

## واکاوی همسویی پویون های ایران در چهار دهه اخیر برگزاری نمایشگاه های جهانی با رویکرد زیست محیطی\*

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۲۷

کد مقاله: ۲۵۸۲۹

پریا درستی<sup>۱</sup>، رامتین مرتهب<sup>۲\*</sup>

### چکیده

توسعه پایدار، نوعی توسعه است که نیازهای امروز را برآورده می کند، بدون این که به توانایی نسل آینده در برآورده کردن نیازهایشان لطمه بزند. جهان امروز جهان تکثیر پدیده هاست، امروزه مرزهای جغرافیایی، انسان را از هم دور ساخته و فاصله میان انسان ها مفهوم زندگی جمعی و تعاملات انسانی را تغییر داده است. در این میان به فضایی نیاز است که حاصل حضور و همزمانی پدیده ها باشد. نمایشگاه، محلی برای کارکردهای متنوعی است که معماری و ساختار بصری آن حول محور ارتباطات در عرصه های گوناگون حیات بشر متمرکز گردیده است. اکسپوها فعالیت هایی هستند که از اواسط قرن نوزدهم سازماندهی شده اند و به ارتباط، گفتگو صلح بین کشورها کمک شایانی کرده اند. نمایشگاه های جهانی یک رویداد بسیار مهم و پر اهمیت در عرصه جهانی است. نمایشگاه های جهانی که همانند رویداد های بزرگ جهانی مشابه المپیک ها و جام جهانی هر چند سال یک بار برگزار می گردند و بازتاب گسترده جهانی به همراه دارند و با توجه به زمان طولانی برگزاری نمایشگاه که حدود شش ماه خواهد بود می توانند دروازه جدیدی به روی کشورها بگشایند و فرصت مناسبی برای معرفی فرهنگ و تمدن و توانمندی آن کشور به وجود آورند. پژوهش حاضر با هدف واکاوی همسویی پویون های ایران در چهار دهه اخیر برگزاری نمایشگاه های جهانی با رویکرد زیست محیطی است. روش تحقیق این پژوهش توصیفی-تحلیلی بوده و داده های پژوهش با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و اسنادی به دست آمده است. با توجه به یافته های تحقیق نتایج نشان می دهد با توجه به یافته های تحقیق نتایج نشان می دهد که پویون ایران در نمایشگاه سال ۲۰۱۵ میلان، ایتالیا نسبت به پویون های دیگر در چهار دهه اخیر برگزاری نمایشگاه های جهانی با رویکرد زیست محیطی همسویی بیشتری داشته است.

**واژگان کلیدی:** نمایشگاه جهانی، اکسپو، پویون / غرفه، توسعه پایدار، زیست محیطی

\*= این مقاله برگرفته از پایان نامه مقطع کارشناسی ارشد تحت عنوان طراحی و ارائه الگوی پویون ایران در نمایشگاه های جهانی، همسو با استراتژی های توسعه پایدار؛ نمونه موردی: اکسپوی ۲۰۲۵ در اوساکا - ژاپن در دانشگاه شهید اشرفی اصفهانی به نگارش نگارنده اول و راهنمایی نگارنده دوم در حال انجام می باشد.

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه معماری، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه غیر دولتی شهید اشرفی اصفهانی، اصفهان، ایران.

۲- استادیار و عضو هیئت علمی، گروه معماری و شهرسازی، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه غیردولتی شهید اشرفی اصفهانی، اصفهان، ایران.  
(نویسنده مسئول)

Ramtin.Mortaheb@Ut.Ac.ir

توسعه پایدار، نوعی توسعه است که نیازهای امروز را برآورده می‌کند، بدون این که به توانایی نسل آینده در برآورده کردن نیازهایشان لطمه بزند (ایزدی، هاشمی، ۱۳۹۵: ۱۰). معماری پایدار که در واقع زیرمجموعه طراحی پایدار است را شاید به توان یکی از جریان های مهم معاصر به حساب آورد که عکس العملی منطقی در برابر مسائل و مشکلات عصر صنعت به شمار می‌رود. برای مثال، ۵۰ درصد از ذخایر سوختی در ساختمان ها مصرف می‌شود که این به نوبه خود منجر به بحران های زیست محیطی شده و خواهد شد (روستائی و همکاران، ۱۷:۱۳۹۳) اکسپوها فعالیت های خاصی هستند که از اوایل قرن نوزدهم ساماندهی شدند و به ارتباط، گفتگو و صلح بین کشورها کمک شایانی کرده‌اند. (محمد سعادت پور، ۱۳۹۴: ۴۵). اساس اکسپوها، محلی برای کارکردهای متنوعی که معماری و ساختار بصری آن حول محور ارتباطات در عرصه‌های گوناگون حیات بشر متمرکز گردیده‌است. رویداری می‌باشد هر پنج سال یکبار برگزار می‌شود که ویتربینی باشکوه از دستاوردهای هر کشور در این نمایشگاه به اشتراک گذاشته می‌شود (میرظفرجویان، ۱۳۹۵: ۲۷). اکسپوها پدیده‌ای تازه‌ای نیستند. سابقه‌ی آن‌ها به زمانی که بازارهای بزرگ به طور منظم در شهرهایی که محل تلاقی راه‌های ارتباطی مهم بودند تشکیل می‌شد و توجه مردم را جلب می‌کرد و عائل ترقی و موفقیت ساکنین آن منطقه و رونق تجارت با همسایگان و سایر بازدیدکنندگان محسوب می‌شد. انبوه مردم که بعضاً از فاصله‌های بسیار دور، به این بازارها می‌آمدند و اقدام به مبادله می‌نمودند، موجب توسعه و گسترش این گونه بازارها در طول تاریخ گردید (میرظفرجویان، ۱۳۹۵: ۷۸).

نمایشگاه‌های جهانی موضوعاتی جهانی را که بازتاب تجربیات متنوع بشر هستند را در بر می‌گیرند. نمایشگاه جهانی (اکسپو) یک رویداد بسیار مهم و پراهمیت در عرصه جهانی است. اکسپو رویدادی غیرانتفاعی است و محلی برای نمایش دستاوردهای اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، علمی کشورها و دورنمای توسعه آن‌ها است. این نمایشگاه با نمایشگاه‌های تجاری که اغلب برگزار می‌گردد متفاوت است. اکسپو به نمایشگاه‌های جهانی که از اواسط قرن ۱۹م بر پا گردیده اطلاق می‌گردد. این نوع نمایشگاه‌ها عموماً دارای جنبه های انسانی، فرهنگی و اجتماعی هستند، اما نهایتاً و با توجه به طول مدت آن و حضور اغلب کشور های دنیا و سازمان ها و موسسات بین المللی، از جمله سازمان های زیرمجموعه سازمان ملل، مشارکت کنندگان و بازدید کنندگان به اهداف اقتصادی نیز دست پیدا می‌کنند. برگزاری اکسپو تابع شرایط خاصی است و شرایط آن از سوی کمیته بین المللی نمایشگاه‌ها تدوین می‌گردد. امروزه اکسپوها سومین رویداد مهم دنیا پس مسابقات جام جهانی فوتبال و بازی های المپیک محسوب می‌گردند. وجه تمایز اکسپو ها با سایر نمایشگاه‌ها در مدت زمان برگزاری آن و اهداف متفاوتی که در این دو رویداد دنبال می‌شود، است (میرظفرجویان - بازرگانی، ۱۸:۱۳۹۴). نمایشگاه جهانی، نامی کلی است برای نمایشگاه‌های بزرگی که در مدت زمان بیش از یک و نیم قرن گذشته، در شکلی ارتقاء یافته و در حال تکوین، محملی شده است برای عرضه ی دستاوردهای تاریخی (در حوزه های علم، صنعت و ...) و نیز داشته های فرهنگی و هنری \_ تمدنی ملت های شرکت کننده در آن. در کنار هم قرار گرفتن این دستاوردها و داشته ها، به ایجاد بازار اقتصادی \_ گردشگری بزرگی منجر می‌شود که به میزان جدی گرفته شدن از سوی دولت ها و جوامع مختلف، رویدادهای اقتصادی مطلوبی را رقم می‌زند (پهرامی، ۱۱:۱۴۰۰). پژوهش حاضر با توجه به چالش های ذکر شده به بررسی پویون های ایران در چهار دهه اخیر برگزاری نمایشگاه‌های جهانی می‌پردازد. همچنین در صدد پاسخ به این سوال است که پویون های ایران در چهار دهه اخیر برگزاری نمایشگاه‌های جهانی تا چه اندازه از لحاظ ایده و کانسپ، طراحی، با رویکرد زیست محیطی، همسو بوده اند؟

## ۲- پیشینه پژوهش

طاهر پور کلاتری، میرظفر جویان، (۱۳۸۷) در پژوهشی تحت عنوان شناسایی عوامل موثر بر موفقیت نمایشگاه‌های تخصصی بین المللی که روش تحقیق در آن به صورت کمی و کیفی ملاحظه شده‌است به نتایج حاصله رسیده‌اند که مهمترین عامل موفقیت نمایشگاه داشتن اهداف شفاف است. در این تحقیق تناسب نوع محصولات شرکت‌های دارای غرفه با اهداف نمایشگاه را اولین و مهمترین عامل موفقیت نمایشگاه می‌دانند و بر اساس یافته‌های پژوهش انتخاب فضای نمایشگاهی مناسب و دارای امکانات، انتخاب زمان مناسب برگزاری نمایشگاه و حداکثر بهره‌برداری از زمان برگزاری درصد موفقیت را افزایش می‌دهد. سبحانی، اسلامی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان بررسی و نقش اکسپوها بر معماری از گذشته تا امروز، روش تحقیق در این پژوهش به صورت توصیفی - تاریخی بیان شده است و نتایج حاصل از پژوهش عنوان دارد که بسیاری از الگوهای معماری و شهرسازی معاصر تاثیر پذیرفته از روندی هستند که اکسپوها در طول تاریخ انتخاب نموده‌اند. از این رو اکسپوها به عنوان بستری از رخدادهای معماری و حتی اجتماعی دارای ارزش‌های کالبدی فراوانی هستند، روند شکل‌گیری معماری پس از انقلاب صنعتی بیانگر آن است که اکسپوها تأثیری شگرف بر بایدها و نبایدهای معماری داشته‌اند. شفیع‌خانی، اخترکاو (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان اکسپو

۲۰۲۰ با رویکرد هویت معماری ایران که روش تحقیق در آن به صورت کیفی اجرا شده است، نتایج حاصل از پژوهش به نقاط مشترک معماری به عنوان اساسی ترین بخش در هویت و فرهنگ، سهمی حائز اهمیت در پژوهش به خود اختصاص می‌دهد. بر این اساس اهمیت پیام سیاسی و اجتماعی هویت معماری در نمایشگاه‌های جهانی مانند اکسپو، تجزیه و تحلیل نشانه‌های پیچیده اساسی قدرت معماری در روند شناخت هویت فرهنگی است. زارع‌زاده، رهبرنیا و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی تحت عنوان بازخوانی از هنر و سیاست در نمایشگاه‌های جهانی اکسپو (مطالعه نمونه موردی: نمایشگاه کریستال پالاس لندن ۱۸۵۱)؛ که روش تحقیق کیفی اجرا شده است، بر اساس نتایج به دست آمده نخبگان سیاسی- فرهنگی بریتانیا به سه روش از هنر بهره‌برداری کرده‌اند: طراحی معمارانه مبتنی بر ایده‌ای نوآورانه از ارزش‌های فناوری ساخت و ساز، تولید آثار با درجه کیفیت و کمیت پیشرفته صنعتی و نمایشی خلاقانه از صنایع دستی اقوام مستعمره. بکایی‌جزئی، سپجانی (۱۳۹۶) در مقاله ای تحت عنوان بررسی پویون ایران از گذشته تا اکنون در نمایشگاه‌های (اکسپو). این تحقیق به صورت ترکیبی انجام گردیده است و نتایج حاصل از پژوهش بیان این را دارد که ایران از جمله کشورهایی که بیشترین نمایشگاه‌ها را شرکت کرده و این امر حاکی از این است که پویون‌های ایران در هر دوره از لحاظ ایده، کانسپت و الگوهای طراحی معمارانه در تلاش همسو شدن با موضوع اکسپو و تکنولوژی دنیا بوده است. رثوفی، (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان طراحی غرفه ایران در اکسپو ۲۰۲۰ دبی با رویکرد، معماری ایرانی اسلامی. روش تحقیق توصیفی- تاریخی عنوان شده و بر اساس نتایج به دست آمده، طراحی اکسپو با هدف و کوشش در راه گسترش و افزایش صادرات کشور و ایجاد نمایشگاه‌های اختصاصی به منظور گردآوری امکانات تولیدی و فرآورده‌های صادراتی مطلوب کشور در یک جا صورت می‌گیرد که در نتیجه منجر به بهبود تجارت، امکان اختصاص دادن فضاهایی در طراحی برای گفتگوهای افراد با علایق مشترک، ایجاد مکانی برای یادگیری زبان توسط کنفرانس‌ها و اجلاس‌های متعدد با موضوعات مختلف می‌باشد. شیراوند، ملاصالحی، (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان طراحی غرفه ایران در اکسپو ۲۰۱۵ میلان که روش مطالعه در آن پژوهش به صورت کیفی صورت گرفته و بر اساس نتایج به دست آمده عنوان کرده است اکسپوها پدیده‌ای جهانی و مکانی برای نمایش دستاوردهای کشورها و دورنمای توسعه‌ی آنهاست. ظهور اکسپوها به معنای امروزشان مصادف بوده است با انقلاب صنعتی یعنی زمانی که هنر واقعی و یگانه جای خود را به تولیدات ماشینی و هنر تکثیر پذیر داد. ریوفی، (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان تاثیر رویکرد معماری ایرانی بر طراحی غرفه ایران اکسپو ۲۰۲۰ دبی که روش انجام تحقیق در آن به صورت ترکیبی عنوان شده و بر اساس نتیجه‌گیری و یافته‌های پژوهش؛ در عرصه معماری تلاش برای دستیابی به فضای همگن و همسو با تکنولوژی‌های جدید و ساماندهی فضایی ما را در ارائه معماری با هویت دو چندان می‌کند. سلطانی‌آذر، اخلاصی (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان متغیرها و ملاحظات موثر در طراحی پویون در اکسپو ۲۰۲۰ دبی که روش تحقیق در پژوهش به صورت ترکیبی می‌باشد و در نتیجه‌ای حاصل از پژوهش عنوان کرده است که ابزار و فناوری لازم در عصر جدید برای ارتباطات ذهنی انسان‌ها، ارتباطات دیجیتالی است و توجه به این نکات می‌تواند در خلق آینده‌ای بهتر برای انسانها مفید باشد.

### ۳- روش انجام پژوهش

در پژوهش حاضر، با توجه به ماهیت آن، روش گردآوری اطلاعات، کتابخانه ای- کیفی، راهبردی است؛ به طوری که از روش کتابخانه ای برای تهیه پیشینه تحقیق، چارچوب نظری و... به کمک کتاب، مقالات و تحقیقات استفاده شده و سپس تحلیل انجام شده است.

### ۴- مبانی نظری

در بخش مبانی نظری به بررسی کلمات کلیدی، نمایشگاه‌های جهانی (اکسپو)، پویون، توسعه پایدار، مولفه‌های پایدار، ایران در نمایشگاه‌های جهانی پرداخته شده است.

#### ۴-۱- نمایشگاه‌های جهانی (اکسپو)

نمایشگاه جهانی، نامی کلی است برای نمایشگاه‌های بزرگی که در مدت زمان بیش از یک و نیم قرن گذشته، در شکلی ارتقاء یافته و در حال تکوین، محملی شده است برای عرضه ی دستاوردهای تاریخی (در حوزه های علم، صنعت و ...) و نیز داشته های فرهنگی و هنری \_ تمدنی ملت های شرکت کننده در آن. در کنار هم قرار گرفتن این دستاوردها و داشته ها، به ایجاد بازار اقتصادی \_ گردشگری بزرگی منجر می شود که به میزان جدی گرفته شدن از سوی دولت ها و جوامع مختلف، رویدادهای اقتصادی مطلوبی را رقم می زند (بهرامی، ۱۴۰۰: ۱۱).

#### ۲-۴- پابیون

غرفه در معنی، ترکیبی احاطه کننده برای محل نمایش یا مکانی برای فروش کالا و ارائه خدمات است. غرفه، اصولاً الگویی از کار شرکت کننده است هر چه استادانه تر در طراحی و چیدمان عمل گردد به همان نسبت واقعیت شرکت بهتر انعکاس می یابد و باید به شکلی طراحی، ساخته، چیدمان و اداره گردد که به مثابه یک ویتترین، فلسفه وجودی و موضوع فعالیت شرکت را به نمایش بگذارد. غرفه فقط یک اثر هنری نیست بلکه قبل از هر چیزی محلی برای معرفی شخصیت شرکت و پیشبرد اهداف آن می باشد (میرظفرجویان - آوای فهیم، ۱۳۹۴: ۵۵).

#### ۳-۴- توسعه پایدار

توسعه پایدار، نوعی توسعه است که نیازهای امروز را برآورده می کند، بدون این که به توانایی نسل آینده در برآورده کردن نیازهایشان لطمه بزند (ایزدی، هاشمی، ۱۳۹۵: ۱۰).

#### ۴-۴- مولفه های پایدار

در واقع معماری پایدار را می توان نوعی از معماری دانست که نسبت به ویژگی ها، شرایط محیطی و مکانی پاسخگو بوده و از قابلیت های محیط پیرامون خود در راستای ایجاد شرایطی مطلوب استفاده می کند به طوری که کمترین آسیب را به محیط وارد کند. این نوع از معماری دارای مولفه های اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی است.

#### ۵-۴- معماری پایدار چیست؟

معماری پایدار که در واقع زیرمجموعه طراحی پایدار است را شاید به توان یکی از جریان های مهم معاصر به حساب آورد که عکس العملی منطقی در برابر مسائل و مشکلات عصر صنعت به شمار می رود. برای مثال، ۵۰ درصد از ذخایر سوختی در ساختمان ها مصرف می شود که این به نوبه خود منجر به بحران های زیست محیطی شده و خواهد شد (روستائی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۷). مفهوم پایداری در معماری این نیست که بناهایی خلق کنیم که صرفاً عمر زیادی را سپری کنند چون یک بنا با عمر چندین صد ساله با نیازهای زمان حال هماهنگی ندارند. معماری هایی را می توان پایدار نامید که به نیازهای زمان حال خود پاسخگو باشد. با کمی تأمل و مطالعه در بناهای سنتی در می یابیم که در خیلی از این بناها، شرایط فرهنگی، اقلیمی، اصالت و مصالح کاملاً رعایت شده است؛ اما با نیاز های معماری این زمان و نوع زندگی شهرنشینی و محدودیت های موجود هماهنگ نمی باشد. در مباحث نوین معماری پایدار سعی بر آن است تا از اثرات منفی معماری جدید بر محیط زیست کاسته شود و در عوض با بکار گیری مواد و مصالح همگون با محیط و طراحی ویژه اقلیمی در مصرف انرژی صرفه جویی به عمل آید. پس با توجه به زندگی و نیازهای امروز معماری و محدودیت در زمینه منابع انرژی، یک سری شاخص های کلی را می توان به عنوان اصول معماری پایدار معرفی کرد (میرزایی، ثبوتی، ۱۳۹۶: ۵).

#### ۶-۴- ایران در نمایشگاه های جهانی

در ایران و در گذشته های بسیار دور همانند دیگر کشورهای دنیا برپایی بازارهای مکاره بر سر راه مسیرهای تردد کاروان تجاری و تشکیل بازارچه های محلی جهت تبادل کالا و خدمات متداول بوده است ولی هیچ کدام از آن ها شکل نمایشگاه های امروزی را نداشته اند. با تمرکز قدرت در زمان هخامنشیان و وضع آداب و رسوم اجرای قوانین اداری و مالیاتی در زمان ساسانی برگزاری نمایشگاه در ایران شکل جدیدی پیدا کرد. در زمان صفویان در اصفهان یک بازار به سبک نمایشگاه ساخته شد، در زمان قاجاریه عباس میرزا نمایشگاه بزرگی در تبریز برپا کرد که در آن مصنوعات ایران نمایش داده می شد. در این نمایشگاه بازرگانانی از اتحاد جماهیر شوروی و عثمانی حضور پیدا می کردند. در سال ۱۲۴۸ خورشیدی ناصرالدین شاه در اولین سفر خود به غرب از نمایشگاه وین در اتریش بازدید کرد و پس از بازگشت، تحت تأثیر قرار گرفته و تصمیم گرفت مانند اروپایی ها مکانی را به طور ثابت به نمایشگاه اختصاص دهد. اولین اقدام نمایشگاهی ایرانیان حضور تعدادی از بازرگانان در سال ۱۲۳۵ هجری قمری (۱۸۱۱ میلادی) در زمان میرزا تقی خان امیرکبیر در کریستال پالاس لندن بود (بکایی جزئی، قاسمی، ۱۳۹۶: ۵). با توجه به سابقه تمدن بشری در ایران و وجود بازارها در کنار بناها، داخل شهرها و در مسیر راه های بازرگانی همچون جاده ابریشم که از ایران عبور می کرد، موید این مسئله است که از دیرباز ایرانیان علاقه و توجهی خاص به تجارت و ایجاد بازار و مبادلات اقتصادی - فرهنگی داشته اند. با گسترش جوامع و مبادلات، زمان، مکان، شکل و ساختار جوامع نیز دچار تغییرات و تحولات بسیاری گردید و به تدریج از حالت موقت به دائمی تبدیل گردید (میرظفرجویان - موعام، ۱۳۹۴: ۲۰). اولین حضور ایران در نمایشگاه های جهانی به سال ۱۸۶۷ برمی گردد. در این سال دولت ایران با نظارت مستقیم ناصرالدین شاه در سطح غرفه ی داخلی در نمایشگاه پاریس حضور رسمی به

هم رسانید. از این نمایشگاه تا نمایشگاه سال ۲۰۲۰ دوی، دولت ایران، جمعاً، در ۳۳ نمایشگاه جهانی و بین المللی تخصصی مشارکت رسمی داشته است (بانی مسعود، ۱۴۰۰:۶۶).

## ۵- پايون‌های ایران در چهار دهه اخير برگزاری نمایشگاه‌های جهانی

در جدول زیر پايون‌های ایران در چهار دهه اخير برگزاری نمایشگاه‌های جهانی مورد بررسی قرار گرفته اند.

جدول شماره ۱: بررسی پايون‌های ایران در چهار دهه اخير برگزاری نمایشگاه‌های جهانی: بانی مسعود، ۱۴۰۰،

### تنظیم: نگارندگان

سال	محل	موضوع	ویژگی‌های پايون‌های ایران	نگاره
۱۹۹۳	دانجئون	چالش مسیر جدید توسعه	طراحی توسط فرهاد احمدی، متشکل از سه مربع چیده شده در کنار یکدیگر به شکل حرف L، نمای غرفه در بدو ورود بیان گر سنت ها و نگرش مردم ایران به طبیعت و فضای زیست آنان بود، تصویر مینیاتوری از طبیعت، صحنه شکارگاه، عناصر طبیعی چون خورشید، ابر، کوه، درختان، خیمه گاه، کوشک، نقاره خانه، سردرهای ورودی و نرده های باغ، همگی تماشاچیان را با حال و هوای ایران آشنا می کردند. تماشاگران در این سیر و سیاحت از چند دروازه که معرف اعصار مختلف بود، می گذشتند، دروازه ای از معماری سنتی و بالخره دروازه ای از عصر صنعت پی در پی و به دنبال یکدیگر استقرار داشتند، موضوع: گذشته، حال، آینده، الهام از پل خواجهی اصفهان، الهام از میراث اسلامی ایران هم چون ارگ بم و خانه بروجردی ها در کاشان (اکبری، ۱۳۹۴:۱۱۷). طرح غرفه با همان مصالح و تکنولوژی که در نمایشگاه سال ۱۹۸۵ تُسوکوبا اجزا شده بود، دوباره با تغییراتی بسیار اندک ولی این بار با روایت و قصه ای کاملاً جدید در همین نمایشگاه و سپس برای بار سوم بدون دخل و تصرف در نمایشگاه سال ۱۹۹۸ لیسبون در پرتغال استفاده شد (بانی مسعود، ۱۴۰۰:۱۷۳).	 تصویر شماره (۱۲): پايون ایران در دانجئونگ (۱۹۹۳)؛ (مأخذ: <a href="http://www.iranexpo.com">www.iranexpo.com</a> )
۱۹۹۸	لیسبون	اقیانوس‌ها: میراثی برای آینده	همزمان با جشن ۱۵۵ ساله پرتغال، حضور کمرنگ ایران، ۳۲۰ مترمربع (اکبری، ۱۳۹۴:۱۱۸). ایران در این نمایشگاه در سطح غرفه ی داخلی مشارکت رسمی داشت. کارفرمای پروژه، مرکز توسعه ی صادرات ایران، بنا به دلایلی از جمله محدودیت زمانی و عدم برنامه ریزی بموقع و مشکلاتی از این دست، تصمیم گرفت طرح معماری غرفه را که سابق بر این در نمایشگاه‌های جهانی سال ۱۹۸۵ تُسوکوبا و سال ۱۹۹۳ دانجئون استفاده شده بود، دوباره مونتاژ و برای چندمین بار در این نمایشگاه به کار گیرد (بانی مسعود، ۱۴۰۰:۱۷۸).	 تصویر شماره (۱۳): پايون ایران در لیسبون (۱۹۹۸)؛ (مأخذ: <a href="http://www.iranexpo.com">www.iranexpo.com</a> )
۲۰۰۰	هانوفر	انسان، طبیعت، فناوری	تصویر همان باغ ایرانی (باغ بهشت)، مهم بودن نقش آب، به نمایش در آمدن هنرهای اسلامی مانند مینیاتور و معرق کاری، دارای دو نقش جانبی، یکی دانشمندان و فلاسفه، دیگری معماری ایرانی و ساخت و ساز پل ها، (اکبری، ۱۳۹۴:۱۱۸). غرفه با مساحت ۱۴۰۰ متر مربع و با طرحی از بابک زیرک، در صدد بازنمایی فرهنگ ایرانی با تأکید بر «باغ ایرانی» بود (بانی مسعود، ۱۴۰۰:۱۸۰).	 تصویر شماره (۱۴): پايون ایران در هانوفر (۲۰۰۰)؛ (مأخذ: <a href="http://www.iranexpo.com">www.iranexpo.com</a> )

 <p>تصویر شماره (۲-۱۴): پاوون ایران در آیچی ۲۰۰۵؛ (مأخذ: <a href="http://www.iranexpo.com">www.iranexpo.com</a>)</p>	<p>موضوع «هنر زندگی»، هنگام ورود به غرفه ایران بازدیدکننده با یک فرش بزرگ ایرانی مواجه می شد که نقوشی از علائم و نشانه های این نمایشگاه در میان گل و بته ی ایرانی بر آن نقش بسته بود، در داخل یک حیاط بزرگ که در مرکز آن یک استخر آب با مجموعه ای از نیمکت های اطراف آن وجود داشت، جریان هوا از بالا با سطح آب برخورد کرده و فضای نمایشگاه را خنک می کرد، عنصری که بیان گر پیش ایرانی و دانش سنتی ایران برای حفظ و نگهداری منابع، احترام به آن و شیوه استفاده از آن است (اکبری، ۱۳۹۴:۱۱۹). پاوون ایران با مساحت ۳۴۰ متر مربع، از جمله ی بناهای مدولار مکعب شکل ساخته شده توسط خود نمایشگاه بود و طبق قوانین و مقررات نمایشگاه ها، کشورهای خارجی حق دخل و تصرف در فرم و سازه ی آن ها را نداشتند، ولی می توانستند طرح نما و فضای داخلی شان را به سلیقه ی خود مجدداً طراحی کنند (بانی مسعود، ۱۴۰۰:۱۸۴).</p>	<p>حکمت طبیعت</p>	<p>آیچی</p>	<p>۲۰۰۵</p>
 <p>تصویر شماره (۱۵): پاوون ایران در شانگهای ۲۰۱۰؛ (مأخذ: <a href="http://www.pinterest.com">www.pinterest.com</a>)</p>	<p>طراحی سالن مستقل با معماری اسلامی ایرانی، موضوع فرعی تنوع فرهنگ شهری، وسعت تقریبی ۲۰۰۰ مترمربع، طراح؛ حمزه جهان آرا، برگرفته از سبک اصفهان، ایده پردازی از پل خواجو (اکبری، ۱۳۹۴:۱۱۹). عدم آشنایی با اصول معماری و نگاه سطحی به المان های معماری سنتی ایران باعث گردید فرم بیرونی پاوون بیشتر به یک قلعه ی نظامی شباهت یابد تا به بنایی در خور معماری ایرانی (بانی مسعود، ۱۴۰۰:۱۸۷).</p>	<p>شهریتر، زندگی بهتر</p>	<p>شانگهای</p>	<p>۲۰۱۰</p>
 <p>تصویر شماره (۱۶): پاوون ایران در میلان ۲۰۱۵؛ (مأخذ: <a href="http://www.exponews.net">www.exponews.net</a>)</p>	<p>پاوون ایران با طرح کامران صفا منش در جنوب شرقی سایت نمایشگاه و بین پاوون های غلات و کشور شیلی در قطعه زمینی مستطیل شکل قرار گرفته بود. موضوع و پاوون ایران «غذا و فرهنگ» با شعار «سفره ی جهانی، فرهنگ ایرانی» بود که متناسب با موضوع اصلی نمایشگاه انتخاب شده بود. طرح پاوون ایران با مساحت ۱۹۱۰ متر مربع در دو طبقه طراحی شده بود. کلیت کالبدی درون این پاوون از کنار هم قرارگیری تعداد کثیری واحد سلولی در کف فضای نمایشگاهی به نام «سرزمین» و در هفت بخش شکل گرفته بود که استعاره ای از هفت اقلیم ایران زمین داشت (بانی مسعود، ۱۴۰۰:۱۹۲).</p>	<p>تغذیه ی انسان های روی زمین، انرژی برای زندگی</p>	<p>میلان</p>	<p>۲۰۱۵</p>
 <p>تصویر شماره (۱۷): پاوون ایران در دوبی ۲۰۲۰؛ (مأخذ: <a href="http://www.pinterest.com">www.pinterest.com</a>)</p>	<p>پاوون ایران با عنوان «عمارت شهرزاد» و با موضوع «نگاه غیر قطعی به آینده ای سرشار از پتانسیل ها، تجلیل از مفهوم همدلی»، با زیربنای ۸۴۷/۷۵ مترمربع ساخته شد. عنوان استعاره ای پاوون، «عمارت شهرزاد» اشاره به شخصیت «شهرزاد» در هزار و یک شب دارد که در آن شهرزاد روایتگر اصلی قصه هاست (بانی مسعود، ۱۴۰۰:۱۹۶).</p>	<p>ارتباط اذهان، خلق آینده</p>	<p>دوبی</p>	<p>۲۰۲۰</p>

## ۶- واکاوی همسویی پايون‌های ایران در چهار دهه اخير برگزاری نمايشگاه‌های جهانی با رویکرد زیست محیطی

در جدول زیر همسویی پايون‌های ایران در چهار دهه اخير برگزاری نمايشگاه‌های جهانی با رویکرد زیست محیطی بررسی شده است.

جدول شماره ۲: واکاوی همسویی پايون‌های ایران در چهار دهه اخير برگزاری نمايشگاه‌های جهانی با رویکرد

پايون‌های ایران در چهار دهه اخير برگزاری نمايشگاه‌های جهانی							پايون
پايون ایران در نمايشگاه سال ۲۰۲۰	پايون ایران در نمايشگاه سال ۲۰۱۵	پايون ایران در نمايشگاه سال ۲۰۱۰	پايون ایران در نمايشگاه سال ۲۰۰۵	پايون ایران در نمايشگاه سال ۲۰۰۰	پايون ایران در نمايشگاه سال ۱۹۹۸	پايون ایران در نمايشگاه سال ۱۹۹۳	
دوبی، امارات متحده عربی	میلان، ایتالیا	شانگهای، چین	آیچی، ژاپن	هانوفر، آلمان	لیسبون، پرتغال	دائجون، کره ی جنوبی	رویکرد های مرتبط با استراتژی های پایدار
-	✓	-	-	-	-	-	_ توجه به اقليم
-	✓	-	-	-	✓	✓	_ توجه به سازه
✓	✓	-	-	-	-	-	_ سرمايش غيرفعال
-	✓	-	-	-	✓	✓	_ بازيافت مصالح و استفاده از مصالح پایدار
-	-	✓	✓	✓	✓	✓	_ نمادگرایی

## ۷- نتیجه گیری

توسعه پایدار، نوعی توسعه است که نیازهای امروز را برآورده می کند، بدون این که به توانایی نسل آینده در برآورده کردن نیازهایشان لطمه بزند نمايشگاه جهانی (اکسپو) یک رویداد بسیار مهم و پراهمیت در عرصه جهانی است. اکسپو محلی برای نمايش دستاوردهای اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، علمی کشورها و دورنمای توسعه آن ها است. این نمايشگاه با نمايشگاه‌های تجاری که اغلب برگزار می گردد متفاوت است. پژوهش حاضر با هدف واکاوی همسویی پايون‌های ایران در چهار دهه اخير برگزاری نمايشگاه‌های جهانی با رویکرد زیست محیطی است. روش تحقیق این پژوهش توصیفی- تحلیلی بوده و داده های پژوهش با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و اسنادی به دست آمده است. با توجه به یافته های تحقیق نتایج نشان می دهد که پايون ایران در نمايشگاه سال ۲۰۱۵ میلان، ایتالیا نسبت به پايون‌های دیگر در چهار دهه اخير برگزاری نمايشگاه‌های جهانی با رویکرد زیست محیطی همسویی بیشتری داشته است.

## منابع

۱. اکبری، ندا، (۱۳۹۴)، اکسپو، جهان در پوست معماری، انتشارات کتابکده کسری، ص ۳۲
۲. ایزدی، آریتا، هاشمی، امیرحسین (۱۳۹۵)، راهبردهای معماری پایدار، دفتر پژوهش های فرهنگی، ص ۱۹۵
۳. بانی مسعود، (۱۴۰۰)، ایران و نمايشگاه‌های جهانی: از غرفه ی ۱۸۶۷ پاریس تا پايون ۲۰۲۰ دوبی، انتشارات کتابکده کسری، ص ۱، ۱۵۶
۴. زارع زاده، فهیمه، (۱۳۹۹)، هنر، دولت و نمايشگاه جهانی، انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ص ۱۹۱
۵. سعادت پور، محمد، (۱۳۸۹)، تبلیغات در صنعت نمايشگاهی، انتشارات هراز: تهران، ص ۸۴
۶. عباسی، مریم، عباسی، کاظم، (۱۳۹۷)، اکسپو، مسیری به سوی آینده، انتشارات هرمان، ص ۱۲۲،۹
۷. قاسمی سیچانی، مریم، بکایی جزی، مطهره، (۱۳۹۶)، بررسی پايون ایران از گذشته تا اکنون در نمايشگاه‌های جهانی (اکسپو)، دومین کنگره بین المللی عمران، معماری و شهرسازی معاصر جهان، ص ۵،۲
۸. میرظفرجویان، سید حسین، (۱۳۹۴)، اکسپو (نمايشگاه جهانی)، انتشارات شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ص ۱۹۱،۱۶۴،۲۰،۱
۹. میرظفرجویان، سید حسین، (۱۳۹۴)، طراحی و غرفه آرایي نمايشگاه‌ها، انتشارات آوای فهیم: تهران ص ۶۸

10. Andersn,David.Gosselin, Viviane. (2008).Private and public memories of Expo 67:a case study of recollections of Montreal's Fair,40 years after the event.University of British Columbia.
11. Andersn,David(2009).Private and public memories of Expo 67:a case study recollections of Montreal's Word's,40 years after the event. University of British Columbia.
12. 12.Bjorner,Emma. (2010).Nation branding at world expositions.Sweden,s brand architecture at Expo 2010.Stockholms university.
13. Dupuy,Pierre. (1968).Expo 67:The official souvenir album.University of Toronto.
14. Evrard,Guillaume. (2014).Directing the Eye:stories of Modernity and tradition at the 1878 paris Universal Exhibition.PHD the University of Edinburgh.
15. Ganga Bhavani,Sai Geetha Kukururu. (2016).Impact of EXPO 2020 on Dubai Financial Market-An Event Study on Banks,Investment sand Insurance Sectors,International Journal of Financial Research