

تغییرات عصر جدید در بازار

نویسنده: احمد سعیدنیا

۱- نقش تجاری بازار

در عصر جدید، پس از ورود اتومبیل و محصولات کارخانه‌ای به شهرها، ساختار فضایی شهرها، مراکز اقتصادی و اجتماعی آن دستخوش تغییرات بنیادی شد. با وجود این هنوز بازارهای قدیمی ایران کم و بیش نقش‌های کهن خود را همراه با نقش‌های جدید در شهرها ایفا می‌کنند. برخی بازارها مانند بازار تهران، اصفهان، تبریز، شیراز، کرمان هنوز مرکز اقتصادی شهر به شمار می‌روند و از موقعیت «سیاسی/اقتصادی» مهمی برخوردارند.

امروزه تغییرات بنیادی در تجارت و تولید و همچنین در روابط اجتماعی صنوف بازار در کالبد و سیمای فیزیکی آن نیز اثر بخشیده است. هر چند گروهی از اصناف به تدریج بر اثر تولیدات کارخانه‌ای، از بین رفته‌اند، اما فعالیت‌های مشابهی جایگزین آنها شده است. با تمرکز سرمایه، برخی از حرفه‌های جدید نیز پدید آمده‌اند. برخی مغازه‌ها با عرضه انواع کالاها، چند حرفه‌ای شده‌اند. خیابان‌های اصلی متصل به بازار، تبدیل به راسته‌های جدید تجاری تخصصی گردیده‌اند و کالاهای جدید در هر یک در خیابان‌ها عرضه می‌گردد.

تمرکز سرمایه در بازارها موجب پدید آمدن فضاهاى جدیدی به نام «پاساژ» در درون بازارها شده است. در بازار تهران و بازار تجریش انواع پاساژهای جدید در چند طبقه ساخته شده و به بازار ملحق شده‌اند. احداث پاساژ به روحیه آرام و نجیب بازار آسیب‌زده است و ساخت و سازهای طبقاتی آن نیز موجب به هم خوردن انسجام کالبدی بازار شده است.

تمرکز سرمایه در بازار تهران پیامدهای دیگری نیز داشته است، مقایسه دو مطالعه بین سال ۱۳۵۹ و ۱۳۷۳ نشان می‌دهد که طی دو دهه گذشته فعالیت‌های بازار تهران افزایش چشمگیری داشته است، در حالی که از نظر کالبدی چندان گسترش نیافته است. در دوره ۲۴ ساله بین ۱۳۵۹ تا ۱۳۸۳، تعداد واحدهای فعالیت بازار تقریباً به دو برابر فزونی یافته است از ۱۹,۶۰۷ واحد به ۳۷,۶۶۵ واحد رسیده است. بخشی از این افزایش به دلیل تقسیم واحدهای بزرگ به واحدهای کوچک‌تر است و بخشی دیگر به دلیل استقرار فعالیت‌های تولیدی و انبارداری در واحدهای فرسوده مسکونی متصل به بازار و بخش آخر به دلیل احداث پاساژهای پرتراکم جدید می‌باشد.

۲- مسائل بازارها

همان‌طوریکه گفته شد، بازارها دستخوش انواع مشکلات ناشی از تراکم آمد و شد، ازدحام شاغلین و تعداد خریدکنندگانی هستند، که روز به روز افزایش می‌یابند. مساله دیگر کهنگی و فرسودگی بافت‌های مسکونی و عناصر ساختمانی در بازار در ناحیه مرکز قدیمی شهرهاست. ساختمان‌های فرسوده، کوچه‌های کم عرض (کمتر از ۶ متر) تراکم فعالیت‌های تولیدی و انبارداری قابلیت پذیرش عملکرد جدید در مرکز شهر را به حداقل کاهش داده است. از سوی دیگر حفاظت از سرمایه‌ها و میراث‌های موجود در مراکز قدیمی ایجاب می‌کند که بناهای بارزش و بافت‌های بارزش شهری بازسازی شوند. البته بازسازی بی‌رویه ساختمان‌های کهنه به شکل ساختمان‌های چند طبقه با مصالح نامناسب و معماری ناهماهنگ در کنار خیابان‌ها به ویژه به شکل پاساژهای جدید، مشکلات ناحیه مرکزی شهرهای ایران را تشدید کرده است و ناهماهنگی سیمای شهری را فزونی بخشیده است.

اشباع کاربری‌های تجاری در بر خیابان‌ها سبب شده است که اغلب این کاربری‌ها به داخل کوچه‌های کم عرض نیز نفوذ کرده و فضاهاى تجاری با فضاهاى مسکونی در هم آمیخته و عملاً ساکنین ناحیه بازارها از زندگی در این ناحیه بیزار شده و محل را ترک می‌کنند و به مشکلات مرکز شهر به صورت متروکه شدن خانه‌ها و غیرمسکونی شدن ناحیه بازار می‌افزایند. خانه‌ها به تدریج تبدیل به انبار و کارگاه شده و بیش از پیش فرسوده و مخروبه می‌شوند و با کاهش جمعیت ساکن در مرکز شهر عملاً سرزندگی و جریان طبیعی زندگی در مرکز شهر از میان رفته و زمینه مناسبی برای بزه‌کاری‌های اجتماعی فراهم می‌آید.

۳- احیای بازار

مرکز شهرهای قدیمی، معمولاً، ناحیه تاریخی شهر نیز هست و مظاهر گوناگون تمدنی مثل موزه‌ها، کاخ‌های قدیمی، میدان‌ها، مساجد، فضاهاى تاریخی، بازارها و خیابان‌هاى قدیمی شهر در این ناحیه قرار دارند.

مراکز شهری، در شهرهای تاریخی آکنده از نمادها و نشانه‌های قدیمی، گلدسته‌ها و گنبد‌های مساجد و قلعه‌ها هستند، که بیشتر آنها جزو «میراث فرهنگی» آن شهر و یا کشور و در برخی موارد حتی میراث فرهنگی جهانی محسوب می‌شوند.

البته تاکید یک طرفه بر ارزش‌های «میراث فرهنگی» و نادیده گرفتن کارکردهای جدید اجتماعی و کارایی مرکز شهر در ایفاء نقش خود موجب تنزل موقعیت «اجتماعی/اقتصادی» مراکز شهری خواهد شد و به تدریج این ناحیه بسیار بارزش شهری به صورت بافت‌های

فرسوده در آمده و کارکردهای خود را از دست می‌دهد. جمعیت ساکن و شاغلین آنجا را ترک می‌کنند و فعالیت‌های خود را به مراکز دیگر منتقل می‌سازند. بدین ترتیب رفته رفته ناحیه بازار هویت خود را از دست می‌دهد و تبدیل به موزه شهری مرده‌ای می‌شود. بازسازی بازار در مرکز شهر پیچیده‌تر از بازسازی سایر بخش‌های شهر است. بالا بودن قیمت زمین، ساختمان و سرقتی از یک سو و فعال بودن واحدهای اقتصادی از سوی دیگر از موانع اصلی بازسازی مرکز شهر هستند. در بافت‌های تاریخی ایران اجرای ضوابط «میراث فرهنگی» نوسازی مراکز شهری را غیرممکن ساخته است. اجرای برنامه محدوده ترافیکی در برخی از شهرها نیز به جای نوسازی و بهسازی بافت‌های مخروبه، باعث انتقال بسیاری از عملکردها به خارج از محدوده ترافیکی شده و به فرسودگی بیشتر بافت‌های تاریخی می‌افزاید. این تجربه در تهران مورد ارزیابی قرار گرفته است. در نتیجه اغلب مغازه‌های مدرن، هتل‌ها و دفاتر فنی و تجاری از داخل محدوده ترافیکی به مرز بیرونی آن منتقل شده است. از دیدگاه برنامه‌ریزی شهری نایستی به مراکز شهرها به عنوان اندام‌های فرسوده و یا موزه‌های تاریخی نگاه کرد. بلکه مرکز شهر قلب شهر محسوب شده و کارایی و سلامت آن موجب سرزندگی اجتماعی و رونق اقتصادی شهر می‌شود.

۵- گردش بازارها

مراکز نوین شهری در کلانشهرها گاهی به صورت مجتمع‌های متشکل از صدها مغاز و واحد «تجارتی/ خدماتی» ظاهر می‌شوند. این مراکز که به شیوه نوینی طراحی شده‌اند، همه نوع کالا از لباس و کفش، وسایل و لوازم خانگی و اشیاء تزئینی و مواد غذایی را به بهترین وجه عرضه می‌کنند. در جوار این مرکز خرید؛ رستوران و کافه و چایخانه نیز دایر است و محل‌هایی برای تجمع در آنها پیش‌بینی شده است. این فضاها و خدمات جانبی آن از جاذبه‌های شهری برای جلب توریسم می‌باشد. این مراکز به شیوه امروزی از تسهیلات حمل و نقل و پارکینگ برخوردار هستند. برخی از این مراکز در محل ایستگاه‌های پر رفت و آمد قطار شهری (مترو) تأسیس می‌شوند، به شیوه‌ای که سالن‌های فروشگاه و گالری‌های مترو در مجاورت یکدیگر قرار می‌گیرند تا مسافران قطارهای شهری از آنجا خرید کنند. یکی از مراکز نوین خرید که بیشتر در آمریکا رایج شده است «مال» (Shopping Mall) می‌باشد که نوعی مرکز خرید بزرگ چندمنظوره و بسیار مجهز است که به صورت سرپوشیده و پیاده‌راه طراحی شده‌اند. «مال» علاوه بر مرکز خرید انواع کالاها، مرکز عرضه انواع خدمات ورزشی، تفریحی برای گذران اوقات فراغت نیز هست. این مراکز ویژه شهرهای بزرگ ایالات متحده امریکا است که دارای قدرت سرمایه‌گذاری بسیار کلان می‌باشند. مرکز پین در فیلادلفیا، مرکز «ویل ماری» در مونترال کانادا در این خصوص شهرت جهانی دارند. این مراکز در مناطق سردسیر و گرمسیر امکان مساعدتری دارند. بازار سرپوشیده «مال» هوستن امریکا به دلیل آب و هوای گرم و مرطوب این شهر با تأسیسات تهویه مطبوع چنان فضایی ایجاد کرده است که مشتریان به خاطر هواخوری و گردش و ورزش هم که شده از آنجا بیرون نمی‌آیند.

در شهرهای اروپایی که مراکز شهری از غنای فرهنگی و اجتماعی بیشتری برخوردارند، این گونه مراکز به تازگی از نظر اقتصادی نیز مورد توجه قرار گرفته‌اند. بدین ترتیب که در بعضی شهرها، خیابان‌ها و کوچه‌های منتهی به مرکز شهر، تبدیل به بازارها یا گالری‌های سرگشوده خرید شده‌اند. ورود اتومبیل به این مراکز ممنوع شده است. نمونه ممتاز آن بازار شهر کلن همچنین شهر نورنبرگ در آلمان است که به تازگی خیابان‌های منتهی به کلیسای اعظم کلن تبدیل به پیاده‌راه و بازار خرید شده است. هماهنگی مراکز شهری قدیم و جدید در برخی از شهرها، به ویژه در شهرهای توریستی مشهور جهان، مانند: پاریس، رم، فلورانس و کلن - آمیزه بسیار زیبا و جذابی را پدید آورده‌اند. برنامه‌ریزی و طراحی آگاهانه این مراکز، سبب شده است که هر روز سرزنده‌تر، جذاب‌تر و پررونق‌تر شوند. یکی از ابزارهای موفقیت این مراکز شهری ارتباط خلاق آنها با تسهیلات قطارهای شهری و خیابان‌های پیاده‌راه است. راه‌حل اصلی بهسازی فضاهای شهری در مراکز جدید و قدیم شهر می‌باشد.

۴- راهبردها و سیاست‌های ساماندهی

ساماندهی بازار و خیابان‌های تجاری مرکز شهر از همدیگر جدا نیست و نیازمند یک نگرش یکپارچه و هماهنگ می‌باشد. زیرا این دو از همدیگر جدا نیستند بلکه خیابان‌ها به دلیل گسترش فعالیت بازار و تنگناهای فضایی پدید آمده است. نقطه ضعف این نوع گسترش تخصصی شدن خیابان به یک کارکرد یا عرضه کالای خاصی است. این جریان هر چند شبیه راسته‌های بازار (منتهی به مقیاس بزرگ است) اما به دلیل جدایی‌گزینی بیش از حد موجب تک بعدی شدن خیابان گردیده است و خصلت چند گانه و تنوع پرتوان بازار را از دست داده است.

بازار هر چند به صورت راسته‌های تخصصی عمل می‌کنند اما در عین حال مملو از عناصر فرهنگی و تاریخی و مذهبی متنوعی است که بر کل بازار تسلط دارد و تک بعدی بودن یک راسته تأثیری در کاهش این یکپارچگی ندارد. بهسازی فعالیت‌ها و تنوع عملکردی در ساماندهی خیابان‌های تجاری مرکز شهر مستلزم راهبردهای زیر است:

- ۱- پالایش فعالیت‌های مرکز شهر از عناصر ناسازگار و تخصصی به ویژه انبارها و باراندازها و مراکز عمده‌فروشی است.
- ۲- جدا کردن مراکز اداری و حکومتی از مرکز شهر و اختصاص این مراکز به خدمات فرهنگی، موزه، و ایجاد مراکز نوین سکونت است.
- ۳- بهسازی و تقویت هویت عملکردی و کالبدی خیابان‌های تاریخی مرکز شهر و ایجاد امکانات بهسازی و نوسازی ابنیه کهنه و فرسوده و مخروبه مانند خیابان جمهوری- انقلاب- سعدی- لاله‌زار و فردوسی در مرکز شهر تهران.
- ۴- ایجاد پیاده‌راه‌های خرید گردشگر در مرکز شهر مانند خیابان لاله‌زار تهران
- ۵- ایجاد محدودیت برای ایجاد مراکز عمده فروش کالاهای تخصصی و ایجاد تسهیلات برای ایجاد مراکز تفریحی، خدماتی و گذران اوقات فراغت در خیابان‌های مرکز شهر
- ۶- ایجاد تسهیلات سرمایه‌گذاری برای نوسازی ابنیه و فعالیت در مرکز شهر (پیرامون بازار سنتی)
- ۷- طراحی بهسازی فضاها، پهنه‌ها، مراکز عمده و باارزش زندگی اجتماعی و اقتصادی در مرکز شهر پیرامون بازار و طراحی حفاظتی در کالبد بازار