

شناسایی عوامل موثر بر تنزل نقش عملکردی در راسته بازارهای قدیمی نمونه موردی: بازار سرشور مشهد

هادی سروری^۱، محسن صفاریان طوسی^۲

چکیده

"بازار" اصطلاحی است که ریشه آن به فارسی میانه باز می گردد و مکانی است که در آن انواع داد و ستد و مبادلات کالا و خدمات صورت می گیرد. مجموعه بازارهای سنتی در ایران یکی از عناصر اصلی هویت شهری و به عنوان "مرکز اقتصادی" محسوب می شده است. مهمترین فعالیتهای در قیاس شهر در ساختار کالبدی بازار وجود داشته و علاوه بر انجام تبادلات کالا، انواع فعالیتهای و مراسم ها، جشن ها، عزاداریها و ... در آن صورت می پذیرفته است به نحوی که می توان گفت بازار یک "مکان - رویداد" بوده است. امروزه راسته بازارهای سنتی در اثر فرسودگی شدید کالبدی و تحولات و مداخلات شهری از یک طرف و در رقابت با بازارهای جدید و مدرن امروزی از طرف دیگر، با افت و تنزل در نقش عملکرد مواجه بوده و با گذشت زمان با خطر فراموشی روبرو هستند.

در این مقاله تلاش گردیده که به منظور درک بهتر عوامل موثر بر تنزل نقش عملکردی بازار سنتی، ضمن بررسی و شناخت راسته بازارهای سنتی از بعد کالبدی، اجتماعی و عملکردی، ادراکی، به مقایسه بازارهای سنتی در گذشته و وضعیت کنونی آن پرداخته شود و همچنین مقایسه تطبیقی بین راسته بازار سنتی سرشور با مجتمع تجاری مدرن در مشهد انجام می پذیرد و در نتیجه حاصل نشان می دهد که این راهکارها در زمینه ساختار کالبدی، نقش عملکردی و کارکردهای اجتماعی و عوامل ادراکی و زیباشناسی می تواند در احیاء و مرمت راسته بازار سنتی مورد توجه قرار گیرد.

واژه های کلیدی: راسته بازار سنتی , Shopping , Mall/Center , مرمت و احیاء , نقش عملکردی

۱- مقدمه :

در گذشته نه چندان دور، بازارهای واقع در شهرهای قدیمی و تاریخی از رونق و پویایی زیادی برخوردار بودند و بازارها به عنوان قلب تپنده شهر و از اجزاء اصلی تشکیل دهنده ساختار شهر محسوب می شدند. امروزه راسته و بازارها به مانند سایر راسته ها و گذرهای قدیمی با افت کیفیت و کاهش عملکرد مواجه هستند هر چند که هنوز اقبال عمومی نسبت به راسته بازار در ایران قابل توجه است اما به نظر می رسد امروزه بنا به دلایل مختلف، بسیاری از این راسته ها بازارها دیگر به مانند گذشته از پویایی و رونق کافی برخوردار نبوده و با ادامه این روند ممکن است در آینده با تهدید "فراموشی" روبرو شوند. یکی از دلایل مهم این امر، رقابت بازار به مفهوم جدید آن باشد یعنی رشد فضاهای تجاری که بیشتر در قالب مجتمع های تجاری در سراسر شهرهای ما سر برآورده اند و به صورت پاساژ و یا مراکز تجاری (Shopping Center) خودنمایی می کنند. بازارهای امروزی که برگرفته از فرهنگ غرب بوده و سعی نموده اند که خود را با نیازهای معاصر و روزمره شهروندان تطبیق دهند مثلاً احداث پارکینگ در قلب مجتمع تجاری و دسترسی آسان اتومبیل تا نزدیکترین حد ممکن به فضای تجاری، احداث فضاهای جنبی

Email: sarvari_hadi@gmail.com

Email: Mohsen.safarian.t@gmail.com

^۱ - استادیار گروه شهرسازی - دانشکده گروه هنر و معماری دانشگاه آزاد

^۲ - دانشجو دوره دکتری شهر سازی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد