینه شهرنشینی؛ عدم برنامه ریزی صحیح و ناهماهنگ، موجب عدم کارایی و حضور پذیری بسیاری از بافت های سنتی مانند بازار شده و از نظر کالبدی، اجتماعی و اقتصادی به معضل پیچیده تبدیل شده اند. فضای بافت سنتی بازار به عنوان یک ثروت اجتماعی و فرهنگی منحصر می باشد که به عنوان مکان سوم در طول دوره های متفاوت ماندگار بوده؛ و برخی از این بازارها کارایی و حضور پذیری خود را ازدست داده اند که نتیجه آن مواجه با انواع بحران های شهری بوده است. لذا جهت ارتقاء و توسعه بازارها و همچنین طراحی و ساخت نمونه های مشابه و مطلوب باید معیارهایی در طراحی و برنامه ریزی شهری در نظر گرفت. در این راستا از جمله مهم ترین آن ها، ارتقاء کیفیات احساس امنیت در فرایند برنامه ریزی و طراحی این فضاهای عمومی شهری است که از ابعاد احساس امنیت در بازار می توان به سه بعد فعالیت، نظارت و مراقبت و سیمای بصری اشاره کرد. بر این اساس پژوهش حاضر مجموعه عوامل مذکور را در ارتباط با میزان حضور پذیری افراد در بازار سنتی شیراز به عنوان نمونه موردی، مورد تحلیل قرار داده است که نتایج کلی این تحقیق به صورت زیر قابل ارائه است:

- از مؤلفه های احساس امنیت در بازار کیفیت های فعالیت، نظارت و مراقبت و آسایش بصری هستند که از مهم ترین دستاورد پژوهش حاضر، یافتن چگونگی تأثیر این مؤلفه ها بر حضور پذیری در بازارها است که در ادامه به آن اشاره شده است.

- فرصت های نظارت و مراقبت در راسته بازار به واسطه مؤلفه مخروط دید قابل ارزیابی است. این بخش از پژوهش با یافته های پژوهشگران مختلف از جمله پاکزاد^۱ (۲۰۰۹)، فرید طهرانی^۲ (۲۰۱۲)، ذبیحی و همکاران^۳ (۲۰۱۳) و بمانیان^۴ (۲۰۰۹) شباهت دارد. بر این اساس نقاط کور از دید مغازه داران، فرصت های نظارت و مراقبت آن ها را به عنوان مالکان بازار بر راسته بازار کاهش می دهد که میزان نقاط کور در هر راسته بازار به واسطه ایزوویست در نرم افزار نحو فضا قابل محاسبه است. در این ارتباط ساختار هندسی مستقیم و گشادگی فضایی در طول راسته بازار و همچنین اختلاف سطح در تراز مغازه ها نسبت به تراز راسته بازار موجب اشراق بیشتر مغازه داران و کاهش نقاط کور از دید آن ها شده است؛ که

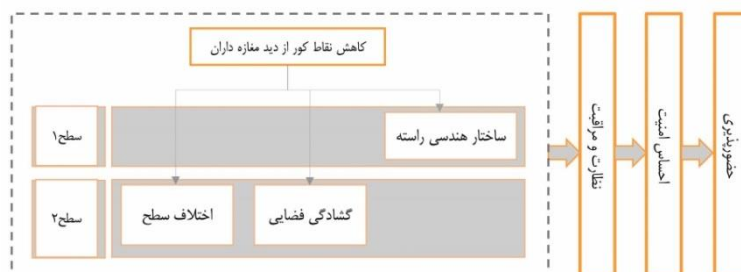
^۱- Pakzad

^۲- Farid Tehrani

^۳- Zabihi et al

^۴- Bemanian

این امر موجب افزایش فرصت‌های نظارت و مراقبت شده و احساس امنیت و حضور پذیری در بازار را ارتقاء می‌دهد (شکل ۳).



شکل ۳. چگونگی نقش فرصت‌های نظارت و مراقبت در حضور پذیری

Fig 3. How The role of Surveillance opportunities in attendance

Source: Research Findings, 2022

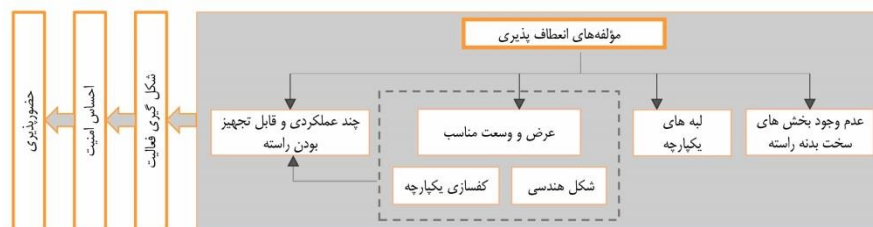
فعالیت‌ها در هر بازار به واسطه متغیرهای: انعطاف‌پذیری، کیفیت هم‌جواری‌ها و نفوذپذیری قابل ارزیابی است (شکل ۴). این بخش از پژوهش نیز با یافته‌های فولر و مور^۱ (2017) همخوانی دارد که بر اساس آن موارد زیر عنوان می‌گردد:

۱- مؤلفه انعطاف‌پذیری به صورت‌های زیر در بازار در احساس امنیت تأثیرگذار است:

- ✓ در ساخت‌وسازهای جدید، بخش‌ها سخت ساختمان مانند راه‌پله‌ها در جداره اصلی راسته‌بازار قرار نگیرند زیرا تغییر عملکرد آن‌ها در طول عمر مفید ساختمان کم است؛ بنابراین تنوع عملکردها و انعطاف‌پذیری در جداره راسته‌بازار کاهش یافته که کاهش سطح فعالیت و امنیت و درنهایت کاهش حضور پذیری را به همراه دارد.
- ✓ عرض و وسعت فضای راسته‌بازار، قابلیت توسعه و سرریز فعالیت‌های بدنه به درون فضای راسته‌بازار را به همراه دارد. بدان علت که عناصر بین دو عرصه در حال جابجایی هستند و بنابراین حرکت بین داخل و خارج انعطاف‌پذیر است و کاربری‌های بدنه به صورت فعال‌تری در ارتباط با مسیر راسته‌بازار هستند. بدین صورت هم تعاملات غیر برنامه‌ریزی شده بین غریبه‌ها را فراهم می‌کند و هم همزیستی گروه‌های مختلف و جامعه‌پذیری بین آن‌ها را تسهیل می‌کند که این امر موجب افزایش احساس امنیت شده است.
- ✓ باوجود لبه‌های یکپارچه در طول مسیر راسته‌بازار فضا قابلیت استفاده برای فعالیت‌های غیرمستقر را دارد و همچنین جاذب انواع فعالیت‌های غیررسمی است که این امر افزایش سطح فعالیت و امنیت را به همراه دارد.
- ✓ چند عملکردی و قابل تجهیز بودن مسیر راسته‌بازارها که به لحاظ زمانی در عملکردشان انعطاف دارند و همچنین امکان تجهیز فضا برای مراسم خاص و پتانسیل خدمات‌رسانی به جمعیت‌ها با نوسان زیاد در فصول مختلف را دارند که مؤلفه‌های زیر از خصوصیات این راسته‌ها است:

¹- Fuller & Moore

- شکل هندسی آن‌ها مستقیم‌الخط بوده به‌گونه‌ای که مانع بصری ایجاد نکرده و همه فعالیت‌های موجود در فضا قابل دیدن باشد
- عرض مناسب و وسعت کافی داشته باشد
- کف‌سازی‌ها در تمام طول راسته و کاربری‌های هم‌جوار به‌صورت یکپارچه و از یک سیستم کلی پیروی کند زیرا بدین شکل هم مناسب و دعوت‌کننده برای شکل‌گیری انواع فعالیت‌ها است و هم یک نوع رفتار خاص و یا فعالیت خاص را دیکته نمی‌کند.

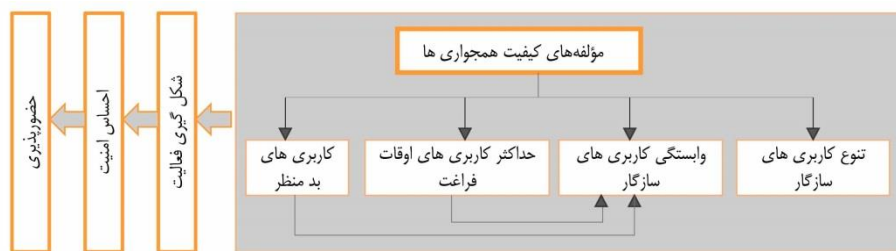


شکل ۴. چگونگی نقش انعطاف‌پذیری در حضور پذیری

Fig 4. How flexibility plays a role in attendance

Source: Research Findings, 2022

۲- کاربری‌های هم‌خانواده و سازگار با پاسخگویی به سلیق و نیازهای افراد متفاوت کاربران بیشتری را به مسیر جهت انجام و درگیر شدن در فعالیت‌ها دعوت می‌کند. هر چه تنوع و وابستگی میان کاربری‌ها و فعالیت‌های سازگار بیشتر باشد، ارتباط بیشتری بین آن‌ها فراهم آمده که این امر موجب مشارکت بیشتر مردم در فضا شده و تماس بین غریبه‌ها را نیز افزایش می‌دهد که نتیجه آن حس اعتماد به فضای عمومی و افزایش سطح فعالیت و افزایش چشم‌های خیابان است که در نهایت حضور پذیری در فضای راسته‌بازار را به همراه دارد. در این ارتباط کاربری‌های اوقات فراغت ارتباط بین کاربری‌ها را افزایش می‌دهد، همچنین کاربری‌های بدمنظر مانند پارکینگ، محله‌های مخروبه و غیره موجب قطع و انفصال میان کاربری‌ها و عملکردها می‌شود. نکته دیگری که باید مورد توجه قرار داد؛ کیفیت کالبدی بنا باید به‌گونه‌ای باشد که پتانسیل انجام عملکردهای مربوط به فعالیت‌های اختیاری را داشته باشد. در غیر این صورت فقط جهت عملکردهای نیازهای ضروری مورد استفاده قرار می‌گیرد که حتی گاهی منجر به ازدحام و کاهش احساس امنیت می‌گردد (شکل ۵).

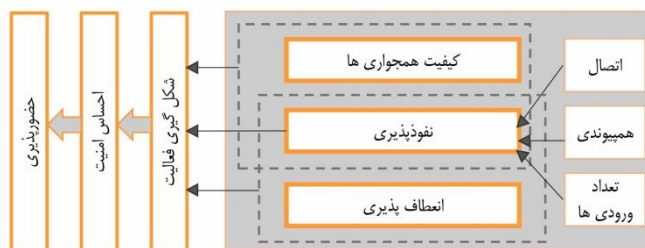


شکل ۵. چگونگی نقش کیفیت هم‌جواری‌ها در حضور پذیری

Fig 5. How the quality of neighborhoods plays a role in attendance

Source: Research Findings, 2022

۳- برخلاف فضاهای خصوصی در فضاهای عمومی مانند بازار با افزایش دسترسی فیزیکی و نفوذ به درون بازار احساس امنیت افزایش می‌یابد. این بدان علت است که به علت امکان سرریز افراد بیشتر به درون فضا فرصت انجام فعالیت‌های بیشتری به وجود می‌آید. هر چه مقادیر اتصال و هم پیوندی و همچنین تعداد ورودی‌ها به راسته‌بازار بیشتر باشد، نفوذ به درون بازار بیشتر و در نهایت احساس امنیت افزایش می‌یابد. در این خصوص توجه به این نکته ضروری است که دسترسی و نفوذ فیزیکی به فضا شرط لازم برای شکل‌گیری فعالیت‌ها و حضور پذیری در فضا هست اما کافی نمی‌باشد و بعد از ورود و نفوذ افراد به راسته‌بازار، شکل‌گیری فعالیت‌های اختیاری در راسته‌بازار را تضمین نمی‌کند. در این ارتباط راسته‌هایی که دیگر پتانسیل‌ها (انعطاف‌پذیری و کیفیت هم‌جواری‌ها) را داشته باشد، در ارتقاء و شکل‌گیری و همچنین کیفیت فعالیت‌ها عملکرد بهتری در جهت ایجاد احساس امنیت و حضور پذیری بازار دارند (شکل ۶).

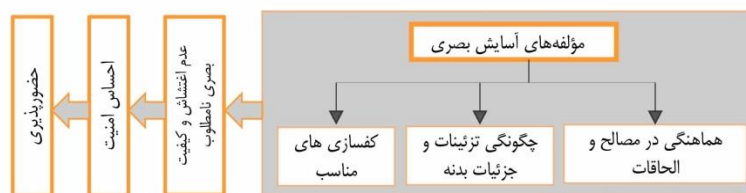


شکل ۶. چگونگی نقش مؤلفه نفوذپذیری در حضور پذیری

Fig 6. How the permeability component plays a role in attendance

Source: Research Findings, 2022

سیمای بصری از مؤلفه‌هایی است که با احساس امنیت در بازارها رابطه مستقیم دارد که در این مورد می‌توان به یافته‌های صالحی (۲۰۰۷)، صادقلو و جوهری (۲۰۱۷)، دویران و همکاران (۲۰۱۲) و رضایی و حج فروش (۲۰۱۷) استناد نمود به‌گونه‌ای که سیمای بصری سبب ایجاد معانی و تصاویر گوناگون از مکان‌های متفاوت در ذهن انسان می‌شود و افراد هنگام حرکت در طول مسیر راسته‌بازار سیمای بازار را درک می‌کنند و با آن تماس مستقیم دارند. در این رابطه احساس امنیت در راسته‌بازار، تصویر ذهنی روشنی در افراد ایجاد کرده و رابطه آن‌ها با راسته‌بازار را افزایش داده و این حضور پذیری مردم در محیط بازار را به نحو مطلوب‌تری فراهم می‌آورد. از عوامل مرتبط با آسایش بصری در بازارها در جهت ایجاد حس امنیت می‌توان به هماهنگی در مصالح و الحاقات بدنه راسته‌بازارها، چگونگی تزیینات و جزئیات بدنه (ریتیم، تقارن و ...) و کف‌سازی‌های مناسب اشاره نمود (تصویر ۷).



شکل ۷. چگونگی نقش مؤلفه آسایش بصری در حضور پذیری

Fig 7. How the visual comfort component plays a role in attendance

Source: Research Findings, 2022

لازم به ذکر است در امر ساماندهی، توسعه، ارتقاء و حفظ بازارهای سنتی یکی از مسائلی که نباید فراموش کرد بلکه باید رکن اساسی شهر و مدیریت شهری به حساب آید؛ توجه به قابلیت‌های کالبدی و عملکردی بازارهای سنتی در فرایند برنامه‌ریزی و توسعه آن‌ها است. با تحقق این مهم شهروندان به فضا برمی‌گردند که در ادامه نیز به‌طور خاص برخی از راهبردها و کاربردهای عملی این راهبردها در جهت برنامه‌ریزی، بهسازی، بازسازی، توسعه، ارتقاء و طراحی و ساخت بازارها و فضاهای عمومی مشابه؛ پیشنهاد داده شده است (جدول ۷).

جدول ۷. راهبردهای حضورپذیری و کاربردهای عملی آن‌ها در فضاهای عمومی
Table 7. Attendance strategies and their practical applications in public spaces

د	راهبر	کاربرد عملی راهبرد
۱	امکان ایجاد و توجیه در محل ورودی‌ها، در طول راسته بازار، مخروط دید دید مغازه‌داران نسبت به راسته	۱- در گسترش بازارها به آیت‌های ایجادکننده شاخص نفوذپذیری به درون بازار (تعدد ورودی‌ها به فضاهای باز عمومی، شاخص نمودن حجم ورودی، عرض ورودی‌ها) توجه گردد ۲- در بهسازی بازارها؛ شاخص نمودن ورودی‌ها به فضاهای باز عمومی و ارتقاء ارتباط بازارها با محیط اطرافشان در نظر گرفته شود. ۳- کاربرد در معابر، میدان‌ها و فضاهای دسترسی اطراف فضاهای عمومی (مانند بازارچه، مراکز تجاری، مراکز فرهنگی و ...) ۲- در برنامه‌ریزی برای ساخت و طراحی فضاهای عمومی جدید
	امکان ایجاد هم‌جواری‌ها در درون فضا و فضاهای اطراف آن عمومی	۱- در گسترش و توسعه بازارها؛ گستره دید مالکان بازار نسبت به بازار در نظر گرفته شود. ۲- در بهسازی بازارها؛ گستره دید مالکان بازار بر راسته بازارهایی که از لحاظ ساختار هندسی پتانسیل ارتقاء این کیفیت را دارند (مانند قسمتی از بازار شماره ۴ در نظر گرفته شود. ۳- در ساخت و طراحی پیاده راه، مسیر و معابر ۴- در برنامه‌ریزی برای ساخت و طراحی فضاهای داخلی و ورودی‌های فضاهای عمومی جدید مانند پاساژها، مراکز تجاری و ...
	ارتقاء کیفیت هم‌جواری‌ها در درون فضا و فضاهای اطراف آن عمومی	۵- در بازسازی و ساخت‌وسازهای جدید درون بازار؛ اشرافیت مالکان از مغازه به مسیر در نظر گرفته شود. ۱- در گسترش و توسعه بازارها؛ سازگاری، تنوع و وابستگی میان کاربری‌های درون بازار و همچنین کاربری‌های درون بازار با محیط اطرافش، پهنا و عرض مناسب راسته‌ها، ایجاد کاربری‌های جاذب و فضاهای باز مرکزی در طول محورها در نظر گرفته شود. ۲- در بهسازی بازارها سازگاری و وابستگی میان کاربری‌های درون و بیرون (به‌طور مثال تغییر کاربری فضای باز مرکزی شماره C در بازار شماره ۴ از پارکینگ به کاربری‌های سازگار و وابسته با بازار)، فعال کردن فضاهای باز مرکزی متروک‌شده (فضای باز مرکزی شماره A و B در پژوهش حاضر) و استفاده از کاربری‌های جاذب جمعیت در آن‌ها در نظر گرفته شود.
	امکان ایجاد انعطاف‌پذیری در فضاهای باز عمومی اطراف و در فضاهای داخلی فضاهای عمومی	۳- در ساخت و طراحی پیاده راه، مسیر و معابر و میدان‌ها؛ سازگاری، تنوع و وابستگی میان کاربری‌ها، پهنا و عرض مناسب و توجه به ایجاد فضاهای باز مرکزی در طول محورها در نظر گرفته شود. ۴- در برنامه‌ریزی برای ساخت و طراحی فضاهای عمومی جدید ۵- در اتصال فضاهای عمومی محوری مانند معابر و ... به گره‌ها و میدان‌ها ۶- کاربرد در معابر، میدان‌ها و فضاهای دسترسی اطراف فضاهای عمومی (مانند پاساژ، مراکز تجاری، مراکز فرهنگی و ...) جهت ارتقاء ارتباط میان کاربری‌های درون و بیرون فضا
	ایجاد آسایش بصری در فضای درونی، فضای باز عمومی اطراف و در ورودی‌های فضای موردنظر	۷- در بازسازی و ساخت‌وسازهای جدید درون بازار آیت‌های ایجادکننده شاخص کیفیت هم‌جواری‌ها در نظر گرفته شود. ۱- در گسترش و توسعه بازارها؛ توجه به ایجاد جداره‌های نرم، لبه‌های یکپارچه، عرض، وسعت، شکل هندسی و کف‌سازی یکپارچه و قابلیت‌های چند عملکردی بودن فضا در نظر گرفته شود. ۲- در بهسازی بازارها؛ فعال کردن جداره‌ها، ایجاد لبه‌های یکپارچه (در بازارهایی که پتانسیل ایجاد آن را دارند)، مرمت و تعمیر کف‌سازی‌ها به‌صورت یکپارچه در نظر گرفته شود. ۳- در ساخت و طراحی پیاده راه، مسیر و معابر آیت‌های ایجادکننده شاخص انعطاف‌پذیری در نظر گرفته شود. ۴- در برنامه‌ریزی برای ساخت و طراحی فضاهای عمومی جدید آیت‌های ایجادکننده شاخص انعطاف‌پذیری در نظر گرفته شود. ۵- در معابر، میدان‌ها و فضاهای دسترسی اطراف فضاهای عمومی (مانند بازارچه، مراکز تجاری، مراکز فرهنگی و ...) جهت ارتقاء ارتباط میان کاربری‌های درون و بیرون فضاها آیت‌های ایجادکننده شاخص انعطاف‌پذیری برای ارتقاء کیفیت و افزایش میزان حضورپذیری عابران در نظر گرفته شود. ۶- در بازسازی و ساخت‌وسازهای جدید درون بازار ایجاد جداره‌های نرم، لبه‌های یکپارچه، شکل هندسی و کف‌سازی یکپارچه فضا در نظر گرفته شود.
۲	ایجاد آسایش بصری در فضای درونی، فضای باز عمومی اطراف و در ورودی‌های فضای موردنظر	۱- در گسترش و توسعه بازارها؛ آیت‌های ایجادکننده شاخص آسایش بصری در نظر گرفته شود. ۲- در بهسازی بازارها (به‌طور مثال بازارهای شماره ۴، ۵ و ۶ در پژوهش حاضر) الحاقات نامناسب و ناهماهنگ با جداره‌های بازار حذف گردد و از مصالح هماهنگ با سبک و جداره‌های بازار استفاده گردد ۳- در بهسازی بافت‌های ارزشمند و یا تاریخی مانند کوچه‌ها و معابر در محله‌های قدیمی ۴- در ساخت و طراحی پیاده راه، مسیر و معابر آیت‌های ایجادکننده آسایش بصری در نظر گرفته شود. ۵- در بازسازی و ساخت‌وسازهای جدید درون بازار آیت‌های ایجادکننده آسایش بصری در نظر گرفته شود.

Source: Writers, 2022

References

- Bahrainy, S. H. (2014a). Urban design process. (Ninth edition). Tehran, Tehran University Press. [In Persian]
- Bahrainy, S. H. (2014 b) Urban spaces analysis, in relation to user's behavior pattern. (10th edition). Tehran, University of Tehran. [In Persian]
- Bemanian, M. R. & Mahmoudinejad, H., (2009), "Security and Urban Design", First Edition, Tehran, Heleh Publications. [In Persian]
- Barzegar, Z.; Rasaeipoor, M. & Jahan Bakhsh, H. (2015). A Comparison of thermal comfort in traditional and modern Bazaar from direct solar radiation perspective, Using questionnaire and Ecotect simulation – A case of Shiraz in Iran. Journal of Research in Islamic Architecture, 3(7), 81-93.
- Bazr Afkan, K. & Khorrami Rouz, R. (2015). Analysis of Bazaars and Shopping Centers as Urban Spaces Via Space Syntax Software (Case Studies: Iranian Bazaars and Tehran Shopping Centers). International Journal of Architecture and Urban Development, 5(2), 13-22.
- Benedikt, M. L. (1979). To take hold of space: isovists and isovist fields, Environment and Planning B: Planning and Design, 6(1):47-65.
- Bentley, E. Y.; Alcock, A.; Marrain, P.; McGlynn S.; and Smit, G.. (2015). Responsive environments: a manual for designers. (Mostafa Behzadfar, translator). Tehran, Iran University of Science and Technology Publications. (Publication of the original work 1985). [In Persian]
- Bonyani, F.; Memar Zia, K.; Habibi, A.; and Fattahi, K., (2018), "Spatial Continuity In The Transition From Open Space To Closed", Architectural Thought, 4 (2), 63-73. [In Persian]
- Carmona, M.; Heath, T.; Eck, T.; and Tisdell, S., (2015), "Public Places Urban Spaces the dimensions of urban design", (Fariba Qaraei et al., Translators). Tehran, University of Arts Publications. (Publication of the original work 2010). [In Persian]
- Clarke, R. V. G. (ed) (1997), situational Crime Prevention: Successful Case Studies, 2nd edition, Harrow & Heston, New York.
- Doyran, I.; Khodaei, D.; Gholami, S.; Daneshdoost, M., (2012), "Assessing the components of visual comfort in the urban landscape (with emphasis on the neighborhood of Hosseinieh Azam Zanjan), Geography and Environmental Studies, (3), 44-58. [In Persian]
- Ewing, R.H., and O. Clemente. 2013. Measuring urban design: Metrics for livable places. Metropolitan planning + design. Washington, D.C.: Island Press.
- Farid Tehrani, S., (2012), "City and Security: Feeling Fear in Urban Space", Art and Architecture, Nos. 37 and 38, 63-58. [In Persian]
- Fowler, E. P. (1993). Building Cities That Work, McGill–Queen's University Press, Montreal, Quebec.
- Fuller, M. & Moore, R. (2017). The Death and Life of Great American Cities , Macat Library , London. <https://doi.org/10.4324/9781912282661>
- Gehl, J. (2015), Cities for people, (Ali Ghaffari and Leila Ghaffari, translators). Tehran, Royal Architect Science. (Publication of the original work 2010). [In Persian]
- Gholamhosseini, Rahim, Kalantari, Mohsen & Ahmadi, Farzaneh (2013), "The Impact of Lighting on Urban Security and Tourism Development (Case Study: Shiraz City)", Regional Planning Quarterly, Third Year, 3(9). 75-67. [in Persian]
- Greenspan, A. 2018. Moveable feasts: Reflections on Shanghai's street food. Food, Culture and Society 21 (1): 75–88.
- Habibi, L. & Mahmoudi Pati, F. (2017). From Bazaar to Shopping Centers: Analysis of the Evolution of Modern Commercial Spaces in Tehran. bagh-e Nazar, 14(49), 45-56.
- Harvey, C., and L. Aultman-Hall. 2015. Measuring urban streetscapes for livability: A review of approaches. The Professional Geographer 68 (1): 1-10.

- Heidari, A. A.; Peyvastegar, Y.; and Kiyaie, M., (2016), "Measuring the functional efficiency of space in various space organizations of medical buildings using space syntax technique (case study: measuring the position of a nursing station in the hospital ward)", *Journal of Iranian architecture & urbanism (JIAU)*, 2 (7), 149-162. [In Persian]
- Hilier, B. (1996 a). *Space is the Machine*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Hilier, B. (1996 b). Cities as movement system, *urban Design international*, 1 , 47-60.
- Hilier, B. (1988). Against enclosure, in Teymur, N., Markus, T. and Wooley, T. (1988) (eds), *Rehumanising Housing*, Butterworths, London, pp. 63-88.
- Hillier, B. 2004. Can streets be made safe? *Urban Design International* 9 (1): 31-45. <https://doi.org/10.1057/palgrave.udi.9000079>.
- Koneska, T. & Balkoski, D. (2020). Analysis of the cultural characteristics of the Old Skopje Bazaar using integral theory. *International journal of research in arts and sciences* ISSN: 1857-8128 <https://www.researchgate.net/publication/344951860>. (Retrieved 26 January. 2021).
- Kusumowidagdo, A.; Sachari, A. & Widodo. S. (2015). Visitors' perceptions on the important factors of atrium design in shopping centers: A study of Gandaria City Mall and Ciputra World in Indonesia. *Frontiers of Architectural Research*, 5 (1), 52-62.
- Killias, M. & Clerici, C. (2000). Different Measures Of Vulnerability In Their Relation To Different Dimensions Of Fear Of Crime. *British Journal Of Criminology*, 40(3), 437-450.
- Lynch, K., (1960), "The Image of the city", translated by Manouchehr Mozini (2016), Tehran, University of Tehran. [In Persian]
- McAndrews, C., & Marshall, W. E. 2018. Livable streets, livable arterials? Characteristics of commercial arterial roads associated with neighborhood livability. *Journal of the American Planning Association* 84 (1): 33-44.
- Montgomery, J. (1998). Making a city: Urbanity, vitality and urban design. *Journal of Urban Design* 3 (1): 93-116.
- Mehta, V. (2008). Walkable streets: Pedestrian behavior, perceptions and attitudes. *Journal of Urbanism* 1 (3): 217-245.
- Nasr, T., (2016), "Physical identity of the city; concepts and theories (case study: cities of Shiraz, Isfahan, Yazd and Bushehr)", (first edition), Tehran, Islamic Azad University Publications, Science and Research Branch. [In Persian]
- Pakzad, J., (2009), "An intellectual history of urbanism 3 from space to place", Shahidi Publications, Tehran, first edition. [In Persian]
- Pakzad, J., (2007), "An intellectual history of urbanism 2 from quantity to quality", New Cities Development Company, Tehran, first edition. [In Persian]
- Pakzad, J., (2012), "Urban space design guideline", (sixth edition), Tehran, Shahidi Publications. [In Persian]
- Pakzad, J., (2016). *Theoretical foundations and urban design process*. (Eighth edition). Tehran, Shahidi Publications. [In Persian]
- Pakzad, J., (2020), "An Introduction to spatial qualities", (first edition), Tehran, Armanshahr Publications. [In Persian]
- Park, Y., and M. Garcia. 2019. Pedestrian safety perception and urban street settings. *International Journal of Sustainable Transportation*. 14(1):1-12.
- Pour Mohammadi, M. R. (2009). *Urban land use planning*. Tehran, Samat Publications. [In Persian]
- Rastjoo, S. S.; Bemanian, M. R., (2019), "The Typology of the Spatial Structure of the Contemporary Iranian Homes Relying on Confidentiality and Hierarchy Case study: homes between 1970's to 2000's in Tehran", *Honar-ha-ye-Ziba*, 2 (24), 49-58. [In Persian]

- Rezaei, M. R.; Hajj Forosh, S., (2017), "Evaluation of the performance of visual comfort components and its relationship with the sense of place" (Case study: Yazd city), 7 (3), 533-552.
- Roshandel, T.; Soltanifard, H.; Abbaszadeh, Sh.; and Salmani Moghadam, M., (2016), "Analysis of environmental quality dimensions affecting the presence of commercial spaces (Case study: Mashhad middle commercial streets), Urban Regional Studies and research, 28 (8), 71-92. [In Persian]
- Roshanfekr Jurshari, S.; Asadi Malek Jahan, F. & Molaei Hashjin, N., (2021), " Explaining the effective environmental factors in creating a sense of social security in residential complexes in Rasht, Quarterly of New Attitudes in Human Geography. 3 (13), 688-667. [In Persian]
- Sadeghi, A.; Khakzandb, M. & Jangjoo, S. (2019). Historical Analysis of the Role of Bazaar on the Formation of Iranian Islamic Urban Forms; Case Study: Shiraz, Iran. Armanshahr Architecture & Urban Developmen, 12(26), 89-10.
- Sadeghloo, T. & Johari, L., (2017), "Performance measurement of visual comfort components to improve quality of urban environment, using VIKOR technique (Case study: Mashhad Metropolitan)", Human Geography Research Quarterly, 49 (1), 167-183. [In Persian]
- Salehi, E., (2007) The role of environmental comfort in urban spaces in the prevention of behavioral anomalies, ecology, Thirty-third year, No. 44, 83-94. [In Persian]
- Samadi, J.; Sattarzadeh, D. & Balilan Asl, L. (2020). Qualitative Assessment of the Sensory Dimensions of Space in Historical Bazaars from the Users' point of view (Case Study: Qazvin Bazaar). Bagh-e Nazar, 16(81), 17-34.
- Shaftoe, H (2008). creating effective public places; Creating Effective Public Places. London: Earthscan in the UK and USA.
- Sivam, A., & Karuppannan, S. (2013). The role of streets within placemaking in cross-cultural contexts: Case studies from Adelaide, Australia and Georgetown, Malaysia.
- Soltanzadeh, H., (2004), "Iranian Bazaars", (Third Edition), Tehran, Cultural Research Office. [In Persian]
- Tibbalds. F. (1992), Making People-friendly Towns; Improving the Public Environment in Town&Cities, London, Taylor & Francis.
- Utaberta, N.; Sabil, A.B.; Asif, N.; Zhengan, T. & Kiat, A.T. (2019). The Role of Traditional Market in the Traditionallslamic Cities: Case Studies ff TabrizBazaar and Grand Bazaar Tehran. International Journal of Engineering & Technology, 8 (1.9), 622-625.
- Van Nes, A. (2011). The one-and Two-Dimensional Isovists Analyses In Space Syntax, Research in urbanism series, 2(1), 163-183.
- Vertovec, S. (2019). Super-diversity and its implications. Ethnic and racial studies, 30(6), pp.1024-1054.
- von Schonfeld, K. C., & Bertolini, L. (2017). Urban streets: Epitomes of planning challenges and opportunities at the interface of public space and mobility. Cities, 68, 48-55.
- Watson, S. (2009). The magic of the marketplace: Sociality in a neglected public space. Urban Studies, 46(8), pp.1577-1591.
- Xie, J. (2012). Human Dimensions of the Street: The Origin and Formation of the Traditional Chinese Street in the Tang-Song Period. Journal of Urban Design, 17(3), 389-412.
- Yeganeh, M.; Bemanian, M. R.; Eynifar, A. & Ansari, M., (2014), "Explanation of Relationship between Citizens' Territorial Behavior and Perception of Integration of Buildings and city in urban Public Spaces (Case Study: Vali-e- Asr(aj) Street of Tehran)", Hoviatshahr, 19 (8), 18-5. [In Persian]
- Yeoh, B. S. & Yeow, P. L. (1997). Where Women Fear To Tread: Images Of Danger And The Effects Of Fear Of Crime In Singapore. Geojournal, 43(3), 273-286.
- Zabetian, E.; Bomanian, M. R. & Rafieian, M., (2010), "Study of the model of urban space use planning effective in increasing women's security" Case Study: Central Section of Tehran ", Social Sciences, No. 48 (17), 148-107. [In Persian]

- Zabihi, H.؛ Larimian, T. & Poorani, H., (2013), "Developing an analytical model to increase urban security from the Secured perspective by Designing (SBD) Approach using fuzzy AHP method (case study: region 17 of Tehran)", Urban Regional Studies and Research, 17(5), 136-119.

**Investigating the Role and Position of Security on the Desire of People to be Attendance
in the Bazaar
(Case Study: Shiraz Traditional Bazaars)**

Maryam Bagheri

Ph.D Student, Department of Architecture, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

Tahereh Nasr*

Associate Professor, Department of Architecture, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz,
Iran.

Ali Akbar Heidari

Assistant Professor of Architecture, Department of Technical and engineering, Yasuj University,
Yasuj, Iran.

Maliheh Taghipour

Associate Professor, Department of Architecture, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz,
Iran.

Abstract

Introduction: With the expansion of cities and urban spaces, the issue of security is one of the major problems in urban development planning, and the feeling of security is one of the most basic components for the development, evolution and prosperity of society. In this connection, the issue of providing security in the bazaars as a public urban space is one of the most important factors in the discussions related to urban planning and design. In order for voluntary and social activities to happen in the bazaar space, it seems necessary to pay attention to different aspects and degrees of security in the bazaar. The sense of security in the bazaar is made through the entrances, bazaar rows and their adjacencies. In relation to the innovative aspect, it can be said that until now there has been no connection between the subjective components of security (visual comfort, activities, surveillance) with the ability to be attendance in the bazaars and how these components influence attendance. making the results more applicable in similar examples, improving the bazaars whose efficiency is reduced and developing the bazaars; will help. Also, the subject of the research has been investigated in a special space - bazaar rows - which is an architectural space with a central feature; Therefore, the topic of the feeling of security in the bazaar and how it affects the attendance of people in the bazaar is one of the goals of this research. With this explanation, the main questions of the research are raised in the form of the following three questions:

- How has the activity caused attendance in the bazaar?
- How has the surveillance caused attendance in the bazaar?
- How has the visual comfort caused attendance in the bazaar?

Methodology: The main goal of this research is to analyze how the quality of the sense of security affects the attendance of people in the bazaar, and the traditional bazaar of Shiraz has been selected as a case study. The research method in this research is a combination of quantitative and qualitative methods, which in the data collection section of observation methods, questionnaires, interviews, field impressions, documents and library studies and in the data analysis section of methods Content analysis and Depthmap software have been used. Since the average number of people who entered the bazaar during the mentioned hours was

estimated to be 1100 people, based on Cochran's formula, a sample size of 280 people was selected, who were questioned during the two months between 9am and 12pm (hours with the most traffic to the bazaar). They were interviewed and they were asked about their desire and reasons for choosing each bazaar to attendance in it.

Results and discussion: Among the indicators related to the independent variable, bazaar number 3 in five indicators and bazaar number 2 in three indicators have the maximum values; On the other hand, order number 4 in three indicators and bazaar order number 5 in five indicators have obtained the minimum values; Therefore, it can be acknowledged that rows 3 and 2 respectively have the highest sense of security and rows 4 and 5 have the least sense of security among the different rows of Shiraz traditional bazaar. On the other hand, in relation to the parameter of willingness to be attendance in the bazaar as a dependent variable, the highest values were observed in rows 2 and 3 and the lowest values were observed in rows 4 and 5.

Conclusion: The attendance of people in the bazaars as economic, cultural, social and recreational centers is one of the most important factors in increasing the efficiency and prosperity of these places. Therefore, in order to upgrade and develop bazaars, as well as design and build similar and desirable examples, criteria should be considered in urban design and planning. In this regard, one of the most important ones is to improve the quality of the sense of security in the process of planning and designing these public spaces in the city, and among the dimensions of the sense of security in the bazaar, we can mention the three dimensions of activity, surveillance, and visual comfort. Based on this, the current research has analyzed the set of factors mentioned in relation to the attendance of people in the traditional bazaar of Shiraz as a case example, and the general results of this research can be presented as follows:

- The surveillance opportunities in the bazaar can be evaluated by the component of the cone of vision.

- Activities in each bazaar can be evaluated by the following variables: flexibility, neighborhood quality, and permeability.

- Visual image is one of the components that has a direct relationship with the feeling of security in the bazaars. Among the factors related to visual comfort in the bazaars in order to create a sense of security, we can mention the coordination in the materials and additions of the body of the bazaars, how to decorate and detail the body (rhythm, symmetry, etc.) and appropriate flooring.

Abstract P: Paying attention to the concept of citizens' sense of security and the ways to improve it in urban spaces is considered as one of the basic priorities in urban planning and design issues. Responding to the need for a sense of security causes people to be attendance in a public space and affects many issues in different fields. In this connection, the issue of the attendance of people in the bazaar as a public space that plays an important role in the economic, social and cultural prosperity of cities is of particular importance. Therefore, the main goal of this research is to analyze how the quality of the feeling of security affects the level of users' desire to be attendance in the bazaar, the traditional bazaar of Shiraz is considered as a case study and 280 people who visit the bazaar were interviewed during two months. The research method in this descriptive and analytical research is based on the combination of quantitative and qualitative methods, including interviews, questionnaires, observations, field observations, documents and library studies; In order to collect information, Depthmap and content analysis software have been used to evaluate different aspects of the subject. In connection with the aspect of being innovative, it can be said that until now, there has been no connection between the subjective components of security (visual comfort, activities, surveillance) in the bazaar with the ability to be attendance in the bazaars and how these components affect attendance. The results of the research have shown that visual comfort, activities and surveillance are the

most important dimensions of the feeling of security in the bazaar, which have contributed to the level of attendance in a public space like the bazaar.

Keywords: Attendance, Visual Comfort, Activity, Surveillance, Shiraz, Bazaar.

*(Corresponding Author) Nasr@iaushiraz.ac.ir