

# سنجش معیارهای سرزندگی اقتصادی بازارهای تاریخی ایران با رویکرد باز آفرینی؛ (مطالعه موردی: بازار تاریخی قزوین)

تاریخ دریافت مقاله: ۹۳/۰۲/۰۲

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۹۴/۰۱/۲۰

قدیر صیامی (استادیار، عضو هیئت علمی دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران)  
اکرم اختری تکلّه\* (کارشناس ارشد برنامه ریزی شهری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران)  
محمد علی خانی زاده (کارشناس ارشد برنامه ریزی شهری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران)

## چکیده

توجه به بافت های فرسوده تاریخی و رفع ناپایداری آنها، به موضوعی جدی و محوری تبدیل شده، به گونه ای که سازمان های ذی ربط را به تکاپوی سامان دهی و باز آفرینی بافت های مذکور سوق داده و لزوم مداخله در این بافت ها را در دوره های مختلف زمانی مطرح نموده است. پیوستگی و هماهنگی میان اجزای فضا و فعالیت های آنها در بافت های تاریخی ایران باعث شده است که فضاهای شهری بر مبنای استخوان بندی و ساختار فضایی بافت به وجود آید. بازار قزوین، زمانی محل کانون ثروت و قدرت شهر قزوین و حتی نیازهای منطقه ای خود بوده است، در حالی که در شرایط کنونی از حیث اقتصادی عملکرد خود را از دست داده است. مقاله حاضر در پی رسیدن بازار قزوین به سرزندگی اقتصادی با رویکرد باز آفرینی می باشد. روش تحقیق در این مقاله تحلیلی - توصیفی، و ابزار گردآوری اطلاعات شامل روش های کتابخانه ای، پرسشنامه ای و میدانی است. روش نمونه به صورت تصادفی ساده بوده و جامعه هدف اصناف، کارشناسان و مراجعین به محدوده انتخاب شده است. در این پژوهش از ابزار Spss و Expert Choice استفاده شده است و به وسیله AHP و SWOT تحلیل شده است. یافته های این پژوهش نشان می دهد، مهم ترین دلایل عدم بروز سرزندگی اقتصادی در بازار، عدم بازسازی و بهبود شکل و بنای بازار با وزن ۴/۴ و همچنین کم رنگ بودن نقش فرهنگی بازار با وزن ۴/۳ بدست آمد، و بازار در صورتی می تواند به سرزندگی اقتصادی برسد که توسط سه باز آفرینی فیزیکی، فرهنگی - اجتماعی و کارکردی بررسی شود. نتایج حاصل از این پژوهش بازگویی این مطلب است که بازار قزوین برای رسیدن به سرزندگی اقتصادی به باز آفرینی کارکردی نیازمند است.

**واژه های کلیدی:** بافت تاریخی، نوسازی، باز آفرینی، بازار قزوین، سرزندگی اقتصادی

## مقدمه و بیان مسأله

بازار برجسته‌ترین نماد بازشناسی شهرهای کهن ایرانی است که پیوسته نقشی مهم در سازمان فضایی شهرها و جایگاهی پراهمیت در حیات اقتصادی آنها ایفا نموده و امروز به بخشی مهم از حافظه تاریخی و فرهنگی شهرهای ایران بدل شده‌اند. از این رو در ادوار مختلف تاریخی شهرهای اسلامی به واسطه عنصر محوری بازار و کارکردهای آن، از دیگر شهرها باز شناخته می‌شوند (سرای، ۱۳۸۹: ۲۶). بازار را نه تنها جغرافی دانان و محققان اسلامی وجه مشخصه شهر می‌دانند، بلکه دانشمندان غربی نیز شهر را مرکز مبادله کالا و کانون اصلی تجارت شناخته‌اند. بدین ترتیب بازار یکی از مهم‌ترین عناصر کالبدی شهرهای اسلامی، که به منزله ستون فقرات شهر کالبد آن را به مغز شهر یعنی «مسجد جامع» پیوند داده (رضوانی، ۱۳۶۷: ۱۹) و با تأثیر گذاشتن بر ساخت اجتماعی - اقتصادی و کالبدی - فضایی شهر آینده توسعه شهر را تحت الشعاع قرار می‌دهد. از طرفی بازار در ساختار فضایی شهرهای کهن ایرانی صرفاً مجموعه‌ای عملکردی برای داد و ستد اقتصادی و تجاری نیست؛ بلکه پیکره‌ای ساختاری در سازمان فضایی و کالبدی شهر است که بافت اندام‌واره‌ای را به صورت بکه‌ای سلسله‌مراتبی و ارتباطی در محله‌های پیرامونی نفوذ می‌دهد. تعادل میان فضاهای باز و بسته، تنوع حجم‌ها و گشایش فضایی که تجربه‌های بدیع و متفاوتی را عرضه می‌دارد، گونه‌گونی عناصری چون چهارسوق، سرا، تیمچه و گذرها و راسته‌ها، وجود بناهای عمومی مانند مدرسه، امام‌زاده و مسجد، حمام، با جلوه‌هایی از هنر معماری در عناصر بام، سقف، نما و شیوه تابش نور به فضاهای درونی، مجموعه بازار را به یکی از «دستاوردهای تمدن اسلامی» تبدیل کرده که نه در شهرهای شرقی عهد باستان نظیری داشته، نه در یونان و روم قدیم و نه در اروپای قرون وسطی (شیخ‌زین‌الدین، ۱۳۸۱: ۷۷). در شهرهای شرقی، بازار با خرید و فروش و تولید و پیشه‌وری گسترده، به عنوان مرکز رهبری امور اقتصادی و مالی شهر پدیدار شده و جایگاهی محوری در سیاست و دین یافته است. به عبارت دیگر نهادی معادل محله مرکزی معاملات شهرهای بزرگ امروز قلمداد می‌شود (Bobek, 1959: 259) و علاوه بر این که واسطه ضروری و حلقه اصلی زنجیره تولید و توزیع و مصرف است، جایگاهی برای بهره‌برداری از سرمایه محسوب می‌شود (Lapidus, 1967: 59). ولی تحت تأثیر روند شهرنشینی معاصر و گسترش شهری طی دهه‌های اخیر، بسیاری از بازارهای تاریخی شهرهای کهن ایران همچون شهر تاریخی قزوین در مواجهه با مسائل متعدد کالبدی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در مسیر انحلال قرار گرفته و ارزش‌های مکانی، تاریخی، اقتصادی و فرهنگی آنها به عنوان یک فضای ارزشمند

شهری در معرض اضمحلال واقع شده است. بازار تاریخی قزوین در این میان به سبب دخالت های پراکنده و مقطعی، نگرشهای صرفاً اقتصادی به بافت تاریخی بازار، نگرش سلیقه ای، ناکارآمدی برخی ضوابط و مقررات، مدیریت ناهماهنگ شهری زمینه را برای تخریب بخش عمده ای از این بازار مهم فراهم کرده، بخش مهمی از بازار را تخریب و یا به بازاری متروکه بدل ساخته است. در این راستا این پژوهش با تکیه بر «رویکرد بازآفرینی اقتصادی در مواجهه با بازارهای تاریخی شهری» در صدد پاسخ گویی به این پرسشهاست که «مهم ترین دلایل و زمینه های بروز عدم سرزندگی اقتصادی بازار تاریخی قزوین چیست؟» و بر این اساس «مهم ترین معیارها، راهبردها و راهکارها در سرزندگی و پویایی اقتصادی بازار تاریخی قزوین کدام است؟» در این مقاله تلاش می شود تا در قالب یک برنامه راهبردی مبتنی بر رویکردهای مشارکتی فراگیر شهروندان و متولیان و سایر گروه های ذینفع چارچوب تئوریک جهت بازآفرینی اقتصادی این بازار تدوین گردد.

در شهرهای جهان سوم به دلیل رشد سریع کالبدی، هجوم مهاجران و نبود برنامه ریزی، مسائل و مشکلات نواحی مرکزی به صورتی شدیدتر ظاهر شده و حتی گاه به صورتی که مسأله ملی خود را نشان می دهد (حبیبی، ۱۳۸۶). در این راستا رهیافت مناسب به بافت قدیم و فرسوده شهری، مستلزم رویکردی دقیق و نگرشی همه جانبه به بافت کهن و ویژگیهای آن، و بر این اساس، تهیه و تدوین دقیق برنامه هایی قابل اجرا و بهسازی بافت قدیم است (ارجمندنیا، ۱۳۸۲: ۷۷). بافت های قدیمی و فرسوده ی شهری به دلیل مرکزیت جغرافیایی، سهولت دسترسی، استقرار بازار (فعالیت های تجاری) و دارا بودن ارزش های تاریخی و فرهنگی، دارای ظرفیت بالقوه برای تولید درآمد و به تبع آن پرداخت اجاره بهاء می باشد. علی رغم این ویژگی ها محلات مسکونی پیرامون هسته تجاری، به دلایلی از جمله: بافت سنتی شبکه معابر، فرسودگی واحدهای مسکونی، ضعف زیرساخت ها و مشکلات زیست محیطی، مسیر رکود و عقب ماندگی را طی می کند. تداوم چنین فرم های فضایی باعث شکل گیری نوعی از فرایند اجتماعی، اقتصادی، در محلات مسکونی بافت های قدیمی و فرسوده شده است، که در آن گروه هایی با درآمد بالا از این محلات خارج شده و مهاجرین و کارگر و عمدتاً فقیر، جایگزین آنها شده اند (رهبان، ۱۳۸۸: ۲). شرایط فوق در بازار تاریخی و رو به اضمحلال قزوین نیز صادق است. در حال حاضر بازار قزوین از نظر عملکردی و کالبدی به مقوله پیچیده ای تبدیل شده است. زیرا تحولات اقتصادی در گذر از شیوه های سنتی به شیوه های معاصر، عواقب، عوارض و بازتاب های خاصی در این پدیده اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و مذهبی داشته است و آن را به

شکل امروزی در آورده است که از یک سو رها شدن، فقدان عملکرد و تبدیل آن به انبار و فضای حاشیه ای و از سوی دیگر ازدیاد فشار و تراکم مازاد، حیات طبیعی آن را تهدید می کند. لذا شناخت دقیق بازار به عنوان پهنه ای پیوسته و ارزشمند و همچنین موجودیت مستقل شهری جهت حصول راه حل های واقعی، علمی، کاربری، منطقی و انسانی ضروری به نظر می رسد (مرادی، ۱۳۷۹).

### پیشینه پژوهش

از جمله پژوهش ها در حوزه بازآفرینی اقتصادی بازارهای تاریخی شهرها می توان به پژوهشی با عنوان «حیای بازار های تاریخی، هویت بخشی به فضای کالبدی شهر نمونه بازار زواره (موحدی، ۱۳۸۹) اشاره کرد. محقق در این پژوهش معتقد است تغییر کاربری بازار، ساخت پاساژهای جدید به سبک غربی صدمه زیادی به بازار سنتی زده است که در برخی موارد بازار تعطیل یا از اعتبار افتاده است و بازار شهر زواره نمونه ای از این موارد است، شهری که به عنوان یکی از شهرهای بسیار کهن و تاریخی و کویری کشور، قدمت آن به قبل از اسلام می رسد. بازار در این شهر بین حسینیه ها (حسینیه بزرگ و کوچک)، مسجد جامع و امامزاده در مرکز شهر قرار گرفته و دوره ساکت و خاموشی خود را می گذراند. این مقاله به بررسی بازار شهر زواره به عنوان نمونه ای از بازار های فراموش شده می پردازد. همچنین مطالعاتی که در مقاله ی تحلیل فضایی- کالبدی از سوی شفقی (۱۳۸۸) در مورد بازار اصفهان صورت گرفته، آزمونی عملی است و بیش تر به این نیت صورت پذیرفته که برنامه ریزان و طراحان شهری بتوانند با زنده سازی این مجموعه اصیل ایرانی-اسلامی (ضمن حفظ ارزش های معماری و شهرسازی) عناصر کالبدی، اقتصادی و اجتماعی را در زندگی چنان نظم و سامان دهند که پاسخگوی نیازهای زندگی امروزی باشد. ایراندوست و بهمنی اورامانی (۱۳۹۰) در پژوهش خود به این نتیجه رسیده اند که تحول بازار کرمانشاه مانند بیش تر شهرهای کشور، تا حد بسیار زیادی گریزناپذیر و مانند پدیده شهرنشینی، ناشی از دوران گذاری است که بر تاریخ معاصر تحمیل شده است. چنین تحولی که مرتبط با توسعه برون زای اقتصادی و تحولات کالبدی ناشی از انطباق شرایط با شرایط جدید است، بیش تر بازتابنده ضرورت های سرمایه داری جهانی و منطقه ای است. درچنین وضعیتی بازار کرمانشاه دچار دگرگونی های عمیق کارکردی، اقتصادی و کالبدی شده و روند روبه انزوایی را در شهر تجربه کرده است. بازار به مثابه بخشی اصلی از حیات و هویت شهری باید مورد توجه بیش تر قرار گیرد و برای تقویت نقش آن باید با

ضرورت های نوین سازگار شود. در این زمینه بازار از نظر کالبدی باید شرایط خود را برای دسترسی آسان تر، جریان سهل تر کالا و خدمات مهیا کند. از این رو، پویایی اقتصادی و کالبدی بازار، نیازمند تحولات و دگرگونی آن است. در غیر این صورت، بازار تنها می تواند در بخش محدودی، به مثابه بخشی از تاریخ و اقتصاد گذشته شهر، و به عنوان جاذبه گردشگری نقشی به دور از نقش تاریخی خود را داشته باشد، که این نیز در بسیاری از شهرهای ایران، از جمله کرمانشاه، با چالش جدی مواجه است.

### درآمدی بر بازآفرینی به منظور رسیدن به سرزندگی

هسته و مرکز تاریخی هر شهر، کانون اولیه، قلب تپنده و موتور توسعه شهر است که بخش اصلی هویت و شخصیت آنرا تشکیل می دهد. حیات و مرگ شهرها را با توجه به ویژگی های بخش های مرکزی آن شهر می توان تشخیص داد؛ بنابراین احیای این مراکز، به گونه ای که بتواند علایم حیاتی مناسب را به آن بازگرداند، امری ضروری و اجتناب ناپذیر است (Rada, 1999: 13). بازار در ساختمان و بافت شهری، بنیادی است اقتصادی، نهادی است اجتماعی، و میراثی است فرهنگی؛ و در همین راستا بازتابی است از هنر معماری و شهرسازی کهن ایرانی در برابر شرایط و مقتضیات اقلیمی و جغرافیایی ایران (ودیدی، ۱۳۵۱). از این رو مراکز تاریخی شهری باید به عنوان بخشی از پویایی اقتصاد شهر مورد توجه قرار گیرند؛ آنها مناطقی مستقل به لحاظ کارکردی نمی باشند و معمولاً نوعی رابطه همزیستی با سایر مناطق شهر دارند. همچنین مراکز تاریخی تنها به منظور اقدامات حفاظتی مورد توجه نمی باشند بلکه باید برای بازآفرینی نیز مورد توجه قرار گیرند (حبیبی و مقصودی، ۱۳۸۱: ۵). در حالت کلی بازآفرینی سعی دارد با بررسی موقعیت، شرایط محیطی، اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی به تجدید حیات مکان هایی پردازد که به مرور زمان فرسوده شده و کارایی لازم را ندارند، همچنین به نحوی که احیای کالبدی و عملکردی توأمان به وقوع بپیوندد، باعث افزایش کیفیت های محیطی گردد (عندلیب و دیگران، ۱۳۹۲).

اصطلاح بازآفرینی شهری یک اصطلاح عام است که مفاهیم دیگری نظیر بهسازی، نوسازی، بازسازی، توانمندسازی و روان بخشی شهری را در بر می گیرد. بازآفرینی شهری به مفهوم احیا، تجدید حیات و نوزایی شهری و به عبارتی دوباره زنده شدن شهر است لودویکو کوارونی به عنوان نظریه پرداز مرمت شهری معتقد است بازآفرینی شهری، امری چند وجهی است که همه وجوه اقتصادی، اجتماعی و کالبدی را شامل می شود و احیا و نوزایی باید از جنبه

های گوناگون صورت پذیرد. از نظر وی، پویایی در بافت تاریخی خصوصا از نظر اقتصادی، بسیار با اهمیت است. بازآفرینی شهری از اواخر دهه ۱۹۸۰ و اوایل دهه ۱۹۹۰ در کشورهای پیشرفته از جمله هلند و آمریکا مطرح و در بهسازی محله های فرسوده و ارتقای کیفیت سکونت در آنها مورد استفاده قرار گرفته است. این رویکرد به دنبال عدم موفقیت اجرای برنامه های صرفا کالبدی- فضایی اتخاذ شد، چرا که دولت ها دریافته اند که سرمایه گذاری در نوسازی شهری بدون روند همزمان نوسازی اجتماعی - اقتصادی می تواند کاملا خنثی گردد (حبیبی و مقصودی، ۱۳۸۱: ۵). بنابراین؛ بهسازی و نوسازی (حفظ) بافت های تاریخی که میراث ارزشمند تاریخی، فرهنگی، کالبدی و ... گذشتگان ما می باشد، به عنوان هویتی ضروری برای ادامه حیات شهرها مطرح می شود (کیانی و دیگران، ۱۳۸۸).

### ماهیت و اهداف باز آفرینی شهری

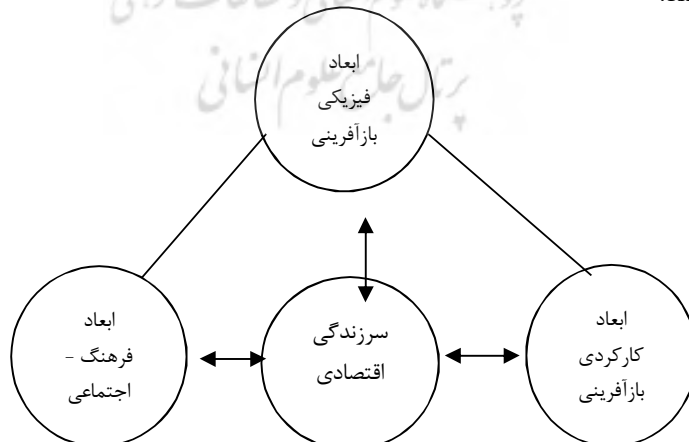
بازآفرینی شهری رویکردی است که درصدد احیا و معاصرسازی این محلات سنتی گام بر می دارد و تلاش تزریق روحی دوباره در این مناطق و فراهم آوردن شرایطی برای حضور و مشارکت همگان در فرآیند آن، از اهداف ارزشمند این رویکرد است (سجاد زاده، زلفی گل، ۱۳۹۴: ۱۴۷).

ماهیت بازآفرینی شهری را در شش مقوله مجزا می توان به طور خلاصه مطرح نمود. نخست، بازآفرینی شهری مداخله گراست. دوم، عملیات بازآفرینی شهری با فعالیت مشترک بخش های مختلف اجتماعی، عمومی و خصوصی صورت می گیرد. سوم، بازآفرینی شهری فعالیتی است که در طول زمان همراه با تحولات اقتصادی، اجتماعی، محیطی و سیاسی، تغییرات قابل ملاحظه ای در ساختارهای اداری به وجود می آورد. چهارم، بازآفرینی شهری به بسیج تلاش جمعی می پردازد و پایه ای برای مذاکرات جهت اتخاذ راه حل های مناسب ارائه می دهد. پنجم، فرایند بازآفرینی شهر مبتنی بر عملکرد عناصر مختلف سیستم شهری (اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و محیطی) است. ششم، بازآفرینی شهری، مستلزم یک پارچگی در مدیریت تغییر در نواحی شهری است (Urban Task Force, 1990: 179). بر اساس ماهیت بازآفرینی شهری، اهداف آن را می توان به شرح زیر بیان نمود:

- اهداف اقتصادی: جذب سرمایه گذاری، ایجاد اشتغال، نو شدن اقتصاد شهر، بهبود توزیع ثروت (Noon et al, 62)؛

- اهداف اجتماعی: جذب نهاد ها و سازمان های آموزشی و پژوهشی، رسیدن به ارزش ها و برتری های جامعه و گروه های مختلف اجتماعی، سازمان دهی مجدد سازو کارهای انطباق تصمیم با مردم سالاری، افزایش میزان فضای همکاری و مشارکت، توجه به تعاملات میان سازمان ها و نهاد ها و روابط درونی آنها (Lang, 2003: 12)؛
- اهداف محیطی: ارتقای محیط زیست، مبارزه با آلودگی ها؛
- اهداف کالبدی: حل مشکل فرسودگی کالبدی، گسترش امکانات سکونت در شهر و توسعه زیرساخت های محلی، ارتقای میراث معماری (در هسته های تاریخی) و گردشگری شهر.

بازآفرینی فیزیکی، بازآفرینی کارکردی و بازآفرینی اجتماعی - فرهنگی از ابعاد مختلف باز آفرینی یکپارچه هستند که بر معیار سرزندگی اقتصادی تأثیر گذار می باشند (تصویر ۲). درک این عوامل و فرایندها به منظور شکل گیری چارچوب بازآفرینی یکپارچه و تجزیه تحلیل اقدامات باز آفرینی در بافت های تاریخی ضرورت دارد. هرچند که انواع مختلف بازآفرینی (فیزیکی، کارکردی و فرهنگی - اجتماعی) به منظور معاصر سازی بافت های تاریخی لازم و مکمل یکدیگر می باشند لکن هدف اصلی از بازآفرینی بافت های تاریخی، ایجاد امکان بهره برداری اقتصادی از مکان، به گونه ای می باشد که ارزش کافی به منظور پوشش هزینه های بازآفرینی و نوسازی را ایجاد کند؛ بازگشت سرمایه را برای مالکان یا توسعه گران فراهم آورد و درآمد لازم به منظور هزینه های بلند مدت نگهداری و حفاظت از بناها و بافت های تاریخی را تأمین نماید (English Heritage, 2008). هر چند که؛ حفظ ارزش ها و برجستگی مکان تاریخی به عنوان مهم ترین اصل در بازآفرینی محیط های تاریخی همواره باید مقدم بر همه امور باشد.



نمودار شماره ۲: ابعاد مختلف بازآفرینی فضاهای شهری ماخذ: نگارندگان

جنبش جهانی حفاظت میراث تاریخی در دوره های اولیه خود در عرصه مرمت تک بناها، پاسداری از ارزش های محیط شهری و مجموعه های تاریخی، تجربه های بی شماری اندوخته است. با توجه به مطالعات انجام شده بسیاری از کارشناسان و صاحب نظران مرمت شهری بر این عقیده اند که مرمت شهری دارای ابعاد گسترده و در برگیرنده مسائل پیچیده ایست، ولی به هر صورت لازم است به هر کدام از ارزش های ابنیه شهر از قبیل ارزش تاریخی، هنری، فرهنگی و عملکردی توجه خاص مبذول داشت. بنابراین مرمت در این وادی ارجح داشتن اصل نگهداری و حفاظت و بازگرداندن تصویر و شکل بنا، اصل نگهداری و حفظ شمایل شهر را نیز عهده دار می گردد. در اینجا شهر را به شماییلی پر از اشکال پر معنی، زنده و ترکیب یافته از عناصر مختلفی که یاد آورنده مسائل عاطفی شهروندان می باشد، تشبیه می کنند که این عناصر ممکن است فرم های پیچیده محیطی یا مجموعه ای از عناصر بصری باشند که توسط سنت جا افتاده اند یا می تواند بستر بصری منظر خاصی باشد که این حجم جای خود را در آن یافته است و تاریخ شهر را تداعی می نماید. یا همچنین می توانند اشکال محیطی و بومی ساده و یا ساختمان های فاقد ارزش هنری باشند که در هم تنیده و به هم پیوسته، پیوند خورده با گذشته شهر هستند و ترکیب واحدی تشکیل می دهند که یک مجموعه خاص و پر معناست، (مجموعه عناصری از قبیل مساجد، کاروان سراها، آب انبارها، بازارچه ها، تکایا، حسینیه ها، برج ها، امامزاده ها، خانه های مسکونی) پس در صورت فقدان یا خرابی هر یک از عناصر وابسته به محیط، بازسازی آن ضروری می شود. تا به محیط شهر تاریخی مفهوم واحد زنجیره ای و ارتباط تنگاتنگ عناصر و تكدانه ها را باز گرداند. به هر حال تشخیص موارد فنی و ساختمانی و موارد قانونی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی که زمینه مناسب و بستر آماده برای مداخله مرمت شهری را فراهم آورد، ضروری است (مرادی، ۱۳۸۴).

### مفهوم گونه شناسی و معیارهای سرزندگی در حیات اقتصادی شهری

حیات و زندگی فرد در میان جمع بودن است و آنچه به یک فضا زندگی می بخشد مردم و حضور فعال و پرشور و نشاط آنها در فضاست (پاکزاد، ۱۳۸۲: ۹۸). برای دست یافتن به شهری زنده و یا سرزندگی در محیط شهر، باید مکان ها و موقعیت هایی برای ایجاد تجربه های دوست داشتنی فراهم آورد (لنارد، ۱۳۷۷: ۸۲).

چارلز لاندی (۲۰۰۰)، مفهوم سرزندگی را به گونه ای متفاوت بررسی نموده؛ او سرزندگی و زیست پذیری را مجزا تعریف کرده و با چهار رویکرد عمده و به شکل موضوعی به مساله



پرداخته است. او ۹ معیار مؤثر را برای شناسایی یک شهر سرزنده و زیست پذیر بر می شمارد: تراکم مفید افراد، تنوع، دسترسی، ایمنی و امنیت، هویت و تمایز، خلاقیت، ارتباط و تشریک مساعی، ظرفیت سازمانی و رقابت. او نسبت به افراد دیگر با دید جامع تری سرزندگی شهر را به شکل موضوعی بررسی کرده و به عمده عوامل مؤثر بر آن ها اشاره نموده است. جدول (۱) چکیده مواردی است که لاندری به آن ها اشاره نموده است:

جدول شماره ۱: انواع سرزندگی

<p>۱- سرزندگی اقتصادی: توسط سطوح اشتغال، درآمد خالص و استانداردهای زندگی مردم در یک منطقه تحت بررسی، شمار سالیانه گردشگران، عملکرد خرده فروشی، ارزش زمین و دارائی مورد ارزیابی قرار می گیرد.</p>	<p>گونه های سرزندگی</p>	<p>سرزندگی: سطوح فعالیت، استفاده و مشارکت، تعاملات، ارتباطات، مبادلات و معاملات و سطوح نمایش (چگونگی تظاهر فعالیت ها و تعاملات در جهان بیرونی)</p>
<p>۲- سرزندگی اجتماعی: به وسیله سطوح فعالیت ها و تعاملات اجتماعی به علاوه ماهیت ارتباطات اجتماعی سنجیده می شود. یک شهر سرزنده و زیست پذیر به لحاظ اجتماعی می تواند به واسطه سطوح پایین محرومیت، پیوستگی اجتماعی قوی، ارتباطات خوب و پویایی میان لایه های اجتماعی، روحیه جمعی و غرور مدنی، دامنه وسیعی از شیوه های زندگی، روابط موزون و یک جامعه شهری با طراوت توصیف گردد.</p>		
<p>۳- سرزندگی محیطی: دو جنبه را دربر می گیرد. اول پایداری اکولوژیکی که در رابطه با متغیرهایی نظیر آلودگی هوا و صوت، دفع مواد زائد و فاضلاب، انبوهی ترافیک و فضاهای سبز قرار دارد و جنبه دوم، طراحی است که متغیرهایی مانند خوانایی، حس مکان، تمایز معماری، اتصال و ارتباط بخش های مختلف شهر، کیفیت روشنایی و این که محیط شهری تا چه حد دوستانه، امن و به لحاظ روانشناسی نزدیک شدنی است را در بر می گیرد.</p>		
<p>۴- سرزندگی فرهنگی: دربرگیرنده بقاء، احترام و تجلیل از شهر و مردمانش، هویت، خاطرات، سنت، جشن های اجتماعی، تولید، توزیع و مصرف محصولات دست بشر و نشانه هایی که بیانگر ماهیت متمایز شهر می باشد است.</p>		

مأخذ: (Landry, 2000)

بر اساس مطالعات نظریه ای می توان مهم ترین کارکردهای بازار در رشد سرزندگی را در قالب نقش فیزیکی بازار، نقش فرهنگی - اجتماعی بازار، نقش مذهبی و کارکرد معنوی بازار، نقش و کارکرد اقتصادی بازار در ارتقا سرزندگی و حیات مدنی شهر عنوان نمود که در زیر به آنها پرداخته می شود:

### نقش فیزیکی بازار

بازارهای شهری از نظر نحوه شکل‌گیری به دو گروه اصلی تقسیم می‌شوند: ۱- بازارهای طراحی نشده؛ که به صورت نامنظم و بدون نقشه قبلی در مسیر توسعه خود بنا به نیازهای جامعه و مردم رشد کرده‌اند و گاه بعد از مدتی با تغییر شکل، طراحی شده و جایگزین شکل‌های قبلی شده‌اند. ۲- بازارهای طراحی شده؛ که متأثر از سبک‌های ایرانی پس از اسلام بودند، این بازارها دارای نقشه از پیش طراحی شده بودند و از اصول ویژه‌ای در شکل پیروی می‌کنند. این بازارها در پنج گروه جای دارند: تک محوری (خطی یا طولی)، بازارهای چند محوری، بازارهای صلیبی (مقاطع)، بازارهای منظومه‌ای، بازارچه (رجبی، ۱۳۸۶: ۱۲۴-۱۱۹).

عناصر کالبدی گوناگون در بازارهای کهن ایران هویتی مستقل و در عین حال وابسته به یکدیگر دارند. بازار افزون بر آن‌که مرکز تجارت شهر به شمار می‌رفت، فعالیت‌های اجتماعی، مذهبی، فرهنگی و سیاسی را نیز در خود جای داده بود. بازار در رابطه با عملکردهایش در امتداد راه‌های اصلی شهر قرار داشت و این ویژگی ارتباطی از نظر کالبدی شکل خاصی به بازارهای سنتی بود. عناصر کالبدی بازار به دو دسته قابل تفکیک بودند که خود به اجزای کوچک‌تری تقسیم می‌شدند: اول عناصر سازنده هویت تجاری بازار مانند راسته، چهارسو، تیمچه و غیره و عناصر دوم کامل‌کننده نیازهای بازار مانند مسجد، حمام و غیره (بیگلری، ۱۳۵۵: ۹). بازار به مانند مرکز شهرهای کهن ایران عملکرد داشته و چون توانمندی اقتصادی آن نیز هم در رابطه با نیازهای جامعه و مردم قرار داشت بیش از هر عنصر دیگری متکی به فعالیت‌های مردم در حوزه اقتصاد بوده است (رجبی، ۱۳۸۷: ۷۰).

### نقش فرهنگی - اجتماعی بازار

بازار به مثابه عرصه اجتماعی و فرهنگی همواره مکانی برای بخشی از فعالیت‌های انسان اجتماعی بوده است. در حقیقت، بازار از دیرباز مکانی بوده که در آن فعالیت‌های انسانی مبادله می‌شده است. نتایج فعالیت‌های انسانی، به منزله محصولات فرهنگی، هم برای برآوردن

نیازهای انسانی و هم به منظور عینیت بخشی به قابلیت های انسانی به بازار عرضه می شده است. از این رو بازار از سویی جنبه اقتصادی و از سویی دیگر ابعاد اجتماعی و فرهنگی داشته است. در عین حال بازار مکانی است که در آن تبادل فرهنگی و مبادله محصولات و ارتباطات انسانی توأما انجام می شود. به تعبیری بازار مکانی است که اقشار و طبقات و گروه های مختلف اجتماعی، قومی، نژادی و فرهنگی در ارتباط با یکدیگر قرار گرفته و به شکلی ناخودآگاه یکدیگر را تحت تأثیر قرار می دهند و باعث اشاعه عناصر و پدیده های فرهنگی از یک حوزه فرهنگی به حوزه های فرهنگی دیگر می شوند ( عسگری خانقاه، ۱۳۸۰)

### نقش مذهبی و کارکرد معنوی بازار

مذهب یکی از مؤثرترین عوامل در ساخت اجتماعی، اقتصادی و کالبدی شهرهای ایران بوده و هست. در میان عناصر مذهبی، مسجد مهم ترین عنصر مذهبی در شکل گیری شهرهاست. مسجد، به منزله سمبل هویت شهری در شهرهای اسلامی مطرح بوده و به عنوان مهم ترین مرکز دینی و اجتماعی و سیاسی در حیات شهری موجب شد که در بیش تر شهرهای بزرگ و مهم مسجد جامع در کنار مهم ترین راه درون شهری که غالباً به یک یا دو دروازه مهم شهر متصل بود و بازار در داخل آن شکل می گرفت مستقر می شود (سلطان زاده، ۱۳۷۴: ۱۸). بازار در مفهوم معماری پایگاه تلاش های مدنی و هنری و فنی جامعه است و مسجد در کنار آن باعث شده که مفهوم معماری قدرتی دو چندان پیدا کرده، به چیزی غیر از مکان داد و ستد تبدیل شود. ارتباط تنگاتنگ بازار و مسجد نمود واقعی مادیات و معنویات در کنار هم است.

### نقش و کارکرد اقتصادی بازار

بازار در جامعه شهری با اتکا به نیروی قدرتمند اقتصادی تشکل های صنفی خود همواره یکی از اصیل ترین گروه های اجتماعی فعال در عرصه سیاسی کشور بوده و هست (رجبی، ۱۳۸۶: ۶۲). ساختن بازار در نزدیک ترین فاصله با اماکن مذهبی مانند مزارها، امامزاده ها و مساجد حضور بازار را به عنوان رکن مهم اجتماعی و سنتی علاوه بر داشتن خصایص اقتصادی و طبیعی به اثبات می رساند.

بازارهای شهر اسلامی معادل محله مرکزی معاملات شهرهای بزرگ است با این تفاوت که جنبه های مالی و اعتباری بازار به خصوص بازار های خاورمیانه به دلیل فشارهای حکومتی برخلاف محله های مرکزی معاملات بر ملا و عیان نیست. همچنین روش رهبری اقتصادی و

مالی بازار نیز با آنچه در غرب به صورت سرمایه‌گذاری تولیدی مرسوم است تفاوت‌هایی دارد از آن جمله مساله استفاده از سرمایه، با بهره‌ی مالکانه و تفوق اقتصادی شهر به حومه‌های روستایی آن است. در این جدایی‌گزینی اجتماعی و اقتصادی اماکن متبرکه نیز تأثیر گذار بوده و به عقیده برخی چون مانسیون محل مساجد جامع در ایجاد اصنافی چون تسبیح فروش و شمع فروش و استقرار طلا فروش در جوار آنها نقش مهمی را ایفا می‌کند. در پشت بازارها معمولاً حاکمیت با روح گذشته بازار است، لیکن در لبه‌های بیرونی بازار تأثیر اجتماعی شگرف بافتهای مدرن را می‌توان شاهد بود (رجبی، ۱۳۸۶: ۱۶۷).

### روش‌شناسی

روش پژوهش در این مقاله از نظر هدف تحقیق تحلیلی - توصیفی، و از نظر چارچوب و طرح پژوهش کاربردی است. روش‌های گردآوری اطلاعات این تحقیق به دو شیوه اسنادی (کتابخانه‌ای) و میدانی (مشاهده، مصاحبه و پرسشنامه از طریق تکمیل حدود یکصد پرسشنامه) بصورت تصادفی در میان مراجعان و مالکان به مجموعه بازار بوده است. سوالات به صورت بسته، و مبتنی بر شاخص‌های بازآفرینی اقتصادی (اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و محیطی) بر اساس طیف لیکرت تهیه و تنظیم شده‌اند. نرم افزارهای تحلیل اطلاعات در این مقاله Expert Choice و تکنیک‌های تحلیل اطلاعات این پژوهش مبتنی بر دو تکنیک AHP و SWOT بوده است.

### جستاری بر ساختار کالبدی - فضایی بازار تاریخی قزوین

موقعیت ممتاز قزوین در محل تقاطع محورهای ارتباطی شمالی - جنوبی و شرقی - غربی کشور، در یک فرایند تاریخی به عاملی برای پویایی اقتصادی و رونق تجاری این شهر را بدل شده است. مجموعه بازار قزوین با معماری جالب و قدیمی خود، یکی از مکان‌های دیدنی شهر قزوین است.

سابقه بازار در قزوین به یک‌هزار سال می‌رسد و با گذشت زمان این بازار تا دوره صفوی رشد می‌کند و در این دوره با انتخاب قزوین به‌عنوان پایتخت ایران و پس از آن با احداث طرح‌های قابل توجهی در دوره قاجار مانند سرای سعد السلطنه در همجواری بازار به علت قرار گرفتن شهر قزوین در محور ارتباطی پایتخت به غرب و شمال ایران ارزش فوق‌العاده‌ای به آن داده می‌شود. اما مجموعه بازار کنونی به دوره صفویه نسبت داده می‌شود و قسمت اعظم

بناهای کنونی آن در دوران قاجار ساخته شده است. "معماری بازار قزوین در زمان صفوی شکل گرفته و معماری بازارهای اصفهان، شیراز نیز به همان دوره بر می‌گردد، این بازار در طول ۹ قرن یک جابجایی از جنوب به شمال داشته بطوری که در این جابه جایی مسجد جامع کاملاً از بافت بازار جدا شده‌است و هم اکنون ارتباطی بین بازار و مسجد جامع مشاهده نمی‌شود. بزرگترین مجموعه تجاری در داخل شهر که علاوه بر مرکزیت اقتصادی از جنبه کالبدی نیز از ارزش فراوانی برخوردار است، مجموعه بازار است. این مجموعه در کنار مراکز فرهنگی و مذهبی چون مساجد و مدارس و مراکز خدماتی چون آب انبارها و گرمابه‌ها، کلیتی منسجم و همگن را پدید آورده است که شاید در نوع خود، اگر نگوئیم بی نظیر، کم نظیر است. توصیفات «ناصر خسرو» از رونق و گستردگی بازار قزوین دوره سلجوقی و ستایشات حیرت آور «شاردن» از بازار عهد صفوی و فراوانی تیمچه‌ها و سراهای آن مؤید این امر است. نظر به مجاورت مجموعه بازار - که در جنبه‌های کالبدی، اقتصادی و اجتماعی از ارزش فراوانی برخوردار است - با عناصر مهمی نظیر «مسجد النبی» و نزدیکی به مرکز شهر و مجموعه «باغ فرهنگی» می‌تواند مرکزیتی قوی در استخوان بندی فضاهای شهری ایجاد نماید. امری که اجرای آن منوط به احیا و بازسازی برخی از سراها می‌باشد که امروزه به صورت بلااستفاده درآمده یا به پارکینگ وسائل نقلیه تبدیل شده‌اند. علیرغم آنکه بخشی از مجموعه بازار قزوین - که از جنبه کالبدی و معماری ارزش قابل توجهی دارد - تخریب شده، اما تعدد فضاهای تجاری، تیمچه‌ها، سراها و کاروان سراهای باقیمانده شایان توجه بسیاری است. برخی از این فضاها به شرح زیر است:

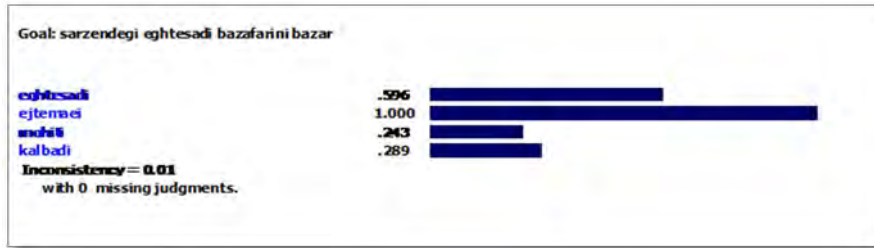
- **مجموعه سعد السلطنه:** سرای سعد السلطنه یکی از کاروان سراهای درون شهری دوره قاجاریه است که به عنوان یک سرای بازرگانی در محدوده بافت تاریخی فرهنگی قزوین واقع شده است. این سرا که در خیابان امام خمینی قرار دارد، یکی از وسیع‌ترین و کامل‌ترین سراهای ایران است. بزرگترین کاروان سرای سرپوشیده و مرکز تجاری داخل شهری در ایران با وسعتی افزون بر ۲/۶ هکتار توسط باقرخان سعد السلطنه فرماندار قزوین در اواخر دوره سلطنت ناصرالدین شاه قاجار ساخته شده و از سراهای بهم پیوسته تشکیل گردیده و معماری کم نظیر و قابل ستایشی را به نمایش می‌گذارد. معماری مکتب قزوین که در صورتی بسیار زیبا و ماندگار در فضاهای تجاری در محل تقاطع محورهای عمود بر هم بازار بکار گرفته شده است به همراه یک گنبد بزرگ و چهار نیم گنبد این مجموعه زیبا را تکمیل می‌کند.

- **قیصریه:** بازار نسبتاً بزرگی است که از شرق به غرب در شمال مسجدالنبی گسترده شده و دارای چهار درب است. در شرقی به سرای وزیر و در غربی به چهار سوق باز می شود. دو تیمچه دو طبقه سرپوشیده و سرباز نیز در شمال و جنوب قیصریه قرار دارند که به وسیله دو در به قیصریه مرتبط می شوند. مجموعه این فضاها یکی از ارزشمندترین آثار معماری دوره صفوی را تشکیل داده است. در سال های اخیر، مجموعه های جدیدی همچون «بازار سعادت» در محدوده بلافصل بازار ساخته شده اند که با توجه به عدم هماهنگی کالبدی در ساختار آنها و بازار قدیمی، لطمه فراوانی به ویژگی های بصری مجموعه بازار وارد شده است.
- **مسجد النبی:** عملکرد مسجد النبی به عنوان فضای شهری علاوه بر جلوخان وسیع شمالی آن، در ایجاد ارتباط میان بازار و محلات قدیمی شهر تعریف می شود. بدین لحاظ حیاط مسجد، واجد نوعی ارزش فضایی خواهد بود که آن را به عنوان حلقه اتصالی میان معابر اطراف مطرح می نماید. از آنجا که مراسم مذهبی نظیر اقامه نماز جمعه در این مسجد صورت می پذیرد، ضروری است در برنامه ریزی های آینده شهر تبعات ناشی از چنین امری لحاظ شود. کمبود فضای سرپوشیده مسجد و صدمات ناشی از اصلاحات به بنای قدیمی و همچنین اختلال در نظام آمد و شد در مرکز شهر از جمله مواردی است که در این مکان به چشم می خورد. محدودیت های فضایی این مسجد اختصاص فضایی برای احداث مصلا در شهر قزوین را ضروری می نماید. در مجموع می توان گفت، مسجد النبی به عنوان یکی از زیباترین و وسیع ترین مساجد ایران، در شرایطی که مجموعه بازار را در غرب و محوطه باغ فرهنگی را در شرق خود دارد، می تواند نقطه عطفی در ساختار فضایی شهر بوده و گردشگران بسیاری را به خود جذب نماید (طرح جامع شهر در طرح احیاء و مرمت بازار قزوین، ۱۳۷۹).
- **ورودی جنوبی بازار:** اگر از سر در عالی قاپو و ابتدای خیابان سپه به سمت غرب حرکت کنیم، بلوار عریضی پیش روی ما قرار دارد که در حدود دهه ۴۰ احداث شده است. این «خیابان کوروش» معروف بوده و امروزه پس از تغییر نام به عنوان «خیابان شهید انصاری» شناخته می شود. پیش از رسیدن به تقاطع خیابان مولوی (و امتداد در دست احداث خیابان شهید انصاری) در شمال محور با فاصله اندکی «مجموعه بازار» قرار دارد. حد فاصل این خیابان تا «مجموعه بازار» را محوطه بازی تشکیل می دهد که در گذشته محل یکی از سراهای مهم بازار «سرای حاج چروک» بوده و هم اکنون مخروبه شده و به عنوان پارکینگ

مورد استفاده قرار می‌گیرد. ظاهر محل اگرچه نازیباست اما دورنمای مناسبی از گنبد‌های بازار و دیگر بناهای اطراف در اختیار بیننده قرار می‌دهد. این محل با توجه به دسترسی‌های مناسبی که از خیابان شهید انصاری دارد، می‌تواند به عنوان ورودی جنوبی بازار - مجموعه ای مشتمل بر پارکینگ و کاربری‌های تجاری - مطرح گردد. بدنه این مجموعه در صورتی که به کاربری‌های مناسب تجاری اختصاص یابد، می‌تواند در سیمای عمومی محور شهید انصاری و مولوی نیز نقش مهمی داشته باشد (مشاهدات میدانی پژوهشگران، ۱۳۹۳). یکی از عمده‌ترین مشکلات بازارهای قدیمی نبود دسترسی‌های مناسب سواره است که گاه به انزوای بازار می‌انجامد. مجموعه بازار شهر قزوین نیز از این قاعده مستثنا نبوده و بهره‌گیری از فضای یاد شده به عنوان حلقه اتصال بافت قدیم بازار با شبکه شریان‌های دسترسی شهر می‌تواند در ارتقای کیفیت محیطی و کالبدی مجموعه بازار نقش مهمی را ایفا نماید.

## آسیب‌شناسی ضعف سرزندگی اقتصادی در بازار تاریخی قزوین از منظر استفاده‌کنندگان از فضا

آنگونه که گذشت مجموعه بازار شهر تاریخی قزوین، از گذشته تا کنون استخوان بندی شهر و هسته اصلی گسترش شهر بوده است. روندهای جدید شهرنشینی در سده جاری، عملکردها و در نتیجه کالبد بازار تاریخی قزوین را تحت تأثیر قرار داده و علی‌رغم جاری بودن حیات در مجموعه این بازار، مجموعه فوق با تهدیدهایی همچون فرسودگی چه در بعد کالبدی و چه در بعد کارکردی مواجه است. در پی یافتن روندها، زمینه‌ها و علل فرسودگی در این بازار و جستجوی دلایل عدم سرزندگی در وضعیت پویایی اقتصادی بازار از طریق طراحی سولاتی مبتنی بر سنجش بازآفرینی اقتصادی طرح و بصورت تصادفی در بین مراجعان و استفاده‌کنندگان از مجموعه بازار تاریخی قزوین توزیع گردید. در این مرحله با استفاده از مدل AHP معیارها را وزن دهی نموده و وزن هر معیار را به دست می‌آوریم، برای این کار و به منظور تعیین اهمیت معیارها نسبت به یکدیگر از جدول «توماس ساعتی» استفاده شده است. همچنین برای سهولت در انجام محاسبات از نرم افزار Expert Choice استفاده شده است. به لحاظ وزنی، اهداف اجتماعی در بازآفرینی بازار مقدار بیش تری دارد و این موضوع را می‌رساند که بر اساس سوالهای پرسیده شده، باید به اهداف اجتماعی توجه بیش تری داشت. کم‌ترین وزن موجود در این نمودار، اهداف محیطی است.



نمودار شماره ۳: نمودار معیار بازار قزوین در AHP  
ماخذ: محاسبات نگارندگان

جدول شماره ۳: نمودار تحلیل سلسله مراتبی از شاخص های بازآفرینی در بازار قزوین

هدف	موضوع	وزن نسبی	عوامل	وزن نسبی	عوامل فرعی	وزن نسبی	وزن عوامل فرعی نسبت به موضوع
سرزندگی اقتصادی بازآفرینی بازار قزوین	اقتصادی	۰/۲۸۰	فصلی بودن رونق بازار	۰/۴۰۰	باز آفرینی فیزیکی	۰/۱۳۶	بازآفرینی فیزیکی = ۰/۳۳۶
					باز آفرینی فرهنگی - اجتماعی	۰/۲۳۸	
			درآمد بازاریان	۰/۴۰۰	باز آفرینی کارکردی	۰/۶۲۵	بازآفرینی فرهنگی - اجتماعی = ۰/۲۳۲
					باز آفرینی فرهنگی - اجتماعی	۰/۲۸۱	
	تفاوت مالیات بازاریان	۰/۲۰۰	باز آفرینی کارکردی	۰/۲۵۵	بازآفرینی اجتماعی = ۰/۴۳۲		
			باز آفرینی فرهنگی - اجتماعی	۰/۳۷۹			
	عملکرد دولت و اصناف	۰/۴۷۰	۰/۷۵۰	باز آفرینی فیزیکی	۰/۳۳۳	بازآفرینی فیزیکی = ۰/۳۳۳	
				باز آفرینی فرهنگی - اجتماعی	۰/۳۳۳		



۰/۳۰۴	۰/۳۳۳	باز آفرینی کارکردی		برای			
باز آفرینی				بهبود بازار			
فرهنگی -	۰/۱۶۳	باز آفرینی فیزیکی	۰/۲۵۰	دسترسی			
اجتماعی	۰/۲۹۷	باز آفرینی فرهنگی -		بازار			
۰/۳۲۷ =		اجتماعی					
باز آفرینی	۰/۵۴۰	باز آفرینی کارکردی					
کارکردی =							
۰/۳۶۹							
	۰/۱۶۳	باز آفرینی فیزیکی	۰/۱۶۳	رونق			
	۰/۲۴۵	باز آفرینی فرهنگی -		کسب با			
		اجتماعی		مساجد			
باز آفرینی	۰/۰۶۵	باز آفرینی کارکردی		پیرامونی	۰/۱۱۴	محیطی	
فیزیکی =							
۰/۳۳۱	۰/۳۵۹	باز آفرینی فیزیکی	۰/۵۴۰	نیاز به			
باز آفرینی	۰/۵۱۷	باز آفرینی فرهنگی -		مراکز			
فرهنگی -		اجتماعی		تجاری			
اجتماعی =	۰/۱۲۴	باز آفرینی کارکردی		دیگر			
۰/۴۳۷							
باز آفرینی	۰/۱۴۹	باز آفرینی فیزیکی	۰/۲۹۷	امکانات و			
کارکردی =	۰/۳۷۶	باز آفرینی فرهنگی -		خدمات			
۰/۲۳۲		اجتماعی					
	۰/۴۷۴	باز آفرینی کارکردی					
	۰/۱۱۴	باز آفرینی فیزیکی	۰/۱۱۴	شناخت			
	۰/۱۲۲	باز آفرینی فرهنگی -		به شکل و			
		اجتماعی		راسته	۰/۱۳۶	کالبدی	
باز آفرینی	۰/۲۳۰	باز آفرینی کارکردی					
فیزیکی =	۰/۴۰۰	باز آفرینی فیزیکی	۰/۶۴۴	امنیت و			
۰/۳۷۰	۰/۲۰۰	باز آفرینی فرهنگی -		استقامت			
باز آفرینی		اجتماعی		کالبد			
فرهنگی -	۰/۴۰۰	باز آفرینی کارکردی					

اجتماعی = ۰/۱۹۸ بازآفرینی کارکردی = ۰/۴۳۲	۰/۱۰۱	باز آفرینی فیزیکی	۰/۲۴۲	استقرار کنار اماکن تاریخی و مذهبی		
	۰/۲۲۶	باز آفرینی فرهنگی - اجتماعی				
	۰/۶۷۴	باز آفرینی کارکردی				

ماخذ: محاسبات نگارندگان

### ارزیابی ضعف سرزندگی اقتصادی در بازار تاریخی قزوین به روش AHP

جدول شماره (۳) به معرفی داده ها در AHP پرداخته است در این جدول، هدف اصلی، بررسی سرزندگی اقتصادی بازآفرینی بازار قزوین است. معیارها که همان اهداف بازآفرینی می باشند به عنوان موضوع، و زیر معیارها که سوالات موجود در پرسشنامه می باشند با عنوان عوامل آورده شده اند، و سه بازآفرینی فیزیکی، فرهنگی - اجتماعی و کارکردی با عنوان عوامل فرعی معرفی شده اند.

نتایج بررسی به کمک تحلیل سلسله مراتب (AHP) نشان می دهد در اهداف اقتصادی، بازآفرینی کارکردی از وزن بیش تری برخوردار است، که بر این نوع بازآفرینی در راستای اهداف اجتماعی تأکید دارد. در موضوع دوم یعنی اهداف اجتماعی، وزن بازآفرینی کارکردی بیش تر از سایر بازآفرینی هاست که برای رسیدن به اهداف اجتماعی بازار باید به کارکرد آن توجه شود. موضوع سوم در این تحلیل، اهداف محیطی است، که اطلاعات داخل جدول بازآفرینی فرهنگی - اجتماعی را به عنوان گزینه برتر انتخاب کرده است. در اهداف کالبدی، بازآفرینی کارکردی با وزنی بالاتر از دیگر بازآفرینی ها انتخاب شده است. به طور کلی می توان از یافته های این جدول، نتیجه گرفت که بازآفرینی کارکردی برای رسیدن به سرزندگی اقتصادی گزینه بهتری است. نمودار شماره (۴) نتیجه ی نهایی پردازش نرم افزار رانمایش می دهد که بیان کننده وزن حاصل از مقایسه بازآفرینی هاست، و باز آفرینی ای را که موجب سرزندگی اقتصادی در بازار قزوین خواهد شد، از بین سه گزینه بازآفرینی فیزیکی، فرهنگی - اجتماعی و کارکردی، بازآفرینی کارکردی انتخاب می کند.



نمودار شماره ۴: گزینه های بازآفرینی در تحلیل AHP  
 مأخذ: محاسبات نگارندگان

### ارزیابی پویایی و درجه سرزندگی اقتصادی در بازار تاریخی قزوین به روش SWOT

مدل SWOT (قوت، ضعف، فرصت و تهدید)، مدلی از سری مدل های تصمیم گیری است که در جهت تعیین استراتژی و راهبرد بلند مدت یا کوتاه مدت و ایجاد تصمیمات بزرگ و کلیدی در باب مسائل و موضوعات مختلف، طراحی شده است. در جدول شماره (۴)، ابتدا در جهت تعیین پتانسیل و ظرفیت موضوع، عوامل درونی و بیرونی موثر بر بازار را بررسی کرده و سپس با استفاده از این نتایج، راهبردهایی در جهت ایجاد تصمیمات و پیش بینی ها و راهکارهایی برای بهبود آن تعیین می گردد:

جدول شماره ۴: تحلیل سوات از زمینه های بازآفرینی اقتصادی بازار تاریخی قزوین

نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدات در مسیر بازآفرینی اقتصادی بازار تاریخی قزوین	
<p><b>S1:</b> مجموعه بازار مهم ترین تأمین کننده کالا و خدمات منطقه ای و شهری</p> <p><b>S2:</b> وجود مسجد النبی با دروازه های در چهار جهت اربعه در مرکزیت مجموعه بازار برای برقراری ارتباط میان راسته ها</p> <p><b>S3:</b> همبستگی اقتصادی، فرهنگی و تشریک مساعی بالای اصناف مختلف محدوده بازار</p> <p><b>S4:</b> ورودی های متعدد بازار قزوین که دسترسی به بعضی از اصناف را آسان تر کرده است.</p> <p><b>S5:</b> چیدمان راسته های اصناف با نظم خاص و برنامه ریزی شده</p> <p><b>S6:</b> نقش بازار و سبزه میدان بعنوان مرکزیت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و تاریخی شهر</p>	قوت (Strength)

<p><b>W1:</b> بی توجهی به بعضی از مکان های تاریخی اطراف بازار و حتی تعدادی از این مکان ها مخروبه و از بین رفته اند.</p> <p><b>W2:</b> تردد سخت مراجعین به دلیل عرض کم خیابان ها و پیاده روها در محدوده اطراف بازار</p> <p><b>W3:</b> عدم رعایت بهداشت محیط در بسیاری از راسته ها مانند راسته علاف ها که مختص راسته مواد غذایی است</p> <p><b>W4:</b> نبود کارگاههای تولیدی در راسته ها و اصناف، بیش تر اصناف صرفاً برای فروش می باشند.</p> <p><b>W5:</b> حمل کالا در راسته ها به صورت دستی و چرخها که تردد را در بسیاری از راسته ها با مشکل روبرو ساخته است.</p> <p><b>W6:</b> نابودی تدریجی برخی حِرَف راسته ها، مثل راسته مسگران و راسته علاف ها</p> <p><b>W7:</b> تعداد زیاد فروشندگان قدیمی و مسن که به رونق بازار و مغازه های خود اهمیتی نداده اند.</p> <p><b>W8:</b> کم بودن جمعیت جوان بعنوان جمعیت فعال محدوده حتی در کسب و کار</p> <p><b>W9:</b> تبدیل بسیاری از مغازه ها به انبارها</p> <p><b>W10:</b> ورود خودروها به داخل بعضی از ورودی ها و راسته ها</p> <p><b>W11:</b> گرایش افراد ساکن در اطراف بازار به سکونت در خارج از محدوده.</p> <p><b>W12:</b> عدم شناخت و آگاهی ساکنان محدوده از ارزش های فرهنگی تاریخی آن</p>	<p>ضعف (Weakness)</p>
<p><b>O1:</b> بازار، با مکان های تاریخی و فرهنگی بسیاری احاطه شده است و به لحاظ گردشگری مکانی بس دیدنی است.</p> <p><b>O2:</b> به دلیل مختلف شدن بخشی از حرکت های اصلی بازار، برخی از ورودی های آن اهمیتی بیش از دیگر ورودی ها یافته اند. مثلاً ورودی جنوبی بازار بیش تر به عمده فروشی تخصیص یافته و انواع تجمع صنفی در آن به چشم می خورد.</p> <p><b>O3:</b> مرکزیت بازار در شهر و منتهی شدن اغلب مسیرهای حمل و نقل عمومی شهر به هسته مرکزی بازار</p>	<p>فرصت (Opportunity)</p>
<p><b>T1:</b> احداث مغازه های جدید خیابانی در جوار بازار و همچنین پاساژها و</p>	<p>تهدید</p>

(Threat)	<p>ساختمان های تجاری جدید در خیابان</p> <p><b>T2:</b> مکان های تاریخی بازسازی شده برای عموم آزاد نمی باشند و گردشگران و بازدید کنندگان به جز عید نوروز برای مشاهده مکان ها باید با شهرداری هماهنگی لازم را داشته باشند.</p> <p><b>T3:</b> نبود پارکینگ و استفاده کاروان سرای تاریخی بازار به عنوان پارکینگ</p> <p><b>T4:</b> انتخاب مراکز خرید دیگر به جای بازار توسط مراجعین</p> <p><b>T5:</b> تراکم جمعیتی بسیار پایین در محدوده بازار درحالی که لبه های محدوده دارای تراکم جمعیتی بسیار بالا می باشد.</p> <p><b>T6:</b> بی توجهی به کالبد به دلیل میزان بالای مهاجر پذیری در آن</p> <p><b>T7:</b> وجود مشاغل کاذب و سد معبر در راسته ها</p> <p><b>T8:</b> بی توجهی به تأسیسات و تجهیزات زیربنایی</p> <p><b>T9:</b> بی توجهی به کف پوش ها و غیر یکنواختی در سطح زمین</p>
----------	--

ماخذ: محاسبات نگارندگان

بر اساس شناخت مبتنی نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدات در این قسمت نهایی راهبردهایی را با چهار رویکرد تهاجمی، انطباقی، اقتصادی و دفاعی و به شرح جدول زیر تنظیم گردید.

جدول ۵: ارائه راهبردها و راهکارها در بازآفرینی بازار قزوین با استفاده از مدل SWOT

ضعف (W)	قوت (S)	SWOT
<p>راهبرد انطباقی</p> <p>کاستن از ضعفها، حداکثر استفاده از فرصت های موجود.</p> <p>(WO)</p> <p><math>W_1O_1</math>: بازسازی و احیای دوباره بافت های اطراف بازار می تواند رونق گردشگری را این منطقه و شهر قزوین افزایش دهد که این امر نیازمند تلاش دست اندرکاران و مسئولان مربوطه می باشد.</p> <p><math>W_8O_2</math>: با وجود مکان های تاریخی و فرهنگی بازار و اطراف آن که اهمیت گردشگری را در این مکان ها افزایش داده</p>	<p>راهبرد تهاجمی</p> <p>استفاده از نقاط قوت سیستم جهت نیل به فرصت.</p> <p>(SO)</p> <p><math>S_3O_2</math>: وجود همبستگی بین اصناف می تواند راسته ها و ورودی ها را به رونق اقتصادی برساند و از رکود در این زمینه جلوگیری به عمل آورد تا بتواند به این موجب کارکرد بازار حفظ گردد.</p> <p><math>S_1O_3</math>: اهمیت به خدمات منطقه ای می تواند بازار را برای همه اقشار سهل و قابل دسترس نماید.</p>	<p>فرصت</p> <p>(O)</p>

<p>است می توان قشر جوان را به فعالیت در این محدوده واداشت که وجود این قشر می تواند باعث رونق کسب و کار و درآمد اقتصادی بازار و محدوده شود.</p> <p><math>W_1O_1</math>: گسترش و اهمیت گردشگری در بافت می تواند باعث حفظ جمعیت و جلوگیری از خروج افراد ساکن از محدوده شود.</p>	<p><math>S_6O_1</math>: نقش بازار به عنوان محلی برای تعاملات اجتماعی می تواند اهمیت گردشگری در شهر قزوین را دو چندان کند و حتی باعث افزایش اقتصاد ناشی از گردشگر در شهر شود.</p> <p><math>S_4O_3</math>: از آنجا که ورودی های متعدد بازار به خیابان های اطراف منتهی می گردد می تواند نقش مهمی را برای تامین معاش منطقه و حتی شهر ایفا نماید.</p>	
<p>راهبرد دفاعی</p> <p>کاستن از نقاط ضعف سیستم برای جلوگیری از تهدیدها.</p> <p>(WT)</p> <p>به منظور ارائه راهبردها برای کاهش ضعف های بازار به نوعی که بتوان تهدیدهای ناشی از آن را از بین برد توجه مسؤلین، چه شهرداری و چه سازمان میراث فرهنگی و نوسازی بهسازی را در این مورد جلب نمود و همچنین مشارکت شهروندان و اصناف نیز راهگشا می باشد. گرچه نگرانی های اصناف و کسبه حاکی از کم توجهی مسؤلین به بافت است که این امر موجب ترک اصناف از محدوده و کاهش رونق اقتصادی بازار شده است.</p>	<p>راهبرد اقتضایی</p> <p>بهره گیری از نقاط قوت سیستم برای مقابله با تهدیدات.</p> <p>(ST)</p> <p><math>S_6t_2</math>: پررنگ کردن تعاملات اجتماعی و همچنین گردشگری اهمیت بارزی در ایفای در نقش باز در اجرا می کند که خود می تواند باعث ایجاد رونق مکانهای تاریخی بازسازی شده در محدوده شود. چراکه این مار علاوه بر رونق در اقتصاد می تواند از جایگاه اجتماعی و فرهنگی ویژه ای ایفا نماید.</p> <p><math>S_3t_7</math>: با ایجاد هماهنگی بین اصناف و قشرهای مختلفی که از بازار استفاده می کند می تواند باعث جمع آوری مشاغل کاذب و جلوگیری از سد معبر آنها و ازدحام و شلوغی بی مورد در بازار شود.</p> <p><math>S_6t_4</math>: با معرفی بازار به عنوان یک مکان اجتماعی همگانی و رونق آن در همه جهات می توان از ایجاد مراکز خرید بیهوده جلوگیری کرد.</p>	<p>تهدید (T)</p>

مأخذ: محاسبات نگارندگان

## نتیجه گیری

بافت های تاریخی از دیرباز، بازگو کننده هویت شهر بوده و هستند. با گذشت زمان این بافت ها برای برپا نگه داشتن ارزش های خود نیاز به نوسازی و بازآفرینی خواهند داشت. شهر قزوین در حوزه های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، هنری و تاریخی دارای کارکرد منطقه ای می باشد. بازار از عناصر شهری می باشد که علاوه بر بیان هویت شهری، تعامل و روابط متقابلی بین ساختار و فضای شهر ایجاد می کند. محدوده ی بازار قزوین در فضایی واقع شده است که دارای بافت تاریخی زیاد و متنوعی می باشد. این محدوده به نوبه خود مکانی کم نظیر است که به لحاظ گردشگری می تواند منبع اقتصادی پر درآمدی محسوب شود. همان طور که هر بنا و بافت تاریخی ای نیاز به بازآفرینی دارد بازار قزوین نیز از این موضوع مستثنی نیست. بازار در صورتی می تواند که یک محیط سرزنده به لحاظ اقتصادی باشد که بتواند از سه حوزه فیزیکی، فرهنگی - اجتماعی و کارکردی، بازآفرینی شود. در این مقاله با نتایج به دست آمده مشخص شد که بازار قزوین به دلیل کم توجهی، به سمت از میان رفتن سرزندگی اقتصادی افول می کند. با ارائه تحلیل ها این نتیجه حاصل شد که بازار نیاز به بازآفرینی کارکردی دارد. تخریب بافتها، تعطیلی مغازه ها، تغییر کارکرد بافت ها، تغییر پیشه وری های سنتی، استفاده اقشار خاصی از محیط، وجود مراکز تجاری جدید، رکود اقتصادی اصناف، تبدیل مغازه ها به انبارها و کلی فروشی ها، به خوبی گویای این مطلب است و در صورتی که بازآفرینی کارکردی در بازار صورت نگیرد به تعطیلی آن و حتی نابودی هویت فرهنگی جامعه شهری خواهد انجامید. اینها، در مجموع به کمرنگ شدن اهمیت اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی بافت تاریخی و محله های قدیمی، به خصوص بازار، دامن خواهد زد. بدین ترتیب بازار کارکرد خود را از دست خواهد داد. در پی تحلیل ها، راهبرد هایی برای بازار قزوین اتخاذ شد که از این موارد ارتقاء بافت از طریق بازآفرینی برای رونق گردشگری و اقتصادی، همبستگی میان اصناف و قرارگیری آنها در راسته های مناسب، ایجاد دسترسی مناسب مراجعین نسبت به ورودی ها، همکاری و همیاری اصناف و کسبه، رواج پیشه وری های سنتی و پرکاربرد، نگاه داشتن بافت ها به عنوان عملکردی تاریخی، جلوگیری از ورود وسایط نقلیه موتوری راهبردهایی هستند که می تواند با کارکرد درست بازار موجب سرزندگی اقتصادی شود و محیط پر رونقی برای یک شهر ایجاد کند.

## منابع و مآخذ

- ۱- ارجمندنیاء، ا. ۱۳۸۲. احیای اقتصادی بافت قدیم شهری - دستاوردهای دو تجربه. فصلنامه هفت شهر. سال چهارم. شماره چهاردهم.
- ۲- بیگلری، ا. ۱۳۵۵. بازارهای ایرانی، مجله هنر و مردم. شماره ۱۶۲.
- ۳- پاکزاد، ج. ۱۳۸۲. معیارهای کیفی سنجش فضا، فصلنامه آبادی، شماره ۳۹.
- ۴- حبیبی، س. م. مقصودی، م. ۱۳۸۱. مرمت شهری. انتشارات دانشگاه تهران. تهران.
- ۵- ..... ک. ۱۳۸۶. بهسازی و نوسازی بافتهای کهن شهری. انتخاب، تهران.
- ۶- رجبی، آ. ۱۳۸۶. ریخت شناسی بازار. انتشارات آگاه، تهران.
- ۷- ..... ۱۳۸۷. ریخت شناسی بازار. انتشارات آگاه. تهران.
- ۸- رضوانی، س. ۱۳۶۷. بینش اسلامی و جغرافیای شهری. مجله تحقیقات جغرافیایی. شماره ۴.
- ۹- رهبان، صلاح الدین. ۱۳۸۸. تحلیل اجتماعی-اقتصادی بافتهای فرسوده جهت ساماندهی آنها (نمونه مورد مطالعه سقز). پایان نامه کارشناسی ارشد برنامه ریزی شهری، دانشگاه پیام نور ساری. ۲۴۹.
- ۱۰- سرایی، م. ج. ۱۳۸۹. بازار یزد. پیدایش، پوییش و کارکردهای آن. پایان نامه کارشناسی ارشد طراحی شهری. دانشگاه شهید بهشتی. ۲۸۱.
- ۱۱- سجاد زاده، ح.، زلفی گل، س. ۱۳۹۴. طراحی شهری در بازآفرینی محلات سنتی با رویکرد محرک توسعه نمونه موردی: محله کلبا همدان. فصلنامه آمایش محیط، شماره ۳۱. صص ۱۴۷-۱۷۱.
- ۱۲- سلطان زاده، ح. ۱۳۷۴. نائین شهر هزاره های تاریخ. دفتر پژوهش های فرهنگی تهران.
- ۱۳- شیخ زین الدین، ح. ۱۳۸۱. محورهای پژوهش بازار با رویکرد به آینده. مجله هفت شهر. شماره ۱۱.
- ۱۴- طرح جامع شهر در طرح احیاء و مرمت بازار قزوین، ۱۳۷۹.
- ۱۵- عندلیب، ع. ر.، بیات، ا.، رسولی، ل. ۱۳۹۲. مقایسه و تطبیق بازآفرینی بافت های فرسوده شهری بلوک خیام تهران (ایران) و پروژه لیورپول (بریتانیا). فصلنامه آمایش و محیط (۲۳) ۶. ۷۹-۱۰۴.
- ۱۶- عسکری خانقاه، ا. ۱۳۸۰. تأملی در مردم شناسی فرهنگی بازار و مسکن شهر قزوین (با توجه به مرمت بناهای قدیمی). نامه علوم اجتماعی، شماره ۱۷.



- ۱۷- کیانی، ا.، سالاری سردری، ف.، افراسیابی راد. ۱۳۸۸. بررسی هویت بخشی شهر فیروز آباد در بهسازی و نوسازی بافت شهر گور با استفاده از تکنیک SWOT. فصلنامه آمایش محیط، صص ۱۳۸-۱۲۰.
- ۱۸- لنارد کروهرست، س. لنارد کروهرست. ه. ۱۳۷۷. طراحی فضای شهری و زندگی اجتماعی. معماری و شهرسازی. شماره ۴۴ و ۴۵. تهران.
- ۱۹- معتضد، خ. ۱۳۶۶. حاج امین الضراب و تاریخ تجارب و سرمایه گذاری صنعتی در ایران. چاپ اول. بهمن.
- ۲۰- محمد مرادی، ا. ۱۳۷۹. طرح جامع شهر در طرح احیاء و مرمت بازار قزوین ( گزارش مرحله اول).
- ۲۱- مرادی، م. ۱۳۸۴. مرمت و احیای ساختمانهای قدیمی به عنوان گامی در جهت حفاظت و مرمت شهرتاریخی. مجله بین المللی علوم مهندسی دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران.
- ۲۲- موحدی، ع. ۱۳۸۹. احیای بازارهای تاریخی، هویت بخشی به فضای کالبدی شهر: مطالعه موردی بازار شهر زواره. همایش علمی منطقه ای معماری کویر. دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردستان.
- ۲۳- ودیعی، ک. ۱۳۵۱. بازار در بافت نوین شهری. مجله یغما. جلد ۲۵. شماره ۲۸۳. صص ۱۹-۹.
- 24- Bobek, H. 1959. Die Hauptstufen der Gesellschafts-und Wirtschaftsentfaltung, in Geographischer Sicht.
- 25- Batey, P. 2000. Urban Regeneration in Britain: Progress. Principles and Prospects. International Symposium on Regeneration of City Down Town.
- 26- English Heritage .2008. Conservation Principles: Policies and Guidance for the Sustainable Management of the Historic Environment. English Heritage.London.
- 27- Lapidus, Ira Marvin. 1967. Muslim Cities in the Later Middle Ages. Cambridge/ Mass.
- 28- Landry, Charles. 2000. Urban Vitality: A New Source of Urban Competitiveness. Prince Claus Fund Journal. ARCHIS issue .Urban Vitality/Urban Heroes.
- 29- Lang, T. 2005. Insights in the British Debate about Urban Decline and Urban Regeneration. Working Paper. Erkner. Leibniz-Institute for Regional Development and Structural Planning.

- 30-Noon, A. & et al .2000. Economic Regeneration and Funding, in: Roberts. Peter. Sykes. Hugh (eds.): Urban Regeneration. A Handbook. London.
- 31-Rada, Deborah.1999. Transformational Leadership and Urban Renewal. Journal of leadership studies. center for graduate studies.
- 32-Urban Task Force.1990. Toward an Urban Renaissance. A Report of Urban Task Force 1990.UK.

