

ترجمه انگلیسی این مقاله با عنوان:
Explaining the Quality and Vitality Components in Commercial Complexes
(Case Study: Charsou Commercial Complex)
در همین شماره به چاپ رسیده است.

تبیین مؤلفه‌های کیفیت‌بخشی و ایجاد سرزندگی در مجتمع‌های تجاری (نمونه مطالعاتی: مجتمع تجاری چارسو)*

مریم کریمی^۱، فریبا البرزی^{۲**}

۱. گروه معماری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.
۲. گروه معماری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

معماری معاصر

مقاله تخصصی

چکیده:

فضاهای تجاری از دیرباز مورد توجه مخاطبان بوده‌اند و یکی از فضاهای مهم شهری هستند که از پویایی بالایی برخوردارند. از بارزترین نمونه‌های آن‌ها بازارهای سنتی شهرها هستند. مراکز خرید و فضاهای تجاری امروزی برگرفته از همان بازارهای تاریخی گذشته هستند. امروزه این مراکز به مجتمع‌های تجاری چندمنظوره تبدیل شده‌اند و این تنوع فعالیتی بر سرزندگی این فضاها افزوده است. هدف از پژوهش حاضر بررسی مؤلفه‌های کیفیت‌بخشی و ایجاد سرزندگی در مجتمع‌های تجاری است. فرضیات پژوهش بیان می‌دارند که توجه به جنبه‌های کالبدی معماری در یک مجتمع تجاری بر ارتقای مؤلفه سرزندگی و افزایش حضور افراد و جلب رضایت آن‌ها مؤثر است. از طرفی افزایش میزان پویایی و سرزندگی در مجتمع‌های تجاری بر تحریک حس حضور مخاطبان و تعاملات اجتماعی تأثیر بسزایی دارند. روش تحقیق به صورت توصیفی-تحلیلی و پیمایشی است و ابزارهای گردآوری اطلاعات شامل مطالعات اسنادی و منابع مکتوب، مشاهدات عینی، برداشت‌های میدانی و پرسش‌نامه است. به منظور تحلیل مؤلفه‌های اصلی هر یک از متغیرها، بیشترین فراوانی نسبی و انحراف از معیار از نرم‌افزار SPSS 20 برداشت گردیدند. نتایج حاصل نشان‌دهنده آن هستند که در مجتمع‌های تجاری برای دستیابی به تعاملات اجتماعی که منجر به پویایی و سرزندگی می‌شود باید توجه به جنبه‌های کالبدی-عینی و مفهومی-ادراکی لحاظ شوند، به کارگیری مؤلفه‌های فوق در یک مجموعه بر کیفیت فضاها تأثیرگذار است و سبب تحریک حس حضور افراد و ارتقای تعاملات اجتماعی می‌شود و در جلب رضایت افراد مؤثر خواهد بود.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۱/۱۱/۱۷

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۱/۱۲/۱۳

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۱/۱۲/۱۶

تاریخ انتشار:

۱۴۰۱/۱۲/۲۶

واژگان کلیدی:

مراکز تجاری،

سرزندگی،

پویایی،

حس حضور،

تعاملات اجتماعی.

* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد مریم کریمی با عنوان «طراحی مجتمع تجاری چندمنظوره با هدف ایجاد حس مطلوب در کاربران با توجه به پویایی در فضا» است که در دانشکده معماری دانشگاه آزاد اسلامی قزوین به راهنمایی دکتر فریبا البرزی ارائه گردیده است.

** نویسنده مسئول: +989121810690, faalborzi@yahoo.com

مقدمه

مهم‌ترین جای شهر و در مرکز آن قرار دارد. سلطان‌زاده (۱۳۸۰) معتقد است پیدایش و تکوین راسته‌های تخصصی در بازارها سبب شده‌اند راسته‌هایی به عرضه یک یا چند کالای مشابه و مرتبط به هم اختصاص یابند. وی یکی از عوامل چنین راسته‌هایی را، جاذبه و کشش اقتصادی این راسته‌ها برای جلب نظر مشتریان می‌داند، زیرا خریداران می‌توانند در چنین مکان‌هایی هم با انواع محصولات و فرآورده‌های مشابه به‌خوبی آشنا شوند و با آگاهی از آن بهتر انتخاب کنند و از طرفی سبب صرفه‌جویی در زمان نیز می‌شود. اکنون نیز مراکز خرید و مجتمع‌های تجاری با چنین رویکردی ایجاد شده‌اند که مختص عرضه یک کالای خاص هستند. Jacobs (1961) سرزندگی را از طریق تعامل بین افراد در خیابان‌ها تعریف کرد و استدلال کرد که سرزندگی محصول تعامل بین مردم یا بین مردم و فضا است. Gehl (1987) خاطر نشان کرد که سرزندگی فضایی از مکان‌ها، افراد و فعالیت‌های آن‌ها ناشی می‌شود که عناصر اساسی سرزندگی شهری هستند. کوین لینچ (۱۳۸۱) سه خصوصیت اصلی برای محیط نام برده‌است که بر سلامتی، عملکرد بیولوژیکی مطلوب و بقاء، به مفهوم ایجاد یک محیط حیاتی و بستر مناسب برای زندگی نقش دارد. پامیر (۱۳۸۹) بر این باور است که یک مرکز شهری سالم باید گستره وسیعی از اختلاط کاربری‌های مختلف را در خود داشته‌باشد تا بتواند در جهت ایجاد یک محیط تجاری-تفریحی سرزنده و متنوع به‌گونه‌ای مؤثر و پاسخ‌ده عمل نماید. با فراهم‌آوردن بهانه‌های متنوع برای مردم جهت بازدید و ماندن در قلب شهر در طول روز، به‌ویژه غروب‌ها، شهرها می‌توانند مردم بیشتری را به کرات و برای مدت طولانی‌تری به خود جلب نمایند و کاربری‌های مختلط باید کارکردهای اداری، مسکونی، تفریحی-تجاری و رستوران‌ها را دربرگیرند. **جدول شماره ۱** به معرفی واحدهای مشاهده پژوهش‌های پیشین در رابطه با موضوع اصلی تحقیق حاضر اختصاص دارد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر ترکیبی از روش‌های کیفی و کمی است. با توجه به ماهیت تحقیق از روش توصیفی-تحلیلی مبتنی بر مشاهدات عینی و برداشت‌های میدانی در محل نمونه مورد بررسی پژوهش و براساس مطالعات اسنادی، منابع مکتوب و مرور متون، تحلیل مبانی نظری و تئوری‌های پژوهش صورت

فضاهای تجاری از ابتدا جایگاه خود را در زندگی مردم پیدا کردند و مورد توجه عموم قرار گرفتند؛ این فضاها همواره عنصر تشکیل‌دهنده شهرها به‌شمار می‌رفتند، که از نمونه‌های مهم آن‌ها می‌توان به بازارهای سنتی هر شهر اشاره کرد. بازارها به‌عنوان یکی از فضاهای مهم شهری نقش اساسی در زندگی مردم ایفا کرده‌اند. اما رفته‌رفته جایگاه بازارها کم‌رنگ‌تر گردید. با گذشت زمان و افزایش جمعیت دیگر تنها یک بازار در مرکز شهر پاسخ‌گوی این جمعیت انبوه نبود، بنابراین بازارها به تدریج جای خود را به فضاهای تجاری، مراکز خرید و پاساژها دادند. اکنون مراکز تجاری چندمنظوره در شهرها از عناصر مهم شهری به‌شمار می‌روند. قابل ذکر است که یکی از عوامل پویایی و سرزندگی در یک محیط، وجود کاربری‌های مختلف است. وجود کاربری‌هایی غیر از کاربری تجاری نظیر کاربری‌های فرهنگی، تفریحی، ورزشی و خدماتی در یک مجموعه را می‌توان از عوامل سرزندگی دانست. این مراکز علاوه بر تأمین نیاز خرید افراد به مکانی برای گذران اوقات فراغت نیز تبدیل گشته‌اند، از طرفی ایجاد چنین فضایی علاوه بر تأمین موارد فوق به محلی برای برقراری تعاملات اجتماعی افراد نیز تبدیل گردیده‌است. پژوهش حاضر در راستای تبیین مؤلفه‌های کیفیت‌بخشی و ایجاد سرزندگی در مجتمع‌های تجاری و میزان افزایش این مؤلفه‌ها در مراکز تجاری است. به این منظور مجتمع تجاری فرهنگی چارسو واقع در خیابان جمهوری تهران مورد بررسی قرار گرفت. ضرورت انجام پژوهش پیش‌رو بدان جهت است که مؤلفه‌های پژوهش حاضر از دو جنبه ادراکی و کالبدی مورد کاوش قرار داده شده‌اند. سوال اصلی پژوهش بیان می‌دارد چه رابطه‌ای بین توجه به جنبه‌های کالبدی معماری در یک مجتمع تجاری و ارتقای مؤلفه سرزندگی و کیفیت‌بخشی و افزایش حضور افراد به‌منظور ارتقای تعاملات اجتماعی در همان مکان وجود دارد؟ از این‌رو به تحلیل و بررسی مجتمع تجاری چارسو در روند شکل‌گیری پژوهش پرداخته شد.

پیشینه پژوهش

مجتمع‌های تجاری امروزی شکل تکامل‌یافته همان بازارهای گذشته هستند. معماریان (۱۳۹۱) یکی از مهم‌ترین ساختمان‌های درون شهری را بازار می‌داند که معمولاً در

جدول شماره ۱) معرفی واحدهای مشاهده پژوهش‌های پیشین

نویسنده	عنوان	سال	نمونه پژوهش	مؤلفه‌های مرتبط	توضیحات استنتاجی
قربانی، یاسمن و صفری، حسین	تأثیر مبلمان شهری بر سرزندگی شهروندان	۱۳۹۹	بلوار بندرانزلی	عناصر کالبدی معماری	وجود چیدمان و کیفیت مبلمان فضایی، امنیت و رفاه، جذابیت و زیبایی، نور و روشنایی، خوانایی، حس تعلق، فضای سبز و حضور افراد به صورت پیاده در بلوارها و پارک‌ها در بازه‌های زمانی مختلف و به قصد انجام فعالیت‌های انتخابی و اجتماعی؛ در ارتقای سرزندگی شهروندان تأثیرگذار هستند. حضور افراد زمینه‌ساز سایر کیفیت‌های موثر بر سرزندگی است.
صفایی رینه، مصطفی و دیگران	تحلیل فضایی سرزندگی در فضاهای شهری	۱۳۹۸	پیاده‌راه ۱۷ شهریور تهران	تنوع نفوذپذیری	باید به تنوع و نفوذپذیری به‌عنوان یک اصل مهم در سرزندگی توجه شود، زیرا تنوع بیشتر موجب جاذبه بیشتر محیط می‌شود و به تبع آن جمعیت بیشتری هم جذب محدود می‌شود.
مرتاض، مهربانی، الناز و دیگران	رویکرد منظر در ایجاد سرزندگی خیابان ولی‌عصر با تأکید بر ایجاد حس مکان	۱۳۹۶	خیابان ولی‌عصر (حد فاصل میدان ونک- چهارراه پارک‌وی)	حس مکان	احیا و سرزندگی فضاهای شهری به‌مثابه رویکردی مداخله‌گر، اصلی‌ترین رویکرد منظر شهری در دوران حاضر است. حس مکان به‌مثابه مفصلی برای پیوند فضاهای شهری با انسان است.
حوراسفند، نرگس	ارائه راهکارهای ارتقای سطح سرزندگی در فضاهای شهری محله امامیه مشهد	۱۳۹۹	محله امامیه مشهد	جذابیت رضایت	برای فراهم‌بودن زمینه جذب افراد به فضا و سپس نگه‌داشتن آن‌ها در فضا باید عناصر و عوامل جذب‌کننده موجود باشند و همچنین مردم برای ماندن در فضا دچار مشکل نباشند و درکمال رضایت به سر ببرند؛ بنابراین می‌توان دو عامل جذابیت و رضایت را به‌عنوان ملزومات اولیه سرزندگی یک فضای شهری در نظر گرفت.
Wang, Siyu et al	Re-Examining Urban Vitality through Jane Jacobs' Criteria Using GIS sDNA: The Case of Qingdao, China	۲۰۲۲	از شهرهای تاریخی چین (چینگدائو)	شادی کیفیت زندگی	سرزندگی شهرهای تاریخی، به دور از همگن بودن، از یک الگوی توزیع چند مرکزی پیروی می‌کند که مربوط به برنامه‌ریزی اروپایی منطقه است، جایی که یک الگوی شبکه‌ای به احتمال زیاد سرزندگی شهری را پراکنده می‌کند.
Sabouri Halestani, Rahebeh & Safari, Hossein	Evaluating Citizens' Vitality Rate Based on Physical and Activity Components in Arts and Culture Centers	۲۰۲۱	مجتمع فرهنگی هنری خاتم‌الانبیاء رشت	دسترسی امنیت تنوع فعالیت‌های جذاب	بین مولفه‌های کالبدی، دسترسی و امنیت و از میان مولفه‌های فعالیت، تنوع فعالیت، فعالیت‌های جذاب و جشنواره‌ها، تأثیر بسزایی در ایجاد نشاط در شهروندان هنگام حضور در مجتمع فرهنگی هنری خاتم‌الانبیاء (ص) دارند. بنابراین رابطه مستقیم بین میزان سرزندگی شهروندان با مولفه‌های فیزیکی و فعالیتی مراکز فرهنگی هنری است.
Li, Qian et al	Multidimensional Urban Vitality on Streets: Spatial Patterns and Influence Factor Identification Using Multisource Urban Data	۲۰۲۲	-	نشاط شهری	سرزندگی شهری یک مولفه کلیدی برای سنجش توسعه شهری است. جلوه‌ای بیرونی از عملکرد کلی شهر است.

بازگردد. در واقع عملکرد بازارها به‌عنوان یک فضای معاملاتی برای قرن‌ها تغییر نکرده است (Zakariya et al, 2016: 228). بازارها نقطه تلاقی برخورد اقشار مختلف بودند این فضاهای داد و ستد و تجارت همواره رکنی اساسی در کالبد شهرها بوده و بازارهای سنتی همواره به‌عنوان قسمتی از نمود فرهنگی شهرها و قوم‌ها مطرح بوده‌اند. در گذشته نه‌چندان دور، بازار عنصری شهری با مکانی مشخص بود و حیات شهر و بازار به هم گره خورده بودند (طالبیان و دیگران، ۱۳۸۹: ۸). شایان ذکر است که در شکل‌گیری بازارها، مکان‌یابی آن نیز حائز اهمیت بوده است. بازارها عموماً در مرکز شهر احداث شده‌اند. در بسیاری از شهرها بازارها در بافت کهن و فرسوده شهر قرار دارند. بنابراین بازار را می‌توان این‌گونه تعریف نمود که منطقه‌ای معین در دست مجموعه‌ای از افراد خاص است که به تناسب حرفه خویش و عرضه و تقاضایی که در جامعه وجود دارد به تنهایی یا گروهی به داد و ستد می‌پردازند (رجبی، ۱۳۸۶: ۱۷). نکته قابل توجه دیگر در بازارها کارکردهای مختلف آن‌ها بوده است. بازارهای شهرهای ایران، علاوه بر کارکرد اقتصادی دارای ویژگی‌های دیگر از جمله کارکرد اجتماعی و شهری نیز بودند و اکثر فعالیت‌های شهری به‌نوعی با بازار در ارتباط بودند. حضور شهروندان در بازار مختص زمان خرید نبود بلکه جذابیت‌های آن، اوقات فراغت و زمان‌های تفریح ساکنان را پر می‌کرد. بازار نقطه اوج تعاملات اجتماعی شهر به‌شمار می‌رفت (بهزادفر و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۸).

• مجتمع‌های تجاری و مراکز خرید

به‌تدریج و با گذشت زمان بازارها جای خود را به مراکز خرید، پاساژها و مجتمع‌های تجاری دادند. امروزه مجتمع‌های تجاری، به‌عنوان یک مکان ترکیبی اقتصادی، اداری، سرگرمی و غیره کانون توسعه شهری‌اند (Chen, 2021: 6). از زمان تمدن‌های اولیه تاکنون، فروشندگان در مکان‌هایی که عموم مردم بدان‌ها دسترسی دارند، تجمع می‌کنند تا اجناس و خدمات خود را در معرض فروش بگذارند. مجموعاً در یک خیابان، مغازه‌ها و غرفه‌ها، نسبت به عملیات بازرگانی فردی، خریداران بیشتری را به خود جذب می‌نمایند (تقوایی و شیخ‌بیگللو، ۱۳۸۷: ۱). پاساژها را می‌توان در حیطة اولین گونه‌های مراکز خرید جمعی طبقه‌بندی کرد. پاساژ از اوایل قرن حاضر به‌تدریج شکل گرفت و در اصطلاح عمومی پاساژ به

گرفته است که با مدد چارچوب نظری به مؤلفه‌های تأثیرگذار در نمونه مورد مطالعه پژوهش پرداخته شد. از روش پیمایشی به‌منظور بهره‌گیری از پرسش‌نامه استفاده گردید. هدف از انتخاب مجتمع تجاری چارسو، بررسی میزان سرزندگی و حضورپذیری افراد در مجتمع فوق بود. بنابراین به این منظور پرسش‌نامه‌ای میان کاربران فضا توزیع گردید. پس از توزیع و جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، اطلاعات حاصل از آن‌ها در نرم‌افزار Excel 20 جمع‌بندی و امتیازدهی شدند. با استفاده از این نرم‌افزار، سؤالات مطرح‌شده در پرسش‌نامه طبقه‌بندی و میزان پاسخ‌گویی هر یک از افراد به هر یک از گزینه‌ها مشخص گردیدند. پرسش‌نامه با گویه‌های بسته براساس طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت با دامنه‌های بسیار زیاد، زیاد، متوسط، کم و بسیار کم تنظیم شده است و برای یافتن حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است. با استفاده از نرم‌افزار SPSS 20 بیشترین فراوانی نسبی و انحراف از معیار تحلیل گردیدند و جهت تحلیل استنباطی داده‌ها، از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف به‌عنوان ملاک تشخیص پارامتریک یا ناپارامتریک بودن نوع آزمون استفاده شد و در خصوص ارتباط میان مؤلفه‌های سرزندگی و تعاملات اجتماعی در مکان مورد بررسی، از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده گردید و نتایج حاصل مورد بررسی قرار گرفتند.

چارچوب نظری

• بازار

سخن گفتن از مراکز خرید و مجتمع‌های تجاری چندمنظوره امروزی در واقع شرح همان بازارهای سنتی و قدیمی است زیرا یکی از مهم‌ترین ساختمان‌های درون‌شهری بازار است (معماریان، ۱۳۹۴: ۱۰۰).

بازار یک فضای عمومی سنتی در شهرهای ایران است و همیشه بخش بزرگی از فعالیت‌های تجاری در زندگی شهری را شامل شده است. بازار نه تنها مرکز تجاری شهرهای سنتی ایران است بلکه مرکز فعالیت‌های سیاسی، فرهنگی و مذهبی نیز بوده است (Assari, 2011: 18)؛ که هرروزه مردمان بسیاری را به سوی خود دعوت می‌کرده است. نقش بنیادین بازارها به‌عنوان یک مکان برای معامله‌گران و خریداران جهت مبادله کالاها می‌تواند به سابقه بازارها به‌عنوان محل تجارت

مفهوم یک فضای تجاری پیرامون یک معبر محدود یا یک فضای باز یا فضای مرکزی سرپوشیده دانسته شده است (سلطان‌زاده، ۱۳۸۶: ۳۰). فعالیت مشترکی که در تمامی پاساژها و شکل قبل‌تر آن بازارها شکل گرفت پدیده "خرید" را به وجود آورد. عرضه و تقاضا، مبادله و تجارت را افزایش داد. استفاده از ویتترین‌های شیشه‌ای در پاساژها و مراکز خرید سبب تماشای ویتترین‌ها شد که در بسیاری از موارد به خرید انجامید. بنابراین یکی از محیط‌هایی که به طور مستقیم، یافته‌های دانش روانشناسی و به‌ویژه روانشناسی محیط (هم علوم رفتاری و هم علوم ادراک و شناخت) را به کار می‌گیرد، طراحی و مدیریت محیط‌های تجاری و مراکز خرید است. تشویق و دعوت کردن به رفتاری مثل "خرید کردن" بیشتر و بیشتر، در این‌گونه محیط‌ها بارز است (شاهچراغی و بندر آباد، ۱۳۹۴: ۳۸۱). بر این اساس می‌توان گفت فضاهای تجاری نیازهای اقتصادی شهر را از طریق دادوستد مردمان در طول تاریخ تسهیل کرده‌اند (عبدالله‌زاده طرف، ۱۳۸۸: ۶۹). خرید و فروش و مبادله، رکنی اساسی در زندگی به‌شمار می‌رود امروزه مراکز خرید به‌نوعی به‌عنوان مرکز شهرها عمل می‌کنند از آنجایی که مراکز تجاری دائماً با مردم در ارتباطند باید تنوع کاربری‌ها در این گونه مراکز لحاظ شوند. علاوه بر این‌ها جذابیت‌های ظاهری که حس دعوت‌کنندگی را در کاربر ایجادکنند نیز باید در نظر گرفته شوند. در واقع جذابیت ظاهری و بصری در کنار تلفیق عملکردهای جانبی (از قبیل رستوران، کافی شاپ) با حریم اصلی مراکز، انگیزه‌های حضور در فضا به‌منظور گذران اوقات فراغت به جای تأمین نیازهای ضروری را دوچندان کرده‌اند (حمزه‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۵). مراکز تجاری امروزی به خوبی بازگوی این مطلب هستند.

• سرزندگی و پویایی در محیط

مفهوم سرزندگی از زیست‌شناسی و بوم‌شناسی سرچشمه می‌گیرد که به‌معنای توانایی موجودات زنده برای حفظ بقا و توسعه است (Zhang et al, 2022: 2). جیکوبز سرزندگی شهری را «تولید یک زندگی شهری متنوع متشکل از فعالیت‌های انسانی و مکان‌های زندگی» تعریف می‌کند (Wang et al, 2022: 3). جیکوبز^۱ و اپلیارد^۲ (۱۹۸۷) سرزندگی را امکان زندگی راحت در شهر تعریف می‌کنند. افراد در فضای شهری درک و تجربه می‌کنند. همچنین راس، بر این

باور است که سرزندگی کیفیت زندگی است که مردم فضای شهری را درک و تجربه می‌کنند (Sabouri Halestani & Safari, 2021: 91). از عوامل اهمیت شهرها، ارزش‌های اجتماعی فضاهای عمومی شهری است. زیرا آن‌ها با نیازهای مردم از ابتدایی تا پیچیده درگیر هستند به‌گونه‌ای که فضاهای تفریحی بر کیفیات زندگی مردم اثر می‌گذارد (Jalaladdini and Oktay, 2011). سرزندگی و پویایی در منظر شهری و مجتمع‌های تجاری که یکی از عناصر منظر شهری به‌شمار می‌روند امری بسیار مهم است. منظر شهری، هنر یکپارچگی بخشیدن بصری و ساختاری به مجموعه ساختمان‌ها، خیابان‌ها و مکان‌هایی است که محیط شهری را می‌سازند (کالن، ۱۳۷۱: ۱). بنابراین سخن گفتن از سرزندگی سخن از ارتقای محیط است. همواره محیط می‌تواند سرزندگی را تسهیل بخشد. برخی از محیط‌ها در فرد ایجاد انگیزه می‌کنند انگیزه‌ای که سبب حضور دو چندان افراد در فضا خواهد شد (فروتن و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۴). انگیزه در افراد خود از عوامل جاذب برای تحریک حضور آن‌هاست، انگیزشی که سبب پویایی و سرزندگی محیط می‌شود. بسیاری از محیط‌های مورد علاقه، حاصل قرن‌ها رشد و تکامل هستند که اغلب غیررسمی، تصادفی یا اتفاقی بوده‌اند و واجد کیفیت‌های بالایی‌اند که امروزه تلاش می‌شود با برنامه‌ریزی آگاهانه از آن‌ها نگهداری شود. به‌نظر می‌رسد تنوع، به‌ویژه در مقیاس کوچک واکنش انسان را برمی‌انگیزد و در نهایت منجر به برجستگی و سرزندگی محیط می‌گردد (چپمن، ۱۳۸۴: ۱۶۷). علاوه بر آن کیفیت و توانایی محیط را نباید نادیده گرفت به‌طور کلی توانایی فضا را می‌توان به‌عنوان توانایی فیزیکی تعریف کرد که می‌تواند انواع فعالیت‌های افرادی را که دارای نیازها و رفتارهای متفاوت هستند فراهم کند. تعداد افراد حاضر در خیابان‌ها و اطراف خیابان‌ها که در زمان‌های مختلف می‌توانند از رفتار و نیازهای مردم پشتیبانی کنند بسیار مهم و حیاتی می‌باشند زیرا این محل را به یک فضای زنده و پر جنب‌وجوش تبدیل می‌کنند (Zaidin et al, 2016: 13). فضاهای سرزنده پذیرای افراد هستند. پس می‌توان گفت بهبود دسترسی و همچنین افزایش تنوع کاربری‌ها، ایجاد فضاهایی امن و مردم‌وار و عرصه‌های عمومی مناسب برای زندگی شهری می‌تواند کمک شایانی به ارتقای سرزندگی نمایند (احمدی، ۱۳۹۵: ۹۵). در **جدول شماره ۲**، دیدگاه پژوهشگران در باب مکان‌های سرزنده

جدول شماره ۲) بررسی تأثیر فضاهای اجتماع پذیر در ابعاد گوناگون

بژوهشگران	سال	دیدگاه	کیفیت‌های آفریننده موفقیت یک مکان سرزنده
سای پامیر ^۲	۱۳۸۹	نیاز به تنوع کاربری‌های نزدیک به هم، خود منجر به حضور پررنگ، با تنوع و اختلاط زیاد مردم و فعالیت‌ها می‌شود.	آفرینش یک ساختار سازمان‌دهنده به‌وجود آوردن هویتی برجسته ایجاد تنوع و جذابیت اطمینان از تنوع بصری و عملکردی به حداکثر رساندن سهولت استفاده فراهم‌نمودن آسایش تاکید بر کیفیت بالا
دیوید چپمن ^۴	۱۳۸۴	تنوع فعالیت‌هایی که در یک مکان در ۲۴ ساعت در روز، هفت روز هفته رخ می‌دهند معیاری از سرزندگی آن مکان است.	جذابیت‌ها توانایی دسترسی آسایش
کوبین لینچ ^۵	۱۳۸۱	محیطی سکونتگاه خوب تلقی می‌شود که سلامت، بهزیستی افراد و بقای موجودات زنده را تامین کند.	بقا ایمنی سازگاری
متیو کارمونا ^۶	۱۳۹۱	مکان‌های واقعی درگیری افراد را با محیط افزایش می‌دهند. این درگیری می‌تواند ذهنی یا احساسی باشد و ارتباط روانی افراد با محیط را شکل دهد.	راحتی و تصویر ذهنی (امنیت، سبزبودن محیط، نظم و انضباط، قابلیت نشستن، جذابیت و...) دسترسی‌ها و ارتباطات (مجاورت کاربری‌ها، اتصال و ارتباط، امکان حرکت پیاده، قابلیت درک محیط و راحتی فعالیت‌ها و کاربری‌ها (سودمندی، جشن و شادی، زنده بودن، دارای کیفیت درونی و بومی و...) فضای اجتماعی (همکاری، همسایگی، تنوع، مهمان‌نوازی و...)
جین جیکوبز	۱۳۸۶	یک خیابان زنده همواره استفاده‌کنندگان و تماشاچیان را در کنار هم دارد. تنوع شهری، تنوع بیشتری را اجازه داده است و آن را برمی‌انگیزد.	استفاده از کارکردهای متنوع غالباً بلوک‌های کوتاه استفاده از ترکیب ساختمان‌هایی با سن و شرایط متفاوت تراکم فشرده و کافی مردم
کوروش گلکار	۱۳۸۶	سخن‌گفتن از سرزندگی شهری سخن‌گفتن از ارتقای زندگی شهروندان است و به کلیه ابعاد حیات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و کالبدی نظام شهری مرتبط است.	سرزندگی، خوانایی، شخصیت بصری، حسن زمان، غنای حسی، رنگ تعلق، آموزندگی، نفوذپذیری و حرکت، اختلاط کاربری‌ها، فرم، همه‌شمول بودن، کیفیت عرصه همگانی، آسایش اقلیمی، ایمنی و امنیت، انعطاف‌پذیری، همسازی با طبیعت، انرژی کارآیی، پاکیزگی محیطی.
ای این بنتلی ^۷	۱۳۹۰	در محیط ساخته‌شده دست بشر باید با تقویت فرصت‌های مناسب از طریق به‌حد اعلا رساندن گستره گزینه‌های قابل‌عرضه به مردم یک محیط دموکراتیک برای استفاده‌کنندگان فراهم آورد این‌گونه مکان‌ها را مکان‌های پاسخ‌ده می‌نامند.	نفوذپذیری خوانایی رنگ تعلق غنای احساسی انعطاف‌پذیری تناسبات بصری

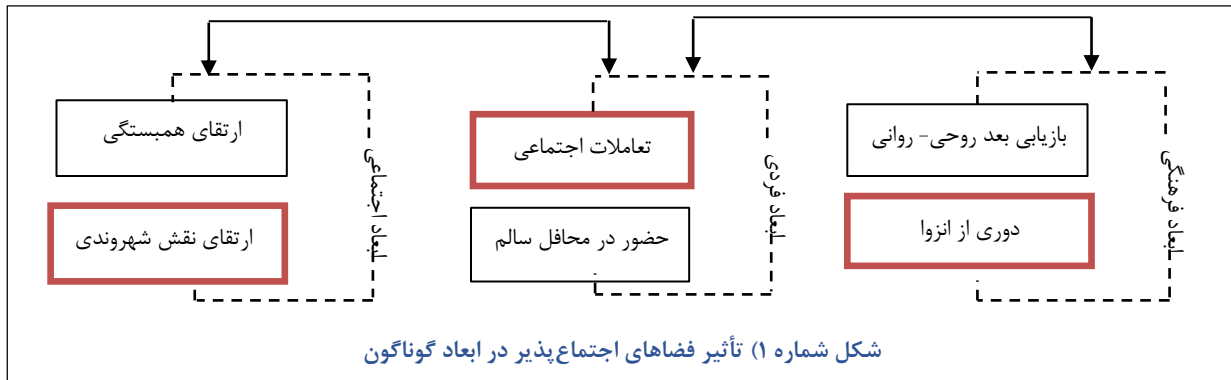
ارائه شده است.

• تعاملات اجتماعی

فضاهای شهری سرزنده دائما شهروندان بسیاری را به سوی خود جذب می‌نمایند. این کشش سبب ایجاد فضاهای اجتماع‌پذیر می‌گردد. در واقع مکان‌ها به واسطه حضور افراد دارای معانی می‌شوند. از این رو مکان، فضای دارای معنا است. به همین دلیل مکان را قسمتی از فضا که به وسیله روابط اجتماعی مشخص می‌شود، تعریف می‌کنند. به این ترتیب، واقعیت یک مکان همواره پذیرای آن است که تعریف خود را در دل یک فرآیند اجتماعی جای دهد (Logan & molotch, 1987 به نقل از پناهی و شاهبازی، ۱۴۰۱: ۶۶).

در بسیاری از مواقع حضور در چنین فضاهایی سبب برقراری تعاملات اجتماعی می‌گردد. از آنجایی که تفریح و سرگرمی در میان نیازهای اساسی انسان تعریف می‌شود که شامل استراحت، معاشرت و مرادده است، این نیازهای مختلف با تعامل در فضا می‌توانند برطرف شوند. بنابراین تعامل اجتماعی یکی از نیازهای اساسی انسان به حساب می‌آید و در گرو فضایی اجتماع‌پذیر است تا بتواند این نیاز را پوشش دهد (شجاعی و پرتوی، ۱۳۹۴: ۹۸). مردم و فعالیت‌ها از اجزای کلیدی یک مکان قابل زندگی هستند که روح مکان و تعامل اجتماعی را ایجاد می‌کنند (farkisch, 2020: 120). تعامل اجتماعی در مقابل خلوت فردی قرار دارد از طرفی اگر نیازهای اجتماعی مردم با احساس استقلال فردی حاصل از خلوت در تعادل قرار گیرند، روابط اجتماعی آسان‌تر می‌شوند. فضاهایی که مهم هستند و خصوصی یا عمومی بودن آن‌ها مشخص نیستند، کنترل کمتری را بر روابط اجتماعی به وجود می‌آورند و تعامل اجتماعی را کاهش می‌دهند (لنگ، ۱۳۸۶: ۱۸۳). بنابراین تعامل اجتماعی به معنای ایجاد رابطه بین دو نفر یا بیشتر است که منجر به واکنشی میان آن‌ها می‌شود و این نوع واکنش برای هر دو طرف شناخته شده است (عظمتی و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۸۷). یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های فضا، ایجاد فرصت‌های لازم در جهت تعاملات اجتماعی است. هنگامی که مردم با سایر افراد جامعه در تعامل هستند، رابطه قوی‌تری با مکان و جامعه خود احساس می‌کنند. این تعامل نه تنها بر روحیات اجتماعی آن‌ها تأثیرگذار است، بلکه موجب رشد و پیشرفت

اقتصادی اجتماعات حاضر در آن فضاها می‌گردد (مقتدر و دیگران، ۱۳۹۹: ۴۴۰). فضاهای شهری موفق زمینه را برای برقراری تعاملات اجتماعی فراهم می‌کنند؛ زیرا یکی از مهم‌ترین ابعاد فضاهای عمومی ایجاد فرصتهایی جهت تعاملات اجتماعی است. در این تعاملات مردم رابطه قوی‌تری با محیط و جامعه خود برقرار می‌کنند. حس تعلق خاطر و هویت جمعی در آن‌ها تقویت می‌شود و این امر با شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی، افزایش حس مشارکت جمعی همراه است. در فضاهای عمومی ارتباط چهره‌به‌چهره، گفت‌وگو، معاشرت‌های دوستانه، گردهمایی‌های مختلف، شرکت در فعالیت‌های اجتماعی و حس تعاون ایجاد می‌شود (حیدری و صالحی، ۱۳۹۶: ۳۶۷). از طرفی حیات جمعی فرصتی جهت رهاشدن از تنش‌های روزمره، گذران اوقات فراغت، تعاملات اجتماعی و گردهمایی افراد و گروه‌های مختلف و بستری برای حضور، آزادی بیان و ابراز آن‌ها در فضا است. حیات جمعی در فضاهای باز عمومی در گرو ترویج تعاملات اجتماعی، جذب افراد و گروه‌های مختلف، امنیت اجتماعی و در نتیجه ترغیب به افزایش تحمل گروه‌های مختلف در فضا، جامعه‌پذیری بیشتر و ایجاد فضای فعال و سرزنده است (بهزادفر و طهماسبی، ۱۳۹۲: ۱۹). در این میان، بحث خاطره‌انگیزی مکان مطرح می‌شود: خاطره جمعی مبتنی بر واقعه است و شهر، مکان خاطره‌های جمعی است. همچنین ماهیت اجتماعی خاطره، ارتباط آن را با فضاهای عمومی شهر، آشکار می‌کند. شکل‌گیری خاطرات، در قلمرو سکونتگاه جمعی، یعنی شهر و محله‌های آن امکان‌پذیر است. بنابراین همان‌طور که خاطرات جمعی ماهیت اجتماعی دارند، بستر شکل‌گیری آن‌ها نیز باید محل تعامل اجتماعی (یعنی شهر) باشد (Mirmoghtadaee به نقل از حبیبی و سیدبرنجی، ۱۳۹۵: ۳۳۳). هر چه مؤلفه‌های ایجاد سرزندگی در یک فضای شهری افزایش یابد حیات جمعی نیز ارتقا می‌یابد افراد بر اساس منافع خود ارتباطات اجتماعی را شکل می‌دهند و بر اساس توقعات، هنجارها و نقش‌های معین خود، به آن می‌پردازند. بنابراین نحوه حضور در مکان به همراه سایرین، عاملی قوی در تصمیم فرد برای ماندن در آن است (قنبران و جعفری، ۱۳۹۳: ۵۹). در شکل شماره ۱، تأثیر فضاهای اجتماع‌پذیر در ابعاد گوناگون جمع‌آوری شده است.

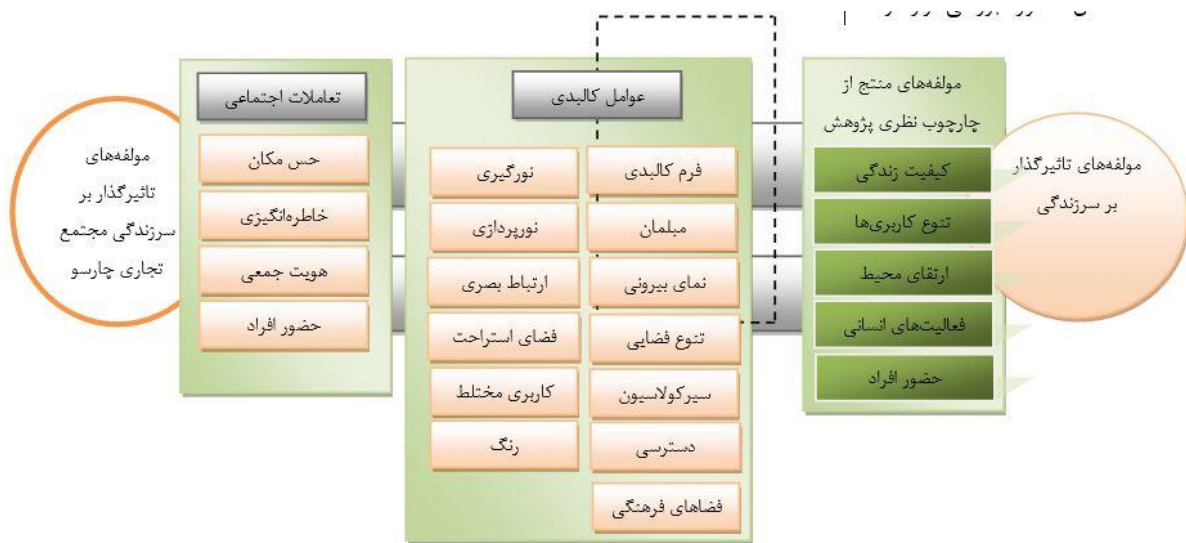


مدرن در قطب پرتدد شهر است که علاوه بر تامین نیازهای اقتصادی مخاطبان به تامین نیازهای فرهنگی و تفریحی آنها نیز پاسخ مثبت دهد. شایان ذکر است که اختصاص این مرکز به کالایی خاص (صوتی و تصویری) شباهت بسیاری به راسته بازارهای گذشته دارد که هر راسته به عرضه کالایی ویژه می پرداخت و این وجه اشتراک در خدمات رسانی به مخاطبان موجب نقطه عطفی به منظور گزینش مرکز چارسو است. در **جدول شماره ۳**، به معرفی و بررسی فضاهای مجموعه تجاری چارسو پرداخته شده است.

معرفی و بررسی نمونه مورد پژوهش

مجتمع تجاری- فرهنگی چارسو در تهران در تقاطع خیابان های جمهوری و حافظ واقع شده است. این مرکز تنها برای خرید و فروش نیست بلکه برای گذران اوقات فراغت نیز می توان به آن مراجعه کرد. وجود فضاهای غذاخوری و کافه، سالن های سینمایی، تراس مشرف بر خیابان، فضاهای نشیمن در طبقات مختلف و ویدهای بسیار زیبا جذابیت های این مجموعه را دوچندان کرده است. هدف از انتخاب مرکز تجاری چارسو به عنوان نمونه مورد مطالعه پژوهش، حضور مرکزی

جدول شماره ۳) معرفی و بررسی فضاهای مجموعه تجاری چارسو		
	<p>پلن طبقه سوم</p> <p>پلن طبقه پنجم</p> <p>پلن طبقه ششم</p> <p>پلن طبقه هفتم</p>	
بافت بدنه داخلی		دید بصری طبقات (URL 1)
		مبلمان و فضای نشیمن
بافت بدنه خارجی		نورگیری مرکزی (URL 1)
		بخش سیستمایی (URL 1)
سیرکولاسیون حرکتی	(URL 1)	



شکل ۲. معرفی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر مجتمع تجاری فرهنگی چارسو (مدل مفهومی)

رابطه با سوالات پژوهش در **جدول شماره ۷**، و در نظر داشتن سطح خطای ۰,۰۵، با توجه به این که مقدار sig (سطح معناداری) کوچکتر از ۰,۰۵، به دست آمده است می‌توان چنین نتیجه گرفت که آزمون در سطح خطای مشخص شده معنادار است و آزمون ناپارامتریک جهت تحلیل استنباطی داده‌ها مناسب خواهد بود. (**جدول شماره ۴**)

با توجه به فرضیه پژوهش در خصوص ارتباط میان مؤلفه سرزندگی و تعاملات اجتماعی در مکان مورد بررسی از آزمون همبستگی اسپیرمن از دسته آزمون‌های ناپارامتریک استفاده می‌شود. این آزمون رابطه میان متغیرها را مورد بررسی قرار می‌دهد و نشان‌دهنده آن است که میان مؤلفه سرزندگی و تعاملات اجتماعی در مجتمع تجاری رابطه معنادار وجود دارد.

در **جدول شماره ۵**، نتایج آزمون اسپیرمن با سطح خطای ۰,۰۱ محاسبه شده است.

با توجه به این که مقدار Sig (سطح معناداری) کوچکتر از ۰,۰۱ و میزان ضریب همبستگی بین صفر و یک به دست آمده است می‌توان چنین نتیجه گرفت که میان مؤلفه‌های سرزندگی و تعاملات اجتماعی از نظر نمونه مورد مطالعه رابطه معنادار و مطلوب وجود دارد. جهت سنجش پایایی پرسش‌نامه و قابلیت آزمون در اندازه‌گیری مؤلفه‌های پژوهش از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتیجه حاصل از محاسبه آلفای کرونباخ در **جدول شماره ۶**، آمده است؛ با توجه به عدد به دست

یافته‌های پژوهش

در تحقیق پیش‌رو به منظور پاسخ‌گویی به سوالات پژوهش پرسش‌نامه‌ای تنظیم شد و نتایج حاصل از آن در نرم‌افزار SPSS 20 مورد بررسی قرار گرفت. در این راستا ۱۳ سؤال مربوط به فرضیه اول است که تأثیر جنبه‌های کالبدی معماری بر ارتقای سرزندگی در مجتمع‌های تجاری را در بر دارند و ۴ سؤال دیگر مربوط به فرضیه دوم که ارتباط پویایی و سرزندگی در یک مجتمع تجاری مبتنی بر تعاملات اجتماعی و میزان حضور افراد است. براساس فرمول کوکران تعداد ۳۸۵ پرسش‌نامه میان کاربران و بهره‌برداران مجتمع تجاری چارسو و با استفاده از شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده توزیع گردید و سوالات آن بر اساس طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت تنظیم شد. با توجه به فرضیات مطرح شده در خصوص ارزش بالای سرزندگی و تبیین آن به عنوان معیار کیفیت‌بخشی در مجتمع‌های تجاری و تأثیر آن در فضاهای درون شهری، مؤلفه‌های به دست آمده از توزیع پرسش‌نامه‌ها در غالب مؤلفه‌های تأثیرگذار پژوهش در مدل مفهومی **شکل شماره ۲**، مورد بررسی قرار گرفتند.

بحث و تحلیل

جهت تحلیل استنباطی داده‌ها، از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف به عنوان ملاک تشخیص پارامتریک یا ناپارامتریک بودن نوع آزمون استفاده شده است. براساس نتایج آزمون در

جدول شماره ۴) نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

	q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	q8	q9	q10	q11	q12	q13	q14	q15	q16	q17	
N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1.9688	1.9974	1.5948	1.8468	2.0078	1.7870	1.6182	1.9013	1.7481	1.5584	1.6883	1.7377	1.8442	2.0000	2.0026	1.6883	1.5377
	Std. Deviation	.85334	.80848	.65905	.78720	.88826	1.03649	.91411	1.09241	.93897	.89695	.74407	.78146	1.02145	.97895	1.04208	.99294	.85651
Most Extreme Differences	Absolute	.285	.317	.284	.283	.285	.309	.348	.289	.301	.364	.260	.264	.300	.240	.232	.320	.366
	Positive	.285	.317	.284	.283	.285	.309	.348	.289	.301	.364	.260	.264	.300	.240	.232	.320	.366
	Negative	-.203	-.252	-.263	-.237	-.208	-.224	-.249	-.205	-.213	-.267	-.234	-.195	-.204	-.154	-.168	-.244	-.265
Kolmogorov-Smirnov Z	5.193	6.218	5.575	5.544	5.598	6.056	6.828	5.667	5.915	7.150	5.096	5.175	5.879	4.714	4.552	6.270	7.183	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

ارزیابی مثبت هستند. بنابراین طبق مدل مفهومی پژوهش، براساس مؤلفه‌های مستخرج از چارچوب نظری پژوهش، می‌توان مؤلفه‌های اصلی پژوهش را در دو بخش کلی کارکردهای کالبدی و عینی و کارکردهای مفهومی و ادراکی طبقه‌بندی کرد. کارکردهای کالبدی و عینی مربوط به بخش کالبد معماری و کارکردهای مفهومی و ادراکی آن، بعد از تعاملات اجتماعی که منجر به مشارکت جمعی می‌شود، اشاره دارد. از این‌رو جهت پاسخ به سؤال پژوهش هر دو کارکرد مورد بررسی قرار گرفته‌اند. ابعاد کالبدی در مرکز چارچوب ارتباط مستقیم با جنبه‌های ادراکی و مفهومی آن فضا دارد و تأثیر آن در میزان افزایش تعاملات اجتماعی کاملاً محسوس است. حس مکان، خاطره‌انگیزی، هویت جمعی و حضور افراد به مقوله تعاملات اجتماعی اشاره دارند، و موجب انطباق با مؤلفه کیفیت فضا هستند که در نتیجه یک محیط سرزنده حاصل می‌شود.

نتیجه‌گیری

امروزه نقش مراکز تجاری دچار تحولی عظیم شده‌است و با کم‌رنگ‌شدن نقش بازارها و روی کارآمدن مراکز خرید و مجتمع‌های تجاری طیف جدیدی از فضاهای تجاری روی کار آمده‌است. با توجه به این که پویایی و سرزندگی از عوامل مهم در مراکز تجاری هستند، این مجتمع‌ها هرروزه در پی راهکارهایی برای افزایش میزان سرزندگی در این مجموعه‌ها و مراکز هستند، که حس دعوت‌کنندگی در افراد را افزایش دهند. به این منظور با ایجاد راهکارهایی هدفمند در راستای ارتقای مؤلفه‌های سرزندگی باید سبب ترغیب مخاطبان برای حضور چندباره در مجتمع‌های تجاری شد. یکی از این عوامل افزایش کاربری‌هاست. استفاده از سایر فضاها هم‌چون کافه،

آمده و بزرگ‌تر بودن ضریب آلفا از مقدار ۰,۷ می‌توان پایایی این پرسش‌نامه را در سطح مطلوب ارزیابی کرد.

در **جدول شماره ۷**، مؤلفه‌های اثرگذاری موجود در مجتمع تجاری چارسو به‌طور کامل تشریح گردیدند. براساس این جدول فضاهای تجاری به همان اندازه که نقش اقتصادی و مبادله‌ای و مکانی برای گذران اوقات فراغت دارند به همان اندازه در ایجاد سرزندگی محیط‌های شهری مؤثر هستند که این موضوع خود تعاملات اجتماعی در محیط‌های شهری را افزایش داده و در جذب مخاطب در فضا مؤثر است.

بر مبنای سؤال اصلی پژوهش که بیان می‌دارد: چه رابطه‌ای بین توجه به جنبه‌های کالبدی معماری در یک مجتمع تجاری و ارتقای مؤلفه سرزندگی و کیفیت‌بخشی و افزایش حضور افراد به‌منظور ارتقای تعاملات اجتماعی در همان مکان وجود دارد؟ و با نگاهی دقیق می‌توان دریافت که بیشتر مؤلفه‌ها، دارای

جدول شماره ۵) نتایج آزمون اسپیرمن

		سرزندگی	تعاملات اجتماعی
Spearman's rho	سرزندگی	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	385
تعاملات اجتماعی		Correlation Coefficient	.978 ^{**}
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	385

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

جدول شماره ۶) محاسبه آلفای کرونباخ

آلفای کرونباخ	تعداد آیتم‌ها
.991	17

جدول شماره ۷) بررسی مؤلفه‌های تأثیرگذار مجتمع تجاری چارسو در سرزندگی آن

پراکنندگی	انحراف واریانس	بیشترین فراوانی نسبی	سؤال مرتبط	مؤلفه‌های تأثیرگذار	متغیرها		فرضیات
					مستقل	وابسته	
۰/۴۹۵	۰/۷۰۳	۱۸۰	نورگیری داخلی مجتمع تجاری تا چه حد در افزایش میزان حضور مراجعه‌کنندگان موثر است؟	۱. نورگیری	حضور افراد و جلب رضایت آن‌ها در مجتمع تجاری.	جنبه‌های کالبدی معماری در یک مجتمع تجاری.	۱. توجه به جنبه‌های کالبدی معماری در یک مجتمع تجاری بر ارتقای مولفه سرزندگی و افزایش حضور افراد و جلب رضایت آن‌ها موثر است.
۰/۳۳۶	۰/۵۸۰	۲۲۰	با توجه به این‌که نحوه سیرکولاسیون حرکتی در زیبایی مجموعه تأثیرگذار است. سیرکولاسیون این مجتمع تجاری دارای جذابیت نسبی برای مخاطبان است؟	۲. سیرکولاسیون			
۰/۴۵۸	۰/۶۷۷	۱۹۰	فرم کالبدی این مجتمع تجاری تا چه حد حس حضور و دعوت‌کنندگی را افزایش می‌دهد؟	۳. فرم کالبدی			
۰/۵۹۳	۰/۷۷۰	۲۰۰	رنگ‌های به‌کاررفته در این مجتمع، آیا سبب افزایش زیبایی‌شناسی آن شده‌اند؟	۴. رنگ			
۰/۵۳۳	۰/۷۳۰	۱۹۰	تا چه حد مبلمان موجود در فضاهای مجموعه در رضایت کاربران موثر هستند؟	۵. مبلمان			
۰/۴۵۲	۰/۶۷۲	۲۰۵	وجود فضاهایی برای استراحت تا چه حد سبب رضایت کاربران می‌شوند؟	۶. فضای استراحت			
۰/۳۹۳	۰/۶۲۷	۲۳۰	از نورپردازی مجموعه در شب رضایت دارید؟	۷. نورپردازی			
۰/۷۱۴	۰/۸۴۵	۱۹۰	از میزان دسترسی به فضاها رضایت دارید؟	۸. دسترسی			
۰/۳۸۷	۰/۶۲۲	۱۹۸	وجود فضاهای فرهنگی در این مجتمع تا چه حد سبب پویایی فضا می‌شوند؟	۹. فضاهای فرهنگی			
۰/۵۶۷	۰/۷۵۳	۱۶۸	آیا ارتباط بصری طبقات سبب افزایش میزان سرزندگی می‌شود؟	۱۰. ارتباط بصری			
۰/۶۳۴	۰/۷۹۶	۱۹۴	آیا وجود فضاهایی با کاربری‌های متفاوت در سرزندگی این مجموعه تأثیر داشته‌اند؟	۱۱. کاربری‌های مختلط			
۰/۴۳۷	۰/۶۶۱	۱۹۰	با توجه به نمای بیرونی متفاوت بنا، تا چه حد این تمایز موجب دعوت‌کنندگی مخاطبان می‌شود؟	۱۲. نمای بیرونی			
۰/۴۹۷	۰/۷۰۵	۱۹۴	تنوع فضایی موجود در این مجتمع تا چه حد سبب رضایت‌مندی می‌شود؟	۱۳. تنوع فضایی			
۰/۶۴۴	۰/۸۰۳	۱۴۶	وجود فضاهای خاطره‌انگیز همچون کافه، سینما و... در یک مجموعه تا چه حد موجب تحریک حس حضور افراد می‌شوند؟	۱۴. خاطره‌انگیز	تحریک حس حضور مخاطبان و تعاملات اجتماعی	پویایی و سرزندگی و تحرک در مجتمع تجاری	۲. افزایش میزان پویایی و سرزندگی در مجتمع تجاری بر تحریک حس حضور مخاطبان و تعاملات اجتماعی تأثیر بسزایی دارند.
۰/۵۷۰	۰/۷۵۵	۱۵۴	هویت جمعی در این مجموعه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟	۱۵. هویت جمعی			
۰/۵۵۶	۰/۷۴۵	۲۱۷	تا چه اندازه حس مکان موجب حضور دوباره و اثرگذاری در تعاملات اجتماعی می‌شود؟	۱۶. حس مکان			
۰/۴۰۶	۰/۶۳۸	۲۴۳	حضور افراد در این مجتمع تا چه حد سبب سلامت روحی و روانی خانواده‌ها می‌شود؟	۱۷. حضور افراد			



۳. Cyril B Paumier
۴. David Chapman
۵. Kevin Lynch
۶. Matthew Carmona
۷. Ian Bentley

فهرست منابع :

- احمدی، علی (۱۳۹۵). بررسی وضعیت سرزندگی بافت‌های هدف برنام‌های بازآفرینی شهری و ارائه راهکارهای ارتقای آن. هفت شهر، (۴۷-۴۸)، ۸۵-۹۶.
- ای، بن، بنتلی (۱۳۹۰). محیط‌های پاستخده. مترجم: مصطفی بهزادفر، تهران: دانشگاه علم و صنعت.
- بهزادفر، مصطفی و طهما سی، ارسلان (۱۳۹۲). شناسایی و ارزیابی مولفه‌های تاثیرگذار بر تعاملات اجتماعی تحکیم و توسعه روابط شهروندی در خیابان‌های شهری. باغ نظر، سال دهم (۲۵)، ۲۸-۱۷.
- پامیر، سیریل بی (۱۳۸۹). آفرینش مرکز شهری سرزنده. ترجمه: امیر شکیامنش و مصطفی بهزادفر، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت.
- پناهی، سیامک و تقی شاهبازی، فریبا (۱۴۰۱). از فضاهای دیگر تا نامکان‌ها. مطالعات فضا و مکان، ۱ (۱)، ۶۳-۷۴.
- تقوایی، مسعود و شیخ‌بیگلر، رعنا (۱۳۸۷). برنامه‌ریزی و طراحی مراکز خرید و مجتمع‌های تجاری. چاپ اول، اصفهان: انتشارات کنکاش.
- جیکوبز، جین (۱۳۸۶). مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی. ترجمه: محمدرضا پارسی و آرزو افلاطونی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- چپمن، دیوید (۱۳۸۴). آفرینش محلات و مکان‌ها در محیط انسان ساخت. ترجمه: منوچهر طیبیان و شهرزاد فریادی، چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- حبیبی، محسن و سید برنجی، کهربا (۱۳۹۵). رابطه بین خاطره‌انگیزی و مشارکت اجتماعی در بازآفرینی هویت شهری، نمونه موردی: میدان شهرداری رشت. معماری و شهرسازی آرمان شهر (۱۷)، ۳۲۹-۳۴۲.
- حمزه‌نژاد، مهدی؛ معین‌مهر، صدیقه و سعادت‌جو، پریا (۱۳۹۳). بررسی اجتماع‌پذیری فضاهای تجاری در رویکرد اسلامی. مطالعات شهر ایرانی اسلامی، (۱۸)، ۲۵-۳۸.
- حوراسفند، نرگس (۱۳۹۹). ارائه راهکارهای ارتقای سطح سرزندگی در فضاهای شهری محله امامیه مشهد. فصلنامه پژوهش در هنر و علوم انسانی، سال پنجم (۶)، ۱۰۹-۱۱۸.
- حیدری، ندا و صالحی، محمدصادق (۱۳۹۶). ارزیابی معیارهای تعامل‌پذیری اجتماعی و سرزندگی در فضاهای نمايشگاهی. مدیریت شهری، ۱۶ (۴۷)، ۳۵۱-۳۸۰.

رستوران، سینما، باشگاه‌های ورزشی، فضاهای اداری، تفریحی و سرگرمی می‌توانند موجب پویایی فضاها شوند زیرا تجمع این فضاها در یک مجتمع می‌تواند علاوه بر صرفه‌جویی در وقت و رفع نیاز افراد، فرصتی برای گذران اوقات فراغت آن‌ها نیز شوند. پژوهش حاضر با هدف بررسی مؤلفه‌های کیفیت‌بخشی و ایجاد سرزندگی در مجتمع‌های تجاری و به‌طور ویژه مرکز تجاری چارسو شکل گرفته‌است. به این ترتیب فرضیات پژوهش در راستای استفاده از مؤلفه‌های سرزندگی و افزایش حضور مخاطبان در جهت ارتقای تعاملات اجتماعی به‌منظور دستیابی به مکان با کیفیت بالا و به جهت بهره‌گیری از چارچوب نظری پژوهش، برداشت‌های حاصل از پرسش‌نامه و تحلیل داده‌های حاصل از آن و نیز مشاهدات انجام‌شده مورد بررسی قرار گرفته‌اند. بررسی‌ها و مشاهدات انجام‌گرفته در محل نمونه مورد بررسی (مرکز تجاری چارسو) و متغیرهای پژوهش برای تنظیم پرسش‌نامه مطرح گردیدند، در عین حال دامن‌های از کارکردهای کالبدی و عینی و کارکردهای مفهومی و ادراکی بیان گردیدند. از آنجایی که سرزندگی و تعاملات اجتماعی بحث‌های کیفی هستند، بنابراین برای سنجش این کیفیت از نظر مخاطبان استفاده شده‌است. به این منظور، داده‌های کمی برای سنجش سطح کیفیت به‌کار برده شده‌اند. بر اساس جدول شماره ۷، میزان انحراف معیار مؤلفه‌های تاثیرگذار بر مجتمع تجاری چارسو گردآوری گردیدند که با استفاده از نرم‌افزار SPSS 20 به‌منظور دستیابی به تحلیل کمی داده‌های پژوهش تهیه و اولویت‌بندی هر یک از مؤلفه‌های تاثیرگذار را نشان می‌دهند. بر مبنای تحلیل پرسش‌های پژوهش می‌توان گفت در بُعد مفهومی و ادراکی که مرتبط با مؤلفه تعاملات اجتماعی هستند به ترتیب مؤلفه‌های خاطره‌انگیزی، هویت جمعی، حس مکان و حضور افراد دارای ارزش هستند. در بُعد کالبدی و عینی مؤلفه‌های دسترسی، کاربری‌های مختلط، رنگ، مبلمان و ارتباط بصری در اولویت بالاتری قرار دارند. مؤلفه‌های تنوع فضایی، فضای استراحت، نمای بیرونی، فرم کالبدی و نورگیری در اولویت بعدی و مؤلفه‌های فضاهای فرهنگی، نورپردازی و سیرکولاسیون در اولویت آخر قرار دارند.

پی نوشت :

۱. Jane Jacobs
۲. Donald Appleyard

مرتاض مهربانی، الناز؛ منصوری، سید امیر و جوادی، شهره (۱۳۹۶). رویکرد منظر در ایجاد سرزندگی خیابان ولی عصر با تاکید بر ایجاد حس مکان؛ نمونه موردی: خیابان ولی عصر (حد فاصل میدان ونک- چهار راه پارکوی). باغ نظر، سال چهاردهم (۵۵)، ۱۶-۵.

معماریان، غلامرضا (۱۳۹۱). معماری ایرانی. ویراستار: محمدعلی رنجبر کرمانی، چاپ چهارم، تهران: سروش دانش. مقتدر، بهرام؛ اعتصام، ایرج و متین، مهرداد (۱۳۹۹). تدوین چارچوبی جهت ارتقای تعاملات اجتماعی در معماری شهرک های صنعتی نواحی روستایی استان تهران. مطالعات هنر اسلامی، ۱۷ (۳۹)، ۴۴۰-۴۵۰.

Assari, Al, Mahesh. T.M, Emtehani. M.R, Assari. E (2011). **Comprative Sustainability of Bazaar in Iranian Traditional Cities: Case Studies Isfahan and Tabriz**. International journal and Physical Problems Of Engineering, 3 (4), 18-24.

Chen, Suliu and Sun, Yunrui and Lu, Ming and Jiang, Maomin (2021). **Research on urban commercial complex design based on ecological concept-A case study of The Roof in shanghai**. 4th International Conference on Civil, Architecture and Environment Research, 1-6.

Farkisch, hero (2020). **Assessment of Social Interaction in Sense of Place: Rethinking the Design of Neighborhood Center in Urban space, Case study: Boshrooyeh City**. Creative City Design, 3 (1), 110-120.

Gehl, J (1987). **Life between Buildings**. Van Nostrand Reinhold: New York, NY, USA, 1987.

Jacobs, Jane (1961). **The Death and Life of Great American Cities**. Vintage Books: New York, NY, USA.

Jalaladdini, S and Oktay, D (2012). **Urban Public Space and Vitality**. Journal of Procedia- Social and Behavioral Sciences, (35), 664-674.

Li, Qian; Cui, Caihui; Liu, Feng; Wu, Qirui; Run, Yadi & Han, Zhigang (2022). **Multidimensional Urban Vitality on Streets: Spatial Patterns and Influence Factor Identification Using Multisource Urban Data**. International Journal of Geo-Information, 11 (2), 1-22.

Sabouri Halestani, Rahebeh; Safari, Hossein (2021). **Evaluating Citizens' Vitality Rate Based on Physical and Activity Components in Arts and Culture Centers (Case Study: The Khatam-al Anbiya Art and Culture Complex, Rasht, Iran)**. Creative city design, 4 (3), 90-100.

URL1: **Charsou Bazar**. Retrieved September 25, 2021, from <https://www.caoui.ir/en/projects/item/1035>.

Wang, Siyu; Deng, Qingtan; Jin, Shuai & Wang, Guangbin (2022). **Re-Examining Urban Vitality through Jane Jacobs' Criteria Using GIS-**

رجبی، آریتا (۱۳۸۶). **ریخت شناسی بازار**. چاپ اول، تهران: موسسه انتشارات آگاه.

طالبیان، نیما؛ آتشی، مهدی و نبی زاده، سیما (۱۳۸۹). **مجتمع تجاری**. چاپ دوم، تهران: کتابکده تخصصی معماری و شهرسازی کسری (حرفه هنرمند)، جلد هشتم.

سلطانزاده، حسین (۱۳۸۰). **بازارهای ایرانی**. ویراستار: خاطره اکرمی، چاپ اول، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.

شاهچراغی، آزاده؛ بندر آباد، علی رضا (۱۳۹۵). **محاط در محیط**. چاپ دوم، تهران: انتشارات سازمان جهاد دانشگاهی.

شجاعی، دلارام و پرتوی، پروین (۱۳۹۴). **عوامل موثر بر ایجاد و ارتقای اجتماع پذیری در فضاهای عمومی**. باغ نظر، سال دوازدهم (۳۴)، ۹۳-۱۰۸.

صفایی رینه، مصطفی؛ پوراحمد، احمد و زنگنه شهرکی، سعید (۱۳۹۸). **تحلیل فضایی سرزندگی در فضاهای شهری مطالعه موردی: پیاده راه ۱۷ شهریور تهران**. شهر پایدار، ۲ (۲)، ۱۰۷-۱۲۴.

عبدالله زاده طرف، اکبر (۱۳۸۸). **سیر تحول شکل گیری فضاهای تجاری در غرب و شرق از نگاه تاریخ معماری**. آبادی، سال نوزدهم (۶۴)، ۶۰-۶۹.

عظمتی، سعید؛ مظفر، فرهنگ؛ حسینی، باقر و صدق پور، بهرام (۱۳۹۶). **اصول طراحی فضاهای باز دانشگاهی مبتنی بر سرزندگی خلاق و تعاملات اجتماعی از نگاه متخصصان**. پژوهش در نظام آموزشی، ۱۱ (۳۷)، ۱۷۹-۲۰۰.

فروتن، منوچهر؛ صنعتگر کاخی، مریم و رضایی، محمد کاظم (۱۳۹۲). **روش ارزیابی سرزندگی محیطی در مجتمع های تجاری و مراکز خرید**. هفت حصار، سال دوم (۶)، ۶۵-۷۶.

قربانی، یاسمن و صفری، حسین (۱۳۹۹). **تأثیر مبلمان شهری بر سرزندگی شهروندان (نمونه موردی: بلوار بندرانزلی)**. معماری شناسی، سال سوم (۱۷)، ۸-۱.

قنبران، عبدالحمید و جعفری، مرصیه (۱۳۹۳). **بررسی عوامل موثر بر ارتقای تعاملات اجتماعی در میان ساکنان محله مسکونی (نمونه موردی: محله درکه- تهران)**. معماری و شهرسازی ایران، ۵ (۷)، ۵۷-۶۴.

کالن، گوردون (۱۳۷۷). **گزیده منظر شهری**. ترجمه: منوچهر طبیبیان، چاپ چهارم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

کارمونا، متیو؛ هیت، تیم؛ تیرسدل، استیون و تراک (۱۳۹۱). **مکان های عمومی، فضاهای شهری**. چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه هنر. گلکار، کوروش (۱۳۸۶). **مفهوم کیفیت سرزندگی در طراحی شهری**. صفا، سال شانزدهم (۴۴)، ۶۶-۷۵.

لنگ، جان (۱۳۸۶). **آفرینش نظریه معماری**. ترجمه: علی رضا عینی فر، چاپ سوم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

لینچ، کوین (۱۳۸۱). **تئوری شکل شهر**. چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.



Pasar Payang, Malaysia. International Journal of Architectural Research Archnet-IJAR, 1 (10), 228-239.

Zhang, Fang; Liu, Qi & Zhou, Xi (2022). **Vitality Evaluation of Public Spaces in Historical and Cultural Blocks Based on Multi-Source Data, a Case Study of Suzhou Changmen.** Sustainability, (14), 1-35.

sDNA: The Case of Qingdao, China. Buildings, (12), 1- 23.

Zaidin, Nurbazliah; Mohd Hussain, Mohd Ramzi; Tukiman, Izawati & Mohd Shahli, Fitriyadia (2016). **Place Attachment in Relation to Urban Street Vitality.** International Transaction Journal of Engineering, Management, Applied Sciences and Technologies, 7 (1), 219-230.

Zakariya, Khalilah; Kamarudin, Zumahiran & Harun, Nor Zalina, (2016). **Sustaining the cultural vitality of urban public markets: A case study of**