



Making Appropriate of Urban Spaces for cultural activities (Case Study: Grand Bazaar, Tehran)

ARTICLE INFO

Article Type

Original Research

Authors

Maroofi S.*¹ PhD

How to cite this article

Maroofi S. Making Appropriate of Urban Spaces for cultural activities (Case Study: Grand Bazaar, Tehran). Urban Design Discourse- a Review of Contemporary Literatures and Theories. 2020;1(2):109-117.

ABSTRACT

Urban spaces, such as streets, squares, markets, and open spaces, are among the most important spaces in reflecting the culture of a country and providing its components and elements of identity. The facilities and features of this type of space affect the presence of people in them and also the way people interact with these physical collections. Urban spaces are an arena for the social and cultural interactions of the people of any society. Paving the way for such an arena requires the creation of physical and functional arrangements. The purpose of the present study is to provide solutions to make appropriate urban spaces to cultural and social events. Tehran Bazar area was selected for field studies. The choice of this area was due to the fact that the Tehran Bazaar area is located in the historical and central part of Tehran. This area has long been a place of public presence and social interactions and also a place of numerous developments throughout the history of Tehran. The research method of this study is analytical-descriptive and based on historical documents and field observations. In this study, after theoretical studies and obtaining a conceptual framework, the scope of studies has been identified and analyzed by conducting field observations. The Swat Analysis Table was used to analyze the research data. In the end, based on the analysis of the Swat Table, the operational objectives, strategies, and physical and functional strategies for achieving the main goal of the study (making appropriate the study area for holding cultural and social ceremonies) were presented.

Keywords Urban Spaces; Social and Cultural Activities; Performing Arts; Tehran Grand Bazaar

¹Urban Planning & Design Department, Faculty of Civil Engineering & Architecture, Buein Zahra Technical University, Bouin Zahra, Qazvin, Iran

*Correspondence

Address: Bouin Zahra Technical University, Imam Khomeini Boulevard, Bouin Zahra, Qazvin, Iran. Postal code: 3451866391.
Phone: +98 (28) 34894101
Fax: +98 (28) 34894121
akmaroufi@yahoo.com

Article History

Received: June 27, 2019
Accepted: March 06, 2020
ePublished: June 20, 2020

CITATION LINKS

[1] Recognition of the effect of collective rituals on the configuration of the traditional city [2] Design of urban space: An inquiry into a socio-spatial process" [3] Urban design: Method and techniques [4] Public places-urban spaces: The dimensions of urban design [5] Continuum companion to twentieth century theatre [6] The role of festivals and cultural events in the strategic development of cities [7] Cities for people [8] The impact of festivals on cultural tourism [9] The impact of third places on community quality of life [10] Street theater, the process of changing the contractual environment of the play [11] Tehran Grand Bazaar, markets and surrounding markets in the last two hundred years [12] Iranian drama, other Iranian dramas: Before and after Islam [13] Drama in Iran [14] iranak.org [15] Taziye of Iran's leading native art [16] hamshahrionline.ir [17] istta.ir

مناسب‌سازی فضاهای شهری برای فعالیت‌های فرهنگی (نمونه موردی: محدوده بازار تهران)

سکینه معروفی^۱ PhD

گروه معماری و شهرسازی، دانشکده عمران و معماری، مرکز آموزش عالی فنی و مهندسی بوئین زهر، قزوین، ایران

چکیده

فضاهای شهری، نظیر خیابان‌ها، میداين، بازارها و فضاهای باز از جمله مهم‌ترین فضاها در بازتاب فرهنگ یک کشور و تامین اجزا و عناصر هویت آن هستند. امکانات و ویژگی‌های این نوع فضاها، بر حضور مردم در آنها و فعالیت‌هایی که انجام می‌دهند و همچنین بر نحوه تعامل افراد با این مجموعه‌های کالبدی تاثیرگذار است. فضاهای شهری عرصه‌ای برای تعاملات اجتماعی و فرهنگی مردمان هر جامعه هستند. زمینه‌سازی برای چنین عرصه‌ای، نیازمند ایجاد تمهیدات کالبدی و عملکردی لازم است. هدف از پژوهش حاضر ارایه راهکارهایی برای مناسب‌سازی فضاهای شهری به‌منظور وقوع رخدادهای فرهنگی و جمعی است. برای انجام مطالعات میدانی محدوده بازار تهران انتخاب شد. انتخاب این محدوده به این دلیل بود که محدوده بازار تهران در بافت تاریخی و مرکزی شهر تهران واقع شده و از دیرباز محل رفت‌وآمد مردم و تعاملات اجتماعی بوده و همچنین بستر تحولات متعدد در طول تاریخ شهر تهران است. این محدوده جزء محدوده‌های هویت‌بخش شهر تهران نیز قلمداد می‌شود. روش تحقیق این پژوهش تحلیلی-توصیفی و با استناد به اسناد تاریخی و مشاهدات میدانی است. در این پژوهش پس از مطالعات نظری و به‌دست‌آوردن چارچوب مفهومی، به شناخت و تحلیل محدوده مطالعاتی از طریق انجام مشاهدات میدانی کارشناس‌محور اقدام شده است. در ادامه برای تحلیل داده‌ها از جدول تحلیل سوات استفاده شد. در پایان براساس تحلیل‌های جدول سوات اهداف عملیاتی، راهبردها و راهکارهای کالبدی و عملکردی برای تحقق هدف اصلی پژوهش (مناسب‌سازی محدوده مورد مطالعه، برای برگزاری مراسم فرهنگی و جمعی) ارایه شدند.

کلیدواژه‌ها: فضای شهری، فعالیت‌های فرهنگی و جمعی، آیین‌های نمایشی، بازار بزرگ تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۴/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۲/۱۷

^۱ نویسنده مسئول: akmaroufi@yahoo.com

مقدمه

فضاهای شهری، نظیر خیابان‌ها، میداين، بازارها و فضاهای باز از جمله مهم‌ترین فضاها در بازتاب فرهنگ یک کشور و تامین اجزا و عناصر هویت آن هستند. امکانات و ویژگی‌های این نوع فضاها، بر حضور مردم در آنها و فعالیت‌هایی که انجام می‌دهند و همچنین بر نحوه تعامل افراد با این مجموعه‌های کالبدی تاثیرگذار است^[۱].

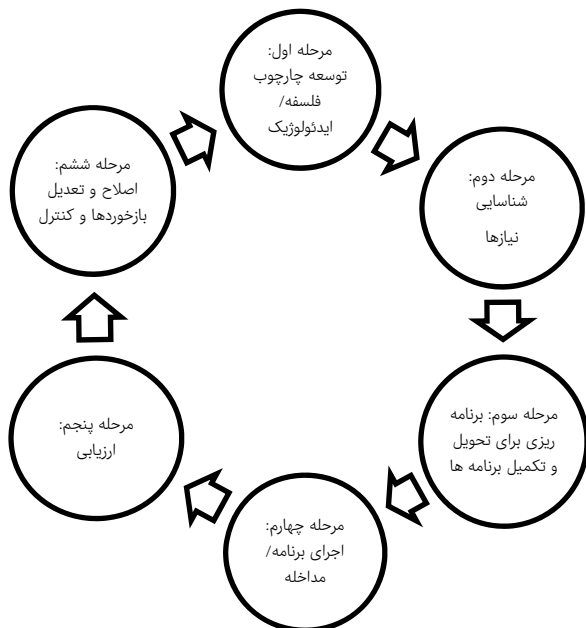
از جمله فعالیت‌هایی که در فضاهای شهری انجام می‌شود فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی است. با توجه به فرهنگ اعتقادی رایج در ایران، نمایش‌ها و سنت‌های آیینی و مذهبی، یکی از این فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی محسوب می‌شود که البته نقش مهمی نیز در ایجاد و تقویت احساس همبستگی و انسجام اجتماعی بر عهده دارند. اگرچه متاسفانه امروزه، با فرآیند جهانی‌شدن و ازبین‌رفتن مصونیت فرهنگ‌ها، این نوع فعالیت‌ها حضور

کمرنگ‌تری در زمینه هویت‌سازی سنتی دارند. از جمله این آیین‌های نمایشی، تعزیه، نقالی و تئاتر خیابانی هستند که همگی در فضای جمعی به منصف ظهور می‌رسیده‌اند. این در حالی است که به نظر می‌رسد فضاهای شهری امروزی در ایران، برای اجرای چنین مراسمات اجتماعی و فرهنگی طراحی نشده‌اند. بنابراین توجه به عواملی نظیر امنیت، فضای کالبدی کافی و مناسب برای برگزاری و تماشای عموم، سامان‌دهی فضاها، ایجاد تنوع و ارتقای کیفیت، می‌تواند بر میزان رخداد چنین فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی در فضاهای شهری تاثیرگذار باشد. این پژوهش در پی پاسخ به این دو سؤال است: آیا فضاهای شهری معاصر برای انجام فعالیت‌های فرهنگی و جمعی مناسب هستند؟ راهکارهای مناسب‌سازی این فضاها برای رخداد فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی کدامند؟ برای انجام مطالعات میدانی و بررسی‌های موردی محدوده بازار بزرگ تهران انتخاب شد. انتخاب این محدوده به این دلیل بود که بازار شهر تهران در بافت تاریخی و مرکزی شهر واقع شده، از دیرباز محل رفت‌وآمد، ملاقات افراد و همچنین بستر تحولات متعدد بوده و جزء معدود بازماندگان هویت‌بخش به شهر تهران است. در ادامه لازم است متغیرهای پژوهش، فضاهای شهری، فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی مورد نظر پژوهش و نحوه ارتباط این متغیرها در چارچوب نظری تشریح شود.

فضای شهری

"فضای شهری جایی است که تعامل اجتماعی و تجربه روزمره زندگی شهری، در آن روی می‌دهد. فضایی که افراد یا سازمان‌های خصوصی آن را کنترل نمی‌کنند و از این رو به روی عامه مردم گشوده است". فضای شهری "بستر مشترکی است که مردم فعالیت‌های کارکردی و مراسمی خود را که پیونددهنده اعضای جامعه است، در آن انجام می‌دهند. این فعالیت‌ها چه روزمرگی‌های معمولی باشد و چه جشنواره‌های دوره‌ای، صحنه‌ای است که به روی آن نمایش زندگی جمعی، در معرض دید قرار می‌گیرد"^[۲]. یک فضای عمومی شهری زمانی می‌تواند موفق عمل کند که بتواند مردم زیادی را مخاطب خود قرار دهد. به گفته ماتین "وجود این‌گونه فضاها یکی از نشانه‌های جامعه متمدن و از ویژگی‌های آنها حرکت آزادانه در آن، در عین داشتن امنیت است"^[۳]. ویژگی فضای بازی که با آزادی مورد استفاده قرار می‌گیرد این است که طرق مختلف استفاده از فضا پیش‌بینی و امکان ایجاد تعاملات اجتماعی جالب و جذاب در آن فراهم شده است"^[۴]. متاسفانه امروزه فضاهای عمومی نه‌تنها جاذب فعالیت‌ها و تعاملات اجتماعی نیستند بلکه منجر به ازمیان‌بردن تماس افراد با یکدیگر شده‌اند. "فضاهای شهر نظیر میداين، خیابان‌ها و کافه‌ها تبدیل به مکان‌هایی برای به‌هم‌خیره‌شدن، به جای صحنه‌های بحث و گفت‌وگو شده‌اند"^[۲]. فضای شهری مناسب برای فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی، فضایی است که مردم در حالی که می‌توانند مکان‌های دیگری را نیز انتخاب کنند، استفاده از این فضا را ترجیح می‌دهند. راه‌حل داشتن چنین فضاهایی این است که آنچه مردم به آن علاقه دارند در اطراف و

فعالیت‌ها از طریق همپوشانی و تغییر مداوم بین راه‌رفتن هدفمند، توقف، استراحت، مکث و مکالمه اتفاق می‌افتد [7]. وی همچنین می‌افزاید، اعمال غیرقابل پیش‌بینی، بدون برنامه و خودانگیخته بخش مهم از چیزی هستند که حرکت و توقف در فضاهای شهری را جذاب می‌کند. هنگامی که فرد در حال حرکت است با دیدن مردم و وقایع تشویق می‌شود که از نزدیک‌تر نگاه و یا حتی توقف کند و به آنها ملحق شود. گل فعالیت‌ها در فضای شهری را به سه دسته شامل فعالیت‌های ضروری، فعالیت‌های انتخابی و فعالیت‌های اجتماعی تقسیم می‌کند (جدول ۱).



شکل ۱) الگوی برنامه‌ریزی یک رویداد فرهنگی [6]

جدول ۱) تقسیم‌بندی فعالیت‌ها در فضای شهری از دید یان گل

نوع فعالیت	ویژگی‌ها
ضروری	فعالیت‌هایی نظیر رفتن به محل کار یا مدرسه، انتظار در ایستگاه اتوبوس و تحویل کالا به مشتریان که مردم مجبور به انجام آنها هستند و تحت هر شرایطی انجام می‌شوند.
انتخابی	فعالیت‌هایی نظیر پیاده‌روی در گردشگاه، سریا ایستادن برای داشتن زاویه دید خوبی به شهر، نشستن برای لذت‌بردن از منظره و هوا، اختیاری یا فراغت‌ی هستند و مردم به آنها علاقه دارند. اغلب جذاب‌ترین و محبوب‌ترین فعالیت‌های شهر به گروه فعالیت‌های اختیاری تعلق دارند که کیفیت مناسب شهر پیش‌نیاز آنها است.
اجتماعی	این فعالیت‌ها دفعه‌ای شکل می‌گیرند و به دنبال حضور مردم در یک مکان و در یک زمان انجام می‌گیرند. این بدین معنا است که هر موقعی که وقوع این نوع فعالیت‌ها ضروری به نظر برسد می‌توانند حمایت شوند و همچنین می‌توانند برای وقوع فعالیت‌های انتخابی، محیطی به‌وجود آورند.

فعالیت‌های فرهنگی در اشکال مختلف خود ابزارهایی برای تجلی فرهنگی هر جامعه محسوب می‌شوند. این رخدادهای فرهنگی همچنین می‌توانند به‌عنوان یک نماد فرهنگی عمل کنند و در ارتقای

درون این فضاها وجود داشته باشد [4].

فرهنگ و فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی

فرهنگ دورنمای هر گروه، سازمان، گردهمایی و جامعه است و از جمله مفاهیمی است که به‌راحتی قابل تعریف نیست. این امر از سرشت فرهنگ ناشی می‌شود که قالب‌ناپذیر است و مشکل در ظرفی می‌گنجد. سرشت فرهنگ از جنس "فهم" است، "فهم مشترک". یعنی کثیری از افراد انسانی که در مجموعه اجتماعی معینی مرزبندی و مشخص می‌شوند، چگونه می‌فهمند. یکی از تعاریفی که جامعه‌شناسی طی چند دهه گذشته درباره فرهنگ به عمل آورده است، آن را "مجموع ارزش‌ها و نهادها" تعریف می‌کند. به ساده‌ترین وجه، ارزش، "هر امر یا مطلب درخور توجه گروه" و نهاد، "پاسخ به یک نیاز جمعی" تلقی می‌شود. پس کنش غیرقابل کتمان بین خود ارزش‌ها و نهادها وجود دارد. ولی اغلب ارزش‌ها به سوی معنویات، هنر و زیبایی‌شناسی برتر گرایش می‌یابند. نهادها اغلب به سوی تبلور یافتن در شکل خاستگاه‌ها، پایگاه‌ها، جایگاه‌ها و در یک کلام در تمدن‌سازی و مدینه‌سازی گرایش پیدا می‌کنند. هر مجموعه‌ای از ارزش‌ها در بلندمدت نهادهای خاص خود و هر نهادی هم ارزش‌های مخصوص به خود را به وجود آورده، پرورده، تقویت و تحکیم می‌کند [5]. از دید پارسونز نظام فرهنگی، ادغام و اجتماعی‌شدن افراد در جامعه یا به عبارتی یکپارچگی کامل جامعه است. مثلاً می‌بینیم مردم در موقعیت مشخصی آن طوری که از آنها انتظار می‌رود رفتار می‌کنند، زیرا که هنجارها و ارزش‌های (فرهنگ) جامعه در آنان درونی شده است. توسعه مفهوم فرهنگ و استفاده از آن به باورها و ارزش‌های مردم درباره جوامع، تغییر اجتماعی و جامعه آرمانی که به دنبال آن هستند، مربوط می‌شود. یورگن هابرماس به‌عنوان سردمدار و مدافع نوگرایی با بازسازی برخی اندیشه‌ها و نظریه‌های ماکس وبر و کارل ماکس، توسعه فرهنگی را کلید و ابزار اصلی پیشرفت جوامع انسانی می‌شناسد. برخی مردم‌شناسان و جامعه‌شناسان نوین، تنها نوع انسان را دارای فرهنگ می‌دانند [5].

در زمینه برنامه‌ریزی برای یک رخداد فرهنگی می‌توان گفت که شش مرحله اقدام وجود دارد که از فراهم‌شدن یک چارچوب فلسفی شروع شده است و به اجرا و ارزیابی و سپس اصلاح و تعدیل می‌انجامد (شکل ۱).

فضاهای شهری خاستگاه فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی

برنامه‌ریزی برای گنجاندن فعالیت‌های مناسب در فضاهای عمومی شهری که امکان ارتباطات اجتماعی و فرهنگی را فراهم می‌آورند، اهمیت به‌سزایی دارد. یان گل، مفهوم "زندگی در فضای میان ساختمان‌ها" را شامل همه فعالیت‌هایی می‌داند که مردم هنگام استفاده از فضای مشترک شهر به آن می‌پردازند. "راه‌رفتن هدفمند از مکانی به مکان دیگر، قدم‌زدن، توقف‌های کوتاه، مکث‌های طولانی‌تر، تماشای ویتربین‌ها، ملاقات و مکالمات، ورزش، سرگرمی، تجارت خیابانی، بازی کودکان، گدایی و سرگرمی‌های خیابانی مشخصه مشترک زندگی در فضای شهری است. تنوع و پیچیدگی

فرهنگ یک جامعه نقشی موثر ایفا می‌کنند. فرهنگی که با ارزش‌ها و باورهای خود نشان از نوع زندگی مردم و سبک‌های زندگی دارد. در جریان این فعالیت‌های فرهنگی این ارزش‌ها، باورها و سبک‌های زندگی فرصتی برای ابراز وجود می‌یابند. رویدادهای جشنواره‌های فرهنگی به‌عنوان بخش ضروری زندگی شهری، محسوب می‌شوند. این فعالیت‌ها زمینه‌های متنوعی نظیر جشنواره‌های موضوعی، رویدادهای سیاسی، فعالیت‌های فرهنگی، رویدادهای ورزشی و رخدادهای مذهبی که می‌توانند در سطح ملی، منطقه‌ای، شهری و محلی انجام شوند، دارند. در جدول ۲ به برخی نظریات در خصوص تاثیر فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی در فضاهای شهری پرداخته شده است.

جدول ۲) نظریه‌هایی در تعامل بین فضاهای شهری و فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی

نظریه پرداز	نظریه
گل ^[۷]	اگر در فضای شهری، زندگی و فعالیت وجود داشته باشد، تبادلات اجتماعی فراوانی نیز وجود خواهد داشت. اگر فضای شهری متروک و خالی باشد، هیچ اتفاقی رخ نمی‌دهد.
کرمونا ^[۴]	در کشف محیط، میل به شرکت در نمایش‌های جدید و تجربه‌های لذت‌بخش وجود دارد که به تفاوت و تغییر در محیط وابسته است. شرکت در های نمایشی و جمعی نظیر نمایشگاه‌های خیابانی، هنری، جشنواره‌ها، نمایش‌ها، بازارها و اتفاقات اجتماعی در طول زمان‌های مختلف می‌تواند به این کشف کمک کند.
اک و تیسدل ^[۸]	یکی از روش‌های امن‌ساختن فضاهای شهری، شیوه نمایشی یا حضور مردم است. همان‌طور که از نام آن پیدا است، حضور مردم را در بر دارد و آن را مستلزم عملکردها و فعالیت‌هایی می‌داند که جمعیت را به فضا می‌کشاند و محیط دعوت‌کننده‌ای ایجاد می‌کند.
مدنی‌پور ^[۲]	مردم فعالیت‌های کارکردی و مراسمی خود را که پیونددهنده اعضای جامعه است، در فضاهای شهری انجام می‌دهند. این فعالیت‌ها چه روزمرگی‌های معمولی باشد و چه جشنواره‌های دوره‌ای، صحنه‌ای هستند که به روی آنها نمایش زندگی جمعی، در معرض دید قرار می‌گیرد.
الدنبرگ ^[۹]	مکان سوم جایی پذیرا برای اجتماعاتی است که به شکل داوطلبانه دور از خانه و فعالیت‌های شادمانه و مفرح دور هم جمع می‌شوند و اکثراً معمولی و غیررسمی هستند.
زاهدی ^[۱۰]	نمایش‌های خیابانی اغلب در فرصت‌ها و مناسبت‌های پیش‌آمده اجرا می‌شوند و مخاطب را در میان کارهای روزانه غافلگیر و موقعیتی نمایشی را خلق می‌کنند تا تماشاگر و بازیگر در هم پیام‌بازند و یکی شوند.

بازار تهران

محدوده بازار شهر تهران در بافت تاریخی و مرکزی تهران واقع شده، از دیرباز محل رفت‌وآمد، ملاقات افراد و همچنین بستر تحولات متعدد بوده و جزء معدود بازماندگان هویت‌بخش به تهران است. مهم‌ترین دوران تحول و رشد کالبدی بازار تهران به زمان قاجار و انتخاب شهر تهران به‌عنوان پایتخت برمی‌گردد. احداث چهارسوق بزرگ (۱۲۲۲ق.)، چهارسوق کوچک (۱۲۴۳ق.) و بناهای پیرامون آنها

برای ایجاد مرکزیت در شبکه راه‌های بازار و تقسیم حرکت در سطح شبکه، احداث مسجد شاه (امام، ۱۲۵۶ق.)، مدارس مروی و صدر، سردر بازار و دروازه شاه‌عبدالعظیم به‌عنوان بناهای عمومی شهر، ادامه پیدا کردند. در دوره ناصرالدین‌شاه، گسترش فضاهای تجاری و کالبدی بازار تهران شتاب بیشتری گرفت و از این دوره تا حکومت پهلوی اول، بازار در الگوی استخوان‌بندی مشخص‌شده خود رشد یافت.

در فاصله سال‌های ۱۳۲۰-۱۳۰۴ش.، خیابان‌کشی‌های شمالی- جنوبی و شرقی- غربی، چون خیام و بوذرجمهری (۱۵ خرداد کنونی) و تخریب محله سنگلج، مسیرهای دسترسی به منطقه بازار را دگرگون کرد و رفته‌رفته عملکردهای فرهنگی و اجتماعی این بخش رو به کاهش نهاد. به‌رغم تحولات گسترده و وسیع در ساختار اقتصادی و مناسبت فرهنگی و اجتماعی، نقش و کارکرد بازار تهران در زندگی شهری و بر آن اساس، مولفه‌های ویژه هویتی و اجتماعی آن استمرار دارد^[۱۱]. بازار در ایران به‌طور سنتی محل بروز احساسات دینی و مذهبی است. همچنین مهم‌ترین مکان برگزاری آیین‌های مذهبی بوده و هست. همچنین برگزاری آیین‌های ملی همچون جشن نوروز از دیرباز در این مکان انجام می‌شده است.

پیشینه رخدادهای فرهنگی و جمعی در بازار تهران

در طول تاریخ بسیاری از فعالیت‌های فرهنگی جنبه جمعی و اجتماعی داشته و در فضاهای عمومی به وقوع می‌پیوسته‌اند. در ایران نیز رخدادهایی همچون نقالی، تعزیه‌خوانی و نمایش‌های خیابانی، مسابقات ورزشی و غیره به شکل کارنوال ملی و مذهبی نمونه‌هایی از فعالیت‌های فرهنگی در فضاهای عمومی هستند. از جمله این رخدادهای فرهنگی که ارتباط تنگاتنگی با فضاهای شهری داشته‌اند مجموعه هنرهای نمایشی هستند. از گذشته در فضاهای شهری، به‌ویژه بازار تهران در ایام و مناسبت‌های مذهبی و ملی اجرای هنرهای نمایشی همچون نقالی، تعزیه و دسته‌گردانی رواج داشته است.

شکل ۲ عناصر تاریخی و تاثیرگذار داخل و نزدیک محدوده مطالعاتی را ارایه می‌دهد.

نقالی از جمله نمایش‌های آیینی است که علاوه بر قهوه‌خانه‌ها در فضای باز نیز انجام می‌شده است. اسناد موجود، نشان می‌دهند، در دوره صفوی که نقالی رواج بسیار داشته است، رسم شاهنامه‌خوانی و قصه‌گویی در اسواق، میادین و محله‌های پرجمعیت توسط نقالان دوره‌گرد به اجرا درمی‌آمد^[۱۲]. در بازار تهران نیز نمایش‌هایی در زمینه نقالی و سایر نمایش‌های تک‌نفره چون خواندن اشعار و سرودن داستان که درواقع اشاره به نقالی دارد، رواج داشته‌اند^[۱۳]. درواقع، این شکل از تجمع، علاوه بر ایجاد خاطره جمعی، به حس وحدت‌بخشی و تعیین فضایی میدان نیز کمک می‌کرده است.

شکل ۳ نمونه‌ای از نقالی در میدانگاه و جمعیت نیم‌دایره به دور نقال را نشان می‌دهد.

دومین دسته از هنرهای نمایشی مربوط به تعزیه‌خوانی است. تعزیه شکلی از نمایش است که ریشه در اجتماعات و مراسم یادواره



شکل ۴) تعزیه در سال ۱۳۹۱ و حلقه مردمی که فضای اجرای تعزیه را تعریف کرده‌اند^[۱۶].



شکل ۵) روز عاشورا در سبزه‌میدان در زمان قاجار، تهران^[۱۷]

جشنواره نمایش‌های آیینی- سنتی

اجرای نمایش‌های اساطیری و تاریخی نظیر "سلیمان و بلقیس"، "زال و رودابه"، "رستم و سهراب"، شبیه‌خوانی "ضحاک ماردوش" و نمایش‌های آغاز نوروز، فصل کشاورزی و باران‌خواهی و مجالس عروسی بومی همراه با شعر و آواز از جمله فعالیت‌های فرهنگی این جشنواره هستند. دیدن طیف متنوعی از اجراگران سراسر ایران در این جشنواره که نمایش‌ها، فرهنگ‌ها و رنگ‌های خوشایندی را با خود به پایتخت می‌آورند، هر رهگذری را به سوی خود می‌خواند.

شکل ۶ شانزدهمین جشنواره نمایش‌های آیینی و سنتی در شهریور ۱۳۹۲ را نشان می‌دهد و در جدول ۳ انواع رخداد‌های فرهنگی در محدوده بازار تهران ارایه شده است.



شکل ۶) شانزدهمین جشنواره نمایش‌های آیینی و سنتی در شهریور ۱۳۹۲؛ حلقه مردم به دور سکوی نمایش تهران

شهادت امام حسین در ایام محرم دارد. این نمایش گرچه در ظاهر اسلامی است، اما در اصل از میراث خاص سیاسی و فرهنگ ایرانی ملهم شده است^[۱۵]. در طول تاریخ در بازار تهران و فضاهای پیرامونی تعزیه‌خوانی مرسوم بوده است. از این رو تعزیه همواره به‌عنوان ابزاری برای ایجاد هویت مکانی فضاها بدل شده است. فضاهایی که با اجرای تعزیه در ذهن مردم نقش می‌بستند، به فضاهای ماندگار در اذهان مردم فارغ از هر طبقه اجتماعی و اقتصادی تبدیل می‌شدند.

شکل ۴ تعزیه‌ای در سال ۱۳۹۱ را نشان می‌دهد.

تعزیه سیار نمونه دیگری از این نمایش است که با مردم در فضای باز گره خورده بود. تعزیه‌ای که برخلاف تعزیه ثابت و معمول که در مکانی از آغاز تا انجام اجرا می‌شود، یک مجلس تعزیه را به چند مجلس کوتاه تقسیم می‌کردند. این تقسیم‌بندی بستگی به تعداد محلات مورد نظر و از پیش تعیین‌شده داشت^[۱۲]. "دسته‌گردانی" هم یکی از معمول‌ترین رسوم مذهبی بین توده‌های مردم در ایران است. "باشکوه‌ترین دسته‌ها در روز شهادت امام حسین یعنی روز عاشورا و در روز بیستم صفر، معروف به "اربعین" یا "چله"، چهل‌مین روز شهادت امام حسین در خیابان‌ها به راه می‌افتند. در بازار تهران برگزاری دسته‌جات عزاداری در ایام محرم و صفر یکی دیگر از جلوه‌های برپایی آیین‌های مذهبی است.

شکل ۵، عزاداری روز عاشورا در سبزه‌میدان در زمان قاجار در تهران را نشان می‌دهد.



شکل ۲) عناصر تاریخی و تاثیرگذار داخل و نزدیک محدوده مطالعاتی؛ انتخاب آنها به‌دلیل داشتن سابقه تاریخی و پتانسیل‌هایی است که برای طراحی و جذب افراد نظیر بازدیدکنندگان منطقه تاریخی به داخل محدوده دارند.



شکل ۳) نقالی در میدانگاه و جمعیت نیم‌دایره به دور نقال (تاریخ نامشخص)^[۱۴]

نوع رویداد	مراسم‌های مرتبط	فضای شهری برای اجرا
دهه محرم	تعزیه نقالی (پرده خوانی) نمایشگاه عکس عاشورا کاروان عاشورا	سبزه میدان (تعزیه) خیابان‌های ۱۵ خرداد، ناصر خسرو، صوراسرافیل و خیام (عبور کاروان عاشورا)
آغاز سال نو (نوروز)	حاجی فیروز کارناوال اقوام و سنن جشنواره لباس و غذای اقوام و سنن آیین‌های نمایشی اقوام و سنن (نظیر عروسی‌ها) و نمایش رسوم نوروز	میدانچه مروی (جشن نوروز) خیابان‌های ۱۵ خرداد، ناصر خسرو، صوراسرافیل، خیام و داور (عبور اجراگران آیین‌های نمایشی نوروز نظیر حاجی فیروز، عبور کارناوال اقوام سنن ایرانی و برپایی نمایشگاه‌های لباس و غذا) سبزه میدان و میدانچه صوراسرافیل (اجرای آیین‌های نمایشی اقوام و سنن)
نمایش‌های روزانه	نقالی (شاهنامه خوانی) نمایش‌های تک و دونفره نوازندگان در حال حرکت نمایش‌های روحوضی	خیابان‌های محدوده (اجراگران خیابانی در حال حرکت) پیش‌فضای کاخ گلستان، میدانچه صوراسرافیل (نمایش‌های دایره‌ای نظیر نقالی، نمایش‌های تک و دونفره) میدانچه مروی (تخت‌حوضی)؛ مجموعه کاخ گلستان (اجرای نمایش‌های تک و دونفره)

یافته‌ها

با توجه به مطالعه اسناد و مشاهدات میدانی در محدوده بازار تهران برای دستیابی به هدف پژوهش می‌توان ویژگی‌های این محدوده را در سه بعد کلی مورد بررسی و تحلیل قرار داد:

الف) ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی: از جمله نقاط قوت محدوده بازار به‌منظور مناسب‌سازی آن برای اجرای فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی همان‌طور که قبلاً نیز اشاره شد داشتن پیشینه تاریخی در اجرای نمایش‌های ملی و مذهبی در این محدوده است که امکان احیای آیین‌های نمایشی فراموش‌شده و تقویت آیین‌های موجود به‌عنوان فرصتی برای دستیابی به هدف پژوهش قلمداد می‌شود. اما به فراموشی سپرده‌شدن برخی از آیین‌ها به‌ویژه در نسل جدید و بی‌توجهی به آنها از آسیب‌های این حوزه محسوب می‌شوند.

ب) ویژگی‌های کالبدی و عملکردی: دومین بعد در زمینه مناسب‌سازی فضای شهری محدوده بازار برای اجرای فعالیت‌های فرهنگی توجه به بعد کالبدی و عملکردی آن است. با انجام مطالعات کارشناسی و مشاهدات میدانی مشخص شد که محدوده بازار به‌دلیل مواردی همچون وجود عناصر کالبدی با ارزش تاریخی همچون راسته بازار، کاخ گلستان، سبزه‌میدان، ساختمان شمس‌العماره، وجود فضاهای مکث در محدوده، وجود شبکه دسترسی‌های عمومی مناسب (مترو و خطوط اتوبوس‌رانی)، داشتن عملکرد تجاری گسترده و قوی و همچنین فرصت‌هایی چون امکان استفاده از عناصر با ارزش تاریخی برای تقویت هویت کالبدی محدوده، امکان تجهیز و مناسب‌سازی فضاهای مکث موجود، امکان ایجاد سرزندگی کالبدی در منطقه به لحاظ کالبدی و عملکردی دارای نقاط قوت کافی و فرصت‌های مناسبی برای اجرای فعالیت‌های فرهنگی است. اما وجود عارضه‌ها و مشکلاتی چون اغتشاشات بصری در جداره‌ها، کف‌سازی نامناسب، نبود تعریف فضایی در برخی نقاط، تداخل حرکت سواره و پیاده، مبلمان نامناسب در فضاهای شهری، عدم

تعریف ورودی فضاها (مترو و غیره) و همچنین تبدیل‌شدن محوطه بازار به محیطی صرفاً تجار، کم‌رنگ‌ترشدن زمینه‌های سرزندگی و نشاط در منطقه، فرسودگی کالبدی تدریجی بافت در گذر زمان، از دست‌دادن مزیت‌های رقابتی در عرصه‌های کالبدی و تاریخی و فرهنگی در مقایسه با سایر مراکز تجاری جدیدالاحداث به‌عنوان نقاط ضعف و زمینه‌های تهدید برای محدوده مورد مطالعه در خصوص مناسب‌سازی برای فعالیت‌های فرهنگی هستند.

ج) ویژگی‌های زیست‌محیطی: سومین زمینه مورد مطالعه در خصوص بررسی تحقق هدف مناسب‌سازی بازار تهران برای اجرای فعالیت‌های فرهنگی بررسی‌های محیطی در این محدوده است. وجود درختان کهن‌سال و سایه‌اندازی آنها در ساعات میانی روز، امکان هویت‌بخشی از طریق درختان کهن‌سال، امکان بهره‌گیری از سایه‌اندازی درختان در ساعات عصر برای اجرای نمایش‌های ملی و مذهبی از جمله نقاط قوت و فرصت‌های محیطی موجود در محدوده بازار تهران هستند. اما آلودگی‌های صوتی و هوا، فرسودگی‌های کالبدی ناشی از آلودگی‌ها و عدم استفاده از برخی نقاط بافت به‌دلیل فرسودگی و متروکه‌بودن از جمله مشکلات محیطی محدوده بازار هستند. در جدول ۴ ابعاد سه‌گانه فوق در قالب جدول سوات مورد توجه قرار گرفته‌اند.

برای دستیابی به هدف اصلی مناسب‌سازی محدوده بازار تهران برای اجرای فعالیت‌های فرهنگی در چارچوب نظام برنامه‌ریزی، ابتدا هدف فوق به سه هدف عملیاتی تجزیه شد. به این معنا که برای دستیابی به هدف مورد نظر باید به سه هدف عملیاتی جامعه عمل پوشاند: الف) هویت‌بخشی به محدوده، ب) ایجاد سرزندگی در محدوده و ج) احیای سنت‌های مذهبی و ملی. برای تحقق هر یک از این اهداف عملیاتی راهبردها و راهکارهای اجرایی در نظر گرفته شده است (جدول ۵).

شکل ۷ قرارگاه رفتاری در محدوده مورد مطالعه را به تصویر می‌کشد.

ابعاد	قوت	ضعف	فرصت	تهدید
اجتماعی و فرهنگی	وجود زمینه‌های تاریخی در اجرای نمایش‌های آیینی و ملی در محدوده	فراموش‌شدن برخی اشکال نمایش‌های آیینی در دوره معاصر به‌ویژه در میان نسل جدید	امکان احیای آیین‌های نمایشی فراموش‌شده و تقویت آیین‌های موجود و ارتقای حس همبستگی و انسجام اجتماعی در محدوده مورد مطالعه و جامعه	از بین رفتن اشکال آیین‌های نمایشی در صورت بی‌توجهی بیشتر به آن‌ها و ازدست‌دادن چنین سرمایه‌های اجتماعی و در پی آن کمتر شدن حس همبستگی و انسجام اجتماعی
کالبدی- عملکردی	وجود عناصر کالبدی با ارزش تاریخی همچون راسته بازار، کاخ گلستان، سبزه‌میدان، ساختمان شمس‌العماره و غیره؛ وجود فضاهای مکتب در محدوده؛ وجود شبکه دسترسی‌های عمومی مناسب (مترو و خطوط اتوبوس‌رانی)؛ داشتن عملکرد تجاری گسترده و قوی	اغتشاشات بصری در جداره‌ها؛ کف‌سازی نامناسب؛ نبود تعریف فضایی در برخی نقاط؛ تداخل حرکت سواره و پیاده؛ مبلمان نامناسب در فضاهای شهری محدوده مورد مطالعه؛ عدم تعریف ورودی فضاها (مترو و غیره)	امکان استفاده از عناصر با ارزش تاریخی برای تقویت هویت کالبدی محدوده؛ امکان تجهیز و مناسب‌سازی فضاهای مکتب موجود؛ امکان ایجاد سرزندگی کالبدی در منطقه	تبدیل شدن محوطه بازار به محیطی صرفاً تجاری؛ کم‌رنگ‌تر شدن زمین‌های سرزندگی و نشاط در منطقه؛ فرسودگی کالبدی تدریجی بافت در گذر زمان؛ ازدست‌دادن مزیت‌های رقابتی در عرصه‌های کالبدی و تاریخی و فرهنگی در مقایسه با مراکز تجاری جدیدالاحداث در سایر مناطق شهر
زیست‌محیطی	وجود درختان کهن‌سال؛ وجود سایه‌اندازی در ساعات میانی روز	آلودگی صوتی؛ آلودگی هوا	امکان هویت‌بخشی از طریق درختان کهن‌سال؛ امکان بهره‌گیری از سایه‌اندازی درختان در ساعات عصر برای اجراهای نمایشی	فرسودگی بیشتر بافت؛ به دلیل آلودگی‌های صوتی و هوا و همچنین به دلیل عدم استفاده مناسب و متروک‌شدن در گذر زمان

اهداف عملیاتی	راهبردها	راهکارهای عملیاتی
هویت‌بخشی به محدوده	تقویت عناصر شاخص تاریخی در محدوده به‌کارگیری عناصر کالبدی در تعریف هویت فضاهای جدید	کف‌سازی پیش‌فرضی کاخ گلستان؛ تقویت ارتباط شمس‌العماره و میدانچه مروی؛ نورپردازی کاخ گلستان و شمس‌العماره قراردادن مجسمه‌های داور و صوراسرافیل در میدان فوق؛ قرارداد کف‌پوش‌هایی با نمادهای داور و صوراسرافیل در کف ساری محوطه میادین؛ نصب نمادهای مرتبط با محرم و نوروز در این میادین اجرای تعزیه در دهه محرم در سبزه‌میدان؛ اجرای نمایش‌های روحوضی در روزهای خاص هفته بعد از ساعات اداری در میدانچه مروی؛ اجرای نمایش‌های گروه‌های کوچک در میدانچه داور بعد از ساعات اداری؛ اجرای نمایش تک‌نفره در میدانچه صوراسرافیل؛ اجرای نمایش تک‌نفره در پیش‌فضای کاخ گلستان؛ اجرای نقالی در پیش‌فضای کاخ گلستان
سرزندگی	ایجاد تنوع فعالیت‌ها	اجرای انواع مختلف نمایش‌های خیابانی و آیینی؛ برگزاری جشنواره سرورزه اقوام؛ نورپردازی ویژه عناصر شاخص کاخ گلستان و شمس‌العماره؛ دست‌فروش‌ها و نوازندگان خیابانی؛ وجود کافه‌های خیابانی و شبانه در میدانچه مروی و صوراسرافیل حضور آب در میدانچه‌های مروی، صوراسرافیل و سبزه‌میدان؛ فعال‌کردن کاربری‌های تجاری پیاده و راه‌های ۱۵ خرداد و ناصر خسرو؛ نفوذپذیری محدوده کاخ گلستان و تکیه دولت و ساختمان رادیو برای شفافیت فضایی و افزایش دید و امنیت
احیای سنت‌های آیینی و ایرانی	اختصاص فضاهای مناسب به نمایش‌های آیینی	تثبیت نمایش‌های آیینی با مکان‌های اجرای سبزه‌میدان؛ تعزیه؛ مروی؛ تخت حوضی؛ کاخ گلستان؛ نقالی؛ صوراسرافیل؛ تئاتر خیابانی؛ امکان اجرای نمایش‌ها بعد از ساعات اداری؛ وجود مدیریت مناسب برای اجرای منظم نمایش‌های آیینی و ملی

آشکار است. همچنین روشن شد که در بازار بزرگ تهران که در گذشته و امروزه محور اجتماعی و اقتصادی و محل اجرای مراسم‌های جمعی مذهبی شهر بوده و است و روزانه مردم زیادی در آن حضور می‌یابند، امکان برگزاری رویدادهای جمعی فرهنگی وجود دارد. از طرفی وجود سه محور پیاده در پیرامون بازار که فارغ از حرکت سواره هستند، این امکان را افزایش می‌دهند و می‌توان با تمهیداتی کالبدی، حیات فضاهای شهری جدید خلق‌شده را حتی بعد از تعطیلی بازار، که خود زمینه‌ای را برای تماشای ویژه نمایش‌ها و برنامه‌ها فراهم می‌کند، به وجود آورد و در درازمدت به آن سرزندگی همیشگی بخشید. همچنین می‌توان به واسطه وجود بناهای شاخص تاریخی نظیر مجموعه کاخ گلستان و بنای شاخصی از آن یعنی شمس‌العماره، از توان گردشگری فرهنگی برای نشان‌دادن آیین‌های نمایشی ایرانی استفاده کرد و در آینده از همین رویدادهای جمعی به‌عنوان نقطه قوتی برای جذب گردشگران و توسعه صنعت گردشگری بهره برد. فضاهای باز روبه‌روی ساختمان‌های دادگستری و سازمان امور مالیاتی خود عرصه‌های مناسب بالقوه دیگری برای اجرای مراسم‌های جمعی (هر چند کوچک) هستند که می‌توانند به سرزندگی محدوده بعد از پایان ساعات کاری کمک کنند.

تشکر و قدردانی: موردی توسط نویسندگان ذکر نشده است.

تأییدیه اخلاقی: موردی توسط نویسندگان ذکر نشده است.

تعارض منافع: موردی توسط نویسندگان ذکر نشده است.

سهم نویسندگان: سکینه معروفی، نگارنده مقدمه/روش‌شناس/پژوهشگر اصلی/تحلیلگر آماری/نگارنده بحث (۱۰۰٪)

منابع مالی: موردی توسط نویسندگان ذکر نشده است.

منابع

- 1- Aminzadeh B. Recognition of the effect of collective rituals on the configuration of the traditional city. HONAR-HA-YE-ZIBA HONAR-HA-YE TAJASSOMI. 2007;32(32):5-13. [Persian]
- 2- Madanipour A. Design of urban space: An inquiry into a socio-spatial process". Mortezaei F, translator. 2nd Edition. Tehran: Urban Processing and Planning Company; 2005. [Persian]
- 3- Moughtin C, Cuesta R, Sarris Ch, Signoretta P. Urban design: Method and techniques. Abingdon: Routledge; 2003.
- 4- Carmona M. Public places-urban spaces: The dimensions of urban design. 1st Edition. Boston: Architectural Press; 2003.
- 5- Chambers C. Continuum companion to twentieth century theatre. New York: Continuum International Publishing Group; 2000.
- 6- Popescu RI, Corbos RA. The role of festivals and cultural events in the strategic development of cities. Recommendations for urban areas in Romania. Informatica Economica. 2012;16(4):19-28.
- 7- Gol J. Cities for people. Ghaffari A, Gaffari L, translators. Tehran: Elme Memar; 2013. [Persian]
- 8- Raj R. The impact of festivals on cultural tourism. Tour Today. 2004;(4):66-77.
- 9- Jeffres LW, Bracken CC, Jian G, Casey MF. The impact of third places on community quality of life. Appl Res Qual



شکل ۷) قرارگاه‌های رفتاری محدوده که فضایی برای جمع‌شدن افراد در زندگی روزمره هستند

نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر سعی شد برای مناسب‌سازی فضاهای شهری به‌منظور وقوع رخداد‌های فرهنگی و اجتماعی راهکارهایی ارایه شود. درواقع فضاهایی که می‌توانند به واسطه حضور برخی فعالیت‌ها، هویتی دوباره یابند و موجبات جذب و پیوند افراد به سنت، باورها، ارزش‌ها و فرهنگ خویش شوند. در این پژوهش با توجه به کاربری‌های محدوده مورد مطالعه، امکان مداخلات کالبدی گسترده در فضا وجود ندارد، بنابراین عمده راهکارها معطوف به سامان‌دهی فضاهای باز، برای برگزاری مراسم‌های جمعی است. بر این اساس مشخص شد که افزوده‌شدن برخی فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی به فضاهای شهری می‌تواند موجب سرزندگی و هویت‌بخشی آنها شود.

برخی فضاهای شهری ایران همچون سبزه‌میدان (اجرای تعزیه)، میدان ارگ (محل تجمع روزانه مردم و اجرای مراسم‌های حکومتی)، در گذشته خود مکانی برای مراسم‌های جمعی بوده‌اند که متأسفانه امروزه نقش آنها در برگزاری چنین رویدادهایی کمرنگ شده است. از طرفی انجام چنین فعالیت‌هایی در این فضاها، در حال حاضر با مشکلاتی همراه است که این مشکلات عمدتاً شامل کمبودها و کاستی‌های کالبدی نظیر موانع موجود در فضا، نبود امکانات کافی برای تماشاگران و غیره است. درنتیجه در حالی که فضاهای شهری ایران دارای سابقه و سرمایه اجتماعی اجرای رویدادهای جمعی هستند، اما برای آن سامان‌دهی کالبدی نشده‌اند.

با توجه به پیشینه فضاهای محدوده و محوطه بازار تهران باید اذعان داشت که توان برخی فضاها نظیر سبزه‌میدان، برای اجرای تعزیه

- 14- iranak.org [Internet]. Tehran: iranak.org; Unknown Year [cited 2019 2 3]. Available from: <https://b2n.ir/206893>. [Persian]
- 15- Chelkowski P. Taziyeh of Iran's leading native art. Hatami D, translator. Tehran: Scientific and Cultural Publications; 1988. [Persian]
- 16- hamshahrionline.ir [Internet]. Tehran: hamshahrionline.ir; 2020 [cited 2020 5 14]. Available from: <http://www.hamshahrionline.ir/details/190568>, 2013. [Persian]
- 17- istta.ir [Internet]. Tehran: istta.ir; Unknown Year [cited 2019 5 20]. Available from: <http://istta.ir/home/fa>. [Persian]

Life. 2009;4(4):333.

- 10- Zahedi F. Street theater, the process of changing the contractual environment of the play. 1st Edition. Tehran: Creative Discourse Publishing; 2001. [Persian]
- 11- Habibi H. Tehran Grand Bazaar, markets and surrounding markets in the last two hundred years. 1st Edition. Tehran: Iranshenasi; 2010. [Persian]
- 12- Ashourpour S. Iranian drama, other Iranian dramas: Before and after Islam. 1st Edition. 5th Volume. Tehran: Soore Mehr; 2011. [Persian]
- 13- Beizai B. Drama in Iran. 6th Edition. Tehran: Roshangaran Publications and Women's Studies; 2008. [Persian]