

کَهِپَا → علی دنجی پور

از بازار شاه‌عبدالعظیم تا این مکعب‌های بی‌ملاحظه

نخستین تصویری که از مفهوم بازار در ذهن من نقش می‌بندد، تصویری است مربوط به دوران کودکی‌ام از بازار شاه‌عبدالعظیم؛ ذرات گرد و غبار شناور در ستون‌های نوری که از پنجره‌های سقف بازار به درون تابیده و آن رفت‌وآمد و تکاپو و هیاهوی مردم. کمی بیشتر که فکر می‌کنم یاد کوچه پس‌کوچه‌های منتهی به بازار اصلی و بازارچه‌ها و بازارهای فرعی هم می‌افتم.
دالان‌های کوچک و بزرگی که در کودکی همواره از گم شدن در آنها می‌ترسیدم و هراس هشتم از اینکه مبادا نوری آنجا تنها راه‌اشوم که گمان می‌کردم تا باید در هزارتوی آن گرفتار و سرگردان خواهم بود.

این احساسات مستقیماً از ویژگی‌های معماری و شهری بازارهای سنتی نشأت می‌گیرد که مانند همه مظاهر هنر ایرانی، واجد نوعی پیچیدگی و درونگرایی شرقی است. بازارها به لحاظ ساختاری از یکسری دالان‌های اصلی و فرعی شکل گرفته که به صورت موازی یا متقاطع، مجموعه را تشکیل می‌دهند. حجره‌ها و مغازه‌ها درست در دو طرف این دالان‌های معمولاً سروپوشیده قرار دارند و به تناوب بساط دستفروش‌ها در میان آنها واقع شده. ورودی و خروجی اصلی در نقاط ابتدایی و



انتهایی بازار قرار دارد، اما ورودی‌ها و خروجی‌های زیادی به صورت بازارچه‌ها و بازارهای فرعی به دالان اصلی منتهی و متصل می‌شوند. در واقع همین شاخه‌های فرعی هستند که ارتباط دالان‌های اصلی را با یکدیگر و با خارج از محدوده بازار میسر می‌کنند. پیچیدگی ساختار شهری بازار و هزارتوگونی آن، دقیقاً از همین درهم‌رنگی دالان‌های اصلی و فرعی است؛ پیچیدگی‌ای که ما را به یاد پیچیدگی شهرسازی و در مرتبه‌ای بالاتر هنر ایرانی و در مقام کلی‌تر پیچیدگی‌های شخصیتی و رفتاری و خلیقات ایرانی می‌اندازد؛ همان که همیشه سعی دارد با پیچیده کردن امور آنها را تحت اختیار و در انحصار خود داشته باشد. هرچه بیشتر به این وجوه ظاهری بازارها نظر می‌کنیم، درمی‌یابیم این درونگرایی در مظاهر دیگر نیز قابل مشاهده است. مسقف بودن بازار هم از این جهت قابل تامل است، چنان که خود جداکننده محدوده بازار اصلی از دیگر نقاط شهر است.

در معماری بازار، ظرافت‌های هنری زیادی به کار رفته است که به مثابه یک هنر اصیل ایرانی، در تطبیق میزان پیچیدگی و درونگرایی نقش بسزایی را ایفا می‌کند. پیچیدگی خالص اغلب اوقات آزاردهنده است. چه لطیفی دارد افتادن در لایبرنتی که همه دیوارهایش آهن صیقل خورده، شیشه و دیوار آجری است و هیچ تنوع و ظرافتی در آن وجود ندارد. موسیقی اصیل ایرانی را با همه پیچیدگی‌های آن تصور کنید. تحریر و سلیقه نوازنده در زینت‌دهی به نت‌هاست که یک قطعه موسیقی را قابل تحمل می‌کند و گرنه شنیدن قطعه‌های لخت و بدون تزئین و تحریر کار چندان ساده‌ای نیست. در معماری بازار نیز زینت‌ها و ظرافت‌هایی در کار است که هزارتو را نه‌تنها قابل تحمل، بلکه دلنشین می‌کند. شاید بتوان رد این ظرافت‌ها را در سقف گنبدی و سردرهای ورودی دید، یا در المان‌هایی که با استفاده از مصالح ظریفی چون آجر – و در برخی موارد کاشی– تاثیر مناسبی می‌گذارد و آدم را درونِ این‌ بازار حل کرده و به جزئی از ظرافت و پیچیدگی آن بدل می‌کند.

شاید عینی‌ترین این ظرافت‌ها پنجره‌های نورگیر سقف بازار باشد؛ پنجره‌هایی که از کل نور خورشید طهرگاهی، با حساسگری تنها ستونی از آن را به فواصل چند متری راه به بازار می‌دهد. معماری این‌ نورگیرها البته بی‌ارتباط با جایگاه نور در اندیشه و فلسفه ایرانی نیست؛ حسابرگانه، مقدس، مختصر و مفید، ظاهراً و هنگام تعطیلی میان‌روزی بازار از ستون‌های نور بسیار زیبا و دلنشین هستند و گرد و غبار معلق در آن منظره بدیعی را به وجود می‌آورد، طوری که ناخوداگاه نقاشی‌های انتزاعی را در ذهن انسان تداعی می‌کند. اما ماه‌آزای مدرن این بازارها در زندگی امروز شهری کدام است؟ غیر از چند مورد خاص بازارهای مدرن امروزی، که معروف به پاساژ و مراکز خرید هستند، عموماً در شکل کلی مکعب‌هایی هستند که در داخل آن مکعب‌های دیگری گنجانده شده‌اند. در پاساژهای امروزی به جای دالان‌ها، راهروهایی وجود دارند. مغازه‌ها مکعب مربع هستند و پاساژهای اصلی و فرعی و راهروها مکعب مستطیل. سادگی و منطق شبیه‌ک‌ای پاساژها عاری از پیچیدگی است و از این لحاظ دقیقاً نقطه مقابل بازارهای سنتی است. قطعاً با توجه به اقتضائات زندگی مدرن، سهولت کارکرد و زمان فاکتورهای مهمی برای طراحی مراکز خرید هستند. اما باید توجه داشت که سادگی مطلق می‌تواند تأثیرات منفی مانند یکنواختی و ایجاد دل‌مردگی و سنگینی و افسردگی در این مکان‌ها داشته باشد. اما با اضافه کردن کمی ظرافت هنری و حتی پیچیدگی‌های صوری می‌توان این ایراد را برطرف کرد. مرکز خرید گلستان در شهرک غرب را که به عنوان یکی از نمونه‌های موفق در ذهن بنده است، به خاطر بیاورید. در آن ظرافت‌هایی گنجانده شده که باعث شده کمتر یکنواختی آزاردهنده روی فضا تاثیر بگذارد. در طراحی این مرکز به نظر می‌رسد از بازار سنتی الهام گرفته شده است. گنبدهای مسقف طبقه دوم، حیاط اصلی و حیاط‌های فرعی، راهروهای فرعی و از همه مهم‌تر میدان اصلی همه نشانه‌هایی از بازار سنتی است. با این همه این مجتمع ویژگی‌های یک مرکز خرید مدرن را هم داراست و در آن ملاحظات سهولت دسترسی به نقاط مورد نظر برای خریدار در کمترین زمان ممکن نیز در نظر گرفته شده‌است.

با این حال در اغلب موارد دیگر به این ملاحظات توجه نمی‌شود و بیشتر توجه معطوف به امکان ایجاد فضاهای بیشتر است. اگر کاری هم صورت گرفته، آن کار بیشتر در نمای بیرونی پاساژها بوده و فضای داخلی مورد غفلت قرار گرفته است؛ فضایی که از قضا بسیار مهم است و در جامعه‌شناسی خرید به عنوان یکی از تاثیرگذارترین عوامل خرید مورد توجه قرار می‌گیرد.

نمی‌توان بر اساس نوستالژی توقع داشت بازارهای مدرن و پاساژها را مثل بازارهای سنتی بسازند. حتی نمی‌توان توقع داشت که مراکز مدرن خرید را الهام گرفته از فلسفه ایرانی گذاشت. اما می‌توان دل به این بست که بازارهای جدید، حداقل چارچوب‌های مدرن را رعایت کنند و حداقل با استانداردهای «شاپینگ سنتر»‌های غربی ساخته شوند. توی همین مکعب‌های افقی و عمودی هم می‌توان دست به کارهای خلاقانه زد و کلک‌هایی ساخت که از سنگینی فضا کاسته شود و فضایی درست شود که بتوان بدون احساس یکنواختی چند ساعتی در آن قدم زد، مغازه‌ها را دید و خرید کرد یا نکرد.

واقعی‌ترین تصویری که به دور از نوستالژی از بازار شاه‌عبدالعظیم در ذهن من شکل می‌گیرد تنها راسته بازار اصلی است؛ راسته‌ای که نورگیرهای آن را کور کرده‌اند، بازارهای فرعی‌اش را در طرح سالمانه‌هی شهرری خراب کرده‌اند و به جای بعضی از آنها بی‌محابا و بی‌ملاحظه پاساژهای مکعبی همین‌جوری ساخته‌اند که توی آنها نفس آدم می‌گیرد. در این تنازع حضور، چاره‌ای جز همزیستی نیست، همزیستی مسالمت‌آمیز یک معماری اصیل و حساب‌شده و یکسری مکعب مخوف که درهم‌بیل روی یکدیگر سوار شده و روی نوستالژی و درک زیبایی‌شناسی آدم راه می‌رود.

۱۲ شهر، آجر، سیمان

◀ مهندس هومن مرادی

در گذشته بازار مفهومی عام‌تر از مفهوم تجارتخانه داشت و محدود به مرکزی صرف برای تجارت و خرید و فروش نبود. در واقع در بافت قدیم شهری در ایران فضایی خاص، منفک و گسسته از سایر فضاهای شهری وجود نداشت تا مردم صرفاً برای رفع نیازهای خاص تجارتی خود به آنجا مراجعه کنند. بازار آمیخته با مردم بود. همه شئون زندگی شهری در آن جریان داشت. هم حجره و مغازه و هم مدرسه و مسجد و تکیه و امامزاده و گرمابه و... بازار سنتی ایران را با مجموعه‌ای از کاربری‌ها تشکیل می‌داد که در واقع کارکردی فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و حتی سیاسی داشت. بعد از شدت گرفتن جریان مدرنیته، در دوره پهلوی دوم، مفهوم بازار هم، مانند بسیاری از مفاهیم دیگر، با گرت‌برداری ناقص و برداشت اشتباه از تجربه معماری غربی‌ها، دستخوش تحول اساسی شد. مراکز خرید، در قالب پاساژها در مقابل بازار سنتی قدعلم کردند و خود را در چارچوبی خاص از کاربری تجارتی تعریف و محدود کردند. در جریان این تغییر و تحول، اما معماران و شهرسازان و کارفرمایان

مجتمع تجاری بوستان

«مجتمع تجاری و اداری بوستان» یکی از فعال‌ترین مراکز خرید تهران است. مهم‌ترین ویژگی بوستان که صرفاً مرکز خرید و تجاری است، موقعیت آن است که عامل مهمی در جذب مردم است. میدان پونک به خصوص در سال‌های اخیر یکی از میدان‌های پرآمد و شد غرب تهران است. دسترسی به این میدان و مجتمع بوستان که در شمال‌غربی میدان واقع شده، دسترسی مطلوبی است. بوستان در سال ۱۳۷۴ راهاندازی شده است، زیربنای آن حدود ۹۶



سال پنجم ■ شماره ۱۰۳۳ ■ سه‌شنبه ۱۹ مرداد ۱۳۸۹

کارکردها و کاربری‌های مجتمع‌های تجاری

مفهوم عام‌تر از تجارتخانه

ایرانی، چندان در تجربه غربی‌ها دقت نکردند و جز از ظاهر ساده‌ترین نمونه‌های موجود، الگوبرداری نکردند. پاساژهای ایرانی چیزی جز یکی از غرفه‌های تجاری که در طبقات مختلف انباشته شده‌اند، نیست غافل از اینکه در اصل غیر از تعاریف ساده، ملاحظاتِی دیگر در طراحی این مراکز وجود دارد که پویایی آن را تأمین می‌کند. نیاز به راه دوری نیست، می‌توان برای تقربیب ذهن مراکز خرید معتبر منطقه را مورد نظر قرار داد. مراکزی مثل سینتِ سنتر یا امارات‌مال که با کار بردن تمهیدات و افزایش کاربری‌ها سطح و شأن خود را از یک مرکز صرف خرید بالاتر برده‌اند. به عنوان مثال پیست مصنوعی اسکی امارات‌مال هر کسی را ترغیب می‌کند برای تماشا هم که شده سری به آنجا بزند. در ایران هم البته نمونه‌های موفقی وجود دارند که توانسته‌اند با تمهیداتی، فضایی مناسب‌تر تعریف کنند و طبعاً مردم بیشتری

نمونه دیگر این مقایسه را می‌توان میان دو مجتمع تجاری «گلستان» و «ایران‌زمین» در شهرک غرب دید. می‌توان فارغ از این خرید، حتی چند ساعتی خوش را در گلستان

پایان ۱

هزار متر مربع است. کاربری بوستان صرفاً تجاری است. بیش از هزار واحد تجاری و اداری را در خود جای داده است. در طراحی این مجتمع کاربری دیگری جز کاربری تجارتی تعریف نشده و فضایی برای رستوران، کافی‌شاپ یا فضای استراحت و تعریف وجود ندارد. پارکینگ این مجتمع در سه طبقه مسقف و روباز ۷۰۰ خودرو ظرفیت دارد. این مرکز بر اساس سبک رنگی (اسپیرال تاپ) طراحی شده و گفته می‌شود روزانه آماده بازدید صدهزار نفر است.

۱۲ شق

صالح و بازار یکی از موقعیت‌های جذب مردم است) از این جهت موقعیت ممتازی است که به علاوه دیتیلی و نازک‌کاری و طراحی داخلی شیکش آن را به یکی از مجتمع‌های تجاری موفق تهران بدل کرده است. شاید اگر این مجتمع در خیابان نیاوران قرار داشت، از چنین موقعیتی برخوردار نبود. اصولاً میدان اصلی‌ترین محل گذر و در واقع نقطه انتهایی یک پاره‌خط شهری است و موقعیت میدان برای مجتمع‌های تجاری از این جهت موقعیت ویژه‌ای است، به‌خصوص اگر به لحاظ اهمیت در اندازه میدان‌هایی مثل نقش‌جهان اصفهان، سبزه‌میدان تهران یا میدان تجریش باشد. اما این ویژگی همه چیز نیست؛ چه بسیار پاساژهایی که در همین میدان‌ها هستند و به دلایل مختلف از جمله نوع طراحی معماری آنها نتوانسته‌اند از ظرفیت موقعیتی خود استفاده کنند.

◀ **کارشناس ارشد معماری**

پایان ۲

مجتمع تجاری تیرازه

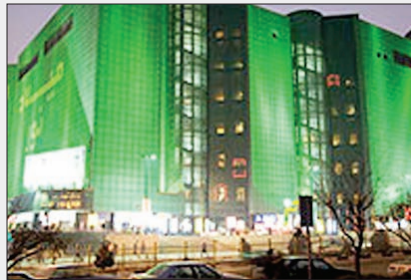
بازی سروپوشیده آن یکی از چند مرکز مورد علاقه کودکان و نوجوانان در تهران است. در هر یک از طبقات همکف، اول و دوم حدود ۱۰۰ واحد تجاری مستقر است که عمدتاً به برندهای مشهور اختصاص دارند. موقعیت مکانی این مجتمع؛ جنب غربی بزرگراه اشرفی‌اصفهانی، ححد فاصل بزرگراه‌های حکیم و همت ایده‌آل نیست، اما هر روز مردم زیادی از هر جای تهران، برای خرید یا تفریح به تیرازه می‌روند.



پایان ۲

مجتمع میلاد نور

امروز همه در تهران «میلاد نور» را می‌شناسند. این مجتمع با سر و صدای زیادی در سال ۱۳۷۸ افتتاح شد. صاحبان و سازندگان میلاد نور امیدوار بودند بتوانند در عرض چند سال لقب پرمخاطب‌ترین مجموعه تجاری تهران را به خود اختصاص دهند. در طراحی میلاد نور نوآوری‌هایی صورت گرفت که به خوبی در نمای سبز پررنگ آن قابل مشاهده است. گفته می‌شود میزان مراجعه به این مجتمع به گونه‌ای است که طبق بررسی‌های کنترل ترافیک و سفرهای درون‌شهری، آماری نزدیک به یک مرکز بین‌المللی در پایتخت و گاهی حتی بالاتر را داراست و این روند همچنان



پایان ۶

بازار مبِل ایران

یکی از پرفت و آمدترین مراکز تجاری امروز تهران، منطقه یافت‌آباد تهران است؛ بورس میلمان تهران. وقتی بازار مبِل ایران در یافت‌آباد راهاندازی شد، خیلی‌ها معتقد بودند با توجه به موقعیت مکانی و بعد مسافت با مناطق پرجعیت مسکونی تهران، باعث می‌شود کار اولین مرکز تجاری تخصصی مدرن میلمان

نگیرد. اما با گذشت چند سال، امروز بیشتر کسانی که دنبال میلمان می‌گردند، سری به یافت‌آباد و بازار مبِل ایران می‌زنند. در طراحی این مجتمع سعی شده از المان‌های مدرن نهایت استفاده شود. اما بعضی از منتقدان می‌گویند این کار



پایان ۸

مجتمع هایپر استار

هایپر استار خاص‌ترین مرکز خرید در تهران است. اگرچه بعضی‌ها دنبال شباهت‌های میان این فروشگاه با فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهروند می‌گردند، اما تفاوت‌های ظاهری و حتی تفاوت‌هایی که در نحوه ارائه خدمات در این دو فروشگاه وجود دارد، این دو را کاملاً متفاوت از هم می‌کند. هایپر استار به لحاظ



معماری هم یکی از خاص‌ترین مراکز خرید است. در طراحی این فروشگاه به برخلاف سایر مراکز خرید در فضایی افقی ساخته شده است، تلاش شده با پیش‌بینی همه چیز، فضایی مناسب برای گذران وقت برای تفریح و خرید چندساعته، معماری هم یکی از خاص‌ترین مراکز خرید است. در طراحی این فروشگاه به برخلاف سایر مراکز خرید در فضایی افقی ساخته شده است، تلاش شده با پیش‌بینی همه چیز، فضایی مناسب برای گذران وقت برای تفریح و خرید چندساعته،