

شناخت عملکردی بازارهای سنتی ایرانی

حسین باقری*^۱، سیدباقر حسینی^۲، محسن وفامهر^۳، سعید نوروزیان ملکی^۴

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت تهران، ایران.

۲- دانشیار دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت تهران، ایران.

۳- استاد دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت تهران، ایران.

۴- مدرس دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت تهران، ایران.

(h_baqheri@arch.iust.ac.ir)

چکیده

هدف شناسایی ویژگی‌های عملکردی بازار ایرانی، به منظور بهره‌گیری در کاربری‌های نوین تجاری شهرها است. با شناسایی چگونگی حل مشکل عملکردی در بازارهای ایرانی، و هم‌چنین میزان کارکرد اصول بازارهای ایرانی در نمایشگاه‌های موجود، سوال‌های تحقیق است. روش تحقیق کیفی بوده، که با ابزار مطالعه کتابخانه‌ای و برداشت میدانی به برداشت عوامل مطلوبیت عملکردی در بازارهای ایرانی پرداخته شده است. ویژگی‌های پنج بازار تبریز، تهران، اصفهان، یزد و کرمانشاه مورد مطالعه قرار گرفته است. توجه به انسان به عنوان محور طراحی راسته‌ها، عرض کم راسته برای تاکید بر بعد طولی هر راسته، و نیاز به محل‌هایی برای استراحت مهم‌ترین عوامل برای تعدیل خستگی و ملال آور بودن بازدید از نمایشگاه‌ها بوده است.

واژگان کلیدی: شهر، عملکرد، رضایتمندی، بازار سنتی، انسان محوری.

۱- مقدمه

بازارهای سنتی با سابقه درینه و با ساختار و بافتی کهن از گذشته تا امروز، کانون شکل‌گیری فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی بوده‌اند (بهزادفر و همکاران، ۱۳۸۸، ۱۸). بازار نظام حیات شهری را تغذیه می‌کند و تداوم می‌بخشد (اهری، ۱۳۸۰). این در حالی است که بسیاری از بازارهای سنتی به صورت متروک و نیمه متروک در آمده است. در فضاهای شهری جدید نیز، مراکز خرید جذابیتهای آن چنانی برای شهروندان نداشته و اغلب جنبه اقتصادی یافته‌اند (مجتهدزاده، ۱۳۶۸، ۳۳). بنابراین جلوگیری از ارزش‌ها چنین مکان‌هایی از ضرورت‌های طرح‌ها و برنامه‌های شهری می‌باشد (نسترن و همکاران، ۱۳۹۲). پس اهمیت پژوهش حاضر در بهبود زندگی انسان مستتر است که خود ناشی از وضعیت حاکم بر کالبد فیزیکی بازار، و شیوه مواجهه با مخاطب در بازار، نمایشگاه‌ها و مراکز تجاری است.

در اکثر خیابان‌های امروزی با کاربری تجاری امکان مقایسه کمیت و کیفیت (قیمت) به راحتی برای خریدار امکان پذیر نمی‌باشد. گهگاه خریدار باید مسافتی طولانی را برای انتخاب مناسب اجناس مورد نظر خود طی نماید. بسیاری از این فضاهای شهری مدرن معاصر جوابگوی نیازهای اجتماعی و فرهنگی شهروندان نیستند (پورجعفر، ۱۳۸۴). نمایشگاه‌های متحرک، که مصطلح به نمایشگاه‌های موقتی هستند (Fox, 2010)، نیز واجد این مشکلات است. بازدیدکننده به دلایلی همچون: ۱) عدم وجود مکان‌هایی برای استراحت، تغذیه و تفریح در ارتباط با نمایشگاه؛ ۲) عدم توجه کافی به نحوه حرکت انسان در میان غرفه‌ها و تعریف نامطلوب