

از بازار تا مگمال

تحلیل فضاهای تجاری
تجاری - تفریحی و فراغتی

تألیف:

دکتر مهندس ایران آهور

دکتری تخصصی در رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری از دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران (۱۳۹۰)
کارشناسی در رشته مهندسی عمران از دانشکده ی فنی دانشگاه تبریز (۱۳۶۸)



انتشارات فروزش

سرشناسه	: آهور، ایران، ۱۳۴۳ -
عنوان و نام پدیدآور	: از بازار تا مگامال : تحلیل فضاهای تجاری - تفریحی و فراغتی / تألیف ایران آهور .
مشخصات نشر	: تبریز : فروزش، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۳۶۰ ص. : مصور .
شابک	: 978-964-547-409-4
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: بازارها
موضوع	: مراکز خرید
موضوع	: بازارها - ایران -- تبریز
موضوع	: مراکز خرید - مالزی
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۱ ۴۸۹/۶۲۱/۸/۸
رده بندی دیویی	: ۱۱/۵۰۲۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۰۵۲۳۰۵

نام کتاب: از بازار تا مگامال
تألیف: دکتر مهندس ایران آهور
ناشر: انتشارات فروزش
حروفچینی: واحد کامپیوتر انتشارات فروزش
تیراژ: ۱۰۰۰ نوبت چاپ: اول ۱۳۹۲
لیتوگرافی: فروزش صحافی: فروزش
قیمت: ۸۰۰۰۰ ریال
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۵۳۷-۴۰۹-۴ ISBN: 978-964-547-409-4

مراکز پخش و فروش

دفتر و فروشگاه مرکزی: تبریز - خیابان امام خمینی، نرسیده به چهارراه آبرسان
تلفن: ۳۳۶۹۵۲۵ (۰۴۱۱) فاکس ۳۳۵۷۰۶۱ (۰۴۱۱)
دفتر پخش تهران: ۶۶۴۶۱۴۶۰ (۰۲۱)

فهرست مطالب

مقدمه

فصل اول: بازار سنتی

بازار سنتی	۱
فصل دوم: کشور ایران، استان آذربایجان شرقی و شهرستان تبریز	
کشور ایران	۱۵
استان آذربایجان شرقی و شهرستان تبریز	۱۹
جغرافیای طبیعی و جمعیتی	۱۹
جغرافیای اقتصادی	۳۰

فصل سوم: ویژگی‌های جغرافیایی، اجتماعی و اقتصادی

شهر تبریز و مراکز تجاری آن

ویژگی‌های جغرافیایی شهر تبریز	۳۵
کوه‌های تبریز	۳۶
رودهای تبریز	۳۷
نوپوگرافی	۳۷
آب و هوای تبریز	۳۸
ژئومورفولوژی	۳۹
زمین شناسی	۴۰
تکتونیک و زلزله خیزی تبریز	۴۱
وجه تسمیه ی شهر تبریز	۴۲
تاریخچه‌ی شهر تبریز	۴۳
ویژگی‌های اجتماعی شهر تبریز	۴۵

۴۵	هسته‌ی قدیم و بافت تبریز
۴۷	زبان و دین
۴۷	جمعیت و مناطق شهرداری
۵۱	کاربری‌ها
۵۶	بافت فرسوده و حاشیه نشینی
۵۷	آلودگی هوا و ترافیک
۵۸	شبکه‌ی راه‌ها و حمل و نقل
۶۱	تبریز، شهر اولین‌ها و میراث تاریخی
۶۲	ویژگی‌های اقتصادی شهر تبریز
۶۴	مراکز تجاری شهر تبریز

فصل چهارم: بازار تاریخی و سنتی شهر تبریز

۷۵	ویژگی‌های کالبدی بازار سنتی تبریز از نظر معماری و جغرافیایی
۷۶	تاریخچه‌ای از بازار تبریز و موقعیت مکانی آن
۸۴	بازار تبریز از دید جهانگردان و مورخان
۸۷	خصوصیات و ویژگی‌های کالبدی و ساختاری بازار سنتی تبریز
۹۴	عناصر شاخص بازار سنتی تبریز
۱۳۳	ویژگی‌های عملکردی بازار سنتی تبریز
۱۳۳	نقش اقتصادی
۱۳۷	نقش اجتماعی و خدماتی
۱۳۹	نقش‌های ارتباطی، حفاظتی، سیاسی، مذهبی و فرهنگی
۱۴۰	ثبت جهانی بازار سنتی تبریز

فصل پنجم: مگامال (بزرگ بازار)

۱۴۵	تاریخچه‌ای در مورد شاپینگ سنتر (مرکز خرید) و مگامال
-----	---

۱۴۵	فضاهای تجاری قبل از انقلاب صنعتی.....
۱۵۵	انقلاب صنعتی و تاثیر آن بر شکل فضاهای تجاری.....
۱۶۵	قرن بیستم و شکل گیری شاپینگ سترها (مراکز خرید).....
۱۹۲	پس زمینه ای به تولد مگامال.....

فصل ششم: مالزی و کوالالامپور

۲۱۱	ویژگی های کالبدی، اجتماعی و اقتصادی مالزی و کوالالامپور.....
۲۱۱	جغرافیای طبیعی.....
۲۱۸	جغرافیای انسانی.....
۲۲۴	جغرافیای اقتصادی.....

فصل هفتم: مگامال میدولی

۲۳۹	ویژگی های کالبدی، اجتماعی و اقتصادی مگامال میدولی.....
-----	--

فصل هشتم: نتیجه گیری و پیشنهادات

۲۶۳	قابلیت تلفیق پتانسیل های کالبدی و عملکردی بازار سنتی و تاریخی تبریز در مگامال.....
۲۶۳	مقدمه.....
۲۷۳	ابعاد الگوی پیشنهادی.....

فصل نهم: واژه ها و اصطلاحات

۲۸۹	واژه ها و اصطلاحات.....
-----	-------------------------

منابع

۳۱۵	منابع فارسی.....
۳۲۹	منابع انگلیسی.....

فهرست جداول

صفحه

جدول

۱-۳- جمعیت مناطق ۸ گانه ی شهرداری تبریز براساس آمار ۱۳۸۵ ه.ش. و مساحت مناطق ۸ گانه	۴۹
۲-۳- جمعیت و مساحت مناطق ده گانه ی شهرداری تبریز به استناد اعلام معاونت شهرسازی شهرداری تبریز	۵۱
۳-۳- متوسط نسبت کاربری های عمده به جمعیت مناطق و وسعت مناطق شهر تبریز براساس آمار سال ۱۳۸۵ ه.ش.	۵۴
۱-۴- بخشی از آمار و اطلاعات مربوط به وسعت مجموعه بازار تاریخی تبریز در حال حاضر	۸۷
۲-۴- عناصری از بازار سنتی تبریز و تعداد آنها	۹۵
۱-۵- لیست بزرگترین شاپینگ مال های جهان	۲۰۶
۱-۸- ویژگی های کالبدی بازار تبریز	۲۷۳
۲-۸- ویژگی های عملکردی بازار تبریز	۲۷۴
۳-۸- پتانسیل های کالبدی قابل تلفیق بازار تبریز در مگامال	۲۷۵
۴-۸- پتانسیل های عملکردی قابل تلفیق بازار تبریز در مگامال	۲۷۵
۵-۸- جدول راهنمای الگوی پیشنهادی (جدول راهنمای اشکال ۸-۱، ۸-۲ و ۸-۳)	۲۸۲

فهرست اشکال

صفحه

شکل

- ۱-۱- ساخت کالبدی شهر در دوره ی ساسانی..... ۳
- ۲-۱- ساخت کالبدی شهر در اوایل سلطه ی اعراب بر ایران..... ۴
- ۱-۲- موقعیت کشور ایران بر روی کره ی زمین..... ۱۵
- ۲-۲- مسیر زمینی و مسیر دریایی جاده ی ابریشم..... ۱۷
- ۳-۲- موقعیت استان آذربایجان شرقی، شهرستان تبریز و شهر تبریز بر روی نقشه ی ایران..... ۲۰
- ۴-۲- موقعیت شهرستان تبریز و رشته کوه سهند..... ۲۳
- ۱-۳- نقشه ی تبریز قدیم، ترسیم از تصویح مطراق چی در سال ۹۴۰ هجری قمری..... ۳۵
- ۲-۳- محدوده ی طرح جامع و حریم شهر تبریز..... ۳۶
- ۳-۳- کمربند تقریبی گسل شمال تبریز که حریم گسل شمرده شده و نباید در آن کوچک ترین ساخت و سازی انجام شود..... ۴۲
- ۴-۳- تغییرات جمعیتی تبریز بین سال‌های ۱۳۳۵ تا ۱۳۸۵ ه.ش..... ۴۸
- ۵-۳- تقسیمات ۸ منطقه ی شهرداری تبریز تا سال ۱۳۸۸ ه.ش..... ۴۹
- ۶-۳- تقسیمات ۱۰ منطقه ی شهرداری تبریز (بدون محدوده ی خط چین)..... ۵۰
- ۷-۳- طرح در حال اجرای تبادل دروازه تهران در شرق تبریز..... ۵۹
- ۸-۳- محدوده ی طرح ترافیک مصوب شهر تبریز..... ۶۰
- ۹-۳- شبکه قطار شهری (مترو) تبریز و حومه..... ۶۱
- ۱۰-۳- عکسی از خیابان تربیت تبریز و پاساژ شیخ صفی در آن..... ۶۶
- ۱۱-۳- عکسی از خیابان سنگفرش و بعضی از پروژه‌های تجاری - خدماتی کوی ولیعصر تبریز..... ۶۸
- ۱۲-۳- عکسی از نمای بیرونی و درونی مرکز خرید رشیدیه در تبریز..... ۶۸
- ۱۳-۳- عکس‌هایی از پاساژهای گلدیس، اسکان ۲ و ۱ و برج سفید در تبریز..... ۶۹

- ۳-۱۴- عکسی از نمای بیرونی مرکز تجاری بلور و نمای درونی مرکز تجاری
 ۷۰ جواهر و ماکت مرکز تجاری بلوار
- ۳-۱۵- طرح جامع تبریز مصوب سال ۱۳۴۹ هجری شمسی ۷۱
- ۳-۱۶- طرح جامع تبریز مصوب سال ۱۳۷۴ هجری شمسی ۷۲
- ۳-۱۷- لکه گذاری محل تقریبی مراکز تجاری مهم موجود شهر تبریز (دایره‌های
 سیاه رنگ) و برخی از مراکز در حال احداث در شهر (دایره‌های قرمز رنگ) ۷۳
- ۴-۱- موقعیت بازار تبریز در دوره ی سلجوقی ۷۷
- ۴-۲- محدوده ی کهنه خیابان (خیابان کهنه) ۷۸
- ۴-۳- موقعیت بازار تبریز در دوره ی صفویه ۷۹
- ۴-۴- بارو و دروازه‌های شهر تبریز در قدیم ۸۰
- ۴-۵- توسعه ی بازار تبریز در دوره‌های مختلف ۸۱
- ۴-۶- شهر و بازار تبریز و پلان بازار تبریز در دوره ی قاجاریه ۸۲
- ۴-۷- بازار تبریز و موقعیت گذرهای ارتباطی قبل و بعد از خیابان کشی ۸۴
- ۴-۸- شکل گیری استخوان بندی بازار تبریز توسط دو محور عمود بر هم
 مسیر شمالی- جنوبی بازار و مسیر شرقی- غربی ۸۸
- ۴-۹- روزنه‌های سقفی کوچک در بعضی از راسته بازارهای تبریز و سقف
 نسبتاً کوتاه بعضی از راسته بازارهای تبریز ۹۰
- ۴-۱۰- حداقل گچ کاری انجام شده در لبه‌ها و کنج‌ها در بازار تبریز ۹۱
- ۴-۱۱- محدوده ی بازار سنتی تبریز (رنگ قرمز) و حریم آن (رنگ آبی) ۹۶
- ۴-۱۲- فهرست عناصر بازار سنتی تبریز و ادامه ی شکل ۴-۱۱ ۹۷
- ۴-۱۳- توزیع رشته‌های کسب و کار بازار تبریز در سال ۱۹۶۹ میلادی (۱۳۴۸ ه.ش.) ۹۸
- ۴-۱۴- پلان و عکسی از راسته بازار قدیم ۱۰۲
- ۴-۱۵- پلان و عکس‌هایی از راسته بازار صادقیه ۱۰۴
- ۴-۱۶- پلان قسمتی از راسته بازار جدید و عکسی از راسته بازار جدید ۱۰۵
- ۴-۱۷- پلان قسمتی از راسته بازار امیر و عکسی از راسته بازار امیر ۱۰۶
- ۴-۱۸- پلان و عکس‌هایی از بازار شیشه گر خانه ۱۰۷

- ۱۹-۴- موقعیت بازارها(پاساژها)ی شمس تبریزی و مولانا و عکسی از آنها..... ۱۰۸
- ۲۰-۴- پلان و عکس‌هایی از تیمچه ی مظفریه ۱۱۰
- ۲۱-۴- برش طولی از تیمچه ی مظفریه و بزرگنمایی از دهانه‌ها و هندسه و تزئینات پوشش آن ۱۱۱
- ۲۲-۴- پلان و عکسی از تیمچه‌های امیر شمالی و جنوبی ۱۱۲
- ۲۳-۴- پلان و عکسی از تیمچه‌های کشیده ی حاج شیخ اول، دوم و سوم ۱۱۳
- ۲۴-۴- پلان و عکسی از تیمچه‌های متمرکز حاج صفرعلی، حاج محمدقلی و حاج رحیم ۱۱۴
- ۲۵-۴- پلان سراه‌ها: ۱۱۵
- حاج میرزا ابوالحسن، حاج حسین جدید، حاج حسین میانه و حاج حسین قدیم ۱۱۵
- ۲۶-۴- پلان مجموعه ی امیر و عکس‌هایی از سرای امیر ۱۱۷
- ۲۷-۴- پلان و عکس‌هایی از سرای درب عباسی ۱۱۹
- ۲۸-۴- پلان و عکس‌هایی از دالان ارتباطی بین سرای امیر و تیمچه ی امیر شمالی ۱۲۰
- ۲۹-۴- پلان و عکسی از چهارسوق صادقیه ۱۲۱
- ۳۰-۴- طراحی امتداد بازار تبریز بر روی پل رودخانه ی مهران رود توسط فرد ریچاردز ۱۲۲
- ۳۱-۴- پلان و عکسی از پل بازارهای صادقیه و میدان ۱۲۳
- ۳۲-۴- پلان مجموعه ی گرجی لر و عکسی از تیمچه و سرای گرجی لر ۱۲۴
- ۳۳-۴- موقعیت مسجد جامع در بازار تبریز و عکس‌هایی از آن ۱۲۶
- ۳۴-۴- موقعیت مدرسه اکبریه در بازار تبریز و عکسی از آن ۱۲۷
- ۳۵-۴- عکسی از بازارچه‌های شتریان، سرخاب و کَره نی خانه ۱۲۸
- ۳۶-۴- پلان و عکسی از بقعه و مسجد صاحب الامر در بازار تبریز ۱۲۹
- ۳۷-۴- عکسی از حمام سید گلایی و حمام میرزا مهدی در بازار تبریز ۱۲۹
- ۳۸-۴- موقعیت زورخانه ی گرشاسب و یخچال صادقیه در بازار تبریز ۱۲۹
- عکسی از یخچال صادقیه ۱۳۱
- ۳۹-۴- موقعیت ورودی‌های تیمچه ی امیر جنوبی، بازار امیر و پشت بازار امیر از خیابان جمهوری و عکسی از آنها ۱۳۲
- ۴۰-۴- موقعیت ورودی‌های الکچی بازار یا کوچه بازار(۱)، (۲)، (۳) و (۴) از

- ۱۳۳..... امتداد خیابان فردوسی و عکسی از آن‌ها
- ۴۱-۴- یکی از کاروانسراهای تبریز در دوره ی قاجار ۱۳۴
- ۴۲-۴- نقش مذهبی بازار تبریز ۱۴۰
- ۱-۵- بازار تراجان در فوروم تراجان در رم (سال ۱۱۰ میلادی)..... ۱۴۷
- ۲-۵- پاساژهای دیوکاریه، اپرای سلطنتی، برلینگتون، ویتوریو امانوئل دوم، کلوند و گام ۱۶۰
- ۳-۵- فروشگاه‌های بن مارشه در پاریس و کارسون پیری اسکات در شیکاگو..... ۱۶۲
- ۴-۵- فروشگاه بزرگ‌هایر استار در غرب تهران..... ۱۶۵
- ۵-۵- نمای داخلی شاپینگ سترهای برنت کراس در لندن و سات دل در آمریکا
و نمای خارجی شاپینگ ستر کانتری کلوب پلازا در آمریکا..... ۱۶۸
- ۶-۵- انواع شاپینگ سترها و مشخصات آن‌ها، بر اساس اندازه، کارکرد و نوع مستأجرین ۱۷۰
- ۷-۵- گونه‌های معاصر شاپینگ ستر ۱۷۲
- ۸-۵- پیوند بین خرید، فراغت، و محل وقوع ۱۸۵
- ۹-۵- پاساژ گلستان (گلستان هروی) در تهران که در
سال ۱۹۹۳ میلادی (۱۳۷۲ ه.ش.) افتتاح گردید ۱۸۷
- ۱۰-۵- عکس‌هایی از نمای داخلی و خارجی مرکز خرید الماس شرق در مشهد..... ۱۸۹
- ۱۱-۵- عکس‌هایی از نمای داخلی و خارجی مرکز خرید مهستان در کرج ۱۹۱
- ۱۲-۵- مرکز تجاری و اداری نور تهران ۱۹۲
- ۱۳-۵- عکس‌هایی از مگامال وست ادمونتون مال و مال آو امریکا ۱۹۶
- ۱۴-۵- کریستال پالاس (کاخ کریستال) در لندن (۱۸۵۱ میلادی)..... ۱۹۹
- ۱۵-۵- خیابان بوربون در مگامال «وست ادمونتون مال» در کانادا ۲۰۰
- ۱۶-۵- عکس‌هایی از بعضی از بزرگ ترین شاپینگ مال‌های
جهان درج شده در جدول ۱-۵ ۲۰۷
- ۱۷-۵- موقعیت مجتمع فرهنگی- رفاهی اکباتان و «بزرگ بازار» تهران در
شهرک اکباتان واقع در تهران ۲۰۸
- ۱۸-۵- عکسی از «بزرگ بازار» در حال احداث تهران در مجتمع فرهنگی- رفاهی شهرک اکباتان ... ۲۰۹
- ۱-۶- موقعیت کشور مالزی روی کره ی زمین و نقشه‌هایی از مالزی و ایالت‌های آن..... ۲۱۳

- ۲-۶- عکس‌هایی از بلندی‌های گتینگ و غارهای باتو در مالزی ۲۱۸
- ۳-۶- عکس‌هایی از مساجد شاه عالم، جامع و پوترا در مالزی ۲۲۲
- ۴-۶- عکس‌هایی از برج‌های دوفلوی پتروناس در مالزی ۲۲۴
- ۵-۶- عکس‌هایی از مسیرهای حمل و نقل و فرودگاه و ایستگاه راه آهن و مونوریل در مالزی ۲۲۷
- ۶-۶- عکس‌های از نقشه‌ی مسیرهای ریلی کوالالامپور ۲۲۹
- ۷-۶- عکس‌هایی از جاذبه‌های گردشگری شهر جدید پوتراجایا در مالزی ۲۳۰
- ۸-۶- موقعیت مثلث طلایی در کوالالامپور و عکس‌هایی از بعضی مراکز تجاری در
مثلث طلایی (KLCC) و سیتی سنتر ۲۳۵
- ۹-۶- مرکز تجاری سان وی بیرامید در مالزی ۲۳۶
- ۱-۷- ایالت سلانگور در مالزی و موقعیت کوالالامپور و پتالینگ جایا در این ایالت،
و موقعیت مگامال میدولی و شاپینگ سترهای مهم کوالالامپور (به شکل دایره‌ی سیاه)
در سال ۲۰۰۵ میلادی ۲۴۰
- ۲-۷- عکس‌هایی از سایت اولیه شهر میدولی و شهر میدولی تکمیل نشده و
پس از ساخت و تکمیل ۲۴۱
- ۳-۷- موقعیت شهر میدولی ۲۴۲
- ۴-۷- موقعیت مگامال میدولی و پرسپکتیوی از شهر میدولی و
بافت ساختمانی تشکیل دهنده‌ی آن ۲۴۴
- ۵-۷- عکس‌هایی از هایپرمارکت کارفور، دپارتمان استور مترو جایا، سینما و
مرکز نمایشگاه در مگامال میدولی ۲۴۵
- ۶-۷- عکس‌هایی از نمای خارجی مگامال میدولی، دو ورودی، ایستگاه ریلی و
پل اتصالی بین مگامال و گاردنز مال ۲۴۷
- ۷-۷- مسیرهای حمل و نقل و میدولی و موقعیت پارکینگ‌ها در
گاردنز مال و مگامال ۲۴۹
- ۸-۷- پلان طبقات مگامال میدولی ۲۵۱
- ۹-۷- عکس‌هایی از نقشه‌ی شب و نمای خارجی هتل‌های آن و هتل پرل ۲۵۳

- ۷-۱۰- عکس‌هایی از نمای داخلی گاردنز مال و پیاده راه و پل متصل کننده ی
 دو شاپینگ مال و نمای خارجی ساختمان‌های اداری در میدولی ۲۵۵
- ۷-۱۱- عکس‌هایی از نمای داخلی مگامال میدولی ۲۵۷
- ۷-۱۲- طرح اولیه و عکس‌هایی از نماهای خارجی و داخلی مگامال میدولی ۲۵۸
- ۷-۱۳- عکس‌هایی از نماهای خارجی مگامال میدولی و گاردنز در شب و نورپردازی آن‌ها ۲۵۹
- ۷-۱۴- محوطه ی مرکزی در طبقه ی همکف مگامال میدولی (موضوع دهکده و
 حس کردن آن) و محوطه با ایستگاه کریسمس و ایستگاه هری رایا ۲۶۱
- ۸-۱- الگوی پیشنهادی: (حالت اول) با فرض: طول $b =$ طول a ۲۷۹
- ۸-۲- الگوی پیشنهادی: (حالت دوم) با فرض: طول $b =$ طول a ۲۸۱
- ۸-۳- تعمیم الگوی پیشنهادی برای شهرهای بزرگ با محدوده ی طرح جامع به
 شکل فرضی دایره و بیضی با فرض: a مساوی b , c مساوی d ۲۸۳

مقدمه

بازار تاریخی و سنتی تبریز، شریان حیات اقتصادی شهر، بیش از هر عنصری متکی به مردم و دارای اقتصادی مردمی بوده و معماری زیبا، نقش ارتباطی آن، کثرت عناصر و تنوع مشاغل و استقرار آن‌ها و تلفیق مناسب نقش‌ها، ویژگی خاصی به این بازار بخشیده‌اند که حفظ اهمیت این بازار در طول تاریخ و ثبت جهانی آن تأکیدی بر نیاز به حفاظت و نگهداری از این بازار و حفظ و اشاعه‌ی پتانسیل‌های کالبدی و عملکردی آن با برنامه‌ها و طرح‌های بنیادی می‌باشد.

در طول تاریخ مراکز تجاری با دگرگونی‌های بسیاری همراه بوده‌اند. با گذشت زمان سطح وسیعی از اراضی شهرها به کاربری تجاری اختصاص یافته و نمود کالبدی آن به صورت مغازه، بازار، پاساژ، فروشگاه بزرگ، و ... ظاهر شده‌اند. جغرافیای اقتصادی جدید خرده فروشی، با توجه به فضاهای مصرف دوباره پیکربندی شده همچون مگامال (بزرگ بازار) و انتقال سرمایه‌ی خرده فروشی هم در درون شهر و هم موقعیت بین المللی، توجه خاصی به پدیده‌ی دوباره سازی و تغییر خرده فروشی نموده است. رویکرد نظری خرید و مصرف به عنوان شکلی از فراغت ساختارهای جدیدی از فضاهای تجاری و خدماتی - تفریحی و فراغتی را در جهان سبب گردیده که یکی از آن‌ها مگامال می‌باشد. تحقیق‌های مختلف نیز نشان داده که مگامال، قسمت اصلی چشم‌انداز تجاری اکثر کشورهای دنیا بوده و نقش مهمی در صنعت خرده فروشی و توریسم پیدا نموده است. با توجه به این که انسان‌ها همیشه به دنبال محل‌هایی برای تفریح و سرگرمی و گذراندن اوقات فراغت خود بوده‌اند و مگامال‌ها نیز بیش تر به عنوان مراکز تفریحی و فراغتی ایجاد می‌شوند و با توجه به این که خرید، خود نیز جزء فعالیت‌های فراغتی و تفریحی به حساب می‌آید حتی در هزاره‌ی سوم میلادی و با وجود شاپینگ مال‌های مجازی مختلف نیز نمی‌توان از ایجاد مگامال‌ها جلوگیری کرد.

با توجه به افزایش کاربری تجاری و خدماتی در سطح شهرها به ویژه در شهر تبریز بدون برنامه ریزی اصولی و نمود کالبدی آن به صورت مغازه، فروشگاه، پاساژ و سایر موارد مشابه و

افزودن مشکلات شهر، فرآیند برنامه ریزی، طراحی و مکان یابی این مراکز به عنوان مراکز تجاری، خدماتی - تفریحی، فراغتی امری بسیار مهم و ضروری می باشد.

تحقیقات بسیاری در مورد شهر و بازار سنتی و مرمت و احیاء و حفظ و نگهداری این بازارها همراه با تکنولوژی های جدید در دوره ی معاصر وجود دارند که در اکثر آن ها به نوعی نتیجه گیری برای حفظ و نگهداری از بافت های سنتی و تاریخی شهرهای ایرانی گردیده است. در مورد ایجاد (برنامه ریزی و طراحی) مراکز تجاری مدرن نیز تحقیقات مختلفی موجود می باشند و اکثر مراکز خدماتی - تجاری ایجاد شده در کشور، به ویژه در شهر تبریز، نیز تا حدود زیادی با توجه صرف به تکنولوژی های مدرن و بدون توجه به پتانسیل های معماری اسلامی - ایرانی و سنتی و عملکردهای مربوطه اجرا گردیده اند که این نشانگر آن است که برای حفظ ویژگی ها و استفاده از پتانسیل های کالبدی و عملکردی بازار سنتی در مراکز تجاری مدرن و بزرگ، مطالعات و برنامه ریزی های بیشتر و بهتری لازم می باشند. در مورد مگامال ها در کشور به آن صورت مطلبی موجود نمی باشد ولی به زبان انگلیسی کتاب ها و مقالات مختلفی وجود دارد. ساخت مگامال اکباتان در تهران (در حال احداث) و ایجاد مراکز تجاری - تفریحی مختلف در کشور نیاز به تحقیقات بیش تر در این زمینه را ضروری می نماید. کتاب حاضر گام کوچکی است که در این راستا برداشته شده و حاصل برخورداری از تجارب، آثار، منابع و تحقیقات با ارزش محققین ایرانی و خارجی می باشد که می تواند برای محققان، علاقه مندان و دانشجویان رشته های مرتبط مفید باشد.

این کتاب شامل ۹ فصل می باشد. با توجه به عنوان کتاب، فصل اول این کتاب شامل کلیاتی در مورد بازار سنتی می باشد. با توجه به این که در فصل چهارم این کتاب به شرح بازار سنتی و تاریخی تبریز به عنوان نمونه ای از بازار سنتی پرداخته شده است و به دلیل قرارگیری این بازار در شهر و شهرستان تبریز و استان آذربایجان شرقی و کشور ایران، ابتدا در فصل دوم این کتاب پس از توضیحی مختصر در مورد کشور ایران، مطالعاتی در مورد استان آذربایجان شرقی و شهرستان تبریز انجام گردیده و در فصل سوم کتاب نیز برای شناخت شهر تبریز با توجه به قرارگیری بازار سنتی و تاریخی تبریز در مرکز شهر تبریز، به ویژگی های جغرافیایی، اجتماعی، و اقتصادی شهر تبریز و مراکز تجاری آن پرداخته شده است که پس از آن و در فصل چهارم این کتاب به تحلیل

فضایی بازار تاریخی و سنتی تبریز پرداخته و به ثبت جهانی آن نیز اشاره گردیده است. در فصل پنجم کتاب برای آشنایی با مگامال، تاریخچه ای در مورد مرکز خرید و مگامال ارائه گردیده است. با توجه به این که در فصل هفتم این کتاب به تشریح کلی «مگامال میدولی» به عنوان نمونه ای از مگامال پرداخته شده است و به دلیل قرارگیری این مگامال در کشور مالزی ابتدا در فصل ششم کتاب مطالعاتی کوتاه در مورد کشور مالزی و پایتخت آن، شهر کوالالامپور، نیز انجام شده است که پس از آن و در فصل هفتم کتاب به ویژگی های مگامال میدولی مالزی پرداخته شده است.

در فصل هشتم کتاب که شامل نتیجه گیری و پیشنهادات می باشد، نگارنده قابلیت تلفیق پتانسیل های بازار سنتی و تاریخی تبریز در مگامال را مطرح نموده و ضمن بیان مقدمه ای در مورد تحولات شهری به بیان ابعاد الگوی پیشنهادی خود پرداخته که پس از تعیین پتانسیل های کالبدی و عملکردی قابل تلفیق بازار سنتی و تاریخی تبریز در مگامال به ارائه الگوی پیشنهادی و شرح آن اقدام نموده است. با توجه به ایجاد مگامال ها در جهان و با توجه به ویژگی ها و پتانسیل های خوب بازار تاریخی تبریز و بر اساس الگوی پیشنهادی، تلفیق پتانسیل های کالبدی و عملکردی بازار تبریز در مگامال ها موجب اشاعه ی ویژگی های آن خواهد شد و از این طریق و با استفاده از پتانسیل های بازار تبریز و تلفیق آن ها می توان مگامال هایی با ویژگی های محلی و بومی داشته و در حقیقت یک پدیده ی جهانی را با استفاده از هویت خود؛ محلی نموده و به دیگر کشورها نیز ارائه نمود. با توجه به قرارگیری بازار سنتی در مرکز شهر تبریز و ایجاد مراکز خرید و پاساژهای مختلف در نقاط گوناگون شهر که این خود بر بار ترافیکی و مشکلات دیگر شهر تبریز به ویژه مرکز آن می افزاید این الگو برای کاهش برخی مشکلات شهر به ویژه مرکز و حوزه نفوذ آن ارائه گردیده و هدف کاربردی آن عبارت از تلفیق پتانسیل های کالبدی و عملکردی بازار سنتی تبریز در مگامال و ایجاد مگامال هایی مبتنی بر پتانسیل های بازار سنتی تبریز و شبکه ی ارتباطی حلقه ای به عنوان کمر بند سوم شهر در حریم شهر تبریز و ارائه ی راهکاری برای نگهداری و حفاظت از بازار تاریخی شهر تبریز می باشد تا علاوه بر کاستن از بار بازار، از مشکلات و معضلات شهر به ویژه بخش مرکزی

شهر و حوزه‌ی تحت نفوذ شهر نیز کاسته شود که در این الگو و طرح الگویی ایرانی - اسلامی و تعریفی جدید برای مگامال ارائه شده است.

با ارائه‌ی این الگو و ایجاد شبکه‌ی ارتباطی حلقه‌ای و مگامال‌هایی مبتنی بر پتانسیل‌های بازار سنتی تبریز در حریم شهر می‌توان از بار بازار کم نموده و با به کارگیری برنامه‌ها و طرح‌های مناسب، بازار سنتی تبریز را به عنوان قطب گردشگری شهر تبریز مطرح نمود و از طرفی با ایجاد مگامال‌هایی به عنوان مراکز و قطب‌های خدماتی - تجاری و تفریحی - فراغتی در حریم شهر تبریز و تجمع و تمرکز فعالیت‌های مختلف خدماتی و تجاری و تفریحی در آن‌ها می‌توان بسیاری از معضلات موجود از جمله ترافیک و آلودگی هوا در درون شهر و به ویژه مرکز آن را کاهش داد که تأثیر ایجاد این مگامال‌ها، هم در شهر و هم در منطقه به وضوح قابل رویت خواهد بود و کاستن از بار بازار سنتی تبریز به همراه برنامه ریزی و اجرای طرح‌های اصولی و سیستماتیک (سامانمند) برای حفاظت از آن می‌تواند در نگهداری و حفظ این مجموعه‌ی تاریخی مهم و تحویل مناسب آن به نسل‌های آینده موثر باشد که راهکارها و پیشنهاداتی برای حفاظت و نگهداری از آن ارائه گردیده است.

سرانجام در فصل آخر کتاب یعنی فصل نهم به طور اجمالی به تعریف و شرح بعضی از واژه‌ها و اصطلاحات به کار رفته در این کتاب پرداخته شده است. با توجه به این که برای اصطلاحاتی مانند شاپینگ سنتر، شاپینگ مال، و مگامال در ایران اصطلاح فارسی مصوب شده‌ای وجود ندارد در این کتاب در بیش تر موارد از اصطلاحات انگلیسی آن‌ها استفاده گردیده که لازم است و پیشنهاد می‌گردد تا توسط متخصصین در این زمینه، اصطلاحات استاندارد فارسی برای انواع مراکز تجاری و مراکز تجاری، خدماتی - تفریحی، فراغتی در ایران تعیین گردیده و پس از مصوب به اطلاع تمامی متخصصین و کارشناسان، مسئولین و شهروندان رسانده شود تا در منابع و نامگذاری این مراکز در ایران، از اصطلاحات مصوب شده استفاده گردد.

در تدوین این کتاب از کتب مختلف در زمینه‌ی روش تحقیق (آسایش و مشیری، ۱۳۸۴، خاکی، ۱۳۸۴، حافظ نیا، ۱۳۸۷، پارسونس و جی. نایت، ۱۳۸۸ و طیبی، ملکی و دلگشایی، ۱۳۸۸) استفاده گردیده و در استاد به مراجع و منابع مورد استفاده در این کتاب، شیوه‌ی انجمن روانشناسی

آمریکا^۱ (طیبی، ملکی و دلگشایی، ۱۳۸۸) به کار برده شده است و لازم به ذکر است که در این کتاب مطالب و توضیحاتی نیز که در داخل کروش (چنگک)، یعنی []، می‌باشند مربوط به نگارنده‌ی این کتاب می‌باشند.

در خاتمه لازم می‌دانم که از تمامی زحمات و راهنمایی‌های ارزشمند اساتید بزرگوار و ارجمند به ویژه جناب آقای دکتر کاظم جاجرمی، جناب آقای دکتر اصغر نظریان، جناب آقای دکتر سید رحیم مشیری و سرکار خانم دکتر آزیتا رجبی و نیز از مسئولین محترم دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران و انتشارات فروش سپاسگزاری نموده و هم چنین از همسر و دو دخترم که در طول نگارش این کتاب با صبر و بردباری مشوق من بودند تشکر نمایم.

این کتاب را به پدر و مادر که به لطف خدا عشق به آموختن را به من ارزانی داشتند و به همه‌ی کسانی که خداوند مهران، نور علم و آموختن را در دل آن‌ها روشن کرده است، تقدیم می‌نمایم.

در ضمن از اساتید، متخصصین و کارشناسان، محققان و دانشجویان بزرگوار و تمامی خوانندگان گرامی و ارجمند تقاضا می‌گردد که کاستی‌ها و اشکالات این اثر را به نگارنده گوشزد فرمایند تا در چاپ‌های بعدی نسبت به تصحیح و لحاظ نمودن آن‌ها اقدام گردد.

دکتر مهندس ایران آهور

E-mail: ahour85@yahoo.com

^۱ - American Psychological Association (APA)