

## سنجش مؤلفه‌های پایداری اجتماعی در بازار تاریخی تبریز بر اساس دیدگاه کسبه

رضا شعاری<sup>۱</sup>

میرسعید موسوی<sup>\*۲</sup>

[ms.moosavi@iaut.ac.ir](mailto:ms.moosavi@iaut.ac.ir)

محمدرضا پاکدل فرد<sup>۳</sup>

اسداله شفیع زاده<sup>۴</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۲/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۲۰

### چکیده

زمینه و هدف: امروزه، علی‌رغم تحولات گسترده جوامع شهری، بازار همچنان توانسته نقش اجتماعی خود را حفظ کند. با در نظر گرفتن اهمیت بازار به عنوان یک مرکز برای فعالیت‌های اجتماعی، هدف اصلی این تحقیق سنجش میزان پایداری اجتماعی در محدوده بازار تاریخی تبریز بر اساس دیدگاه‌های کسبه فعال می‌باشد.

روش بررسی: روش تحقیق بصورت توصیفی-تحلیلی است. تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، شاپیرو و یلک، کروسکال والیس و اسپیرمن انجام شد.

یافته‌ها: نشان داد که تمامی مؤلفه‌های پایداری اجتماعی به یکدیگر وابسته‌اند. تغییر در هر یک از مؤلفه‌ها تغییر در سایر مؤلفه‌ها را به دنبال خواهد داشت. در این میان بیشترین همبستگی بین مؤلفه حس تعلق و تعاملات اجتماعی با مقدار ۰/۹۰۲ همبستگی بین دو مؤلفه تعاملات اجتماعی و امنیت اجتماعی با مقدار ۰/۸۹۶ مؤلفه حس تعلق و رضایتمندی با مقدار ۰/۸۹۳ در مرتبه‌ی بعدی قرار دارند. کمترین میزان همبستگی هم بین مؤلفه هویت-نظارت اجتماعی با مقدار ۰/۵۷۴ است. در مقایسه بین کمترین میزان همبستگی، همبستگی بین متغیرهای دوگانه هویت-امنیت اجتماعی و هویت-حس تعلق، هویت-تعاملات اجتماعی به ترتیب با مقادیر ۰/۶۴۰، ۰/۶۴۵، ۰/۶۵۲ قرار دارند. به این اساس مؤلفه‌ی هویت کمترین میزان وابستگی را با سایر مؤلفه‌های پایداری اجتماعی دارد.

۱- دانشجوی دکترای معماری، واحد اهر، دانشگاه آزاد اسلامی، اهر، ایران.

۲- استادیار گروه معماری و شهرسازی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. \* (مسئول مکاتبات)

۳- استادیار گروه معماری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

۴- استادیار گروه معماری، واحد اهر، دانشگاه آزاد اسلامی، اهر، ایران.

**بحث و نتیجه گیری:** مشخص شد که نقش و اهمیت بازار به عنوان یک بستر برای فعالیت‌های اجتماعی، با گذشت زمان تغییر نکرده و همچنان در ذهن کسبه فعال در مجموعه بازار هنوز پایدار است.

**واژه‌های کلیدی:** پایداری اجتماعی، حس تعلق، امنیت، بازار تبریز.

# **Assessing the Components of Social Sustainability in the Historical Bazaar of Tabriz based on the Perspectives of the Merchants**

**Reza Shoari**<sup>1</sup>

**Mir Saeed Mousavi**<sup>2 \*</sup>

[ms.moosavi@iaut.ac.ir](mailto:ms.moosavi@iaut.ac.ir)

**Mohammad Reza Pakdel Fard**<sup>3</sup>

**Assadollah Shafizadeh**<sup>4</sup>

Admission Date: May 10, 2022

Date Received: February 9, 2022

## **Abstract**

**Background and Objective:** Today, despite the extensive changes in urban communities, the Bazaar has been able to maintain its social role. Considering the importance of the Bazaar as a center for social activities, the main purpose of this study is to measure the degree of social stability in the historical Bazaar of Tabriz based on the views of active traders.

**Material and Methodology:** The research method is descriptive-analytical. Data analysis was performed using Kolmogorov-Smirnov, Shapiro-Wilk, Kruskal-Wallis and Spearman tests.

**Findings:** showed that all components of social sustainability are interdependent. A change in any of the components will lead to a change in the other components. Among these, the highest correlation between the component of sense of belonging and social interactions with the value of 0.902 is the correlation between the two components of social interaction and social security with the value of 0.896 and the component of sense of belonging and satisfaction with the value of 0.893 are in the next order. The lowest correlation between the identity-social monitoring component is 0.574. In comparison between the lowest correlation, the correlation between the dual variables of identity-social security and identity-sense of belonging, identity-social interactions are 0.640, 0.645 and 0.652, respectively. Accordingly, the identity component has the least degree of dependence on other components of social stability.

**Discussion and Conclusion:** It was found that the role and importance of the Bazaar as a platform for social activities has not changed over time and is still stable in the minds of active traders in the Bazaar.

**Keywords:** Social Sustainability, Attachment, security, Bazaar Tabriz.

---

1- PhD Student of Architecture, Ahar Branch, Islamic Azad University, Ahar, Iran.

2- Assistant Professor, Department of Architecture and Urban Planning, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran. *\*(Corresponding Author)*

3- Assistant Professor of Architecture, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

4- Assistant Professor of Architecture, Ahar Branch, Islamic Azad University, Ahar, Iran.

## مقدمه

مهم یا عدم پاسداشت چنان اتفاقی، برای بیان مخالفت‌های سیاسی بوده است (۴). در این راستا، هدف اصلی تحقیق سنجش میزان پایداری اجتماعی در محدوده بازار تاریخی تبریز بر اساس دیدگاه‌های کسبه فعال در بازار است. تلقی این افراد از ساختار کالبدی و فضایی آن به دلیل انعکاس شرایط عمومی آن و تأثیر عوامل محیطی در ایجاد پارامترهای مرتبط با پایداری اجتماعی در تحلیل وضع موجود بسیار حائز اهمیت می‌باشد. بنابراین برداشت این افراد از این شاخص‌ها بسیاری از واقعیت‌های محیط که ناشی از ساختار کالبدی و فضایی و متعاقباً محصول ماهیت معماری آن است را نمایان می‌سازد که از جنبه‌های اجتماعی برنامه‌ریزی در خور اهمیت است و از همین طریق، با استفاده از نتایج حاصل از این رویکرد می‌توان راهکارهایی را برای ترمیم و بازخوانی پایداری اجتماعی در بازار تاریخی استخراج و پیشنهاد نمود.

تعیین اهداف و ابعاد پایداری اجتماعی امری بسیار چالش برانگیز می‌باشد زیرا هیچ مفهوم یکسانی برای اندازه‌گیری آن در نقاط مختلف وجود ندارد (۵) و جای تعجب نیست که تعریف پایه‌ای منحصر به فردی برای پایداری اجتماعی وجود ندارد و تعاریف موجود بر اساس معیارهای مختص به رشته یا زاویه مطالعاتی می‌باشند و کلی نیستند (۶). پایداری اجتماعی به کیفیت جوامع اشاره دارد و نشان‌دهنده ماهیت روابط اجتماعی و یا روابط درونی جامعه است (۷). پایداری اجتماعی مفهومی چندبعدی است که شامل مفاهیم پیچیده می‌باشد؛ بنابراین یک سیستم ارزیابی که مجموعه‌ای از شاخص‌های کلیدی اجتماعی را در نظر می‌گیرد می‌تواند این مفهوم را به طور قابل توجهی ساده‌سازی کند و تصمیم‌گیری در مورد اقدامات پایداری را بهبود بخشد (۸). از آنجایی که فضای شهری بدون توجه به فرایندهای اجتماعی آن ناقص و نادرست است، بسیاری از اندیشمندان اهمیت فضای اجتماعی را بیش از فضای کالبدی می‌دانند. فضای اجتماعی محصولی اجتماعی است و هر جامعه و شیوه تولیدی آن، تولیدکننده فضای خاص خود است. مرکزیت نگرش‌های روزمره اجتماعی و کنش‌ها در فضا، در رابطه با اهمیت جنبه‌های فضایی سازماندهی اجتماعی فضا نگرسته می‌شود. از این‌رو فضا،

هدف اصلی پایداری اجتماعی تامین شرایطی است که در آن، نسل‌های آتی دسترسی یکسان و یا بیشتری به منابع اجتماعی نسبت به نسل کنونی داشته باشند و با در نظر گرفتن این هدف، جامعه‌شناسان معتقدند که بازیگران اصلی در فرایند توسعه پایدار، انسان‌ها هستند که الگوهای سازمان اجتماعی آن‌ها به منظور تعیین راه‌حل‌ها و تدابیر مناسب در جهت دستیابی به پایداری اجتماعی نقش عمده‌ای را ایفا می‌کنند. در حقیقت، تجربه نشان داده که بی‌توجهی به عوامل اجتماعی در خلال فرایند توسعه، بویژه در جوامع شهری، اثر بخشی برنامه‌ها و پروژه‌های گوناگون توسعه‌ای را با مخاطره جدی روبرو می‌سازد (۱). از طرفی، در اکثر چارچوب‌های مرتبط با توسعه اجتماعی، دگرگونی و تغییر جامعه در کلیت آن مد نظر قرار نمی‌گیرد و توجه اساسی بر روی تغییر بهبود زندگی و ارزیابی جریان‌ها و تحولات اجتماعی است، تا این‌که تغییر در یک سازمان و یا نهاد اجتماعی صورت پذیرد. بنابراین، استراتژی‌های توسعه اجتماعی در جهت بهبود کیفیت زندگی انسان بوده، پاسخگویی به نیازهای انسانی را مدنظر قرار می‌دهد. از این رو، استراتژی‌های توسعه اجتماعی، نیازهای فرهنگی و روانی، نیازهای رفاهی، نیاز در تطبیق‌پذیری و نیاز به رشد و ترقی را که در مجموع از عمده‌ترین نیازهای انسان در جامعه جدید بوده است، مورد توجه قرار می‌دهد (۲). بنابراین، ملاک ارزیابی در توسعه پایدار اجتماعی بر این مبناست که کدام جنبه‌های اجتماعی می‌توانند و می‌بایست پایدار و حفظ شوند و کدام یک می‌توانند یا حتماً باید تغییر یابند. از آنجایی که، تعریف توسعه پایدار اجتماعی با تعریف عمومی توسعه پایدار مطابقت دارد، لازم است که سیاست‌های پایداری اجتماعی ادامه‌دار بوده و همچنین کاربرد آن برای سال‌های متمادی مورد توجه قرار گیرد، تا توسعه پایدار اجتماعی را به عمل آورد. در طول تاریخ، در اکثر شهرهای ایران، بازار ایرانی مجموعه‌ای به هم پیوسته از بناهای جامع، کاروانسراها، بناهای مذهبی، گذرها، میدان‌ها، حمام‌ها و سایر بناهای عمومی بوده است (۳). مسجدجامع، که مهم‌ترین مرکز سیاسی مذهبی شهر است، اغلب با بازار بنا گذاشته می‌شدند و گاهی اوقات در کنار یا بخشی از بازار قرار میگرفت. علاوه بر این بازار، محلی برای پاسداشت اتفاقات سیاسی

درکانون تداوم فرایندهای تاریخی و اجتماعی قرار دارد و شامل تقابل بر سر معانی و ارزش‌هاست. روابط مداوم بین عناصر از طریق شکل، رنگ، بافت و الگوی تداوم، ادراک عناصر سازمانی در فضا را شکل می‌دهد و از هرگونه تغییر و انقطاع در فضا جلوگیری می‌کند (۹). در نتیجه، فضا اساساً یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های «عینی» زندگی اجتماعی است؛ آن چیزی است که باعث می‌شود زندگی اجتماعی در قالب تجربه انسان واقعیت پیدا کند (۱۰). طبیعت انسانی ایجاب می‌کند تا افراد، نیاز به تعامل اجتماعی قوی و برقراری ارتباط با دیگر موجودات داشته باشند و از هر فرصت برای دیدار و تعامل، از طریق ویژگی‌های محلی فضای عمومی مانند خیابان، بازار، میدان و پارک‌ها و ... و حس تعلق اجتماعی بهره گیرند (۱۱، ۱۲، ۱۳) وجود فضاهای عمومی اجتماع‌پذیر، مکمل مهمی در جهت اجتماعی‌شدن افراد است. اجتماع‌پذیری فضاهای عمومی موجب ارتقای روحیه همبستگی و رشد فردی مردم شهر، بدون در نظر گرفتن نژاد، سن، موقعیت اجتماعی-اقتصادی و جنس می‌شود (۱۴، ۱۵) و فضای عمومی به عنوان یک جزء از سازمان فضایی-فیزیکی است که شکل‌دهنده شهر برای تعامل اجتماعی است. مکمل فضای عمومی رویدادی است که در آن اتفاق می‌افتد و فعالیت، رفتار ساکنان و کاربران، اجتماعی بودن فضای عمومی را بیان می‌کند. فضای عمومی فیزیکی یکی از شرایط چندگانه برای شکل‌گیری فضای عمومی اجتماعی است. شخصیت اجتماعی مکان (۱۶) از کارکرد و ظرافت آن حاصل می‌شود. توجه به فضای اجتماعی در درجه اول بر کاربر و ناظر متمرکز است که در شرایط مناسب، به افرادی توجه دارد که در داخل شهر فعال هستند. همان‌طور که فضای عمومی اجتماعی، فضای جنبش و مواجهه با فعالیت‌های مرتبط با فضای عمومی و رفتار کاربر است، با یک نشانه، نماد و ... معین می‌شود (۱۷).

در حوزه پایداری اجتماعی در بازار، در عرصه پژوهش، تحقیق و تفحص کم رونق بوده است و تنها تعداد معدودی از محققان ایرانی و خارجی، این مبحث را مورد بررسی قرار داده‌اند. در اینجا به برخی مطالعات و پژوهش‌های صورت گرفته در این خصوص پرداخته و نتایج مهم آن‌ها را بیان می‌کنیم. نتایج مطالعات نجاری

نابی و مهدی‌نژاد در تحقیقی که در سال (۱۳۹۹) با عنوان "ارزیابی نقش عوامل کالبدی و عملکردی در اجتماع‌پذیری بازارهای سنتی ایران با استفاده از تکنیک نحو فضا نمونه موردی: بازار تبریز" به انجام رسانند مشخص نمود که ارزش‌های فضایی و چیدمان فضا در قسمت‌های مختلف بازار، تفاوت‌های اساسی دارد، به طوری که ساختارمندی و انسجام اجتماعی بازار به شدت کاهش یافته و میزان هم‌پیوندی خیابان‌های تازه احداث شده، افزایش یافته است. در نتیجه، لزوم توجه به تغییرات و پیامدهای حاصل از توسعه شهری از جنبه کالبدی و عملکردی، برای افزایش ویژگی اجتماع‌پذیری بازار مشهود و ضروری است (۱۸). قریب و همکاران در سال (۱۳۹۸) پژوهشی تحت عنوان "تأثیر محیط ساخته شده بر سرمایه اجتماعی و پایداری اجتماعی در بافت تاریخی (نمونه موردی: محلات هم‌پیوند با بازار در بافت تاریخی کرمان)" انجام دادند. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که با بهبود کیفیت محیط ساخته شده، وضعیت پایداری اجتماعی و سرمایه اجتماعی در محلات هم‌پیوند با بازار کرمان بهبود می‌یابد. همچنین نتایج پژوهش بر اهمیت نقش کیفیت محیط ساخته شده بر سرمایه و پایداری اجتماعی در محلات مورد بررسی دلالت می‌کند (۱۹). آرام و همکاران در پژوهشی با عنوان "بررسی نقش بازارهای دوره‌ای در حضورپذیری ساکنین محله‌های شهری و افزایش تعاملات اجتماعی، مورد مطالعاتی: شهر همدان" را در سال (۱۳۹۷) نگاشتند. نتایج حاصله نشان داد که در محله‌های دارای بازار دوره‌ای به دلیل عامل جاذب جمعیت بازار و حضور بیشتر مردم، میزان آشنایی همسایگان با یک‌دیگر و همچنین تعاملات اجتماعی، بیشتر از محله‌های بدون بازار دوره‌ای می‌باشد. همچنین از دیگر نتایج پژوهش، دست یافتن به رابطه مستقیم بین کیفیت فضاهای برگزاری بازارهای دوره‌ای با افزایش میزان حضور و تعاملات اجتماعی مردم است. تجارب موفق جهانی بررسی شده و نیز یافته‌های این پژوهش عواملی چون داشتن دسترسی مناسب، وجود فضای سبز و نزدیکی به خدمات شهری را به عنوان مهم‌ترین معیارهای کیفی بیان می‌دارد، که در صورت احیای بازارهای دوره‌ای و ساماندهی آن‌ها، چنان‌چه مبتنی بر مکان‌یابی هوشمندانه و نیازمحور باشد،

اجتماعی و اقتصادی است، مجموعه‌ای از معیارها و شاخص‌های مرتبط با سه مؤلفه مذکور از ادبیات موضوع استخراج شده تا از طریق آن‌ها پایداری اجتماعی مجموعه بازار تاریخی تبریز مورد ارزیابی قرار گیرد.

۱- هویت و سرزندگی که شامل سه معیار هویت، حس تعلق و حس تنوع و سرزندگی می‌باشد.

۲- ارتباط و پیوند که شامل چهار معیار مشارکت اجتماعی، تعاملات اجتماعی، نظارت اجتماعی و احساس مسئولیت می‌باشد.

۳- کیفیت زندگی که شامل چهار معیار ثبات اجتماعی، عدالت اجتماعی، امنیت اجتماعی و رضایتمندی می‌باشد.

جامعه آماری این پژوهش، ۳۶۰ نفر از بازاریان فعال در مجموعه بازار تاریخی تبریز هستند که بر اساس فرمول کوکران انتخاب شده‌اند. اطلاعات مربوط به تحقیق پس از گردآوری توسط پرسش‌نامه از طریق استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف<sup>۸</sup>، شاپیرو ویلک<sup>۹</sup>، کروسکال والیس<sup>۱۰</sup> و اسپیرمن<sup>۱۱</sup> تحلیل و برای محاسبات مربوطه نیز از نرم‌افزار SPSS و Expert Choice استفاده شده است. سوال‌های پرسشنامه در راستای اهداف کلی پژوهش و به گونه‌ای تدوین شده‌اند که به اتخاذ تصمیم‌های هم سو با نظر افراد فعال در این مجموعه نایل می‌گردد. شاخص‌ها و زیرشاخص‌های استخراج شده از ادبیات موضوع اساس تدوین سوالات پرسش‌نامه را تشکیل داده است. برای پایایی سوالات از آلفای کرونباخ استفاده شده که برابر ۰/۸۲۲ آمد و برای پایایی سوالات از روش لاوشه استفاده شد و بعد از بازنگری سوالات توسط اساتید و خبرگان پرسشگری انجام شد.

در ترغیب و تشویق شهروندان برای حضور بیشتر در محله‌ها خود بسیار راهگشا بوده و ضمن افزایش تعاملات و صمیمیت بین ساکنین، به عنوان یک مؤلفه معنایی، باعث هویت‌بخشی محله‌ها و افزایش حضور ساکنین محله می‌شود (۲۰). واتسون و استادرت در سال (۲۰۰۶) در کتاب خود با عنوان "بازار به عنوان سایت‌های تعامل اجتماعی"<sup>۴</sup> به کشف اهمیت بازارها به عنوان فضاهای اجتماعی در شهرها و شهرستان‌ها در انگلستان پرداختند. در سال‌های اخیر با وجود برخی از تفاوت‌های محلی، کاهش تعداد بازارهای خرده فروشی محلی در کشور انگلستان، بیش از ۲۰ سال گذشته بوده است. دلیل عمده این مسأله بر طبق یافته‌های این پژوهش عدم حمایت کافی توسط سازمان‌های مربوطه و کاهش کیفیت خدمات این بازارها می‌باشد. این گزارش با هدف در نظر گرفتن نقش بازارها به عنوان فضاهای اجتماعی، به طور ویژه، به بررسی اهمیت بازار برای گروه‌های مختلف در جامعه و اشکال تعامل متقابل سیاست‌های تصویب شده در محل‌های برگزاری بازارها می‌پردازد (۲۱).

#### روش بررسی

در این تحقیق، از روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و پیمایشی بهره گرفته و در آن، شرایط و وضعیت بازار تاریخی تبریز از منظر پایداری اجتماعی با تکیه بر دیدگاه کسبه فعال در آن مورد بررسی قرار گرفته است. با توجه به هدف بحث بر مبنای تحلیل مفاهیم پایداری اجتماعی در حوزه معماری نسبت به رویکردهای نظری، به منظور ارزیابی سطح پایداری اجتماعی در مجموعه بازار تاریخی تبریز که دارای تنوع کاربری‌ها و ویژگی‌های کالبدی،

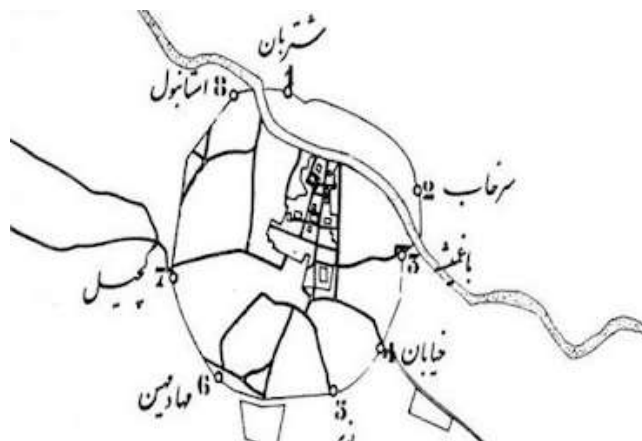
جدول ۱- متغیرهای تحقیق منبع (۱، ۷، ۱۵، ۱۸، ۱۹)

Table 1. source research variables (1, 7, 15, 18, 19)

معیار اصلی	زیر معیارها
هویت و سرزندگی	هویت
	حس تعلق
	حس تنوع و سرزندگی
ارتباط و پیوند	مشارکت اجتماعی
	تعاملات اجتماعی
	نظارت اجتماعی

احساس مسئولیت	کیفیت زندگی
ثبات اجتماعی	
عدالت اجتماعی	
امنیت اجتماعی	
رضایتمندی	

جهانگردان و صاحب‌نظران قرار گرفته داشته است. این مجموعه در مقیاس‌های مختلف منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی نقش با اهمیتی برعهده دارد (۲۸). مجموعه بازار تاریخی تبریز در زلزله سال ۱۱۹۳ هجری قمری به شدت آسیب دید و از عمارت‌های بلند و بناهای محکم آن اثری باقی نماند، ولی از سال ۱۱۹۴ هجری قمری مرمت و بازسازی آن با جدیت شروع شد و به تدریج به شکل کنونی بازسازی شد و بعد از این زلزله به فاصله یک‌سال کشیدن بارویی محکم به دور شهر آغاز گردید که ساخت آن در سال ۱۱۹۶ هجری قمری به پایان رسید (۲۹) (شکل ۱).



شکل ۱- دروازه‌های قدیمی در اطراف محدوده بازار تبریز و راه‌های ارتباطی آن (۳۰)

Figure 1. Old gates around the area of Tabriz market and its communication ways (30)

گسترده نشده بلکه با شکل‌گیری چندین راسته اصلی و راسته‌های فرعی در چهار جهت گسترش پیدا کرده است (۳۱). بازار تاریخی تبریز در برگیرنده‌ی عناصر مهمی چون ابنیه مذهبی متعدد، مدرسه‌ها و بخش‌های تجاری (همچون حجره‌ها، دکان‌ها، انبار کالاها و کاروانسراها) و یک پل بازار است. این مجموعه دارای ۲۰ راسته و بازار، ۳۵ سرا، ۲۵ تیمچه، ۱۱ دالان و حدود ۸۰۰۰ مغازه و ۴۰ نوع صنف است و تنها محلی است که در آن تجارت، مذهب، فرهنگ و عوامل اجتماعی در طول تاریخ هم‌نشینی کرده

#### معرفی محدوده مورد مطالعه

بازار تاریخی تبریز به عنوان یکی از ارزنده‌ترین بازارهای ایرانی که در مسیر جاده تاریخی ابریشم واقع شده، در فهرست میراث جهانی یونسکو به ثبت رسیده و به عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر و هسته اصلی شهر دارای ویژگی‌های منحصر به فرد است و یکی از نشانه‌های وسعت، اهمیت و بزرگی شهر تبریز به شمار می‌آید. علاوه بر این، ساختار تاریخی بازار تبریز، به مثابه قلب تاریخی شمال غرب ایران در طول تاریخ یکی از قطب‌های مهم تجاری ایران به شمار می‌رفته و همواره مورد توجه معماران، محققان،

مجموعه بازار تاریخی تبریز با حدود یک میلیون مترمربع مساحت (۷۰ هکتار حریم و ۳۰ هکتار عرصه) در بسیاری از منابع با عنوان بزرگترین سازه سرپوشیده جهان معرفی شده است. هسته مرکزی شهر تبریز شکلی شبیه چهارضلعی دارد و بازار در مرکز این چهارضلعی واقع شده است. همچنین، این بازار دارای شبکه ارتباطی متشکل از تعدادی راسته‌های موازی و متقاطع، با کشیدگی شمالی-جنوبی است و از لحاظ ریخت‌شناسی جزء بازارهای چندمحوری محسوب می‌شود و نه تنها به صورت خطی

تیمچه‌ی مظفریه معروف‌ترین بخش بازار تبریز از مراکز عمده‌ی تجارت فرش آذربایجان و مرکز صادرات قالی این خطه و ایران، و دارای شهرت جهانی است (۳۲).

و به هم پیوسته‌اند (شکل ۲). بازار امیر، زیباترین و مهم‌ترین بازار این مجموعه، در زمان حاضر از مراکز اصلی تجارت و صادرات فرش، و همراه با آن بورس طلا و جواهر و منسوجات است.



شکل ۲- موقعیت عناصر و بخش‌های مختلف بازار تاریخی تبریز (۳۳).

Figure 2. The location of elements and different parts of the historical market of Tabriz (33).

#### یافته‌ها

#### ویژگی‌های فردی پاسخگویان

در بررسی مشخصات فردی پاسخگویان سه متغیر سن، تحصیلات و میزان سابقه مدنظر قرار گرفته است. نتایج به دست آمده از این بررسی سن پاسخگویان نشان می‌دهد که ۲۸/۱ درصد از پاسخگویان بین ۲۰ تا ۳۰ سال سن دارند و در هر یک از دو گروه ۳۱ تا ۴۰ سال و ۴۱ تا ۵۰ سال نیز ۳۰/۸ درصد پاسخگویان قرار گرفته است. همچنین در بررسی متغیر تحصیلات، نتایج به

دست آمده نشان می‌دهد که ۳۲/۸ درصد پاسخگویان در سطح دیپلم و ۲۷/۸ درصد در سطح فوق لیسانس قرار دارند. نهایتاً در بررسی میزان سابقه پاسخگویان افرادی که بین ۱۱ تا ۱۵ سال سابقه کار داشتند بیشترین فراوانی در حدود ۳۲/۲ درصد را به خود اختصاص داده‌اند و افرادی که بیش از ۲۰ سال سابقه کار داشتند با ۷/۲ درصد کمترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. نتایج این سه مؤلفه در جدول ۲ ثبت گردیده است.

#### جدول ۲- فراوانی و درصد فراوانی ویژگی‌های فردی پاسخگویان

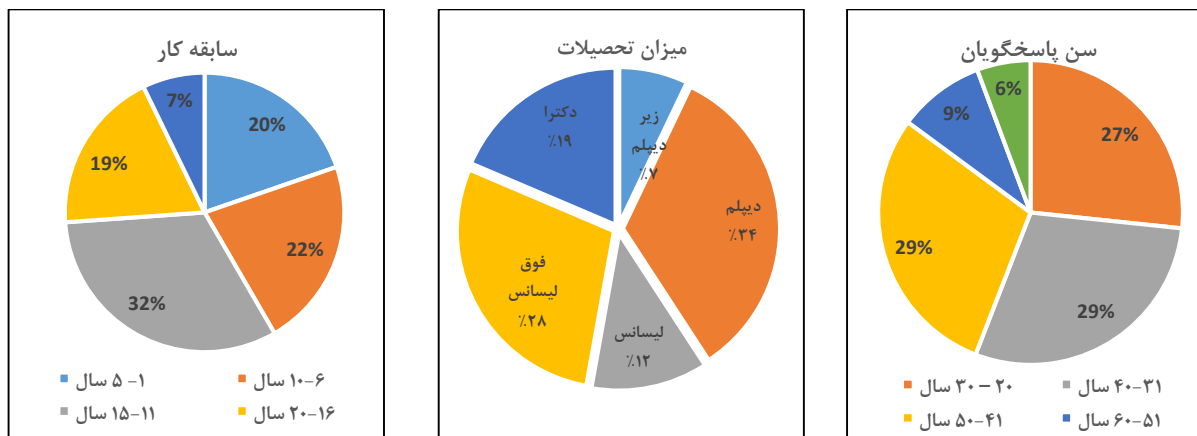
Table 2. Frequency and frequency percentage of respondents' personal characteristics

میزان سابقه			تحصیلات			سن		
درصد فراوانی	فراوانی	گروه	درصد فراوانی	فراوانی	گروه	درصد فراوانی	فراوانی	گروه
۱۹/۷	۷۱	۱-۵ سال	۶/۹	۲۵	زیر دیپلم	۱/۲۸	۱۰۱	۲۰-۳۰ سال
۲۱/۹	۷۹	۶-۱۰ سال	۳۲/۸	۱۱۸	دیپلم	۳۰/۸	۱۱۱	۳۱-۴۰ سال
۳۲/۲	۱۱۶	۱۱-۱۵ سال	۱۱/۷	۴۲	لیسانس	۳۰/۸	۱۱۱	۴۱-۵۰ سال
۱۸/۹	۶۸	۱۶-۲۰ سال	۲۷/۸	۱۰۰	فوق لیسانس	۹/۷	۳۵	۵۱-۶۰ سال
۷/۲	۲۶	بیش از ۲۰ سال	۱۸/۱	۶۵	دکتر	۶	۲	۶۱-۷۰ سال
۱۰۰	۳۶۰	جمع	۱۰۰	۳۶۰	جمع	۱۰۰	۳۶۰	جمع



نتایج به دست آمده از جدول فوق را می‌توان به صورت نمودار نیز

ترسیم کرد (شکل ۳).



شکل ۳- مشخصات فردی پاسخگویان

Figure 3. Personal characteristics of the respondents

۴۰ سال و نهایتاً ۵۰ سال بوده است. هم‌چنین میانگین (انحراف معیار) میزان تحصیلات افراد پاسخ‌دهنده برابر با  $(۱/۳۳)۳/۲۵$  بوده است که میانگین بالاتر از سطح میانه قرار دارد اگرچه پراکندگی داده‌ها بین کمترین و بیشترین گویه بیش از متغیر سن بوده است. در نهایت میانگین (انحراف معیار) سابقه‌ی کار افراد پاسخ‌دهنده نیز برابر با  $(۱/۱۸)۲/۷۱$  بوده است.

#### • بررسی میانگین، انحراف معیار و واریانس

در بررسی وضعیت میانگین و پراکندگی داده‌ها پیرامون مشخصات فردی پاسخگویان همان‌طور که در جدول ۳ نشان می‌دهد به لحاظ سنی از بین ۳۶۰ نفر، میانگین (انحراف معیار) پاسخ‌ها  $۲/۲۳$  ( $۰/۹۸۶$ ) بوده است که با در نظر گرفتن میانه که برابر با  $۲/۵$  می‌باشد، میانگین سنی جمعیت پایین‌تر از میانه بوده است به این معنا که میانگین سنی پاسخگویان بیشتر بین ۳۱-

جدول ۳- میانگین، انحراف معیار، واریانس گویه‌های مشخصات فردی پاسخگویان

Table 3. Mean, standard deviation, variance of respondents' personal characteristics items

مشخصات فردی	تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار	واریانس
سن	۳۶۰	۱	۵	۲/۲۳۸۹	۰/۹۸۶۶۲	۰/۹۷۳
تحصیلات	۳۶۰	۱	۶	۳/۲۵۵۶	۱/۳۳۹۸۶	۱/۷۹۵
سابقه کاری	۳۶۰	۱	۵	۲/۷۱۹۴	۱/۱۸۷۹۹	۱/۴۱۱

تبریز  $۲/۰۵$  ( $۰/۹$ ) بوده است. که در بین گویه‌های مؤلفه هویت کمترین فاصله با میانگین را نشان می‌دهد. نتایج به دست آمده از بررسی میانگین و انحراف معیار دو گویه‌ی دیگر این مؤلفه نیز در جدول ۴ جهت فراهم شدن امکان مقایسه و توصیف بهتر داده‌ها ثبت شده است.

**مؤلفه هویت:** میانگین میزان آشنایی پاسخگویان با گذشته تاریخی بازار تبریز  $۱/۹۵$  بوده است که در این جا پایین‌تر بودن میزان میانگین از میانه ( $۲/۵$ ) مبین آن است که بیشتر پاسخگویان تا حد زیادی با گذشته تاریخی بازار آشنایی دارند. هم‌چنین میانگین (انحراف معیار) پاسخ‌ها در ارتباط با میزان آشنایی پاسخگویان با ویژگی‌های بناهای تاریخی موجود در بازار

## جدول ۴- میانگین، انحراف معیار، واریانس گویه‌های مؤلفه‌ی هویت

Table 4. Mean, standard deviation, variance of items of identity components

مشخصات فردی	تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار	واریانس
میزان آشنایی با گذشته تاریخی بازار تبریز	۳۶۰	۱	۵	۱/۹۵۵۶	۰/۸۲۶۵۹	۰/۶۸۳
آشنایی با ویژگی‌های بناهای تاریخی موجود در بازار تبریز	۳۶۰	۱	۵	۲/۰۵۵۶	۰/۹۰۶۳۲	۰/۸۲۱
معماری بازار معرف هویت تاریخی شهر	۳۶۰	۱	۵	۱/۷۰۲۸	۱/۰۰۵۸۳	۱/۰۱۲
میزان هماهنگی معماری بناهای تاریخی موجود در بازار با هویت معماری بازار	۳۶۰	۱	۵	۱/۹۹۷۲	۰/۸۲۹۴۷	۰/۶۸۸

لازم به ذکر است که با توجه به در نظر گرفتن طیف پنج تایی لیکرت در تفسیر میانگین و انحراف معیار سایر مؤلفه‌ها اشاره به کمترین و بیشترین مقدار به سبب یکسان بودن این عدد در تمام مؤلفه‌ها نسبت به تمام گویه‌ها و در جهت ساده‌سازی داده‌ها اجتناب شده است.

مؤلفه حس تعلق: بر مبنای داده‌های ثبت شده در جدول ۵، میانگین گویه‌های مورد بررسی در مؤلفه‌ی حس تعلق کمتر از

میان (۲/۵) بوده است که این امر نشان می‌دهد از نظر بسیاری از پاسخگویان حس تعلق به بازار در ارتباط با معماری بازار قرار دارد در این میان بررسی میانگین گویه‌ی تأثیر پیشینه تاریخی بازار بر حس تعلق برابر با ۲ بوده است، که در مقایسه با سایر گویه‌های این مؤلفه، بیشترین تأثیر بر حس تعلق پاسخگویان را نشان می‌دهد.

## جدول ۵- میانگین، انحراف معیار، واریانس گویه‌های مؤلفه‌ی حس تعلق

Table 5. Mean, standard deviation, variance of items of sense of belonging component

حس تعلق	تعداد	میانگین	انحراف معیار	واریانس
میزان تأثیر معماری بازار بر تمایل به شروع فعالیت تجاری در بازار	۳۶۰	۲/۳۹۴۴	۰/۹۹۵۸	۰/۹۹۲
میزان تأثیر معماری و ساختار فضایی - کالبدی بازار بر تمایل به ادامه فعالیت در بازار	۳۶۰	۲/۴۷۲۲	۰/۹۷۲۷۸	۰/۹۴۶
تأثیر فضاهای موجود در بازار بر انگیزه برای حضور در بازار (غیر فعالیت شغلی)	۳۶۰	۲/۳۶۹۴	۰/۹۷۲۹۸	۰/۹۴۷
تأثیر پیشینه بازار بر حس تعلق فرد به بازار	۳۶۰	۲	۰/۸۲۷۷۹	۰/۶۸۵
تأثیر معماری بازار بر میزان تمایل شهروندان برای خرید در بازار	۳۶۰	۲/۴	۰/۹۷۳۷۵	۰/۹۴۸

مؤلفه مشارکت اجتماعی: بررسی میانگین گویه‌های مورد بررسی در مؤلفه‌ی مشارکت نشان می‌دهد که میانگین تمام گویه‌ها از میان (۲/۵) پایین‌تر بوده است و این نتایج نشان‌دهنده آن است که پاسخگویان علاقه‌مند به مشارکت اجتماعی در محدوده بازار هستند در این میان احساس مسئولیت نسبت به نگهداری از مجموعه بازار با میانگین ۱/۶ در اولویت مشارکت نسبت به سایر گویه‌ها قرار دارد. در مرحله بعدی پاسخگویان

معماری بازار را برای تامین فضاهای مورد نیاز برای فعالیت اجتماعی کسبه فعال جوابگو با میانگین ۲/۰۲ جوابگو دانسته‌اند. همچنین میانگین پاسخ‌ها در ارتباط با تمایل کسبه بازار برای مشارکت در فعالیت‌های گروهی در محدوده بازار که برابر با ۲/۰۵ است نشان از تمایل به مشارکت در فعالیت‌های گروهی نیز دارد. بر اساس نتایج به دست آمده که در جدول ۶ نیز ثبت شده است، تمایل به انجام فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی و مذهبی در بازار

بیش از سایر گویه‌ها با میانگین ۲/۳ نزدیک به میانه است که این تمایل متوسط پاسخگویان را نشان می‌دهد.

#### جدول ۶- میانگین، انحراف معیار، واریانس گویه‌های مؤلفه‌ی مشارکت اجتماعی

Table 6. Mean, standard deviation, variance of the items of the social participation component

مشارکت اجتماعی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	واریانس
تمایل به انجام فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی و مذهبی در بازار	۳۶۰	۲/۳۶۹۴	۰/۹۸۷۱۹	۰/۹۷۵
جوابگو بودن معماری بازار در تامین فضاهای مورد نیاز برای فعالیت اجتماعی کسبه فعال	۳۶۰	۲/۰۲۵	۰/۸۵۵۵۵	۰/۷۳۲
تمایل کسبه بازار برای مشارکت در فعالیت‌های گروهی در محدوده بازار	۳۶۰	۲/۰۵۸۳	۰/۸۲۷۴۱	۰/۶۸۵
احساس مسئولیت نسبت به نگهداری از مجموعه بازار	۳۶۰	۱/۶۴۱۷	۰/۹۷۱۴۲	۰/۹۴۴

کسبه فعال در بازار با ۲/۰۸ به ترتیب تبیین کننده‌ی مؤلفه‌ی ثبات اجتماعی از نظر پاسخگویان است که با توجه به پایین‌تر بودن تمامی میانگین‌ها از میانه (۲/۵) پاسخ‌های به دست آمده برای گویه‌های سنجش این مؤلفه ثبات اجتماعی از منظر پاسخگویان را تایید می‌دارد. نتایج به دست آمده از این بررسی‌ها در جدول ۷ به تفکیک هر یک از گویه‌ها ثبت گردیده است.

**مؤلفه ثبات اجتماعی:** با توجه به نتایج ثبت شده در جدول ۶، که به بررسی میانگین، انحراف معیار و واریانس پاسخ‌ها اختصاص دارد در بین گویه‌های مرتبط با مؤلفه‌ی ثبات اجتماعی میزان ثبات الگوهای رفتاری حاکم بر کسبه بازار با میانگین ۲/۰۱، تمایل به انتخاب بازار به عنوان محل کسب همیشگی با میانگین ۲/۰۳ و نهایتاً مطلوب بودن عرف و هنجارهای حاکم بر رفتارهای

#### جدول ۷- میانگین، انحراف معیار، واریانس گویه‌های مؤلفه‌ی ثبات اجتماعی

Table 7. Average, standard deviation, variance of the social stability component items

ثبات اجتماعی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	واریانس
میزان تمایل به انتخاب بازار به عنوان محل کسب همیشگی	۳۶۰	۲/۰۳۳۳	۰/۸۵۰۳۶	۰/۷۲۳
میزان مطلوب پنداشتن عرف و هنجارهای حاکم بر رفتار کسبه فعال در بازار	۳۶۰	۲/۰۸۶۱	۰/۸۸۶۸۱	۰/۷۸۶
میزان ثبات الگوهای رفتاری حاکم بر کسبه بازار	۳۶۰	۲/۰۱۶۷	۰/۸۴۴۲۸	۰/۷۱۳

مراجعه‌کنندگان و تمایل به داشتن ارتباط اجتماعی در محدوده بازار به ترتیب با میانگین ۲/۳۶ و ۲/۳۷ در مرتبه‌ی دوم و سوم بررسی این مؤلفه قرار می‌گیرند. اگرچه بررسی نتایج میانگین هر سه گویه به علت پایین‌تر بودن میانگین آن‌ها از میانه نشان از نقش تمامی گویه‌ها در شکل‌گیری تعاملات اجتماعی در محدوده بازار تبریز را دارد. نتایج به دست آمده از این بررسی‌ها در جدول ۹ ثبت شده است.

**مؤلفه تعاملات اجتماعی:** در بررسی مؤلفه تعاملات اجتماعی تأثیر ساختار فضایی-کالبدی بازار در شکل‌گیری ارتباطات اجتماعی با سایر کسبه فعال با میانگین ۲/۰۶ به علت بیشتر بودن فاصله آن تا میانه (۲/۵) به نسبت سایر گویه‌ها از نظر پاسخگویان در شکل‌گیری تعاملات اجتماعی تأثیرگذارتر بوده است. این در حالی است که دو گویه‌ی دیگر این مؤلفه یعنی تأثیر ساختار فضایی-کالبدی بازار بر شکل‌گیری ارتباطات اجتماعی با

## جدول ۸- میانگین، انحراف معیار، واریانس گویه‌های مؤلفه‌ی تعاملات اجتماعی

Table 8. Mean, standard deviation, variance of the items of the social interaction component

تعداد	میانگین	انحراف معیار	واریانس	تعاملات اجتماعی
۳۶۰	۲/۳۷۵	۰/۹۷۶۵۷	۰/۹۵۴	تمایل به داشتن ارتباطات اجتماعی در محدوده بازار
۳۶۰	۲/۰۶۳۹	۰/۸۴۶۹۷	۰/۷۱۷	تأثیر ساختار فضایی - کالبدی بازار در شکل‌گیری ارتباطات اجتماعی با سایر کسبه فعال
۳۶۰	۲/۳۶۱۱	۰/۹۶۸۹۵	۰/۹۳۹	تأثیر ساختار فضایی - کالبدی بازار در شکل‌گیری ارتباطات اجتماعی با مراجعه‌کنندگان

کسبه و انطباق تغییرات و اصلاحات کالبدی انجام شده در مجموعه بازار با شرایط روز به ترتیب با میانگین ۲/۳۷ و ۲/۳۹ بیشتر موجبات رضایتمندی پاسخگویان که از کسبه فعال بازار محسوب می‌شوند را به همراه داشته است. در عین حال که پایین‌تر بودن رقم میانگین در هر ۴ گویه نسبت به میانه حاکی از رضایتمندی در ارتباط با هر ۴ پرسش در نظر گرفته شده برای تحلیل مؤلفه رضایتمندی از منظر پاسخگویان می‌باشد.

مؤلفه رضایتمندی: به منظور فراهم شدن امکان بررسی مؤلفه رضایتمندی ۴ گویه مورد توجه بوده است، نتایج بررسی میانگین این گویه‌ها در جدول ۹ نشان می‌دهد که دو گویه تأثیر اصول معمارانه در تنظیم شرایط محیطی فضای داخلی بازار و جوابگو بودن ساختار فضایی-کالبدی بازار در برطرف ساختن نیازهای روزمره کسبه فعال به ترتیب با میانگین ۲/۰۴ و ۲/۰۵ به نسبت دو گویه جوابگو بودن ابعاد و تناسب فضای بازار برای فعالیت

## جدول ۹- میانگین، انحراف معیار، واریانس گویه‌های مؤلفه‌ی رضایتمندی

Table 9. Mean, standard deviation, variance of satisfaction component items

تعداد	میانگین	انحراف معیار	واریانس	رضایتمندی
۳۶۰	۲/۰۵۲۸	۰/۸۹۲۵۵	۰/۷۹۷	جوابگو بودن ساختار فضایی - کالبدی بازار در برطرف ساختن نیازهای روزمره کسبه فعال
۳۶۰	۲/۳۷۵	۰/۹۵۶۴	۰/۹۱۵	جوابگو بودن ابعاد و تناسب فضای بازار برای فعالیت کسبه
۳۶۰	۲/۳۹۴۴	۰/۹۶۱۶۴	۰/۹۲۵	میزان انطباق تغییرات و اصلاحات کالبدی انجام شده در مجموعه بازار با شرایط روز
۳۶۰	۲/۰۴۴۴	۰/۸۵۹۶۳	۰/۷۳۹	تأثیر اصول معمارانه در تنظیم شرایط محیطی فضای داخلی بازار

مرتبه‌ی دوم و میزان مطلوبیت تنوع فضاهای موجود در بازار با میانگین ۲/۰۶ در مرتبه‌ی سوم قرار دارد. در این میان نزدیک‌ترین میانگین به میانه برابر با ۲/۳۷ بوده است که در پاسخ به تأثیر ساختار کالبدی-فضایی بازار بر هدایت افراد غریبه و مسیریابی آن‌ها به دست آمده است. و این امر نشان می‌دهد اگرچه این ساختار برای مراجعه‌کنندگان بومی و کسبه نقش تعیین‌کننده‌ای در درک حس تنوع و سرزندگی دارد اما از نظر

مؤلفه حس تنوع و سرزندگی: همان‌طور که نتایج بررسی میانگین گویه‌های مؤلفه حس تنوع و سرزندگی که در جدول ۱۰ منعکس شده است نشان می‌دهد تأثیر ساختار کالبدی-فضایی بازار در جلب توجه مراجعه‌کنندگان به فعالیت کسبه با میانگین ۱/۹ بیش از سه گویه‌ی دیگر مورد بررسی در این پژوهش در درک حس تنوع و سرزندگی موثر بوده است. هم‌چنین تأثیر این ساختار بر ایجاد سرزندگی بین کسبه نیز با میانگین ۲/۰۵ در

پاسخگویان در هدایت افراد غریبه و مسیریابی آن‌ها کمتر تأثیرگذار بوده و از این جهت تنوع و سرزندگی کمتری را به نسبت سایر گویه‌های احساس می‌شود. اگرچه نتایج میانگین در هر ۴ گویه از میانه پایین‌تر بوده است و در مجموع می‌توان اظهار کرد با توجه به نظر پاسخگویان حس تنوع و سرزندگی متأثر از معماری بازار در این فضا احساس می‌شود.

#### جدول ۱۰- میانگین، انحراف معیار، واریانس گویه‌های مؤلفه‌ی حس تنوع و سرزندگی

Table 10. Mean, standard deviation, variance of items of the sense of variety and vitality component

واریانس	انحراف معیار	میانگین	تعداد	حس تنوع و سرزندگی
۰/۷۱۶	۰/۸۴۶۲۶	۲/۰۵	۳۶۰	تأثیر ساختار کالبدی - فضایی بازار بر ایجاد سرزندگی بین کسبه
۰/۷۲۷	۰/۸۵۲۵۴	۱/۹۸۶۱	۳۶۰	تأثیر ساختار کالبدی - فضایی بازار در جلب توجه مراجعه‌کنندگان به فعالیت کسبه
۰/۹۹۲	۰/۹۹۵۹۸	۲/۳۷۲۲	۳۶۰	تأثیر ساختار کالبدی - فضایی بازار بر هدایت افراد غریبه و مسیریابی آن‌ها
۰/۷۵۱	۰/۸۶۶۴۸	۲/۰۶۳۹	۳۶۰	میزان مطلوبیت تنوع فضاهای موجود در بازار

فاصله‌ی اندکی با گویه‌ی نخست قرار دارد. این نتایج نشان‌دهنده آن است که هرچند به علت پایین بودن میانگین‌ها در تمام مؤلفه‌ها از سطح میانه، نظارت اجتماعی بر بازار محسوس است اما از منظر پاسخگویان این نظارت اجتماعی در سطح متوسط احساس می‌شود.

**مؤلفه نظارت اجتماعی:** نتایج به دست آمده از بررسی گویه‌های مرتبط با مؤلفه‌ی نظارت اجتماعی که در جدول ۱۱ ثبت گردیده است نشان می‌دهد در تمامی گویه‌ها میانگین پاسخ‌ها به میانه نزدیک شده است. به طوری که میزان برخورد با رفتارهای نامناسب در محدوده بازار با میانگین ۲/۴ نزدیک‌ترین مقدار به میانه ۲/۵ را نشان می‌دهد. و بررسی میانگین سایر گویه‌های مرتبط با این مؤلفه نیز که به طور تقریبی برابر با ۲/۳ می‌باشد در

#### جدول ۱۱- میانگین، انحراف معیار، واریانس گویه‌های مؤلفه‌ی نظارت اجتماعی

Table 11. Mean, standard deviation, variance of the items of the social monitoring component

واریانس	انحراف معیار	میانگین	تعداد	نظارت اجتماعی
۰/۹۰۵	۰/۹۵۱۲۷	۲/۳۸۰۶	۳۶۰	میزان جوابگو بودن ساختار فضایی - کالبدی بازار در شیوه نظارت بر رفتار کسبه
۰/۹۴۹	۰/۹۷۴۰۷	۲/۳۷۷۸	۳۶۰	سازگار بودن سطح نظارت اجتماعی حاکم بر بازار با شرایط جامعه
۰/۹۳۵	۰/۹۶۶۷۲	۲/۴۱۶۷	۳۶۰	میزان برخورد با رفتارهای نامناسب در محدوده بازار
۰/۹۴۲	۰/۹۷۰۵۹	۲/۳۵۲۸	۳۶۰	تمایل کسبه فعال بازار برای نظارت و کنترل رفتار مراجعه‌کنندگان

با ۲/۰۲ بوده است و پایین‌تر بودن مقدار میانگین از میانه مبین تأثیرگذاری بیشتر این گویه در تامین امنیت اجتماعی است. سایر گویه‌های در نظر گرفته شده برای این مؤلفه نیز با میانگین تقریبی ۲/۳ به جهت پایین‌تر بودن میانگین از مقدار میانه به ترتیب نشان از موثر بودن ساختار فضایی-کالبدی بازار در تامین امنیت کسبه، توجه به اصول مربوط به تامین امنیت فضاهای داخلی (دزدی در

**مؤلفه امنیت اجتماعی:** در بررسی مؤلفه‌ی امنیت اجتماعی ۴ گویه مدنظر بوده است که نتایج بررسی میانگین، انحراف معیار و واریانس هریک از این گویه‌ها در جدول ۱۲ ثبت شده است. بر اساس این نتایج پاسخگویان معتقد بوده‌اند که پس از تغییرات و اصلاحات کالبدی انجام شده در مجموعه بازار امنیت اجتماعی افزایش یافته است که میانگین پاسخ‌ها در ارتباط با این گویه برابر

شب) و نهایتاً جوابگو بودن ساختار فضایی-کالبدی بازار در تامین امنیت مراجعه‌کنندگان دارد.

### جدول ۱۲- میانگین، انحراف معیار، واریانس گویه‌های مؤلفه‌ی امنیت اجتماعی

Table 12. Mean, standard deviation, variance of social security component items

واریانس	انحراف معیار	میانگین	تعداد	امنیت اجتماعی
۰/۹۰۱	۰/۹۴۹۴۱	۲/۳۴۷۲	۳۶۰	جوابگو بودن ساختار فضایی - کالبدی بازار در تامین امنیت برای کسبه
۰/۹۰۸	۰/۹۵۲۷۳	۲/۳۶۹۴	۳۶۰	میزان توجه به اصول مربوط به تامین امنیت فضاهای داخلی (دزدی در شب) در معماری بازار
۰/۹۴۷	۰/۹۷۳۱۶	۲/۳۹۴۴	۳۶۰	جوابگو بودن ساختار فضایی - کالبدی بازار در تامین امنیت برای مراجعه‌کنندگان
۰/۷۰۷	۰/۸۴۰۸۵	۲/۰۲۲۲	۳۶۰	میزان افزایش امنیت پس از تغییرات و اصلاحات کالبدی انجام شده در مجموعه بازار

### آزمون نرمال بودن داده‌ها

مؤلفه‌ها با توجه به پایین‌تر بودن مقدار معناداری از ۰/۰۵، داده‌های پژوهش از توزیع نرمال برخوردار نیستند. از آن‌جا که پرسشنامه پژوهش بر مبنای طیف لیکرت طراحی شده است، و داده‌های جمع‌آوری شده بر مبنای این طیف کمتر به علت سطح رتبه‌ای کمتر توزیع نرمال پیدا می‌کنند نتایج به دست آمده مورد تایید است.

از آن‌جا که نرمال بودن یا نبودن داده‌ها در انتخاب نام آزمون پارامتریک یا غیرپارامتریک برای سنجش و تحلیل رابطه‌ی بین متغیرها ضروری است، در اینجا برای بررسی نرمال بودن داده‌ها با استفاده از دو آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و آزمون شاپیرو ویلک بررسی شده است. نتایج به دست آمده از هر دو آزمون با در نظر گرفتن گویه‌ها در هر یک از مؤلفه‌ها، به تفکیک مؤلفه‌ها در جدول ۱۳ ثبت شده است. این نتایج نشان می‌دهد که در تمامی

### جدول ۱۳- نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها به تفکیک هر مؤلفه

Table 13. Results of data normality test by each component

آزمون شاپیرو ویلک			آزمون کولموگروف - اسمیرنوف			مؤلفه‌ها
مقدار معناداری	تعداد کل	آماره	مقدار معناداری	تعداد کل	آماره	
۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۸۴۸	۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۲۲۷	هویت
۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۹۱۱	۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۲۰۷	حس تعلق
۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۸۴۰	۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۲۷۳	مشارکت اجتماعی
۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۸۵۴	۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۲۶۸	ثبات اجتماعی
۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۹۰۹	۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۱۹۸	تعاملات اجتماعی
۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۹۰۴	۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۱۷۵	رضایتمندی
۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۸۷۳	۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۲۳۴	حس تنوع و سرزندگی
۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۸۸۶	۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۲۴۰	نظارت اجتماعی
۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۸۹۹	۰/۰۰۰	۳۶۰	۰/۲۰۷	امنیت اجتماعی

## آمارهای استنباطی

در تحلیل استنباطی داده‌های حاضر، نخست مقایسه میان مؤلفه‌های سازنده پایداری مطرح است تا دریابیم هرکدام از این مؤلفه‌ها چگونه از هم متمایز می‌شوند و در مرحله بعدی اولویت هریک از این مؤلفه‌ها را در دستیابی به پایداری اجتماعی مورد سنجش قرار خواهد گرفت.

سنجش تفاوت میان مؤلفه‌های پایداری از طریق آزمون کروسکال-والیس

با توجه به سطح رتبه‌ای داده‌ها، تفاوت میان مؤلفه‌های سنجش پایداری اجتماعی بازار شهر تبریز که متغیر وابسته پژوهش را شکل می‌دهد با استفاده از آزمون کروسکال-والیس بررسی شده است. نتایج این بررسی که در جدول ۱۴ نشان داده شده است بیانگر آن است که با توجه پایین‌تر بودن مقدار معناداری در تمامی مؤلفه‌ها از مقدار  $p\text{-value} = 0.05$  تفاوت معنادار در بین مؤلفه‌ها دیده می‌شود. به این معنا که با تغییر در هریک از این مؤلفه‌های میزان پایداری اجتماعی نیز تغییر خواهد کرد.

## جدول ۱۴- بررسی تفاوت میان مؤلفه‌های سنجش پایداری از طریق آزمون کروسکال-والیس

Table 14. Examining the difference between stability measurement components through the Kruskal-Wallis test

مقدار معناداری	درجه آزادی	آزمون H	آزمون
۰/۰۰۰	۶۰	۳۲۶/۵۹۷	هویت
۰/۰۰۰	۶۰	۳۴۰/۴۶۸	حس تعلق
۰/۰۰۰	۶۰	۳۲۳/۹۶۴	مشارکت اجتماعی
۰/۰۰۰	۶۰	۳۱۶/۹۴۵	ثبات اجتماعی
۰/۰۰۰	۶۰	۳۳۵/۸۴۶	تعاملات اجتماعی
۰/۰۰۰	۶۰	۳۳۶/۳۲۱	رضایتمندی
۰/۰۰۰	۶۰	۳۲۸/۰۴۱	حس تنوع و سرزندگی
۰/۰۰۰	۶۰	۳۳۸/۴۴۵	نظارت اجتماعی
۰/۰۰۰	۶۰	۳۳۵/۰۷۳	امنیت اجتماعی

بررسی رابطه‌ی بین هریک از مؤلفه‌های پایداری اجتماعی با در نظر گرفتن پایداری اجتماعی به عنوان متغیری که متاثر از مؤلفه‌های سازنده‌ی آن است، به منظور بررسی روابط درونی بین

متغیرها میزان وابستگی بین متغیرها از طریق آزمون اسپیرمن مورد بررسی قرار گرفته است تا مشخص شود آیا تغییر در یک مؤلفه تغییر در مؤلفه‌های دیگر را به همراه خواهد داشت؟

## جدول ۱۵- بررسی میزان وابستگی میان مؤلفه‌های سنجش پایداری از طریق آزمون همبستگی اسپیرمن

Table 15. Investigating the degree of dependence between the components of stability measurement through Spearman's correlation test

آزمون همبستگی اسپیرمن		هویت	حس تعلق	مشارکت اجتماعی	ثبات اجتماعی	تفاعلات اجتماعی	رضایتمندی	حس تنوع و سرزندگی	نظارت اجتماعی	امنیت اجتماعی
مقدار همبستگی	۱	۰/۶۴۵	۰/۸۲۴	۰/۷۶۰	۰/۶۵۲	۰/۶۸۵	۰/۶۹۱	۰/۵۷۴	۰/۶۴۰	۰/۶۴۰
مقدار معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
مقدار همبستگی	۰/۶۴۵	۱	۰/۷۹۶	۰/۷۶۶	۰/۹۰۲	۰/۸۹۳	۰/۸۶۷	۰/۸۷۳	۰/۸۸۶	۰/۸۸۶
مقدار معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
مقدار همبستگی	۰/۸۲۴	۰/۷۹۶	۱	۰/۸۲۸	۰/۷۸۸	۰/۸۱۳	۰/۸۱۵	۰/۷۱۲	۰/۷۵۸	۰/۷۵۸
مقدار معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
مقدار همبستگی	۰/۷۶۰	۰/۷۶۶	۰/۸۲۸	۱	۰/۷۶۸	۰/۷۸۳	۰/۷۶۵	۰/۷۲۶	۰/۷۴۷	۰/۷۴۷
مقدار معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
مقدار همبستگی	۰/۶۵۲	۰/۹۰۲	۰/۷۸۸	۰/۷۶۸	۱	۰/۸۸۱	۰/۸۵۶	۰/۸۶۹	۰/۸۹۶	۰/۸۹۶
مقدار معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
مقدار همبستگی	۰/۶۸۵	۰/۸۹۳	۰/۸۱۳	۰/۷۸۳	۰/۸۸۱	۱	۰/۸۷۴	۰/۸۶۳	۰/۸۸۵	۰/۸۸۵
مقدار معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
مقدار همبستگی	۰/۶۹۱	۰/۸۶۷	۰/۸۱۵	۰/۷۶۵	۰/۸۵۶	۰/۸۷۴	۱	۰/۸۱۷	۰/۸۴۴	۰/۸۴۴
مقدار معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
مقدار همبستگی	۰/۵۷۴	۰/۸۷۳	۰/۷۱۲	۰/۷۲۶	۰/۸۶۹	۰/۸۶۳	۰/۸۱۷	۱	۰/۸۸۱	۰/۸۸۱
مقدار معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
مقدار همبستگی	۰/۶۴۰	۰/۸۸۶	۰/۷۵۸	۰/۷۴۷	۰/۸۹۶	۰/۸۸۵	۰/۸۴۴	۰/۸۸۱	۱	۰/۸۸۱
مقدار معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
تعداد نمونه‌ها در هر مؤلفه	۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰

\* همبستگی بین مؤلفه‌ها در سطح اطمینان ۹۹ درصد (۰,۰۱) به صورت دو سویه برقرار است.

نتایج به دست آمده از سنجش میزان وابستگی بین مؤلفه‌های پایداری که در جدول ۱۵ ثبت شده است نشان می‌دهد که تمامی مؤلفه‌های پایداری اجتماعی به یک‌دیگر وابسته‌اند به این معنا که تغییر در هر یک از مؤلفه‌ها تغییر در سایر مؤلفه‌ها را نیز به دنبال خواهد داشت. بر اساس یافته‌های تحقیق، مشاهده شد که بیشترین همبستگی بین مؤلفه حس تعلق و تعاملات اجتماعی با مقدار ۰/۹۰۲ برقرار است. هم‌چنین میزان وابستگی بین دو مؤلفه

تفاعلات اجتماعی و امنیت اجتماعی با مقدار همبستگی ۰/۸۹۶ و دو مؤلفه حس تعلق و رضایتمندی با مقدار همبستگی ۰/۸۹۳ در مرتبه‌ی بعدی از بیشترین میزان وابستگی قرار می‌گیرند. در این میان کمترین میزان همبستگی نیز بین مؤلفه هویت-نظارت اجتماعی است که با مقدار ۰/۵۷۴ برقرار است. در مقایسه بین کمترین میزان همبستگی، در مرتبه‌ی دوم همبستگی بین متغیرهای دوگانه هویت-امنیت اجتماعی و هویت-حس تعلق،



پایداری اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌های این تحقیق با نتایج تحقیق (زال، ۱۳۸۶، لیتیق و گریسلر، ۲۰۰۵، کورنیواتی، ۲۰۱۲، نجاری نابی، ۱۳۹۹، قربی، ۱۳۹۸) هم راستا و مشابه می باشد.

## References

1. Zal, E. Evaluation and measurement of social sustainability and the role of geographical factors affecting it in rural areas of Khorrambid city, master's thesis, geography and urban planning, Tarbiat Modares University, 2016. (In Persian)
2. Nazarpour, M. Values and Development: A Case Study of the Constitution of the Islamic Republic of Iran, Tehran: Islamic Culture and Thought Research Institute, 2018. (In Persian)
3. Bonine, M. Bazar, general. In E. Yarshater (Ed.), Encyclopaedia Iranica. Routledge & K. Paul, 1989. <http://www.iranicaonline.org/articles/bazar-i>.
4. Flor, V, Essays on the Social History of Iran in the Qajar Era, translated by Abolghasem Siri, Tehran: Tos, 2016. (In Persian)
5. Gopal, P. R. C., & Thakkar, J. 2016. Sustainable supply chain practices: An empirical investigation on Indian automobile industry. Production Planning and Control, Vol. 27(1), 49-64.
6. Nasiri Majd, S. Social sustainability in urban planning, first edition, Gorgan: Rayhani Publications, 2013. (In Persian)
7. Littig, B., & Griessler, E. 2005. Social sustainability: A catchword between political pragmatism and social theory. International Journal of Sustainable Development, Vol.8 (1/2), 65-79.

هویت- عوامل اجتماعی به ترتیب با مقادیر ۰/۶۴۰، ۰/۶۴۵، ۰/۶۵۲ برقرار است به این ترتیب مؤلفه‌ی هویت کمترین میزان وابستگی را با سایر مؤلفه‌های پایداری اجتماعی دارد.

## بحث و نتیجه‌گیری

حفاظت از دارایی‌های اجتماعی و فرهنگی مانند مجموعه‌ها و بناهای تاریخی، ساختمان‌ها، پارک‌ها، موزه‌ها همواره به ایجاد هویت‌های مکانی و حس مکان در هر شهر کمک می‌کند. در این میان، فضاهایی به عنوان محملی برای تعاملات اجتماعی شهروندان و ایجاد بستری برای تسهیل روابط اجتماعی، گسترش حس همبستگی و تعاون، مشارکت مردم و به دست آوردن وجوه مشترک در افراد یک جامعه، برای پایداری و حیات سیاسی، اجتماعی، کالبدی شهرها واجد ارزش هستند. بازار تاریخی در شهرهای ایران جزو این دسته از مجموعه‌هاست که می‌توانند به عنوان مکانی برای تکثیر و تولید فرهنگ و رسیدن به هویت و حیات جمعی مشترک باشند و از این طریق با ماندگاری و پایداری یک اجتماع و حفظ انسجام آن پیوندی نزدیک دارند. علاوه بر این، میراث فرهنگی و طبیعی هر کشور از جمله آثار با ارزش و غیرقابل جایگزینی است که نه تنها به آن ملت، بلکه به تمامی انسان‌ها متعلق است. بازارهای سنتی در شهرهای ایران، با سابقه دیرینه و با ساختار و بافتی کهن از گذشته تا امروز، کانون شکل‌گیری فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی بوده‌اند که در فرایند حفاظت و باززنده‌سازی آن‌ها، توجه به مباحث اجتماعی اجتناب‌ناپذیر می‌باشد. با تعیین ابعاد پایداری اجتماعی می‌توان رویه‌های مؤثر بر مباحث اجتماعی جامعه را شناسایی و بررسی کرد و به عنوان یکی از مهم‌ترین و کلیدی‌ترین ابزار در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های مربوط به مجموعه‌ها و آثار تاریخی محسوب شود. از طرفی، پیچیدگی، گستردگی و تنوع شاخص‌های پایداری اجتماعی و نقش آن‌ها بر جامعه ایجاب می‌کند تا این شاخص‌ها برحسب نقش و عملکرد آن‌ها در گروه‌های مختلف دسته‌بندی و مورد سنجش قرار گیرند که در این راستا، دیدگاه‌های کسبه فعال در بازار و تلقی آن‌ها از ساختار کالبدی و فضایی آن به دلیل انعکاس شرایط عمومی آن و تأثیر عوامل محیطی (ماهیت معماری) در ایجاد پارامترهای مرتبط با

- Stadtund Raum, Soziologische Analysen, Pfaffenweiler: Centaurus, 1992.
18. Najari Nabi, R., Mahdinejad, J. Evaluating the role of physical and functional factors in the sociability of Iran's traditional markets using the space syntax technique (case example: Tabriz market). *Bagh Nazar*, 2019, period 17(85), 67-82. (In Persian)
  19. Qorbi, M., Naqvi, M, Mohammadi, H. The effect of the built environment on social capital and social stability in the historical context (case example: neighborhoods connected to the market in the historical context of Kerman), *studies of urban structure and function*, 2018, Vol 6(21). 59-84. (In Persian)
  20. Aram, F., Qaraei F., Habibi M. Investigating the role of periodic markets in the presence of residents of urban neighborhoods and increasing social interactions, case study: Hamadan city. *Utopia architecture and urban planning*. 2017, No. 23, 135-145. (In Persian)
  21. Watson, S & Studdert, D. *Bazars as sites for social interaction*. Policy Press, 2006.
  22. Rapaport, A. *Towards the anthropology of the house*, translated by Masoud Parkhami Iraqi, Abadi, 2001, 36. (In Persian)
  23. Altman, I., & Low, S. M. *Place attachment*. New York: Plenum Press, 1992.
  24. Jacobs, J. *Death and life of big American cities*, translated by Hamidreza Parsi and Arezoo Platoni, 1386, Tehran: University of Tehran. (In Persian)
  25. Barron, L., & Gaunlett, E. (2002). *Housing and sustainable communities*. 8. Macombe, C., Leskinen, P., Feschet, P., & Antikainen, R. 2013. Social life cycle assessment of biodiesel production at three levels: A literature review and development needs. *Journal of Cleaner Production*, Vol.52, 205-216.
  9. Lefebvre, H. *The production of space*. London: Blackwell, 1992.
  10. Lechner, F. J. 1991. Simmel on social space. *Theory, Culture & Society*, 8(3), 195-201.
  11. Cattell, V., Dines, N., Gesler, W., & Curtis, S. (2008). Mingling, observing, and lingering: Everyday public spaces and their implications for well-being and social relations. *Health & Place*, 14(3), 544-561.
  12. Cattell, V., & Evans, M. *Neighborhood images in East London*. York: Joseph Rowntree Foundation/York Publishing Services, 1999.
  13. Cattell, V., & Herring, R. 2002. Social capital and well-being: Generations in an east London neighborhood. *Journal of Mental Health Promotion*, Vo.1 (3), 8-19.
  14. Efroymsen, D., Thanh Ha, T. T. K., & Thu Ha, P. *Public spaces: How they humanize cities*. Dhaka: HealthBridge-WBB Trust, 2009.
  15. Kurniawati, W. 2012. Public space for marginal people. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol.36, 476-484. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.03.052
  16. Selle, K. *Öffentlicher Raum-von was ist die Rede?* Berlin: Universitaetsverlag der TU Berlin, 2001.
  17. Laepple, D. *Essay über den Raum. Für ein gesellschaftswissenschaftliches Raumkonzept*, In H. Hausermann, D. Ipsen, T. Kraemer-Badoni, D. Laepple, M. Rodenstein & W. Siebel (Eds)

30. Habibi, H. Tabriz Big Bazaar, Tehran: Iranology Foundation Publications, 2014. (In Persian)
31. Haqparast, F., Asefi, M., Abizadeh, Elnaz. The effect of place identity components on the sense of belonging to the place; A study of the historical market of Tabriz, Geographical Research, 2019, Vol 34(3). 303-312. (In Persian)
32. Hatami Golzari, E., Mirzakocheh Khoshnovis, A., Bayzidi, A., Habibi, F. Qualitative study of the durability of the architecture of Tabriz bazaar complex from the perspective of phenomenology, Andisheh Memari, 2020, Vol 4(7): 172-188. (In Persian)
33. ICHHTO. 2009. Executive summary Tabriz historical bazaar complex. Unesco, first ed, Tehran, 803.
- Indicators Project, Western Australian Council of Social Service.
26. Schalock, R. L. 2004. The concept of quality of life: What we know and do not know. Journal of Intellectual Disability Research, Vol. 48(3), 16-203.
27. Alizadeh, H., Irandoost, K. Baravar, M. Assessing the social sustainability of neighborhoods based on residents' perspectives (case example: Faizabad neighborhood of Kermanshah city), Urban Management, 2014, Vol 13(37), 73-92. (In Persian)
28. Navari N, Khalilzadeh S, Fakhari Tehrani F. Tabriz Bazarhai Bridge, Safa, 2008, Vol 17(48), 101-108. (In Persian)
29. Habibi, M. From flow to city, Tehran: University of Tehran, 2013. (In Persian)