

Urban Ecology Researches

Vol. -(-), (Series -):

 <https://doi.org/>

E-ISSN: 2538-3949

P-ISSN: 2538-3930

ORIGINAL ARTICLE

Foresight of Historical Bazaars in the Context of Contemporary Urban Transformations Through Scenario Development Case Study: The Historical Bazaar of Tabriz

Mina Heydari Torkamani ^{1*}, Azita Balali Oskoui²

1. Assistant Professor,
Department of Architecture and
Islamic Architecture, Faculty of
Architecture and Urban, Tabriz
Islamic Art University, Tabriz,
Iran.

2. Professor, Department of
Architecture and Islamic
Architecture, Faculty of
Architecture and Urban, Tabriz
Islamic Art University, Tabriz,
Iran.

*Correspondence

Mina Heydari Torkamani

ORCID iD:

<https://orcid.org/0000-0002-3426-5977>

E-mail:

m.haydari@tabriziau.ac.ir

Received: 20/July/2024

Accepted: 13/oct//2024

How to cite

Family 1, N., Family 2, N., & Family
3, N (2025). English Title. *Urban
Ecology Researches*, 8(29), 1-13.

EXTENDED A B S T R A C T

Introduction

Historical bazaars are among the most important elements shaping the spatial structure, identity, and socioeconomic life of traditional cities. Their significance extends beyond commercial exchange, as they have historically functioned as interconnected settings for economic activities, social interactions, cultural practices, and collective urban life. In Iranian-Islamic cities, the bazaar was closely connected to major urban elements such as mosques, schools, caravanserais, baths, and other public spaces and consequently played a fundamental role in organizing the spatial and social structure of the city. The historical bazaar of Tabriz represents a prominent example of this multidimensional urban institution. As one of the most important historical and commercial complexes of Iran and the largest covered bazaar in the world, it has long been associated with the economic, social, cultural, and spatial development of Tabriz.

However, the processes of modernization, integration into contemporary economic systems, changes in consumption patterns, expansion of modern shopping centers, increasing dependence on private vehicles, migration, technological development, and transformations in urban lifestyles have challenged the traditional role of historical bazaars. In Tabriz, successive street constructions, expansion of contemporary commercial complexes, increasing construction density, changes in surrounding land uses, and the weakening of historical physical and functional continuity have contributed to the transformation of the bazaar and its relationship with the city. Consequently, maintaining the vitality and continuity of the historical bazaar cannot be addressed only through preservation of its physical fabric. It requires an understanding of the broader forces that may shape its future. Given the complexity, uncertainty, and accelerating pace of contemporary urban transformations, conventional approaches based primarily on existing

conditions and past experiences are insufficient for understanding alternative futures. Therefore, this study adopts a futures studies approach to identify the factors influencing the future of the historical bazaar of Tabriz, determine the key driving forces, develop alternative scenarios, and formulate strategies corresponding to different possible futures. The central questions of the research concern the factors affecting the future of the historical bazaar of Tabriz, the possible scenarios resulting from the interaction of key drivers, and the strategies required to manage these alternative futures.

Methodology

This applied research adopts a descriptive-exploratory, mixed-methods approach integrating qualitative and quantitative techniques to examine the future of the historical bazaar of Tabriz. Data were collected through documentary and library studies, semi-structured interviews, structured questionnaires, and consultations with experts in architecture, urban planning, and futures studies familiar with the bazaar and its transformations. The research process comprised three interconnected stages.

In the first stage, Causal Layered Analysis (CLA) was employed as a qualitative exploratory method to identify the multiple layers influencing the future of historical bazaars. This approach examined observable issues, structural trends, underlying worldviews, and deeper cultural and ideological dimensions. Through documentary research, field investigations, and expert interviews, 21 initial factors were identified. Following expert assessment and validation, 13 significant variables relevant to the future of the historical bazaar of Tabriz were retained for further analysis.

In the second stage, structural analysis was conducted using the MICMAC method to examine the relationships among the identified variables and determine their influence and dependence. An interaction matrix was developed in which experts assessed the direct influence of each variable on the others using a scale ranging from zero to three. The results revealed a dynamic and unstable system characterized by complex interdependencies, enabling the identification of key driving forces shaping the bazaar's future.

In the third stage, possible states were defined for the key drivers, encompassing desirable, intermediate, and critical conditions. These combinations were analyzed using Scenario Wizard software and balanced cross-impact matrices to identify coherent and plausible alternative futures. This process reduced the numerous theoretically possible combinations to a manageable set of scenarios suitable for strategic planning.

Finally, the scenarios were interpreted according to their implications for the future of the historical bazaar, and strategic directions were proposed to address alternative conditions. Overall, this integrated methodology provides a systematic framework for identifying influential factors, analyzing their structural relationships, constructing plausible future scenarios, and supporting anticipatory decision-making for the long-term sustainability of the historical bazaar of Tabriz.

Findings

The findings identified 21 initial factors influencing the future of historical

bazaars. Following validation and structural analysis, 13 significant variables were confirmed, including consumer culture, social inequality, media promotion, tourism development, migration, modern shopping centers, McDonaldization, private vehicle use, online shopping, technological and industrial changes, leisure patterns, branding, and secularization. These variables form an interconnected system characterized by mutual influences and dependencies.

The MICMAC analysis identified eight key drivers shaping the future of the historical bazaar of Tabriz: social inequality, media promotion, tourism development, consumer culture, modern shopping centers, McDonaldization, private vehicle use, and migration. Among these, social inequality, media promotion, and tourism development occupied particularly important positions in terms of influence and dependence. The findings also revealed that the system is dynamic and unstable, with substantial interactions among its variables.

Based on the eight key drivers and their possible future states, the Scenario Wizard analysis generated three strong and 79 weak scenarios, with no independent or incompatible scenarios identified. Subsequently, seven highly compatible scenarios were selected to support strategic planning and policy formulation. These scenarios represented different combinations of desirable, intermediate, and critical conditions.

The seven scenarios were classified into three groups: desirable scenarios (Scenarios One and Two), intermediate and relatively critical scenarios (Scenarios Three and Four), and critical scenarios (Scenarios Five, Six, and Seven). The desirable scenarios describe conditions in which favorable developments across all key drivers enable the bazaar to maintain and strengthen its economic, social, and cultural functions. In contrast, the critical scenarios reflect increasing consumerism, the expansion of modern shopping centers, social inequality, migration, transportation challenges, declining tourism, and the progressive weakening of the bazaar's economic and cultural significance. The most critical scenario indicates severe functional decline, requiring urgent intervention and emergency heritage protection. Overall, the scenario analysis demonstrates that the future of the historical bazaar depends on the interactions among socioeconomic, cultural, technological, and urban drivers. The identified scenarios provide a framework for anticipating potential challenges, prioritizing interventions, and developing differentiated strategies to sustain the bazaar's vitality and historical significance.

Discussion and Conclusion

The identification of inequality, media promotion, tourism development, consumer culture, modern shopping centers, McDonaldization, private vehicle use, and migration as key drivers highlights the importance of considering both internal and external influences in future planning. Competition between the historical bazaar and modern commercial environments extends beyond physical infrastructure to include changing consumption patterns, branding, mobility, social relationships, tourism, and experiences of urban space. Therefore, the bazaar's future depends on its capacity to respond to contemporary urban transformations while maintaining its distinctive historical identity.

The scenario analysis demonstrates that the future of the bazaar cannot be reduced to a single predictable trajectory. Instead, alternative futures may emerge through different combinations of the identified drivers. The

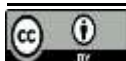
desirable scenarios emphasize strengthening the bazaar's economic vitality, social interactions, cultural significance, and tourism potential. Conversely, critical scenarios reveal the risks associated with continued functional decline and highlight the need for anticipatory planning and continuous monitoring of key drivers.

Strategic responses should be adapted to the severity of each scenario. Under favorable conditions, priorities include supporting traditional businesses, developing tourism, preserving social functions, and adapting commercial activities to contemporary needs. In more critical situations, stronger policy support, management of competing commercial developments, and reinforcement of the bazaar's economic role become necessary. Under severe crisis conditions, priorities shift toward emergency conservation, controlling surrounding development, preventing further functional decline, relocating incompatible urban functions outside the historical fabric, and preserving essential economic and social activities. In the most critical circumstances, immediate heritage protection becomes essential to prevent the bazaar's disappearance from the urban structure.

Overall, the long-term sustainability of the historical bazaar of Tabriz depends on simultaneously maintaining its economic, social, cultural, and tourism functions while adapting to evolving lifestyles, technologies, consumption patterns, and urban mobility. The futures studies framework provides a basis for moving beyond reactive conservation toward anticipatory management by identifying key drivers and exploring alternative development pathways. Rather than predicting a single future, this study offers scenarios that can inform strategic planning and policy formulation. It concludes that safeguarding the bazaar requires more than conserving its physical structures; it requires sustaining a living, multifunctional urban institution capable of adapting to contemporary transformations while preserving its historical and cultural significance.

KEYWORDS

Historical Bazaars, Tabriz Bazaar, Futures Studies, Cross-Impact Analysis, Scenario Writing



پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری

سال -، شماره -، پیاپی، فصل سال (-)

 <https://doi.org/>

«مقاله پژوهشی»

آینده نگاری بازارهای تاریخی در بستر تحولات شهری معاصر با ارائه سناریو
مورد مطالعه: بازار تاریخی شهر تبریزمینا حیدری ترکمانی^{۱*}، آریتا بلالی اسکوئی^۲

چکیده

تحولات ناشی از مدرنیزاسیون، تغییر نظام‌های اقتصادی، دگرگونی الگوهای مصرف و گسترش فضاهای تجاری نوین، موجب تغییرات قابل توجه در ساختار کالبدی و کارکردی بازارهای تاریخی شده و جایگاه سنتی آن‌ها را با چالش‌های جدی مواجه ساخته است. در این راستا، ضرورت بازآفرینی و احیای ارزش‌های معماری، فرهنگی و اجتماعی بازارهای تاریخی به‌عنوان میراث‌های شهری، و برنامه‌ریزی آینده‌نگر برای اصلاح وضعیت موجود و هدایت تحولات آتی بیش از پیش احساس می‌شود. از این‌رو در این پژوهش از رویکرد آینده‌پژوهی به‌منظور تحلیل و تبیین آینده بازار تاریخی تبریز استفاده شده است. هدف اصلی پژوهش، شناسایی عوامل مؤثر بر آینده این بازار و ارائه سناریوهای بدیل به همراه تدوین راهبردهایی در راستای سناریوها می‌باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی-اکتشافی و آمیخته (کیفی-کمی) است. داده‌ها از طریق مطالعات اسنادی-کتابخانه‌ای، مصاحبه و پرسشنامه خبرگان گردآوری شد. در مرحله نخست، عوامل مؤثر بر آینده بازارهای تاریخی با استفاده از تحلیل لایه‌ای علت‌ها شناسایی و اعتبارسنجی شدند؛ سپس پیشران‌های کلیدی با تحلیل ساختاری متقابل شناسایی و در نهایت، با بهره‌گیری از تحلیل متوازن اثرات متقابل و نرم‌افزار سناریوویزارد، سناریوهای سازگار و باورپذیر آینده بازار تاریخی تبریز تدوین شدند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد ۸ پیشران کلیدی بیشترین تأثیر را بر آینده بازار تاریخی تبریز دارند. بر اساس ترکیب وضعیت این عوامل، هفت سناریوی سازگار برای آینده بازار با توجه به عدم قطعیت‌ها تدوین شد که در سه گروه سناریوهای مطلوب، نسبتاً مطلوب و بحرانی طبقه‌بندی گردیدند. در میان این سناریوها، سناریوهای گروه سوم به‌عنوان سناریوهای باورپذیرتر، نشان‌دهنده امکان تحقق الگوی «دوام‌پذیری بازار تاریخی تبریز» هستند. در مجموع، نتایج نشان می‌دهد که تحقق دوام‌پذیری بازار تاریخی تبریز در آینده، مستلزم حفظ و تقویت هم‌زمان کارکردهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن و انطباق با تغییرات سبک زندگی، فناوری و الگوهای جدید تجارت و گردشگری است.

واژه‌های کلیدی

بازارهای تاریخی، بازار تبریز، آینده‌پژوهی، تحلیل تأثیر متقابل، سناریونویسی.

۱. استادیار، گروه معماری و معماری اسلامی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران.
۲. استاد، گروه معماری و معماری اسلامی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران.

*نویسنده مسئول: مینا حیدری ترکمانی
کد ارکید:

<https://orcid.org/0000-0002-3426-5977>رایانامه: m.haydari@tabriziau.ac.ir

تاریخ دریافت:

تاریخ پذیرش:

استناد به این مقاله:

نام‌خانوادگی، نام؛ نام‌خانوادگی، نام و نام خانوادگی، نام (سال انتشار). عنوان مقاله. عنوان نشریه به صورت ایتالیک، سال (شماره)، صفحه.

حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. © ۱۴۰۳. ناشر این مقاله، دانشگاه پیام نور است.

این مقاله تحت گواهی زیر منتشر شده و هر نوع استفاده غیرتجاری از آن مشروط بر استناد صحیح به مقاله و با رعایت شرایط مندرج در آدرس زیر مجاز است.

This is an open access article under the CC BY (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

مقدمه

بازارهای تاریخی از مهم‌ترین عناصر شکل‌دهنده ساختار و هویت شهرهای سنتی به شمار می‌روند و در شکل‌گیری روابط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهرها نقش داشته‌اند. اهمیت بازار در ساختار شهر تنها به کارکرد تجاری و مبادله کالا محدود نمی‌شود، بلکه سازمان فضایی، فعالیت‌های اجتماعی و تعاملات فرهنگی پیرامون آن، بخشی از حیات و هویت شهری را شکل داده است. از این منظر، شناخت جایگاه بازار در ساختار شهرهای سنتی و نحوه تأثیرگذاری متقابل آن با تحولات شهری، زمینه‌ای ضروری برای بررسی وضعیت و آینده بازارهای تاریخی فراهم می‌کند.

در ساختار فضایی شهرهای قدیمی ایران، بازارها علاوه بر آنکه فضایی برای دادوستد بودند، به‌عنوان پیکره‌ای ساختاری و ارتباطی در سازمان فضایی شهر نفوذ می‌کردند. تعادل میان فضاهای باز و بسته، تنوع فضایی و گشایش‌های متوالی، تجربه‌های فضایی متمایزی را در بازارهای ایرانی ایجاد کرده است (شیخ‌زین، ۱۳۸۱). در نظریه اقتصادی «پیدایش شهرها در نتیجه عامل تجاری» نیز شهرها به‌عنوان کانون برخورد مسیرهای تجاری شکل می‌گرفتند و این مسیرها در بازار به یکدیگر می‌رسیدند (شکوئی، ۱۳۸۳). از این رو، حیات شهر و بازار در شهرهای سنتی به یکدیگر پیوند خورده و بازار در شکل‌گیری معنا و مفهوم شهر نقش داشته است.

در جامعه ایران در دوره مدرن با ورود به فرآیند ادغام سرمایه داری جهانی نقش بازارهای تاریخی به عنوان محور اصلی اقتصاد شهر به تدریج تضعیف شد و دچار تغییرات کالبدی و کارکردی و اجتماعی شدند. با توجه به اینکه بازارهای تاریخی به عنوان میراث فرهنگی ملموس و ناملموس می‌باشند. بخصوص بازار تاریخی تبریز که به عنوان بزرگترین بازار سرپوشیده جهان است نیاز به حفظ چنین میراث گرانبها هست. لذا به منظور پررنگ شدن نقش بازار تاریخی تبریز و احیای دوباره ارزش‌های معماری و فرهنگی و اجتماعی بازار و اصلاح وضعیت موجود و برنامه‌ریزی بر آینده، مسئولین باید تدابیری را اتخاذ کنند.

اما چون در عصر حاضر شتاب تحولات به حدی است که نمی‌توان وقایع و رویدادهای آینده را به سادگی پیش بینی کرد. و همچنین پیچیدگی و رشد فزاینده سبب شده دیگر نتوان با اتکا به تجربه‌ها و رویکردهای سنتی، بر تحولات به وجود آمده

مسلط شد. مجموع این شرایط باعث شده است صاحب نظران رویکردهای جدید را برای مقابله با چالش‌های فوق ببینند. یکی از این رویکردها آینده پژوهی است. به نظر می‌رسد آینده پژوهی می‌تواند نواقص برنامه ریزی در پیش بینی آینده را مرتفع ساخته و تصویرسازی آینده را با دقت بیشتری انجام دهد.

یکی از روش آینده پژوهی، روش تحلیل لایه‌ای علت‌هاست. این روش، یک ابزار کاربردی در واکاوی عمیق آینده به صورت لایه‌های چهارگانه می‌باشد، که درک یک پدیده با عمیق شدن در لایه‌های سازنده آن صورت می‌گیرد. با استفاده از روش تحلیل لایه‌ای به بررسی عوامل مؤثر بر آینده و تغییر نقش بازارها در کلان شهرها پرداخته شده است سپس براساس روش تحلیل تأثیر متقابل پیشران‌های کلیدی به منظور ارائه سناریوها در نهایت راهبرد شناسایی شدند. سوالاتی که در پژوهش حاضر مطرح است: عوامل مؤثر بر آینده بازارها تاریخی تبریز کدامند؟ سناریوهای محتمل حاصل از پیشران‌ها کلیدی در بازار تاریخی تبریز و راهبردهای لازم در جهت مدیریت سناریوها کدامند؟

مبانی نظری

مفهوم، کارکرد و جایگاه بازار در شهر

بازار به عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر کالبدی، اقتصادی و اجتماعی شهر، همواره نقشی اساسی در شکل‌گیری و تداوم حیات شهری داشته است. در معنای سنتی، بازار فضایی متشکل از دو ردیف دکان در مقابل یکدیگر است که غالباً با سقفی مشترک به هم پیوند یافته و ساختاری منسجم را شکل می‌دهد. در کنار این فضا، عناصر وابسته‌ای همچون کاروانسرا، تیمچه، چهارسوق، مسجد، مدرسه، حمام و آب‌انبار نیز قرار می‌گرفتند که مجموعه‌ای سازمان‌یافته و چندعملکردی را به وجود می‌آوردند (خان‌محمدی، ۱۳۸۶). بازار علاوه بر مفهوم کالبدی، در معنایی گسترده‌تر بیانگر مفاهیمی چون رونق، اعتبار، قدرت و تعاملات اجتماعی نیز بوده و در واقع بستری برای شکل‌گیری روابط اقتصادی و اجتماعی به شمار می‌رفته است (فلامکی، ۱۳۷۱).

ارنست برگس^۵ نیز در نظریه دواير متحدالمرکز، هسته مرکزی شهر را محل تمرکز فعالیت‌های عمده تجاری و اقتصادی معرفی می‌کند که سایر نواحی شهر به تدریج پیرامون آن شکل می‌گیرند (شکویی، ۱۳۷۳).

والتر کریستالر^۶ نیز در نظریه مکان مرکزی، بر نقش بازار در ایجاد مرکزیت شهری تأکید می‌کند. از نظر وی، اهمیت یک مکان ناشی از توان آن در ارائه کالاها و خدمات به سکونتگاه‌های پیرامونی است و بازار مهم‌ترین عنصر در شکل‌دهی به این مرکزیت به شمار می‌رود. بر این اساس، ساختار فضایی شهر و استقرار فعالیت‌ها تا حد زیادی بر مبنای سازوکار بازار و روابط عرضه و تقاضا شکل می‌گیرد. در مجموع، بازار را می‌توان نهادی چندبعدی دانست که علاوه بر نقش اقتصادی، در سازمان فضایی، حیات اجتماعی، فرهنگ شهری و ساختار سیاسی شهرهای ایرانی - اسلامی نقشی بنیادین ایفا کرده و همواره به عنوان قلب تپنده حیات شهری شناخته شده است.

میان صاحب‌نظران ایرانی نیز بر چندبعدی بودن بازار و پیوند آن با ساختار شهر تأکید شده است. حسین سلطان‌زاده بازارهای اصلی و دایمی را از عناصر سازمان‌دهنده فضای شهری در شهرهای ایرانی می‌داند که از طریق راسته‌ها، دالان‌ها، چهارسوها، تیمچه‌ها و سایر عناصر وابسته، ساختاری پیوسته و سازمان‌یافته ایجاد می‌کردند (سلطان‌زاده، ۱۳۸۶). محسن حبیبی بازار را به دلیل نقش اقتصادی-تجاری و تأثیر آن بر مناسبات اجتماعی و فرهنگی، «لولای اصلی شهر» می‌داند (حبیبی، ۱۳۹۵). احمد اشرف بازار را شالوده زندگی اقتصادی و اجتماعی و ستون فقرات نظام اجتماعی شهر معرفی می‌کند (مسعودنژاد، ۱۳۹۵). همچنین سعیدین بر نقش بازار در ایجاد ارتباط میان عرضه و تقاضا و ایجاد ثبات اقتصادی تأکید دارد (سعیدینا، ۱۳۸۸). بیگلر بازار را به عنوان پدیده شهری، عاملی برای شهرنشینی است و به عنوان عنصر تغذیه کننده اصلی شهر می‌داند (بیگلری، ۱۳۳۵). فلامکی بازار را «قلب شهرهای ایران» و «ستون فقرات» آن‌ها می‌داند (فلامکی، ۱۳۷۱). سیروس شفق نیز بازار را یکی از عناصر مهم در ساختار فضایی شهرهای اسلامی معرفی می‌کند و بر نقش آن در سازمان‌یابی فضایی و ارتباط با عناصر و محورهای اصلی شهر، در کنار کارکردهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و مذهبی، تأکید دارد (شفقی، ۱۳۷۸). در مجموع، دیدگاه‌های مطرح‌شده نشان می‌دهد که بازار در شهرهای ایرانی-اسلامی

از دیدگاه ویرث^۱، بازار مرکز اصلی اقتصادی شهر شرقی و محل تمرکز فعالیت‌های سنتی کسب‌وکار است که غالباً در مرکز شهر استقرار می‌یابد. در مقابل، پژوهشگرانی همچون جاویسی، بازار را فراتر از یک فضای اقتصادی دانسته و آن را نهادی اجتماعی، فرهنگی و مذهبی معرفی می‌کنند که روح زندگی شهری و اسلامی در آن جریان دارد. حضور عناصری همچون مسجد جامع، مدرسه، حمام، آب‌انبار و کاروانسرا در مجاورت بازار، نشان‌دهنده پیوند عمیق فعالیت‌های اقتصادی با حیات اجتماعی و فرهنگی شهرهای اسلامی است.

از این منظر، بازار به دلیل دسترسی عمومی و ارتباط مستقیم با مسجد جامع، در مرکز شهر استقرار می‌یافت و به عنوان مهم‌ترین فضای جمعی شهر عمل می‌کرد.

پتروشفسکی^۲ نیز بازار را شبکه‌ای از فعالیت‌های بازرگانی و تولیدی شامل کاروانسراها، صرافی‌ها، دالان و کارگاه‌های پیشه‌وران می‌داند. شکل‌گیری بازارها در نتیجه نیاز انسان به مبادله کالا و توسعه مناسبات اقتصادی پدید آمد و با گسترش شهرنشینی، به مهم‌ترین مکان برای دادوستد و توزیع کالا تبدیل شد. جرج کلارک^۳ بازار را عملی‌ترین فضای ایجادشده توسط بشر برای تجارت معرفی می‌کند و ویل دورانت آن را از ارکان اصلی شکل‌گیری تمدن می‌داند (شبان، ۱۳۹۵).

بازارها همچنین در رشد و توسعه شهرها نقش داشته‌اند. شهرها به‌عنوان مراکز مبادله کالا و خدمات، محل ارتباط میان نواحی روستایی و شهری بوده و بازار، فضای اصلی سازمان‌دهنده این روابط محسوب می‌شده است. تجارت و بازرگانی از عوامل مؤثر در شکل‌گیری شهرنشینی و توسعه شهرها به شمار می‌رود (شکویی، ۱۳۷۳). در نظریه‌های اقتصادی نیز شهر به‌عنوان کانون تجارت و مبادلات معرفی شده و بازار در مقام مرکز سازمان‌دهنده فعالیت‌های اقتصادی، محل تلاقی مسیرهای تجاری و تمرکز دادوستد کالاها شناخته می‌شود (عبدی و غلامی، ۱۳۹۸). در این چارچوب، مارکس^۴ نیز بازار را عرصه گردش سرمایه و بازتاب روابط اجتماعی می‌داند که در آن ارزش کالاها در بستر روابط اجتماعی و مناسبات میان افراد شکل می‌گیرد (ودادهیر، ۱۳۸۳).

در حوزه جغرافیای شهری، رابرت دیکنسون شهر را متشکل از مناطق عملکردی مختلف می‌داند که در مرکز آن فعالیت‌های عمده تجاری، اداری و بازارها قرار دارند. این مرکز، مهم‌ترین قطب جاذب اقتصادی و اجتماعی شهر محسوب می‌شود.

1. Wirth
2. Petroshevsky
3. George Clarke
4. Marx

5. Ernest Burgess
6. Walter Christaller

نهادی چندبعدی است که علاوه بر کارکرد اقتصادی، در سازمان فضایی، روابط اجتماعی، حیات فرهنگی و شکل‌گیری هویت شهری نیز نقش دارد. از این رو، هرگونه تحول در کارکرد

و جایگاه بازار می‌تواند فراتر از حوزه اقتصادی، ساختار فضایی و اجتماعی شهر را نیز تحت تأثیر قرار دهد.

جدول ۱. دیدگاه نظریه پردازان درباره جایگاه بازار در شهر

نام نظریه پرداز	منابع	نظریه / دیدگاه	برداشت مفهومی از نظریه
کارل مارکس	ودادهیر، ۱۳۸۳	بازار عرصه گردش سرمایه و بازتاب روابط اجتماعی است و روابط میان افراد در روابط میان کالاها نیز تجلی می‌یابد.	بازار به‌عنوان عرصه تعاملات اقتصادی و اجتماعی و شکل‌گیری روابط میان افراد
رابرت دیکنسون	شکویی، ۱۳۷۳	شهر از مناطق عملکردی مختلف تشکیل شده و بخش مرکزی آن محل تمرکز فعالیت‌های عمده تجاری و اقتصادی است.	جایگاه بازار در بخش مرکزی و در ساختار عملکردی شهر
ارنست برگس	شکویی، ۱۳۷۳	فعالیت‌های تجاری و مسکونی در قالب ساختار شعاعی و دوایر متحدالمرکز پیرامون هسته مرکزی شهر سازمان می‌یابند.	تمرکز فعالیت‌های تجاری و جایگاه بازار در هسته مرکزی شهر
والتر کریستالر	پاشازاده، ۱۳۸۸	مرکزیت یک مکان به قدرت جاذبه و توانایی آن در ارائه کالا و خدمات به سکونتگاه‌های پیرامونی وابسته است.	نقش بازار در ایجاد مرکزیت شهری و سازمان‌دهی روابط عرضه و تقاضا
حسین سلطان‌زاده	سلطان‌زاده، ۱۳۸۶	بازارهای اصلی و دائمی از عناصر مهم سازمان‌دهنده فضای شهری در شهرهای ایرانی بوده و از طریق راسته‌ها، دالان‌ها، چهارسوها، تیمچه‌ها و عناصر وابسته، ساختاری پیوسته ایجاد می‌کردند.	بازار به‌عنوان عنصر سازمان‌دهنده ساختار فضایی و ارتباطات اجتماعی شهر ایرانی
محسن حبیبی	حبیبی، ۱۳۹۵	بازار با نقش اقتصادی-تجاری و تأثیرگذاری بر مناسبات اجتماعی و فرهنگی، «لولای اصلی شهر» است.	پیوند عملکرد اقتصادی بازار با ساختار اجتماعی و فرهنگی شهر
احمد اشرف	مسعودنژاد، ۱۳۹۵	بازار شالوده زندگی اقتصادی و اجتماعی و ستون فقرات نظام اجتماعی شهر است.	بازار به‌عنوان یکی از پایه‌های حیات اقتصادی و اجتماعی شهر
سعیدنیا	سعیدنیا، ۱۳۸۸	بازار محل انجام معاملات و ایجاد ارتباط مستقیم میان عرضه و تقاضا و عاملی برای ثبات اقتصادی است.	نقش بازار در سازمان‌دهی مبادلات و ایجاد ارتباط اقتصادی
منصور فلامکی	فلامکی، ۱۳۷۱	بازار علاوه بر مفهوم کالبدی، با مفاهیمی همچون رونق، اعتبار، قدرت و تعاملات اجتماعی مرتبط است و «قلب شهرهای ایران» محسوب می‌شود.	بازار به‌عنوان مرکز حیات شهری، اقتصادی و اجتماعی و عنصر هویت‌بخش شهر
سیروس شفقی	شفقی، ۱۳۸۷	بازار تاریخی به‌عنوان یکی از عناصر مؤثر در سازمان فضایی شهر، در ارتباط با ویژگی‌های فضایی، کالبدی و عملکردی و ساختار تاریخی شهر شکل می‌گیرد.	پیوند ساختار کالبدی و عملکردی بازار با سازمان فضایی شهر تاریخی

پیشینه پژوهش

بازارهای تاریخی از گذشته همواره به‌عنوان فضای اصلی شهرها مطرح بوده‌اند، اما در اثر گذشت زمان و در پی رویدادها و روندهای مختلف، دچار تغییرات کالبدی و عملکردی شده و به‌تدریج از نقش و جایگاه آن‌ها کاسته شده است. در منابع متعدد، به بررسی ابعاد مختلف بازارهای تاریخی ایران پرداخته شده و در پژوهش حاضر نیز به برخی از نمونه‌های مرتبط اشاره گردیده است. با این حال، بررسی‌ها نشان می‌دهد که مطالعه‌ای منسجم در زمینه آینده‌پژوهی بازار تاریخی تبریز با تأکید بر تحلیل سناریویی و شناسایی مسیرهای بدیل آینده و همچنین بررسی نظام‌مند چالش‌های پیش‌روی آن صورت نگرفته است. از این رو، پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد آینده‌پژوهی و تدوین سناریوهای محتمل و سازگار، به تحلیل وضعیت آینده بازار تاریخی تبریز پرداخته و در راستای هر یک از سناریوها، راهبردهایی جهت حفظ، احیا و توسعه این میراث ارزشمند ارائه می‌دهد.

تحقیقات صورت گرفته در زمینه بازارهای تاریخی ایران را می‌توان به چند دسته اصلی تقسیم کرد: مطالعات مرتبط با پایداری و تأثیر توسعه شهری، بررسی تحولات اقتصادی و فرهنگی، تأثیر مدرنیسم و مراکز خرید مدرن، تحلیل هویت و ریخت‌شناسی بازارها، و پژوهش‌های آینده‌پژوهی و تاب‌آوری بازارهای تاریخی. هر یک از این دسته‌ها با تمرکز بر ابعاد مختلف بازارها، نقش آن‌ها در حفظ هویت فرهنگی و اجتماعی شهر و امکان بازآفرینی پایدار آن‌ها مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. در حوزه پایداری بازارهای تاریخی، آثاری و ماهش (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان پایداری تطبیقی بازار در شهرهای سنتی ایران: مطالعات موردی در اصفهان و تبریز با بررسی بازارهای تبریز و اصفهان، به تحلیل تأثیر توسعه شهری بر میراث فرهنگی پرداختند. این پژوهش با ترکیب داده‌های کمی و کیفی، عناصر اصلی شهر شامل مسجد، ارگ، محله‌های مسکونی و بازار را ارزیابی کرده و بر اهمیت پایداری اجتماعی، اقتصادی و محیطی بازارها تأکید نمود.

فرهنگی، از مهم‌ترین عوامل کاهش تاب‌آوری کالبدی و عملکردی بازار تاریخی تهران هستند.

ضیایی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان احیای دارایی‌های فرهنگی و زیبایی‌شناختی بازار سنتی ایران نیز با تأکید بر هویت شهرهای تاریخی، بر ضرورت احیای بازارهای سنتی مشهد با هدف حفظ و تقویت هویت فرهنگی شهرهای تاریخی تأکید کرد. نتایج پژوهش بر اهمیت صیانت از ارزش‌های فرهنگی و زیبایی‌شناختی بازار و تقویت نقش آن در ارتقای تعاملات اجتماعی و پویایی اقتصادی شهر تأکید دارد.

تحلیل ریخت‌شناسی و انسجام کالبدی بازارهای سنتی، بعد دیگری از مطالعات را تشکیل می‌دهد. لک و حکیمیان (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان کنکاشی در ریخت‌شناسی بازار ایرانی با رویکرد نظریه‌های فضایی شهر؛ موارد مطالعاتی بازار شیراز و کرمان، بازار ایرانی را به‌عنوان عنصر کلیدی استخوان‌بندی فضایی-ادراکی شهر بررسی کردند. نتایج نشان داد که بازار با برخورداری از سازمان‌دهی محوری و زاویه‌دار، نقش مهمی در انسجام ساختار فضایی شهر، پیوند فضاهای شهری و شکل‌گیری هویت تاریخی و ادراکی شهر ایفا می‌کند. همچنین، بازار به‌عنوان عنصری شاخص و نمادین، علاوه بر کارکرد اقتصادی، واجد ارزش‌های اجتماعی، فرهنگی و گردشگری است.

حکیمیان و لک (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان واکاوی انسجام کالبدی بازار تاریخی شهر ایرانی: مطالعه تطبیقی بازارهای تاریخی کرمان و شیراز انسجام کالبدی دو بازار را در سه بُعد ریخت‌شناختی، بصری-زیباشناختی و عملکردی بررسی کردند. نتایج نشان داد که بازار کرمان از نظر انسجام ریخت‌شناختی و بصری-زیباشناختی وضعیت بهتری نسبت به بازار شیراز دارد؛ باین‌حال، انسجام عملکردی هر دو بازار تضعیف شده و نقش اقتصادی و اجتماعی آن‌ها در ساختار شهر تاریخی کاهش یافته است. پژوهش بر ضرورت حفاظت هم‌زمان از ابعاد کالبدی و عملکردی بازارها در فرایند بازآفرینی بافت‌های تاریخی تأکید می‌کند.

شفقی (۱۳۸۷) در مقاله‌ای با عنوان نقش بازار در ساختار شهر اسلامی نیز در بررسی نقش بازار در ساختار فضایی شهرهای اسلامی، بازار را یکی از عناصر مهم سازمان‌دهنده ساختار فضایی شهر معرفی کرده و بر ارتباط آن با محورهای اصلی، راه‌های ارتباطی و عناصر مهم شهری تأکید می‌کند. از دیدگاه وی، ویژگی‌های فضایی و کالبدی بازار در ارتباط با ساختار کلی شهر شکل گرفته و بازار در سازمان‌یابی فضایی و ایجاد پیوند میان بخش‌های مختلف شهر نقش دارد. همچنین

شاکور تاسلیم و حافظ و وورال ارسلان و چاهان تیمور (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان اقتصاد و فرهنگ در دوران گذار: مطالعه‌ای تطبیقی بر دو مجموعه میراث معماری شامل بازارها و کاروان‌سراها در بورس و داکا با بررسی تطبیقی بازارهای بورس و داکا، نشان دادند که تحولات اقتصادی و صنعتی در قرن نوزدهم ساختار ارگانیک بازارها و مسیرهای ترافیکی شهرها را تحت تأثیر قرار داده و بازآفرینی ارزش‌های تاریخی و فرهنگی نیازمند استراتژی‌های جامع و یکپارچه است.

در حوزه تأثیر مراکز خرید مدرن و مدرنیسم، آهور (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان از بازار تا بزرگ بازار (مگامال) به بررسی همزمانی بازارهای سنتی و مگامال‌ها پرداخت و نشان داد که بازار تاریخی تبریز دارای ظرفیت‌هایی است که می‌توان آن را در مدل‌های جدید مراکز خرید مدرن حفظ و ادغام کرد. تقی‌زاده (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان مطالعه تطبیقی فضاهای خرید سرپوشیده: بازارهای سرپوشیده، پاساژها و مراکز خرید با مقایسه بازارهای سنتی و مال‌ها در ایران و ترکیه، هویت محلی بازارها را شاخصی مهم در تمایز آن‌ها از فضاهای تجاری جهانی معرفی نمود.

فیروزی و نصرآبادی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان تأثیر مدرنیسم در بازار کاشان، تأثیر مدرنیسم بر بازار کاشان را در ابعاد کالبدی و عملکردی مورد بررسی کردند. نتایج پژوهش نشان داد که ورود اندیشه‌های مدرنیستی و تغییرات ناشی از آن، موجب کاهش رونق بازار سنتی و به‌حاشیه‌رفتن آن شده است؛ به‌گونه‌ای که بازار کاشان بخشی از جایگاه پیشین خود را به‌عنوان مرکز تجاری و اجتماعی شهر از دست داده است.

فیض‌آبادی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان زیست بازار: رویکردی نو برای طراحی و بازآفرینی مفهوم کهن بازار در دوران معاصر (مورد مطالعه: بازار بزرگ ملل مشهد) مفهوم «زیست بازار» را به‌عنوان رویکردی نو برای بازآفرینی بازارهای کهن ارائه کرد. نتایج نشان می‌دهد این رویکرد بر احیای نقش بازار فراتر از فعالیت‌های صرفاً تجاری و توجه به تعاملات اجتماعی، تنوع فعالیت‌ها و ارتقای کیفیت محیطی تأکید دارد.

نگرش جامعه محلی و تاب‌آوری بازارها نیز در مطالعات بسیاری مورد توجه قرار گرفته است. درخشانی و رازقی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان تاب‌آوری کالبدی و عملکردی در بازار تاریخی تهران با بررسی نگرش بازاریان بازار تهران، عوامل مؤثر بر نقصان تاب‌آوری کالبدی و عملکردی بازار را شناسایی کردند. نتایج نشان داد که کاهش تعلق خاطر و مشارکت بازاریان، گرایش به نوسازی و تضعیف ارزش‌ها و سنت‌های

وی (۱۳۸۵) در اثر «بازار بزرگ اصفهان» نیز به بررسی بازار اصفهان به عنوان یک مجموعه تاریخی و شهری پرداخته است که از جنبه‌های کالبدی و فضایی، با ساختار تاریخی شهر اصفهان ارتباط دارد.

علوی زاده و اسلامی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان سنجش زمینه‌گرایی میان‌افزاهای معاصر در حریم بافت تاریخی بازار سنتی اردبیل: با تأکید بر بُعد برخالی ناهماهنگی میان افزاهای معاصر در بافت تاریخی بازار اردبیل را مورد بررسی قرار داده و بر ضرورت توجه به مقیاس‌بندی و الگوگرایی در طراحی تأکید کردند.

در نهایت، پژوهش‌های آینده‌پژوهی و پایایی بازارهای تاریخی، به‌ویژه بازار تبریز، نشان می‌دهد که این بازارها با چالش‌های متعددی از جمله مدیریت بافت تاریخی، زیرساخت‌های شهری و تراکم ساخت و ساز روبه‌رو هستند. پورقربان، ارغان و کرکه آبادی (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان آینده‌پژوهی مدیریت بافت‌های باارزش تاریخی شهری: مطالعه موردی منطقه ۸ شهرداری کلان‌شهر تبریز با شناسایی این چالش‌ها، ضرورت راهکارهای جامع مدیریتی، مالی، اجتماعی و کالبدی-زیرساختی را برای ارتقای تاب‌آوری بازار مطرح کردند. محمدی کلان و اولیویرا (۲۰۱۵) در مقاله‌ای با عنوان معماری پایدار بازارها و رابطه آن با مؤلفه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی (مطالعه موردی: بازار تاریخی تبریز) به بررسی معماری پایدار بازار تبریز پرداختند و نشان دادند که حفظ معماری و تعامل پویا بین ذینفعان، علاوه بر تقویت هویت فرهنگی، به ایجاد اشتغال و توسعه شهری کمک می‌کند.

گلکار و گلکار (۲۰۲۳) در مقاله‌ای با عنوان هویت و عناصر کالبدی در شکل‌گیری معماری بازارهای سنتی (مطالعه موردی: بازار سرپوشیده تبریز و کاپالی چارشی استانبول) هویت و عناصر فیزیکی بازار سرپوشیده تبریز و کاپالی چارشی استانبول را تحلیل کرده و اهمیت تاریخی و فرهنگی بازارها را در سطح خاورمیانه برجسته نمودند.

به طور کلی، شواهد پژوهشی نشان می‌دهد که بازارهای تاریخی نه تنها به عنوان مراکز اقتصادی، بلکه به عنوان نمادهای هویتی و فرهنگی شهر عمل می‌کنند. حفاظت، احیا و بازآفرینی آن‌ها با رویکردی نظام‌مند، نه تنها تاب‌آوری کالبدی و عملکردی بازارها را افزایش می‌دهد، بلکه در ارتقای درک جامعه از هویت و ارزش‌های فرهنگی نقش مؤثری ایفا می‌کند.

روش و فرایند تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ هدف در زمره پژوهش‌های کاربردی می‌باشد. از نظر روش‌شناسی توصیفی-اکتشافی مبتنی بر مطالعات اسنادی-کتابخانه‌ای و مصاحبه و پرسشنامه است. جامعه آماری در این پژوهش، ۱۵ نفر از کارشناسان و متخصصان در حوزه معماری و شهرسازی و آینده‌پژوهی آشنا با بازار تاریخی تبریز و تغییرات آن در دوره‌های تاریخی مختلف می‌باشد. از لحاظ مبنای پژوهشی این تحقیق را می‌توان از نوع آمیخته (کیفی-کمی) در نظر گرفت.

در تحقیقات آینده‌پژوهی از مجموعه روش‌ها و تکنیک‌ها استفاده می‌شود که غالباً مکمل یکدیگر بوده و خروجی‌های هریک ورودی‌ها روش بعدی را تشکیل می‌دهد. از جمله روش‌های بکار رفته در پژوهش حاضر روش تحلیل لایه‌ای علت‌ها جزء روش‌های کیفی-اکتشافی می‌باشد و تحلیل اثرات متقابل جزء روش‌های کمی-اکتشافی و سناریو نگاری جزء روش کمی و هم‌کیفی از نوع اکتشافی می‌باشد. تحلیل‌های کیفی پژوهش براساس مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با کارشناسان و متخصصان در چندین مرحله و تحلیل‌های کمی پژوهش براساس اطلاعات گردآوری شده از طریق پرسشنامه و مصاحبه ساختار یافته در نرم افزارهای آموس، میک‌مک و سناریو ویزاد انجام گرفته است.

پژوهش حاضر شامل چهار مرحله اصلی می‌باشد در مرحله اول به بررسی وضعیت بازارهای تاریخی و عوامل تغییر آن‌ها با استفاده از روش تحلیل لایه‌ای علت‌ها پرداخته شد. با توجه به اینکه نمونه موردی بازار تاریخی تبریز می‌باشد و این عوامل در بسترهای مختلف می‌توانند اثرات متفاوتی بر ساختار بازارهای تاریخی داشته باشند، لذا در ادامه و به منظور افزایش روایی و اعتبار یافته‌ها، از تحلیل تأییدی و پرسشنامه خبرگان استفاده شد. سپس در مرحله بعدی با استفاده از روش تحلیل اثرات متقاطع به کمک نرم افزار میک‌مک پیشران‌های کلیدی در بازار تاریخی تبریز شناسایی شدند در این روش پرسشنامه به صورت ماتریس متقاطع طبق عوامل مؤثر بر بازارهای تاریخی تبریز تنظیم شده و در میان خبرگان توزیع شد و داده‌های گردآوری شده در نرم‌افزار میک‌مک مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. سپس براساس تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل در بازار تاریخی تبریز پیشران‌های کلیدی ارائه شده است.

در مرحله بعد پس از انتخاب پیشران‌های کلیدی، هریک از پیشران‌ها به وضعیت‌های مختلف طبقه بندی شده و این وضعیت‌ها برای تمام عوامل کلیدی به صورت ماتریسی در اختیار متخصصین و کارشناسان قرار گرفته است. جهت تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار سناریوویزارد استفاده شد. تکنیک تحلیلی این

مسیرهای عملکردی و تاریخی ارزشمند شهر شکل گرفتند؛ به‌گونه‌ای که برخی محورهای مهم شهری گذشته مانند خیابان‌های تربیت، امام خمینی (پهلوی سابق)، فردوسی و شهید بهشتی (منصور سابق) در امتداد مسیرهای فعال شهری قرار گرفته و در نتیجه، آسیب کمتری به ساختار کلی بافت وارد کردند (مهدی‌نژاد، ۱۳۹۸).

با ورود به اواخر دوره قاجار و آغاز دوره پهلوی، تغییرات گسترده‌تری در ساختار شهری تبریز رخ داد و خیابان‌هایی با هدف تسهیل تردد وسایل نقلیه موتوری در شهر ایجاد شد. نخستین موج خیابان‌کشی‌ها در اوایل دهه ۱۳۰۰ شمسی، آسیب‌های قابل توجهی به کالبد بازار وارد کرد و موجب گسست در پیوستگی فضایی آن و تفکیک بخش‌هایی از محلات سنتی شد. در ادامه، از دوره پس از مشروطه و به‌ویژه پس از سال ۱۳۰۰، بازار تبریز به تدریج در نتیجه بی‌توجهی‌های مدیریتی و تغییرات ساختاری، روندی از فرسودگی را تجربه کرد. رکود اقتصادی منطقه در سال‌های پس از ۱۳۲۰ و کاهش سرمایه‌گذاری‌های بومی، نقش مهمی در تضعیف پویایی اقتصادی و کالبدی بازار داشت. این روند در دهه‌های ۱۳۳۰ و ۱۳۴۰ به اوج رسید و موجب تشدید آسیب‌پذیری ساختاری بازار شد (صامعی و قاسمی، ۱۳۸۸). همچنین، گرایش به الگوهای معماری و شهرسازی غربی و احداث واحدهای تجاری و خدماتی در مجاورت بازار تاریخی تبریز، فشار مضاعفی بر این محدوده وارد کرد و زمینه فرسایش بیشتر بافت تاریخی را فراهم ساخت (بهمنش‌راد، ۱۳۸۹). در نتیجه، توان کالبدی و ظرفیت رشد طبیعی بازار به تدریج کاهش یافت.

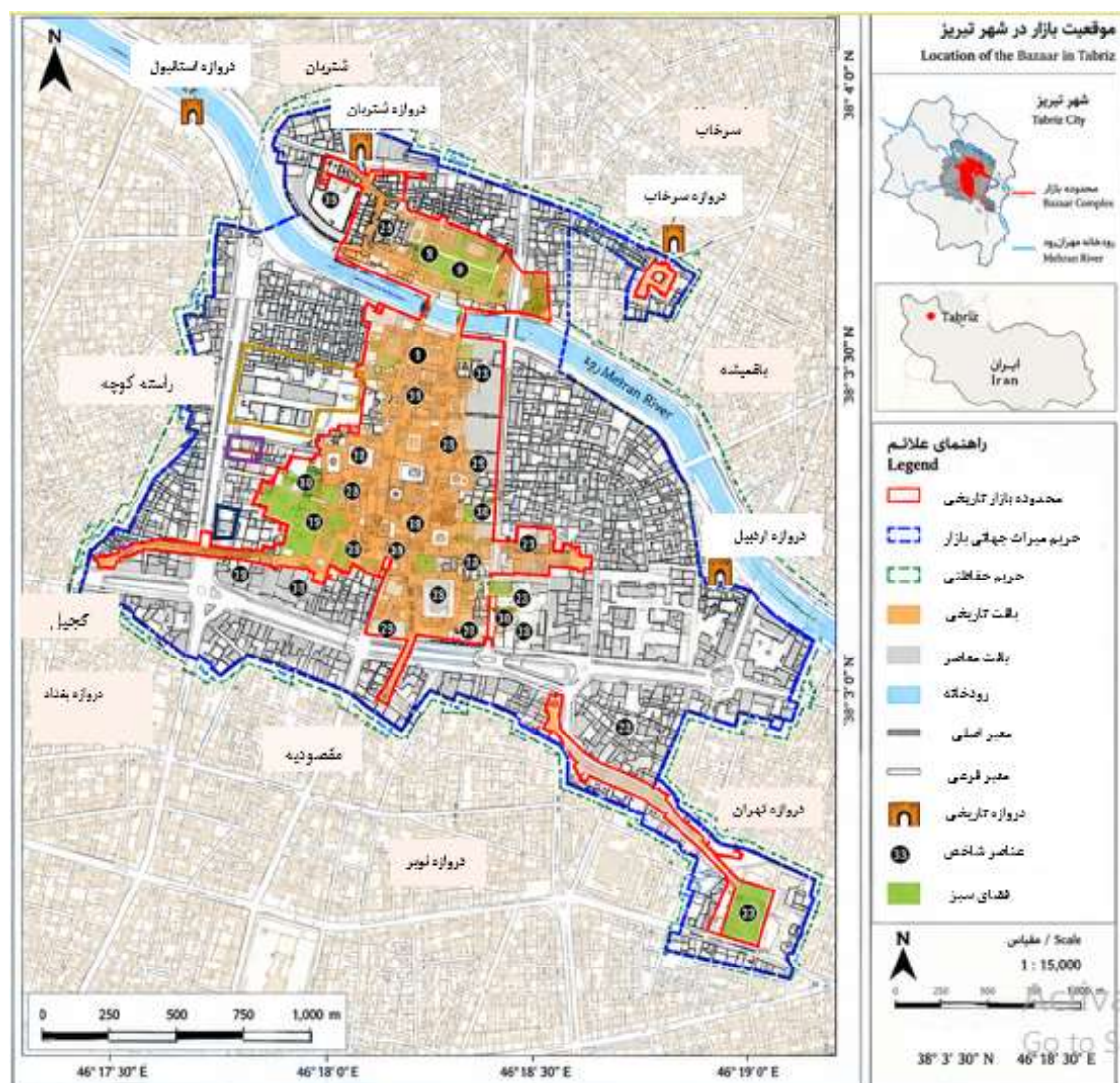
نرم‌افزار بر مبنای ماتریس‌های اثر متقاطع متوازن است که هدف آن بهینه‌سازی سناریوها و قابل اطمینان کردن سناریوهای انتخاب شده است. در بخش نهایی به تحلیل سناریو باورپذیر پرداخته شد. و در نهایت، مجموعه‌ای از سیاست‌ها و راهبردهای کلان نیز در راستای هدایت تحولات آینده بازار تاریخی تبریز ارائه شد.

محدوده مورد مطالعه

تبریز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مراکز بازرگانی ایران، از دیرباز در مسیر جاده ابریشم قرار داشته و به واسطه ارتباط تجاری با اروپا از طریق روسیه و عثمانی و همچنین پیوند با نواحی مرکزی و جنوبی فلات ایران، از جایگاه و شهرتی بین‌المللی برخوردار بوده است (شفقی، ۱۳۸۴). بازار تبریز نیز از قرن چهارم هجری قمری در منابع تاریخی مورد اشاره قرار گرفته و بر این اساس، قدمت بازار مسقف آن دست‌کم به حدود هزار سال می‌رسد (خامچی، ۱۳۷۵).

در دوره قاجار و به‌ویژه در نیمه دوم آن، به دنبال تحولات اقتصادی و اجتماعی، بخشی از بافت و سازمان فضایی سنتی بازار دستخوش تغییر شد. مسیر اصلی بازار که بر یکی از شریان‌های مهم حرکتی شهر استوار بود، در این دوره با اختلالاتی مواجه گردید؛ به‌ویژه در نقاط تقاطع با خیابان‌های تازه‌احداث‌شده، مسائل کالبدی و عملکردی جدی بروز کرد (بهمنش‌راد، ۱۳۸۹). خیابان‌کشی‌های جدید، بازار را در برخی نقاط قطع کرده و موجب دویاره شدن آن و کاهش نفوذ و پیوستگی فضایی بازار در ساختار شهر شد. با این حال، در مقایسه با دوره‌های بعد، بخشی از این خیابان‌ها بر اساس





شکل ۱: محدوده مورد مطالعه کلانشهر تبریز، موقعیت بازار تاریخی تبریز و ارتباط آن با بافت پیرامونی شهر

کالبدی و کاهش یکپارچگی تاریخی بازار تبریز به شمار می‌روند.

یافته‌های پژوهش

باتوجه به اینکه موضوع پژوهش آینده پژوهی بازارهای تاریخی می‌باشد و در آینده پژوهی به منظور درک گستره‌تر از موضوع بجای بررسی صرف آینده بازارهای تاریخی به واکاوی وضعیت گذشته و حال و در نهایت آینده بازارهای تاریخی براساس روش تحلیل لایه‌ای علت‌ها بر پایه سناریونگاری پرداخته شده است. در گام نخست، از طریق مطالعات اسنادی، بررسی‌های میدانی و مصاحبه‌های عمیق با خبرگان حوزه بازارهای تاریخی، مجموعه‌ای شامل ۲۱ عامل مؤثر بر آینده بازارهای تاریخی

از دهه ۱۳۷۰ تاکنون نیز مجموعه‌های تجاری و خدماتی متعددی در پیرامون بازار تاریخی شکل گرفته‌اند که از جمله مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به مجموعه صاحب‌الامر در بخش شمالی بازار و مجاورت رودخانه چای‌کنار، مجتمع مشروطه، مجموعه تجاری مطهر، بازارچه خطیبی در بخش غربی و مجتمع شمس تبریز در جنوب بازار اشاره کرد. توسعه این مجموعه‌ها همراه با خیابان‌کشی‌های جدید، افزایش تراکم ساخت‌وساز، تعریض معابر اصلی و مداخلات گسترده در بافت تاریخی پیرامون بازار، موجب دگرگونی ساختار فضایی و کالبدی این محدوده شده است. علاوه بر این، تخریب یا تضعیف جداره‌های تاریخی، بی‌توجهی به بناهای ارزشمند و افزایش روند تجاری‌سازی، از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر تغییرات

شناسایی گردید (جدول ۲). این عوامل پس از استخراج اولیه، با بهره‌گیری از چارچوب تحلیل لایه‌ای علت‌ها (CLA) در سه سطح اصلی شامل مسائل و نمودهای سطح (Issues – Litany)، روندها و پیشران‌های ساختاری (Systemic Drivers & Trends) و لایه‌های گفتمانی و جهان‌بینی (Worldviews)، دسته‌بندی و تحلیل شدند. این دسته‌بندی چندلایه امکان درک عمیق‌تر از ریشه‌های شکل‌گیری تحولات و نیز تبیین ارتباط میان سطوح مختلف تأثیرگذار بر آینده بازارهای تاریخی را فراهم می‌سازد.

جدول ۲: شناسایی عوامل مؤثر بر آینده بازارهای تاریخی بر اساس سطوح تحلیل لایه‌ای

عوامل مؤثر بر آینده بازارهای تاریخی	سطوح تحلیل لایه‌ای
رشد خریدهای آنلاین و گسترش تجارت الکترونیک	مسائل قابل مشاهده (Issues – Litany)
توسعه مراکز خرید نوین (پاساژها، مال‌ها و مجتمع‌های تجاری)	
افزایش ترافیک شهری و کاهش کارایی عملکردی بازارهای سنتی	
گسترش نظام‌های تبلیغاتی، رسانه‌ای و بازاریابی در راستای تحریک تقاضا	
توسعه فناوری‌های نوین ساخت‌وساز و شکل‌گیری فضاهای تجاری جدید	روندهای ساختاری (Drivers/Trends)
افزایش استفاده از وسایل نقلیه شخصی و هوشمند	
مهاجرت به کلان‌شهرها و رشد جمعیت شهری	
تغییر الگوی گذران اوقات فراغت (افزایش حضور اجتماعی زنان و جوانان در فضاهای عمومی)	
توسعه صنعت گردشگری و افزایش تقاضا برای فضاهای مصرفی	
اقتصاد مبتنی بر ساخت‌وساز و توسعه مراکز تجاری به‌عنوان منبع درآمد شهری	
برندسازی و گذار از تولید انبوه به مصرف مبتنی بر هویت و برند	
افزایش نابرابری اقتصادی و تعمیق شکاف‌های طبقاتی	
تغییرات اقلیمی و پیامدهای بهداشتی (همه‌گیری‌ها)	
گسترش شبکه‌های اجتماعی و بسترهای دیجیتال در شکل‌دهی رفتار مصرف	
خصوصی‌سازی خدمات و رقابت در ارائه تجربه‌های متنوع مصرفی	گفتمان‌ها (Worldviews)
غلبه فرهنگ مصرفی (مصرف نمایشی، لاکچری‌گرایی و لذت‌محوری)	
تحولات تکنولوژیک و صنعتی در نظام تولید و ساخت‌وساز	
همسان‌سازی فرهنگی و فضایی (مک‌دونالیزاسیون)	
تقویت عقلانیت مادی‌گرایانه در سبک زندگی شهری (سکولاریزه شدن)	
جهانی‌شدن و یکپارچگی اقتصاد و الگوهای مصرف	
فردگرایی به‌عنوان ارزش مسلط اجتماعی	

آنلاین، تحولات تکنولوژیک و صنعتی در نظام تولید و ساخت‌وساز، تغییر الگوی گذران اوقات فراغت، برندسازی و گذار از تولید انبوه به مصرف مبتنی بر هویت و برند می‌باشد. در پژوهش حاضر با توجه به جامعه آماری و تعداد حجم نمونه ۱۱۰ نفر کارشناس و متخصص در زمینه معماری و شهرسازی

از نرم‌افزار Amos^{۲۴} جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. در بررسی روایی متغیرها از جمله موارد مهم ضرایب استاندارد و ضرایب معناداری و مناسب بودن مدل برازش شده می‌باشد. در جدول زیر مسیرهای مستقیم و ضرایب معناداری، ضرایب استاندارد و غیراستاندار متغیرها در مدل برازش شده آورده شده است. در این قسمت ضرایب استاندارد باید بالای ۰.۴ و ضرایب معنی داری باید کمتر از ۰/۰۵ باشد. تا بتوان

با توجه به اینکه این عوامل در بسترهای مختلف می‌توانند اثرات متفاوتی بر ساختار بازارهای تاریخی داشته باشند، در ادامه و به‌منظور افزایش روایی و اعتبار یافته‌ها، از تحلیل تأییدی و پرسشنامه خبرگان استفاده شد تا میزان ارتباط و اهمیت نسبی متغیرهای شناسایی‌شده ارزیابی شود. بر این اساس، ۱۳ عامل به‌عنوان متغیرهای مؤثر بر آینده و ساختار بازار تاریخی تبریز استخراج گردید که شامل سکولاریزه شدن، نابرابری و شکاف‌های طبقاتی، فرهنگ مصرفی، مکانیسم‌های ترویج رسانه‌ها، توسعه گردشگری، مهاجرت به کلان‌شهرها، ظهور مراکز خرید نوین، مک‌دونالیزه شدن فرهنگ و فضاهای شهری (همسان‌سازی فرهنگی و تضعیف تنوع‌های بومی)، گسترش وسایل نقلیه شخصی و هوشمند، توسعه فروشگاه‌های

برآورد واریانس خطای تقریب است. این شاخص برای مدل‌های خوب $0/05$ و کمتر هست مدلی که در آن این شاخص 10 یا بیشتر باشد، برازش ضعیفی دارد (Hooman, 2005). CFI شاخص برازندگی تطبیقی و IFI شاخص برازندگی فزاینده معیارهایی برای سنجش میزان خوب بودن مدل بوده، که دامنه پذیرش هریک از این شاخص‌ها بزرگتر از $0/9$ می‌باشد. در مدل حاضر کمتر از $0/9$ می‌باشد. که بیانگر عدم مناسب بودن مدل هست. لذا به منظور دستیابی به مدل مناسب و معنی‌دار، مسیرهایی با ضرایب استاندارد کمتر از $0/4$ حذف گردید، که نتایج گویای روایی 13 متغیر بوده است.

معنی‌دار بودن آن‌ها را نتیجه گرفت. همان‌طور که مشخص هست از 21 متغیر 13 تا از متغیرها معنی‌دار می‌باشد. همچنین مقادیر Chi-square کای اسکوتر برابر $1/394$ و درجه آزادی DF برابر 189 و CMIN مجذور خی 127 . 36 هست که نسبت بین کای اسکوتر و درجه آزادی برابر $2/08$ می‌باشد. و حاصل تقسیم مجذور خی به درجه آزادی برابر $0/67$ هست که این مقادیر بیانگر مناسب بودن مدل برازش شده است. همچنین سایر موارد مورد نظر در برازش مدل در جدول 2 آمده است. شاخص RMSEA برابر $0/56$ و شاخص CFI برابر $0/396$ و IFI $0/156$ می‌باشد. شاخص RMSEA ریشه دوم

جدول ۳: ضرایب استاندارد و معنی‌داری متغیرهای مؤثر بر آینده بازارهای تاریخی

ضرایب استاندارد	P	C.R	S.E	ضرایب غیر استاندارد	مسیرها
0/34				1/000	Bazzar ← X1
0/51	0/041	2/045	0/636	1/302	Bazzar ← X2
0/56	0/035	2/111	0/841	1/775	Bazzar ← X3
0/47	0/047	1/991	0/879	1/750	Bazzar ← X6
0/53	0/037	2/082	0/790	1/644	Bazzar ← X7
0/63	0/028	2/191	1/246	2/732	Bazzar ← X8
0/62	0/029	2/182	1/233	2/689	Bazzar ← X9
0/76	0/022	2/288	1/166	2/668	Bazzar ← X10
0/59	0/031	2/152	0/987	2/125	Bazzar ← X11
0/65	0/027	2/205	1/117	2/463	Bazzar ← X13
0/49	0/044	2/016	0/604	1/291	Bazzar ← X15
0/37	0/073	1/792	0/956	1/714	Bazzar ← X17
0/38	0/072	1/802	0/852	1/535	Bazzar ← X20

دیدگاه کل‌نگر (طالبیان و همکاران، 1395) بود که 20 نفر متخصص و کارشناس در زمینه معماری و شهرسازی انتخاب گردید. در واقع از طریق این ماتریس دو بعدی میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری هر عامل بر عامل دیگر از نظر هریک از کارشناسان مشخص شد. که در آن سطرها نشان‌دهنده تأثیرگذاری و ستون‌ها بیانگر تأثیرپذیری عوامل مؤثر بر آینده بازار تاریخی تبریز هست. در نهایت با جمع‌بندی داده‌ها و محاسبه مد آنها، داده‌های نهایی جهت تحلیل ساختاری به روش بررسی اثرات مستقیم و غیرمستقیم مشخص گردید که طبق جدول 4 در مجموع 153 رابطه قابل اندازه‌گیری در این پژوهش وجود دارد که از این تعداد، 16 رابطه عدد صفر، 17 رابطه عدد یک، 53 رابطه عدد دو، 83 رابطه عدد سه بوده است. که از طریق نرم‌افزار تحلیل ساختاری میک مک به تحلیل نتایج حاصل از داده‌های ورودی پرداخته شد. نرم‌افزار میک مک از بهترین نرم افزارهایی است که به منظور پیاده‌سازی تحلیل ساختاری طراحی شده و توسعه یافته است.

در ادامه، به منظور تبدیل مجموعه عوامل اولیه به ساختاری تحلیلی و قابل استفاده در سناریونویسی، از تحلیل ساختاری متقابل (MICMAC) استفاده شد. این روش با تمرکز بر روابط اثرگذاری و اثرپذیری متغیرها، امکان شناسایی عوامل کلیدی و پیشران‌های ساختاری سیستم را فراهم می‌کند. در راستای تحلیل ساختاری، گام اول تشکیل ماتریس تأثیرگذاری و تأثیرپذیری می‌باشد از این رو جهت تشکیل ماتریس تأثیرگذاری و تأثیرپذیری، پرسشنامه‌ای تدوین گردید و از طریق پانل خبرگان تأثیرگذاری هر متغیر (عامل) بر متغیر(عامل) دیگر براساس طیف صفر تا سه (عدد صفر به معنای عدم رابطه، عدد یک به معنای تأثیر ضعیف، عدد دو به معنای تأثیر متوسط و عدد سه به معنای تأثیر قوی و P تأثیر بالقوه) مورد ارزیابی قرار گرفت. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند جهت انتخاب خبرگان و متخصصین جهت نظرسنجی استفاده شد و معیار انتخاب خبرگان تسلط نظری، تجربه علمی، تمایل و توانایی مشارکت در پژوهش و داشتن

این تکنیک برای محاسبات پیچیده ماتریس متقاطع در تحلیل‌های سیستمی طراحی شده است.

جدول ۴. مشخصات ماتریس اثرات متقابل در نرم‌افزار میک مک

مشخصات	ابعاد ماتریس	تعداد تکرار	تعداد صفر	تعداد یک	تعداد دو	تعداد سه	جمع	درجه پرشدگی
مقدار	۱۳	۳	۱۶	۱۷	۵۳	۸۳	۱۵۳	۵۳.۹۰%

روایی ابزار و پاسخ‌ها با بررسی درجه مطلوبیت ماتریس که از خروجی‌های نرم‌افزار MICMAC است بررسی گردید. طبق جدول ۵، ماتریس اثرات متقابل براساس شاخص‌های آماری با سه بار چرخش داده‌ای از مطلوبیت و بهینه‌شدگی

جدول ۵. درجه مطلوبیت و بهینه‌شدگی ماتریس در نرم‌افزار میک مک

چرخش	تأثیرگذاری	تأثیرپذیری
چرخش اول	۹۷%	۹۷%
چرخش دوم	۹۷%	۱۰۰%
چرخش سوم	۱۰۰%	۱۰۰%

با توجه به درجه پرشدگی ماتریس ۵۳.۹۰٪ که حاکی از ناپایداری سیستم است. و با مشاهده صفحه پراکنش متغیرهای مؤثر بر آینده بازار تاریخی تبریز، طبق شکل ۲ می‌توان بیان کرد بیشتر متغیرها پیرامون محور قطری نمودار پراکنده شده‌اند



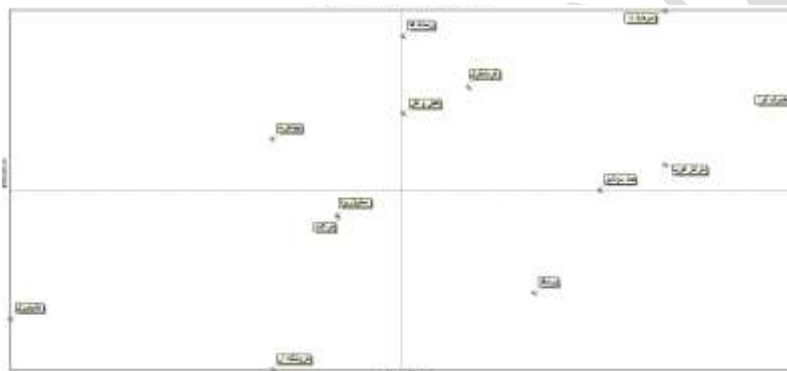
شکل ۲. نمودار ناپایداری سیستم

دیگری اثرات غیرمستقیم. در روش مستقیم، تأثیر مستقیم یک پیشران K بر سایر پیشران‌ها حاصل جمع تمامی مقادیر سطر K در ماتریس $N \times N$ است و تأثیرپذیری پیشران K حاصل جمع مقادیر ستون K است. به این ترتیب پیشران‌ها رتبه‌بندی و به

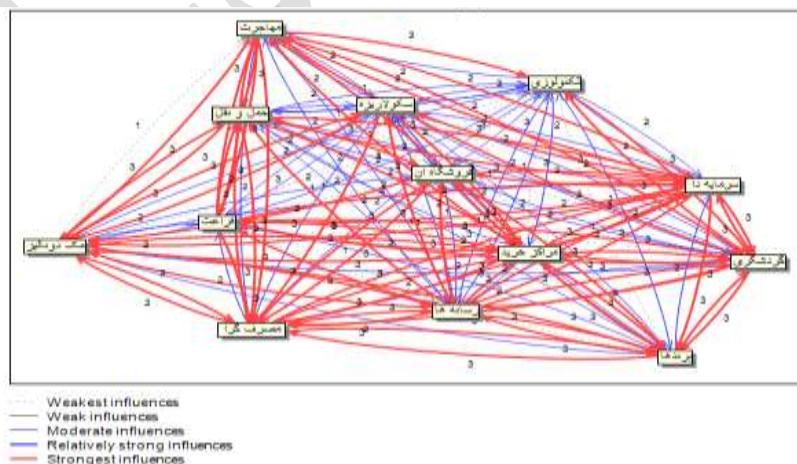
در ادامه به تحلیل تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم عوامل مؤثر بر آینده بازارهای تاریخی براساس نرم‌افزار MICMAC پرداخته شد. نرم‌افزار MICMAC در مجموع برای متغیرها دو نوع گراف و تحلیل ارائه می‌دهد، یکی اثرات مستقیم و

پایداری می‌رسد. به اثرات غیرمستقیم، اثرات بالقوه نیز گفته می‌شود. یکی از خروجی‌های MICMAC نقشه‌های اثرات مستقیم و غیرمستقیم است که موقعیت هر یک از پیشران‌ها را بر روی محورهای تأثیرگذاری و تأثیرپذیری نشان می‌دهد. از این نقشه‌ها جهت تعیین پیشران‌های اثرگذار و مهم استفاده می‌شود. برای اینکه نرم افزار تمامی روابط بین متغیرها در قالب روابط و تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم به صورت مجزا ارائه دهد درصد پراکندگی و حساسیت در مهم‌ترین تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرها در نرم‌افزار بر ۱۰۰٪ تنظیم می‌شود. طبق شکل ۳ و ۴ روابط مستقیم و طبق شکل ۵ و ۶ روابط غیر مستقیم بین عوامل مؤثر بر آینده بازارهای تاریخی تبریز قابل مشاهده می‌باشد.

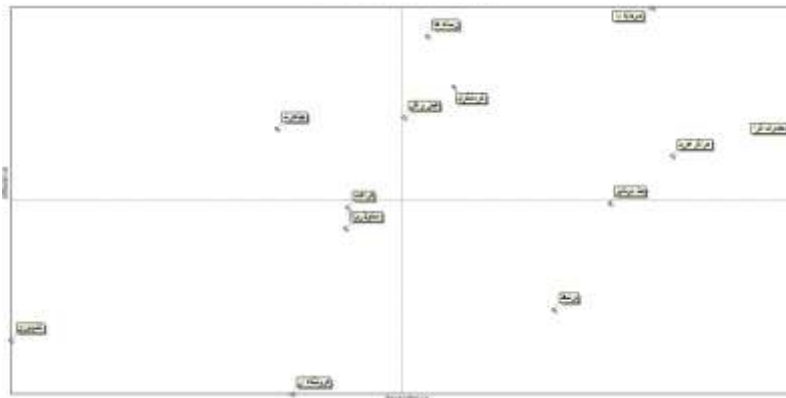
بیان دیگر اهمیت هر یک محاسبه می‌شود. برای بررسی اثرات غیرمستقیم، ماتریس اثرات مستقیم $N \times N$ چندین مرتبه در خودش ضرب می‌شود. پس از هر مرتبه ضرب ماتریس، اعداد سطرها و ستون‌ها جهت محاسبه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری پیشران‌ها جمع شده و براساس آن پیشران‌ها رتبه‌بندی می‌شوند. این فرایند چندین بار تکرار می‌شود تا زمانی که رتبه همه پیشران‌ها در مرحله $k-1$ با رتبه آن‌ها زمانی که ماتریس به توان $k+1$ می‌رسد تفاوتی نداشته باشد. به این ترتیب جمع اثرات غیرمستقیم درجه اول به دست می‌آید. از آنجائی که در روش MICMAC تنها اثرات غیرمستقیم یک پیشران از طریق یک پیشران واسطه‌ای محاسبه می‌شود به آن اثرات درجه اول می‌گویند. معمولاً با ۷ یا ۸ بار ضرب ماتریس در خودش رتبه پیشران‌ها بدون تغییر باقی می‌ماند و نتایج به



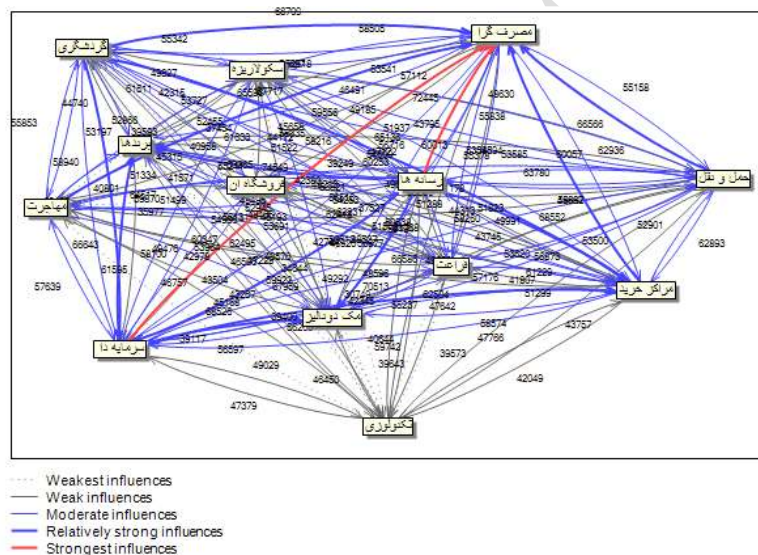
شکل ۳. پراکنش متغیرهای مؤثر بر آینده بازار تاریخی تبریز در پلان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم



شکل ۴. روابط و تأثیرات مستقیم در میان متغیرهای مؤثر بر آینده بازار تاریخی تبریز



شکل ۵. پراکنش متغیرهای مؤثر بر آینده بازار تاریخی تبریز در پلان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری غیر مستقیم



شکل ۶. روابط و تأثیرات غیرمستقیم در میان متغیرهای مؤثر بر آینده بازار تاریخی تبریز

عنوان متغیرهای مستقل قرار دارند، هم تأثیرگذاری کمی دارند و هم وابستگی کمی به دیگر متغیرها دارند. این دسته از متغیرها کمترین اهمیت را در یک سیستم دارند و می‌توان آن‌ها را حذف کرد. در سمت راست پایین متغیر ظهور برندها به عنوان متغیر وابسته با کمترین تأثیرگذاری بیشترین تأثیر را از تغییر در شرایط یک سیستم می‌پذیرند. در نزدیکی مرکز ثقل نمودار متغیرهای سکولاریزه و ترویج اوقات فراغت و پرسه زنی به عنوان متغیرهای تنظیم کننده معمولا به عنوان اهرمی ثانویه عمل می‌کنند.

همچنین طبق تحلیل‌های صورت گرفته در ماتریس‌های متقاطع (MDI) براساس خروجی نرم‌افزار میک‌مک به توصیف عددی میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مؤثر بر آینده بازار تاریخی تبریز به شرح جدول ۶

در تحلیل صفحه پراکندگی متغیرهای مؤثر بر آینده بازار تاریخی تبریز طبق شکل ۲، با توجه به ناپایداری سیستم، می‌توان ۵ دسته از متغیرها را شناسایی کرد. درگوشه سمت راست بالای نمودار پراکنش متغیرها، متغیرهای نظام سرمایه داری، ترویج رسانه‌ها، توسعه گردشگری، فرهنگ مصرفی، گسترش وسایل نقلیه شخصی و هوشمند، ظهور مراکز خرید نوین، مک دونالدیزه شدن به عنوان متغیرهای دو وجهی بیشترین تأثیرپذیری یا وابستگی به دیگر متغیرها و نیز بیشترین تأثیرگذاری را بر متغیرهای دیگر دارند. متغیر گسترش مهاجرت در سمت چپ بالای نمودار به عنوان متغیر تأثیرگذار، متغیری که قدرت تأثیرگذاری زیادی داشته و کمتر از سایر متغیرها تأثیر می‌پذیرد. در سمت چپ پایین نمودار متغیرهای تکنولوژی جدید ساخت و ساز، ظهور فروشگاه‌های آنلاین به

پرداخته شده است.

جدول ۶. توصیف عددی میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم و غیر مستقیم عوامل مؤثر بر آینده بازار تاریخی تبریز

عوامل مؤثر بر آینده بازار تاریخی تبریز		اثرات مستقیم		اثرات غیرمستقیم	
رتبه	میزان تأثیرگذاری	رتبه	میزان تأثیرپذیری	رتبه	میزان تأثیرپذیری
۱	۹۴۰	۲	۷۵۲	۲	۷۶۰
۲	۸۳۳	۴	۹۱۳	۱	۹۰۵
۳	۸۶۰	۱	۸۶۰	۳	۸۴۹
۴	۷۵۲	۵	۷۵۲	۴	۷۵۱
۵	۶۱۸	۱۲	۵۹۱	۱۲	۵۹۵
۶	۸۶۰	۳	۷۷۹	۳	۷۷۱
۷	۸۰۶	۶	۶۹۸	۶	۷۰۱
۸	۷۲۵	۹	۷۲۵	۱۰	۷۲۸
۹	۷۷۹	۷	۸۶۰	۷	۸۵۷
۱۰	۶۴۵	۱۱	۸۰۶	۱۱	۸۱۰
۱۱	۷۵۲	۸	۸۳۳	۸	۸۳۲
۱۲	۷۲۵	۱۰	۷۲۵	۹	۷۲۸
۱۳	۵۶۴	۱۳	۶۹۸	۱۱	۷۰۶

بر اساس تحلیل متغیرهای تأثیرگذار و تأثیرپذیر و مقایسه رتبه‌بندی آن‌ها در آثار مستقیم و غیرمستقیم مطابق جدول ۷، همچنین بررسی موقعیت آن‌ها در نمودار پراکنش و با در نظر گرفتن همپوشانی نسبی میان نتایج، ۸ عامل به‌عنوان پیشران‌های کلیدی آینده بازار تاریخی تبریز شناسایی شدند. این عوامل شامل نابرابری و شکاف‌های طبقاتی، ترویج رسانه‌ها، توسعه گردشگری، فرهنگ مصرفی، ظهور مراکز خرید نوین، مک‌دونالیزه شدن، گسترش وسایل نقلیه شخصی و مهاجرت می‌باشند. این پیشران‌ها در نگاشت سناریوهای آینده، مبنای اصلی تدوین و تمایز سناریوهای بدیل را تشکیل می‌دهند.

براساس خروجی‌های حاصل از نرم‌افزار در قالب نمودارهای پراکنش و توصیف‌های عددی مربوط به میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرها، مشخص شد که تراکنش متغیرهای مؤثر بر آینده بازار تاریخی تبریز در حوالی قطر مرکزی نمودار، بیانگر ناپایداری و پویایی سیستم است؛ به‌گونه‌ای که در اغلب موارد، هم‌زمانی نسبی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرها قابل مشاهده است. در این میان، متغیرهای کلیدی به‌عنوان عواملی تعریف می‌شوند که از یک‌سو قابلیت مداخله و کنترل‌پذیری بالاتری دارند و از سوی دیگر، نقش تعیین‌کننده‌ای در پویایی و جهت‌دهی تغییرات سیستم ایفا می‌کنند.

جدول ۷. رتبه‌بندی پیشران‌های کلیدی مؤثر بر آینده بازار تاریخی تبریز

متغیر	تأثیرگذاری مستقیم	رتبه	متغیر	تأثیرگذاری غیرمستقیم	رتبه
نابرابری و شکاف طبقاتی	۹۴۰	۱	نابرابری و شکاف طبقاتی	۹۱۳	۱
ترویج رسانه‌ها	۹۱۳	۲	ترویج رسانه‌ها	۸۹۷	۲
توسعه گردشگری	۸۶۰	۳	توسعه گردشگری	۸۶۰	۳
فرهنگ مصرفی	۸۳۳	۴	گسترش وسایل نقلی شخصی	۸۲۵	۴
گسترش وسایل نقلی شخصی	۸۳۳	۵	فرهنگ مصرفی	۸۲۴	۵
مهاجرت	۸۰۶	۶	مهاجرت	۸۱۴	۶
ظهور مراکز خرید نوین	۷۷۹	۷	ظهور مراکز خرید نوین	۷۹۰	۷
مک‌دونالیزه شدن	۷۵۲	۸	مک‌دونالیزه شدن	۷۴۷	۸

سناریونویسی، ابزاری برای شبیه‌سازی و به تصویر کشیدن آینده و زمینه‌سازی برای مدیریت در شرایط فرضی پیش‌بینی

نگاشت سناریوها برپایه پیشران‌های کلیدی

شده است (مایلز و کینن، ۲۰۰۳: ۹). به منظور تحلیل سناریوها از الگوریتمی به نام تحلیل متوازن تأثیر متقابل CIB استفاده می‌شود. تحلیل آثار متقاطع متوازن، روشی برای تحلیل شبکه‌های اثرگذاری است. این روش از بینش کیفی درباره روابط بین عوامل یک شبکه اثرگذاری استفاده می‌کند. در این روش ابتدا پس از انتخاب پیشران‌های کلیدی، هریک از عوامل طبق جدول ۸ به وضعیت‌های مختلف طبقه‌بندی شده و این وضعیت‌ها برای تمام پیشران‌های کلیدی به صورت ماتریسی در اختیار متخصصین و کارشناسان قرار می‌گیرد.

سوالات پرسشنامه به این صورت هست که اگر وضعیت A1 از عامل کلیدی A مؤثر بر آینده بازار تاریخی تبریز اتفاق بیفتد چه تأثیری بر وقوع یا عدم وقوع وضعیت B2 یا C2 و ... از عوامل کلیدی B یا C و ... خواهد داشت. که در این مرحله طیف پاسخگویی به آن‌ها از ۳ تا ۳- بوده است که میزان تأثیرگذاری هرکدام از وضعیت‌ها را بر سیستم مشخص می‌نماید. عدد ۳ بیانگر تأثیر تقویت کننده قوی، عدد ۲ تأثیر تقویت کننده متوسط، عدد ۱ تأثیر تقویت کننده ضعیف، عدد ۰ بی‌تأثیر، عدد ۱- تأثیر محدود کننده ضعیف، عدد ۲- تأثیر محدود کننده متوسط، عدد ۳- تأثیر محدود کننده قوی می‌باشد. در مرحله بعد داده‌های جمع‌آوری شده از ماتریس وارد نرم‌افزار سناریو ویزاد می‌شود. نرم‌افزار سناریو ویزاد برای انجام محاسبات پیچیده سناریونویسی طراحی شده است. که در این پژوهش از ورژن ۴.۱۱ استفاده گردیده است. این ورژن نرم افزار کارایی بهتر و جامع‌تری در شناسایی سناریوهای سازگار دارد و با استفاده از گراف‌هایی به تجزیه و تحلیل سناریوها می‌پردازد.

تدوین وضعیت‌های احتمالی پیش روی پیشران‌های کلیدی مؤثر بر آینده بازار تاریخی تبریز

در پژوهش حاضر ۸ پیشران کلیدی نهایی مؤثر بر آینده بازار تاریخی تبریز از طریق نظرسنجی از خبرگان با استفاده از نرم‌افزار میک مک مشخص شد که عبارتند از: ۱- نابرابری و شکاف طبقاتی ۲- ترویج رسانه‌ها ۳- توسعه گردشگری ۴- فرهنگ مصرفی ۵- ظهور مراکز خرید نوین ۶- مک دونالدیزه شدن ۷- گسترش وسایل حمل و نقل ۸- مهاجرت. که سناریوهای آینده بازار تاریخی تبریز براساس این پیشران‌های کلیدی طراحی می‌شوند. برای نگاشت سناریوها ابتدا بعد از مشخص شدن مهم‌ترین عوامل، وضعیت‌های مختلفی برای هریک از عوامل مشخص گردید که برای هریک از عوامل متفاوت از سایر عوامل است. تعداد این وضعیت‌ها متناسب با شرایط هر یک از عوامل در طیفی از ۳ وضعیت بحرانی و نسبتاً بحرانی و مطلوب طراحی شده است. و در نهایت برای آینده بازار تاریخی تبریز وجود دارد. آینده بازار تاریخی تبریز ۲۴ وضعیت احتمالی طبق جدول ۸ تصور شده است.

لازم به ذکر است که اگرچه سناریوهای این پژوهش بر اساس ۸ پیشران کلیدی شناسایی شده از طریق تحلیل MICMAC طراحی شده‌اند، اما برای پرهیز از نگاه خطی و افزایش عمق تحلیلی، مجموعه‌ای از عدم‌قطعیت‌های عمیق (Wild Cards) نیز در سطح تفسیری مورد توجه قرار گرفته‌اند. این عدم‌قطعیت‌ها شامل شوک‌های اقتصادی، تحولات فناورانه، تغییرات اجتماعی-فرهنگی، بحران‌های سلامت عمومی و ریسک‌های ژئوپلیتیکی هستند که به صورت مستقیم وارد مدل نشده‌اند، اما می‌توانند بر جهت‌گیری و شدت سناریوهای آینده اثرگذار باشند. بر این اساس، سناریوهای طراحی شده نه صرفاً بر پایه روندهای ساختاری، بلکه در بستر تعامل این روندها با عدم‌قطعیت‌های محیطی تفسیر می‌شوند. شناسایی عدم‌قطعیت‌های عمیق در این پژوهش براساس مرور ادبیات آینده‌پژوهی، تحلیل روندهای ضعیف استخراج شده از داده‌های پژوهش، و تحلیل زمینه‌ای مبتنی بر ویژگی‌های ساختاری بازار تاریخی تبریز انجام شده است.

جدول ۸. پیشران‌های کلیدی، فرض و وضعیت‌های احتمالی پیش رو بازار تاریخی تبریز

نام اختصاری	عوامل کلیدی	وضعیت‌های احتمالی	نوع وضعیت	علامت
A) نابرابری و فاصله طبقاتی		بهبود وضعیت و از بین رفتن شکاف‌های طبقاتی	مطلوب	A1
		کاهش نابرابری و شکاف‌های طبقاتی	بینابین	A2
		افزایش نابرابری و شکاف‌های طبقاتی	بحرانی	A3
B) رسانه‌ها		توسعه رسانه‌ها جهت ترویج سبک زندگی ایرانی-اسلامی	مطلوب	B1
		ادامه وضعیت فعلی رسانه‌ها جهت تبلیغات و...	بینابین	B2
		توسعه بیشتر رسانه‌ها جهت تبلیغات و ایجاد نیازهای غیرضروری	بحرانی	B3

C1	مطلوب	توجه بیشتر به پتانسیل گردشگری بازار تاریخی و توسعه گردشگری آن	C) گردشگری
C2	بینابین	ادامه روند کم توجهی به وجه گردشگری بازار تاریخی تبریز و رکود تدریجی آن	(
C3	بحرانی	عدم توجه و نادیده گرفتن پتانسیل گردشگری بازار تاریخی تبریز و رکود گردشگری آن	
D1	مطلوب	اتخاذ سیاست‌هایی جهت اصلاح فرهنگ مصرفی	D) فرهنگ
D2	بینابین	ادامه روند ترویج فرهنگ مصرفی و مصرف گرایی	(مصرفی
D3	بحرانی	ترویج بیشتر فرهنگ مصرفی و مصرف گرایی	
E1	مطلوب	کاهش توسعه و ساخت مراکز خرید و مجتمع‌های تجاری در سطح شهر تبریز	(E) مراکز خرید
E2	نسبتاًبحراز	روند فعلی توسعه مراکز خرید و مجتمع‌های تجاری در سطح شهر تبریز	نوین
E3	بحرانی	روند افزایشی ساخت و ساز مراکز خرید و مجتمع‌های تجاری در سطح شهر تبریز	ی
F1	مطلوب	پررنگ شدن هویت و ارزش‌های فرهنگی و معنوی	(F) مک دونالدیزه
F2	بینابین	کم رنگ شدن هویت‌ها و ارزش‌های فرهنگی	شدن
F3	بحرانی	از بین رفتن هویت‌ها و ارزش‌های فرهنگی	
G1	مطلوب	کاهش استفاده از وسایل نقلیه شخصی و حل مشکلات ترافیک در محدوده بازار تاریخی تبریز	G) وضعیت
G2	نسبتاًبحراز	ادامه وضعیت فعلی افزایش از استفاده وسایل نقلیه شخصی و مشکلات ترافیکی در محدوده بازار تاریخی تبریز	(حمل و نقل و مشکلات
G3	بحرانی	افزایش استفاده از وسایل نقلیه شخصی و مشکلات ترافیکی در محدوده بازار تاریخی تبریز	ترافیکی
H1	مطلوب	اتخاذ سیاست‌های کاهش و جلوی‌گیری از مهاجرت به شهر تبریز	(H) مهاجرت
H2	ایستا	روند کاهش تدریجی مهاجرت به شهر تبریز	(
H3	بحرانی	افزایش مهاجرت به شهر تبریز	

تجزیه و تحلیل سناریوهای پیش روی عوامل کلیدی تأثیرگذار بر آینده بازار تاریخی تبریز

محدود با احتمال وقوع بالا را امکان‌پذیر می‌کند. نتایج حاصل از نرم‌افزار سناریوویزاد طبق جدول ۹ نشان‌دهنده ۳ سناریو قوی و ۷۹ سناریو ضعیف می‌باشد و هیچ سناریو مستقل و ناسازگار وجود ندارد.

با توجه به اینکه در پژوهش حاضر، هدف تهیه سناریوهای ممکن از ۸ عامل و ۲۴ وضعیت احتمالی می‌باشد. داده‌های حاصل از ماتریس، براساس امتیازات داده شده به ۲۴ وضعیت احتمالی توسط خبرگان، وارد نرم‌افزار سناریو ویزاد شد. نرم‌افزار سناریو ویزاد (با انجام محاسبات بسیار سنگین و پیچیده)، ابعاد احتمالی وقوع سناریوها از میان هزاران سناریو به چند سناریو

جدول ۹. خروجی نرم‌افزار سناریو ویزاد جهت تدوین سناریوهای پیش‌روی پیشران‌های کلیدی

اطلاعات	توضیحات
تعداد کل مؤلفه‌ها	۸
تعداد کل متغیرها	۲۴
تعداد مؤلفه‌ها با ۳ متغیر	۸
نوع و تعداد سناریوها	قوی ۳
	باسازگاری بالا ۷
	ضعیف ۷۹
۱ از ۵۶ بخش داوری (۷۹.۰۱٪) خالی است.	
ماتریس از ۵۰۴ سلول داوری تشکیل شده است.	
۳۴ سلول (۷۵.۶٪) دارای داوری با تأثیر محدود کننده قوی (۳-) می‌باشد.	
۷۷ سلول (۲۸.۱۵٪) دارای داوری با تأثیر محدود کننده متوسط (۲-) می‌باشد.	

۱۰۶ سلول (۰.۲۱٪) دارای داوری با تأثیر محدود کننده ضعیف (۱-) می‌باشد.
۵۹ سلول (۱۱.۷۱٪) دارای داوری بی‌تأثیر (۰) می‌باشد.
۸۱ سلول (۱۶.۰۷٪) دارای داوری با تأثیر تقویت کننده ضعیف (۱) می‌باشد.
۹۹ سلول (۱۹.۶۴٪) دارای داوری با تأثیر تقویت کننده متوسط (۲) می‌باشد.
۴۸ سلول (۹.۵۲٪) دارای داوری با تأثیر تقویت کننده قوی (۳) می‌باشد.
پروژه حاوی هیچ سناریو مستقل نیست.
پروژه حاوی هیچ سناریو ناسازگار نیست.

کم سناریوهای قوی و تعداد بیشتر سناریوهای ضعیف، که دربرگیرنده کل سناریوها با احتمال قوی هست، مشخص گردد. که در نهایت طبق خروجی نرم‌افزار ۷ سناریو با سازگاری بالا که از نظر تعداد نیز جهت برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری منطقی و معقول می‌باشد، پیش روی آینده بازار تاریخی تبریز وجود دارد.

طبق جدول ۱۰ از میان سناریوها با احتمال قوی یک سناریو وضعیت مطلوب، یک سناریو وضعیت نسبتاً بحرانی و یک سناریو وضعیت بحرانی را نشان می‌دهد. و همچنین با توجه به اینکه که احتمال وقوع سناریوهای ضعیف وجود دارد اما چون سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای هریک از آنها مشکل و تقریباً کاری غیرممکن است. لذا با توجه به امکان نرم‌افزار سناریویزارد سعی گردید سناریوهایی با سازگاری ۱ بین تعداد

جدول ۱۰. وضعیت‌های پیش‌ران‌های کلیدی به تفکیک هریک از سناریوهای قوی

سناریو ها	عامل ۱: A	عامل ۲: B	عامل ۳: C	عامل ۴: D	عامل ۵: E	عامل ۶: F	عامل ۷: G	عامل ۸: H	وزن سناریوهای قوی	میزان سازگاری	امتیاز تأثیر کل
سناریو اول	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	۲۸۴۶	۱	۰.۵
میزان سازگاری عامل‌ها	۲۲	۱۶	۲۴	۲۸	۲۸	۲۴	۱۹	۱			
سناریو دوم	بحرانی	بحرانی	بینابین	بحرانی	بحرانی	بحرانی	بحرانی	بحرانی	۱۸۵۸	۰	۱۲
میزان سازگاری عامل‌ها	۱	۳	۳	۱	۳	۲	۳	۰			
سناریو سوم	بحرانی	بحرانی	بحرانی	بحرانی	بحرانی	بحرانی	بحرانی	بحرانی	۱۸۵۸	۰	۱۴
میزان سازگاری عامل‌ها	۲	۳	۳	۲	۳	۲	۳	۰			

را نشان می‌دهد. رنگ سبز وضعیت مطلوب، رنگ زرد وضعیت بینابین و رنگ قرمز وضعیت بحرانی را نشان می‌دهد.

طبق صفحه سناریوهای با سازگاری بالا ۵۶ وضعیت احتمالی وجود دارد که از این ۵۶ وضعیت‌های موجود، ۴۸ درصد وضعیت بحرانی (تعداد ۲۷)، ۱۰ درصد وضعیت بینابین (تعداد ۶) و ۴۱ درصد شرایط مطلوب (تعداد ۲۳) را نشان می‌دهد. این نتایج حاکی از این است که بیشتر وضعیت‌های موجود در صفحه سناریوهای با سازگاری بالا در وضعیت

تحلیل سناریوهای پیش روی بازار تاریخی تبریز با سازگاری بالا

براساس تحلیل‌های صورت‌گرفته در نرم‌افزار سناریویزارد، احتمال وقوع ۷ سناریو بیشتر از سایر سناریوها بوده است. این سناریوها از برهم کنش بین وضعیت‌های مختلف پیش‌ران‌های کلیدی تشخیص داده شده است. جدول ۱۱ صفحه سناریوهای با سازگاری بالا (باورکردنی) همراه با وضعیت‌های احتمالی هریک از پیش‌ران‌های کلیدی از نظر مطلوبیت یا بحرانی بودن

مربوط به همه متغیرهای منتخب یک سناریو است که احتمال‌پذیری یک سناریو را مورد بررسی قرار می‌دهد و کمتر بودن امتیاز توصیف‌های ناسازگاری گویای باورپذیر بودن سناریوها می‌باشد. سناریو اول با کسب امتیاز تأثیر کل ۱۰۵ و امتیاز مقدار سازگاری ۱ و امتیاز توصیف‌گر ناسازگار ۰ در رتبه اول و سناریو دوم با کسب امتیاز تأثیر کل ۱۵ و امتیاز مقدار سازگاری ۱- و امتیاز توصیف‌گر ناسازگار ۲ در رتبه آخر قرار دارد.

بحرانی و بعد از آن در وضعیت مطلوب و امیدوار کننده و وضعیت بینابینی کمترین میزان را به خود اختصاص داده است. همچنین طبق جدول ۱۰ نرم‌افزار سناریوویزاد، برای هریک از سناریوها امتیاز مقدار سازگاری و امتیاز توصیف‌گرهای ناسازگار و امتیاز اثر کل را محاسبه می‌کند. میزان سازگاری، اینکه تا چه حد می‌توانند باهم اتفاق بیفتند یک امتیاز اثر به سناریوها اختصاص داده می‌شود. در صورتی که سازگاری وجود داشته باشد، این عدد مثبت خواهد بود و در صورت ناسازگاری منفی خواهد بود. همچنین مجموعه امتیاز تأثیر، جمع امتیازهای اثر

جدول ۱۱. صفحه سناریوهای با سازگاری بالا

سناریو ها	عامل ۱: A	عامل ۲: B	عامل ۳: C	عامل ۴: D	عامل ۵: E	عامل ۶: F	عامل ۷: G	عامل ۸: H	وزن ها	توصیف گره‌های ناسازگار	مقدار سازگاری	امتیاز تأثیر کل
سناریو اول	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	۱۰ ۹۰	۰	۱	۱۰ ۵
سناریو دوم	بینابین	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	۱۰ ۹۰	۱	-۱	۹۷
سناریو سوم	بحرانی	بحرانی	مطلوب	بحرانی	مطلوب	بینابین	مطلوب	مطلوب	۷۷ ۱	۱	-۱	۱۶
سناریو چهارم	بحرانی	بینابین	مطلوب	بحرانی	مطلوب	بحرانی	مطلوب	مطلوب	۹۰ ۲	۲	-۱	۱۵
سناریو پنجم	بحرانی	بحرانی	بینابین	بحرانی	بحرانی	بینابین	بحرانی	بحرانی	۹۵ ۹	۲	-۱	۱۰ ۴
سناریو ششم	بحرانی	بحرانی	بینابین	بحرانی	بحرانی	بحرانی	بحرانی	بحرانی	۷۲ ۹	۰	۰	۱۱ ۲
سناریو هفتم	بحرانی	بحرانی	بحرانی	بحرانی	بحرانی	بحرانی	بحرانی	بحرانی				
تعداد وضعیت مطلوب	۱	۲	۴	۲	۴	۲	۴	۴	۱۰ ۲۰	۰	۰	۱۱ ۴
تعداد وضعیت بینابین	۱	۱	۲	۰	۰	۲	۰	۰				
تعداد وضعیت بحرانی	۵	۴	۱	۵	۳	۳	۳	۳				

جزء این دسته می‌باشد. دسته سوم نشان‌دهنده وضعیت بینابین و ادامه وضعیت فعلی و احتمال وقوع تغییرات در راستای اصلاح وضع موجود بازارتاریخی تبریز و تحقق وضعیت نسبتاً مطلوب در آینده است که شامل سناریوهای چهار، سه می‌باشد.

گروه اول: سناریوهای مطلوب

سناریو اول (خوشبینانه - مطلوب کامل)

سناریو اول نشان‌دهنده مطلوب‌ترین وضعیت ممکن برای آینده بازار تاریخی تبریز است که در آن تمامی پیشران‌های کلیدی در وضعیت مطلوب قرار دارند. در این سناریو، ساختار شهری و

گروه بندی و تحلیل سناریوهای با سازگاری بالا

با توجه به جدول فوق و وضعیت‌های احتمالی حاکم بر آینده بازار تاریخی تبریز، مجموعه ۷ سناریو با سازگاری بالا با توجه به میزان مطلوبیت آن‌ها در سه گروه قابل دسته‌بندی است. گروه اول بهترین وضعیت و جهت‌گیری مطلوبی برای آینده بازار تاریخی تبریز متصور است. شامل سناریو اول و دوم است. دسته دوم وضعیت نسبتاً بحرانی و بحرانی را برای آینده بازار تاریخی تبریز جلوه می‌دهند، سناریوهای هفت و شش و پنج

اجتماعی قابل مشاهده است. با وجود این، رسانه‌ها نقش نسبتاً مؤثری در هدایت الگوهای فرهنگی ایفا می‌کنند و از شدت مصرف‌گرایی کاسته شده است. توسعه گردشگری در این سناریو فعال است و بازار تاریخی به‌عنوان یک مقصد مهم فرهنگی و اقتصادی در سطح شهر باقی می‌ماند. مهاجرت به شهرها کنترل شده و فشار جمعیتی بر بافت تاریخی کاهش یافته است. همچنین استفاده از وسایل نقلیه شخصی مدیریت شده و زیرساخت‌های شهری در جهت کاهش ترافیک تقویت شده‌اند. بازار تاریخی در این سناریو همچنان در مسیر پایداری قرار دارد، اما نیاز به سیاست‌های مکمل برای کاهش نابرابری اجتماعی احساس می‌شود.

براساس نمره اثرگذاری در جدول ۱۱، سناریو اول و دوم با امتیاز تأثیر کل (۱۰۵ و ۹۷)، دارای میزان اثرگذاری بیشتری می‌باشند. که با توجه به ترکیب منطقی بین وضعیت عوامل کلیدی در این سناریوها احتمال وقوع این سناریوها بیشتر است. لازم به ذکر است که تحقق این سناریوها منوط به عدم وقوع شوک‌های شدید در لایه عدم قطعیت‌های بیرونی نظیر بحران‌های اقتصادی، اختلالات ژئوپلیتیکی، تحولات فناورانه گسست‌زا و بحران‌های اجتماعی-سلامت است. در صورت بروز این عوامل، مسیر سناریو می‌تواند به سمت وضعیت‌های بحرانی تغییر یابد.

اجتماعی به سمت تعادل و پایداری حرکت می‌کند. در این وضعیت، کاهش شکاف‌های اجتماعی و اقتصادی موجب تقویت انسجام اجتماعی شده و بازار تاریخی به‌عنوان یک فضای زنده شهری، نقش مؤثرتری در تعاملات اجتماعی ایفا می‌کند. رسانه‌ها در این سناریو نقش مثبتی در تقویت هویت فرهنگی و ارتقای سبک زندگی بومی دارند و به جای ترویج مصرف‌گرایی، بر ارزش‌های فرهنگی و تاریخی تأکید می‌کنند. از سوی دیگر، توسعه کنترل‌شده گردشگری فرهنگی باعث افزایش ارزش اقتصادی و اجتماعی بازار تاریخی می‌شود. همچنین کاهش مهاجرت به کلان‌شهرها و مدیریت ترافیک شهری، دسترسی‌پذیری به بافت تاریخی را بهبود می‌بخشد. در این سناریو، توسعه مراکز خرید مدرن کنترل شده و بازار تاریخی جایگاه رقابتی خود را حفظ می‌کند. بازار تاریخی تبریز در این سناریو به یک «مرکز پویا فرهنگی-گردشگری» تبدیل می‌شود که هم کارکرد اقتصادی و هم هویت تاریخی خود را حفظ کرده است.

سناریو دوم (مطلوب یا ایدار با اختلاف جزئی)

سناریو دوم نیز در گروه سناریوهای مطلوب قرار دارد، اما نسبت به سناریو اول دارای یک تفاوت جزئی در وضعیت نابرابری اجتماعی است. در این سناریو، اغلب پیرامون‌های کلیدی در وضعیت مطلوب قرار دارند، اما همچنان نشانه‌هایی از شکاف

جدول ۱۲. وضعیت پیشران‌های کلیدی در سناریوهای مطلوب (سناریو ۲۱)

[illegible]

گروه دوم: سناریوهای نسبتاً مطلوب

سناریو سوم (بینابین با گرایش دوگانه)

سناریو سوم نمایانگر وضعیت گذار است که در آن برخی از پیشران‌ها در مسیر مطلوب و برخی دیگر در مسیر بحرانی قرار دارند. این وضعیت نشان‌دهنده عدم ثبات در ساختار آینده بازار تاریخی تبریز است. در این سناریو، گردشگری بازار تاریخی وضعیت نسبتاً مطلوبی دارد و می‌تواند به‌عنوان یک فرصت توسعه‌ای عمل کند. در مقابل، نابرابری اجتماعی و ترویج مصرف‌گرایی از طریق رسانه‌ها در حال تشدید است که می‌تواند به تضعیف هویت فرهنگی منجر شود. توسعه مراکز خرید مدرن و تغییر الگوهای مصرف نیز در حال رشد است، اما هنوز به سطح بحرانی نرسیده است. در عین حال، برخی سیاست‌های کنترلی در حوزه مهاجرت و حمل‌ونقل شهری می‌تواند بخشی از فشارهای فضایی را کاهش دهد. این سناریو نشان‌دهنده «وضعیت ناپایدار اما قابل اصلاح» است و نقش مهمی به‌عنوان نقطه تصمیم‌گیری سیاستی دارد.

سناریو چهارم (بینابین با گرایش بحرانی بیشتر)

سناریو چهارم نسبت به سناریو سوم گرایش بیشتری به سمت وضعیت‌های بحرانی دارد. در این سناریو، نابرابری اجتماعی، فرهنگ مصرف‌گرایی و برخی تغییرات فرهنگی در وضعیت نامطلوب قرار گرفته‌اند. با این حال، گردشگری بازار تاریخی همچنان در وضعیت مطلوب قرار دارد و می‌تواند به‌عنوان یک عامل تعدیل‌کننده عمل کند. همچنین سیاست‌های مرتبط با کنترل مهاجرت و بهبود حمل‌ونقل شهری تا حدی توانسته‌اند از تشدید بحران جلوگیری کنند. در این سناریو، رسانه‌ها نقش دوگانه دارند؛ از یک سو به ترویج مصرف‌گرایی کمک می‌کنند و از سوی دیگر امکان تقویت آگاهی فرهنگی را نیز فراهم می‌سازند. این سناریو نشان‌دهنده «گذار ناپایدار به سمت وضعیت بحرانی» است که در صورت عدم مداخله می‌تواند به سناریوهای بدبینانه نزدیک شود.

این گروه از سناریوها در شرایطی شکل می‌گیرند که عدم قطعیت‌های عمیق به‌صورت محدود و کنترل‌شده بروز یافته و اثر آن‌ها به‌صورت تدریجی و غیرگسسته در ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و کالبدی بازار تاریخی تبریز ظاهر می‌شود.

جدول ۱۳. وضعیت پیشران‌های کلیدی در سناریوهای نسبتاً مطلوب (سناریو ۳ و ۴)

عوامل کلیدی	نابرابری و شکاف طبقاتی	رسانه‌ها	گردشگری	فرهنگ مصرفی	مراکز خرید نوین	مک‌دونالدیزه شدن	وضعیت حمل و نقل	مهاجرت
سناریو	کد	وضعیت	کد	وضعیت	کد	وضعیت	کد	وضعیت
سناریو سوم	A3	بحران	B3	بحرانی	C1	مطلوب	D3	بحرانی
سناریو چهارم	3	بحران	B2	بینابین	C1	مطلوب	D3	بحرانی
وضعیت	مطلوب:0	مطلوب:0	مطلوب:0	مطلوب:0	مطلوب:0	مطلوب:0	مطلوب:0	مطلوب:0
عوامل کلیدی	بینابین:6	بینابین:2	بینابین:0	بینابین:3	بینابین:0	بینابین:1	بینابین:0	بینابین:7
	بحرانی:1	بحرانی:5	بحرانی:7	بحرانی:4	بحرانی:7	بحرانی:6	بحرانی:7	بحرانی:0

ساختاری شهری به‌شدت بر بازار تاریخی تأثیر گذاشته‌اند. مراکز خرید مدرن و الگوهای مصرفی جدید جایگزین تدریجی بازار تاریخی شده‌اند. همچنین افزایش مهاجرت به شهرها و رشد وسایل نقلیه شخصی باعث تشدید فشارهای فضایی و ترافیکی شده است. در این سناریو، رسانه‌ها بیشتر نقش تقویت‌کننده الگوهای مصرفی را ایفا می‌کنند تا تقویت هویت فرهنگی. گردشگری نیز به دلیل ضعف در سیاست‌گذاری، کارکرد مؤثر

گروه سوم: سناریوهای بحرانی و نسبتاً بحرانی

سناریو پنجم (بحرانی نسبی)

سناریو پنجم یکی از سناریوهای بحرانی است که در آن بیشتر پیشران‌های کلیدی در وضعیت نامطلوب قرار دارند. در این وضعیت، فرهنگ مصرف‌گرایی، نابرابری اجتماعی و تغییرات

پیشران‌های کلیدی در وضعیت بحرانی قرار دارند و هیچ عامل تعدیل‌کننده مؤثری وجود ندارد. در این وضعیت، نابرابری اجتماعی، مصرف‌گرایی شدید، گسترش بی‌رویه مراکز خرید و ضعف کامل در سیاست‌های شهری موجب تضعیف کامل جایگاه بازار تاریخی شده است. همچنین مهاجرت گسترده، بحران حمل‌ونقل و نبود توجه به گردشگری فرهنگی باعث شده بازار تاریخی کارکرد اقتصادی و اجتماعی خود را تا حد زیادی از دست بدهد. در این سناریو، بازار تاریخی از یک فضای فعال شهری به یک فضای فرسوده و کم‌کارکرد تبدیل می‌شود که نیازمند مداخله فوری و اساسی است.

براساس نمره اثرگذاری در جدول شماره ۱۱، سناریو هفتم و ششم و پنجم دارای امتیاز ۱۱۴ و ۱۱۲ و ۱۰۴ می‌باشند که براساس وابستگی وضعیت پیشران‌های کلیدی در رتبه اول و دوم و چهارم احتمال وقوع بالا دارند. وقوع این سناریوها عمدتاً در شرایط فعال شدن عدم قطعیت‌های عمیق مانند بحران‌های اقتصادی، تشدید نابرابری، تحولات فناورانه کنترل‌نشده و تنش‌های ژئوپلیتیکی قابل تبیین است که موجب تشدید روندهای بحرانی در سیستم می‌شود.

جدول ۱۴. وضعیت پیشران‌های کلیدی در سناریوهای بحرانی (سناریو ۵ و ۶ و ۷)

عوامل کلیدی	نابرابری و فاصله طبقاتی	رسانه‌ها	گردشگری	فرهنگ مصرفی	مراکز خرید نوین	مک	وضعیت حمل و نقل	مهاجرت
سنار	وضعیت	وضعیت	وضعیت	وضعیت	وضعیت	وضعیت	وضعیت	وضعیت
سنار	A3	B3	C3	D3	E3	D3	G3	H3
یو	بحرانی	بحرانی	بینابین	بحرانی	بحرانی	بینابین	بحرانی	بحرانی
پنجم								
سنار	A3	B3	C3	D3	E3	D3	G3	H3
یو	بحرانی	بحرانی	بینابین	بحرانی	بحرانی	بینابین	بحرانی	بحرانی
ششم								
سنار	A3	B3	C3	D3	E3	D3	G3	H3
یو	بحرانی	بحرانی	بینابین	بحرانی	بحرانی	بینابین	بحرانی	بحرانی
هفتم								
وضعیت	مطلوب:0	مطلوب:0	مطلوب:0	مطلوب:0	مطلوب:0	مطلوب:0	مطلوب:0	مطلوب:0
یت								
عوام	بینابین:0	بینابین:0	بینابین:1	بینابین:0	بینابین:۱	بینابین:۱	بینابین:0	بینابین:0
ل								
کلید	بحرانی:۳	بحرانی:۳	بحرانی:۲	بحرانی:۳	بحرانی:۳	بحرانی:۲	بحرانی:۳	بحرانی:۳
ی								

عدم قطعیت‌ها در سه گروه مطلوب، نسبتاً مطلوب با حفظ وضعیت موجود و بحرانی دسته بندی شده است.

خود را از دست داده است. بازار تاریخی در این سناریو در معرض تضعیف تدریجی نقش فرهنگی و اقتصادی قرار دارد.

سناریو ششم (بحرانی شدید)

سناریو ششم وضعیت بحرانی‌تری نسبت به سناریو پنجم دارد. در این سناریو، تقریباً تمامی پیشران‌های کلیدی در وضعیت بحرانی قرار گرفته‌اند و تنها برخی عناصر محدود در وضعیت بینابین هستند. در این وضعیت، بازار تاریخی با کاهش شدید کارکردهای اقتصادی و اجتماعی مواجه است. فرهنگ مصرف‌گرایی و گسترش مراکز خرید مدرن به‌طور کامل بر ساختار سنتی بازار غلبه کرده‌اند. افزایش مهاجرت، رشد جمعیت شهری و مشکلات حمل‌ونقل نیز باعث کاهش دسترسی‌پذیری به بافت تاریخی شده است. همچنین گردشگری در این سناریو به‌شدت تضعیف شده و نقش اقتصادی بازار کاهش یافته است. بازار تاریخی در این سناریو به سمت «حاشیه‌نشینی عملکردی» در ساختار شهری حرکت می‌کند.

سناریو هفتم (بدترین حالت ممکن)

سناریو هفتم بدبینانه‌ترین و بحرانی‌ترین وضعیت ممکن برای آینده بازار تاریخی تبریز است. در این سناریو، تمامی

طبق جدول ۱۵ وضعیت‌های احتمالی حاکم بر آینده بازار تاریخی تبریز با توجه به سناریوها با در نظر گرفتن وضعیت

جدول ۱۵. گروه بندی سناریوهای با سازگاری بالا

گروه	شماره سناریو	وضعیت سناریو	وضعیت آینده بازار تاریخی تبریز	وضعیت عدم قطعیت های عمیق (Wild Cards)
گروه اول	سناریو اول و دوم	سناریوی مطلوب	شرایط بسیار مطلوب یا تحقق بهترین وضعیت برای آینده بازار تاریخی تبریز	عدم قطعیت ها در سطح حداقلی و کنترل شده (ثبات اقتصادی، اجتماعی و فناورانه)
گروه دوم	سناریو سوم و چهارم	سناریوهایی نسبتاً مطلوب با حفظ وضعیت موجود	حفظ وضع موجود و احتمال وقوع تغییر برای اصلاح وضع بازار تاریخی تبریز در آینده	عدم قطعیت ها در سطح متوسط و نوسانی با اثر تدریجی بر ساختار بازار
گروه سوم	سناریو پنجم، ششم و هفتم	سناریوهایی با نامناسب و بحرانی	وقوع بدترین و بحرانی ترین حالت ممکن برای آینده بازار تاریخی تبریز	تشدید عدم قطعیت های عمیق (بحران اقتصادی، نابرابری اجتماعی، تنش های ژئوپلیتیکی، شوک های فناورانه و بحران سلامت)

سیاست ها و راهبردهای اجرایی سناریوها

در ادامه فرآیند سناریونگاری آینده بازار تاریخی تبریز، به منظور تبدیل یافته های حاصل از تحلیل سناریوها به چارچوبی قابل استفاده در تصمیم گیری و برنامه ریزی شهری، مجموعه ای از سیاست ها و راهبردها برای هر یک از سناریوهای شناسایی شده تدوین گردید. در این بخش، هر سناریو به عنوان یک وضعیت محتمل در آینده بازار تاریخی تبریز در نظر گرفته شده و بر اساس ویژگی ها، وضعیت پیشران های کلیدی و پیامدهای آن، مجموعه ای از سیاست های کلان و راهبردهای اجرایی استخراج شده است. سیاست ها به عنوان جهت گیری های کلی و سطح کلان در نظام مدیریت شهری و حفاظت از بافت تاریخی تعریف شده اند، در حالی که راهبردها به عنوان اقدامات عملیاتی و اجرایی در راستای تحقق یا مدیریت شرایط هر سناریو ارائه شده اند. هدف از این طبقه بندی، ایجاد پیوند میان تحلیل آینده پژوهانه و حوزه تصمیم سازی و برنامه ریزی شهری است؛ به گونه ای که بتوان از نتایج سناریوها برای هدایت مداخلات، حفاظت از ارزش های تاریخی-فرهنگی و ارتقای عملکرد بازار تاریخی تبریز بهره برداری نمود.

سناریو اول در سناریو مطلوب، سیاست گذاری شهری بر پایه حفاظت یکپارچه از بازار تاریخی تبریز و تقویت نقش آن به عنوان هسته هویتی شهر شکل می گیرد. در این وضعیت، رویکرد اصلی مدیریت شهری بر کنترل توسعه های ناسازگار، به ویژه گسترش مراکز خرید مدرن در پیرامون بافت تاریخی است تا از تضعیف کارکرد بازار جلوگیری شود. همزمان، گردشگری فرهنگی به عنوان یکی از محورهای اصلی توسعه شهری مورد توجه قرار می گیرد و بازار تاریخی به عنوان یک

مقصد تجربه محور تقویت می شود. در سطح راهبردی، تمرکز بر بازآفرینی بازار به عنوان یک فضای چندعملکردی

فرهنگی-اقتصادی است که علاوه بر کارکرد تجاری، نقش اجتماعی و فرهنگی نیز دارد. همچنین توسعه پیاده راه ها و ارتقای دسترسی پایدار به بافت تاریخی، موجب افزایش حضورپذیری و کیفیت تجربه شهری می شود. در این سناریو، بازار تاریخی نه تنها حفظ می شود، بلکه به یک قطب فعال شهری در مقیاس ملی تبدیل می گردد.

سناریو دوم در این سناریو، سیاست ها به سمت ایجاد تعادل میان توسعه شهری مدرن و حفاظت از بافت تاریخی حرکت می کنند. به این معنا که مدیریت شهری تلاش می کند همزمان با رشد شهر، از فشار بیش از حد توسعه بر بازار تاریخی جلوگیری کند. گردشگری در این وضعیت به صورت کنترل شده توسعه می یابد و به جای تمرکز صرف بر جذب گردشگر، بر کیفیت تجربه و پایداری تأکید می شود. در سطح راهبردی، تلاش می شود بازار تاریخی بدون تغییرات شدید کالبدی، از طریق بهبود زیرساخت ها و مدیریت بهتر جریان های جمعیتی و حرکتی تقویت شود. حمل و نقل عمومی در اطراف بازار توسعه می یابد تا وابستگی به خودرو شخصی کاهش یابد. همچنین رسانه ها و سیاست های فرهنگی نقش مهمی در حفظ هویت تاریخی و جلوگیری از غلبه فرهنگ مصرف گرایی ایفا می کنند. این سناریو در واقع یک مسیر پایدار اما محافظه کارانه برای آینده بازار است.

سناریو سوم در سناریو بینابین، سیاست ها بیشتر جنبه تنظیم گر و کنترلی دارند و تلاش می شود بین روندهای متضاد شهری تعادل برقرار شود. از یک سو توسعه شهری و مراکز تجاری مدرن در حال گسترش است و از سوی دیگر تلاش هایی برای حفاظت از بازار تاریخی و تقویت گردشگری فرهنگی وجود دارد. بنابراین سیاست ها بیشتر ماهیت «مدیریت همزمان تضادها» را دارند. در سطح راهبردی، هدف اصلی جلوگیری از غلبه کامل توسعه مدرن بر بافت تاریخی است. به همین دلیل، تمرکز بر کنترل تدریجی توسعه های تجاری جدید

در اطراف بازار و هدایت بخشی از سرمایه‌گذاری‌ها به سمت احیای بافت تاریخی است. همچنین تلاش می‌شود فشار حمل‌ونقل و مهاجرت شهری به‌صورت نسبی کنترل شود تا از تشدید ناپایداری جلوگیری گردد. این سناریو بیشتر بیانگر یک وضعیت‌گذار است که آینده آن وابسته به کیفیت مداخله‌های سیاستی خواهد بود.

سناریو چهارم در این سناریو، شرایط به سمت ناپایداری بیشتری حرکت می‌کند و سیاست‌گذاری شهری بیشتر حالت واکنشی و اصلاحی پیدا می‌کند تا پیش‌گیرانه. در این وضعیت، نشانه‌هایی از بحران در حوزه نابرابری اجتماعی، مصرف‌گرایی و فشارهای شهری قابل مشاهده است، اما هنوز امکان کنترل نسبی وضعیت وجود دارد. راهبردها در این سناریو عمدتاً بر مداخلات تدریجی و اضطراری متمرکز هستند. به این معنا که تلاش می‌شود با محدودسازی توسعه مراکز خرید جدید در محدوده‌های حساس شهری، از تشدید فشار بر بازار تاریخی جلوگیری شود. همچنین پروژه‌های بازآفرینی در بخش‌های آسیب‌پذیر بازار اجرا می‌شود تا از فرسایش بیشتر جلوگیری شود. در این سناریو، بازار تاریخی در وضعیت شکننده‌ای قرار دارد که نیازمند مدیریت فعال و مستمر است.

سناریو پنجم در این سناریو، سیاست‌ها ماهیت کاملاً مداخله‌گرانه پیدا می‌کنند، زیرا بازار تاریخی در معرض تضعیف جدی قرار گرفته است. گسترش فرهنگ مصرف‌گرایی، رشد مراکز خرید مدرن و فشارهای جمعیتی موجب کاهش نقش بازار در ساختار شهری شده است. در سطح راهبردی، تمرکز اصلی بر بازآفرینی اضطراری بازار و جلوگیری از تخریب بیشتر آن است. این امر شامل توقف توسعه‌های تجاری جدید در اطراف بازار و حمایت مستقیم از کسب‌وکارهای سنتی می‌شود. همچنین تلاش می‌شود از طریق تقویت گردشگری داخلی، بخشی از کارکرد اقتصادی بازار احیا شود. در این سناریو، بازار تاریخی نیازمند حمایت سیاستی مستقیم برای بقا است.

سناریو ششم در سناریو بحرانی شدید، سیاست‌ها وارد مرحله مدیریت بحران می‌شوند. در این وضعیت، بازار تاریخی با کاهش شدید عملکرد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مواجه است و نیاز به مداخلات فوری دارد. توسعه شهری مدرن به‌طور کامل بر بافت تاریخی غالب شده و کارکرد بازار به‌شدت تضعیف شده است. راهبردها در این سناریو بر تثبیت وضعیت موجود و جلوگیری از فروپاشی کامل متمرکز هستند. اقدامات شامل مرمت اضطراری، کنترل شدید توسعه‌های اطراف بازار و بازتوزیع کارکردهای شهری به خارج از بافت تاریخی است. همچنین تلاش می‌شود حداقل عملکرد اقتصادی بازار حفظ شود تا از حذف کامل آن از ساختار شهری جلوگیری گردد.

سناریو هفتم در این سناریو، بازار تاریخی در بحرانی‌ترین وضعیت ممکن قرار دارد و سیاست‌ها صرفاً بر «نجات حداقلی» متمرکز هستند. در این وضعیت، نابرابری اجتماعی، فشارهای جمعیتی، توسعه بی‌رویه شهری و ضعف کامل در حفاظت از میراث فرهنگی موجب شده بازار تاریخی در آستانه فروپاشی عملکردی قرار گیرد. در سطح راهبردی، اقدامات اضطراری برای جلوگیری از نابودی کامل بازار در اولویت قرار می‌گیرد. این اقدامات شامل توقف کامل توسعه‌های مخرب در اطراف بازار، مداخله مستقیم مدیریت شهری و بازسازی فوری بخش‌های حیاتی بازار است. همچنین تلاش می‌شود نقش اجتماعی بازار تا حد امکان احیا شود تا از تبدیل آن به یک فضای کاملاً فرسوده جلوگیری گردد.

در مجموع، سیاست‌ها و راهبردهای استخراج‌شده نشان می‌دهد که آینده بازار تاریخی تبریز به‌شدت وابسته به نحوه مدیریت تعارض میان توسعه مدرن شهری و حفاظت از میراث تاریخی است. در سناریوهای مطلوب، سیاست‌ها بر توسعه پایدار و تقویت هویت فرهنگی متمرکز هستند، در حالی که در سناریوهای بحرانی، اولویت اصلی بر مداخلات اضطراری، کنترل توسعه و جلوگیری از فروپاشی عملکردی بازار قرار دارد.

جدول ۱۶. سیاست‌ها و راهبردهای اجرایی ارائه شده برای هر یک از سناریوها

سناریو	سطح وضعیت	سیاست‌ها	راهبردها
سناریو اول (مطلوب) کامل - آینده ایده‌آل	تحقق بهترین وضعیت ممکن	سیاست حفاظت و احیای یکپارچه بازار تاریخی به‌عنوان محور هویت شهری، سیاست کنترل توسعه مراکز خرید مدرن در پیرامون بافت تاریخی، سیاست تقویت گردشگری فرهنگی-تجربه‌محور، سیاست کاهش وابستگی به خودرو شخصی در محدوده تاریخی، سیاست عدالت فضایی و کاهش نابرابری اجتماعی در مقیاس شهری	بازآفرینی بازار تاریخی به‌عنوان فضای چندعملکردی فرهنگی-اقتصادی، توسعه مسیرهای پیاده‌محور و دسترسی پایدار، ایجاد برند گردشگری ملی و بین‌المللی، تقویت اقتصاد محلی و کسب‌وکارهای خرد، یکپارچه‌سازی مدیریت شهری، میراث فرهنگی و گردشگری
سناریو دوم (مطلوب) پایدار	وضعیت مطلوب قابل استمرار	سیاست تعادل بین توسعه مدرن و حفاظت از بافت تاریخی، سیاست مدیریت کنترل‌شده گردشگری، سیاست	ارتقای عملکرد بازار تاریخی بدون تغییر کالبدی، توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل عمومی در پیرامون بافت، هدایت

سرمایه‌گذاری به سمت احیای بافت‌های فرسوده، کنترل توسعه مراکز خرید بزرگ در مرکز شهر، تقویت روایت‌های فرهنگی بازار در رسانه‌ها و آموزش عمومی	کاهش تدریجی شکاف‌های اجتماعی، سیاست بهبود حمل‌ونقل عمومی در محدوده بازار، سیاست حمایت از هویت فرهنگی در رسانه‌ها	ادامه وضعیت موجود با تغییرات تدریجی	سناریو سوم (بینابین - وضعیت گذار)
جلوگیری از گسترش بی‌رویه مراکز خرید، استفاده از ظرفیت گردشگری برای ایجاد تعادل اقتصادی، بهبود کیفیت فضای عمومی بدون مداخلات شدید کالبدی، مدیریت تدریجی مهاجرت، تقویت هم‌زیستی عملکردهای سنتی و مدرن در بازار	سیاست مدیریت همزمان توسعه مدرن و حفاظت میراثی، سیاست کنترل نسبی مصرف‌گرایی، سیاست حمایت هدفمند از گردشگری بازار، سیاست کاهش تدریجی فشار حمل‌ونقل شخصی، سیاست مداخله در جهت کاهش نابرابری اجتماعی	وضعیت شکننده با ریسک بالا	سناریو چهارم (بینابین با گرایش بحرانی)
اجرای پروژه‌های احیای اضطراری در بخش‌های آسیب‌پذیر، محدودسازی توسعه مراکز خرید در مناطق مرکزی، ایجاد مشوق برای بازگشت فعالیت‌های سنتی بازار، بهبود دسترسی حمل‌ونقل عمومی، تقویت نظارت بر تغییر کاربری‌های مخرب	سیاست کنترل بحران‌های اجتماعی-اقتصادی شهری، سیاست حفاظت اضطراری از بافت تاریخی، سیاست تعدیل فرهنگ مصرف‌گرایی، سیاست بهبود محدود گردشگری فرهنگی، سیاست مدیریت ترافیک در محدوده بازار	وضعیت بحرانی رو به تشدید	سناریو پنجم (بحرانی نسبی)
توقف توسعه مراکز خرید جدید در محدوده اثرگذار بازار، ایجاد برنامه‌های حمایتی برای کسبه بازار، بازطراحی دسترسی‌های شهری برای کاهش فشار ترافیکی، فعال‌سازی گردشگری داخلی، بازگرداندن کارکرد اجتماعی بازار به‌جای صرفاً تجاری	سیاست بازآفرینی اضطراری بازار تاریخی، سیاست مهار مصرف‌گرایی شهری، سیاست کاهش فشار ترافیکی و جمعیتی، سیاست حمایت از کسب‌وکارهای سنتی، سیاست بازتعریف نقش گردشگری شهری	بحران ساختاری و عملکردی	سناریو ششم (بحرانی شدید)
اجرای پروژه‌های فوری مرمت و تثبیت کالبدی بازار، انتقال بخشی از فعالیت‌های تجاری مدرن به خارج از بافت تاریخی، ایجاد محدودیت‌های جدی ورود خودرو، تدوین برنامه نجات گردشگری فرهنگی، تمرکز بر حفظ حداقل عملکرد اقتصادی بازار	سیاست مداخله ساختاری برای جلوگیری از فروپاشی بازار، سیاست بازتوزیع کارکردهای شهری، سیاست کنترل شدید توسعه تجاری مدرن، سیاست احیای اضطراری هویت فرهنگی، سیاست مدیریت بحران حمل‌ونقل و دسترسی	وضعیت فروپاشی عملکردی	سناریو هفتم (بحرانی‌ترین حالت ممکن)
اجرای طرح نجات ملی بازار تاریخی تبریز، ممنوعیت کامل توسعه مراکز خرید در حوزه اثرگذار، احیای فوری عملکردهای پایه اقتصادی بازار، بازگرداندن نقش اجتماعی بازار به‌عنوان فضای عمومی شهری، مداخله مستقیم دولت و شهرداری برای تثبیت وضعیت	سیاست مداخله بحران برای جلوگیری از نابودی بازار، سیاست احیای اضطراری میراث فرهنگی، سیاست بازسازی ساختار اقتصادی بافت تاریخی، سیاست کنترل شدید مهاجرت و فشار شهری، سیاست توقف کامل توسعه‌های مخرب شهری		

بحث و نتیجه‌گیری

بازارهای تاریخی در کلان‌شهرها در پی تحولات نظام اقتصادی معاصر، گسترش اقتصاد سرمایه‌داری، تغییر الگوهای مصرف و دگرگونی ساختارهای فضایی شهرها، با نوعی گسست کالبدی و کارکردی مواجه شده‌اند. این دگرگونی‌ها موجب شده است که نقش سنتی بازارها به‌عنوان نهادهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تا حدی تضعیف شده و در رقابت با فضاهای نوین تجاری مانند مراکز خرید و مجتمع‌های تجاری قرار گیرند. در این میان، بازار تاریخی تبریز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین میراث‌های شهری، همچنان واجد ظرفیت‌های چندبعدی در حوزه هویت فرهنگی، تعاملات اجتماعی و اقتصاد شهری است. در این پژوهش، با بهره‌گیری از رویکردهای آینده‌پژوهی شامل تحلیل لایه‌ای علت‌ها، تحلیل ساختاری و روش سناریونویسی، مجموعه‌ای از ۲۱ عامل مؤثر شناسایی و در نهایت ۸ پیشران کلیدی برای تبیین آینده بازار تاریخی تبریز استخراج شد. سپس با ترکیب وضعیت‌های مختلف این عوامل، سناریوهای بدیل آینده در قالب سه دسته سناریوهای مطلوب، بینابین و بحرانی

تدوین گردید. سناریوهای تدوین‌شده در این پژوهش بر مبنای تحلیل پیشران‌های کلیدی و ترکیب وضعیت‌های متفاوت آن‌ها در شرایط عدم قطعیت‌های محیطی شکل گرفته است. این سناریوها به‌عنوان مسیرهای بدیل آینده، بیانگر طیفی از امکان‌پذیری‌های محتمل در تحول نقش بازار تاریخی تبریز هستند و مبنای تدوین سیاست‌ها و راهبردهای توسعه‌ای قرار گرفته‌اند.

سناریوهای به‌دست‌آمده در واقع بازتابی از تعامل عدم قطعیت‌های محیطی و تغییرپذیری عوامل کلیدی هستند و به‌عنوان مسیرهای بدیل آینده، امکان درک طیف متنوعی از وضعیت‌های محتمل را فراهم می‌سازند. سناریوی مطلوب بر احیای نقش بازار در ساختار شهری و تقویت کارکردهای فرهنگی-گردشگری تأکید دارد، در حالی که سناریوهای بحرانی بیانگر تشدید فشارهای اقتصادی، اجتماعی و کالبدی و تضعیف جایگاه بازار در نظام شهری هستند. سناریوهای بینابین نیز نمایانگر وضعیت گذار و امکان اصلاح تدریجی ساختار موجود می‌باشند. بر این اساس، سناریونویسی انجام‌شده نه

بازار تاریخی تبریز، مجموعه‌ای از راهکارهای کلان در راستای هدایت آینده پایدار به شرح زیر قابل ارائه است:

اتخاذ سیاست‌های کنترل و مدیریت مهاجرت به شهر تبریز و محدوده بافت تاریخی بازار به منظور جلوگیری از افزایش بی‌رویه جمعیت در هسته مرکزی شهر و کاهش فشارهای کالبدی، اجتماعی و خدماتی بر بافت تاریخی.

برنامه‌ریزی برای توسعه درون‌زا و پایدار بازار تاریخی تبریز در چارچوب سیاست‌های توسعه شهری پایدار، از طریق ایجاد فضاهای میان‌افزا با حفظ الگوی کالبدی سنتی، بهره‌گیری از مصالح بومی و تلفیق روش‌های ساخت سنتی و نوین در تقویت ساختار فیزیکی بازار.

ایجاد و تقویت فرصت‌های شغلی پایدار برای کسبه، تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی با تأکید بر حمایت از کسب‌وکارهای سنتی، صنایع دستی و تولیدات بومی در راستای ارتقای اقتصاد محلی و تقویت نقش اقتصادی بازار.

سامان‌دهی فضایی و عملکردی بازار تاریخی تبریز از طریق ایجاد فضاهای چندمنظوره، ارتقای کارکردهای تجاری، فرهنگی و اجتماعی، مرمت و بهسازی بخش‌های فرسوده و جلوگیری از گسترش بی‌رویه مراکز خرید مدرن در پیرامون بافت تاریخی.

توسعه و بهبود نظام حمل‌ونقل پایدار در محدوده بازار شامل ارتقای حمل‌ونقل عمومی، کاهش وابستگی به خودرو شخصی و ترویج الگوی حرکت پیاده‌محور در راستای افزایش دسترسی‌پذیری، کاهش ترافیک و تقویت حیات اجتماعی بازار.

صرفاً یک تصویرسازی توصیفی، بلکه چارچوبی تحلیلی برای پیوند میان وضعیت‌های محتمل آینده و تصمیم‌سازی‌های راهبردی است. در همین راستا، سیاست‌ها و راهبردهای ارائه‌شده در پژوهش، به‌عنوان ابزارهایی برای هدایت مسیر تحول بازار تاریخی تبریز در جهت حفظ هویت، افزایش پایداری و ارتقای نقش آن در ساختار شهری قابل تفسیر هستند. که می‌تواند به‌عنوان مبنای تصمیم‌گیری در مدیریت و برنامه‌ریزی این پهنه تاریخی مورد استفاده قرار گیرد.

در مجموع، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که آینده بازار تاریخی تبریز وابسته به نحوه مدیریت پیشران‌های کلیدی و جهت‌دهی سیاست‌های شهری است و می‌تواند در طیفی از وضعیت‌های بسیار مطلوب تا بحرانی نوسان داشته باشد. بنابراین، بهره‌گیری از رویکرد سناریوپردازی به‌عنوان ابزاری برای کاهش آب‌هام در تصمیم‌گیری و افزایش انعطاف‌پذیری در برنامه‌ریزی شهری، ضرورتی اساسی در مدیریت آینده این میراث ارزشمند محسوب می‌شود.

راهکارها

با توجه به جامعیت مدل ارائه‌شده مبتنی بر روش تحلیل لایه‌ای علت‌ها، این چارچوب قابلیت تعمیم به سایر بازارهای تاریخی در شهرهای مختلف را نیز داراست. بدین معنا که با تغییر شرایط محیطی، اقتصادی، اجتماعی و کالبدی هر شهر، امکان بازتعریف وزن و اهمیت عوامل کلیدی و پیشران‌ها وجود دارد و در نتیجه می‌توان متناسب با ویژگی‌های هر بستر، سناریوهای آینده و سیاست‌های توسعه‌ای ویژه‌ای تدوین نمود. در مورد

References

- Abdi, Z., & Gholami, M. (2010). *Traditional Iranian markets (with emphasis on physical organization and revival of social interactions)*. Tahan Gostar, Tehran. (In Persian)
- Ahoor, I., Jajarmi, K., Nazarian, A., & Moshiri, R. (2012). From Bazaar to Mega-Mall. *Amayesh Mohit*, 6(20), 145-176. (In Persian)
- Assari, A., Mahesh, T. M., Emtehani, M. R., & Assari, E. (2011). Comparative sustainability of bazaar in Iranian traditional cities: Case studies in Isfahan and Tabriz. *International Journal on Technical and Physical Problems of Engineering*, 3(4), 20-25
- Ashraf, A. (1980). *Historical obstacles to the growth of capitalism in Iran during the Qajar period*. Tehran. (In Persian)
- Arcade, J., Godet, M., Francis, M., & Fabrice, R. (2008) Structural analysis with the MICMAC method & Actors' strategy with MACTOR method, *Futures research methodology v2*, AC/UNU Millennium project.
- Ambrosio, A., Lozano, M., & Hernandez, p. (2009). Prospective structural analysis: an application to rural development strategies, the 83rd annual conference of the agricultural economics society Dublin.

- Alavizadeh S. E. & Eslami S. G. (2019). Assessing the Contextualism of Contemporary Interventions in the Historical Fabric of Ardabil Traditional Bazaar with Emphasis on Fractal Dimension. *Iranian-Islamic Cities*, 10(37), 29-40. (In Persian)
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.2228639.1398.10.37.3.7>
- Biglari E. (1976). Iranian Bazaars. *Honar va Mardom*, 162. (In Persian)
- Bahmanesh Rad J. (2013). *In search of Tabriz city identity*. Ministry of Housing and Urban Development Tehran: Publications of the Center for Urban and Architectural Studies and Research Iran. (In Persian)
- Changizi N. & Ahmadian R. (2013). Investigating the Indicators of Urban Space Identity in the Historical Context: A Case Study of Kerman Bazaar. *Iranian-Islamic City Studies*, 11, 53-64. (In Persian)
- Derakhshani N., & Razeghi A. (2017). Physical and functional resilience in the historic bazaar of Tehran. *Iranian Journal of Restoration and Architecture*, 7, 135. (In Persian)
<http://mmi.aui.ac.ir/article-1-255-fa.html>
- Firouzi M. A., & Nasrabadi Z. (2014). The impact of modernism on the bazaar in Kashan. *Social Development*, 8(3), 53-74. (In Persian)
- Flamaki M. M. (1992). *The formation of architecture in the experiences of Iran and the West*. Nashr-e Faza Publications. (In Persian)
- Feizabadi M. (2015). Bazaar life, a new approach to design and recreate the ancient concept of the market in the contemporary era (case study: Mashhad Grand Bazaar). *Scientific-Specialized Idea*, 2(1), 3-14. (In Persian)
- Habibi L. & Mahmoudi Pati F. (2016). From Bazaar to Passage: An Analysis of the Evolution of Modern Commercial Spaces in Tehran. *Bagh-e Nazar*, 14(49), 43-52. (In Persian)
- Hakimian P. & Lak A. (2019). Investigating the Physical Coherence of the Historical Market of the Iranian City, A Comparative Study of the Historical Markets of Kerman and Shiraz. *Architecture and Urbanism*, 11(23), 111-130. (In Persian)
<https://doi.org/10.30480/aup.2019.717>
- Golkarian G. & Golkarian S. (2023). Identity and physical elements in the formation of architecture of traditional bazaars (Case study: Tabriz-covered Bazaar & Istanbul Kapalı Charshi). *Amazonia Investiga*, 12(67), 383-394. <https://doi.org/10.34069/AI/2023.67.07.33>
- Jait H. (1993). *Kufa emergence of the Islamic city*. (Abolhasan Sarvgad Moghadam Trans.). Mashhad: Islamic Research Foundation of Astan Quds Razavi.
- Khamachi B. (1996). *Tabriz Market through time*. Publications of the Chamber of Commerce and Industries of Tabriz, Tabriz. (In Persian)
- Khan Mohammadi A. (1989). Bazaar in Persian Literature. *Haft Shahr*, 20. (In Persian)
- Lak A. & Hakimian P. (2017). An Exploration of the Morphology of the Iranian Bazaar with an Approach to Spatial Theories of the City: Case Studies: Shiraz and Kerman Bazaar. *Sofeh*, 76, 109-134. (In Persian) <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.1683870.1396.27.1.7.7>
- Masoudi Nejad R. (2016). A Comparative Study of Commercial Market and Social Market with a Focus on the Historical Markets of Dezful and Shushtar as Commercial Markets. *Iranian Architecture Studies*, 5(10), 73-100. (In Persian)
- Miles L. & Keenan M. (2003). Organizing a Technology Foresight Exercise. Technology Foresight for Organizers, Ankara, Turkey.
- Mohammadi Kalan A. & Oliveira E. (2015). The sustainable architecture of bazaars and its relation with social, cultural and economic components (Case study: The historic bazaar of Tabriz). *International Journal of Architecture and Urban Development*, 5(4), 5-12.
- Pashazadeh M. (2009). *Investigating the role and function of Khoy market*. [Master's thesis, Islamic Azad University Central Tehran Branch, Faculty of Literature and Human Sciences, Department of Human Geography]. (In Persian)
- Pourghorban A., Arghan A., Karkehabadi Z. The Futures studies of the management of urban

- valuable historical contexts 'Case study: District 8 of Tabriz Metropolitan Municipality. JFCV 2023; 3 (4). (In Persian). <http://jvfc.ir/article-1-208-fa.html>
- Saadnia, A. (2009). Definitions and Concepts of Iranian Urban Markets. *Abadi*, 19(64), 6-9. (In Persian)
- Samaei, N. & Ghasemi, B. (2009). *Iranian Bazaar an experience in documenting Iranian bazaars*. Jihad University Press, Tehran Branch. (In Persian)
- Shabaneh, R. (2016). Bazaar and Bazaar People in Islamic Civilization. *Parseh*, 27, 97-132. (In Persian)
- Shafaqi, Siros. (1999). The role of the bazaar in the structure of the Islamic city. *Geographical Research Quarterly*, Nos. 55-56, 63-87. (In Persian)
- Shafaqi, Siros. (2006). *The Grand Bazaar of Isfahan*. Isfahan Center for Isfahan Studies and the House of Nations, Cultural and Recreational Organization of Isfahan Municipality. (In Persian)
- Shakur, T., Hafiz, R., Vural Arslan, T., & Cahantimur, A. (2012). Economy and culture in transitions: A comparative study of two architectural heritage sites of bazaars and hans of Bursa and Dhaka. *Archnet-IJAR International Journal of Architectural Research* 6(3). <https://doi.org/10.26687/archnet-ijar.v6i3.117>
- Shokouei, H. (1994). *New perspectives in urban geography*. 1. Samt. (In Persian)
- Shabani, & Kamyab (2012). Urban policy in the contemporary history of Iran (1920-1941) with emphasis on public spaces of Tehran. *Bagh-e Nazar*, 9(23), 83-92. (In Persian)
- Soltanzadeh, Hossein. (2007). *Iranian Bazaars*. Tehran: Daftar-e Pajuhesh-haye Farhangi, 4th ed. (In Persian)
- Taghizadehvahed, N (2015) 'A Comparative Study of Covered Shopping Spaces: Covered Bazaars, Arcades, Shopping Malls, a thesis submitted to the graduate school of natural and applied sciences of middle east technical university, in partial fulfillment of the requirements for the degree of master of architecture in architecture 'February 2015. (In Persian)
- Wirth, Eugen. (1968). *Struktur wandlungen und Entwicklung stendenzen der orientalische stadt*. Bonn: Erdkunde.
- Vadadhir, A. (2004). The market as a social reality is a theoretical introduction to sociology. *Journal of the Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Tabriz*.
- Ziyadeh, M. (2017). Revitalization of cultural and aesthetical assets of Iranian traditional bazaar. *International Journal of Architecture & Planning*, 5(2), 234-251.

منابع

- آهور، ا.، جاجرمی، ک.، نظریان، ا.، و مشیری، ر. (۱۳۹۱). از بازار تا بزرگ بازار (مگامال). *فصلنامه آمایش محیط*، ۶ (۲۰)، ۱۴۵-۱۷۶.
- احمد اشرف. (۱۳۵۹). *موانع تاریخی رشد سرمایه داری در ایران دوره قاجاریه*. تهران.
- بیگلری، اسفندیار. (۱۳۵۵). *بازارهای ایران، مجله هنر و مردم*، (۱۶۲).
- بهمنش راد، ج. (۱۳۹۲). *در جستجوی هویت شهری تبریز، وزارت مسکن و شهرسازی، مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری*.
- پاشازاده، م. (۱۳۸۸). *بررسی نقش و عملکرد بازار خوی پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی*.
- پورقربان، عادل؛ ارغان، عباس؛ کرکه آبادی، زینب. (۱۴۰۱). آینده پژوهی مدیریت بافت های با ارزش تاریخی شهری: مطالعه موردی منطقه ۸ شهرداری کلان شهر تبریز. *چشم انداز شهرهای آینده*، ۳ (۴)، ۴۳-۶۴.
- جعیط، ه. (۱۳۷۲). *کوفه: پیدایش شهر اسلامی، (ابوالحسن سروق مقدم، مترجم)، بنیاد پژوهش های اسلامی آستان قدس رضوی*.
- حبیبی، ل.، و محمودی پاتی، ف. (۱۳۹۵). *از بازار تا پاساژ: تحلیلی بر سیر تحولات فضاهای تجاری مدرن در شهر تهران*. *فصلنامه باغ نظر*، ۱۴ (۴۹)، ۴۳-۵۲.
- حکیمیان، پ.، و لک، آ. (۱۳۹۸). *واکاوی انسجام کالبدی بازار تاریخی شهر ایرانی: مطالعه تطبیقی بازارهای تاریخی کرمان و شیراز*. *فصلنامه معماری و شهرسازی*، ۱۱ (۲۳)، ۱۱۱-۱۳۰.

- خامچی، ب. (۱۳۷۵). *بازار تبریز در گذر زمان*. انتشارات اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز.
- خان محمدی، ا. (۱۳۶۸). بازار در ادب. *نشریه هفت‌شهر* (۲۰).
- چنگیزی، ن.، و احمدیان، ر. (۱۳۹۲). بررسی شاخص‌های هویت فضای شهری در بافت تاریخی: نمونه موردی بازار کرمان. *فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات شهر ایرانی/اسلامی* (۱۱)، ۵۳-۶۴.
- درخشانی، ن.، و رازقی، ع. (۱۳۹۶). تاب‌آوری کالبدی و عملکردی در بازار تاریخی تهران. *دوفصلنامه علمی-پژوهشی مرمت و معماری ایران*، ۷، ۱۳۵.
- سلطان زاده، حسین. (۱۳۸۶). بازارهای ایرانی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ چهارم.
- سعدنیا، ا. (۱۳۸۸). تعاریف و مفاهیم بازارهای شهری ایران. *فصلنامه آبادی*، ۱۹ (۶۴)، ۹-۶.
- شبان، ر. (۱۳۹۵). بازار و بازاریان در تمدن اسلامی. *فصلنامه پارسه* (۲۷)، ۹۷-۱۳۲.
- شیخ زین‌الدین، ح. (۱۳۸۱). محورهای پژوهش بازار با رویکرد به آینده. *مجله هفت‌شهر* (۱۱).
- شکویی، ح. (۱۳۷۳). *دیدگاه‌های نو در جغرافیای شهری* (جلد ۱). تهران: سمت.
- شفقی، سیروس (۱۳۷۸). نقش بازار در ساختار شهر اسلامی، *فصلنامه تحقیقات جغرافیایی*، شماره ۵۵-۵۶: ۶۳-۸۷.
- شفقی، سیروس (۱۳۸۵). *بازار بزرگ اصفهان*. مرکز اصفهان‌شناسی و خانه ملل، سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان.
- صامعی، ن.، و قاسمی، ب. (۱۳۸۸). *بازار ایرانی: تجربه‌ای در مستندسازی بازارهای ایران*. نشر جهاد دانشگاهی، واحد تهران.
- عبدی، ز.، و غلامی، م. (۱۳۸۹). *بازارهای سنتی ایران: با تأکید بر ساماندهی کالبدی و احیای تعاملات اجتماعی*. طحان گستر.
- علوی‌زاده، س. ا.، و اسلامی، س. غ. ر. (۱۳۹۸). سنجش زمینه‌گرایی میان‌افزاهای معاصر در حریم بافت تاریخی بازار سنتی اردبیل: با تأکید بر بُعد برخالی. *فصلنامه شهرهای ایرانی-اسلامی*، ۱۰ (۳۷)، ۲۹-۴۰.
- فلامکی، م. م. (۱۳۷۱). *شکل‌گیری معماری در تجارب ایران و غرب*. نشر فضا.
- فیض‌آبادی، م. (۱۳۹۴). زیست بازار: رویکردی نو برای طراحی و بازآفرینی مفهوم کهن بازار در دوران معاصر (مورد مطالعه: بازار بزرگ ملل مشهد). *فصلنامه علمی-تخصصی/ایده*، (۲)، ۳-۱۴.
- فیروزی، م. ع.، و نصرآبادی، ز. (۱۳۹۳). تأثیر مدرنیسم در بازار کاشان. *توسعه اجتماعی*، ۸ (۳)، ۵۳-۷۴.
- لک، آ.، و حکیمیان پانته‌آ. (۱۳۹۶). کنکاشی در ریخت‌شناسی بازار ایرانی با رویکرد نظریه‌های فضایی شهر: موارد مطالعاتی بازار شیراز و کرمان. *نشریه صفه* (۷۶)، ۱۰۹-۱۳۴.
- مسعودی نژاد، ر. (۱۳۹۵). مطالعه تطبیقی بازار تجاری و بازار اجتماعی با نگاهی معطوف بازارهای تاریخی دزفول و شوشتر به عنوان بازار تجاری، *مطالعات معماری ایران*، (۱۰).
- ودادهیر، ا. ع (۱۳۸۳). *بازار به مثابه یک واقعیت اجتماعی: درآمدی نظری بر جامعه‌شناسی*. نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه تبریز.