

پتانسیل یابی فضاهای شهری در بخش مرکزی شهر تهران به منظور ساماندهی اجرای مراسم فرهنگی - مذهبی با تاکید بر اجرای مراسم ایام

محرم

دکتر شهره تاج*

شقایق حافظی زاده**

چکیده

فضاهای شهری از دیر باز جذابترین فضاها را تشکیل می‌دهند و جغرافی دانان شهر را به موجود زنده ای تعبیر می‌کنند که بخش مرکزی قلب آن است و این بخش تمامی تاریخ، فرهنگ و حوادث طبیعی و رویدادهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی را در خود منعکس می‌سازد. بازار در بخش مرکزی شهرها علاوه بر فضای اقتصادی- اجتماعی و فرهنگی مهم ترین محور ارتباطی نیز بودند. آیین های فرهنگی- مذهبی که ریشه در باورها و اعتقادات یک ملت و قوم دارند و امروزه به عنوان یک جاذبه گردشگری فرهنگی شناخته شده اند، در طی دورانهای مختلف به صورت جشن‌ها و عزاداری‌ها در میان مردم رایج بوده که خیلی از اوقات به صورت اجرای نمایش نیز برگزار می‌شده است. در گذشته به علت اینکه شهرها به ویژه شهر تهران به این میزان رشد و توسعه نیافته بود چند معبر و میدانی برای اجرای این مراسم در نظر گرفته می‌شد که با توجه به جمعیت آن زمان پاسخگوی نیازهای مردم بود، ولی با گذشت زمان و توسعه و رشد شهرها و همچنین بروز تغییرات در نیازهای مردم در اجرای این آیین‌ها با توجه به کمبود فضاهای شهری و در نظر گرفته نشدن فضای مخصوص برای اجرای این مراسم تغییراتی حاصل شد.

در این تحقیق سعی شد که توان و پتانسیلهای خیابان‌ها و سایر فضاهای موجود در بخش مرکزی شهر تهران به ویژه محدوده بازار شناسایی شوند تا برای ساماندهی این فضاها به منظور ساماندهی اجرای مراسم فرهنگی- مذهبی راهکارهایی ارائه گردد. برای رسیدن به این هدف، محقق از دیدگاه دو گروه که شامل شرکت کنندگان (کسبه داخل بازار و کسبه محدوده بازار) و سرپرستان هیئت‌ها و مسئولین سازمان‌های ذیربط (ستاد

* هیئت علمی گروه جغرافیای دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

** دانشجوی دکتری رشته جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد

تبلیغات اسلامی و نیروهای انتظامی) میباشند، و بررسی وضع موجود و شناخت پیشینه اجرای مراسم در دوره‌های زمانی و فضاهای اجرای این مراسم در این دوران‌ها و تئوری‌های علمی به مطالعه و تحقیق پرداخت.

در این تحقیق از روش تحقیق عملی و زمینه یابی استفاده شده است. روش جمع آوری اطلاعات به دو شیوه کتابخانه‌ای، روش میدانی (پیمایشی) در محدوده مورد مطالعه صورت گرفته است. همچنین در این تحقیق از ابزارهای مشاهده، پرسشنامه و مصاحبه برای جمع آوری و کسب اطلاعات استفاده شده است. در این تحقیق از روش زمینه یابی استفاده شده است. این روش، محقق را بر آن می‌دارد که جهت تحلیل اطلاعات از روش‌های آماری توصیفی - تحلیلی و آماری استنباطی - تحلیلی با استفاده از مدل آماری تی استیودنت دو نمونه‌ای (t دو گروه مستقل) و آزمون t به مقایسه نظریات کسبه داخل بازار، کسبه محدوده بازار و هیئت‌ها و مسئولین در خصوص رابطه میان پتانسیل‌های فضایی محدوده بخش مرکزی شهر تهران و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا بپردازد.

نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که، با توجه به اقدامات صورت گرفته در داخل بازار توسط بازاریان، که از تدارک دهندگان و شرکت کنندگان در مراسم ایام محرم میباشند، ساماندهی فضایی جهت برگزاری مراسم تاسوعا و عاشورا صورت گرفته است. در خصوص محدوده بازار علیرغم وجود پتانسیل‌های فضایی، تا کنون اقداماتی جهت ساماندهی فضایی به منظور برگزاری مراسم ایام محرم صورت نگرفته است. بنابراین برنامه ریزی در خصوص ساماندهی فضاها به منظور برگزاری مراسم تاسوعا و عاشورا و نیز ساماندهی مراسم ایام محرم با در نظر گرفتن طرح‌ها و پروژه‌ها و مدیریت و نظارت جامع بر آن، میتواند زمینه را برای استفاده از این مراسم به عنوان جاذبه گردشگری فرهنگی فراهم آورد.

کلید واژه: پتانسیل یابی - فضاهای شهری - بخش مرکزی شهر - ساماندهی - مراسم فرهنگی مذهبی -

محرم - بازار - تهران

مقدمه

فضاهای شهری از دیر باز جذابترین فضاها را تشکیل می‌داده‌اند (دیناری، ۱۳۸۴). فضای شهری یکی از عناصر ساخت فضای شهر است که همراه با تاریخ یک ملت در ادوار مختلف به وجود می‌آید، شکل می‌گیرد و دگرگون می‌شود. فضای شهری همان فضای باز و سر پوشیده شبکه ارتباطات یعنی راهها، میدانها و فضاهای ورودی هستند که راهها شامل بازارها و معابر می‌شوند. هر یک از فضاهای شهری به تنهایی دارای کارکردهای متفاوتی می‌باشند (توسلی و بنیادی، ۱۳۷۱، ص ۹). اگر شهر را به موجودی زنده و فعال تعبیر نماییم، بخش مرکزی شهر را باید قلب این موجود قلمداد نمود، جائیکه آثار و علائم حوادث تاریخی، مذهبی، فرهنگی و حتی حوادث طبیعی و رویدادهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در آن به خوبی نمایان است (شکوئی، ۱۳۷۳، ص ۸۶-۸۵). بازارها مهمترین محور ارتباطی، اقتصادی و اجتماعی و به عبارتی دیگر مرکز شهر بوده‌اند و علاوه بر فضاهای اقتصادی، مهمترین فضاهای فرهنگی و اجتماعی شهر در امتداد آن قرار داشتند (سلطان زاده، ۱۳۸۵، ص ۲۶).

بخش مرکزی شهر تهران و محدوده بازار که جزئی از فضاهای شهری است، کارکرد اقتصادی آن بارزتر از سایر کارکردهای آن می‌باشد که اگر کارکرد فرهنگی پیدا کند، کاربری آن نیز دستخوش تغییرات می‌شود. محدوده مرکزی تهران و بازار از جمله بخشهایی است که با گذشت سالیان زیاد از قدمت آن هنوز بافت سنتی و قدیمی خود را حفظ کرده و پتانسیل‌های آن نه تنها کم نشده بلکه با گذشت زمان پتانسیل‌های زیادتری را نیز پیدا کرده است. آیین‌های فرهنگی - مذهبی که ریشه در باورها و اعتقادات یک ملت و قوم دارند و امروزه به عنوان یک جاذبه گردشگری فرهنگی شناخته شده‌اند، در طی دورانهای مختلف به صورت جشن‌ها و عزاداری‌ها در میان مردم رایج بوده که خیلی از اوقات به صورت اجرای نمایش نیز برگزار می‌شده است. در گذشته چند معبر و میدان برای اجرای این مراسم در شهر تهران مورد استفاده قرار می‌گرفت که با توجه به جمعیت آن زمان پاسخ گوی نیازهای مردم بود، ولی به مرور زمان و توسعه و رشد شهرها و همچنین بروز تغییرات در نیازهای مردم در اجرای این آئین‌ها با توجه به کمبود فضاهای شهری و در نظر گرفته نشدن فضای مخصوص برای اجرای این مراسم تغییراتی حاصل شد که چند دستگی در آنها کاملاً امروزه مشهود می‌باشد.

اهداف تحقیق

در این تحقیق سعی بر این موضوع است که توان و پتانسیل‌های خیابان‌ها و سایر فضاهای موجود در بخش مرکزی شهر تهران به ویژه محدوده بازار شناسایی شوند تا برای ساماندهی این فضاها به منظور ساماندهی اجرای مراسم فرهنگی - مذهبی راهکارهایی ارائه شود تا بتواند در راستای جذب گردشگر (اعم از داخلی و خارجی) مؤثر واقع شود. هدف این مطالعه آن است که الگویی آئینی در راستای انطباق با شرایط حاضر بافتهای شهری بخش مرکزی شهر تهران و سامان بخشیدن فضاهای موجود

جهت برگزاری مراسم فرهنگی-مذهبی ارائه گردد تا امکان اجرای آن در بخشهای دیگر شهر فراهم شده و زمینه را برای جذب گردشگران فراهم آورد.

پیشینه تحقیق

متأسفانه با وجود اهمیتی که برگزاری مراسم فرهنگی-مذهبی در ایران از گذشته های دور داشته تا کنون هیچ تحقیقی با نگرش جغرافیایی که بتواند فرم را در خدمت فرایند قرار دهد، صورت نگرفته است. بنابراین محدود مطالعات به عمل آمده در خارج از کشور تأکید بر مراسم فرهنگی-مذهبی دارند، ولی حتی این مختصر مطالعه نیز در ایران صورت نگرفته است. تنها انگشت شمار مطالعاتی در رشته جامعه شناسی با نگرش بر آئینها و مراسم فرهنگی-مذهبی صورت گرفته که قابل استفاده برای تحقیق حاضر نمی باشد.

مطالعه ای در زمینه تأثیر فستیوالها بر توریسم فرهنگی توسط Razaq Raj در سال ۲۰۰۳ انجام شده که بیش از آنکه به رابطه فضا و مراسم بپردازد، به رابطه مراسم در جذب و رونق بخشیدن به توریسم فرهنگی اشاره شده است. بنابراین تحقیق حاضر در نوع خود تحقیقی منحصر به فرد و در گروه تحقیقات بنیادی محسوب می شود.

سوالات تحقیق

- ۱- آیا از نظر دست اندرکاران (کسبه داخل بازار و کسبه محدوده بازار و هیئت‌ها و مسئولین) پتانسیلهای فضایی در محدوده بخش مرکزی شهر تهران به ویژه محدوده بازار برای اجرای مراسم فرهنگی-مذهبی مهیا می باشد؟
- ۲- آیا از نظر دست اندرکاران می توان از فضاهای اقتصادی و تجاری بازار و محدوده بازار برای برگزاری مراسم فرهنگی-مذهبی استفاده کرد؟

فرضیه‌های تحقیق

۱. تفاوت معناداری بین نظر کسبه داخل بازار و محدوده بازار در خصوص رابطه

میان پتانسیل‌های فضایی محدوده بخش مرکزی شهر تهران و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا وجود دارد.

۲. از نظر هیئت‌ها و مسئولین رابطه معناداری میان پتانسیل‌های فضایی و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا در داخل بازار وجود دارد.

۳. از نظر هیئت‌ها و مسئولین رابطه معناداری میان پتانسیل‌های فضایی و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا در محدوده بازار وجود دارد.

مواد و روش‌ها

در این تحقیق از روش تحقیق عملی و زمینه‌یابی استفاده شده است. روش جمع‌آوری اطلاعات به دو شیوه صورت گرفته است:

۱- کتابخانه‌ای جهت کسب اطلاعات مقدماتی برای تنظیم ادبیات تحقیق و تعاریف عملیاتی

۲- روش میدانی (پیمایشی) به منظور کسب اطلاعات از هیئتهای برگزارکننده مراسم فرهنگی- مذهبی و جمع‌آوری اطلاعات از کسبه محدوده مورد مطالعه همچنین در این تحقیق از ابزارهای متعددی برای جمع‌آوری و کسب اطلاعات استفاده شده است.

۱- مشاهده: به عنوان ابزاری برای تهیه عکس جهت به تصویر کشیدن اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا

۲- پرسشنامه: ابزاری برای جمع‌آوری اطلاعات از گروههای هدف پژوهشگر

۳- مصاحبه: به منظور کسب اطلاعات بیشتر و مطمئن‌تر جهت تکمیل هدفهای

تحقیق

جامعه آماری در این تحقیق شامل سه گروه می‌باشد:

۱- هیئت‌ها و مسئولین

۲- اصناف و کسبه داخل بازار

۳- کسبه محدودۀ بازار (خرده فروشی)

که با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه مشخص شده است.

بحث (نتایج تحقیق)

آزمون فرضیه اول

H_0 (فرض صفر): تفاوت معناداری بین نظر کسبه داخل بازار و محدودۀ بازار در خصوص رابطه میان پتانسیل‌های فضایی محدودۀ بخش مرکزی شهر تهران و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا وجود ندارد.

H_1 (فرض خلاف): تفاوت معناداری بین نظر کسبه داخل بازار و محدودۀ بازار در خصوص رابطه میان پتانسیل‌های فضایی محدودۀ بخش مرکزی شهر تهران و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا وجود دارد.

جدول شماره ۱ نتایج آزمون تی استیودنت دو مورد معناداری پتانسیل‌های فضایی محدودۀ بخش مرکزی شهر تهران و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا

نتایج آزمون t- استیودنت			نتایج آزمون برابری واریانس			انحراف معیار	میانگین	تعداد پاسخ دهندگان	
نتیجه آزمون	سطح معناداری	مقدار درجه آزادی	نتیجه آزمون آماره تی	سطح معناداری	آماره F				
تأیید فرض صفر	۱/۰۹۸	۱۴۸۷۲۱	۱/۳۲۹	پذیرش برابری واریانسها	۰/۰۹۲	۲/۷۳۶	۲/۶۸	۳۸۵	کسبه داخل بازار
						۱/۳۲	۲/۸۹	۱۳۸	کسبه محدودۀ بازار

بر اساس نتایج آزمون تی استیودنت دو نمونه ای در جدول شماره ۱ مشاهده می‌شود، چون سطح معناداری به دست آمده (۰/۰۹۲) از آزمون برابری واریانس متغیر در دو گروه از سطح آزمون (خطای نوع اول $\alpha = 0/05$) بزرگتر می‌باشد، لذا فرض برابری واریانس‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می‌شود. بر این اساس از آزمون تی استیودنت دو نمونه ای با واریانس‌های برابر استفاده می‌شود.

چون سطح معناداری آزمون تی استیودنت دو نمونه ای با واریانس مساوی (۱/۰۹۸) از سطح آزمون خطای نوع اول $\alpha = 0/05$ بزرگتر می باشد لذا فرض برابری میانگین ها با ۹۵ درصد اطمینان مورد پذیرش قرار می گیرد. پذیرش فرض صفر بدین معناست که تفاوت معناداری بین نظر کسبه داخل بازار و کسبه محدوده بازار در خصوص رابطه میان پتانسیل های فضایی محدوده بخش مرکزی شهر تهران (طول، عرض معابر و فضاهای بسته و باز فعلی اجرای مراسم) و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا وجود ندارد و از طرفی چون میانگین نظر کسبه محدوده بازار ۲/۸۹ و کسبه داخل بازار ۲/۶۸ می باشد، لذا می توان نتیجه گرفت که از نظر کسبه محدوده بازار طول و عرض معابر و فضاهای فعلی تأثیر بیشتری بر اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا می گذارد. این در حالیست که ۸۰/۷ درصد کسبه محدوده بازار معتقدند که فضاهای موجود در محدوده بازار برای اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا به میزان مناسب موجود می باشند و ۸۰/۸ درصد معتقدند که فضاهای بسته موجود در محدوده بازار به میزان مناسب برای اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا موجود نمی باشد.

آزمون فرضیه دوم

H_0 (فرض صفر): از نظر هیئت ها و مسئولین رابطه معناداری میان پتانسیل های فضایی و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا در داخل بازار وجود ندارد.
 H_1 (فرض خلاف): از نظر هیئت ها و مسئولین رابطه معناداری میان پتانسیل های فضایی و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا در داخل بازار وجود دارد.

جدول شماره ۲ رابطه میان پتانسیل های فضایی و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا در داخل بازار از نظر هیئت ها و مسئولین

آزمون t	میانگین	انحراف معیار	کمترین سطح معناداری:
	۲/۶	۱/۳۷۱	۰/۰۰
میزان آزمون t: ۵/۲۲	درجه آزادی: ۲۴۶		

بر اساس پاسخ سؤالات پرسش نامه هیئت ها و مسئولین در خصوص پتانسیل های فضایی داخل بازار (طول و عرض معابر، فضاهای بسته و باز) برای اجرای مراسم

تاسوعا و عاشورا، همبستگی بین دو شاخص بالا توسط آزمون t مورد آزمون قرار گرفت و نتایج زیر بدست آمد.

با توجه به کمترین سطح معناداری $0/01 < sig: 0/00$ میتوان نتیجه گرفت که فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید میگردد. و با توجه به اینکه میانگین تجربی بدست آمده (۳/۲) بزرگتر از میانگین نظری (۲/۵) می باشد، با اطمینان ۹۹ درصد فرضیه H_1 مورد تأیید قرار میگیرد. یعنی از نظر هیئت‌ها و مسئولین رابطه معناداری میان پتانسیل‌های فضایی و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا در داخل بازار وجود دارد. از نظر هیئت‌ها و مسئولین عرض معابر تأثیر بیشتری از طول معابر داخل بازار در اجرای مراسم دارند. فضاهای باز و بسته نیز تأثیر زیادی در اجرای این مراسم دارند.

آزمون فرضیه سوم

H_0 (فرض صفر): از نظر هیئت‌ها و مسئولین رابطه معناداری میان پتانسیل‌های فضایی و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا در محدوده بازار وجود ندارد.
 H_1 (فرض خلاف): از نظر هیئت‌ها و مسئولین رابطه معناداری میان پتانسیل‌های فضایی و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا در محدوده بازار وجود دارد.

جدول شماره ۳ رابطه میان پتانسیل‌های فضایی و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا در محدوده بازار از نظر هیئت‌ها و مسئولین

آزمون t	میانگین	انحراف معیار	کمترین سطح معناداری :
محدوده بازار	۲/۵۸	۱/۴۲۸	۰/۰۰
	میزان آزمون $t: 4/159$	درجه آزادی: ۲۴۶	

بر اساس پاسخ سؤالات پرسش نامه هیئت‌ها و مسئولین در خصوص پتانسیل‌های فضایی محدوده بازار (طول و عرض خیابان‌ها، فضاهای بسته و باز) برای اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا، همبستگی بین دو شاخص بالا توسط آزمون t مورد آزمون قرار گرفت و نتایج زیر بدست آمد.

با توجه به کمترین سطح معناداری $0/01 < sig: 0/00$ میتوان نتیجه گرفت که فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید میگردد. و با توجه به اینکه میانگین تجربی بدست آمده (۲/۵۸) بزرگتر از میانگین نظری (۲/۵) می باشد، با اطمینان ۹۹ درصد فرضیه H_1 مورد تأیید قرار میگیرد. یعنی از نظر هیئت‌ها و مسئولین رابطه معناداری میان پتانسیل‌های فضایی و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا در محدوده بازار وجود دارد.

از نظر هیئت‌ها و مسئولین عرض معابر تأثیر بیشتری از طول معابر محدوده بازار در اجرای مراسم دارند. فضاهای باز و بسته نیز در محدوده بازار تأثیر بسیار زیادی در اجرای این مراسم دارند.

نتایج بدست آمده از مقایسه نظرات کسبه داخل بازار با کسبه محدوده بازار نشان می‌دهد هر دو گروه عرض معابر و خیابان‌ها را به عنوان عامل مؤثر در زمان اجرای مراسم با انتخاب درصد بالایی در گزینه - های خیلی زیاد و زیاد ذکر نمودند. در حالیکه کسبه محدوده بازار نسبت به کسبه داخل بازار طول معابر را عامل مؤثری در زمان اجرای مراسم می‌دانند.

کسبه داخل بازار نسبت به مناسب بودن فضاهای فعلی اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا نظرات مختلفی دارند به طوریکه ۵۲/۶ درصد گزینه خیلی زیاد و زیاد را انتخاب کرده‌اند و این در حالی است که با توجه به ویژگی متفاوت فضایی داخل بازار و محدوده بازار کسبه محدوده بازار، ۸۰/۷ درصد کسبه محدوده بازار گزینه های خیلی زیاد و زیاد را برای مناسب بودن فضاهای باز فعلی اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا انتخاب کردند ولی در خصوص مناسب بودن فضاهای بسته تنها ۱۹/۲ درصد گزینه های خیلی زیاد و زیاد را انتخاب کرده اند.

از آنجا که در محدوده بازار موانع فضایی در زمان برگزاری مراسم وجود ندارد تنها کسبه داخل بازار به موانع فضایی موجود در داخل بازار به خصوص در ورودی بازار، چهار راه ها، دالان‌ها و معبر اصلی بازار (راسته بازار) که تنگی معابر رکن اساسی را در بروز موانع ایجاد می‌نمایند، اشاره نمودند.

کسبه داخل بازار تأکید زیادی بر مناسب بودن فضاهای مساجد، سراها، حسینیه‌ها، تکایای داخل بازار و همچنین سطح معابر، بازار کف‌ش‌ها و بازار زرگرها دارند. در حالیکه کسبه محدوده بازار سطح خیابان‌ها را فضای باز مناسب و مساجد، حسینیه‌ها و تکایای محدوده بازار را فضا‌های بسته مناسب جهت برگزاری مراسم تاسوعا و عاشورا می‌دانند.

اگرچه بخشی از کسبه داخل بازار فقدان وجود فضای مناسب برای استفاده بازدیدکنندگان از مراسم را بیان نموده‌اند، ولی بخش اعظمی از کسبه فضاهای باز و بسته موجود در مسیر حرکت عزاداران و دسته‌ها در داخل بازار را به عنوان فضاهای مورد استفاده بازدیدکنندگان ذکر نمودند. این در حالی است که کسبه محدوده بازار اظهار داشتند که بازدیدکنندگان از مراسم، از سطوح پیاده‌روها و سواره‌روها برای بازدید و تماشای عزاداران و دسته‌ها استفاده می‌کنند.

از آنجا که فرض برابری میانگین‌ها با ۹۵ درصد اطمینان در مورد تفاوت معناداری بین نظر کسبه داخل بازار و کسبه محدوده بازار در خصوص رابطه میان پتانسیل‌های فضایی بخش مرکزی شهر تهران و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا وجود ندارد، از نظر کسبه محدوده بازار طول و عرض معابر و فضاهای فعلی تأثیر زیادی بر اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا می‌گذارند و این در حالی است که عرض معابر نقش بیشتر از طول معابر بر عهده دارد.

بر اساس نتایج بدست آمده از پرسشنامه هیئت و مسئولین ۸۱/۸ درصد پاسخ دهندگان در مورد مناسب بودن عرض معابر داخل بازار برای اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا گزینه خیلی کم و کم را انتخاب نمودند، در حالی که ۵۴/۵ درصد آنان در خصوص مناسب بودن عرض خیابان‌های محدوده بازار برای اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا گزینه خیلی کم و کم را برگزیدند. بنابراین از نظر هیئت‌ها و مسئولین عرض معابر داخل بازار نامناسب‌تر از عرض خیابان‌های محدوده بازار است. در خصوص

مناسب بودن طول معابر داخل بازار و محدوده بازار نظر هیئت‌ها و مسئولین یکسان است به طوری که گزینه خیلی زیاد و زیاد بیشتر مد نظر قرار گرفته است. در مورد وجود داشتن فضاهای باز و بسته در داخل بازار و محدوده بازار هیئت‌ها و مسئولین نظر مشابهی را ارائه نمودند، اگرچه معتقدند تعداد فضاهای بسته (حسینیه، تکیه و مسجد) در بیرون از بازار کمتر از داخل بازار وجود دارد. بنابراین از نظر هیئت‌ها و مسئولین با آزمون آماری رابطه معناداری میان پتانسیل های فضایی و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا در داخل بازار و در محدوده بازار وجود دارد.

نتیجه گیری

در این تحقیق، فضاهای داخل بازار و محدوده بازار برای برگزاری مراسم تاسوعا و عاشورا مورد بررسی قرار گرفت. در نظرات کسبه داخل بازار اگر چه موانع فضایی به ویژه تنگی معابر و موانع ورودی بازار عاملی در مشکلات برگزاری مراسم است ولی برنامه ریزی صورت گرفته در زمان بندی ورود و خروج ۲۰ هیئت بازار سازگاری لازم بین اجرای مراسم و فضا به وجود آمده است، البته لازم به ذکر است که بازدید کنندگان با مشکل استقرار در جای مناسب برای بازدید از مراسم مواجه می‌باشند البته این مشکل در بخش های وسیع معابر بازار، امامزاده زید و مساجد وجود ندارد.

در نظرات کسبه محدوده بازار فضاهای باز مثل خیابان با موانعی مواجه نمی‌باشند. در مقابل فضاهای بسته به میزان کافی که جوابگوی برگزاری مراسم در داخل فضاهای بسته باشد وجود ندارد.

در محدوده بازار، بازدیدکنندگان به خوبی قادرند از سطوح پیاده روها و سواره روها برای بازدید و تماشای مراسم تاسوعا و عاشورا استفاده نمایند. بنابراین از نظر هر دو گروه با قدری تفاوت عرض معابر بیشتر از طول معابر در زمان اجرای مراسم مؤثر می‌باشد.

بر اساس نظر سرپرست هیئت‌ها و مسئولین در خصوص فضاهای برگزاری مراسم تاسوعا و عاشورا در داخل بازار و محدوده بازار، عرض معابر و خیابان‌ها بسیار مؤثرتر از طول معابر و خیابان‌ها می‌دانند اگر چه معتقدند عرض معابر داخل بازار برای اجرای مراسم نامناسب است. از نظر سرپرست هیئت‌ها و مسئولین رابطه ای میان پتانسیل فضایی و اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا در داخل بازار و محدوده بازار هر دو وجود دارد اگر چه معتقدند تعداد فضاهای بسته مثل حسینیه، تکیه و مسجد در بیرون از بازار کمتر از داخل بازار می‌باشد.

با توجه به اطلاعات بدست آمده از کل پرسشنامه ها، مصاحبه ها، مشاهدات و نقطه نظرات افراد سالخورده مطلع می‌توان گفت داخل بازار با توجه به تدابیری که خود بازاریان در طی سالیان متمادی برای اجرای این مراسم در فضاهای موجود- چه مناسب و چه نامناسب از دیدگاه سایرین- اندیشیده اند، با امکانات موجود و در دسترس سازگاری لازم را بین فضاها و اجرای مراسم به خوبی ایجاد نموده اند، که این با توجه به تعریف ساماندهی، همان ساماندهی فضایی برای اجرای مراسم در داخل بازار می‌باشد و نیازهای دوره عزاداری محرم به ویژه روزهای تاسوعا و عاشورا را تامین می‌نماید. از نظر کسبه داخل بازار در وهله اول فضاهای کافی برای اجرای مراسم در بازار موجود است و در وهله دوم معتقدند که این مراسم یک حرکت مردمی و خودجوش می‌باشد و چون با اعتقادات و باورهای مردم عجین شده است، فضا نمی‌شناسد و این عشق به امام حسین (ع) است که مردم را به هر فضایی هر چند تنگ، کوچک و یا حتی نامناسب می‌کشاند. ولی پیشنهاد طرحی در قالب ساماندهی، تجهیز، مرمت و احیای بازار تهران که هنوز به اهداف نهایی خود نایل نشده است. چنانچه به مرحله اجرا درآید می‌تواند در تغییر فضاهای بلا استفاده و یا فضاهایی که از طریق مرمت کارکردهای مناسبی را در زمان اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا به دست آورند، در بهبود کیفیت فضای داخل بازار برای اجرای مراسم تاسوعا و عاشورا مؤثر واقع

شود. لازم به ذکر است که هم اکنون بخشی از اهداف طرح در محدوده بیرون بازار تحت عنوان پروژه بهسازی و اجرای پیاده راه بازار تهران در حال اتمام است در خصوص محدوده بازار شرایط به گونه دیگری است. پتانسیل های لازم از نظر عرض معابر، فضاهای وسیع و باز مثل خیابان ها، میادین، پیاده روها، و حتی فضاهای بسته دائمی و غیر دائمی وجود دارد. ولی به علل متعددی از امکانات موجود در این محدوده برای اجرای مراسم هماهنگ با فضاهای موجود استفاده متناسب به عمل نیامده است. تعدد روز افزون هیئت ها و دسته های عزاداری به ویژه در سال های اخیر که مجوز آن از سوی سازمان ستاد تبلیغات اسلامی صادر می گردد، عدم هماهنگی میان دسته های عزاداری، رقابت بر سر برگزاری مراسم به گونه خاص تر از گروه های دیگر، عدم مدیریت و نظارت جامع از سوی دست اندرکاران هیئت های بیرون از بازار، کم سابقه بودن برخی از هیئت های برگزاری مراسم، جوان بودن ساختار جمعیتی برگزارکنندگان و هواداران و بازدیدکنندگان مراسم و افزایش جمعیت شرکت کننده و... از جمله دلایلی می باشند که هماهنگی بین فضا و مراسم در محدوده بازار وجود ندارد. هیئت ها و مسئولین به دلیل ایجاد مشکلات در زمان برگزاری مراسم تاسوعا و عاشورا در فضاهای شهری نظیر ازدحام جمعیت، اختلال در ترافیک و رفت و آمد و مسائل نقلیه ضرورت ساماندهی فضایی را لازم و ضروری می دانند و با شناختی که از مراسم دارند هم شکل سازی عزاداری و اجرای سنتی آن و همچنین تمرکز مراسم در مکان های خاص و ایجاد فضاهای کنترل شده و برنامه ریزی شده را بیان می دارند.

فهرست منابع

۱. آسایش، حسین، مشیری، سید رحیم، ۱۳۸۱، روش شناسی و تکنیک‌های تحقیق علمی در علوم انسانی با تاکید بر جغرافیا، نشر قومس.
۲. ایزدی، مصطفی، ۱۳۸۶، فرهنگ معابر تهران، انتشارات شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری (وابسته به شهرداری تهران)، تهران.
۳. بهفروز، فاطمه، ۱۳۸۴، فلسفه روش شناسی تحقیق علمی در جغرافیا، موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، چاپ دوم.
۴. توسلی، محمود، بنیادی، ناصر، ۱۳۷۱، طراحی فضای شهری- فضاهای شهری و جایگاه آنها در زندگی و سیمای شهری، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران، ج اول، چ اول، تهران.
۵. حافظ نیا، محمدرضا، مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران، انتشارات سمت، ۱۳۸۶.
۶. حافظی زاده، شقایق، ۱۳۸۷، ساماندهی فضاهای شهری جهت برگزاری مراسم فرهنگی- مذهبی با نگرش جاذبه گردشگری مطالعه موردی: بخش مرکزی شهر تهران، استاد راهنما: دکتر اسماعیل قادری، رشته جغرافیا و برنامه ریزی توریسم، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
۷. دیناری، احمد. ۱۳۸۴، گردشگری شهری در ایران و جهان، انتشارات واژگان خرد، مشهد.
۸. سلطان زاده، حسین، ۱۳۸۲، شروع شکل گیری میدان های معاصر، فصلنامه معماری و فرهنگ سال پنجم شماره ۱۶-۱۵، تهران.
۹. شکوئی، حسین، ۱۳۷۳، دیدگاه‌های نو در جغرافیای شهری، جلد اول، انتشارات سمت، تهران.
۱۰. شهرداری منطقه ۱۲ تهران، بهار ۱۳۸۷، پروژه بهسازی و اجرای پیاده راه بازار تهران، مشاور و دستگاه نظارت (طرح و نظارت پروژه) مهندسین مشاور طرح و تعاون، مجری پروژه: پیمانکار بخش خصوصی.
۱۲. طرح حفظ و ساماندهی شهر تهران، جلد ۹، مطالعات زیست محیطی مهندسین مشاور آتک.
۱۳. کازس، ژرژ، پویتیه، فرانسواز، ۱۳۸۲، جهانگردی شهری، محلاتی، صلاح‌الدین. انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.

14. Raj, Razaq. (2003) The impact of Festivals on Cultural. Nottingham, The 2nd De Haan Tourism Management Conference, December 16th 2003