

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

دانشکده هنر و معماری ، گروه معماری

پایان نامه برای دریافت کارشناسی ارشد (M.A)

گرایش معماری

عنوان :

باز آفرینی بازار به مثابه فضای عمومی سیال ، محل ملاقات و تعاملات اجتماعی

استاد راهنما :

دکتر حمید رضا موسوی

استاد مشاور :

دکتر حسین سلطان زاده

پژوهشگر :

زهرا صدری

تابستان ۹۲

این رساله را تقدیم می‌کنم به
مهربانی بی‌دریغ مادر و بودن همیشگی پدرم
که بی‌مهرشان ممکن نبود.

به رسم ادب بر خود لازم می دانم مراتب سپاس و قدر دانی خود را نثار اساتید محترم
جناب آقای دکتر موسوی و جناب آقای دکتر سلطان زاده
و تمامی عزیزان و صاحب نظرانی که با راهنمایی های ارزنده خود، مرا در
گردآوری این رساله یاری داده اند نمایم،
که جاودانه ی خود را رهین منت آنان خواهم دانست.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	چکیده
۳	مقدمه
فصل اول کلیات طرح	
۵	۱-۱ بیان مساله
۹	۲-۱ هدفهای تحقیق
۱۰	۳-۱ اهمیت موضوع تحقیق و دلایل انتخاب آن
۱۵	۴-۱ سوالات و فرضیه های تحقیق
۱۵	۵-۱ روش تحقیق
۱۶	۶-۱ جامعه و حجم نمونه
۱۷	۷-۱ محدودیت ها و مشکلات تحقیق
فصل دوم مطالعات نظری	
مقدمه	
۲۰	۱-۲ بررسی کلی مفاهیم فضا
۲۲	۲-۲ مفهوم فضا از دیدگاه فلاسفه
۲۵	۳-۲ مفهوم فضا از دیدگاه معماران
۲۵	۴-۲ مفهوم فضا از دیدگاه لفور جامعه شناس فرانسوی
۲۹	۵-۲ بررسی مفاهیم فضای عمومی شهری از مناظر گوناگون
۳۷	۶-۲ بررسی مفاهیم فضای منعطف
۴۰	۷-۲ بررسی عوامل موثر بر تعاملات اجتماعی در فضاهای عمومی
۴۱	۱-۷-۲ روابط اجتماعی در حوزه عمومی از منظر فیلسوفان مکتب فرانکفورت
۴۱	۱-۷-۲-۱ شبکه تنوریک جامعه شناسی و فلسفه های سیاسی اجتماعی و حقوق و اخلاق هابرماس
۴۵	۱-۷-۲-۱-۱ تحول ساختاری حوزه عمومی (۱۹۸۹) در اندیشه های هابرماس

۴۸	۲-۷-۱-۲ جایگاه نظریه تلفیقی پی‌یر بوردیو در گستره علوم اجتماعی
۵۳	۲-۸ عوامل موثر بر شکل‌گیری فضاهای عمومی با هویت و خاطره انگیز
۵۴	۲-۹ فرهنگ و نیازهای مردم و تاثیر آن در شکل‌گیری فضاهای عمومی
۵۴	۲-۹-۱ مفهوم هویت مکانی
۵۷	۲-۹-۲ مفهوم فرهنگ از دیدگاه صاحب‌نظران
۶۱	۲-۹-۳ نیازهای مردم و تاثیر آن در شکل‌گیری فضای عمومی
۶۴	۲-۹-۴ شکل‌گیری مکان رفتارها
۶۵	۲-۱۰ بررسی نمونه‌های موردی از فضاهای عمومی پویا
۶۵	۲-۱۰-۱ بررسی نمونه‌های داخلی
۶۷	۲-۱۰-۲ بررسی نمونه‌های خارجی
۶۹	۲-۱۱ بررسی مفاهیمی از بازار
۶۹	۲-۱۱-۱ بررسی مفاهیم مربوط به بازار و پیشینه آن
۶۹	۲-۱۱-۲ پیشینه بازار
۷۰	۲-۱۱-۳ ساختار بازار
۷۴	۲-۱۱-۴ کارکردهای اجتماعی و فرهنگی بازار
۷۴	۲-۱۱-۴-۱ رابطه سرمایه اقتصادی و اجتماعی
۷۲	۲-۱۱-۵ عوامل موثر بر نحوه استقرار فعالیت‌ها در بازار
۷۷	۲-۱۱-۶ عوامل موثر بر شکل‌گیری بازارهای ایرانی
۷۷	۲-۱۱-۶ نقش آب در شکل‌گیری بازار
۷۹	۲-۱۱-۷ کمال‌گرایی در اصول معماری بازارهای ایرانی
۸۰	۲-۱۲ پیشینه پژوهش
	فصل سوم روش‌شناسی تحقیق
	مقدمه
۸۴	۳-۱ روش تحقیق
۸۵	۳-۲ جامعه آماری

۳-۳	حجم نمونه و روش اندازه گیری	۸۵
۳-۴	ابزار جمع آوری اطلاعات	۸۵
۳-۵	روش تجزیه و تحلیل اطلاعات	۸۶
فصل چهارم تجزیه و تحلیل یافته ها		
مقدمه		
۴-۱	مطالعه فرهنگ شهرستان خرمدره و آزمون پرسش نامه	۸۹
۴-۱-۱	اسیری در فرهنگ گذشته مردم و مقایسه آن با فرهنگ امروزی	۸۹
۴-۲	نتایج حاصل از مطالعه فرهنگ مردم شهرستان	۹۲
۴-۲-۱	مطالعه بر روی فضاهاى عمومى موجود در شهرستان، آزمون پرسش نامه	۹۲
۴-۳	نتایج حاصل از مصاحبات	۹۸
فصل پنجم نتیجه گیری و پیشنهادات		
مقدمه		
۵-۱	اثبات فرضیه تحقیق	۱۰۱
۵-۲	راهکارها و پیشنهادات	۱۰۲
۵-۲-۱	ارائه پیشنهادات	۱۰۲
۵-۳	الگوهای برگرفته از نتایج یافته ها و راهکارهای پیشنهادی جهت طراحی	۱۰۴
۵-۴	تحلیل سایت و برنامه فیزیکی	۱۰۵
۵-۴-۱	موقعیت جغرافیایی شهرستان خرمدره	۱۰۵
۵-۴-۲	جغرافیای طبیعی	۱۰۵
۵-۴-۳	وضعیت اقلیمی شهر خرمدره	۱۰۵
۵-۴-۴	تغییرات دما	۱۰۵
۵-۴-۵	بارندگی	۱۰۶
۵-۴-۶	بادهای غالب منطقه	۱۰۶
۵-۵	معرفی کامل سایت و دلایل انتخاب آن	۱۰۶
۵-۶	برنامه فیزیکی کلی پروژه مورد پژوهش	۱۰۹

۱۱۷ فهرست منابع

۱۲۱ چکیده انگلیسی

فهرست جداول

صفحه	عنوان
۹۸	جدول ۴-۱) مشکلات فضای عمومی موجود در شهرستان و عدم رونق آنها چه می باشد؟

فهرست شکل ها

صفحه	عنوان
۶۷	شکل ۱-۲. بازار فضای جمعی باهویت
۶۸	شکل ۲-۲. ایتن سنتر.....
۶۸	شکل ۳-۲. برجسته ترین فواره میدان در مرکز فضا.....
۶۹	شکل ۴-۲. پل Ponte Vecchio در فلورانس.....

فهرست نقشه ها

صفحه	عنوان
۱۰۷	نقشه ۱-۵ موقعیت سایت در شهر
۱۰۸	نقشه ۲-۵ کاربری های اطراف سایت
۱۱۰	نقشه ۱-۶ پلان همکف
۱۱۱	نقشه ۲-۶ پلان طبقه اول
۱۱۲	نقشه ۳-۶ پلان زیر زمین اول
۱۱۳	نقشه ۴-۶ پلان زیر زمین دوم
۱۱۴	نقشه ۵-۶ نما و مقطع
۱۱۵	نقشه ۶-۶ سایت پلان

فهرست نمودارها

عنوان	صفحه
نمودار ۱-۱ رابطه مستقیم طراحی فضای عمومی با شناخت الگوهای رفتاری و نیازهای انسانی	۷
نمودار ۲-۱ راهکارهای رسیدن به هدف اصلی	۱۰
نمودار ۴-۱ بررسی میزان عمومی بودن پارک جنگلی در ساعات مختلف روز	۹۳
نمودار ۴-۲ بررسی میزان عمومی بودن پارک همجوار خیابان در ساعات مختلف روز	۹۳
نمودار ۴-۳ بررسی قابل دسترس بودن پارک جنگلی	۹۴
نمودار ۴-۴ بررسی قابل دسترس بودن پارک همجوار خیابان	۹۴
نمودار ۴-۵ بررسی فعالیت های جاری در پارک جنگلی	۹۵
نمودار ۴-۶ بررسی فعالیت های جاری در پارک همجوار خیابان	۹۵
نمودار ۴-۷ بررسی میزان پاسخگویی پارک جنگلی به نیازهای کاربران	۹۶
نمودار ۴-۸ بررسی میزان پاسخگویی پارک همجوار خیابان به نیازهای کاربران	۹۶
نمودار ۴-۹ بررسی میزان آسودگی ذهنی و روانی در پارک جنگلی	۹۶
نمودار ۴-۱۰ بررسی میزان آسودگی ذهنی و روانی در پارک همجوار خیابان	۹۶
نمودار ۴-۱۱ بررسی میزان امنیت پارک جنگلی	۹۷
نمودار ۴-۱۲ بررسی میزان امنیت پارک همجوار خیابان	۹۷
نمودار ۵-۱۱ الگوهای طراحی	۱۰۴

چکیده

فضاهای عمومی از دیدگاه اجتماعی فرهنگی، به عنوان مکان هایی جهت ایجاد و تقویت مناسبات و روابط بیرونی، تعاملات، تغییرات و رویارویی هایی اجتماعی و مکان هایی که گروه های مختلف با خواست ها و علایق متفاوت گرد هم جمع می شوند، تعریف می شود. همچنین فضاهای عمومی باید برای استفاده های مختلف غیرقابل پیش بینی و انجام فعالیت های متنوع، طراحی و برنامه ریزی شوند، تا پاسخگویی مناسب به نیازهای استفاده کنندگان باشند. همانند بازارهای سنتی که در آن ها محورهای تجاری در نقاط اجتماع به هم وصل می شده اند تا فضای جمعی را به وجود آورد به گونه ایی که فضای تجاری یک فضای پویا را شکل می داده، جایی که مردم جذب محیط شهری شوند. بازار سنتی، تداوم خط زندگی در شهر و سرشار از فعالیت بوده است، ترکیب سکانس هایی از فضا که با یکدیگر مرتبط اند.

در این پژوهش، در روشی «توصیفی-تحلیلی»، به منظور شناخت کامل تری از مفهوم فضای شهری، متون تخصصی مختلف هم در ادبیات شهری غرب و هم در ادبیات شهری ایران مورد بازبینی و مطالعه قرار گرفت. در این فرآیند ابتدا به مفهوم پایه ی فضا پرداخته شد. سپس انسان با توجه به نیازهای اجتماعی اش در بستر فضا قرار گرفته و حاصل کالبدی این تعامل، یعنی فضای عمومی از دیدگاه اندیشمندان مختلف بیان گردید. و همچنین روابط اجتماعی نیز از منظر فیلسوفان گوناگون مورد بررسی قرار گرفت. در مرحله بعد به موضوع فضای عمومی به موضوع فضای عمومی به عنوان بخشی از پیکره شهری توجه گردید و نظریات و تعاریف مختلف در این حوزه مورد مطالعه قرار گرفت. در یک مرحله نیز با بررسی نمونه های موجود موفق در این زمینه از روش مطالعات موردی (Case study) نیز استفاده شد تا ویژگی ها و مفاهیم موجود در آن ها در این پژوهش نیز را بکار ببریم. همچنین مطالعاتی بر روی کارکرد و پیشینه بازارهای سنتی نیز انجام گرفت و در گام بعدی به منظور تجمیع و تحلیل یافته ها با استفاده از روش «فراتحلیل»، به تحلیل این موارد پرداخته شد تا الگوهای لازم برای یک فضای عمومی منعطف و پویا استخراج شود. سپس جهت نحوه تاثیرگذاری این عوامل در تعیین این که یک فضا عمومی، می

تواند پویا باشد یا خیر، در مطالعه موردی بر روی فضاهای عمومی شهرستان خرمدره یکی پارک جنگلی و دیگری پارک کوچک همجوار خیابان، از طریق روش «پیمایشی» با ابزار گردآوری داده به صورت «مشاهده» و «پرسشنامه» مورد بازبینی قرار گرفت و در این راستابه کمک آزمون پرسش نامه از حدود ۱۰۰ نفر از کاربران فضا مصاحبه به عمل آمد. «جامعه آماری» در این پژوهش را استفاده کنندگان فضا تشکیل می دهند. روش نمونه گیری به صورت «نمونه گیری تصادفی» می باشد. انتخاب افراد پرسش شونده به صورت اتفاقی از کاربران فضا و بدون توجه به انتخاب های شخصی فرد پرسش کننده، تنوع بالایی از افراد حاضر در فضا را در بر می گیرد.

همچنین در مرحله بعد نیز با طرح سوالات باز از طریق مصاحبه با برخی ریش سفیدان و مردم محلی نیز به پاسخ هایی از طرف آنان برای آشنایی بیشتر با فرهنگ گذشته مردم این شهر پرداخته شده است. که در این روش نیز از طریق تحلیل محتوای کیفی، با مرور متن کامل مصاحبه ها و طی فرایندی با رویکرد کیفی به بررسی پاسخ ها پرداخته شد.

مقدمه

در دنیای امروز با توجه به مشکلات اجتماعی و اقتصادی، گسترش شهرها و کشورها موضوع بسیار مهمی به نظر می‌رسد، زیرا می‌توان به واسطه‌ی خلق فضاهای زنده‌ی شهری، موفق به ابقا زندگی اجتماعی در شهرها شد، زیرا دوام یک جامعه به روابط اجتماعی و کیفیت و کمیت آن بستگی دارد. در شهرهای مختلف ما در موقعیت سنتی خود همچون خانه‌های سنتی مان بیشترین حد تعاملات اجتماعی با احساس آزادی، امنیت و آسایش روانی و جسمانی وجود داشته است. در صورتی که در شهرهای مدرن فضاهای جمعی جای خود را به عناصر خصوصی داده‌اند و باید گفت که شهرها به جای انسان مدار بودن مسخر اتومبیل شده و همواره بیشترین توجه برای حل مشکلات ترافیک حاصل از آنها می‌باشد.

امروزه محورهای تجاری سنتی یا بازارها که با گذر مردم از این محورها از یک مکان به مکان دیگر که کیفیت سرزندگی شهری را ابقا می‌کرده کمرنگ شده یا از بین رفته‌اند. این فضاها که سلسله مراتب فضایی را دارا بوده‌اند و حضور مردم برای شادی جنبه‌ای از زندگی روزمره آن بوده است در برابر تکنولوژی جدید فروشگاهها و مراکز تجاری بی‌هویت گردیده‌اند.

باید گفت که احساس تنوع فضایی و "حس باهم بودن" از خیابان‌ها رخت بسته است و اکثر فضاهای عمومی در شهرها که از محیط پیرامون خود کاملاً مجزا گشته‌اند، در نتیجه این محدودیت فضایی در آنها محدودیت تعاملات اجتماعی پدیدار گشته است. در حالی که در شهرسازی گذشته، محور بازار که استخوانبندی تجاری شهر بوده است و حرکت درون بازار گویی حرکت در کل شهر بوده به گونه‌ای که در آن مردم یکدیگر را می‌دیدند، در رویدادها گردهم می‌آمده، با دوستانشان تفریح می‌کردند، برای مایحتاجشان خرید کرده و یک حس شوق برای ورود و حرکت در میان آن بوده است، به گونه‌ای که هاله‌ای از مسیر حرکت پیاده جهت رویداد فعالیت‌های تجاری، مذهبی، دولتی، اجتماعی و فرهنگی شهر را احاطه می‌کرده، در واقع حرکت در فضای پیوسته‌ای بوده که سامانه‌ای منظم اما دائماً متغیر و دنیایی از صداها و بوها و دیدنی‌ها را به وجود می‌آورده، فضایی که همواره روح زندگی در آن جریان داشته

است، زیرا بازارهای سنتی بوهای بسیار برای بوییدن، نشانه های زیاد برای دیدن، و افرادی برای ملاقات و به خاطر سپردن پیشنهاد می کرده و همین باعث ایجاد اختلاطی از زندگی شهری پرهیاهو درون آن بوده است. محور بازارهای سنتی هرچند نظام پیچیده ای داشته اما جلوه ای از یک ایده ساده بوده است، ترکیبی از کاربری های مختلف در کنار فعالیت تجاری که در آن هر چیزی هدفی داشته که پاسخگوی نیازهای کاربران باشد.

فصل اول کلیات طرح

۱-۱ بیان مساله

فضاهای عمومی در شهرها عرصه‌ی کلان تعاملات اجتماعی شهروندان می‌باشند. این فضاها باعث می‌شوند تا علاوه بر آنکه حس هویت و تعلق در میان شهروندان به وجود آید، موجب توسعه روابط اجتماعی در شهرها شود.

دکتر علی مدنی پور در کتاب فضاهای عمومی و خصوصی شهر واژه "عمومی" را اینچنین توصیف می‌کند: «این لغت از واژه لاتین Populus به معنی "مردم" گرفته شده، معانی گسترده‌ای دارد.» و برخی از صفاتی که از فرهنگ آکسفورد به عنوان واژه‌های معادل این لغت آورده است عبارتند از: «متعلق به مردم بودن، آماده یا در دسترس یا قابل استفاده بودن یا سهم شدن تمام اعضای آن اجتماع، در دسترس بودن خدمات، پاسخگو بودن به عموم، شرکت کردن در امور اجتماعی» و همینطور معانی این واژه را در حالت اسم این گونه بیان داشته: «مکان یا حالتی باز که در دید یا دسترس همگان باشد، اعضای یک اجتماع منسجم محلی، جامعه ساماندهی شده.»

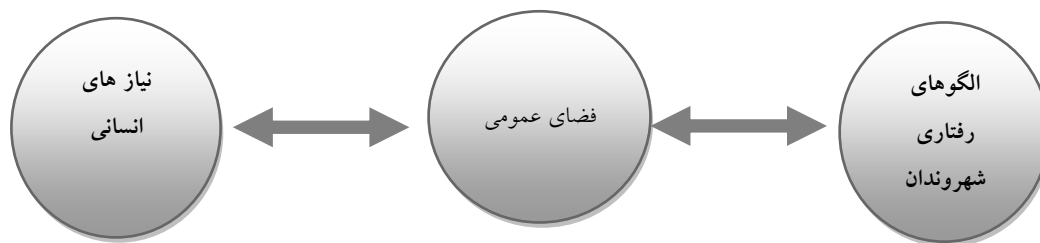
از نظر او فضا و مکان عمومی به این خاطر عمومی است که همه حق دارند در آن حضور فیزیکی داشته باشند و همچنین فضاهای عمومی شهری فضاهای معاشرت پذیر هستند، یعنی جایی که در آن‌ها روابط اجتماعی صورت می‌گیرد.

دکتر مدنی پور به دسترسی این فضاها نیز اشاره دارد، او بیان می‌دارد که اگر فضای عمومی در مرکز محله‌های عمومی شکل گیرد، روابط اجتماعی و همبستگی در آنها تسهیل و تقویت می‌شود. هنری لفور که مفهوم فضا را وارد مقوله‌های اجتماعی-سیاسی کرد، در کتاب تولید فضا عنوان می‌دارد که ما تا به حال وقتی از فضا حرف می‌زدیم این فضا یک فضای هندسی بود، یعنی فضایی که روابط ریاضی بر آن حاکم است. در واقع سرمایه‌داری اولیه و تصرف انسان در طبیعت این نگاه را پیش آورده که انسان با ریاضی و هندسه بتواند این تصرف در طبیعت را متجلی کند. ولی لفور گفته است که

منظورش از فضا، فضای هندسی نیست. شهر به عنوان یک فضا، فضایی اجتماعی است. در واقع شهر فقط جایی نیست که در آن حمل و نقل صورت بگیرد، یا در آن ساخته شود، بلکه مکانی است که شهروندان بتوانند خود را متحقق سازند.

مساله ی مهم در این پژوهش فقدان فضای عمومی با توجه به تعاریف ذکر شده در شهرستان خرمدره می باشد. زیرا فضاهای عمومی شهر پاسخگوی نیازهای تمامی اقشار اجتماعی نمی باشد، لذا استفاده از این فضاها محدود می باشد به گونه ایی که حتی پارک جنگلی موجود در شهرستان اغلب ساعات روز خلوت و بدون مراجعه کننده است و در شبهای گرم سال اغلب مردم در فضاهای سبز کنار جاده که فضایی نسبتاً محدود می باشد گردهم می آیند.

در اینجا باید عنوان کرد که ایجاد فضایی کالبدی در شهر لزوماً نمی تواند به ایجاد "فضای عمومی" منجر شود، به عبارت دیگر وجود پارک ها و فرهنگسراها و... شرطی لازم برای چنین فضاهای عمومی هستند اما شرط کافی نیستند. در طراحی فضای شهری باید همواره توجه داشت که شهر پیش از آنکه مفهومی فضایی باشد، یک مفهوم انسانی-فرهنگی است و باید این فضا خود را با انسان انطباق دهد و نه انسان خود را با فضا، زیرا شهر اساساً یک پدیده انسانی است و در طراحی اینگونه فضاها توجه به نیازهای انسانی، الگوهای رفتاری شهروندان و گروههای اجتماعی مختلف ضروری می باشد.



نمودار ۱-۱. رابطه مستقیم طراحی فضای عمومی با شناخت الگوهای رفتاری و نیازهای انسانی (ترسیم؛ نگارنده)

فرانسیس تیبالدز در کتاب "ساختن شهرهای مردم پسند" اشاره دارد که هرچه گوناگونی کاربری بیشتر باشد به خلق شهری سرزنده کمک می کند و عرصه همگانی از آن جهت امن و لذت بخش است که آدم های متفاوت را در زمان های متفاوت و به منظورهای متفاوت به سوی خود جذب می کند.

پژوهش حاضر نیز در نظر دارد با طراحی فضایی منعطف و مناسب "جهت ملاقات و تعاملات اجتماعی در کنار فعالیت اقتصادی بازار" با ایجاد فضایی جهت القای حس باهم بودن پاسخگوی نیازهای اجتماعی شهروندان باشد. زیرا در طی این سالها نبود فضای عمومی مناسب در سطح شهر، که مردم بتوانند در آن زندگی کنند، گردهم آیند و به فعالیت های اجتماعی خاص مشغول شوند بدون آن که سلامت نفس خود را از دست بدهند، منجر به بروز مشکلات بسیاری شده است.

همانگونه که اشاره شد، اینکه ما یک فضای فراغتی داشته باشیم اصلاً به این معنا نیست که بتوانیم مردم را قانع کنیم که از آن استفاده کنند، حتی ممکن است استفاده از این فضاها "حباب گونه" باشد، یعنی هیچ گونه تعامل اجتماعی در پهنه مورد نظر شکل ندهد و این امر در فضای عمومی موجود در این شهرستان نیز قابل مشاهده است. برخی از افراد برای گذران اوقات فراغت به این مکان مراجعه می کنند اما به موقعیت های اجتماعی و میان کنش های متعارف اجتماعی که حاصل آنها باید کاهش تنش های اجتماعی، سالم تر شدن فضای شهری و انسجام بیشتر فرهنگی باشد نمی رسند. در حالی که مردم به نظام های نسبتاً پایداری نیاز دارند که بهترین تناسب را میان زمینه ی فرهنگی، کالبدی و نیازهای آنها داشته باشد تا بتوانند در آن فرهنگ و اجتماع و شخصیت خود را رشد دهند.

همواره در طول تاریخ انسان ها با ایجاد فضاهایی در شهر، نیاز ذاتی خود به برقراری روابط اجتماعی را برآورده کرده اند. در دنیای امروز فضاهای عمومی برای عبور و مرور وسایل نقلیه بر فضاهایی برای تماس ها و ارتباطات اجتماعی-فرهنگی غلبه کرده است. حتی جایگزینی فضاهایی برای آمد و شد، به بهانه از دست رفتن بسیاری از فضاهای سنتی شهری با عملکردهای مهم اجتماعی-فرهنگی منجر شده است. در نتیجه استفاده روزافزون از خودرو، بزرگراه ها و معابر و یا پارکینگ ها به عنوان فضای عمومی بر شهر مسلط شده و "معنای فرهنگی" و "هدف انسانی" فضاهای شهری را تحت تاثیر قرار داده اند.