

مرکز مطالعات و تحقیقات علمی ایران
تهران

دانشگاه شهید بهشتی

پایان نامه

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد معماری

موضوع: مطالعات

(مجتمع تجاری، فرهنگی، ورزشی شیخ بهایی)

اساتید راهنما: دکتر علی غفاری سیده

مهندس محسن پدیدار

مهندس محمد جعفر خاتمی

نگارش: محمد غفاری

9445

پائیز ۱۳۷۸

۳۲ ۲۳۸

تقدیم به همسر که صبورانه در کنارم بود. و

تقدیم به برادرم که همواره چراغ راهم بود.

■ سرفصلهای اصلی

- ۱- مقدمه و معرفی موضوع.....
- ۲- تاریخ شهر و شهرنشینی.....
- ۳- بازار.....
- ۴- عوامل مؤثر بر شهرها.....
- ۵- مراکز تجاری امروزی در دنیا و مبانی طراحی آنها.....
- ۶- ملاحظات اصلی در طراحی مراکز خرید.....
- ۷- تأسیسات.....
- ۸- معرفی و تحلیل نمونه‌ها.....
- ۹- شکل‌شناسی مراکز خرید شهری در دنیا.....
- ۱۰- فضاهای اجتماعی در مراکز خرید.....
- ۱۱- ترافیک.....
- ۱۲- سایت و آنالیز سایت.....
- ۱۳- برنامه فیزیکی.....
- ۱۴- منابع و مآخذ.....

دودو-۱

- مقدمه

از میان انبوه کاغذهای روی میز به یادداشتی برخورد کردم بدین مضمون «با یکی از مهندسان دفتر قرار گذاشتیم فردا ساعت ۸/۵ صبح برای دیدن چند نمونه از فروشگاههای بزرگ برویم. طبق قرار، اول صبح حرکت کردیم و تمام روز را سرگرم بازدید از فروشگاههای رفاه میدان آزادی، فروشگاه قدس و فروشگاه رفاه مرقد امام خمینی بودیم. فردای آن روز بازدیدها ادامه داشت و این بار نوبت به فروشگاههای در میدان چیدر تجریش رسید. میدان و سر پل تجریش مملو از جوانان سرگردان بود. دختران و پسران جوان، انفرادی و یا در دسته‌های چند نفری در مقابل مغازه‌های حاشیه خیابان ولی عصر و یا اطراف میدان پرسه می‌زدند. داخل بازار تجریش هم ماجرا به همین منوال ادامه داشت. تعداد معدودی خرید کرده بودند ولی اغلب آنها در حال وقت‌گذرانی و پرسه زدن بودند، در حالی که سعی می‌کردم از میان انبوه جمعیتی که جلوی یک فروشگاه لوازم صوتی و تصویری جمع شده بودند و مشغول تماشای بازی والیبال تیم ملی ایران و تیم ملی یکی از کشورهای شوروی سابق بودند راهی باز کنم، دوستم همراهم راهی به درون خیابان گشود و بدین ترتیب خود را به آن طرف خیابان رساندیم. او که از طرف دفتر مأموریت یافته بود با من همکاری کرده و با دوربین تعدادی عکس تهیه کند از من در مورد هدف پروژه سؤال کرد که برایش توضیح دادم که قرار است دو جلد کتاب را که در مورد طراحی فروشگاههای بزرگ است به نام **Markets and Supermarkets and Hypermarkets Design** را از زبان انگلیسی ترجمه کرده و به همراه تعدادی از فروشگاههای بزرگ موجود در ایران مطرح کنم.

فردا نیز کار ادامه یافت. این بار مجبور بودیم از میدان انقلاب عبور کنیم. اینجا نیز همان داستان گذشته ادامه داشت. اطراف میدان بسیار شلوغ بود و مملو از جمعیت جوان و نوجوان. از هر چند رهگذر تعدادی خرید کرده بودند که غالباً کتاب را نیز شامل می‌شد. شاید دلیل عمده‌اش وجود

کتابفروشی‌های متعدد روبروی دانشگاه تهران بود. سایرین نیز که عمدتاً طبقه جوان بودند مشغول ویراندازی ویتترین مغازه‌ها بودند. از ویتترین‌هایی که بیشتر جوانان را به خود جلب کرده بود ویتترین مغازه‌های فروش CD بازیها و برنامه‌های کامپیوتری بود. جوانان با علاقه هر یک از CDها را به دقت نگاه می‌کردند تا از موضوع آن مطلع شوند.»

من که قرار بود برای پایان نامه‌ام موضوعی را انتخاب کنم به جواب مطلوب رسیده بودم و در انتخاب موضوع رساله نهایی هیچگونه تردیدی نداشتم. طراحی یک مجموعه تجاری - فرهنگی - ورزشی. صرف نظر از این که ممکن است تلفیق یک ایده خارجی Shopping Center یا به قول آمریکایی‌ها Mall با بازارهای سنتی و مراکز فرهنگی ما چندان سنخیتی نداشته باشد لیکن بر هیچ کس پوشیده نیست که وجود چنین مراکزی در جای جای کشور و به خصوص در تهران یک ضرورت انکارناپذیر است.

کشور ما که ۷۰ درصد جمعیت آن را جوانان کمتر از سی سال تشکیل می‌دهند یکی از جوان‌ترین کشورهای جهان است. فراهم نمودن زمینه‌های لازم نظیر ساخت مجموعه‌های چند منظوره که از یک سو بتواند نیازهای خانواده‌ها را تأمین نموده و از سوی دیگر بتواند محیطی سالم و مطمئن برای گذراندن اوقات فراغت جوانان و نوجوانان باشد امری بدیهی است.

یکی از مهم‌ترین وظایف برنامه ریزان کشور که لازم است در برنامه ریزی‌های کوتاه مدت میان مدت و طولانی مدت کشور مد نظر قرار دهند اهتمام به مسائل، معضلات و مشکلات جوانان کشور است. طبقه‌ای از جامعه که طیف وسیعی از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند و به خاطر شرایط سنی‌شان از یک طرف از پتانسیل و توان بالایی برخوردارند که لازم است در جهت مثبت از آن استفاده شود و از سوی دیگر حساسیت‌ها و ظرفیت‌های خاص خود را دارند.

در حال حاضر در کشور متأسفانه از این گونه مجموعه‌های بزرگ یا اصلاً یافت نمی‌شود و یا به صورت ناقص در تهران و یکی دو شهر دیگر به تعداد محدود وجود دارد که لازم است توجه بیشتری بدین امر مبذول نمایند.

در کنار بخش‌های فرهنگی و ورزشی چنین مجموعه‌هایی که عموماً بیشتر مورد استفاده جوانان قرار می‌گیرد ولی غالباً از نظر اقتصادی سود دهی چندانی ندارد وجود بخش تجاری که می‌تواند مورد توجه تمامی اعضای خانواده قرارگیرد و مجموعه را در تمامی ساعات شبانه روز فعال و زنده نگه دارد، از نظر اقتصادی نیز می‌تواند مهره گم شده حلقه اتصال سایر بخش‌های مجموعه باشد.

۲- تاریخ شهر و شهر نشینی

پیش‌گفتار: مطالعات تاریخی

تاریخ شهر و شهرنشینی به دیرینگی تمدن بشری است، آنگاه که در پی انقلاب عظیم در فرهنگ انسان، روند اجتماعی موجب دگرگونی روابط متقابل انسانها شد. هر یک از شهرها و سکونت‌گاههای قدیمی گنجینه‌ای فرهنگی است با ارزشی بیشمار که نمایانگر تاریخ حیات اجتماعی جاری در آن است. تغییر در واکنش‌های انسان نسبت به محیط با پیدایش شهرها که نقطه عطفی در تاریخ اجتماعی انسان به حساب می‌آید، تجلی یافت، در پی انقلاب صنعتی و دگرگونی ناگهانی اجتماع انسانی و بشری، در زندگی ما ابعاد تازه‌ای تقویت شد و توسعه یافت.

با وجود انقلاب صنعتی نظریات جدیدی دربارهٔ چگونگی برنامه‌ریزی در شهرها و قابلیت زیست شهرها مطرح گردید و بر مطالب و جوانب مهندسی، معماری، ساختمان و زیباسازی و محیط زیست شهری توجه ویژه‌ای قایل شدند.

شهرها در حقیقت اثر ماندگار تاریخی و در عین حال واحد جغرافیایی و اجتماعی تکامل‌پذیر است و برحسب شیوه مبادلات اقتصادی و اجتماعی برپویایی فضایی اقتصادی - اجتماعی خود تداوم می‌بخشند.

بدنبال توسعه زندگی شهری، افزایش تعداد شهرها و جمعیت شهرنشین، کنترل و کادربندی فضای شهری و تغییرات فیزیکی یافت و تعیین حد و مرزهای شهری و حوزه‌های نفوذی شهرها، در برنامه‌ریزی شهرها مورد توجه قرار گرفت.

توسعه تکنولوژی که در بعد از انقلاب صنعتی در اروپا به وقوع پیوست باعث شد که تمام زندگی بشر را تحت تاثیر خود قرار دهد و زندگی انسانی را زیر و رو کرده‌اند، به طوری که زندگی بشری امروزه بدون وجود تکنولوژی نمی‌تواند معنا داشته باشد. چرا که تمام شئون زندگی وابستگی شدید به تکنولوژی و ماشین‌ساز دارد که آن را می‌توان به جرات جزء لاینفک زندگی انسانی تلقی کرد.

تفکر و بینش انسان رفته رفته سبب تحول و توسعه در امر تکنولوژی می‌شود. توجه هرچه بیشتر به بسط تکنولوژی و وابستگی هر چه بیشتر انسان سبب می‌شود که امروزه تمام تفکرات انسان براساس تکنولوژی مورد استفاده او باشد حتی در شیوه زندگی سعی بر آن دارد که براساس تکنولوژی و ماشینی که در اختیار دارد هماهنگی و تطابق لازم را صورت دهد.

انسان که در اجتماعی بودن آن شکی نیست و ذاتاً مدنی الطبع است در روستاها و شهرها که محل زندگی اوست رفته رفته در طی گذشت ایام توسعه و تحولاتی را به وجود آورد چرا که زندگی و سیستم اجتماعی او پویا و حالت دینامیکی دارد و تفکر ایستایی نسبت به این سیستم محکوم است پس باید تحولات و تغییرات را در زندگی دید.

تا قبل از انقلاب صنعتی بینش انسان هنوز سیر خود را طی نکرده بود و به صورت اولیه تفکر می کرد چرا که تحولات اساسی هنوز در سطح دنیا و کره خاکی او نیز رخ نداده بود همه تذکرات اولیه بود ولی در همین تفکرات هم بینش ها و نظرات قابل ستایش و با اهمیت دیده می شود و همین تحولات چه بسا که سبب تحول اساسی در جامعه می شد.

شکل مدرن زندگی امروزی بشر از بعد از انقلاب صنعتی قرن ۱۸ اروپا بود که به وجود آمد و انسان توانست در گرو تفکرات و اندیشه های خود بر زندگی مسلط شود و حتی در برخی و یا اکثر موارد بر آن چیره شود چرا که امروزه بر اساس همین اندیشه توانسته زندگی و محیط زیست مناسبی را آرامش و امنیت بیشتر خود مهیا کند.

اما با توجه به توسعه تکنولوژی و صنعت در اجتماع بشری از یک طرف و توسعه و افزایش جمعیت از طرف دیگر ما شاهد تمام تحولات در زندگی اجتماعی هستیم تغییرات اساسی که انسان در محیطهای زندگی خود به وجود می آورد و در جهت رفاه و آرامش بیشتر است ولی باز مشاهده می شود که به این تغییرات جزئی نیز اکتفا نمی کند و همیشه خواستار و در پی تغییرات اساسی است، و امروزه ما تحولاتی که در شهرها و روستاها مشاهده می کنیم از این قبیل است.

شهرها که محل زندگی انسان است تحت عواملی در مکان خود مستقر شده اند و باید مکان شهرها از امنیت، آرامش، مزایای سیاسی - اجتماعی - اقتصادی برخوردار باشد چرا که اینها از امتیازات محیط مناسب زندگی آرامش است.

مقدمه :

شهر و تاریخ شهر و شهرنشینی از اثرات ماندگار تاریخی در زندگی اجتماعی انسان می باشد. و شهرها به عنوان های واحد اجتماعی تکامل پذیر و پویا به شمار می روند.

شهرها از آن جایی که به عنوان محل زندگی انسان و محل فعالیت او بوده همیشه دست خوش تحولات انسان قرار گرفته، با ازدیاد جمعیت این محل های زیستی ساختار و نظم جدیدی را به خود گرفته و روز به روز بر تحول این نظام افزوده است. مجتمع های زیستی شهری دارای عملکردهای اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی می باشد. طوری که انسان در آن احساس آرامش می کند. او جهت ارائه خدمات بهتر به خود و هموعانی که باید با تعاون و همکاری او نیازهایش را برطرف نماید فضاها و عناصری را در شهر به وجود آورده که هر کدام بنوبه خود نوعی از خدمات را به او عرضه می کند.

از قدیم الایام یکی از این فضاها و مکانها که در مجتمع ها وجود داشته و به عنوان عنصر اصلی معنا دهنده، به محل ها و مجتمع ها بوده است عنصر و شبکه بازار می باشد، که بازارها از قدیم بعنوان عضو اصلی محیط شهری بوده و بعنوان شبکه ارتباطی سر پوشیده ای که در دور و بر آن دکانها و مغازه هایی جهت عرضه، مایحتاج عمومی انسان وجود داشته مشهود بوده است. این فضا و مکان به عنوان قلب اقتصادی شهر به شمار می رفته، چرا که بازارها علاوه بر ارائه خدمات به شهروندان ساکن چونکه در مسیرهای ارتباطی و در نزدیکی دروازه های شهرها واقع می شدند مکان مناسبی جهت اشتغال و ایجاد زمینه های اقتصادی برای اهالی شهر و اطرافیان به حساب می آمده است، که امروزه هنوز عملکرد اقتصادی - تجاری - فرهنگی بازارها را در برخی شهرها خصوصاً شهرهایی که هنوز پر جمعیت نیستند و از توسعه کمتری برخوردار هستند می توان دید.

به هر حال بازار به عنوان نبض اصلی اقتصادی در توسعه و تحول اقتصادی اجتماعی - فرهنگی شهرها تاثیر داشته و علاوه بر آن در شکل و فرم شهرها نیز بی اثر نبوده است چرا که شهرها همه در کنار و مجاورت شبکه بازارها شکل می یافته اند و توسعه خود را از آن محل شروع کرده اند.

بعد از انقلاب صنعتی و توسعه تکنولوژی که سبب پیدایش پدیده ای بنام ماشین شد و با ورود ماشین به زندگی انسان و همچنین استفاده بیش از اندازه انسان از ماشین و توسعه اتومبیلداری در شهرها، شهرها از آن شکل ارگانیک و اولیه خود بیرون آمده و جهت عبور و مرور ماشین ها، کم کم معابر و

گذرهای ارتباطی در سطح شهرها بوجود آمد که این پدیده (خیابان‌ها) به مرور زمان به شکل امروزی خود درآمده است.

در زمان‌های اولیه خیابان‌ها و معابر فقط جهت عبور وسایل نقلیه موجود در شهرها به کارگرفته می‌شد، و مسایل اقتصادی - اجتماعی همه در سطح بازارها انجام می‌شد، ولی رفته رفته بعلت کمبودها و نقایصی که در سطح بازارها از نظر دسترسی، ارتباط، خدمات عمومی و... و از همه مهم تر کم عرض بودن محوطه بازار جهت استفاده از اتومبیل، دیده می‌شد فعالیت‌های تجاری، اقتصادی خود را به شبکه‌های ارتباطی و خیابان‌ها نزدیک کردند، چرا که دو مزایا یا خصیصه اصلی واحدهای تجاری که همان دیده شدن و استفاده از دسترسی بیشتر است، الزاماً آنها را به خطوط ارتباطی نزدیک می‌کند. گذشته از آن توسعه زندگی اجتماعی امروزی و افزایش جمعیت بطور کلی نیازهایی را بوجود و پدید می‌آورد که بازارها با توجه به طراحی اولیه خود قادر به جوابگویی به این نیازها نیست و باید مکانها و فضاهای بوجود آید، و با خصوصیتی که شبکه‌های ارتباطی دارند که همان بهبود و افزایش دسترسی است بهترین مکان جهت جایگزینی واحدهای تجاری و اقتصادی است. به همین علت امروزه شاهد این قضیه هستیم که شبکه‌های ارتباطی در کنار بازارها دو نقش مهم را ایفا می‌کنند که یکی نقش ارتباطی می‌باشد و دیگری نقش اقتصادی و تجاری، چرا که فضاهای تجاری جدید که خود را از بازارها به خیابانها کشانده‌اند در دو بر این شبکه‌ها جا گرفته‌اند، و با توجه به افزایش جمعیت و توسعه شهرها خیابان‌ها در تمام نقاط شهر کشیده و طراحی شده‌اند و پراکنندگی واحدهای تجاری را که وابسته به معابر هستند، می‌توان در تمام نقاط شهر کشیده و طراحی شده‌اند و پراکنندگی واحدهای تجاری را که وابسته به معابر هستند، می‌توان در تمام نقاط شهر مشاهده نمود.

۳- بازار

مطالعه تاریخی و پیدایش بازار

پیدایش شهرنشینی:

نگاه به سلسله مراتب شهرها و قصبه‌ها و روستاها از قدیم‌الایام وجود داشته است، در عین حالی که همه را آبادی تلقی می‌کرده‌اند. برای متخصصین انسان‌شناس و جامعه‌شناسان ملاک و میزان تشخیص شهر از غیر شهر واژه تمدن^(۱) است، ریشه واژه تمدن از کلمه یونانی سیویتار^(۲) به معنی ساکنان شهر گرفته شده است. در واقع واژه‌های تمدن و شهر در زبان لاتین هر دو از یک ریشه‌اند، چونکه در فرهنگ و بستر انگلیسی که جامع‌ترین فرهنگ لغات می‌باشد به جای کلمه تمدن از واژه سیویلیتی^(۳) به معنی متمدن استفاده شده که این کلمه خود از ریشه سیویل^(۴) به معنی شهر ساخته شده بود.

دو مفهوم شهر و تمدن از دیرباز در ذهن مردمان رابطه بسیار نزدیک داشته‌اند که در این مورد نظرات زیادی از طرف اندیشمندان در مورد تمدن ارائه شده است، برای مثال:

آ.آل. کروبر^(۵): انسان‌شناس آمریکایی، تمدن را نمونه ویژه‌ای از فرهنگ می‌دانست "بی آنکه میان تمدن و فرهنگ تمایزی نوعی وجود داشته باشد."^(۶)

کالین رونفرو^(۷): تمدن را زیستگاه پیچیده ساختگی انسان می‌داند عایقی که انسان در پیرامون خود بعنوان وسیله‌ای ساخته است که میان او و طبیعت حائل باشد.^(۸)

برخی کارشناسان دیگر بر میزان پیشرفت جامعه تاکید دارند، از دیدگاه مارکسیستها پیشرفت جامعه بشری و تمدن شهری نماینده پیدایش جامعه طبقاتی است،^(۸) این دیدگاه تحولات جامعه را در طول تاریخ در سه مرحله می‌داند:

۱ - جامعه عشیره‌ای شکارگران.

۲ - جامعه قبیله‌ای دارای کشت دائمی و فضای خودبسنده.

۳ - جامعه دارای ساختار طبقاتی^(۹)

1 - Civilization

2 - Civitas

3 - Civility

4 - Civil

5 - A.L.Kroeber

۶ - روث وایت‌هاوس، نخستین شهرها، ترجمه مهدی سبحانی، نشر فضا، ص ۴-۵

7 - Colin Renfrow

۸ - روث وایت‌هاوس، نخستین شهرها، ترجمه مهدی سبحانی، نشر فضا، ص ۴-۵

۹ - ر.ک. روث وایت‌هاوس، نخستین شهرها، ترجمه مهدی سبحانی، نشر فضا، ص ۵