

پیامد نوپردازی^۱ در سازمان فضایی و عملکرد بازار تهران

ایرج قاسمی*^۱، احمد پورا احمد^۲، سیدحسین حاتمی نژاد^۳

^۱ دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری و عضو هیات علمی جهاد دانشگاهی

^۲ استاد دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران

^۳ استادیار دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران

تاریخ پذیرش: ۹۱/۱۰/۵

تاریخ دریافت: ۹۱/۷/۱

چکیده

بازار یکی از ارکان مهم شهرهای ایرانی و اسلامی است که در کنار مسجد و مرکز حکومتی، قلب این شهرها را شکل می‌دهند. از آن جا که فضاهای شهری در تعامل با فرایندهای اجتماعی و فرهنگی شکل گرفته و خود نیز بر آنها تاثیر می‌گذارند، بازار در شهر نیز متأثر از فرایند نوپردازی (مدرنیزاسیون) بوده و خود به بازتولید مدرنیته^۲ (نووارگی) پرداخته است. شهر و بازار به عنوان یکی از اجزای اصلی آن در فرایند نوپردازی دچار تحول شده است. در این پژوهش، بازار شهر تهران به عنوان یکی از شهرهای ایرانی و اسلامی با روش اسنادی و پیمایشی و با استفاده از داده‌های ثانویه و مصاحبه و مشاهده در دوره زمانی سال ۶۸ به بعد مورد مطالعه قرار گرفته است. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که در فرایند نوپردازی، بازار تهران، دچار دگردیسی شده است. بازارهای جایگزین در رقابت با بازار اصلی شکل گرفتند و با دگردیسی ارزش‌ها، هم‌نشینی بازار با مسجد، قطعی بودن خود را از دست داده است. در مقابل، بازار با فراغت و فضاهای فراغتی جدید ترکیب شده و شکل‌های تازه‌ای از بازار را بازتولید کرده‌اند. در نتیجه، سازمان فضایی بازار از بازار متمرکز شهری به بازار پراکنده و عملکردهای بازار نیز از شکل سنتی به مجتمع‌های چند تخصصی با حوزه نفوذ مشخص تغییر شکل یافته‌اند.

واژگان کلیدی: نوپردازی، بازار تهران، دوگانگی بازار.

Consequences of modernization in the spatial organization and function of the BAZAAR in Tehran

Iraj Ghasemi

PH.D in geography and urban planning, Faculty member of IHSSR, ACECR

Ahmad pourahmad

Professor in geography and urban planning, faculty of Geography, university of Tehran

Seyyed Hossein Hataminejad

Assistant Professor in geography and urban planning, faculty of Geography, university of Tehran

Abstract:

The BAZAAR (Market) is one of the components of Iranian and Islamic cities which is located beside the mosque and Arg of the state in Iranian cities. As urban spaces in Iran formed by interaction with social and cultural processes and affected by them, the BAZAAR also affected by the process of modernization and modernity, and reproduce modernity. Thus the City and Market, as one of the main components of the modernization process faced with changes. In this research the BAZAR of Tehran was studied as one of the Iranian and Islamic cities by analyzing documents and using survey research methods from the year 1989 onwards. The results indicated that the Bazaar of Tehran experienced a metamorphosis and transformation in the process of modernization. The alternative markets in competition with main markets were formed and with transformation of values, the necessity of adjoining market and mosque was lost. On the other side, Market mixed with recreation and leisure spaces and reproduced modern and new forms of marketing in modern Tehran. As a result, not only spatial organization of the BAZAAR was changed from centralized form of market in to fragmented form, but also the functions of BAZAAR transformed from traditional form in to multi-functional Passage and commercial complex with widespread sphere of influence.

Keywords: Modernization, BAZAAR of Tehran, modernization in BAZAAR, Duality of BAZAAR.