

بیت شهر

در این مقاله می‌کوشیم تا براساس اطلاعات موجود و پاره‌ای مشاهدات عملی گمانه‌هایی را دربارهٔ تحولات مرکز شهر تهران طی دو دههٔ اخیر از منظر جایگاه بازار در فعالیت‌های تجاری شهر و اجتماع محلی پیرامون آن در بافت مسکونی تهران مورد بررسی قرار دهیم. نگرش و سیاست‌های اعمال شده در قالب دو طرح جامع شهر تهران (۱۳۴۷ و ۱۳۷۰) که موضوع جابجایی مرکز شهر را بی‌توجه به الزامات اقتصادی - اجتماعی آن در دستور کار خود قرار دادند، علیرغم عدم توفیق این طرح‌ها در خلق یک مرکزیت جدید تجاری در تهران، موضوع در خور توجهی است، زیرا تداوم و عملکرد این ذهنیت و شرایط اجتماعی محرک آن همچنان در تشدید روند اضمحلال مرکز قدیم تهران مؤثر خواهد بود.

افول مرکز شهر، خالی شدن آن از جمعیت در بسیاری از شهرهای بزرگ دنیا در مراحل از رشد و توسعهٔ آنها روی داده است. علت این واقعه وجود زمین ارزانتر و تسهیلات رفاهی برای سکونت در بیرون محدوده متراکم مرکز شهر است که با اتکاء به تولید انبوه و ارزان اتومبیل پس از جنگ دوم جهانی و شبکه رو به رشد بزرگراه‌ها و نظام حمل و نقل سریع شهری، در دسترس و مورد

توجه سازندگان و خریداران مسکن برای طبقه متوسط شهری قرار گرفت. در حالی که طی این دوره مرکز شهر در بسیاری از شهرهای اروپایی و آمریکایی، جمعیت خود، به ویژه ساکنان متوسط و پردرآمد را از دست داده، از نظر تنوع عملکردهای اقتصادی و خدماتی و تمرکز سرمایه کم و بیش رو به رشد بوده است. اگرچه متناسب با روندهای اقتصادی حاکم دوره‌های متفاوت رونق و رکود را پشت سر گذاشته است.^۱

بازار یا مرکز قدیم شهر تهران طی دو دهه گذشته علاوه بر افول جمعیتی به تدریج با افول اقتصادی نیز مواجه گشته است. عرضه زمین مناسب و توسعه محدوده شهری و گسترش منطقه کلانشهر تهران به تدریج هم سرمایه‌های فعال در ساخت مستغلات متوسط و اعیانی را از حوزه مرکزی شهر خارج کرد و هم سازندگان کم درآمد را به حاشیه‌ها سوق داد. به این اعتبار، بازار مستغلات، اولین مرحله زوال مرکز شهر تهران را در سال‌های پیش از انقلاب موجب گردید.

اما افول مرکز تجاری شهر در محدوده کوچکی که روزگاری قلب اقتصادی تهران محسوب می‌شد، یعنی بازار پدیده‌های متأخر است. این امر محصول عوامل متعددی است که وضعیت مرکز قدیم تهران را از دیگر مراکز تجاری که توان انطباق با روندهای تحول اقتصادی و الگوهای جدید فعالیت یافته‌اند، را متمایز می‌کند. بخش نوین تجاری در تهران که اتکا چندانی بر شبکه اجتماعی سنتی مستقر در فضای به هم پیوسته بازار ندارد، منفعت خود را در دوری از معضلات فعالیت در مرکز متراکم قدیم و استقرار در فضای مجهزتر و نوسازی شده شهر یافته است. معضلاتی که مکان‌گزینی مراکز مالی و برخی فعالیت‌های عمده فروشی را تغییر داده است. این روند در ماهیت خود با روند طبیعی تعدد و رشد مراکز خرده‌فروشی متناسب با افزایش جمعیت و مساحت شهر متفاوت است.

کمبود فضای تجهیز شده در مرکز قدیم و محدودیت‌ها و موانع سرمایه‌گذاری سنگین و بلند مدت در توسعه زیرساخت‌ها و نوسازی در مرکز شهر علت اصلی افول تجاری و عدم توسعه مناسب بازار است. این امر به جابجایی خزننده و پراکنده مرکز شهر به صورت اشغال مناطق مسکونی مجاور، شکل‌گیری راسته‌های تجاری پراکنده و استقرار فعالیت‌های عمده‌فروشی در برخی محورهای پیرامون بازار و محورهایی در مناطق شمالی‌تر شهر انجامیده است.

ساماندهی یک مرکز نوین تجاری، گرچه رویای برنامه‌ریزان شهری در بسیاری از پایتخت‌های کشورهای در حال توسعه و از جمله ایران است، اما این رویا در موارد نادری امکان تحقق یافته است.

ساخت مرکز شهر بیروت یکی از رویاهای تحقق‌یافته توسعه و تجهیز یک مرکز تجاری جدید از طریق نوسازی کامل مرکز قدیم است. ویرانی گسترده مرکز بیروت در جریان جنگ داخلی لبنان طی دهه ۱۹۷۰ و ائتلاف سیاسی برآمده از جنگ بین سرمایه خصوصی لبنانی در داخل و خارج کشور با دولت مستقر تحقق این رؤیا را ممکن کرد، هر چند هنوز درباره عملکرد تجاری و اقتصادی و نیز پیامدهای سیاسی این نوسازی تردیدهای جدی وجود دارد،^۲ اما به هر حال امروز لبنان دارای یک مرکز فرهنگی و توریستی قابل توجه در مرکز شهر شده است.

اقول محلات در مرکز شهر تهران

شهر تهران طی دو دهه گذشته با کاهش جمعیت ساکن در مناطق مرکزی شهر مواجه بوده است. منطقه ۱۲ که بازار تهران و محلات مسکونی مجاورش در آن واقع شده است طی سال‌های ۸۱-۱۳۵۹ یک سوم جمعیت خود را از دست داده است. گروه‌های مختلف ساکن در این حوزه به-ویژه خانواده‌های پردرآمدتر، مرکز شهر را به منظور سکونت در مناطق مجهزتر و تازه‌ساز شمال شهر ترک کرده‌اند و مهاجران و خانواده‌های کم‌درآمد جایگزین بخشی از این خانوارها شده‌اند. اطلاعات موجود نشان می‌دهد که محدوده شمالی بازار تهران (حد فاصل خیابان امام خمینی و ۱۵ خرداد) که املاک مسکونی وسیع‌تر و بخشی از اقشار پردرآمدتر بازاریان را در خود جای داده بود و منطقه مسکونی جنوب و شرق بازار (حدفاصل خیابان مولوی و شوش در جنوب و خیابان مصطفی-خمینی و ری در شرق) که بیشتر به اقشار کم‌درآمد کسبه بازار و دیگر گروه‌های کم‌درآمد شهری تعلق داشت در سال‌های پس از انقلاب با جایجایی گسترده جمعیت و در برخی محلات با کاهش شدید جمعیت مواجه شده‌اند. (جدول ۱)

جدول ۱ روند تحول جمعیت منطقه ۱۲ تهران ۸۱-۱۳۵۹

منطقه ۱۲ تهران	۱۳۵۹	۱۳۶۵	۱۳۷۵	۱۳۸۱
جمعیت	۳۰۱۷۰۱	۲۷۲۳۵۹	۱۸۹۶۲۵	۲۰۲۹۶۰
خانوار	۷۹۹۵۳	۵۷۹۱۱	۴۸۵۱۱	
واحد مسکونی	۴۳۴۵۳	۴۲۵۴۱	۳۹۲۴۵	
تراکم خانوار در واحد مسکونی	۱/۸	۱/۴	۱/۲	

ماخذ: ۱- نتایج آمارگیری تهران ۵۹ مرکز آمار ایران

۲- سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۵۶ مرکز آمار ایران

۳- سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۷۵ مرکز آمار ایران

۴- نتایج آمارگیری کارگاهی ۱۳۸۱

استفاده غیررسمی از املاک و ساختمان‌های مسکونی برای فعالیت‌های اقتصادی، نظیر انبازداری و یا احداث کارگاه تولیدی موجب شده که تعداد واحدهای مسکونی ثبت شده در سرشماری‌ها به شدت جمعیت و خانوار ساکن کاهش نیابد. از این رو، ارقام مربوط به کاهش تراکم خانوار در واحد مسکونی که براساس اطلاعات فوق محاسبه شده از دقت لازم برخوردار نیست و اتاق‌نشینی در منطقه که استفاده مشترک دو یا چند خانوار را از یک واحد مسکونی نشان می‌دهد بیش از آن چیزی است که آمارها نشان می‌دهد.

ساختمان‌های مسکونی منطقه، فرسوده و نامجهز است (حدود نیمی از آنها عمری بیش از ۴۰ سال دارند) معابر و کوچه‌ها باریک و منطقه فاقد تاسیسات لوله‌کشی گاز و در بخش‌هایی فاقد شبکه مخابرات است. متوسط قیمت زمین دارای ساختمان کلنگی در منطقه ۱۲ طی ۱۰ سال گذشته همواره کمتر از میانگین قیمت زمین کلنگی در شهر بوده است. از آنجایی که این منطقه در اولین طرح جامع شهر در محدوده نوسازی قرار گرفت، صدور پروانه ساختمانی جدید و نوسازی آن تا نیمه دهه ۱۳۷۰ با محدودیت‌های زیادی مواجه بوده است و حتی در طول سال‌های اخیر که صدور پروانه ساختمانی جدید و تشویق ساخت و ساز به دلیل فروش تراکم مازاد ساختمانی، تا حدی موجب افزایش قیمت زمین و تخریب و نوسازی محدودی در منطقه شده است، میزان افزایش قیمت زمین کلنگی در منطقه ۱۲ (که طی سال‌های ۸۰-۱۳۷۲ ۴/۹ برابر افزایش یافت) کمتر از افزایش قیمت زمین کلنگی در سطح شهر تهران (که طی مدت مشابه ۵/۹ برابر افزایش یافت) بوده است. این امر در مورد افزایش اجاره مسکن نیز صادق است. بنابراین، در نتیجه محدودیت‌های فوق حتی در سال‌های اوج ساخت و ساز مسکن در شهر تهران (۸۰-۱۳۷۶)، منطقه ۱۲ تنها حدود ۲/۳ درصد پروانه‌های ساختمانی صادر شده کل شهر را به خود اختصاص داده است. البته همین حد نوسازی هم با توجه به اضافه جمعیتی که به همراه آورده بر کمبودهای شدید خدماتی منطقه افزوده است.^۲ قابل ذکر است که علیرغم تشویق ساخت‌وساز طی این سال‌ها، بیش از ۷ درصد سطح مسکونی محله بازار در منطقه ۱۲ را اراضی متروک و مخروبه تشکیل می‌دهد.^۳

افول مرکز تجاری

تحول بازارهای منفرد که در طول زمان بر پایه تجارت کالاهای کمیاب راه دور شکل گرفته بودند به اقتصاد بازار (بازار خود تنظیم‌گر) نتیجه طبیعی گسترش بازارها نبوده است. مناسبات و مکانیزم عملکرد بازارها پیش از سلطه بازار خود تنظیم‌گر بر اقتصاد و جامعه، در مناسبات اجتماعی جامعه پیش سرمایه‌داری حک شده بود که مکان و نحوه استقرار آن در مجاورت با دیگر نهادهای

عمده اجتماعی (مسجد و ارگ در شهرهای اسلامی) تجلی فضایی این پیوند را تشکیل می‌داد. این همجواری با تجمع انواع فعالیت‌های تجاری، کارگاهی و خدماتی بازار را به یک فضای عمومی مهم شهری تبدیل کرده بود.

کارل بولانی در تحلیل تحول تاریخی الگوهای بازار اشاره می‌کند که نظام مرکانتیلیستی طی قرون ۱۶ تا ۱۹ میلادی در اروپا با تشکیل دولت - ملت‌ها موجب پدید آمدن یک انقلاب تجاری شد که شکل‌گیری بازار ملی از طریق ادغام بازارهای محلی توسط دولت محصول آن بود. مرکز ثقل تجارت با انقلاب صنعتی از محصولات کشاورزی به محصولات صنعتی تغییر کرد. گوهر انقلاب صنعتی بر پا شدن بازار به مفهوم جدید آن بر اثر ظهور ماشین است. تولید گسترده ماشینی برای محصولات خود به بازار وسیعی نیاز دارد که در جامعه معیشتی وجود ندارد. با تحول تولید معیشتی و سلطه نهاد مبادله بر اقتصاد، ایده بازار خود تنظیم‌گر شکل می‌گیرد و از قرن نوزدهم بر مناسبات اجتماعی تفوق می‌یابد.^۵ این تحول کلان، بازار را نیز به معنای مکانی برای مبادله دچار تغییرات مهمی می‌کند. ایجاد شبکه‌ها و نهادهای توزیعی جدید که محصولات صنعتی را مستقل از شبکه بازار سنتی در شهرها توزیع می‌کند، از جمله این تحولات این تحولات ضمن آن که پیوندهای تازه‌ای بین نهادهای جدید و بازار قدیم برقرار می‌کند، می‌تواند به تضعیف نقش بازار قدیم نیز منجر شود.

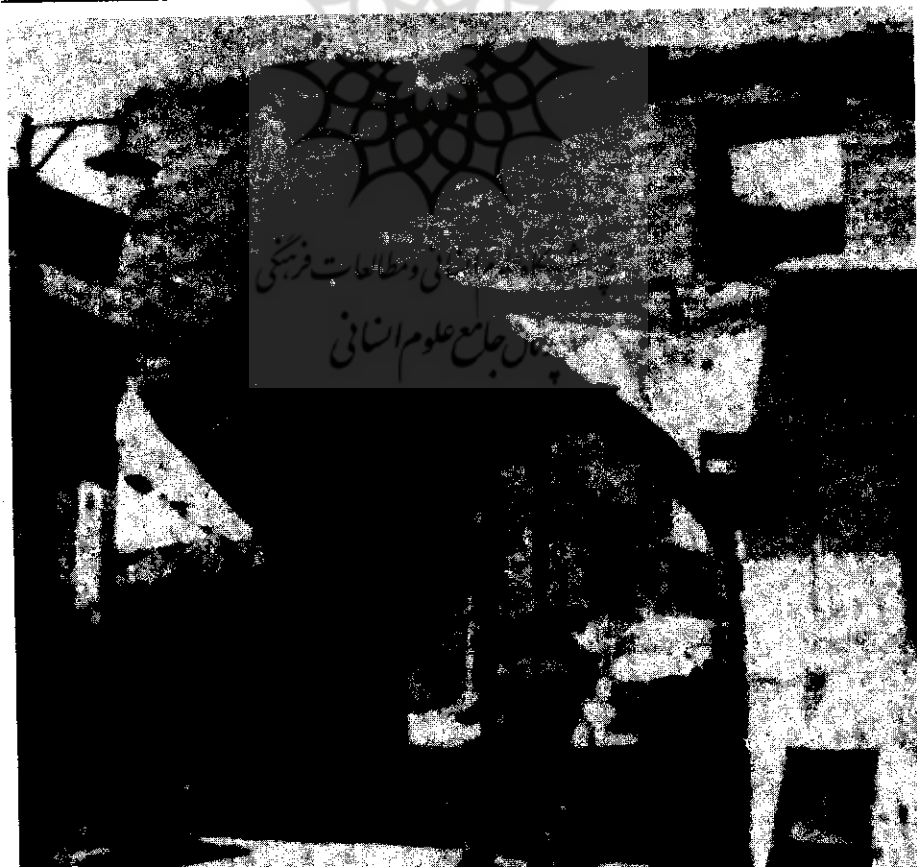


مقاله گیتی نشأت (در همین شماره) به تحول نهاد بازار در ایران طی قرن نوزدهم می‌پردازد و اهمیت تجارت خارجی و مبادله راه دور را در تکوین و تحول این نهاد نشان می‌دهد. برای پیگیری مراحل مختلف این تحول در دوره رضا شاه که در طول آن به تدریج بازارهای منفرد در ایران در بازار ملی ادغام شده و تحت سیطره اقتصاد بازار درآمدند تحقیقات مستند و جامعی در اختیار نداریم و مطالعات مردم‌شناختی موجود درباره بازار تنها وجوهی از این تحول را آشکار می‌کند. حتی درباره نقش رجال و بازرگانان عمده در توسعه بازار نیز تنها اطلاعات پراکنده‌ای در دوره‌های مختلف (از جمله ساخته شدن سرای امیر توسط امیرکبیر و تیمچه توسط حاجب‌الدوله ...) وجود دارد.^۶ در اهمیت دسترسی به چنین تحلیل‌هایی برای دنبال کردن بحث جایگاه بازار مرکزی تهران در نظام فضایی شهر و نحوه استقرار فعالیت‌های تجاری آن تردید نیست. و از سوی دیگر بدون در دست داشتن برآوردی از نقش تجارت خارجی، مبادله داخلی (ملی) و تجارت درون شهری در نظام مبادله و بازرگانی شهر تهران و همچنین سهم بازیگران اصلی آن از دولت و نهادهای صنفی تجاری نزدیک به آن گرفته تا بازرگانان عمده و خرد، فهم چالش‌هایی که بازار تهران طی دهه‌های اخیر در مواجهه با تحولات کلان اقتصادی - اجتماعی داشته دشوار است.

اگرچه تصویری که از نقش بازار تهران و واحدهای تجاری جای گرفته در آن از کل مجموعه تجاری شهر در اختیار داریم دقیق نیست. ولی در این بخش سعی می‌شود با اتکا به آمار موجود از تحولات دهه اخیر تصویری ارائه شود. براساس اطلاعات مندرج در آمارگیری کارگاه‌های تهران در سال ۱۳۷۳ و ۱۳۸۱ سهم واحدهای عمده فروشی مستقر در منطقه ۱۲ تهران از ۳۱/۹ درصد کارگاه‌های عمده فروشی شهر به ۳۰/۳ درصد کاهش یافته است.^۷ این ارقام علیرغم کاهش اندک نشانه آن است که منطقه بازار هنوز هم از نظر استقرار مراکز عمده فروشی و سطح انبارهای اختصاص یافته به کالا در شهر تهران مرکزیت دارد. در محدوده بازار - که کمتر از ۲ درصد سطح شهر را دربرمی‌گیرد - حدود یک سوم مراکز عمده فروشی تهران استقرار یافته است.^۸ این نقش مرکزی به ویژه در عمده فروشی منسوجات (قالی و پارچه)، لوازم خانگی و نوشت افزار و برخی مواد اولیه مشاهده می‌شود.^۹ این محدوده کوچک که تا چند دهه قبل قلب اقتصادی پایتخت محسوب می‌شد با رشد تهران و گسترش ابعاد فعالیت‌های اقتصادی - اجتماعی پایتخت، از یکسو با گرایش به تراکم بیشتر واحدها و فعالیت‌های تجاری مواجه گردید و از سوی دیگر به ویژه در سال‌های پس از انقلاب به دلیل مکانیزم‌های اقتصادی معمول در حذف واحدهای کم بازدهتر اقتصادی در آن، تضعیف شده بود. در نتیجه به جای تضعیف خرده‌فروشان و رشد بخش‌های عمده‌فروشی و مراکز

مالی و خدماتی عمده، راسته‌های جدید پیرامون بازار، خرده‌فروشی در مقیاس گروه‌های کم درآمد را رونق بخشیدند (باسازهای جدید فروش پرده و پارچه در حوالی مولوی و ...)

نحوه جابجایی مکانی سرمایه تجاری در فضای شهری به ویژه در شهرهای بزرگ هم تحت تأثیر فعالیت‌های تجاری نوینی است که در مناسبات جدید کمتر به همجواری با بخش‌های سنتی تجارت متکی است. و هم متأثر از قدرت سازمانیابی بخش سنتی و اعمال نفوذ آن بر طرح‌های شهری و مقررات حاکم بر فضاهای تجاری. مطالعاتی که درباره بافت‌های فرسوده شهری در سال‌های اولیه انقلاب در محدوده بازار صورت گرفت به شکل‌گیری و تثبیت راسته‌های تخصصی جدید در عمده‌فروشی و خرده‌فروشی کالاها در این محدوده طی دهه ۱۳۵۰ اشاره می‌کند: «فروشگاه‌های وسایل آزمایشگاهی و دارویی و بنگاه‌های مسافری و مسافرخانه‌های ارزان قیمت در حوالی ناصرخسرو، فروشگاه‌های وسایل اتومبیل در خیابان امیرکبیر، مصالح ساختمانی و اتومبیل در خیابان بوذرجمهری، مراکز تفریحی در لاله‌زار، بانک‌ها و صرافی‌ها در خیابان فردوسی، ابزارآلات فنی در خیابان امام خمینی و اثبارها و بنگاه‌های باربری در صاحب جمع».^{۱۰}



تثبیت راسته‌های تخصصی فوق طی دهه پنجاه در محدوده مرکز شهر، محدوده‌ای که با توجه به مراکز اداری قدیمی، سفارتخانه‌ها، موزه‌ها، کتابخانه‌ها و بناهای تاریخی نظیر کاخ گلستان و شمس‌العماره و کتابخانه ملی و مسجد امام و غیره بالقوه امکان تبدیل آن به یک مرکز تاریخی و فرهنگی وجود داشته، خود از فقدان برنامه‌ای برای تحول مرکز قدیم شهر در سال‌های قبل از انقلاب حکایت دارد. با نقل مکان شاه از کاخ مرمر به کاخ نیاوران در سال ۱۳۴۴ کانون قدرت از مرکز به شمال منتقل شد و مرکز قدیم تهران یکی دیگر از نشانه‌های قدرت خود را از دست داد. همان‌طور که در بررسی رویکرد طرح‌های شهری نسبت به منطقه بازار در بخش بعد خواهیم دید، سیاست‌های اتخاذ شده در قالب اولین طرح جامع تهران ناظر بر گسترش شرقی - غربی شهر، انتقال مرکز تجاری به منطقه عباس آباد، حاشیه‌ای شدن محلات قدیم و مرکزی شهر (به دلیل عدم تعریف نقش آنها در مقیاس شهر) و جابجایی بخشی از واحدهای اصلی اداری، وزارتخانه‌ها و مراکز مالی و بانک‌ها به مناطق شمالی‌تر شهر است. اعلام محدوده نوسازی شامل حدود ۲۰۰۰ هکتار از اراضی شهر در اولین طرح جامع (طی ۲۵ سال) که مناطق مرکزی و جنوبی شهر را در برمی‌گیرد محدودیت‌های ویژه‌ای بر تحولات خودجوش کالبدی منطقه رقم زد. بازگشت مجدد مراکز حکومتی به مرکز شهر پس از انقلاب نظیر نهاد رهبری، و ریاست جمهوری گرچه بر حفظ و ساماندهی استفاده از برخی بناها و فضاهای شهری در این محدوده اثر گذاشت اما با تغییر عمده‌ای در جایگاه منطقه در شهر همراه نشد.

در سال ۱۳۵۹ شهرداری تهران براساس مصوبه‌ای از طرف شورای انقلاب در محدوده مرکزی شهر اقدام به اجرای طرحی به عنوان محدوده ممنوعه یا طرح ترافیک کرد. هدف این طرح اعمال محدودیت بر ورود و تردد وسایل نقلیه شخصی و تشویق وسایل نقلیه عمومی بود اما نتیجه (ناخواسته) آن، انتقال فعالیت‌های خاص مرکز شهر به حواشی مرز محدوده ترافیک و تمرکز واحدهای اداری و تجاری در محدوده شمالی مجاور منطقه بازار بود (خیابان‌های مطهری و عباس‌آباد تا بزرگراه رسالت و میدان آرژانتین به محدوده اداری جدید شهر تبدیل شد).^{۱۱} تعیین محدوده ترافیک در سال ۱۳۵۹ عملاً جایگزین پیشنهاد طرح جامع اول تهران مبنی بر ایجاد یک حلقه ترافیکی اصلی در پیرامون حوزه مرکزی به منظور کاهش بار ترافیک عبوری و احیای بافت تاریخی آن شده بود. گسترش خزنده واحدهای تجاری در بافت مسکونی پیرامون بازار و شکل‌گیری راسته‌های تخصصی در محورهای پیرامون آن در شرایطی که سطح شهر (طی ۲۵ سال ۷۰-۱۳۴۵) از ۱۸۰ کیلومتر مربع به ۶۰۰ کیلومتر مربع افزایش یافت و جمعیت آن از ۲/۷ میلیون به بیش از ۶

میلیون رسید. این امر، به خودی خود گویای توسعه محقرانه مرکز شهر و تضعیف نقش مرکز قدیم است به ویژه که توسعه آن براساس عملکردهای ویژه مورد توجه قرار نگرفت.

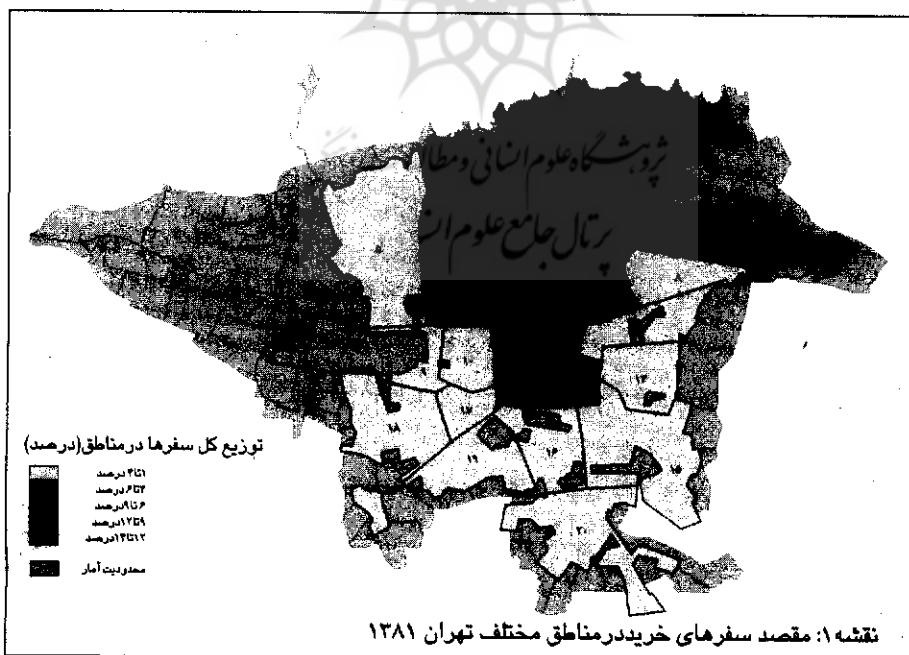
یکی از نشانه‌های تغییر جایگاه تجاری مرکز قدیم مقایسه قیمت سرقفلی و ملک تجاری در این محدوده با سایر نقاط تجاری شهر است. در این مورد آمار دقیقی وجود ندارد اما قیمت‌های برآورده شده در طرح‌های شهری اخیر برای منطقه حاکی از آن است که «در محورهای چون ۱۵ خرداد، امیرکبیر و ناصرخسرو که بیشترین ارزش سرقفلی را دارند، این میزان عموماً از کریمخان، ولیعصر، و میرداماد کمتر بوده است. فقط در محور ۱۵ خرداد (بازار) متوسط قیمت بالاتر از محورهای فوق است»^{۱۲}

یکی از پدیده‌های ملازم با تحولات اخیر تجاری در مرکز قدیم، تقویت بازارهای خرده‌فروشی غیررسمی، دست دوم و ارزان قیمت است. بازارچه سید اسماعیل از جمله این بازارها است که از دو بخش متمایز مغازه‌داری و دستفروشی تشکیل شده است. از آنجا که توسعه این بازارها در محدوده مرکزی شهر مورد اعتراض کسبه و بازرگانان مستقر در منطقه بود و در عین حال بستر پاره‌ای فعالیت‌های غیرمجاز نظیر فروش کالاهای قاچاق و یا درگیری‌های اجتماعی نیز واقع شد، شهرداری و نهادهای انتظامی امکان جمع‌آوری و کنترل توسعه این بازار را مورد مطالعه قرار دادند. از آن جمله برای ساماندهی وضع موجود بازارچه سید اسماعیل تهران طرحی تهیه گردید که متأسفانه اطلاع‌چندانی از نحوه تحول این بازارها به دست نمی‌دهد.

اگر چه این طرح‌ها در تحلیل علل رشد بازارهای غیررسمی در محدوده مرکزی توفیق چندانی ندارند و به طور کلی دستفروشی را در زمره مشاغل کاذب و بازارهایی نظیر سید اسماعیل را برای کسبه و فعالان تجاری منطقه دردسرساز می‌دانند اما با توجه به تجارب گذشته، جابجایی و تخریب آنها را توصیه نکرده‌اند.^{۱۳}

یکی دیگر از نشانه‌های تغییر مرکزیت شهر توزیع اشتغال پایه و یا فعالیت‌های برتر در مناطق شهری است که تا حدی نحوه استقرار فضایی بخش‌های نوین اقتصادی در شهر را نشان می‌دهد. براساس مطالعه یزدانی، منطقه ۱۲ (محدوده بازار)، منطقه ۱۱ (پیرامون خیابان ولیعصر و کارگر در جنوب خیابان انقلاب) و منطقه ۷ (پیرامون خیابان شریعتی و سهروردی در شمال خیابان انقلاب) عمده‌ترین مراکز استقرار فعالیت‌های عمده‌فروشی و واسطه‌گری مالی و پولی هستند در حالی که مناطق ۷، ۱۲ و ۳ (پیرامون خیابان شریعتی، بزرگراه آفریقا و ولیعصر تا اتوبان چمران) بیشترین سهم از فعالیت‌های برتر اقتصادی را در شهر تهران دارند.^{۱۴}

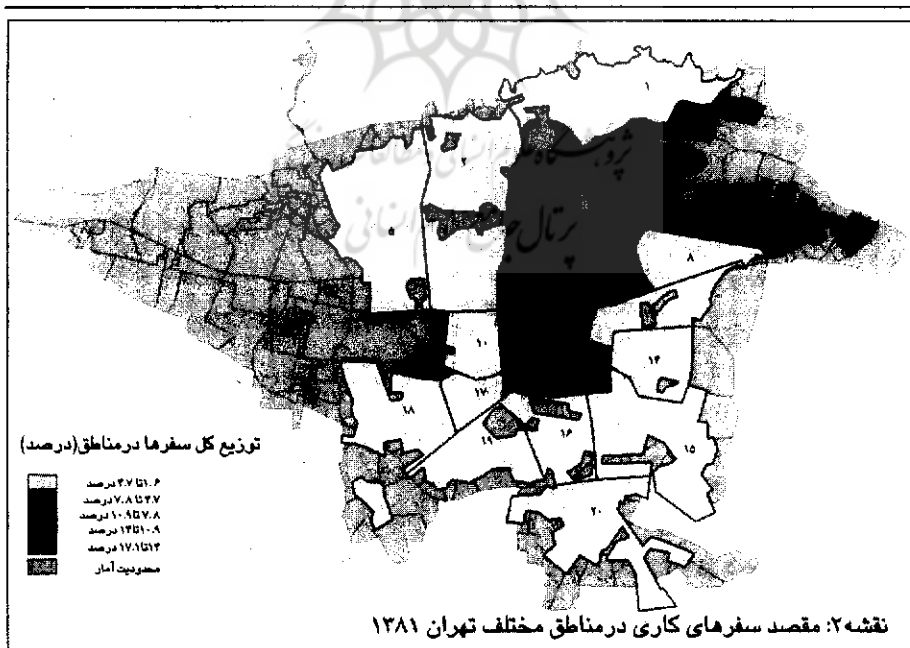
مطالعه آلن برتو درباره تهران نیز که شاخص‌های تراکم جمعیت و فعالیت را در تهران در مقایسه با ۵۰ شهر بزرگ دیگر مورد بررسی قرار می‌دهد حاکی از آن است که شهر تهران دارای یک ساختار فضایی استثنایی است. زیرا این شهر دارای تراکم جمعیتی بالا و ساختار چند مرکزی نه چندان قوی است. به اعتقاد او فقدان یک مرکزیت قوی و پراکندگی فضایی مراکز کار معمولاً از خصوصیات شهرهای دارای تراکم‌های ساخته شده تهران ۱۴۶ نفر در هکتار است و عموماً در این میزان از تراکم جمعیت در فضاهای ساخته شده تهران ۱۴۶ نفر در هکتار است و عموماً در این میزان از تراکم، یک مرکز شهر قوی‌تری شکل می‌گیرد. دو نقشه ارائه شده توسط برتو که مقصد سفرهای خرید و سفرهای کاری در مناطق مختلف تهران در سال ۱۳۸۱ را نشان می‌دهد حاکی از آن است که منطقه ۶ با جذب ۱۲ تا ۱۴ درصد سفرهایی که به منظور خرید صورت می‌گیرد منطقه مرکزی خرید تهران تلقی می‌شود. منطقه بازار ۹ تا ۱۲ درصد و مناطق ۳ و ۷ هر یک ۶ تا ۹ درصد سفرهای خرید را جذب می‌کنند (نقشه ۱). در حالی که منطقه بازار با جذب ۱۴ تا ۱۷ درصد سفرهای کاری متمرکزتر از منطقه ۶ است که ۱۱ تا ۱۴ درصد سفرهای کاری به آن انجام می‌شود. مناطق ۳، ۷، ۱۱، ۹ و ۴ پس از این دو منطقه قرار می‌گیرند (نقشه ۲).



این بررسی نشان می‌دهد که مناطق ۳ و ۷ به عنوان مراکز اداری شهر نقش مهمی را در جذب سفرهای کارکنان بخش‌های خدماتی و اداری شهر بر عهده دارند.^{۱۵}

طرح‌های جامع شهری و مرکز شهر

دو طرح جامع تهران (مصوب ۱۳۴۷ و ۱۳۷۰) در شرایطی به موضوع مرکز قدیم شهر تهران پرداختند که در هر مورد به دلائلی در نگرش کلی حاکم بر تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌ها، تمرکززدایی هدف قرار داشت و قرار بود رشد شهر در قالب مداخله دولت در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی هر چه محدودتر شود. در نتیجه رویکرد عمومی در مواجهه با مشکلات تهران، حذف و انتقال و جابجایی بود که به صورت طرح‌هایی درباره انتقال پایتخت و انتقال صنایع و مراکز عمده خدماتی از تهران نمایان شد. این نگرش در مقیاس درون شهری به انتقال بازار و عملکردهای آن از محدوده مرکز قدیم به مناطق مستعد و در حال توسعه شمال شهر می‌انديشید. گر چه در برخی مطالعات برخورد سیاسی به بازار در دوره قبل و بعد از انقلاب عامل مهمی در تعریف جایگاه آن در طرح‌های شهری قلمداد شده و تحت عنوان «دخالت‌های مستقیم شخص شاه در مورفولوژی تهران» و یا تعاملات سیاسی غلامحسین کرباسچی و بازاریان به آن اشاره شده،^{۱۶} اما این موضوع به صورت مستند مورد بررسی قرار نگرفته است.



بهر هر حال در تحلیل تأثیر طرح‌های شهری بر روند تحول جایگاه بازار در تهران نباید از عامل عمده نگرش حذفی و انفعالی در برخورد با معضلات پایتخت در طرح‌های شهری غفلت کرد. طرح‌هایی که قلمرو و هدف مداخله آنها هدایت تغییرات کالبدی البته بدون ابزارهای کارآمد مالی و اجتماعی بود و بدون مشارکت گروه‌های ذینفع شهری تهیه می‌شد. بدیهی است این گروه‌ها هم شهروندان و فعالان اقتصادی در مناطق شهر را شامل می‌شد که طرح بر فرصت‌های اقتصادی و امکانات زندگی آنها اثر مستقیم داشت، و هم برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران بخش‌های دیگری که این یا آن اقدام مورد نظر طرح می‌بایست در تخصیص منابع و اولویت آنها لحاظ می‌شد و زمینه تحقق آن را فراهم می‌کردند. با توجه به چنین زمینه‌ای از تحولات مختلف است که توضیح علل برآمدن جناح‌های سیاسی منتسب به بازار در حاکمیت سیاسی ایران در دوره‌های مختلف، به رغم اسطوره سازی‌های رایج از مناسبات قدرت آنها، نمی‌تواند به سادگی در تحلیل موقعیت بازار تهران و طرح‌های مؤثر بر توسعه آن به کار آید. نظر طرح جامع اول تهران (مصوب ۱۳۴۷) بر این است که:

هسته مرکزی فعلی شهر کوچکترین شاخصی جز ازدحام و تراکم ترافیک ندارند. برای ایجاد یک مرکز زنده و پر تحرک لازم است که پیشنهادات طرح جامع در این مورد دقیقاً و به طور تفصیل مورد بررسی قرار بگیرد... در این طرح به جز مرکز فعلی شهر و مرکز تجریش و شهر ری، هفت مرکز تجاری عمده پیش‌بینی شده است... لازم است به خاطر فشار و تراکم شدید مرکز شهر که قادر به انجام وظیفه اصلی خود نیست مراکز عمده فروشی به مراکز جدید منتقل گردد... انتقال مراکز اشتغال فعلی در نواحی مجاور نوسازی مانند بازار و مرکز شهر و مناطق عمده فروشی در اولویت‌های برنامه نوسازی شهری پیش‌بینی شده است... کلیه اراضی محدوده نوسازی باید به تملک سازمان نوسازی درآید. تا زمانی که طرح تفصیلی دقیقی برای این حوزه‌ها تهیه نشده است، صدور هر نوع پروانه ساختمانی در این محدود غیرمجاز خواهد بود.^{۱۷}

طرح جامع اول تهران، مرکز شهر را نادیده می‌گیرد و ساختار توسعه شهر تهران را با توجه به معضلات مرکز شهر به سمت غرب طراحی می‌کند تا با ایجاد مراکز جدید شهری در غرب از تمرکز هسته مرکزی کاسته شود. در اراضی عباس آباد احداث یک مرکز عمده تجاری - خدماتی برای انتقال مرکز شهر پیش‌بینی می‌شود و بلند پروازانه ۲۰۰۰ هکتار از اراضی محدوده بازار و مناطق مرکزی و جنوبی شهر را در محدوده نوسازی قرار می‌دهد تا توسط سازمان نوسازی تملک و نوسازی شود.

پس از تهیه اولین طرح جامع، کار تهیه طرح‌های تفصیلی و اجرای آن جدی گرفته نشد. «اقدامات مربوط به ایجاد سازمان طرح‌های تفصیلی و طرح‌های شهری هم که بر پایه مطالعات دبیرخانه شورای نظارت بر گسترش شهر تهران با همکاری مؤسسه هاروارد پیشنهاد شده بود با

وقوع انقلاب اسلامی و تغییر موقت اولویت‌های دولت انقلاب به دست فراموشی سپرده شد. پرداختن به تهیه طرح‌های تفصیلی و نوسازی غیر از مواد مربوط به توسعه شبکه عبور و مرور تقریباً به کلی متوقف شد.^{۱۸}

پس از انقلاب مطالعاتی دربارهٔ سرنوشت بازار و طرح نوسازی محدوده مرکزی انجام شد. این مطالعات حاکی از آن است که مؤلفین بین نگرش انتقادی به طرح جامع به دلیل نادیده گرفتن بازار تهران و جایگاه آن در ساختار اقتصادی اجتماعی و فضایی شهر و قرار دادن بازار در زمره تمرکزگرایی ثروت و سرمایه در دوران شاهنشاهی سرگردان هستند. در گزارش مقدماتی ساماندهی مناطق فرسوده شهری تهران که در سال ۱۳۶۱ در شهرداری تهران تهیه گردید وجود بازار تهران محصول تمرکزگرایی رژیم گذشته تلقی می‌شود:

بقای مرکزیت تجاری قدیم در روند تاریخی توسعه شهر با عوارض ناشی از توسعه سرمایه‌داری در رژیم منحوس گذشته تا اندازه‌ای «طبیعی» قلمداد می‌شود و ناهنجاری‌های حاصل از آن نیز بیگردد طبیعی فرهنگ شهرسازی و اداری زائیده نظام وابسته تلقی می‌شود. به عنوان مثال سالیانه از هشت میلیون تن کالاهای وارداتی به تهران پنج میلیون تن آن مجدداً به شهرستان‌ها صادر می‌شود. ... توسعه واحدهای تجاری تهران به جز واحدهای خدماتی محلات بیش از این با هیچ استدلالی توجیه نخواهد شد.^{۱۹}

اما در عین حال در همین بررسی طرح جامع قدیم مورد انتقاد قرار می‌گیرد:

طرح جامع به خصوص بدون تأملی در ماهیت و مفهوم وجودی بازار قدیم، مسائل اجتماعی و فرهنگی محلات قدیم و کلیه اشکال نامطلوب سکونتی آن روزگار در جنوب مانند گودنشینی، حاشیه‌نشینی و زاغه‌نشینی، توجه خود را صرفاً به چهره زشت و نامتجانس این نواحی معطوف می‌کند و استخوانبندی فیزیکی آن نیز درگذار از مجموعه وسیعی که بر آن اشاره شد، انعطاف ضروری را ندارد و بدون ارائه روش خاص و ضمانت اجرایی روش تأمین هزینه‌ها و حل مشکلات حقوقی، اصولاً تضاد عمده بین مراکز بازرگانی و انباشت کالا و سرمایه را با محلات وسیع فرسوده بیرامون آن از نظر دور می‌دارد.^{۲۰}

در طرح ساماندهی محله عودلاجان تهیه شده توسط شهرداری تهران در اولین سال‌های پس از انقلاب ضمن پذیرش این واقعیت که «محلات مجاور بازار به خصوص در شرایط موجود به هیچ وجه قادر نیستند که نقش اصیل و قدیمی خود را به عنوان محوطه‌های مسکونی در همزیستی و همجواری فعال و زنده با مراکز تجاری تکرار کنند...» ساماندهی اساسی مناطق فرسوده مرکزی شهر را در گرو اقدامات زیربنایی‌ای می‌داند که مهم‌ترین اصل آن «تفکیک از مرکزیت بازرگانی و خدماتی تهران و انتقال میادلات بازرگانی ملی و بین‌المللی متمرکز به خصوص از محوطه مرکزی شهر واقع در چهار ضلعی خیابان امام خمینی، مصطفی خمینی شوش و خیام می‌باشد»^{۲۱} بدیهی است این نگرش به دلیل یکجانبه نگری و تناقض‌های آن در مواجهه با بازار توانست مکانیزم مؤثری

برای تحقق اهداف نوسازی در بافت فرسوده شهر بیابد و جایگزین بلند پروازی‌های طرح جامع سازد.

طرح جامع دوم تهران که در سال ۱۳۷۰ به تصویب شورایی عالی شهرسازی کشور رسید اگر چه به این دلیل که خواسته‌ها و اقدامات ضربتی و سیل‌آسای شهرداری تهران تحت مدیریت غلامحسین کرباسچی برای نوسازی چهره تهران پس از سال‌های جنگ بر روند کند و دستوری تهیه و تصویب طرح جامع غلبه یافت، عملاً پس از تهیه و تصویب در هدایت توسعه شهر چندان مؤثر نیفتاد اما به لحاظ نگرش نسبت به مرکز شهر در خور بررسی است.

انتظار می‌رفت پس از یک دوره نگرش حذفی نسبت به مرکز قدیم شهر در سال‌های پس از انقلاب و رویکردهای متناقض به بازار و مناطق مرکزی در سال‌های بلافاصله پس از انقلاب، طرح جامع جدید که در سال‌های پس از جنگ تهیه گردید و با رکود اقتصادی سال‌های جنگ و ضرورت احیاء اقتصادی شهر آشنا بود از روش‌های غیرواقع‌بینانه نسبت به انتقال مرکز تجاری شهر اجتناب کند. اما این طرح به رغم انتقاد به طرح جامع قدیم در مورد هدایت توسعه شهر به سمت غرب تهران و عدم تحقق آن، این بار توسعه تهران را در مجموعه کرج بزرگ به صورت یک شهر دوقلو طراحی می‌کند و اراده می‌کند خدمات رده فراشهری تهران را مجموعه کرج بزرگ به صورت یک شهر دوقلو طراحی می‌کند و قرار است «یک ساختار دو بخشی با تملک و استفاده از اراضی غرب مسیل کن و توسعه مراکز اداری - تجاری و خدماتی در این بخش، تمرکز هسته اصلی شهر را کاهش می‌دهد. کلیه فعالیت‌های عمرانی شهر در پنج سال اول طرح در غرب مسیل کن متمرکز شده، ضمن آن که بخش اعظمی از عملکرد فرا شهری تهران به قلوب دوم آن یعنی شهر کرج منتقل می‌گردد ... این تنها استراتژی منطقی پاسخگو به هدف کاهش تمرکز هسته مرکزی تهران می‌باشد.» و در نهایت پیشنهاد می‌کند: «قطب جدید اداری تهران در این منطقه مستقر شده... در جهت تقویت بنیان اجرای بخش غربی تهران لازم است طرح مرکز اداری - تجاری عباس‌آباد به طرح دیگری تغییر کرده و واحدهای اداری و تجاری مورد نظر آن طرح در غرب مسیل کن و در منطقه پیشنهادی احداث شوند.»^{۲۲}

طی ۱۵ سال گذشته که با خاتمه جنگ و آغاز برنامه‌ریزی‌های شهری، موضوع نوسازی، افزایش کارآمدی و کیفیت زندگی شهری در تهران در قالب طرح‌های مختلف موضوع سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری بوده است بازار تهران به رغم همه ثروت و قدرت سیاسی نهفته در آن و فضا و میراث تاریخی قابل توجهی که دارد در نظام برنامه‌ریزی شهری ایران تنها به عنوان یک «کارکرد عظیم الجثه» برمعضل شناخته شده است.

1. Jennifer, Moulton, "Ten Steps to living Downtown" 1999, p.3
2. Zanne Kaseb, "On Two Conceptions of globalization: The Debate around the reconstruction of Beirut

۳. مینو رفیعی، ۱۳۸۱، فرصت‌هایی که از دست می‌روند، انبوه‌سازان مسکن شماره ۷

۴. مطالعات مهندسان مشاور باوند ۱۳۸۱، گزارش مسکن منطقه ۱۲، معاونت شهرسازی شهرداری تهران

5. Karl Polanyi, *The Great Transformation*, Beacon Press, pp 57-60

۶. اسناد تاریخی حکایت از آن دارد که بازار تهران برخلاف بازارهای اصفهان و شیراز و بازار گنجعلی خان کرمان که با یک طرح اصلی ساخته شده‌اند، به تدریج ساخته شده است و برخی بخش‌های آن نظیر بازار مسگرها، لب خندق، بازار مرغی‌ها و بازار توتون فروش‌ها طی دهه‌های اخیر از میان رفته است. نقش بازارچه‌هایی که ثروتمندان و منتقدان محلی در حد یک خیابان و بهم پیوستن چند دکان در پیرامون بازار اصلی آنها را شکل داده بودند نظیر بازارچه قوام الدوله، نایب-السطنه، معیر و ... نیز در طول زمان تضعیف شده است.

۷. آمار ارائه شده در آمارگیری کارگاهی سال‌های ۱۳۷۳ و ۱۳۸۱ اگر چه تصویری عمومی از توزیع کارگاه‌های فعال در بخش‌های مختلف ارائه می‌دهد اما نیازمند بررسی و تدقیق مفهوم عمده‌فروشی و محدوده‌های جغرافیایی توزیع آن در سطح شهر است تا در تحلیل تغییر مرکزیت تجاری شهری سودمند افتد.

۸. ناصر زادرفیعی، (پاروقی ۷) اشاره می‌کند که در نیمه دهه ۱۳۵۰ حدود ۷۰۰۰ واحد فروش فرش در بازار تهران وجود داشته است.

۹. مطالعات مهندسين مشاور باوند، منطقه ۱۲ تهران، ۱۳۸۱، معاونت شهرسازی شهرداری تهران

۱۰. ناصر زادرفیعی، گزارش مقدماتی ساماندهی مناطق فرسوده شهری تهران ۱۳۶۱ شهرداری تهران

۱۱. طرح حفظ و ساماندهی تهران، مرحله دوم (تجزیه و تحلیل) مهندسان مشاور آتک ۱۳۶۹

۱۲. مهندسان مشاور باوند، مطالعات مسکن طرح توسعه مناطق، ۱۳۸۱

۱۳. طرح ساماندهی وضع موجود بازارچه سید اسماعیل تهران، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران ۱۳۷۹

۱۴. فردین یزدانی، مطالعه مراکز کار و فعالیت در تهران، معاونت شهرداری تهران، ۱۳۸۱. یزدانی در این مطالعه اشتغال پایه را براساس بالاتر بودن نسبت اشتغال موجود یک رشته در یک منطقه شهری در قیاس با کل شهر و به تبع آن مناطق شهری کشور تعریف کرده است و فعالیت برتر اقتصادی را فعالیت‌هایی برشمرده که بازده اقتصادی آن به واحد سطح بالاتر از میانگین بازده اقتصادی کل کارگاه‌ها در واحد سطح بوده است.

۱۵. خلاصه‌ای از این مطالعه توسط استندیار زبردست در مجله فصلنامه کمیته ملی اسکان شهر، شماره ۷، ارائه شده است. این فصلنامه توسط سازمان ملی زمین و مسکن منتشر می‌شود.

۱۶. سیدابوالحسن ریاضی، پویش فضایی بازار تهران در گذر زمان، ۱۳۸۰

۱۷. بررسی طرح جامع تهران مصوب ۱۳۴۷، مهندسان مشاور آتک، صفحات ۳۸ تا ۵۵

۱۸. مهندسان مشاور شیردل و همکاران، مطالعات و طراحی ناحیه مرکزی تجاری تهران، مجله شهر، بهار ۱۳۸۰

۱۹. ناصر زادرفیعی، گزارش مقدماتی ساماندهی مناطق فرسوده شهری تهران، ۱۳۶۱، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر

تهران، ص ۷

۲۰. همان ص ۵

۲۱. همان ص ۶

۲۲. طرح حفظ و ساماندهی تهران، مرحله دوم تجزیه و تحلیل مهندسان مشاور آتک، ۱۳۶۹، صفحات ۲۸۶ تا ۲۹۶