

بررسی تاثیرگذاری بازار تهران بر پهنه بندی کاربری های محله بازار با تحلیل نقشه های GIS

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۲۲

کد مقاله: ۸۰۸۷۷

علی مزرعه فراهانی^{۱*}، حمید ماجدی^۲

چکیده

هدف از پژوهش حاضر سنجش تاثیرگذاری فعالیت بازار تهران بر پهنه بندی محله بازار می باشد. محله بازار تهران با مساحت ۹۳۵۰۲۴ مترمربع کاربری (غیر از معابر) و با جمعیت ۶۱۷۹ نفر در ناحیه ۳ شهرداری منطقه ۱۲ تهران حد فاصل خیابان ۱۵ خرداد از شمال، خیابان خیام از غرب، خیابان مولوی از جنوب و خیابان مصطفی خمینی از شرق قرار دارد. این پژوهش با استفاده از روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و با هدف شناختی، به کمک اطلاعات کتابخانه ای، اسنادی صورت پذیرفت. نمایش فضایی داده ها با استفاده از نرم افزار GIS بررسی و اطلاعات مربوط به محله بازار استخراج گردید. مطابق بررسی های صورت گرفته گسترش فعالیت های بازار تهران توانسته تاثیرات بسزایی در جهت تغییرات کاربری محلات پیرامونی خود خصوصاً در سطوح با کاربری مسکونی داشته باشد. سهم سطح کاربری خالص مسکونی در محله بازار فقط ۰/۷ درصد از کل سطح محله بازار است. سهم سطوح کاربری های تجاری در محله بازار در حدود ۶۰ درصد از کل مساحت کاربری های محله می باشد. کاربری های کارگاهی-صنعتی در محله بازار ۱۱/۵ درصد از سطح کاربری ها را به خود اختصاص داده است. سهم درصد مسکونی مختلط ۵/۷ درصد و سهم کاربری پاکینگ ۶/۳ درصد از سطح کاربری ها می باشد. این بررسی نشان میدهد کاربری های مسکونی غالباً به کاربری تجاری، انبار کالا، کارگاه و کاربری های ناسازگار یا مختلط مسکونی تبدیل شده است که سهم بسزایی در فرسودگی بافت دارد.

واژگان کلیدی: تاثیرگذاری بازار، محله بازار تهران، نقشه های GIS

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد رشته برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران (نویسنده مسئول)
Sarang.mazrae58@gmail.com

۲- استاد تمام گروه معماری و شهرسازی دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران

فروپاشی بنیان‌های زندگی شهری هنگامی رخ می‌دهد که کالبد شهر عملکرد و جذابیت خود را از دست بدهد و از پاسخگویی به نیازهای آنی و آتی ساکنان خود باز ایستد. بافت‌های تاریخی و مراکز اولیه شهرها به دلیل عدم برخورداری از تأسیسات، خدمات و زیرساخت‌های شهری باعث افزایش نرخ مهاجرت ساکنین بافت از منطقه و کاهش مشارکت ساکنین در مدیریت بافت شده‌است. افزایش احساس بی‌هویتی در بافت و کاهش مشارکت ساکنین و همین‌طور رونق بخش تجاری و کارگاهی و پرسود و پربازده بودن عملکردهای تجاری در این بافت باعث سوداگری و توسعه بی‌رویه تجارت در این بافت شده است. ماحصل این رویکرد رشد بی‌سابقه مراکز تجاری و کارگاهی در بافت و همین‌طور کاهش بی‌سابقه سکونت و حتی میل به سکونت در بافت را در پی داشته است.

شوک مدرنیته و ورود برنامه‌ریزی شهری غرب در یک قرن اخیر به ایران باعث رشد سریع جمعیت و رشد سوداگری در شهرها و افزایش فرسودگی بافت‌ها شده است. پدیده سوداگری در مرکز تاریخی شهرها باعث توجه تک بعدی و صرف به رشد عملکرد تجاری و همین‌طور عدم مشارکت ساکنین در مداخله بافت که در راستای بی‌هویتی بافت‌های تاریخی شکل گرفته است باعث شده تا رشد تک‌عملکردی با سرعت بیشتری در مراکز تاریخی شهرها پیش رود. تنها رویکرد سوداگری به سود بیشتر سبب شده تا عملکردها تبدیل به عملکردهای سودده شود لذا تغییرات عملکردی مسکونی و خدماتی به واحدهای تجاری و تولیدی از پیامدهای سوداگری و کاهش احساس هویت در مراکز تاریخی شهرها است.

هنگامی که در محدوده‌ای از شهر، حیات آن به هر علتی رو به رکود رود، بافت شهری آن محدوده در روند فرسودگی بی‌هویتی قرار می‌گیرد. یکی از عواملی که در فرسودگی بافت‌های تاریخی شهر تأثیر داشته و به شدت آن افزوده است میل ساکنان به مهاجرت از بافت و تبدیل بافت به منطقه‌ای برای جذب ساکنین کم‌درآمد شده که شناخت عوامل تشدید مهاجرت ساکنین و البته شناخت تبعات آن از الزامات برنامه‌ریزی برای ارتقاء سطح رفاه و آسایش و ارتقاء کیفیت زندگی در این بافت‌ها می‌باشد.

عوامل تأثیرگذار بر تغییرات کاربری اراضی را می‌توان به سه دسته عوامل قانونی، عوامل اقتصادی و عوامل جمعیتی تقسیم کرد. عوامل جمعیتی در تغییرات کاربری اراضی مهمترین عامل است و دو عامل دیگر را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. امروز تحول کاربری اراضی به عنوان فرآیندی موثر در فضای شهری مطرح است. این تحول که غالباً در اثر فعالیت‌های انسانی روی می‌دهد، به دلیل نبود برنامه اصولی، بی‌توجهی به توسعه پایدار، نداشتن مدیریت پایدار و بدون در نظر گرفتن محدودیت‌های زیست محیطی، به یکی از مهمترین معضلات شهرها در فضای نوین تبدیل شده است. در این راستا فعالیت پهنه‌های تجاری و کسب کار خصوصاً بازار تهران که دارای عملکردی فرا شهری و فرا منطقه‌ای است از تأثیر گذارترین عوامل جمعیتی - اقتصادی در تغییرات کاربری محلات پیرامونی به شمار می‌آید.

بازارهای سنتی در سازمان فضایی شهرهای قدیمی و تاریخی نقشی محوری در اقتصاد شهری داشته‌اند. لیکن در طی دهه‌های اخیر با تغییر در نقش و کارکرد و شکل بازارهای سنتی با تغییراتی مواجه بوده ایم. از جمله این تغییرات می‌توان به تغییرات کاربری‌های پیرامون بازار اشاره کرد که این تغییرات متأثر از نقش و کارکرد و اقتصاد بازار بوده است. (محمدی و همکاران، ۱۳۹۷) توسعه و گسترش فعالیت بازار تهران به دلیل افزایش جمعیت و به تبع آن افزایش تقاضا باعث نشت فعالیت‌های تجاری و وابسته به آن در محلات پیرامون بازار شده تا آنجا که به نظر می‌رسد سطح کاربری مسکونی و فعل سکونت در محلات پیرامونی بازار به سطح بسیار پایین در سال‌های اخیر رسیده است و همچنان روبه کاهش است. بر این اساس هدف از این پژوهش سنجش تأثیرگذاری بازار بر پهنه بندی کاربری محله بازار با تحلیل نقشه‌های GIS می‌باشد.

۲- مبانی نظری پژوهش

۲-۱- مرکز شهر

مرکز شهر به عنوان بخشی بااهمیت در ساختار شهر تعاریف متفاوتی را دارد که برخاسته از کارکردها و عملکردهای مراکز شهرهای مختلف است. معنای کلمه مرکز شهر در فارسی معادل City Center در دیکشنری اکسفورد بخش مرکزی یا منطقه اصلی کسب و کار و تجاری یک شهر است که البته واژه Inner City در کنار واژه City Center به معنای منطقه‌ای در همجواری مرکز شهر است که همواره با مشکلات اجتماعی و اقتصادی آمیخته شده است (Oxford Dictionary). در مرکز شهر فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی، تجاری و سرگرمی ساکنان آن و همچنین تبادل مادی و معنوی در بین مردم انجام می‌شود. مرکز مکانی است که یک شهر اغلب با آن مشخص می‌شود، زیرا تا حد زیادی، یک تصویر جمعی و مفهوم یک شهر را در ذهن ناظر شکل می‌دهد. مرکز شهر بیشتر اوقات هسته تاریخی آن است یا از نزدیک با آن ارتباط دارد و در طی توسعه آن تحت سلسله تحولات قرار می‌گیرد. این فضا در شهر به منظور ارضای متنوع‌ترین نیازها (در درجه اول مواردی که فوراً به مسکن و کار وصل نمی‌شوند) نمادی از مکان تجمع شدید مردم است (Mitkovic 2004, 41).

مراکز شهرها که حاوی شواهدی از تمدن شهری در شهر هستند دارای ابعاد معنوی، نمادی و زیبایی شناختی زیادی هستند و میزبان بسیاری از فعالیت‌های مسکونی، اقتصادی و فرهنگی هستند. این مراکز شامل دو نوع سکونتگاه هستند: آن‌هایی که با بقیه شهرها سازگار شده‌اند و مواردی که به دلیل رشد شهر، اکنون بخشی از یک ساختار بزرگتری شده‌اند (Wala, 2019). امکانات چندعملکردی و فرامنطقه‌ای، امکانات ارتباطی و هویت‌های اجتماعی و فرهنگی موجود در مراکز شهرها باعث افزایش کشش و قدرت مراکز شهرها است. لذا می‌توان مراکز شهر را به عنوان قلب تپنده توسعه شهرها دانست. مرکز شهر رامی‌توان به علت تمرکز و تجمع بخش عمده‌ای از منابع انسانی، اجتماعی، اقتصادی، تاریخی، فرهنگی و کالبدی و فعالیتی شهر در فضای محدود آن، مناطقی با پتانسیلی بالا برای جذب عملکردهای اقتصادی به شمار آورد و در مقابل پتانسیلی پایین در جذب و حتی حفظ جمعیت بومی و ساکن آن مناطق که هویت اجتماعی و فرهنگی آن مناطق را در طول زمان شکل داده‌اند، دانست.

جایگاه مرکز شهر و یا مراکز شهر در شهرهای بزرگ، در ساختار شهر، نظریه ساخت شهر، طرح‌های شهرسازی و در برنامه‌ریزی شهرها برجسته است به طوری که شهرسازان ارتباط بین مرکز و سایر بخش‌های شهر را ساختار کلی یک طرح شهری می‌دانند. مرکز شهر چه در شکل‌گیری و رشد ارگانیک شهر و چه در رشد برنامه‌ریزی شده و از پیش تعیین شده شهر نقش بارزی را در ساختار فضایی شهر و شکل‌دهی به فرم شهر ایفا کرده‌است. در ساخت شهر، شکل‌گیری شهر از یک هسته و مرکز اولیه شروع شده و در طول زمان در جهاتی که امکان گسترش آن را فراهم می‌آورند، رشد می‌کند. هسته و مرکز اولیه شهر بنا به مقتضیات زمان مهم‌ترین کارکردها و فعالیت‌های شهری را در خود جای می‌دهد و در صورت داشتن شرایط مناسب به مرکز اصلی شهر و کانون فعالیت آن تبدیل می‌شود. ساماندهی و اداره بخش مرکزی شهر امری پیچیده و دشوار است لذا برنامه‌ریزان شهری برای رسیدن به اهداف خود برای حل مساله و مشکلات شهری توجه خود را به سمت مراکز شهر معطوف کنند، چرا که بخش مرکزی شهر خود ماهیتی پیچیده دارد (فرج کرده ۱۳۸۷، ۳۳).

۲-۲- محله

محله‌های شهری در ایران پیشینه‌ای به قدمت تقریبی شهرنشینی دارند. اما به علت در دست نبودن اسناد و منابع کافی، شناخت کامل ابعاد مختلف زندگی اجتماعی و از جمله محله‌های بخش عظیمی از دستاوردهای شهری دوره باستان امکانپذیر نیست «ورجاوند معتقد است تمدن سکونت در این مملکت از نظرها پنهان مانده است اگرچه تاریخ سکونت در ایران به بیش از ده هزار سال می‌رسد». بسیاری از اندیشمندان با استناد بر آثار باقی مانده معتقدند که شیوه زیست شهری در ایران مبتنی بر هویت محله‌ای بوده است (رهنمایی و دیگران ۱۳۸۶، ۲۸).

مفهوم محله واژه‌ای تازه در ادبیات شهرسازی ایران و جهان نبوده؛ این مفهوم در قرن‌ها پیش و از زمانی که اولین حکومت‌های مرکزی ایران شکل گرفتند به صورت کهن دژها و شارستان‌ها می‌توان یافت. این واژه آنچنان با فرهنگ مردم گره خورده است که حتی در ادبیات عامه به وفور استفاده می‌شود و مفهوم آن برای مردم قابل درک است (حسینی و دیگران ۱۳۹۷، ۱۶). محله را می‌توان با قومیت، سبک زندگی یا نژادهای انسانی تعریف کرد. هنگامی که مرزهای جسمی با خصوصیات فرهنگی سازگار است، می‌توان محله را به راحتی تعریف کرد. محله شهری باعث می‌شود فعالیت‌های روزمره زندگی مانند اقامت، کار و تفریح در آن اتفاق بیفتد. برای رفع نیازهای روزانه ساکنان، محله‌های شهری دارای امکانات و مراکز ارائه خدمات هستند. محله شهری مکانی تعامل اجتماعی و ارتباط چهره به چهره بین ساکنان است. سرانجام، توجه به این نکته ضروری است که همسایگی در اصل یک جامعه خودجوش است و نمی‌تواند توسط برنامه ریزان ایجاد شود (Habib 2013, 2273).

محله به عنوان تبلور فضایی شرایط اجتماعی- اقتصادی جامعه، از انسجام و همگنی خاصی برخوردار است. عبارت دیگر یک تشکل اجتماعی است که عناصر اصلی تشکیل دهنده آن در شهرهای ایران عبارتند از: خانه‌های مسکونی، مسجد، میدان و میدانچه، بازار و بازارچه، گذر و کوچه، واحدهای محله‌ای به دلیل اندازه خود می‌توانند مشارکت در شکل دادن به محیط خود را فراهم آورند و مرکز محله، حس مکان و مرکزیت را تقویت کنند (لطیفی و دیگران ۱۳۹۲، ۷).

۲-۳- بازار

در ایران بازار به عنوان ستون فقرات شهرهای ایران در گذشته یاد می‌شد که به عنوان نمونه‌ای از توزیع متمرکز فضای کاربری تجاری شناخته شده‌اند. بازارهای اسلامی در مرکز شهرهای اسلامی شکل گرفته است و مکان مناسبی برای نشان دادن ابعاد مختلف سلسله مراتب در شهرهای ایران اسلامی است. این عنصر به عنوان مهم‌ترین فضاهای ارتباطی و عمومی در شهر در نظر گرفته شده و بیشترین سفر در آن جا رخ داده است (Masoumeh, 2015: 206).

در شهرهای ایرانی خیابان‌های تجاری به دلیل ادامه و رشد ارگانیک خود از مهم‌ترین مؤلفه‌های میراث شهری یک شهر به شمار می‌روند (Wala, 2019). به طور کلی بیشتر فعالیت‌های شهری در جوار بازار صورت می‌گرفت، از آنجا که در گذشته مهم‌ترین شکل روابط اجتماعی به صورت حضوری و مستقیم برقرار می‌شد، بازار مهم‌ترین شبکه فیزیکی و مناسب‌ترین مکان برای نشر اطلاعات و اخبار بود. وابستگی امور اجتماعی و تجاری طوری است که بازار علاوه بر فعالیت‌های اقتصادی، مکانی برای فعالیت‌های

سیاسی و مذهبی نیز بوده است و همواره بازاریان چنان گروه‌های متشکلی داشته‌اند که با عقاید و افکار نزدیک به هم به رفع مشکلات اجتماعی خود اقدام می‌کردند. در واقع نوعی انسجام اجتماعی در میان گروه‌ها و قشرهای مختلف بازار وجود داشته است (شاطریان و دیگران ۱۳۹۷، ۷۱).

بازار به عنوان یک پدیده از همان ابتدا قابل توجه بوده و شناخت و بررسی آن روز به روز هم گسترده تر شده است؛ تا جایی که در همه‌ی شهرها به خصوص شهرهای سنتی این مکان قلب شهر را تشکیل می‌دهد. بازار در تمدن و فرهنگ اسلامی به طور کلی و از جمله در تمدن و فرهنگ ایرانی، صرف نظر از پیشینه‌ی تاریخی پیش از اسلام آن، صورت و معنایی گسترده و نسبتاً پیچیده را به خود گرفته است. در واقع بازار از عناصر اصلی بافت شهری بوده و به نوشته‌ی حبیبی: «بازار از سطحی‌ترین تا ژرف‌ترین وجه پدیدار اجتماعی را دربرمی‌گیرد و در همه‌ی پاگردهای جامعه از سطح به عمق کارکرد آن به نحوی از انحاء ظهور و بروز دارد».

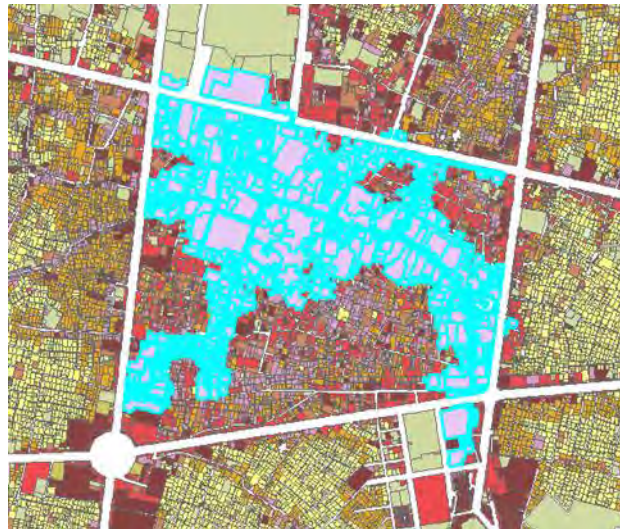
۲-۴- برنامه‌ریزی کاربری زمین

برنامه‌ریزی کاربری زمین، به چگونگی استفاده، توزیع و حفاظت اراضی، اطلاق می‌شود. ساماندهی مکانی و فضایی فعالیت‌ها و عملکردهای شهری براساس خواست‌ها و نیازهای مادی و فرهنگی جامعه شهری، که به نوعی با زمین مرتبط است صورت می‌گیرد (مهدیزاده ۱۳۷۹، ۷۷). برنامه‌ریزی کاربری زمین به عنوان محصول نهایی برنامه‌ریزی فضایی، به دنبال تعیین اولویت‌های توسعه و معرفی الگوی مطلوب استفاده از زمین است. برنامه‌ریزی کاربری زمین، ساماندهی مکانی فضایی فعالیت‌ها و عملکردهای شهری را براساس خواست و نیازهای جامعه شهری بررسی می‌کند. بر اساس چاپین^۱، برنامه‌ریزی کاربری زمین شهری، بخشی از فرآیند برنامه‌ریزی شهری است که ضمن اینکه به مناسبات مشترک خود با برنامه‌ریزی حمل‌ونقل و تسهیلات شهری اهمیت می‌دهد، با موقعیت، سرانه زمین مورد نیاز برای کاربری‌های مختلف شهری سروکار دارد. بنابراین امروزه برنامه‌ریزی کاربری اراضی به معنای سازمان دادن فعالیت‌های شهری در فضا است (سلیمانی مهرنجاتی و دیگران ۱۳۹۷، ۱۴۷).

تغییرات کاربری زمین نقش اساسی در مدیریت محیط زیست و اثرات آن بر تنوع زیستی، آلودگی‌ها، منابع آب و سرزندگی دارد. بنابراین مدیریت محیط زیست و برنامه‌ریزی کاربری زمین نیاز به شناسایی ماهیت پویای این تغییرات دارند. در این فرآیند، فعالیت افراد و گروه‌ها بر اساس علایق آن‌ها شرایط خاصی را ایجاد می‌کند که ممکن است مشکلات اجتماعی، اقتصادی و محیطی را در مکان فعالیت آن‌ها، یا به عبارتی کاربری زمین، به همراه داشته باشد. بنابراین برنامه‌ریزی به منظور کاهش اثرات نامطلوب بر کاربری زمین می‌کوشد تا فعالیت‌ها را نظم‌دهی و کنترل کند و محیط را بهبود بخشد. برای نیل بدین هدف، شناخت عوامل مؤثر در فرآیند تغییرات و درک آن ضروری می‌نماید. برای مطالعه تغییرات کاربری زمین، گام اول شناسایی عوامل مؤثر در تغییرات کاربری و تخصیص و مکان‌یابی کاربری‌ها است (دهقانی و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۴۵).

۳- محدوده مورد مطالعه

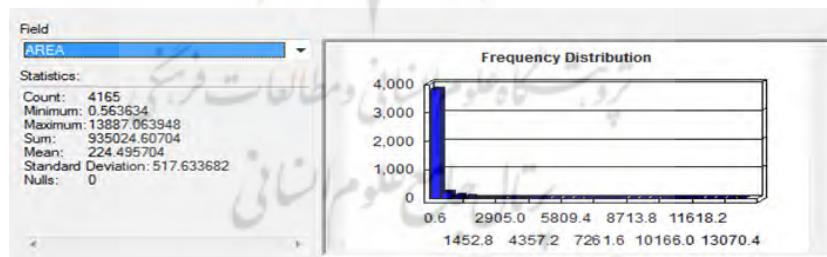
شهر تهران در ۵۱ درجه و ۶ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۳۸ دقیقه طول شرقی و ۳۵ درجه و ۳۴ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۵۱ دقیقه عرض شمالی قرار گرفته است و ارتفاع آن از سطح آب‌های آزاد بین ۱۸۰۰ متر در شمال تا ۱۲۰۰ متر در مرکز و ۱۰۵۰ متر در جنوب متغیر است. (گیتا شناسی تهران، ۱۳۸۷) محله بازار تهران با مساحت کاربری خالص ۹۳۵۰۲۴ مترمربع و با جمعیت ۶۱۷۹ نفر در ناحیه ۳ شهرداری منطقه ۱۲ تهران حد فاصل خیابان ۱۵ خرداد از شمال، خیابان خیام از غرب، خیابان مولوی از جنوب و خیابان مصطفی خمینی از شرق می‌باشد. این محله به منزله وجود بازار اصلی تهران و راسته بازارهای پیرامونی مهمترین و بیشترین کاربری تجاری، مختلط و کارگاهی - صنعتی را نسبت به مساحت محله به خود اختصاص می‌دهد. رشد فیزیکی بازار و تحولات عمده کالبدی آن تا اواسط دوره پهلوی اول ادامه داشت و پس از آن تغییر و تحولات به شکل تدریجی و در مقیاس تغییر عملکرد واحدهای موجود و احداث واحدهای فعالیتی به شکل محدود و بی قاعده صورت گرفته و تا به امروز نیز ادامه دارد. توسعه بازار در قالب تغییر عملکردهای اصلی آن از محدوده پوسته تعریف شده آن خارج شده و به بخش‌های مسکونی واقع در پیرامون بلافاصل آن نفوذ کرده و در دوره‌های بعد این جریان در محلات پیرامون بازار به خصوص در بخش‌های شمالی و تا حدی غربی و شرقی تحولات عمده‌ای را سبب شده است. تحولاتی عمدتاً از جنس اقتصادی که در مقیاس کالبدی صرفاً نقش تخریبی داشته و خود باعث ایجاد پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی عدیده‌ای شده است.



نقشه ۱- محدوده محله بازار و بازار تاریخی تهران (ماخذ: مطالعات تحقیق ۱۳۹۹)



نقشه ۲- سطح محله بازار تهران (ماخذ: مطالعات تحقیق ۱۳۹۹)



نمودار ۱- سطح محله بازار تهران (ماخذ: مطالعات تحقیق ۱۳۹۹)

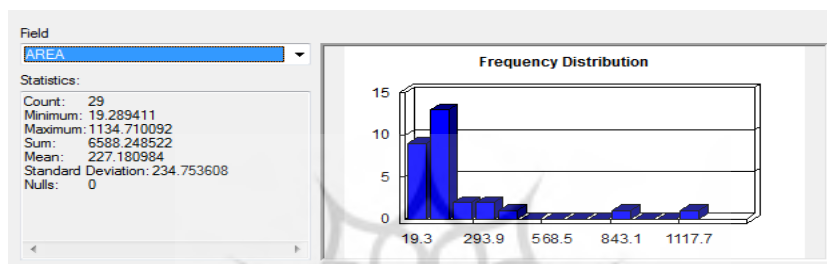
۴- یافته‌های تحقیق

۴-۱- کاربری مسکونی

به گفته محققان اراضی جنوبی واقع در محله بازار تا اواخر دوره پهلوی اول به صورت کاربری های مسکونی در قطعه زمین های با مساحت زیاد و یا درون باغات وسیع مورد استفاده قرار می گرفته است. این در حالیست که امروزه هیچ آثاری به جز چند نمونه بسیار محدود از آن باقی نمانده و محدوده بازار با غالب کاربری تجاری برآن رخنه و نشر نموده است. با بررسی و مطالعات صورت گرفته در این محله نتیجه حاکی از آنست که از مساحت ۹۳/۵ هکتاری محله بازار تهران فقط ۶۵۸۸/۲۴ متر مربع آن با کاربری خالص مسکونی باقی مانده است و مابقی به کاربری های دیگر اختصاص پیدا کرده است.



نقشه ۳- سطح با کاربری خالص مسکونی (ماخذ: مطالعات تحقیق ۱۳۹۹)



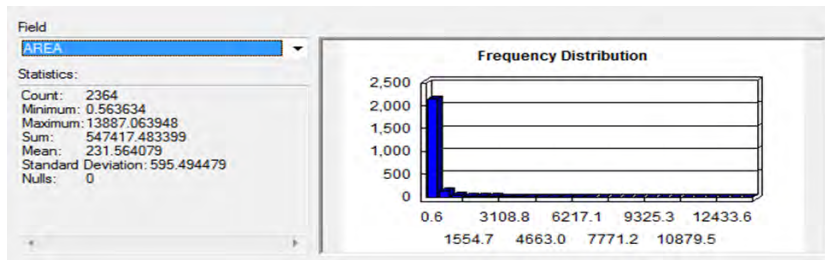
نمودار ۲- سطح با کاربری خالص مسکونی (ماخذ: مطالعات تحقیق ۱۳۹۹)

۲-۴- کاربری تجاری

بازار تهران از بخش‌های مختلفی مانند سراها، پاساژها، بازارو بازارچه‌ها، مرکز و مجتمع تجاری، تیمچه‌ها و دالان‌ها تشکیل شده است. به لحاظ تجاری، بازار به عنوان قلب تپنده اقتصاد به صورت فرا منطقه ای عمل می‌کند. مطابق بررسی‌های صورت گرفته و تحلیل‌های انجام شده مجموع مساحت با کاربری تجاری در محله بازار تهران برابر $547417/48$ مترمربع می‌باشد که تقریباً معادل ۵۸ درصد سطح محله است.



نقشه ۴- سطح با کاربری خالص تجاری محله بازار (ماخذ: مطالعات تحقیق ۱۳۹۹)



نمودار ۳- سطح با کاربری خالص تجاری محله بازار (ماخذ: مطالعات تحقیق ۱۳۹۹)

بازار تاریخی تهران به عنوان یک سازمان اقتصادی قدرتمند همواره در ایعاد فرامنطقه ای ایفای نقش نموده و به عنوان قلب تپنده شهر شناخته میشود. اما متأسفانه در سالهای اخیر به دلیل بی توجهی به گسترش بدون قید و شرط فعالیت بازار و فعالیتهای تابع آن به درون کانون سکونت در محلات پیرامون و عدم برنامه ریزی مناسب، بخش مهمی از کاربریهای مسکونی که ساکنان متمکن و اعیان در آنها سکونت داشتند به دیگر کاربریها از جمله مختلط مسکونی، کارگاه، انبار، پارکینگ و غیره تغییر کاربری داده و ساکنان اصیل آن به خارج از محله مهاجرت نموده اند.



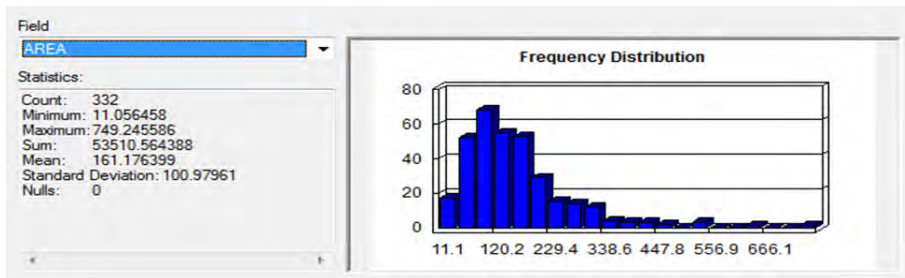
نقشه ۵- سطح محدوده بازار تاریخی تهران ماخذ: مطالعات تحقیق ۱۳۹۹

۳-۴- کاربری مسکونی مختلط

با گسترش فضای تجاری بازار تهران و نیاز هر چه بیشتر صاحبان کسب و کارها به فضاهایی همچون انبار، کارگاه، دفاتر کار و غیره متأسفانه تبدیل بخش وسیعی از واحدهای مسکونی به کاربری های ذکر شده به صورت گسترده ای صورت گرفته است. در ادامه با بررسی صورت گرفته مشخص گردید محله بازار بالاخص در ناحیه جنوبی دارای ۵۳۵۱۰/۵۶ متر مربع کاربری مختلط از جمله (مسکونی-تجاری)، (مسکونی- انبار)، (مسکونی-کارگاهی صنعتی) و همچنین کاربری های مختلط مسکونی - خدماتی می باشد.



نقشه ۶- سطح با کاربری مسکونی مختلط محله بازار (ماخذ: مطالعات تحقیق ۱۳۹۹)



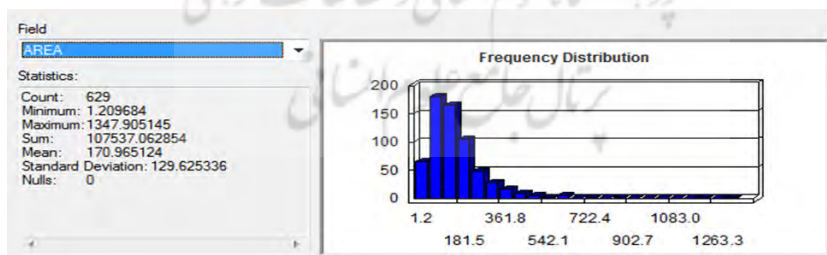
نمودار ۵- سطح با کاربری مسکونی مختلط محله بازار (ماخذ: مطالعات تحقیق ۱۳۹۹)

۴-۴- کاربری کارگاهی - صنعتی

یکی از مهمترین تاثیرات فعالیت بازار فرا منطقه ای تهران بر تغییرات کاربری محله بازار تهران، شکل گیری کارگاه های صنعتی و یا تولیدی ها است که به دلیل صرفه های ناشی از مقیاس و تجمع در نزدیکترین محل فروش محصول شکل گرفته اند. مطابق بررسی های صورت گرفته و خروجی های نقشه های GIS مساحت سطح کاربری کارگاهی- صنایع در محله مورد مطالعه ۱۰۷۵۳۷/۰۶ مترمربع با سهمی بیش از ۱۰ درصد میباشد. مطابق اسناد مورد مطالعه طی سال های ۱۳۷۳ لغایت ۱۳۹۵ نزدیک به ۳۰ درصد به تعداد واحدهای کارگاهی افزوده شده است.



نقشه ۷- سطح کاربری صنعتی - کارگاهی محله بازار (ماخذ: مطالعات تحقیق ۱۳۹۹)



نمودار ۶- سطح کاربری صنعتی - کارگاهی محله بازار (ماخذ: مطالعات تحقیق ۱۳۹۹)

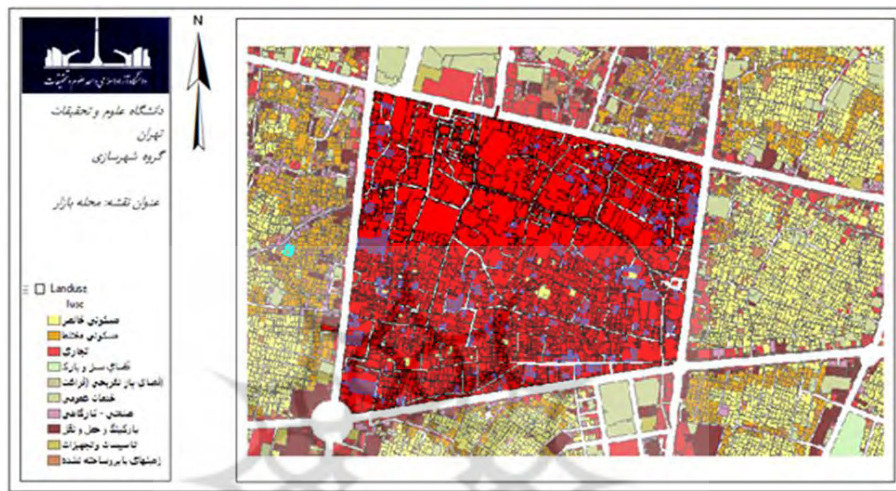
۵-۴- کاربری فراغتی - تفریحی

با توجه به جمعیت کم با سکونت دائمی در محله بازار به علل مختلف از جمله غالب شدن فعالیت های تجاری در محله و مهاجرت ساکنین اصلی محله به خارج از محله اینگونه به نظر میرسد که هیچگونه پتانسیل و ظرفیت سازی جهت ایجاد و یا حفظ نگهداری کاربری فراغتی-تفریحی توسط مسئولین و یا ساکنین محله صورت نگرفته است. البته جدای از افزایش سطح تجاری کارگاهی و غیره نباید از وجه تاریخی- فرهنگی بازار تهران به عنوان نقطه قوتی در جهت توسعه صنعت گردشگری و توریست چشم پوشی نمود.

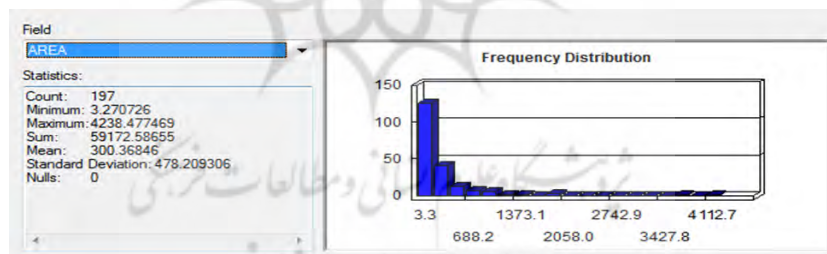
۴-۶- کاربری پارکینگ

پارک کردن وسایل نقلیه در حاشیه خیابان ها به ویژه در محدوده مرکزی شهر باعث کاهش ظرفیت، کاهش سرعت حرکت، افزایش تصادفات و کاهش سطح ایمنی در این معابر میگردد. در ضمن به دلیل این که پارکینگ های حاشیهای در کنار معابر قرار دارند به واسطه ورود و خروج های متوالی مانورهای وسایل نقلیه جهت پارک، باعث کاهش ایمنی و اختلال در ترافیک عبوری می شود. (سقای و همکاران ۹۵)

محل بازار تهران به علت عمده فعالیت تجاری دارای جمعیت شب و روز متفاوت می باشد. به گونه ای که در روز محل اصلی تردد خریداران، کارمندان، دانشجویان، صاحبان کسب و کار و خدمات مرتبط در محدوده فرا شهری و فرامنطقه ای بوده که با اتمام فعالیت در پایان روز عده کثیری از خریداران و صاحبان مشاغل از محله خارج می گردند. لذا با توجه به نیاز به محل پارک خودرو تبدیل کاربری ها به پارکینگ وسایل نقلیه اهمیت خاصی میابد که زمینه سوداگری و سودجویی برخی افراد سودجو را محیا می نماید.



نقشه ۸- سطح کاربری پارکینگ محله بازار (ماخذ: مطالعات تحقیق ۱۳۹۹)



نمودار ۷- سطح کاربری پارکینگ محله بازار (ماخذ: مطالعات تحقیق ۱۳۹۹)

مطابق بررسی های صورت گرفته در تحقیق، مساحت اختصاص داده شده به پارکینگ های عمومی و خصوصی به مقدار ۵۹۱۷۲/۵۸ متر مربع تقریباً معادل ۶/۳ درصد از سطح کاربری محله را به خود اختصاص داده که معادل تقریبی ۶ هکتار می باشد.

۷. سطح و سرانه

جمعیت محله بازار ۶۱۷۹ نفر برآورد گردیده که سطح و سرانه محله مطابق جدول ۱ می باشد.

جدول ۱- سطح و سرانه محله بازار (ماخذ: مطالعات تحقیق ۱۳۹۹)

نوع کاربری	مساحت از محله (m ²)	درصد از مساحت محله	سرانه (m ²)
مسکونی	۶۵۸۸/۲۴	۰/۷	۱/۰۶
تجاری	۵۴۷۴۱۷/۴۸	۵۸/۵۴	۸۸/۵۹
صنعتی- کارگاهی	۱۰۷۵۳۷/۰۶	۱۱/۵۰	۱۷/۴۰
تفریحی - فراغتی	-	-	-
مسکونی مختلط	۵۳۵۱۰/۵۶	۵/۷۲	۸/۶۶
پارکینگ	۵۹۱۷۲/۵۸	۶/۳۲	۹/۵۷

۵- جمع بندی و نتیجه گیری

هدف از پژوهش حاضر سنجش تاثیرگذاری بازار تهران بر پهنه بندی کاربری محله بازار با تحلیل نقشه های GIS می باشد. مطابق بررسی های صورت گرفته گسترش فعالیت های بازار تهران توانسته تاثیرات بسزایی در جهت تغییرات کاربری محلات پیرامونی خود خصوصاً در سطوح با کاربری مسکونی داشته باشد. با بررسی نقشه های GIS میتوان عدم رعایت سطح و سرانه مطابق ضوابط را که ماحصل نشت فعالیت های غیر مسکونی خصوصاً کاربری های تجاری و وابسته و غالباً ماتریسهای ناسازگار با مسکونی به درون بافتهای سکونت در محلات پیرامون بازار میباشد را نتیجه گیری و ارزیابی نمود. مطابق تحقیق صورت گرفته سهم سطح کاربری خالص مسکونی در محله بازار فقط ۰/۷ درصد (۰/۷٪) از کل سطح محله بازار است و کاربری های مسکونی غالباً به کاربری تجاری، انبار کالا، کارگاه و کاربری های ناسازگار یا مختلط مسکونی تغییر کاربری داده شده است. سهم سطوح کاربری های تجاری در محله بازار در حدود ۶۰ درصد از کل مساحت کاربری های محله می باشد که نشان دهنده کاربری محله با غالب تجاری است. مساحت کاربری های کارگاهی - صنعتی که از جمله کاربری های ناسازگار با کاربری مسکونی به شمار می رود در محله بازار ۱۱/۵ درصد از سطح کاربری ها را به خود اختصاص داده است و همچنین سهم درصد مسکونی مختلط ۵/۷ درصد می باشد. اختلاط کاربری ها خصوصاً کاربری های ناسازگار درون بافت سکونت باعث خروج ساکنان اصلی محلات پیرامون شده که این اقدام شرایط مناسب را برای تبدیل خانه های مسکونی به متروکه، انبار کالا و یا کارگاه فراهم نموده و باعث سکونت افرادی با بنیه مالی ضعیف گردیده که بی شک یکی از عوامل اصلی فرسودگی در بافت را رقم میزند و از طرفی افراد سودجو و بورس بازان با اقدام به تغییر کاربری املاک مسکونی اقدام به اجاره و فروش این املاک با قیمت بسیار زیاد جهت انبار و کارگاه و کاربری های این چنین می کنند.

در راستای احیای بافت مسکونی و بازگرداندن اصل هویت و سرزندگی به محله بازار پیشنهاد می گردد، بازیافت زمین های کارگاهی و انبار برای استفاده مجدد و تأمین خدمات و فضاهای عمومی مورد توجه قرار گیرد. همچنین تدوین برنامه ها و طرح های باززنده سازی و مرمت بافت در بخش های ارزشمند تاریخی و جلوگیری اکید از مداخله های منجر به از هم گسیختگی هویت و یکپارچگی محله های قدیمی و غلبه بر ریز دانگی بافت از طریق تجمع، ترکیب کالبد و فضا و بازیافت زمین باید مد نظر قرار گیرد.

منابع

۱. حسینی، سید فخرالدین. سلطانی، مهرداد. خرداد ۱۳۹۷. تحلیل تطبیقی مفهوم محله در نظام سنتی شهرهای ایران با الگوهای مشابه (جایگزین) دوره معاصر. ماهنامه باغ نظر
۲. حبیب، فرح و [دیگران] پاییز ۱۳۸۹. برنامه ریزی کاربری زمین و چگونگی تأثیر آن در کاهش آسیب پذیری شهر در برابر زلزله. علوم و تکنولوژی محیط زیست دوره ۱۲ شماره ۳
۳. دهقانی مصطفی، عزیزی، محمد مهدی، پاییز و زمستان ۱۳۹۳. سنجش عوامل تغییرات کاربری زمین در روند گسترش کلان شهرها (نمونه موردی منطقه ۲۲ شهر تهران). معماری و شهرسازی آرمان شهر، شماره ۱۳
۴. رهنمایی، محمد تقی و [دیگران] بهار و تابستان ۱۳۸۶. سیر تحول ساختاری و عملکردی محله در شهرهای ایران. جغرافیا نشریه علمی پژوهشی انجمن جغرافیایی ایران، سال پنجم، شماره ۱۲ و ۱۳
۵. سلیمانی مهرنجاتی، محمد و [دیگران] ۱۳۹۷. تحلیل پیامدهای تراکم کاربری های شهری و فراشهری بر کارکرد محله ای (مورد پژوهش: منطقه ۱۲ کلان شهر تهران)، فصلنامه مطالعات ساختار و کارکرد شهر ی.
۶. سقایی، محسن و [دیگران]. ۱۳۹۵. بررسی محدوده های مناسب احداث پارکینگ در راستای کاهش ترافیک شهری
۷. مورد مطالعه: مناطق ۱ و ۳ شهر اصفهان تهران: فصلنامه تحقیقات جغرافیایی

۸. شاطریان، محسن. حیدری سورشجانی، رسول ، پاییز ۱۳۹۷ پایگاه اجتماعی اقتصادی شهروندان و رفتار خرید در فضای شهری (مطالعه موردی: بازار سنتی شهر کاشان) فصلنامه شهر پایدار، دوره ۱، شماره ۳،
۹. فرج کرده ، خدر ۱۳۸۷ جایگاه مرکز شهر در نظریه‌های ساخت شهر و برنامه‌ریزی شهری ماهنامه شهرداری‌ها سال نهم ، شماره ۸۹
۱۰. لطیفی، غلامرضا . چابک ، ندا . پاییز ۱۳۹۲. بازآفرینی مفهوم محله در شهرهای ایرانی اسلامی بر پایه اصول نوشهرگرایی فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات شهری شماره ۸
۱۱. مهدیزاده، جواد ۱۳۷۹ ، برنامه‌ریزی کاربری زمین از دیدگاه توسعه پایدار .نشریه جستارهای برنامه ریزی و طراحی شهری شماره ۴
۱۲. محمدی، محمود و [دیگران] پاییز و زمستان ۹۷ . ارائه مدل بازآفرینی اقتصادی بافت تاریخی با تأکید بر نظم در نظریه کارکردگرایی ساختاری دوفصلنامه علمی-پژوهشی مرمت و معماری ایران، سال هشتم، شماره ۱۶
۱۳. سایت گیتاشناسی تهران ۱۳۸۷
۱۴. مهندسین مشاور باوند ۱۳۸۵ طرح تفصیلی منطقه ۱۲ تهران
15. Mitkovic, P. D. (2004). City center organization and its influence on the city structure. *Architecture and Civil Engineering*, 41-56.
16. Walaa, A. E.-H.-H. (2019). Urban renewal for traditional commercial streets at the historical centers of cities. *Alexandria Engineering Journal*, 1127-1143.
17. Habib, F. M. (2013). The Concept of Neighborhood and its Constituent Elements in the context of Traditional Neighborhood in Iran. *Advances in Environmental Biology*, 2270-2278.
18. Masoumeh, G. A. (2015). Role of movement and stillness Elements in Development of Iranian-Islamic Cities in order to make optimal satisfaction in human(case study: bazaar, mosque, house). *Procedia_ Social and Behavioral Sciences* , 201-212.



Abstract

The purpose of this study is to measure the impact of the market on the zoning of the market neighborhood by analyzing GIS maps. Tehran Bazaar neighborhood with a net land area of 935024 square meters and a population of 6179 people in District 3 of Tehran Municipality, District 12, is located between 15 Khordad St. from the north, Khayyam St. from the west, Molavi St. from the south and Mostafa Khomeini St. from the east. According to studies, the expansion of Tehran market activities has been able to have a significant impact on changes in the use of its surrounding areas, especially in residential areas. The share of net residential land use in the Bazaar neighborhood is only 0.7% of the total area of the Bazaar neighborhood, and residential land uses are often converted into commercial land use, warehouse, workshop, and incompatible or mixed residential land uses. The share of commercial land use levels in the bazaar neighborhood is about 60% of the total area of neighborhood land uses, which indicates the use of the predominantly commercial neighborhood. The area of workshop-industrial uses, which is one of the incompatible uses with residential use, occupies 11.5% of the level of uses in the Bazaar neighborhood.

Keywords: Bazaar Impact, Tehran Bazaar neighborhood, GIS maps

