مطالعات جغرافیا، عمران و مدیریت شهری

دوره ۲، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۵

صفحات ۱۴۳- ۱۲۹

Online ISSN: ۲۴۷۶-۴۸۶۸

Print ISSN: ۲۵۳۸-۲۱۱X

www.irijournals.com

سیر تحولات شکلی معماری بازارهای ایرانی از دوره ی قاجار تاکنون (از بازار سنتی دیروز تا مراکز تجاری امروز؛ نمونه موردی بازارهای تهران)

سامان صادقی [۱]، حمیدرضا صارمی [۲]

[۱] دانشجوی کارشناسی ارشد،گروه معماری، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

[۲] استادیار گروه شهر سازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

چکیده

پژوهش حاضر تحولات شکلی معماری حاکم بر بازارهای دوره ی قاجار تا دوره ی معاصر را مورد بررسی قرار می دهد تا به این مساله پرداخته شود که مسیری که بازارها در سه دوره ی تاریخی قاجار، پهلوی(اول و دوم) و معاصر گذرانده اند از لحاظ تحولات شکلی چگونه بوده است و تفاوت های شگرفی که از زمان قاجار تا کنون در تعریف بازار و شکل ظاهری آن به وجود آمده و چگونگی رسیدن به مراکز تجاری در شکل و شمایل امروزی به چه دلایل عمده ای صورت گرفته است. بازارهایی که به عنوان قلب تپنده در گستره‌ی وسیعی از شهر قرار می گرفتند که تنها ویژه‌ی خرید و فروش کالا نبوده و بسیاری از جنش های سیاسی و اجتماعی از آن ها برخاسته می شد، امروزه به مراکز تجاری پراکنده در سطح شهر با تعداد طبقات بالا تبدیل شده اند. علت این دگرگونی را می توان گسترش روزافزون شهر نشینی و بالا رفتن فوق العاده ارزش زمین و فضای مورد استفاده دانست. یکی دیگر از موضوعات مهم در تحولات شکلی ایجاد شده در طول این چهار دوره کاهش محسوس اهمیت سیرکولاسیون و نظام توده و فضا از بازارهای سنتی تا مراکز تجاری دوره ی پهلوی و معاصر است.

واژه‌های کلیدی: تحولات شکلی معماری، بازار، مراکزتجاری، قاجار، پهلوی، دوران معاصر.

دوره ۲، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۵، صفحات ۱۴۳- ۱۲۹

مقدمه

بازار ایران با ویژگی های خود همیشه زبانزد جهانیان بوده و نام آن به همه ی زبان های جهان در آمده و چنان مشهور شده است که اگر نویسنده ای خواهان این بوده که ایران و ایرانی را در اثر خود توصیف کند نام بازار ایران را بر آن می نهاده است. بازار یکی از مهمترین ساختمان های درون شهری است که در میان مردم از اهمیت ویژه ای برخوردار بوده است و بسیاری از جنبش های اجتماعی از بازار برخاسته اند.

بازارها از عناصر مختلفی تشکیل می شدند که در بدنه ی مقاله به صورت اجمالی به آن ها پرداخته خواهد شد.در این مقاله به تشریح بازارهای تهران در دوره ی قاجار مورد بررسی قرار خواهد گرفت و سپس سیر تحول شکلی آن ها در دوران پهلوی تا دوران معاصر و چگونگی شکل گیری و توسعه ی مراکز تجاری در دوران حاضر مورد تحلیل قرار می گیرد.

روش تحقیقی که در این پژوهش استفاده می شود تفسیری –تاریخی است، که با بهره گیری از اسناد مکتوب، منابع نوشتاری و نقشه های مستند به بررسی و تحلیل موضوع مقاله می پردازد و روش گرد آوری اطلاعات ، منابع کتابخانه ای است. مراحل تحقیق مقاله شامل جمع آوری اطلاعات-کار کتابخانه ای–استخراج داده ها-طبقه بندی-تهیه ی جداول و نقشه ها و عکس ها ودر پایان تجزیه و تحلیل و نتیجه گیری بوده است.

با بررسی سوابق تاریخی موضوع دیده می شود که بیشتر پژوهش هایی که در مورد بازار صورت گرفته است مختص به یک دوره یا مکان خاص بوده است ولی در تحقیق حاضر به سیر تحولات شکلی در سه دوره ی زمانی مختلف و گسست هایی که در این سه دوره به وجود آمده پرداخته می شود. به علاوه دلایل مختلفی که باعث تغییرات اساسی در شکل و ساختار بازارهای سنتی تا رسیدن به مراکز تجاری صورت گرفته را مورد نقد و بررسی قرار خواهیم داد. در این پژوهش با چند سوال رو برو هستیم:

۱)دلایل عمده ی تغییر و تحولات شکلی بازار تا رسیدن به مراکز تجاری امروزی چیست؟

۲)مراکز تجاری آن چنان که بازارهای سنتی جواب گوی نیازهای روزمره مردم بودند، هستند؟

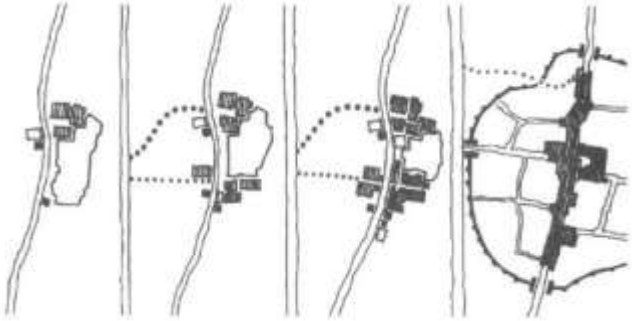
روش تحقیق

این پژوهش به شیوه توصیفی- تحلیلی و کتابخانه ای انجام شده است .روش جمع‌آوری اطلاعات به‌صورت میدانی و از جمله ابزارهای گردآوری اطلاعات در این تحقیق مشاهده، بازدید و برداشت از محل و استفاده از کتابخانه های متعدد و همچنین بانک‌های اطلاعاتی، و سایتهای اینترنتی، آرشیو عکس و مجله می‌باشد.

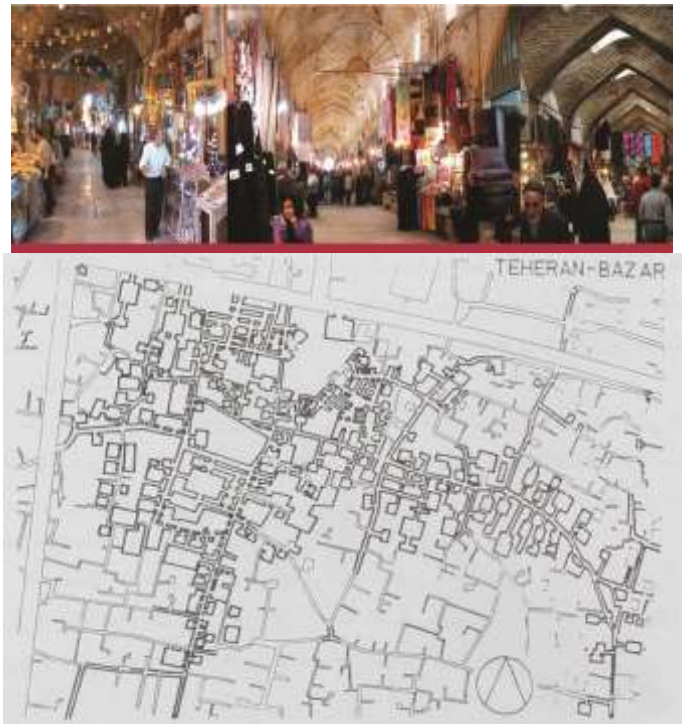
پیشینه تحقیق

پدیده ی بازار در ایران تداوم خود را در طول تاریخ از ابتدای پیدایش جوامع انسانی حفظ کرده است و با مطالعه ی سیر تحول شکلی آن می توان آنچه از رویدادهای مهم و گذشت زمان بر آن موثر بوده را مشخص نمود. در سکونتگاه های اولیه ی ایران که اقتصاد آن متکی به صنایع دستی و بازرگانی بود، احتمالا مکانهایی برای استفاده های صنعتی ، تجاری، بازرگانی و به نوعی نزدیک به مفهوم بازار وجود داشته است اما با توجه به ساختار اقتصادی کشور و کارکرد شهرها، جز شهرهای بندری، در دیگر شهرها، بازار عامل مهمی در داد و ستد و تولید بعضی از کالاها در تمام طول سال بوده است(سلطان زاده، بازار در ایران، ص۷۸).

نقشه ۱-کارکرد ارتباطی بازار به عنوان محور اصلی در شهر(مآخذ:سلطان زاده، حسین، بازارهای ایرانی ص۱۰۰)



نقشه ۲- سیر تکامل کالبدی توام شهر و بازار (مآخذ: سلطان زاده، حسین، بازارهای ایرانی ص۱۰۰)



نقشه ۳- بازارتهران، ارتباط بازار با کوچه ها و راسته های اصلی شهر(مآخذ: سلطان زاده، حسین، بازارهای ایرانی،ص۵۹)

بازار سنتی ایران مرکز حیات جمعی بود و عمده ی فعالیتهای عمومی شهروندان و مراجعان در درون یا اطراف بازار انجام می شد . بازار برای رفع نیازهای عمومی دارای تعدای بنا با طرح و موقعیت مکانی مناسب برای پذیرا شدن فعالیتهای مختلف بوده است. اجزای تشکیل دهنده ی بازارها تقریبا مشابه یکدیگرند . در برخی از موارد، با توجه به حوزه ی فعالیت و خدمات و

ویژگیهای هر شهر و بازار ، گروهی از عناصر کالبدی به شکل دیگر تجلی می یابد و یا آنکه جای خود را به کالبدی دیگر می سپارند و یا چند عملکرد را در یکجا به عهده می گیرند. عناصر ساختاری بازار بزرگ شهر در کامل ترین شکل کالبدی و یا گسترده ترین حوزه ی عملکردی به قرار زیر است:

۱- فضاهای مرتبط با کارکرد نگهداری و انبار سرا ، کاروانسرا و خانبار .

۲- فضاهای طولانی با دالان یا بند: قیصریه، کارگاه و دالان

۳- فضاهای تجاری: دکان نیمچه، تیم، خان ، راسته

۴- فضاهای مربوط به کارکردهای مذهبی و فرهنگی: مسجد، حسینیه، تکیه، مدارس و حوزه های علمیه.

۵- فضاهای مربوط به کارکردهای خدماتی، حمام و آب انبار.

۶- فضاهای مربوط به کارکردهای اجتماعی و ارتباطی : زورخانه ، نقارخانه، چارسوق، میدان، جلوخان، کاروانسراهای خارج شهر.

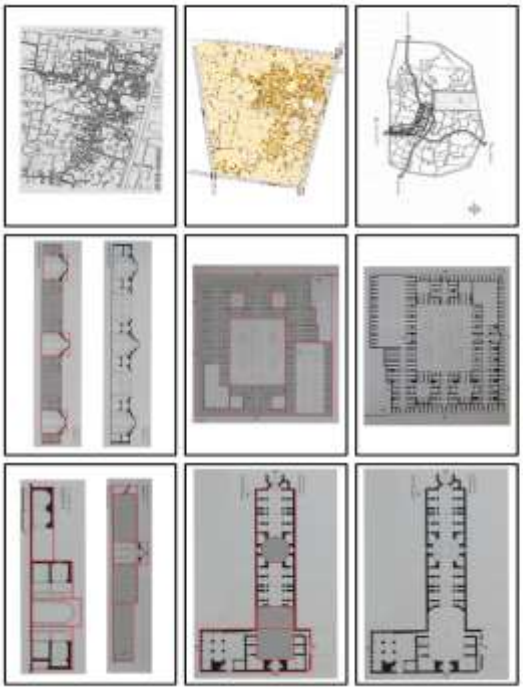
تشعب بازار دلایل مختلفی داشته است، بعضی بازارها مثل گنجعلی خان کرمان و بازار اصفهان ، بازار وکیل شیراز با طرح اصلی ساخته شده اند. همینطور اغلب قیصریه ها اما بازاری مثل بازار تهران به تدریج ساخته شده است.

۱. دوران قاجار

انقلاب صنعتی اروپا در قرن نوزدهم میلادی که به عنوان عامل اصلی تحولات در معماری و شهرسازی اروپا و آمریکا و خاستگاه اصلی معماری و شهرسازی مدرن است،همزمان با حکومت سلسله قاجاریه در ایران می باشد(میرمیران، هادی، اعتصام، ایرج، معماری معاصر ایران، ص ۱۳).

در ساختمان های جدید فناوری های قدیمی استفاده می شد که طبیعتا محدودیت هایی را در فرم و حجم بناهای جدید ایجاب می نمود.در نتیجه همراه آن،عناصر معماری فرنگی در معماری ما نفوذ بسیار واضح و روشنی یافتند . (میرمیران، هادی، اعتصام، ایرج، معماری معاصر ایران، ص ۱۴).

بازار تهران از زمان قاجاریان بر جا مانده است، در زمان صفویان تکیه حیاط شاهی در پشت مدرسه مروی وپیرامون آن ساخته شد. سپس کریم خان زند در جایی که اکنون کاخ گلستان است، ساخت وسازی کرد.زمان آغا محمدخان تهران پایتخت شد وگسترش پیدا کرد. تا زمان ناصر الدین شاه این گسترش دنبال شد تا آنگاه که باروی زمان صفویان که ۱۱۴ برج داشته، برای گسترش بیشتر ویران شد. بازار تهران اصالت گذشته ی قاجاری را ندارد،چون بسیار دگرگون شده است البته برخی بخشهای آن مانند چهارسو وتکه هایی از راسته بازار،همچنین تیمچه حاجب الدوله وتیمچه امیر، نزدیک ناصر خسرو که بسیار زیبا هستند، هنوز دست نخورده باقی مانده اند(پیرنیا، معماری اسلامی ایران، ص۱۲۸).

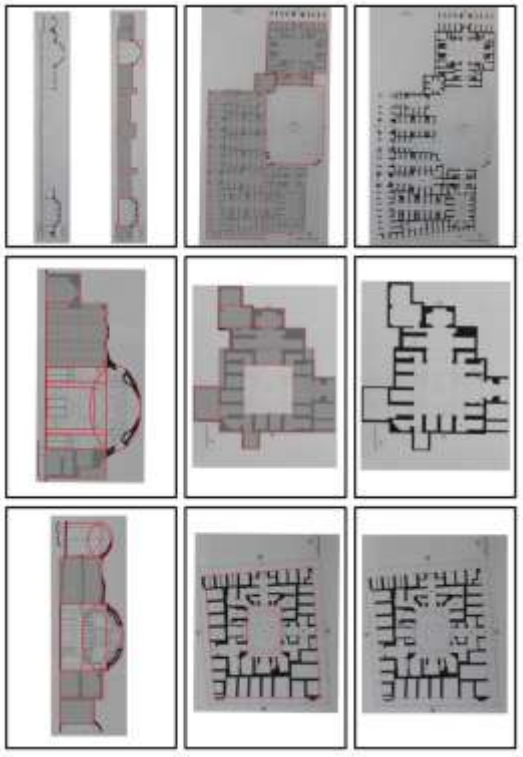


تصویر شماره۱
بازارتهران(دوره قاجاریه)-ترسیم:نگارنده

تصویرشماره۲
قسمتی از بازار تهران (مجموعه امیر)-ترسیم:نگارنده

تصویرشماره۳
قسمتی از بازار تهران (تیمچه و سرای نواب)-ترسیم:نگارنده

جدول۱- بررسی نقشه بازارتهران و قسمت های تشکیل دهنده ی آن (مآخذ: حاجی قاسمی، کامبیز(۱۳۸۳)،گنج نامه: بناهای بازار، ص۱۳۴)



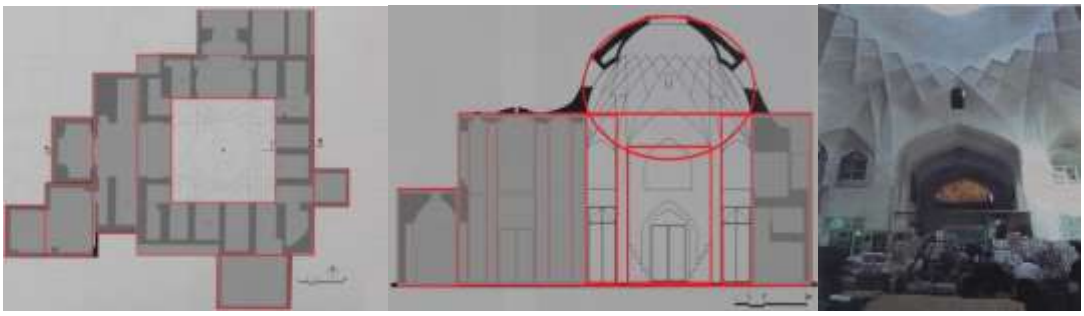
تصویرشماره۴
قسمتی از بازارتهران(مجموعه حاجب الدوله)-ترسیم:نگارنده

تصویرشماره۵
قسمتی از بازار تهران (تیمچه قیصریه)-ترسیم:نگارنده

تصویرشماره۶
قسمتی از بازار تهران (تیمچه مهدیه)-ترسیم:نگارنده

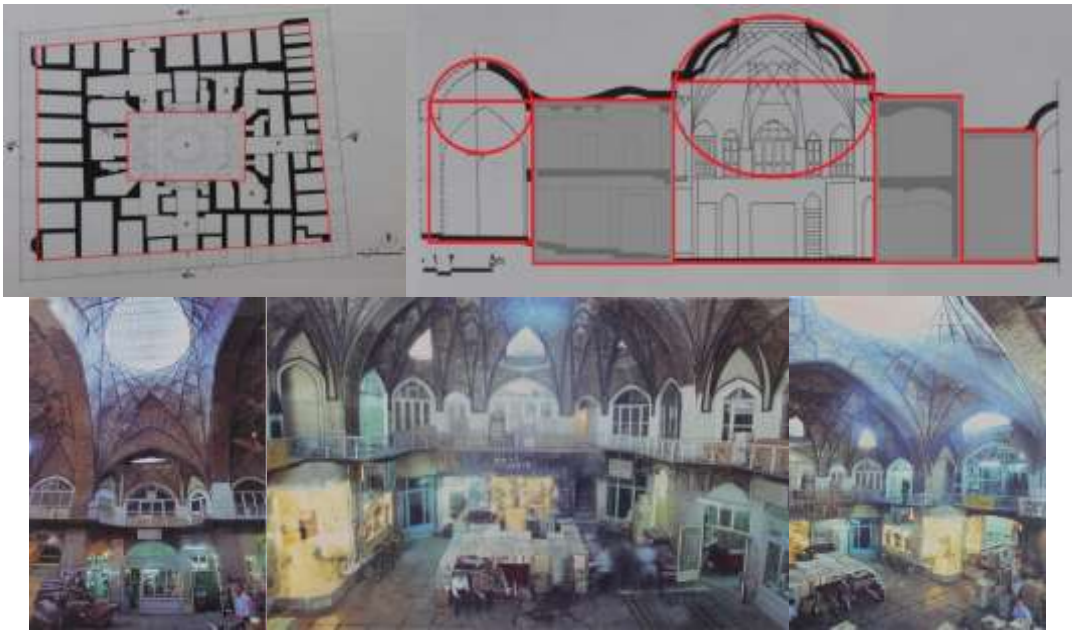
جدول۲- بررسی نقشه بازارتهران و قسمت های تشکیل دهنده ی آن (مآخذ: حاجی قاسمی، کامبیز(۱۳۸۳)،گنج نامه: بناهای بازار، ص۱۳۷)

تیمچه ی قیصریه که مانند دیگر بناهای بازار تهران رنگ وبوی قاجاری دارد، بنایی است مستقل و کامل که به خود ختم می شود و محل اختتام بازارچه ای یا مقدمه یورود به سرایی نیست. فضای میانی تیمچه قاعده ای مربع شکل دارد و حجره ها در دو طبقه در اطراف این فضا نشسته اند و رو به سوی آن دارند.هر چهار نمای داخلی تیمچه قوس بزرگی در میانه ی خود دارد، اما تقسیمات داخلی آنها متفاوت است.تقسیمات جداره های شمالی و غربی فضا فرد است و از دهانه ای عریض در وسط و دو دهانه ی کوچکتر در طرفین تشکیل می شود.در جبهه های شمالی، این دهانه ی عریض مدخل راهرو ورودی تیمچه است. ورودی تیمچه از امتداد بازارچه قدری عقب نشسته است و در طرفین آن، سکوهایی برای نشستن عابران تعبیه کرده اند.راهرو ورودی در ابتدا عرض کمتری دارد و به تدریج، با افزایش عرض و قوسهایی پی در پی، به فضای میانی تیمچه می انجامد. ارتفاع آن معادل یک طبقه و پلکانهای احتمالا تغییر یافته ی طبقه ی بالا در طرفین آن تعبیه شده است.



نقشه ۴- تیمچه قیصریه (ماخذ: حاجی قاسمی، کامبیز، گنج نامه(بناهای بازار)، ص۱۷۴-۱۷۳)

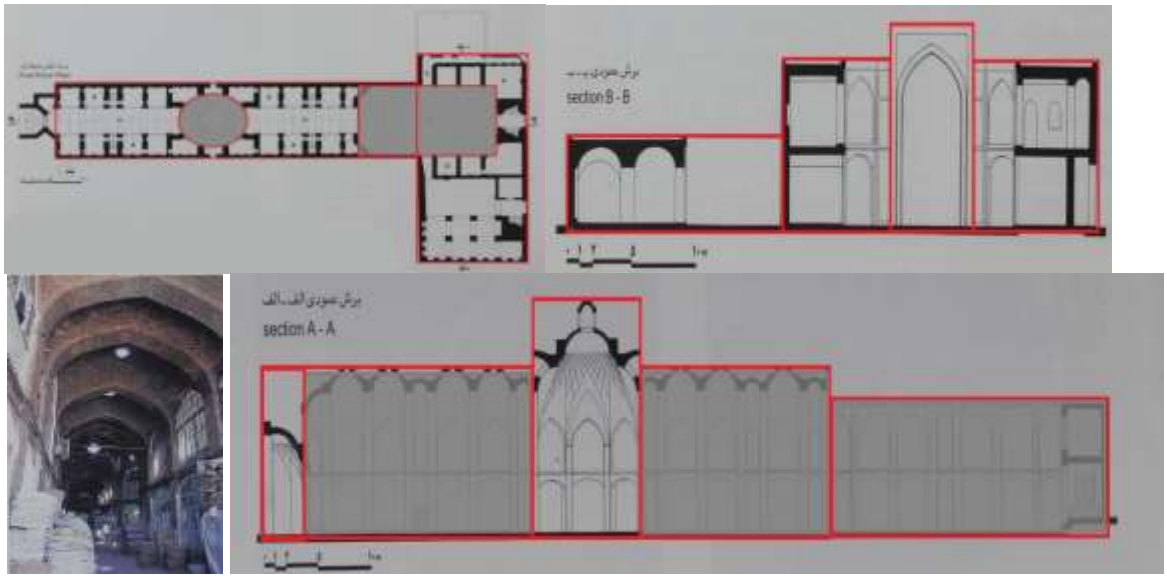
تیمچه ی مهدیه از قدیمی ترین بناهای بازار تهران و متعلق به دوره ی قاجاریان است، در ابتدای بازار کفاشها، در نزدیکی سبزه میدان، قرار دارد و از غرب، به بازار کفاشها و، از شمال ، به بازار پارچه فروشها و، از جنوب،به بازار امین الملک محدود می گردد.این تیمچه ی کوچک،مانند دیگر بناهای بازار تهران، به شدت دستخوش تصرف و تغییر شده است.



نقشه ۵- تیمچه مهدیه (ماخذ: حاجی قاسمی، کامبیز، گنج نامه(بناهای بازار)، ص۱۷۸-۱۷۷)

تیمچه و سرای نواب بین بازار حضرتی و کوچه ی میرزاامین قرار گرفته است و می توان طرح ان را ترکیبی از الگوی دالان و تیمچه و سرا دانست:فضایی کشیده با طاق و تویزه های مکرر، که کیفیت اغاز و پایان و فضای گشاده ی میانی اش ان را به الگوی تیمچه نزدیک کرده است، در آغاز فضا، قاعده به شکل نیم هشت درآمده ودر پایان آن نیز،حیاطی قرار گرفته و بدین ترتیب ،شکل کشیده و ممتد و خطی طرح آغاز و انجام یافته است. قاعده ای نزدیک به هشت و نیم شده است-هشت و نیم

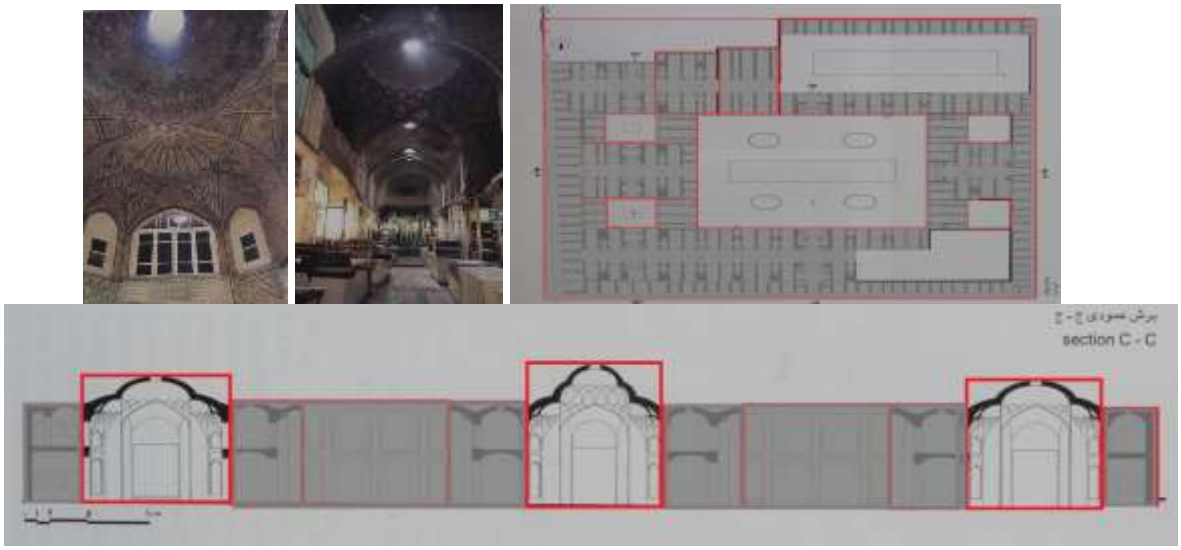
وهشتی که کنجهای آن نیم قائمه نیست.ارتفاع فضا در این قسمت بیشتر شده و طاق رسمی بندی نسبتا مفصلی یافته است، و همه ی اینها موجب شده که فضا مرکز قابل توجهی پیدا کند-فضایی میانی به ارتفاع دو طبقه و حجره هایی در اطراف. بدین ترتیب، با این گشایش تیمچه مانند در میانه ی دالان، طول آن شکسته شده است و یک نواخت و طویل احساس نمی شود.



نقشه ۶- تیمچه و سرای نواب (ماخذ: حاجی قاسمی، کامبیز، گنج نامه(بناهای بازار)، ص۱۸۱-۱۸۰)

مجموعه ی سرای امیر یا سرای اتابکیه در سال ۱۲۶۷ به امر میرزا تقی خان اتابک احداث شد،از مجموعه های مفصل به جا مانده از دوره ی قاجاریان در بازار تهران است.این مجموعه از غرب به بازار کفاشها و از شمال به بازار خیاط ها و از شرق به بازارامیر محدود می شود.عناصر اصلی مجموعه عبارت است از :یک صحن بزرگ شرقی-غربی،دو بازارچه،در شمال و جنوب صحن،دالانی در امتداد محور طولی صحن،دو حیاط کوچک،در طرفین این دالان،که امتداد این دو حیاط نیز خود محوری شمالی-جنوبی در شرق صحن تشکیل می دهد.حجره ها در اطراف این کانون ها و محورها تشکل یافته اند.

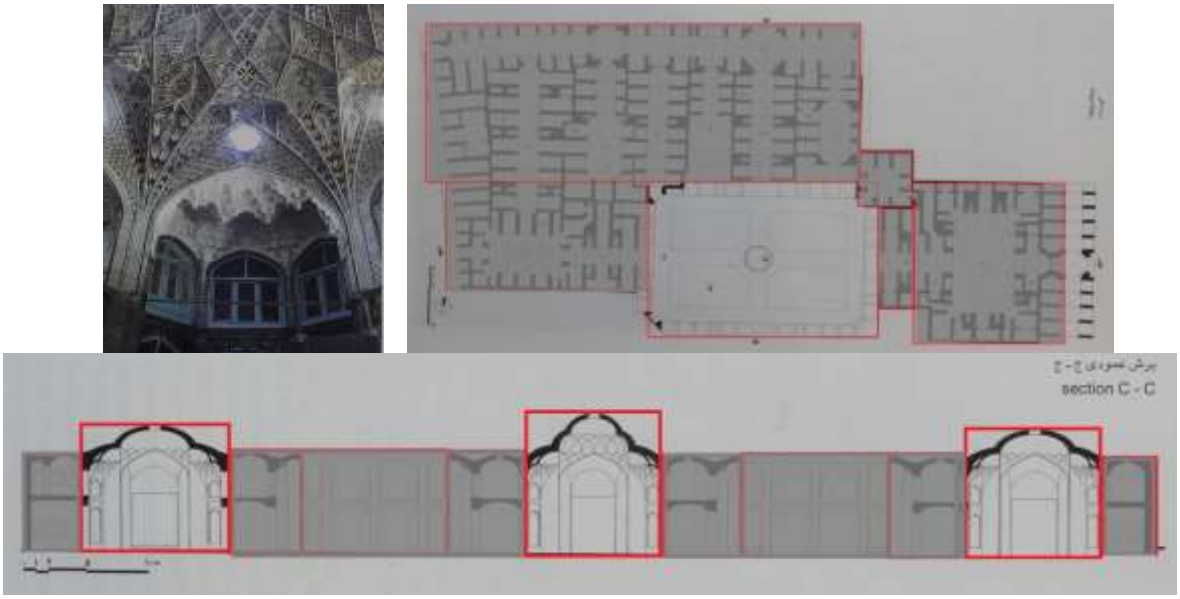
صحن قاعده ی مستطیل و جدارهایی در حد دو طبقه دارد.هندسه ی کامل طرح یادآور مدارس چهار ایوانی است: دهانه های میانی در وسط هر چهار جبهه ی عریض تر و بدل به ایوان شده است.ایوان های شمالی و جنوبی بزرگ تر است و طاق آنها رسمی بندی دارد و در طاق ایوان های غربی و شرقی،تزیینات مقرنس به کار رفته است.



نقشه ۷- مجموعه امیر (ماخذ: حاجی قاسمی، کامبیز، گنج نامه(بناهای بازار)، ص۱۸۷-۱۸۶)

مجموعه ی حاجب الدوله در زمره ی آثاری است که اگر چه سخت دستخوش تصرف و تخریب شده اند، آنچه از آنها به جا مانده یادگاری ارزشمند برای پی بردن به معماری غنی بازار تهران قدیم است.

سرای وسیع یک طبقه،همچون بسیاری از سراهای قاجاری، صحنی کشکولی شکل با الگوی چهار ایوانی دارد. در این سرا، ایوانها از میانه ی هر جبهه بیرون می زده و رخ بام را می شکسته و دهانه های کوچک کفش کنهای بین حجره ها نیز آهنگ ثابت حاصل از تکرار حجره های هم اندازه را تنوع می بخشیده است.در اطراف حوض هشت گوش وسط حصن، چهار باغچه ی بزرگ قرار داشته که بیشتر سطح صحن را می پوشاند.امروزه تمام جدارهای صحن جای خود را به بناهای زشت و ناموزون داده و چهار ساختمان(با مصالح سبک)جای چهار باغچه ی با طراوت راگرفته است.



نقشه ۷- مجموعه حاجب الدوله (ماخذ: حاجی قاسمی، کامبیز، گنج نامه(بناهای بازار)، ص۱۹۴-۱۹۳)

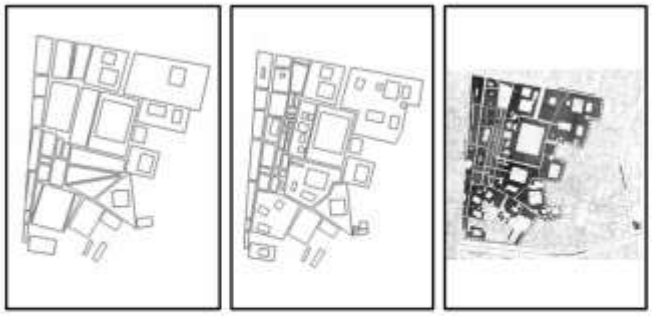
تحول مهم شکلی بازار و تغییر جهت روندی که صدها سال تقریبا به یک سو پیش می رفت ، در دوره ی قاجار و با تحول زندگی در مقیاس جهانی روی داد و با تغییرات ناشی از سیستم اقتصادی نوین و شیوه ی زندگی جدید، جایگاه بازارها در زندگی شهری دچار دگرگونی شد. عدم وجود سازمان دیوانی مناسب و حکومت خودکامه ی شاهزادگان قاجار ، عملا سازمان تولیدی کشور فروپاشید و این فروپاشی در لحظه ای رخ دادکه هجوم سرمایه ی خارجی برای در اختیار گرفتن سازمان اقتصادی و تولیدی کشور روند روز افزونی گرفت. شدت یافتن مبادلات امکان رقابت صنایع بومی – هنوز در مرحله ی کارگاهی- باعث می گردد که کشور در بسیاری از کالاهای مصرفی، خود اتکایی را از دست بدهد و استحاله ی جامعه ی مصرفی آغاز شود. در این شرایط پیوستگی و ادغام اقتصاد ایران در بازار جهانی در شرایط نوین اقتصاد صنعتی، به از هم پاشیدن بازارهای کوچک و محلی می انجامد.

به این ترتیب بازار که محل عرضه ی تولیدات داخلی و رقابت صنایع ملی بود . به تدریج به انبار کالاهای وارداتی و نمایشگاهی برای عرضه آن تبدیل شده و از این راه به صنایع ملی لطمات جبران ناپذیری وارد آمده است به طور مثال هنر قالی بافی که زمانی رونق فراوان داشت و اقلام بزرگ صادرات بود، با ورود انواع موکت و فرشهای ماشینی ساخت داخل و خارج دچار آینده ای مبهم گردید.

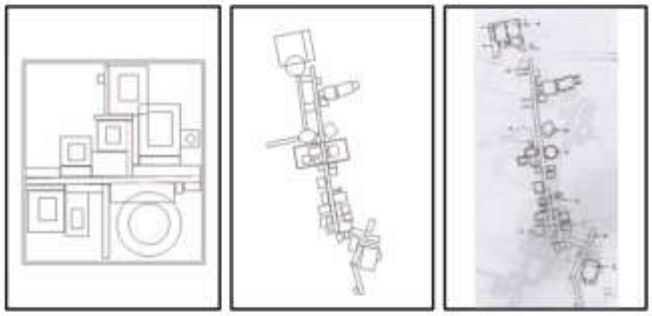
۲. دوران پهلوی

۱.۲. دوره ی پهلوی اول

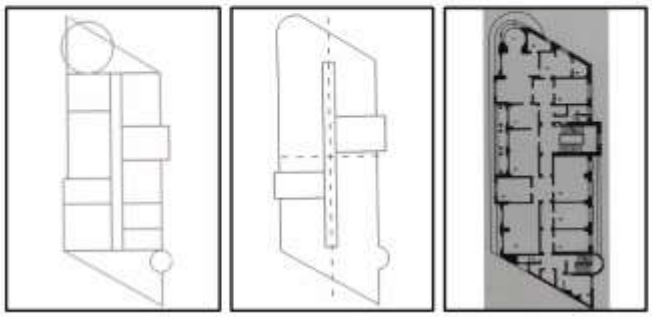
کودتای ۱۲۹۹ هجری شمسی همزمان با خاتمه جنگ اول جهانی یعنی سال۱۹۲۰ میلادی رخ داد و در دو دهه۱۳۰۰ تا ۱۳۲۰ هجری شمسی،معماری ایران جهت های کاملا تازهای به خود گرفت که این بار نیز تحت تاثیر مستقیم تغییرات و تحولات معماری در اروپا بود.در شهرسازی،مدل رواج یافته اروپایی در تخریب بافت های قدیمی موجود برای ایجاد خیابان های عریض اتومبیل رو و شریان های ترافیکی عمود بر هم در شهرهای ایران متداول شد و خیابان ها و میادین جدید،بافت قدیمی شهرهارا بدون توجه به اهمیت و ویژگی های معماری و شهرسازی آن تخریب کردند. در اوایل دوره ی پهلوی با ساختن معابر و خیابانهای مستقیم به منظور ایجاد مسیری قابل استفاده برای برگزاری مراسم، راندن کالسکه و مراسم تشریفاتی، تحول ساختاری در شهر صورت گرفت . خیابانهایی که در طرفین خود بناها و ساختمانهایی دارند و سازمان کالبدی فضای ممندی را تشکیل می دهند موفق می شوند در شبکه ی سنتی بازار به عنوان ستون فقرات شهری خلل وارد کنند و از این پس خود را به عنوان عنصر اصلی توسعه ی شبکه ی شهری معرفی نمایند . ایتدا نمادهای جدید شهری ف اداری و حکومتی و پس دکانها و فضاهای تجاری در کنار راسته ها و فضاهای تجاری به صورت پراکنده یا متمرکز در کنار خیابانها و در سراسر شهر گسترش می یابند و بازارها غالبا فضای قدیمی و تاریخی تبدیل می شوند.



تصویرشماره۷
بازارتهران(دوره قاجاریه)-ترسیم:نگارنده



تصویرشماره۸
بازار کاشان دوره قاجاریه-ترسیم:نگارنده



تصویرشماره۹
مجتمع تجاری - اداری جیپ(دوره پهلوی اول)-ترسیم:نگارنده

جدول۳- مقایسه نقشه بازارتهران و بازار کاشان (دوره ی قاجاریه) و مجتمع تجاری جیپ (دوره ی پهلوی اول) (مآخذ: حاجی قاسمی، کامبیز(۱۳۸۳)،گنج نامه: بناهای بازار، ص۱۷۸،۱۸۳)

۲.۲. دوره ی پهلوی دوم

دوره ۲، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۵، صفحات ۱۴۳- ۱۲۹

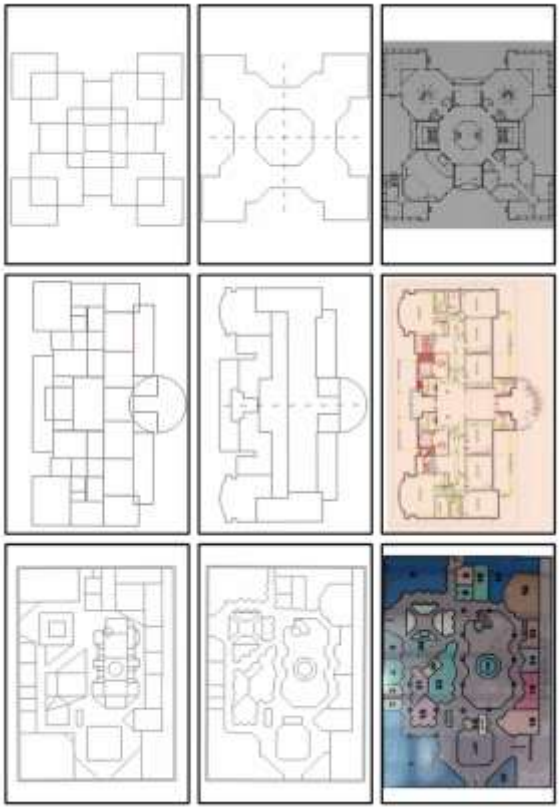
پس از پایان جنگ جهانی دوم و اشغال ایران از طرف قوای متفقین و تبعید رضاشاه دوران رکود در توسعه شهری و امور ساختمانی ایران آغاز شد؛ ولی چند سال پس از به سلطنت رسیدن محمدرضاشاه که از سال ۱۳۲۰ هجری شمسی تا انقلاب اسلامی ایران به سال۱۳۵۷ هجری شمسی ادامه یافت، مجددا فعالیت های ساختمانی و شهرسازی آغاز شد.در این دوره تحولات شهرسازی و معماری ما بیش از پیش تحت تاثیر مستقیم اروپا و آمریکا می باشد.به این ترتیب قبل از بحث درباره خصوصیات و مشخصات شهری و معماری این دوره ۳۷ ساله که برابر با سالهای ۱۹۴۰تا۱۹۷۷ میلادی است،اوضاع اروپا و آمریکارا که صادر کنندگان اصلی این سبک ها هستند بررسی می کنیم.

بازار با انتقال بخش اعظم فعالیتهای خویش ، به اولین انتقال فضایی از مکان خاص به مکانی دست می زند که با تطور زمان تغییر می کند. در تاثر این تحولات بازارهای شهرهای ایرانی به سرنوشت های متفاوتی دچار شدند:

۱- دسته ای از آنها به علت در انزوا قرار گرفتن دسترسیها مطلوب فرسوده شدند و اندک اندک به حاشیه ی خیابان ها منتقل گردیدند . فرسایش فضاهای خالی از عملکرد موجب ویرانی آنها شد(بازار تهران).

۲- دسته ی دیگر را خیابانها قطعه قطعه حکردند و باقیمانده بر حسب موقعیت جدید در شهر فعالیتهای متفاوتی در پیش گرفتند.

۳- در شهرهای بزرگ به ویژه در تهران بازار ها ضمن حفظ پاره ای از عملکردهای خود، فعالیتهای جدیدی نیز آغاز کردند. در این بازارها قرارگیری بخشهای خدمات جنبی، انبارداری و عرضه ی برخی از کالاها حتی در بخشهای فرسوده بازار باعث رونق چشم گیری شده است: اما با توجه به توسعه ی سریع بخشهای مسکونی در بافتهای همجوار ، کالبد این بازارها توان جوابگویی به تمام این فعالیتها را ندارد.



تصویرشماره۱۰
مجتمع تجاری(دوره پهلوی دوم)-ترسیم:نگارنده

تصویرشماره۱۱
مجتمع تجاری (دوره پهلوی دوم)-ترسیم:نگارنده

تصویرشماره۱۲
مجتمع تجاری میرداماد- (دوره معاصر)-ترسیم:نگارنده

جدول۳- مقایسه مراکز تجاری دوره ی پهلوی دوم و مجتمع تجاری دوره ی معاصر (مآخذ: حاجی قاسمی، کامبیز(۱۳۸۳)،گنج نامه: بناهای بازار، ص۱۹۸،۱۸۶)

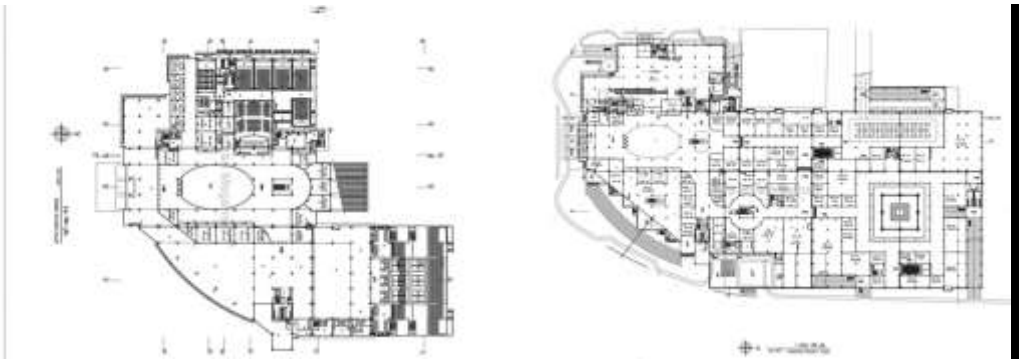
۳.تحول شکلی و ساختاری بازارها در دوره ی معاصر

تحول بازارهای ایران ناشی از عوامل و پدیده های تاریخی، اجتماعی، اقتصادی ، سیاسی و تکنیکی و غیره، به ویژه تک محصولی شدن اقتصاد ایران بر پایه ی استخراج و فروش نفت و پیدایش سرمایه داری وابسطه و رشد برونزای شهری بوده است. در دوران معاصر بازارهای سنتی جای خود را به مراکز تجاری کنونی داده و نقش ارتباطی و اساسی که در شهر داشتن را از دست داده اند(توسلیان، طراحی مراکز تجاری،ص۱۰۳).

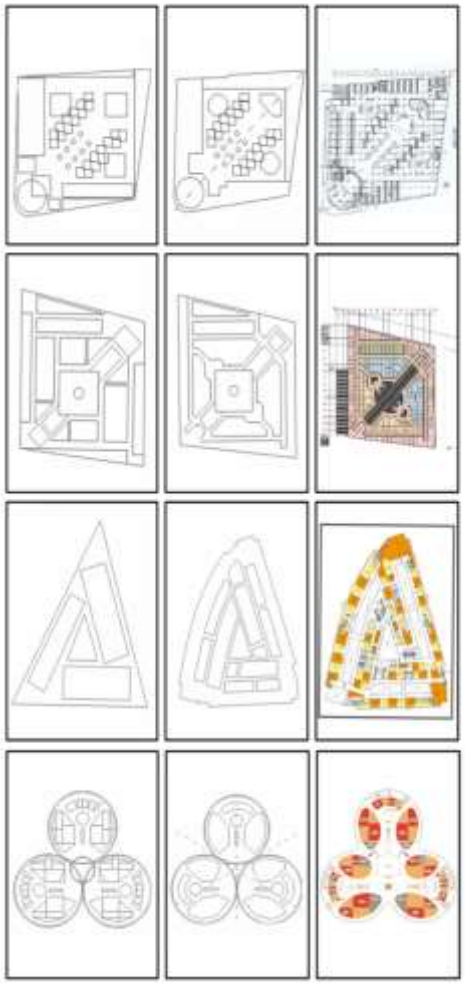
سال ها بعد پاساژ ها، بازارهای مدرن، مجتمع های تجاری چند منظوره با ویژگی قرن بیستمی و ساختاری متنوع و برگرفته از معماری سفر کرده بازارهای سنتی ایران به غرب بخصوص اروپا در تهران شکل می گیرند. واژه ی پاساژ در فارسی جای خود را باز کرده است و به مجموعه ای از واحدهای فروشگاهی اطلاق می شود که در یک مجتمع ساختمانی قرار دارند که به همین منظور در جایی از شهر-غالبا در قطعه زمینی در راسته ی یک خیابان-ساخته شده باشد. نزدیک ترین و قدیمی ترین نمونه ها،پاساژهای خیابان لاله زار و سعدی اند که در نیمه اول قرن اخیر با الهام از نمونه های مشابه در رم،میلان و پاریس و حتی باکو و بیروت آن زمان ساخته شده اند.امروزه این پاساژها جنبه ی فروشگاهی خود را حفظ کرده اند اما در گرایش کلی در ایران به سوی راسته ای شدن.به صورت بورس کالای خاص درآمده اند.مثل پاساژهای لاله زار،لاله زار نوو سعدی جنوبی که بسته به موقعیت مکانی و همجواری های خود به مجتمع های فروش کالاهای الکتریکی،الکترونیکی،پمپ آب و سیستمهای آبیاری و غیره تبدیل شده اند.اما از نظر لغوی ((پاساژ)) به معنی گذرگاه یا معبری است که اطراف آن می تواند فروشگاه باشد یا نباشد.کوچه برلن نماد این نوع گذر گاه هاست. در این نوع گذر گاه ها قاعدتا نباید ترافیک سواره وجود داشته باشد.مگر پس از تعطیل شدن مغازه ها و برای جمع آوری زباله ها،بارگیری و تخلیه قدیمی ترین پاساژ ها به این معنی تیم، سرا یا کاروانسرا بوده است. کاروانسراها در شهرهای قدیمی به عنوان بخشی از عناصر خدماتی بازار شهری عمل می کردند ودر حد فاصل بازار ورودی و خروجی از منطقه ی بازار ساخته می شدند. به این سراها ترافیک سواره،قاطر،شتر،اسب بارکش یا مسافر کش وارد و از آنجا خارج می شد که علاوه بر مسافر،کالای خام(چرم،پارچه،ورق مس و ...) ونیز کالای نهایی(فرش،ادویه، بلوریجات و...) حمل می کرد. نظیر این مقایسه را می توان در مورد پاساژهای خیابان مولوی،میدان شوش و خیابان میرداماد و خیابان شمال غرب ونک و بالای شهر انجام داد.چرا ویژگی های فرهنگی و اجتماعی پاساژهای اروپایی تقریبا دست نخورده باقی مانده ولی پاساژ در ایران ماهیتا تحول یافته و به صورت امروزی در آمده اند؟؟

پاسخ این سوال در وهله ی اول این است که جوامع غربی در یکصد سال اخیر وبه ویژه پس از جنگ جهانی دوم آرامش نسبی خود را تقریبا حفظ کرده اند و التهابات ناشی از افزایش جمعیت،دگرگونی ساختار اقتصاد ملی و مصرف گرایی به دور بوده اند،اگر جنبه هایی از این التهاب در آنجا نیز دیده می شود.پاساژدر ایران معاصر یک هسته ی اجتماعی و محل برخوردمردم از همه ی طبقات نیست وبیشتر به انگیزه ی سود سریع از سرمایه گذاری ساخته می شود.پاساژ را نباید با ((مال Mall)) گفته می شود اشتباه گرفت.مال مجتمعی است در مقیاس بسیار گسترده تر جایی که فضای باز خصوصا پارکینگ وجود داشته باشد ومشتریان آن حومه نشین اند.از نظر عملکرد ،مال همان پاساژ است اما جدا از بافت شهر ساخته می شود.کیفیت طراحی و ساخت مال همانند پاساژهای ایرانی و اروپایی از قدرت خرید مردم ناحیه است.در آمریکا،مالها به صورت A B C درجه بندی می شوند. A برای قشر ثروتمند و C برای کالاهای کم کیفیت و ارزان تر است.(عظیمی بلوریان، طراحی وساخت و مدیریت پاساژ در ایران،ص۴و۳)

مال از یک یا چند ساختمان و مجموعه به هم پیوسته خرده فروشی ها، خدمات تفریحی و پارکینگ های وسیع که عموماً مدیریت متمرکز و واحدی دارند، تشکیل می شود. هرچند این نوع مراکز خرید شکل قرن بیستمی بازارهای تاریخی ایران هستند اما به هرحال زادگاه این مراکز جدید چند منظوره در آمریکا و پس از جنگ جهانی دوم است. ریشه واژه انگلیسی مال را می توان در کلمه "پال-مال" یافت که یک بازی در بریتانیای قرن ۱۷ و پیش از آن در ایتالیا و فرانسه بوده است. کلمه پال-مال که به معنای توپ و چوگان می باشد، از زبان فرانسه وارد زبان انگلیسی شده است و باز هم خاستگاه ایرانی دارد.(سلطان زاده، مرکز تجاری مالع ص۱۷۳)



(نقشه ۷- مرکز تجاری مال، ماخذ: سلطان زاده،ص۱۷۳)



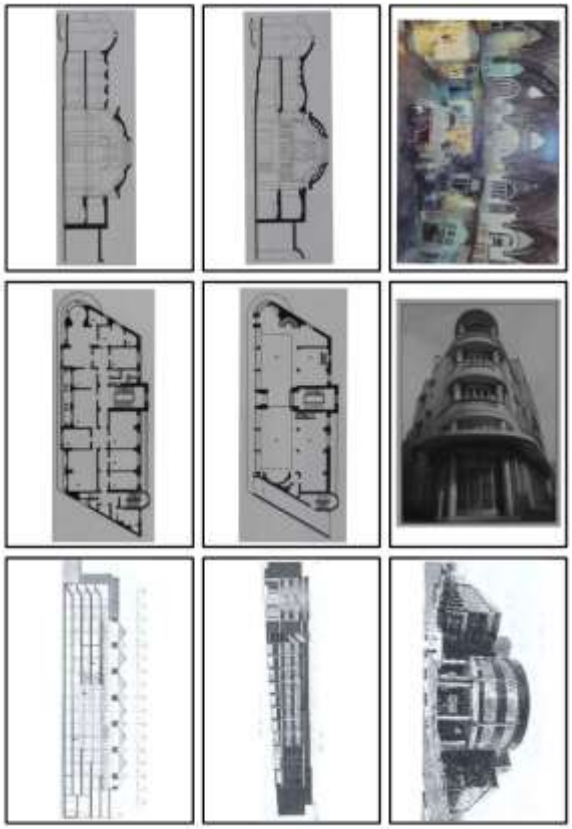
تصویرشماره۱۳
مجتمع تجاری تیراژه(دوره معاصر)-ترسیم:نگارنده

تصویرشماره۱۴
مجتمع تجاری تجارت جهانی (دوره معاصر)-ترسیم:نگارنده

تصویرشماره۱۵
مجتمع تجاری گل مریم- (دوره معاصر)-ترسیم:نگارنده

تصویرشماره۱۶
مجتمع تجاری یاس (دوره معاصر)-ترسیم:نگارنده

جدول۴- مقایسه مجتمع های تجاری دوره ی معاصر (مآخذ: عظیمی بلوریان، احمد(۱۳۸۶)، طراحی ، ساخت و مدیریت پاساژ در ایران، ص۲۳،۲۹،۳۵)



تصویرشماره۱۷
بازار تهران (دوره قاجاریه)-ترسیم:نگارنده

تصویرشماره۱۸
مجتمع تجاری جیپ- (دوره پهلوی)-ترسیم:نگارنده

تصویرشماره۱۹
مجتمع تجاری تیراژه(دوره معاصر)-ترسیم:نگارنده

جدول۴- مقایسه نما ها و مقاطع بازارها و مجتمع های تجاری دوره های قاجاریه، پهلوی و معاصر (مآخذ: حاجی قاسمی، کامبیز(۱۳۸۳)،گنج نامه: بناهای بازار، ص۱۹۸،۱۸۶)

نتیجه گیری

از بررسی سیر تحول شکلی بازارها ی دوره ی قاجار تا مراکز تجاری امروزه می توان به چند موضوع قابل توجه اشاره کرد. نخست آنکه تغییرات شکلی صورت گرفته نشان می دهد که از اهمیت و گستردگی بازار در شهرهای گذشته کاسته شده و مراکز تجاری امروزی به دلایل گوناگونی به صورت پراکنده در فضاهای محدود و با طبقات زیاد در گوشه و کنار شهر قرار گرفته اند. یکی دیگر از موضوعات مهم در تحولات شکلی ایجاد شده در طول این چهار دوره کاهش محسوس اهمیت سیرکولاسیون و نظام توده و فضا از بازارهای سنتی تا مراکز تجاری دوره ی پهلوی و معاصر است. البته یکی از عوامل مؤثر در این خصوص گسترش روزافزون شهر نشینی و بالا رفتن فوق العاده ارزش زمین و فضای مورد استفاده است که باعث شکل گیری مراکز تجاری امروزی با تعداد طبقات بالا شده است.

در پایان به برخی از مشکلات و محدودیت های موجود بر سر راه این پژوهش اشاره می شود، که مهمترین آن ها نبود نقشه و مدارک کافی و مدون به خصوص برای بازار تهران و عدم همکاری سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان تهران است.

فهرست منابع

۱. حاجی قاسمی، کامبیز(۱۳۸۳)،" گنج نامه: بناهای بازار "، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
۲. زرکش، افسانه(۱۳۸۴)،"نگرشی به معماری و ساختمان سازی در شهر تهران"، مجله معماری و شهرسازی شماره ۵۴، تهران.
۳. سلطان زاده، حسین(۱۳۸۰)،" بازارهای ایرانی "، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
۴. عظیمی بلوریان، احمد(۱۳۸۶)،"طراحی ، ساخت و مدیریت پاساژ در ایران"، مجله معمار شماره ۴۴، انتشارات اندیشه و هنر معماری، تهران.
۵. عمرانی پور، علی(۱۳۸۷)، "معماری ایرانی(بخش بازارها)"، ماهنامه فرهنگ و هنر شماره ۲۲، تهران.
۶. فلامکی، محمد منصور(۱۳۷۵)،"باز زنده سازی بناها و شهرهای تاریخی"، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۷. معماریان، غلامحسین(۱۳۸۶)،" سیری در مبانی نظری معماری" ، انتشارات سروش دانش، تهران.
۸. میر میران، سید هادی و دیگران(۱۳۸۸)،"معماری معاصر ایران(جلد یک)"، انتشارات وزارت مسکن و شهرسازی، شرکت طرح و نشر پیام سیما، تهران.

مطالعات جغرافیا، عمران و مدیریت شهری

دوره ۲، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۵، صفحات ۱۴۳- ۱۲۹

The Formal Changes of the Architecture of the Iranian Markets from the Qajar Dynasty up to the Contemporary Era (from the Past Traditional Market to Today's Business Centers!). "A case Study of Tehran markets"

Saman Sadeghi[1], Hamid Reza Saremi[2]

1. *M.A student, Department of Architecture, Islamic Azad University, Branch of Borujerd, Borujerd, Iran*
2. *Assistant professor of the Department of Urban Planning, Faculty of Art and Architecture, Tarbiat Modarres University, Tehran, Iran.*

Abstract

This study investigates the formal changes and developments of the architecture of the Iranian markets from the Qajar Dynasty up to the Contemporary Era in order to determine the changes in form of these markets during the Qajar Dynasty, the Pahlavi (I & II) Dynasty, and the Contemporary Era, what major differences have occurred in the definition and shape of the markets from the Qajar Dynasty up to now, and why the past traditional markets have changed into the business centers in today's form and shape. The markets which had been located in a large part of cities as the beating heart of the cities and which used to be considered not only as centers for buying and selling goods, but also as centers from which the social and political movements arose, have nowadays changed into multi-floor business centers scattered across cities. These changes can be attributed to the increasing development of urbanization and extraordinarily increased price of land and space. Another important reason for the changes in form of the markets during these four periods is the considerably decreased importance of circulation and the Mass and Space System from the traditional markets up to the business centers of the Pahlavi period and the Contemporary Era.

Keywords: Formal Changes of Architecture, Market, Business Centers, the Qajar Dynasty, the Pahlavi Dynasty, the Contemporary Era.