

ترجمه انگلیسی این مقاله نیز تحت عنوان :
Public spaces liveliness indebted to Commercial function
در همین شماره مجله به چاپ رسیده است.

سرزندگی فضاهای جمعی، مدیون کارکرد تجاری نمونه موردی شهرهای مراکش و مکناس*

سیده فاطمه مردانی**
کارشناس ارشد معماری

تاریخ دریافت: ۹۶/۰۵/۲۵ تاریخ اصلاح: ۹۷/۰۱/۲۲ تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۳/۲۵ تاریخ انتشار: ۹۷/۰۶/۲۶

چکیده

فضای جمعی جایی برای تفریح و گذران اوقات فراغت، قابل دسترس برای همه مردم در همه ساعات شبانه‌روز و محل برقراری تعاملات اجتماعی است و فضای شهری سرزنده فضایی است که تعداد قابل توجهی از افراد در بیشتر ساعات شبانه‌روز در آن حضور دارند؛ یعنی فضا باید به گونه‌ای باشد که مردم از روی اختیار به آنجا آمده، در آن فضا بمانند، اوقات فراغت خود را در آن جاسپری کرده و با دیگران تعاملات اجتماعی برقرار کنند. فضای جمعی در شهرهای مغربی، متفاوت از فضاهای جمعی اروپایی، شباهت‌هایی به بازارهای خیابانی شهرهای ایرانی دارد. با انجام مطالعات میدانی در مورد فضاهای جمعی شهرهای مغرب، پرسش‌هایی مطرح می‌شود: رونق فضاهای جمعی مغرب وابسته به چیست؟ اهمیت فضای جمعی وابسته به عوامل کالبدی-زیبایی ظاهری، سهولت دسترسی و میزان گشودگی عرصه-است و یا فعالیت‌هایی که در آن انجام می‌شود؟ آیا حذف کارکرد تجاری از فضاهای جمعی مغربی، منجر به مرگ آن فضاها می‌شود؟ پژوهش پیش رو -محصول مشاهده و تحلیل براساس مشاهدات میدانی- به این امر خواهد پرداخت که واحدهای تجاری نقش عمده‌ای در تعریف فضاهای جمعی شهر و سرزندگی آنها دارد؛ به نظر می‌رسد شکل زندگی اجتماعی مغربی‌ها تأثیر عمده‌ای در تعریف فضاهای شهری و از جمله فضای جمعی دارد. علی‌رغم حضور تعداد زیادی گردشگر -به ویژه اروپایی‌ها- در کشور مغرب، بومیان به حفظ ارزش‌های گذشته خود پایبند بوده و فضاهای جمعی آنها همچنان ساختار سنتی خود را حفظ کرده است. آنچه از مشاهده چند نمونه فضای جمعی حاصل شد این است که رونق، موفقیت و سرزندگی فضاهای جمعی در کشور مغرب عمدتاً وابسته به فعالیت (تجاری) بوده و نه کالبد. اختلاط کاربری‌ها در فضای شهری امکان حضور فعالیت‌های گسترده و همزمان را فراهم آورده و افراد بیشتری به آن فضاها جذب می‌شوند. حضور جمعیت فعال در یک فضا از یک سو به تقویت حس امنیت منجر شده، و از سوی دیگر در طول زمان آن را به مکانی دارای اصالت و هویت بدل کرده و مردم به آن حس تعلق بیشتری خواهند داشت. این امر در نهایت به سرزندگی فضای جمعی و رونق هر چه بیشتر آن می‌انجامد. توجه به نحوه شکل‌گیری و فعالیت فضاهای جمعی در بافت تاریخی شهرهای مغرب حائز اهمیت بوده؛ زیرا الگویی برای باززنده‌سازی نمونه‌های موجود و نیز طراحی و ساخت نمونه‌های معاصر شهرهای آن بوم و حتی بافت‌های تاریخی مشابه همچون ایران است. شناخت و بهره‌گیری از الگوهای بومی موجود در بازتولید عرصه‌های جمعی سرزنده و حفظ هویت شهرها، ضرورت پرداختن به پژوهش حاضر را توجیه می‌کند.

واژگان کلیدی: فضای جمعی، سرزندگی، حس تعلق، اختلاط کاربری، کارکرد تجاری.

مقدمه

فضای جمعی در هر سرزمینی جلوه منحصر به فردی دارد. فضاهای جمعی در کشور مغرب با وجود نزدیکی جغرافیایی این سرزمین به اروپا، شباهت ظاهری بیشتری به عرصه‌های جمعی در شهرهای تاریخی ایران دارد. به نظر می‌رسد فضاهای جمعی با ساختار شهرهای مغربی در هم تنیده است؛ مسجد، راسته بازار، میدان، حمام و قهوه‌خانه، نمونه‌هایی از فضاهای جمعی مغربی و از ارکان اصلی ساختار شهرهای تاریخی هستند. فضاهای جمعی شکل گرفته در بافت تاریخی شهرهای مغرب غالباً مقیاس خردتری نسبت به نمونه‌های اروپایی دارند؛ شاید بتوان آنها را مرکز محله یا پاتوق نامید. گاه در جداره‌های یک عرصه گشوده (هرچند کم‌وسعت) میان بافت متراکم و ریزدانه، کاربری‌هایی همچون مسجد یا زاویه، سقایه و امثال آن قرار دارند. کشور مغرب علاوه بر عرصه‌های گشوده کوچک داخل بافت تاریخی، به ندرت نمونه‌های وسیع‌تری از فضای جمعی هم دارد؛ میدان الهدیم مکناس، میدان جماع‌الفنای مراکش و میدان بوجلود فاس از بزرگ‌ترین فضاهای جمعی فعال در این کشور هستند. فضاهای جمعی که در سال‌های اخیر در مناطق تازه‌ساخت شهرها طراحی و ساخته شده‌اند، موضوع این پژوهش نیستند؛ اگرچه شباهت ظاهری بیشتری به نمونه‌های اروپایی دارند.

فرضیه

موفقیت فضای جمعی مغربی که با ایجاد گشودگی در کالبد شهر شکل می‌گیرد، وابسته به حضور واحدهای تجاری به‌ویژه خُرده‌فروشی و در نتیجه حضور فعال مردم در آن فضاهاست. پژوهش حاضر به دنبال اثبات این فرضیه است که تعدد کاربری‌ها و فعالیت‌ها در فضاهای جمعی به‌ویژه کارکرد تجاری و فعالیت خرید و فروش، به سرزندگی و رونق فضاهای جمعی در بافت تاریخی شهرها منجر خواهد شد.

تعریف فضای جمعی

در میان فضاهای مختلفی که برای انواع فعالیت‌های اوقات فراغت شناخته می‌شود، فضاهای جمعی شهر، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار هستند که در آن، انسان‌ها گرد هم می‌آیند تا یکدیگر را ببینند، روابط متقابل ایجاد کنند و تجربیات معنوی و اجتماعی خود را در معرض شناخت و استفاده یکدیگر قرار دهند (منصوری، ۱۳۸۰). به این ترتیب میان فضای شهری و فضای جمعی تفاوت زیادی وجود دارد. فضای شهری، فیزیک فضا است که شهری بودن فضا را گزارش می‌دهد. فضای جمعی در مقابل فضای خصوصی است؛ بدین

معنا که به شخص خاصی تعلق ندارد؛ عام‌بودن در مقابل خاص‌بودن. فضای جمعی یک فضای شهری است ولی لزوماً عکس آن درست نیست (مسعود لواسانی، ۱۳۹۳).

در ادبیات منظر شهری «Public Space» عبارتی مصطلح است که در فارسی غالباً «فضای جمعی» ترجمه می‌شود. در صورتی که ترجمه اصلی آن فضای عمومی است. فضای عمومی مفهومی است که در سال‌های ۱۹۸۰ خصوصاً در اروپا به عنوان راه‌حلی برای بحران اجتماعی و شهری آن زمان که عبارت بود از بی‌معناشدن ارزش‌ها، انزواطلبی گروه‌های اجتماعی و خشونت‌های رفتاری با هدف تسکین روابط اجتماعی و توسعه احساس تعلق افراد به یک مجموعه مشترک به میان آمد. فضای جمعی اما، علاوه بر ویژگی‌های فضای عمومی که هم‌عینی هستند و هم‌ذهنی، ویژگی دیگری نیز دارد. فضای جمعی محصول تصاحب فضا توسط کاربران و فعالیت‌هایشان است. تصاحب فضا با اشغال کردن آن تفاوت دارد زیرا افراد حاضر در فضای جمعی برخلاف کاربران فضای عمومی که گروه‌هایی منفک از افراد هستند، واحدهای انسانی را تشکیل می‌دهند که تجربه فضایی مشترک و یکسان دارند (منصوری، ۱۳۹۴).

فضای جمعی مکانی برای جاری‌شدن رفتارهای مدنی و اجتماعی است که از روابط و مناسبات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی موجود در بطن جامعه شهری شکل می‌گیرد و به همین سبب جزئی جداناپذیر از منظر شهر است. فضای جمعی، نمود کالبدی ساختارهای ذهنی و فکری ساکنان شهر و آینه تمام‌نمای سیاست‌ها، افکار، اندیشه‌ها و فرهنگ هر ملت است و یکی از مهم‌ترین عناصر ساخت منظر شهر در ادوار مختلف تاریخ یک ملت به حساب می‌آید (حجتی، ۱۳۹۳).

به طور کلی عوامل بسیاری در پیدایش، گسترش و رونق فضاهای جمعی نقش دارند؛ بُعد تاریخی فضا به‌خاطر ساز بودن آن برای کاربران منجر می‌شود. بُعد کارکردی فضا آن را برای مخاطب قابل استفاده و هدفمند می‌کند. موقعیت مکانی فضا، شرایط و نحوه دسترسی به آن را برای مخاطب تعریف می‌کند و عوامل دیگر هر یک به نحوی ادراک مخاطب را تحت تأثیر قرار می‌دهند. فضای جمعی سرزنده ممکن است یک، چند یا حتی تمامی عوامل موفقیت را داشته باشد.

سرزندگی فضای جمعی

فضای شهری کیفیت‌های بی‌شماری دارد؛ سرزندگی یکی از کیفیت‌های فضای شهری است که به موفقیت آن کمک می‌کند. برای درک مفهوم سرزندگی لازم است فهم درستی از واژه کیفیت داشته باشیم. «کیفیت» چگونگی یک چیز

همه افراد از هر سن و جنسی، در بیشتر ساعات شبانه‌روز و جایی برای تفریح، گذران اوقات فراغت، برقراری تعاملات اجتماعی و فعالیت‌هایی است که در زنده کردن و پویایی‌اش نقش دارد. حضور واحدهای تجاری و رونق فعالیت خرید و فروش به ویژه در مقیاس کالاهای مصرفی روزانه، به سرزندگی هر چه بیشتر این فضاها منجر می‌شود. آن‌چنان که فضای مقابل یک نانوایی کوچک هم می‌تواند به اندازه فضای یک بازار روز در روابط اجتماعی میان انسان‌ها مؤثر بوده و تبدیل به یک فضای جمعی سرزنده شود.

مؤلفه‌های سرزندگی فضای جمعی

سرزندگی در سطح کلان علاوه بر سرزندگی فضاهای شهر، مفاهیمی چون عدالت، کارآمدی، سازگاری، انعطاف‌پذیری، کیفیت محیطی را نیز در بر می‌گیرد که در نهایت سرزندگی شهر در صورت پایداری به زیست‌پذیری منجر خواهد شد (همان: ۷۱). اندیشمندان متعددی مفهوم سرزندگی را از طریق برشمردن مؤلفه‌های آن تعریف کرده‌اند.

• چارلز لاندردی مفهوم سرزندگی را از زیست‌پذیری جدا می‌کند. او چهار رویکرد عمده را به شکل موضوعی مطرح نموده و نه معیار مؤثر برای شناسایی یک شهر سرزنده و زیست‌پذیر ارائه کرده است: تراکم مفید افراد، تنوع، دسترسی، ایمنی و امنیت، هویت و تمایز، خلاقیت، ارتباط و تشریک مساعی، ظرفیت همکاری و رقابت (خستو و همکاران، ۱۳۸۹).

• جین جیکوبز در سال ۱۹۶۱ مهم‌ترین معیارهای سرزندگی فضای شهری را ذیل مفاهیم تنوع کارکردی، تنوع کالبدی و تنوع فعالیت‌ها، این‌چنین بیان می‌کند:

۱. فضا ترجیحاً بیش از دو کارکرد اصلی داشته باشد.
۲. غالب بلوک‌ها کوتاه باشد (توجه به عنصر خیابان).
۳. فضا ترکیبی به هم پیوسته از ساختمان‌هایی با سن و شرایط متفاوت باشد.
۴. تراکم فشرده کافی مردم صرف نظر از علت حضورشان در فضا (جیکوبز، ۱۳۸۶).

برخی نظریه‌پردازان، سرزندگی را در کنار عوامل دیگری عامل موفقیت و مطلوبیت یک طرح شهری می‌دانند:

• کوین لینچ در سال ۱۹۸۰ حصول کیفیت مناسب طراحی شهری و در نتیجه ارتقای کیفیت زندگی شهری را در گروهی سرزندگی و چهار عامل معنی (حس)، سازگاری، دسترسی و کنترل و نظارت معرفی می‌کند:

۱. زندگی: به مفهوم امکان بقای زیست‌شناختی و جامعه‌شناختی انسان در محیط شهر
۲. معنی (حس): به مفهوم نقش‌انگیزی ذهنی و معنادار بودن مکان‌های شهری

یا پدیده است که تأثیرات عاطفی عقلانی خاص بر انسان می‌گذارد (پاکزاد، ۱۳۸۵: ۳۵). برای وصف «درجه کمال» اشیاء و پدیده‌ها به کار برده می‌شود؛ مفهومی دووجهی بوده، روشن و واضح ولی در عین حال چندپهلوی، قابل فهم ولی همزمان فرّار است. هنگامی که این واژه در مورد کیفیت‌های ملموس مانند سختی، نرمی، سرعت و مانند آنها به کار گرفته می‌شود، مفهومی روشن و قابل فهم دارد اما زمانی که در مورد کیفیت‌های غیر ملموس مانند زیبایی، شکوه، تأثیرگذاری و مانند آنها به کار برده می‌شود، مفهومی چندپهلوی و فرّار خواهد بود (گلکار، ۱۳۸۰). واژه «کیفیت» در فرهنگ زبان فارسی عمید به معنای چگونگی، چونی، صفت و حالت چیزی و در زبان انگلیسی به معنای ماهیت، نوع و یا خصوصیت یک شیء است.

اندیشمندان متعددی پیرامون فضای شهری، موفقیت، مطلوبیت و سرزندگی آن سخن گفته‌اند. سرزندگی فضای شهری بازتاب تعدد و به‌ویژه نوع فعالیت‌هایی است که در فضا انجام می‌پذیرد (خستو و سعیدی رضوانی، ۱۳۸۹: ۶۵). از میان افرادی که به مفهوم فعالیت، کاربری (عامل مولد فعالیت) و مفاهیم مرتبط همچون زندگی و فضای شهری اشاره کرده‌اند می‌توان به یان گل، کوین لینچ، جین جیکوبز و یان بنتلی اشاره کرد. حال این پرسش مطرح می‌شود فعالیت به چه معناست؟ «تمامی افعال انسانی که در راستای برآوردن یکی از نیازهای او انجام می‌گیرد» (پاکزاد، ۱۳۸۶: ۴۱). از سوی دیگر یان گل، شهرساز دانمارکی، فعالیت‌ها را به لحاظ اجباری یا اختیاری بودن به سه دسته تقسیم می‌کند:

۱. فعالیت‌های ضروری (اجباری): مانند رفتن به مدرسه یا محل کار، منتظر ماندن در ایستگاه اتوبوس (گل، ۱۳۸۷: ۳).
۲. فعالیت‌های انتخابی (تفریحی): مانند تفریح و فعالیت‌های اجتماعی. نشستن در پارک، پیاده‌روی (همان: ۵).
۳. فعالیت‌های اجتماعی (بیش‌از هر چیز وابسته به حضور دیگران در فضای عمومی است): مانند بازی کودکان، فعالیت‌های گروهی یا حتی فعالیت‌های منفعل همچون تماشاکردن دیگران (همان: ۶).

طبق دسته‌بندی فوق، فضای شهری سرزنده، فضایی است که در آن تعداد قابل توجهی از افراد و تنوع آن‌ها (به لحاظ سن و جنس) در گستره زمانی وسیعی از روز که فعالیت‌هایشان عمدتاً به شکل انتخابی یا اجتماعی بروز می‌یابد، حضور دارند؛ افراد به اختیار خود و نه از روی اجبار به آنجا آمده و لحظاتی را در فضا سپری نمایند. یعنی فضا باید به گونه‌ای باشد که مردم بیایند و بمانند (خستو و همکاران، ۱۳۸۹: ۶۶). فضای جمعی سرزنده یک فضای عموماً باز-از جمله خیابان‌ها، پیاده‌روها، میدان‌های عمومی و پارک‌ها- قابل دسترس برای

۳. سازگاری : به مفهوم انطباق فرم شهری با فعالیت‌های گوناگون و مدارهای رفتاری

۴. دسترسی : به مفهوم سهولت نفوذ فیزیکی به بخش‌های مختلف بافت شهری

۵. کنترل و نظارت : به مفهوم فراهم‌بودن امکان انتخاب و مداخله شهروندان در امور مرتبط با مدیریت و استفاده از عرصه همگانی شهر

لینچ در ادامه، دو فوق معیار جهت تنظیم روابط میان معیارهای پنج‌گانه ارائه می‌دهد؛ از نظر او در تجویز اقدامات و مداخلات طراحی شهری براساس هریک از معیارهای پنج‌گانه باید همواره دو سوال اصلی مدنظر قرار گیرد :

۱. فوق معیار کارایی : آیا اقدام پیشنهادی با توجه به هزینه خود واجد کارایی است؟

۲. فوق معیار عدالت : هزینه اقدام مزبور از جیب کدام بخش از ساکنین یا طبقه اجتماعی پرداخت خواهد شد؟ (گلکار، ۱۳۸۰).

• آلن جیکوبز و داندل اپلیارد در سال ۱۹۸۷ کیفیت‌های طراحی شهری را مدیون سرزندگی، هویت و کنترل، دسترسی به فرصت‌ها، اصالت و معنا، زندگی جمعی، خود اتکایی شهری و تعلق محیط به همه افراد جامعه می‌دانند.

• پرنس چارلز ۱۰ گزاره دستوری تحت عنوان کیفیت‌هایی که در طراحی محیط باید مورد توجه باشد، معرفی می‌کند : مکان، سلسله مراتب، مقیاس، تناسب (هارمونی)، محصوریت، مواد و مصالح، نشانه‌ها و علائم، تزیینات، هنر و توجه به جامعه محلی (همان).

یان بنتلی و همکارانش در کتاب محیط‌های پاسخ‌دهنده برای مطلوبیت فضای شهری، هفت معیار نفوذپذیری، تنوع، خوانایی، انعطاف‌پذیری، تناسب بصری و قابلیت شخصی‌سازی را مطرح می‌کنند :

۱. نفوذپذیری : به مفهوم تأمین دسترسی (ارتباط فیزیکی) و ارتباط بصری با نقاط مختلف

۲. تنوع : به مفهوم حضور تنوع عملکردی، تنوع فرم‌ها و تنوع اشخاص و گروه‌های اجتماعی در فضاهای شهری

۳. خوانایی : به مفهوم قابلیت قرائت سهل محیط و راهیابی آسان به نقاط و نشانی‌های مورد نظر

۴. انعطاف‌پذیری : به مفهوم توانایی و قدرت فضا در پذیرفتن عملکردها و فعالیت‌های گوناگون در خود

۵. سازگاری بصری : به مفهوم متناسب بودن خصوصیت بصری محیط با عملکرد و معنی محیط مزبور

۶. غنا : به مفهوم توجه به ظرافت و ریزه‌کاری در محرک‌های حسی مختلف (و نه صرفاً محرک‌های بصری)

۷. قابلیت شخصی‌سازی : به این مفهوم که ساکنین و شهروندان

فضای شهر را متعلق به خود و شخصی کنند (همان).
بنتلی مدتی پس از انتشار کتاب مذکور در سال ۱۹۹۰ تحت تأثیر انتقادات وارد به نظراتش، سه معیار جدید کارایی (از نظر مصرف انرژی)، پاکیزگی و حفاظت از اکوسیستم‌ها را به هفت معیار اولیه پیوست می‌دهد.

• برایان گودی نیز در سال ۱۹۹۳ نظری مشابه یان بنتلی دارد؛ گودی طراحی شهری مطلوب را وابسته به کیفیت‌های سرزندگی، هارمونی با زمینه، تنوع، مقیاس انسانی، نفوذپذیری، امکان شخصی‌سازی، خوانایی، انعطاف‌پذیری، غنا و امکان تحول سنجیده و کنترل‌شده برمی‌شمارد (همان).

نظریه پردازان دیگری همچون ویولیچ، راجر ترانیک، کولمن، مایکل ساوث ورث و فرانسیس تیبالدز هم آراء قابل توجهی در زمینه کیفیت‌های طراحی شهری مطلوب و مشخصات فضای شهری سرزنده دارند. با مطالعه و تحلیل آرای اندیشمندان طراحی شهری به نظر می‌رسد چند مفهوم مشترک به عنوان مؤلفه‌های سرزندگی فضای جمعی به کار برده شده است. صرف نظر از مؤلفه‌های کالبدی همچون لحاظ کردن محصوریت، سلسله مراتب، مقیاس انسانی، تناسب و سازگاری با زمینه، می‌توان مهم‌ترین مؤلفه‌های سرزندگی فضای جمعی را در قالب سه گروه دسته‌بندی کرد:

۱. اختلاط کاربری، تنوع فعالیت، انعطاف‌پذیری

۲. نفوذپذیری، سهولت دسترسی

۳. اصالت، معنادار بودن، حس تعلق، خوانایی

دو دسته اول و دوم مربوط به مؤلفه‌های کارکردی و دسته سوم مربوط به مؤلفه‌های تاریخی- هویتی است. تمامی مؤلفه‌های ذکر شده در نهایت موجب افزایش حضور افراد جامعه، افزایش مشارکت و تعاملات اجتماعی میان آنها در بستر زندگی جمعی و در نتیجه افزایش امنیت فضای شهری به ویژه فضاهای جمعی خواهند شد.

سرزندگی در فضاهای جمعی مغرب

فضاهای جمعی در مغرب به لحاظ مقیاس به دو دسته خرد و کلان تقسیم می‌شوند. به نظر می‌رسد در این کشور، فضای جمعی با مقیاس میانی وجود نداشته، در دو مقیاس محلی و یا فراشهری عمل می‌کنند. صرف نظر از کاربری مسجد در یک کشور اسلامی همچون مغرب که خود به تنهایی می‌تواند گونه‌ای از فضاهای جمعی سرزنده و موفق باشد، تمامی فضاهای جمعی در هر مقیاسی، تنوعی از کاربری‌ها و فعالیت‌ها را شامل می‌شوند. به نظر می‌رسد حضور کاربری تجاری و فعالیت خرید و فروش خواه در مقیاس خردتر یا دست‌فروشی و خواه در مقیاس کلان‌تر، عامل اصلی سرزندگی فضای جمعی است.

از سوی دیگر فضاهایی تازه‌ساخت در بخش مدرن شهرها

واجد ارزش است که در سال ۲۰۰۱ به ثبت یونسکو رسید. سوق «The souk» در ضلع شمالی میدان جماع الفنا مهم‌ترین بازار کشور است زیرا در آن کالاهای مورد نیاز گردشگران و شهروندان عرضه می‌شود. تنها راه رسیدن به بازار آن است که پیاده از میان میدان جماع الفنا عبور کنیم.

با توجه به مکان‌یابی میدان جماع الفنا؛ استقرار آن در لبه شهر (مجاورت دیوار مدینه) و اتصال آن به بازار مراکش، به نظر می‌رسد این میدان سابقاً عرصه‌ای گشوده در خدمت بازار و شاید به نوعی بارانداز بوده است. آنچه در تصاویر گذشته قرن بیستم میلادی دیده می‌شود، مشابه اتفاقاتی است که امروزه در این میدان شاهد هستیم. جماع الفنا، بازاری روباز در عرصه وسیعی بوده که عرضه‌کنندگان و متقاضیان، یکدیگر را ملاقات و کالای مورد نیاز خود را تهیه می‌کردند (تصویر ۲). این فرهنگ در طول زمان، تداوم یافته و امروزه میدان جماع الفنا شکل پیچیده‌تر و طراحی‌شده‌ای از همان بازار اولیه را دارد؛ دست‌فروشی که همه کالاها را به خود آویزان کرده و دائماً در حرکتند، فروشندگانی که کالاهای خود را روی گاری عرضه می‌کنند (تصویر ۳) و غرفه‌های متحرکی که فضای بیشتری اشغال نموده و برای خود سایه‌ای فراهم آورده‌اند.

پیشینه میدان جماع الفنا، شناخت اتفاقاتی که در طول زمان بر این میدان حادث شده و مشاهده وضعیت کنونی، گواه آن است که این میدان از زمان پیدایش تا امروز به عنوان یک فضای جمعی سرزنده و پویا بوده و هست. فعالیت خرید و فروش و کارکرد تجاری، عامل اصلی و اولیه در شکل‌گیری این میدان در مجاورت بازار شهر مراکش است. به این ترتیب عنصر کالبدی نقش مهمی در پیدایش و تداوم حیات میدان جماع الفنا نداشته، بلکه عنصر کارکردی - اختلاط کاربری‌ها و غلبه فعالیت تجاری - منجر به رونق میدان، خاطره‌ساز شدن و ثبات آن در ذهن شهروندان شده است. میدان جماع الفنا در طول روز در خدمت شهروندان و گردشگران بوده و هنگام شب، تبدیل به بازار خیابانی یا «market street» می‌شود (تصویر ۴). حضور گسترده افراد در طول تاریخ و فعالیت آن‌ها در این میدان باعث می‌شود



تصویر ۱. میدان بوجلود؛ عرصه گشوده و فضای جمعی شهر فاس، مراکش. مأخذ: <http://17.alamy.com/zooms/18f81b9a5a4c493b99869b8b680b0d68/> frica-morocco-line-of-women-sit-on-steps-outside-gate-of-bab-boujeje.loud-apd5pa.jpg

ایجاد شده‌اند که ظاهری مشابه نمونه‌های اروپایی متأخر دارند؛ اگرچه نحوه کارکرد آنها همچنان وابسته به فرهنگ مغربی است. پژوهش حاضر به این دسته از فضاهای جمعی مدرن نخواهد پرداخت و تنها فضاهای جمعی ارگانیک و تاریخی را مورد بررسی قرار می‌دهد. مطالعات میدانی و تصاویر ماهواره‌ای نشان می‌دهد گشودگی‌های بافت تاریخی و متراکم در شهرهای مغربی غالباً کم‌وسعت و در مقیاس محله، طراحی و ساخته شده‌اند. علاوه بر عرصه‌های باز در مقیاس محله هر چند به ندرت اما نمونه‌هایی از فضای جمعی وجود دارد که:

- در لبه شهرهای قدیم و مجاور دیوار مدینه شکل گرفته‌اند؛ اگرچه با توسعه شهر، اکنون درون شهرها جای دارند.
- در مجاورت یک یا چند کاربری درشت‌دانه و تاریخی و یا در محل تلاقی دو یا چند راه پُر رفت‌وآمد شکل گرفته‌اند.
- وسعت آنها بسیار بیشتر از فضاهای جمعی داخل بافت است. سابقاً در زمان احداث، کاربری دیگری داشتند.
- در طول زمان و با حضور تعداد افراد بیشتری در آنها به مکانی نوستالژیک و خاطره‌ساز تبدیل شده‌اند.
- عرصه‌های گشوده‌ی یکپارچه‌ای هستند که در طول ساعات فعالیت شهر به بازارهای خیابانی تبدیل می‌شوند.
- سرزندگی این فضاها غالباً وابسته به کارکرد تجاری و فعالیت خرید و فروش است.

میدان جماع الفنا در شهر مراکش، میدان الهدیم در شهر مکناس و میدان بوجلود در شهر فاس (تصویر ۱)، مصادیقی واجد صفات مذکور هستند. عرصه‌های باز و وسیع که فعالیت غالب آنها، خرید و فروش کالا در مقیاس خرد است؛ شامل چند مغازه کوچک (دکان) در جداره‌ها یا راسته‌های منشعب از آن، چرخ‌دستی‌های سیار، دست‌فروشی و دوره‌گردی. کالاهایی در این میدان‌ها عرضه می‌شود که نیاز روزانه مردم از قبیل خوراکی و پوشاک بوده و نیز خدماتی مانند داستان‌سرایی، فالگیری و حنابندان که بساط آنها روزانه و به راحتی چیده و برچیده می‌شود. سرزندگی و موفقیت این فضاهای جمعی، وابسته به تکرار دفعات مراجعه و در نتیجه ازدحام فضاست. پژوهش حاضر در ادامه، دو نمونه از مشهورترین فضاهای جمعی کشور مغرب را بررسی می‌کند.

• میدان جماع الفنا؛ مراکش

شهر مراکش پایتخت فعلی کشور مغرب است. میدان جماع الفنا مهم‌ترین میدان این شهر در قرن ۱۱ میلادی در مجاورت داخلی دیوار مدینه شکل گرفت. با گسترش مراکش این میدان اکنون در مرکز شهر است. این میدان کاملاً ارگانیک بوده و شکل هندسی مشخصی ندارد. جماع الفنا معروف است به مکان نمایش آکروبات‌بازی، داستان‌گویی، اجرای موسیقی خیابانی و فروش خوراکی‌ها و صنایع دستی. این فضای جمعی چنان

تا ۱۷۲۸ میلادی پایتخت کشور مغرب بوده است. میدان الهدیم، اصلی‌ترین میدان این شهر در حد فاصل بافت قدیم مدینه مکناس و شهر سلطنتی قرار دارد. این میدان با تخریب بخشی از بافت تاریخی مکناس توسط مولای اسماعیل در قرن ۱۷ میلادی به منظور اعلام اطلاعیه‌های سلطنتی و اعدام در انظار همگان ساخته شد. میدان الهدیم، قلب و میدان اصلی مدینه مکناس و در حال حاضر محلی برای فوتبال کودکان، دست‌فروشی، دوره‌گردی و تفرجگاه خانوادگی است. فعالیت اصلی میدان در ساعات بعد از ظهر بوده و شهرت آن به اجرای هنرمندان خیابانی از جمله داستان‌سرایان، آکروبات‌بازها و نوازندگان بربر و عرب است. میدان الهدیم از جنوب منتهی به باب المنصور (دروازه منصور) مدخل ورودی به کاخ-شهر سلطنتی مولای اسماعیل و از شمال به مدینه مکناس، متصل است.

چنان‌که از تاریخچه میدان الهدیم بر می‌آید، این میدان در زمان ساخت، میدانی حکومتی بوده که شاه اعلامیه‌های عمومی را به اطلاع مردم شهر می‌رسانده و گاه گناهکاران را در ملاً عام مجازات می‌کرده است. اگرچه کارکرد تجاری، عنصر اصلی و اولیه در شکل‌گیری میدان الهدیم نبوده، اما به نظر می‌رسد این میدان هم‌زمان می‌توانسته نقش فضای بارانداز و میدان‌گاه برای خرید و فروش کالاها را داشته باشد (تصویر ۵). آنچه‌آنکه این گشودگی در مجاورت بافت شهر بوده و از یک سو به بازار متصل می‌شده است. به این ترتیب کارکرد حکومتی میدان الهدیم با مکان‌یابی آن در مجاورت کاخ پادشاه و نیز کارکرد تجاری و خدماتی آن با مکان‌یابی در مجاورت دیوار مدینه، قابل توجیه است. لذا طبیعی‌ست مردم شهر، حس تعلق به میدان الهدیم داشته و خاطرات بسیاری از دوره‌های متفاوت این میدان به ذهن سپرده باشند.

به نظر می‌رسد میدان الهدیم در عصر معاصر نیز روزهایی از سال، میزبان نمایش‌ها، مراسم حکومتی و حتی تظاهرات مردمی باشد؛ چرا که میدانی با مقیاس و موقعیت مکانی الهدیم در بافت تاریخی شهر مکناس دیده نمی‌شود. الهدیم، به موجب تنوع فعالیت‌هایی که در آن انجام می‌شود، اصلی‌ترین فضای جمعی شهر مکناس و مکانی سرزنده و پویا برای برقراری تعاملات اجتماعی شهروندان است. عمده‌ترین کارکرد میدان الهدیم فعلی مشابه میدان جماع‌الفنا، خرید و فروش به ویژه در مقیاس خرد و دستفروشی در ساعات بعد از ظهر بوده (تصویر ۶)، آن‌چنان‌که مشاهده تعداد کاربران این فضا و نحوه فعالیت آنها، گواه سرزندگی و پویایی الهدیم در طول ساعات روز تا اواسط شب است.

مطالعه فضاهای جمعی مغربی نشان می‌دهد سرزندگی این فضاها عمدتاً وابسته به فعالیت بوده و نه کالبد. این عرصه‌ها



تصویر ۲. رونق تجارت در میدان جماع‌الفنا در سال ۱۹۱۴ میلادی. مأخذ: www.marocantics.com/photos/uncategorized/jamaelfna.jpg



تصویر ۳. رونق خرید و فروش سیار در میدان جماع‌الفنا، مراکش. عکس: سجاد مؤذن، ۱۳۹۵.



تصویر ۴. منظر شبانه و سرزندگی در میدان جماع‌الفنا به عنوان یک بازار خیابانی یا «street market». مأخذ: <http://images.kojaro.com/2015/11/Jemaa-el-Fna-marrakech3.jpg>

جماع‌الفنا امروزه اصالت و هویتی مشخص از خود بروز دهد، مردم به آن حس تعلق داشته باشند و آنجا را محیطی امن و سرزنده تلقی کنند.

• میدان الهدیم؛ مکناس
شهر مکناس (مرکز استان مکناس) در فاصله سال‌های ۱۶۷۵

میدان جماع الفنا. در واقع، ساحه، عرصه گشوده‌ای است که آن را میدان یا محوطه یا الفاظ دیگری می‌خوانیم. مقایسه دقیق‌تر نمونه‌های مشابه در ایران و مراکش نشان می‌دهد عرصه‌ای که ما در ایران آن را بازار می‌خوانیم، همان است که در مراکش به آن، لقب فضای جمعی یا میدان می‌دهیم. بازار کیان شهر اهواز، عرصه‌ای گشوده برای تجارت در فضای باز است (تصویر ۷) و با راسته بازارهای ایرانی یا سوق (Souk) در سرزمین‌های عرب‌زبان تفاوت دارد. بازار کیان اهواز مشابه میدان جماع الفنا یا الهدیم و یا خیابان محمد پنجم در شهر کازابلانکا است.

اختلاط کاربری‌ها در فضای جمعی به ویژه غلبه کارکرد تجاری یعنی فعالیت خرید و فروش در میدان‌های مغربی عاملی است که به سرزندگی این فضاها منجر می‌شود؛ خواه این فضا نام میدان داشته باشد یا بازار یا فضای جمعی. حضور در این میدان‌ها که به واقع میدان‌گاه (دارای کالبد توده‌ای و نه خطی) و متعلق به افراد پیاده هستند، گویای نحوه فعالیت آنها در مقیاس شهر است. اگر در ساعات پایانی روز و یا ساعات ابتدایی شب به این میدان‌ها مراجعه کنیم، آنها را شلوغ‌تر و پر از رفت و آمد می‌بینیم؛ تا آنجا که تقریباً گشودگی عرصه به چشم نمی‌آید. تجمع دست‌فروشان در میدان الهدیم و جماع الفنا و چیدمان خاص آنها در مجاورت یکدیگر، گویی میدان را به چند راسته بازار روباز تقسیم کرده و همین خصلت گشودگی فضایی و یکپارچگی میدان میان بافت تاریخی متراکم است که اجازه فعالیت همزمان به تعداد زیادی از مردم-ارایه‌کنندگان و دریافت‌کنندگان کالا و خدمات- می‌دهد و نه زیبایی ظاهری آن. به نظر می‌رسد اگر کارکرد تجاری فضا و فعالیت خرید و فروش از آن حذف شود، این میدان‌ها رونق فعلی خود را از دست خواهند داد.

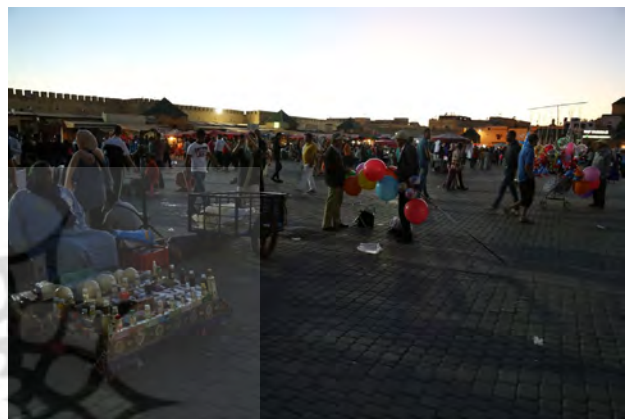


تصویر ۷. بازار کیان اهواز با کالبدی مشابه میدان‌های مراکشی. مأخذ: www.khouznews.ir/files/fa/news/1393/5/7/24211_870.jpg



تصویر ۵. عرصه گشوده میدان حکومتی الهدیم، فرصت تجارت کالا را فراهم کرده است.

مأخذ: <https://jeddi.org/g/var/albums/2012-08-PSM/Morocco/Meknes/meknes-place-el-hedim.jpg?m=137203136>



تصویر ۶. خرید و فروش کالاها در میدان الهدیم مکناس، عکس: سجاد مؤذن، ۱۳۹۵.

فارغ از عواملی که به جذابیت‌های بصری در کالبد یک فضای جمعی منجر می‌شود، نفوذپذیر و قابل دسترس بوده و به موجب حفظ ظاهر کالبد خود در طول تاریخ، دارای اصالت و هویت هستند؛ شهروندان در آن با طیفی از فعالیت‌های متنوع مواجه بوده، اجازه دارند کالا، خدمات یا هنر خود را عرضه کرده و یا از خدمات ارائه‌شده توسط دیگران بهره‌برند. در نهایت آن فضای جمعی برای مردم معنادار بوده و نسبت به آن حس تعلق خاطر خواهند داشت. این شکل از مداخله حکومت در مدیریت شهر منجر به حضور حداکثری مردم، ازدحام و پویایی فضا، رونق هرچه بیشتر این عرصه‌ها در طول ساعات فعالیت، تقویت حس امنیت، خاطره‌ساز کردن فضا در ذهن مردم، افزایش حس تعلق خاطر به محیط و در نهایت سرزندگی فضاهای جمعی شده است.

کارکرد تجاری، مهم‌ترین عامل سرزندگی فضاهای جمعی
آنچه ما به عنوان فضای جمعی مغربی یاد کردیم، همان است که مغربی‌ها در زبان عربی «ساحه» می‌گویند و ترجمه روان آن در فارسی، لفظ میدان است، می‌گوییم میدان الهدیم یا

نتیجه‌گیری

آنچه امروزه در فضاهای جمعی سرزنده مغرب دیده می‌شود، مشابه همان اتفاقی است که در شهرهای اولیه این کشور وجود داشته؛ فعالیت خرید و فروش در قالب بازار خیابانی. این عنصر بومی و منظرین در شهرهای امروزی حفظ شده و رونق بسیاری دارد. مغربی‌ها علیرغم دسترسی به امکانات و تکنیک‌های ساخت‌وساز که از ارتباط نزدیک با کشورهای اروپایی دریافت می‌کنند، هنوز بافت تاریخی شهرهای خود را با همان سیما و الگوهای گذشته حفظ کرده‌اند تا آنجا که حتی اطراف بزرگ‌ترین و اصلی‌ترین میدان‌گاه‌های داخل بافت تاریخی شهرها هم - علی‌رغم حضور تعداد زیادی گردشگر - مراکز تجاری بزرگ (مال) دیده نمی‌شود. فضای جمعی در شهرهای مغربی فضایی مشابه بازار روز یا میدان‌گاه (و نه راسته بازار) در عرصه‌های گشوده شهرهای ایرانی است؛ فارغ از اینکه نام عرصه‌های گشوده و روباز شهرهای مغربی، فضای جمعی، میدان یا بازار خیابانی باشد. میدان یا بازار محل خرید و فروش روزانه است. حضور کاربری‌های متعدد و به ویژه غلبه فعالیت خرید و فروش به سرزندگی و رونق فضای جمعی منجر می‌شود. در نتیجه بازار خیابانی یا میدان، فضایی از جنس فضای جمعی است، نفوذپذیر بوده و به راحتی قابل دسترس است، افراد زیادی در ساعاتی از زمان فعالیت (بیداری) شهر به آن مراجعه کرده و جمعیت بسیاری از اقشار متنوع را درون خود می‌پذیرد. حضور گسترده مردم به تقویت حس امنیت در فضاهای شهری منجر شده، در طول زمان، آن را به مکانی هویت‌مند و خاطره‌ساز تبدیل کرده و شهروندان به آن حس تعلق بیشتری خواهند داشت. چنین فضایی عمدتاً به دلیل غلبه کارکرد تجاری، پررونق، موفق و سرزنده است. به نظر می‌رسد اصلی‌ترین عامل سرزندگی میدان‌های مغربی نیز غلبه فعالیت خرید و فروش روزانه باشد. کارکرد تجاری گاه به شکل ابتدایی و سیار همچون دست‌فروشی، فروش روی چرخ‌دستی یا گاری و گاه داخل دکانی مختصر اتفاق می‌افتد.

پی‌نوشت

*. این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی گردشگری منظر بومی مراکش است که در سال ۹۶ و ۹۵ در پژوهشکده نظر انجام و سفر مطالعاتی آن به مقصد ۱۲ شهر مراکش در شهریور ۹۵ برگزار شد.

فهرست منابع

- پاکزاد، جهان‌شاه. (۱۳۸۵). *مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری*، تهران: وزارت مسکن و شهرسازی، معاونت شهرسازی و معماری، دبیرخانه شورای عالی شهرسازی و معماری.
- پاکزاد، جهان‌شاه. (۱۳۸۶). *مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری*، تهران: انتشارات شهیدی، چاپ دوم.
- جیکوبز، جین. (۱۳۸۶). *مرگ و زندگی شهرهای بزرگ امریکایی*، ترجمه حمیدرضا پارسا و آرزو افلاطونی، تهران: نشر دیپایه.
- حجتی، ریحانه. (۱۳۹۳). *ماهیت فضاهای جمعی شهرهای امروز قفقاز*، مجله هنر و تمدن شرق، ۲ (۴): ۵۵-۴۶.
- خستو، مریم و سعیدی رضوانی، نوید. (۱۳۸۹). *عوامل مؤثر بر سرزندگی فضاهای شهری*؛ خلق یک فضای شهری سرزنده با تکیه بر مفهوم «مرکز خرید پیاده»، نشریه هویت شهر، ۴ (۶): ۶۳-۷۴.
- گل، یان. (۱۳۸۷). *زندگی در فضای میان ساختمان‌ها*، ترجمه: شیمیا شصتی، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- گلکار، کورش. (۱۳۸۰). *مؤلفه‌های سازنده کیفیت در طراحی شهری*، مجله صفا، ۱۱ (۳۲): ۶۵-۳۸.
- لینچ، کوین. (۱۳۷۶). *تئوری شکل خوب شهر*، ترجمه: حسین بحرینی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- مسعود لوسانی، منا. (۱۳۹۳). *ردپای زندگی در شهر*؛ مفهوم فضای جمعی در شهرهای هند، مجله هنر و تمدن شرق، ۲ (۶): ۵۱-۴۲.
- منصور، سید امیر. (۱۳۸۰). *فضای جمعی و حیات مدنی*. روزنامه حیات نو، ۷ خرداد.
- منصور، مریم‌السادات. (۱۳۹۴). *زیباشناسی فضای جمعی*؛ ارزیابی زیبایی در سه فضای شهر تهران، مجله منظر، ۸ (۳۰): ۶۹-۶۲.

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author (s), with publication rights granted to the journal of art & civilization of the orient. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

مردانی، سیده فاطمه. (۱۳۹۷). *سرزندگی فضاهای جمعی، مدیون کارکرد تجاری*. مجله هنر و تمدن شرق، ۶ (۳۰): ۲۰-۱۳
DOI: 10.22034/JACO.2018.67356

URL: http://www.jaco-sj.com/article_67356.html

