

بازخوانی سیر تحول معماری در ساختار بازار تبریز با تأکید بر زمینه‌گرایی*

پروشا بحریه^۱، سحر طوفان^{۲*}، شبنم اکبری نامدار^۳

^۱ دانشجوی دکتری معماری، گروه معماری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

^۲ دانشیار گروه معماری، گروه معماری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

^۳ استادیار گروه معماری، گروه معماری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۶/۳۱)

چکیده

زمینه‌گرایی به‌عنوان رویکردی مهم در معماری، بر حفظ ردپای گذشته و تفاوت‌ها و ویژگی‌های هر فرهنگ تأکید داشته و ریشه در هویت هر ملیت دارد. بافت کهن شهرها، نشانه‌هایی غنی از فرهنگ و هویت گذشتگان را همراه دارند و معماری سنتی ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست؛ در عین حال که نمونه‌ای است پر بار از هماهنگی و همزیستی با ویژگی‌های محیطی و ارزشهای مکانی. در شهرهای سنتی ایران، بازار عنصری بنیادین به‌شمار می‌آید به گونه‌ای که شهر با بازار آن معنا و مفهوم می‌یافت. بازار تبریز نیز در قالب یک بلوک شهری کامل، قدمت، وسعت، تنوع عملکردی و ارزش معماری بسیار دارد. پژوهش حاضر بر آن است تا به استخراج و تبیین عوامل زمینه‌ای مؤثر بر بازار تبریز، در مقیاس شهری (مکان‌یابی، شکل‌گیری و گسترش) و معماری (پراکندگی کالبدی و کارکردی) بپردازد. بنابراین، سؤالات پژوهش این‌گونه تبیین می‌شوند که اولاً، کدام عوامل زمینه‌ای در مکان‌یابی، نحوه شکل‌گیری و گسترش بازار تبریز مؤثر بوده‌اند؟ (مقیاس کلان) ثانیاً، کدام عوامل زمینه‌ای در نحوه شکل‌گیری و پراکندگی عناصر و کاربری‌های بازار تبریز مؤثر بوده‌اند؟ (مقیاس میانی). روش تحقیق اتخاذ شده در این پژوهش، روش تحقیق استنباطی مبتنی بر تحلیل محتوای مستندات می‌باشد که از طریق مطالعه اسنادی، جستجو در کتب تاریخی و سفرنامه‌ها، تحلیل نقشه‌ها و عکسهای هوایی قدیمی تبریز و بازار آن، نیز تحلیل یافته‌های میدانی از وضع موجود، سعی در بازخوانی موضوع و حصول نتیجه دارد. استخراج عوامل زمینه‌ای مؤثر بر شکل‌گیری بازار، در مقیاس کلان شهری و برنامه معماری مرتبط با پراکندگی کالبدی و کارکردی، نشان می‌دهد که شکل‌گیری و توسعه بازار تبریز و عناصر آن در طول اعصار، تحت تأثیر ساختار محیطی، فرهنگی، اجتماعی، حکومتی و اقتصادی شهر قرار داشته‌است. تأثیر شاخص زمینه‌ای موقعیت جغرافیایی سیاسی شهر و شاخص ساختار ارزشی اقتصادی بازار بر شکل‌گیری مقوله نیاز، رابطه عرضه-تقاضا و نمود آن در قالب کالبد بازار تبریز در مقیاس کلان و میانی اهمیت بیشتری داشته‌است.

واژگان کلیدی: معماری، شهرسازی، زمینه‌گرایی، بستر شهر، بازار تبریز.

مقدمه

شهرها محصول زمان هستند؛ تاریخ ادوار گذشته لایه لایه تا زمانی که حیات تداوم دارد، در شهر حفظ می شود و شواهدی از تمدنهای مختلف را برای نسلهای آتی به ارمغان می آورد. شکل موجود شهر، نه شکل گذشته و نه شکل آینده آن است؛ اما متأثر از گذشته و تأثیرگذار بر آینده است (مامفورد، ۱۳۸۵: ۳۰-۲۱) (شوای، ۱۳۹۲). شهر، ماحصل روابط میان وجوه اجتماعی، فرهنگی، انسان شناسی، جغرافیایی، اقتصادی و نشان دهنده تمایلات ساکنان آن به هویتی مطلوب و تجلی گاه ارزشهای موردباور انسانهاست (ماجدی و زرآبادی، ۱۳۸۹: ۲). از آنجا که فضای شهری بدون توجه به فرآیندهای اجتماعی ناقص است، بسیاری از اندیشمندان اهمیت فضای اجتماعی را بیش از فضای کالبدی می دانند (نجاری و مهدی نژاد، ۱۳۹۹: ۷۰). آگاهی از فرم فضایی و شکل شهر یکی از عوامل مؤثر در میزان موفقیت برنامه ریزان و دست اندر کاران شهری است (عبداله زاده و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۴۵).

آنچه مسلم است، بافت های کهن نشانه هایی غنی از فرهنگ و هویت گذشتگان را همراه دارند و گستره ای همپوند از بناها، مجموعه ها، فضاها و تجهیزات شهری با ارزش به جامانده از گذشته هستند (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۱)؛ به گونه ای که شناخت و احیای آنها، منجر به سیر تاریخی و تداوم زمانی هویت می گردد. معماری سنتی ایران نیز، از نمونه های موفق هماهنگی با محیط پیرامونی است و در آن کالبد بنا بر پایه همزیستی و آمیختگی مشروط بر حرمت گذاری بوده است (فلامکی، ۱۳۹۳: ۲۵۷)؛ بنابراین در عین تنوع، دارای هویتی واحد، متناسب و فاقد تعارض است. هنر و حساسیت معماران ایرانی و میزان درک آنها از ویژگی های فیزیکی، ذهنی و احساسی بستر، موجب شده تا ارتباط بنا با اطراف ایجاد و حفظ گردد (بهمنی و همکاران، ۱۳۹۵: ۵۷). اینها همه، حکایت از آرایش فضایی اندیشیده و منسجم در بافت سنتی دارد که علاوه بر تطابق با شرایط محیطی، از ارزشهای نهفته در ضمیر انسانهای جامعه الهام گرفته است.

بازارها به عنوان فضاهای عمومی، جزء مهمی از محیط شهرهای جهان هستند (Ouria, 2019: 11)؛ تا جایی که در جهت بررسی بافت سنتی شهرها و چگونگی شکل گیری آنها، نخستین مورد، تحلیل بازار آن است (معماریان، ۱۳۹۰: ۹۸). بدیهی است که بازارها از بدو حیات اجتماعی و با تقسیم کار و لزوم مبادلات، هم پای شهرنشینی و از مظاهر تمدن شهری بوده، به گونه ای که شهرها با بازارها مفهوم یافته اند. بازارها دربرگیرنده بنیادهای اقتصادی، نهادهای اجتماعی، میراث های فرهنگی جامعه و انعکاس شرایط جغرافیایی بوده است. بازارهای ایرانی فضاهای تک عملکردی نبوده و نقش آنها به تولید و عرضه کالا محدود نمی شد، بلکه صرف نظر از وجه اقتصادی بازار به عنوان ستون فقرات آن، به دلیل حضور وجوه فرهنگی، تعلیم و تربیتی، سیاسی، اجتماعی، مردم شناسی و ورزشی، کالبد مورد نیاز این فعالیت ها در بازارها شکل گرفته و با وجود آنها بازار کامل می شد. انسجام و نظام عملکردی موجود در بازار، آنها را در تعامل

Archive of SID

با دیگر عناصر بافت قرار می داد، چنانچه از نظر دتمان ۱ و ویرت ۲، اولاً سلسله مراتبی از کارکردها با مسجد آدینه و بازار به عنوان هسته مرکزی شهر و ثانیاً سلسله مراتبی از بازرگانی و پیشه وری در بازار وجود داشت (اهلرز، ۱۳۷۳: ۳۰-۳۱). بازار، به عنوان جزئی از یک کل بزرگتر، هم در هم نشینی با سایر اجزا، ساختار فضایی و کالبدی شهر را سازمان می بخشد و هم خود، حاصل هم نشینی و روابط ساختاری اجزای دیگر است (سجادزاده و اریس، ۱۳۹۶: ۲۸۱) و تمام اجزا و اندامهای آن ضمن داشتن هویتی مستقل، دارای پیوندی معنی دار با همدیگر است. همین انسجام و پیوستگی در عین تنوع و پیچیدگی، بررسی چگونگی شکل گیری و نحوه سازمان یافتن بازارها را در گستره کهن شهری حائز اهمیت می سازد.

شهر تبریز به دلیل قرارگیری بر مسیر جاده ابریشم، نقطه اتصال بازرگانی شرق به غرب و از مراکز عمده تجارت در ایران بوده و همین امر، دلیل گسترش بازارهای آن در دوره های تاریخی و تعدد صنوف آن بوده است. نقش بازار تبریز به عنوان یک میراث ارزشمند تاریخی در تغییرات سیاسی و اجتماعی شهر همواره محسوس است (Hanachi & Yadollahi, 2011). شهر تبریز همواره با دو عامل رونق بازرگانی و مرکزیت نظامی - سیاسی به حیات خود ادامه داده و در طول تاریخ شهر، شاهد تأثیر و تأثر این دو برهم و تأثیر پذیری ویژه بازار از روند تحول تاریخی شهر بوده، بطوری که بازار و بازارچه های پیرامون آن، مهم ترین رکن فضای شهری تبریز را برعهده داشته اند (مهدی نژاد و نجاری، ۱۳۹۸: ۱۴۷). مهم ترین مؤلفه های تأثیرگذار بر ماندگاری بازار تبریز، مؤلفه های معنا و هویت، کارکرد و عملکرد و مؤلفه کالبدی آن بوده است (حاتمی گلزاری و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۴۱). آنچه زمینه ورود نگاه آمایشی را در مورد برنامه ریزی هویت و عناصر باارزش شهرها فراهم می کند، علاوه بر ماهیت عنصر با ارزش، الگوی استقرار آنها در فضا، کارکردهای این عناصر و تقابل های احتمالی ناشی از فرآیند ابعاد مختلف توسعه در این محدوده ها است (امیرفخریان و بازرگان، ۱۳۹۸: ۶۷). به نظر می رسد بازخوانی عوامل زمینه ای در بازار تبریز راهکار مناسبی جهت شناخت عوامل متعدد آمایشی و مستتر علمی و میان دانشی از بعد هویت ساختاری شهر و شکل کالبدی بازار ارائه دهد. چرا که طیف کثیری از بررسی های پیشین در خصوص بازارهای ایرانی صرفاً محدود به فهم فرم معماری و ظاهر شکلی بوده است و مطالعه فراگیری در مورد زمینه گرایی و تأثیر و تأثر زمینه صورت نگرفته است.

شناسایی عوامل زمینه ای تأثیرگذار بر ساخت بازار تبریز می تواند در سه مقیاس انجام گیرد: اول، عوامل مؤثر بر مکان یابی و شکل گیری و نحوه گسترش بازار در طول زمان (مقیاس کلان)؛ دوم، عوامل مؤثر بر موقعیت شکل گیری و نوع عناصر کارکردی اصلی مانند راسته ها و سراها و ... و جنبی مانند مساجد، مدارس و ... و صنوف مختلف، از لحاظ مکان و موقعیت قرارگیری و پراکنندگی (مقیاس میانی) و سوم، عوامل مؤثر بر شکل، فرم و جزئیات معماری و ساختاری آن (مقیاس خرد). در این نوشتار

کاپون (۱۹۹۹) دسته‌بندی فرمی و انسانی را به‌عنوان عوامل زمینه‌ای مطرح می‌کند. تولایی (۱۳۸۰) به مبحث زمینه‌گرایی به‌عنوان یکی از دیدگاه‌های رایج در شهرسازی پرداخته و سه رویکرد زمینه‌گرایی کالبدی، فرهنگی-اجتماعی و تاریخی را برای آن تبیین نموده‌است. برولین (۱۳۸۶) در کتاب "معماری زمینه‌گرا"، به توضیح معماری زمینه‌گرا، با تأکید بر رویکرد کالبدی آن و مطالعه نمونه‌های اروپایی و آمریکایی می‌پردازد. چیزگن (۲۰۱۲) رویکردهای مختلفی را در برخورد با زمینه برشمرده و اشاره دارد که در دوره‌های زمانی مختلف، برخی از ابعاد زمینه در اولویت توجه قرار می‌گیرد. علوی‌زاده و همکاران (۱۳۹۷) در جهت توجه به رویکرد زمینه‌گرایی در بافت‌های تاریخی، بر الگوگرایی به‌جای فرمگرایی تأکید دارند. نقوی و همکاران (۱۳۹۸) ضمن دسته‌بندی رویکردهای مواجهه با زمینه، تأکید بر دوری از افراط و تفریط، توجه توأم به زمینه تاریخی و معاصر و حفظ انسجام و تداوم در معماری زمینه‌گرا دارند.

در مورد پژوهش‌های مرتبط با بازار نیز، مطالعات و تحقیقات متعددی در مورد ساختار شهر قدیم تبریز و بازار آن در دوره‌های مختلف تاریخی انجام شده که از آن جمله می‌توان به پژوهش‌های صفامنش و همکاران، بلیلان، نژاد ابراهیمی، اسمعیلی سنگری، پورجعفر و همکاران، عمرانی و امینیان اشاره کرد؛ که هر یک در مطالعات خود به جنبه‌های مختلفی پرداخته و به نتایج ارزشمندی دست یافته‌اند؛ که در این نوشتار نیز از دستاوردهای تحقیقات آنها استفاده می‌شود.

بطور کلی پژوهش‌های جامع در مورد تأثیر زمینه و زمینه‌گرایی در بازارها، به غیر مطالعات علوی‌زاده و همکارانشان در بازار سنتی اردبیل، انجام نشده‌است؛ در این تحقیق به مطالعه فرم و زبان الگو در ساختار بازار پرداخته شده و دستاورد آن تجلی کیفیت حیات و انسجام معنایی ناشی از جهان بینی وحدت‌گرا و پویای اسلامی در ساختار بازار اردبیل در نتیجه وجود مراکز نیرومند کالبدی-عملکردی دارای مقیاس‌بندی است.

مبانی نظری پژوهش

زمینه و زمینه‌گرایی در معماری

واژه "Context"^۶ که در فارسی به زمینه یا بستر برگردان شده، در واژه‌نامه‌های لاتین، این‌گونه تعریف شده‌است: بخش‌هایی از یک گفتار که قبل یا بعد از یک کلمه، عبارت یا جمله می‌آید و معنا یا مضمون آن را روشن می‌سازد؛ در اصطلاح، مجموعه شرایطی که بستر لازم را جهت وقوع یک رخداد، صدور یک حکم و یا شکل‌گیری یک ایده فراهم می‌آورد، بطوری که تحت آن شرایط، امکان شناخت کامل از آن بستر حاصل می‌شود (Oxford & Cambridge Dictionary, 2018.09.02). در فرهنگ‌نامه تخصصی معماری آمده‌است: "Context" که سابقاً به آن «زمینه» و اکنون «پهنه یا قلمرو» اطلاق می‌شود، گستره‌ای است که از شهر و قطعه زمینی که معماری بر روی آن قرار خواهد گرفت،

عوامل زمینه‌ای تأثیرگذار در شکل‌گیری بازار، در دو مقیاس کلان و میانی، مورد بررسی قرار می‌گیرد و به‌علت گسترده‌گی موضوع، مقیاس خردمجمالی دیگر می‌طلبد. بطور کلی هدف این پژوهش، استخراج و تبیین عوامل زمینه‌ای مؤثر بر بازار در سطح شهری (مکان‌یابی، شکل‌گیری و گسترش) و معماری (پراکندگی کالبدی و کارکردی) است. بنابراین، سؤالات پژوهش این‌گونه تبیین می‌شوند که اولاً، کدام عوامل زمینه‌ای در مکان‌یابی، نحوه شکل‌گیری و گسترش بازار تبریز مؤثر بوده‌اند؟ (مقیاس کلان) ثانیاً، کدام عوامل زمینه‌ای در نحوه شکل‌گیری و پراکندگی عناصر و کاربری‌های بازار تبریز مؤثر بوده‌اند؟ (مقیاس میانی).

روش پژوهش

روش تحقیق اتخاذ شده در این پژوهش، روش استنباطی مبتنی بر تحلیل محتوا می‌باشد که در آن به روش تاریخی-تحلیلی و با استفاده از منابع مکتوب و اسناد تاریخی، به بررسی و تحلیل اجمالی موضوع پرداخته می‌شود.

طبق مطالعات انجام‌شده، شاکله کنونی بازار تبریز بیشتر قاجاری است که در دوره پهلوی و بعد از انقلاب تغییراتی در آن رخ داده‌است، لیکن تحلیل‌ها و بررسی‌های این مطالعه، تا زمان قاجار را دربرمی‌گیرد و مطالعات دوران معاصر که با تغییرات شهری بسیار همراه بوده، تحقیقی دیگر را می‌طلبد. از آنجا که روند شکل‌گیری و توسعه بازار تبریز به قرن‌ها قبل برمی‌گردد، شواهد مربوطه یا از بین رفته و یا دچار دخل و تصرف‌هایی در گذر زمان شده‌است؛ بنابراین در روند مطالعه با محدودیت‌ها و گاه با نبود منابع و اسناد مواجه هستیم؛ در نتیجه بیشتر مطالعات با جستجو در کتب تاریخی و سفرنامه‌ها، تحلیل نقشه‌ها و عکس‌های هوایی قدیمی تبریز و بازار و نیز تحقیقات میدانی وضع موجود انجام می‌شود. نقشه‌ای که پایه مطالعات خواهد بود، عمدتاً نقشه دارالسلطنه قراجه‌داغی^۳ است و از نقشه‌های دیگر، نقشه تره‌زل-فابویه^۴ و نقشه دارالسلطنه مراغه‌ای^۵ و ... به‌منظور مقایسه و تحلیل تغییرات در طول زمان استفاده خواهد شد.

پیشینه پژوهش

با توجه به عنوان و محور اصلی پژوهش، لزوم توجه به پیشینه مطالعاتی در مورد "زمینه و زمینه‌گرایی" و "بازار تبریز" ضروری می‌نماید. بر این اساس می‌توان به تعدادی از تحقیقات مرتبط با مفهوم زمینه‌گرایی اشاره نمود. گینس (۱۹۸۰) زمینه در معماری را به سه دسته فرمی، فعالیتی و اقلیمی تقسیم‌بندی می‌کند. گروت (۱۹۸۸) مطالعات بسیاری در رابطه با طراحی زمینه‌گرا انجام و آن را در سه دسته سازماندهی سایت، توده ساختمانی و طراحی نما تقسیم‌بندی و نمونه‌ها را از لحاظ هماهنگی با محیط، با رتبه‌بندی در مقیاس یک تا هفت ارزیابی می‌نماید که در آن بیشترین مقدار، نشانگر تقلید و تکرار و کمترین مقدار، نشانه تقابل و تضاد است؛ بدین ترتیب میزان زمینه‌گرایی در طرح‌ها را جنبه کمی می‌بخشد.

را نیز دربر گرفت، نگاه انسان‌گرایانه به زمینه، ابعاد تاریخی و فرهنگی-اجتماعی را پیوند می‌زند. در واقع زمینه، علاوه بر سیما، شکل و کالبد، عوامل معنوی تشکیل‌دهندهٔ زمینهٔ عمومی شهر (از قبیل: دین، فرهنگ، جامعه، اقتصاد، طبیعت، محیط، تاریخ و ...)، را که خود به تنهایی زمینه‌ای هستند، نیز مورد توجه قرار می‌دهد (نقی‌زاده، ۱۳۸۶: ۴۳۵)، از این رو به جای واژه فضا، مفهوم مکان را جایگزین می‌کند. مکان‌ها، کل‌های انسان-محیطی هستند که از نظر زمانی ماندگارند و روح جامعه را در ویژگی‌های تاریخی و جغرافیایی سیمای شهر عینیت می‌بخشند (تولایی، ۱۳۸۰: ۴۲-۴۱). توجه و علاقه به ارزش‌های مکانی بر حفظ تفاوت‌ها و ویژگی‌های هر فرهنگ تأکید می‌کند و رهیافت‌های نظری والایی از جنبهٔ همسویی طراحی معماری با بنیان‌های فرهنگی و تاریخی، در عصر جهانی شدن ارائه دهد.

با مطالعه و تجمیع نظرات اندیشمندان معماری و شهرسازی، می‌توان داده‌های وابسته به زمینه در معماری را، از دو بعد اساسی دسته‌بندی کرد: عوامل انسانی و عوامل غیرانسانی (فیزیکی)؛ که هر یک از این ابعاد، مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌هایی را با توجه به مولدهای بستر و ویژگی‌های زمینه اثر شامل می‌شوند (شکل ۱). هیچ بنای معماری در انزوا و بصورت ایزوله شده وجود ندارد، همواره زمینه‌ای هست که بنا در آن واقع شده و با آن ارتباط برقرار می‌کند (Simitch & Val, 2014: 48)؛ به گفتهٔ آنتوان پیکون «فرم معماری نمی‌تواند نتیجه یک عامل بیرونی، مانند شکلی که از قالب ریخته‌گری حاصل می‌شود، باشد؛ بلکه باید توسط نیروهای نامرئی شکل گیرد که زمینهٔ پروژه را تشکیل می‌دهند» (پیکون، ۱۳۹۲: ۹۸). به عبارتی، معماری با درک پیام بستر خود شکل می‌گیرد و پیامی را به عینیت می‌رساند که بستر معماری به آن داده‌است؛ در نتیجه هر بنایی، عضوی همخوان و هماهنگ با محیط پیرامون و بستر خود و در نهایت در بستر محیط زیست خواهد بود (مهدوی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۰). معماری زمینه‌گرا در هر فرهنگ و ملیتی، ریشه در معماری گذشتهٔ دور و نزدیک آن دارد. در واقع، زمینه نه چیزی است که ما امروزه بتوانیم آن را ایجاد کنیم و نه چیزی است که دیگران قبل از ما آن را ساخته باشند و امکان خلق دوباره آن باشد (Abedi & Iravani, 2015: 159). معماری زمینه‌گرا، در عین حال که به تمایز مکان نظر دارد، به صراحت تداوم ارزش‌های کالبدی و غیر کالبدی مکان یا زمینه موجود را خواستار است؛ باین حال هرگز خلق ارزش‌های جدید را نفی نمی‌کند.

بسیار وسیع تر است و حوزه‌هایی فراتر از معماری را دربر می‌گیرد (Gausa, Manuel et al, 2003).

توجه به زمینه، از بدو بوجود آمدن معماری و در جهت سازگاری آن با محیط اطراف، ویژگی‌های فرهنگی و شیوهٔ زندگی، بصورت بطنی وجود داشته و معماران بصورت تجربی و بدون پشتوانهٔ علمی به معنای امروزش، آن را لحاظ می‌کردند؛ تا اینکه با آغاز قرن بیستم، رابطهٔ معماری با فرهنگ و بستر فرهنگی با ابهامات تازه‌ای روبرو و شیوهٔ مواجهه با زمینه، به چالشی در معماری تبدیل شد. از دههٔ ۶۰، زمینه‌گرایی تبدیل به پارادایمی مهم در تفکر شهری و معماری شد و توجه جامعهٔ دانشگاهی و حرفه‌ای را برانگیخت که نشان‌دهندهٔ محوریت یافتن مضامین زمینه و اصالت زمینه و عبور از وضعیت ناخودآگاهی به خودآگاهی است (اکبری و همکاران، ۱۳۹۶: ۶). امروزه رویکردهای برخاسته از شرایط زمان نظیر تاریخ‌گرایی، تجدید حیات‌گرایی، سنت‌گرایی، بومی‌گرایی، منطقه‌گرایی، تصویرگرایی، انسان‌گرایی و طراحی‌های مبتنی بر روانشناسی محیطی، نگاه خود را به چالش‌ها و تناقض‌های پیش‌رو معطوف ساخته، چه در بنیانهای نظری و چه در رویکردهای عملی خود، نگاه‌های متفاوت و متضادی در قبال تعامل معماری و زمینه بروز داده‌اند (شایان، ۱۳۸۷: ۱۳۱). برخی با وابستگی به زمینه، آن را به‌عنوان مرجع و مؤلفی بنیادی برای شکل‌گیری معماری می‌شمارند، مانند حسن فتحی و گروهی هیچ توجهی به زمینه نداشته و آن را مقابل نو بودن می‌دانند، مانند رمکولهااس.

«زمینه» در معماری، مجموعهٔ شرایط، ویژگی‌ها یا واقعیت‌های وابسته به مکان و زمان خاص سایت یا بنای موردنظر است (نقوی و مظاهریان، ۱۳۹۸: ۷۰). در واقع، زمینه همان متن بستر و محیطی است که معماری در آن خلق می‌شود و کلیتی از صفات محیطی پیرامونی یک مکان است که سبب ایجاد زبان مشترک معماری و معرف خصلتی جمعی برای آن مکان می‌شود (بلندیان و ناصری، ۱۳۹۳). «زمینه‌گرایی» در معماری و شهرسازی، یکی از دیدگاه‌های کل‌گرا است که به زمینه، به‌عنوان رویدادی تکاملی می‌نگرد (ماجدی و زرآبادی، ۱۳۸۹: ۸). زمینه‌گرایان معتقدند، اجزای شهر زیر پوشش نیروها و ویژگی‌های درونی خود نمی‌باشند، بلکه به محیط و مجموعهٔ پیرامون آن وابسته هستند (Stokols & Altman, 1987: 15-18). زمینه‌گرایی ابتدا صرفاً ابعاد کالبدی را در نظر داشت، اما در سیر تکاملی خود زمینه‌های انسان‌گرایانه



شکل شماره ۱: فاکتورهای مربوط به زمینه، مأخذ: نگارندگان

الف) بررسی عوامل زمینه‌ای در بازار تبریز در مقیاس کلان

در مقیاس کلان، عوامل زمینه‌ای تأثیرگذار در بازار از دو جنبه قابل بررسی است؛ یکی از جهت مکان‌یابی و شکل‌گیری بازار و دیگری از جهت نحوه گسترش آن.

۱. مکان‌یابی و شکل‌گیری کالبد اصلی

اطلاعات زیادی از پیشینه بازار تبریز و تاریخ بنای اولیه آن در دست نیست، ولی از قرن چهارم ه.ق. نام آن در منابع مختلف آمده، اگرچه به‌طور حتم قبل از اسلام نیز وجود داشته است. در ابتدا مکان بازار فضایی باز برای دادوستد کالاها، به‌ویژه فرآورده‌های کشاورزی و دامی بوده (شفقی، ۱۳۷۸: ۷۱) و حتی برخی از سیاحان از بازارهای اولیه، بصورت کوچه‌های باریک و طولیل با حجره‌هایی در دو سمت سخن رانده‌اند. مجموعه کنونی بازار، مربوط به بازسازی آن پس از زلزله ۱۱۹۳ ه.ق. و اواخر زندیه و احتمالاً دوره قاجاریه است. آنچه در این بازسازی‌ها حائز اهمیت است، ساخت مجدد آن در مکان اولیه و حتی به احتمال قریب به یقین، منطبق بر مسیرها و معابر اصلی گذشته، است (حق‌پرست و اسمعیلی، ۱۳۹۷: ۱۴۸). با توسعه شهر طی قرن‌های چهارم و پنجم، به دلیل واقع شدن در مسیر راههای بازرگانی، محدوده بازار گسترش و صنف‌های متعددی در آن مشغول تجارت شدند. در دوره ایلخانی و به دنبال فتوحات مغولان، آذربایجان به منتهای آبادانی خود رسید و بازار تجارت بین تبریز و اروپا رونق یافت (پژوهش بنیاد ایران‌شناسی، ۱۳۹۲). تا آن زمان، راه ارتباطی اصلی تبریز، جاده‌ای بود که از

بررسی نقشه تبریز نشان می‌دهد که حدود یک‌پنجم از مساحت کل شهر (محصور در باروی نجف‌قلی‌خانی)^۲ به بازار اختصاص داشته که نشانگر حوزه نفوذ گسترده آن است (پژوهش بنیاد ایران‌شناسی، ۱۳۹۲: ۸). طبق منابع معتبر، به دنبال افزایش جمعیت، اعتبار و آبادانی شهر پس از نیمه سده دوم و اهمیت یافتن آن به لحاظ سیاسی و تجاری در دوره ایلخانان، بازارهایی متعدد در مرکز محلات و پیرامون تبریز بوجود آمده و قرارگیری شهر بر مسیر جاده ابریشم و رونق تجارت و بازرگانی، موجب گسترش بازارهای شهر در دوره‌های مختلف تاریخی و تعدد صنوف آن شده است. بازار تبریز، اگرچه از ابتدا بصورت طرحی جامع طراحی و برنامه‌ریزی نشده و تاریخ دقیقی بر پیدایش آن نیست، لکن مجموعه‌ای از الگوهای شناخته‌شده فضایی با عملکرد تجاری است که در قالب معماری ایرانی شکل گرفته و به لحاظ سلسله‌مراتب حرکتی و ترکیب با فضاهای عمومی، نمونه منحصر بفردی از کالبدی یکپارچه و پویا با کارکردی گسترده است.

یافته‌های پژوهش

با توجه به رویکرد اصلی پژوهش -زمینه‌گرایی- و با تکیه بر شکل ۱ که معرف ابعاد مختلف داده‌های برخاسته از زمینه معماری است، می‌توان در راستای تحلیل بازار تبریز، در دو مقیاس کلان و میانی بر اساس ساختار شکل ۲ عمل کرد.

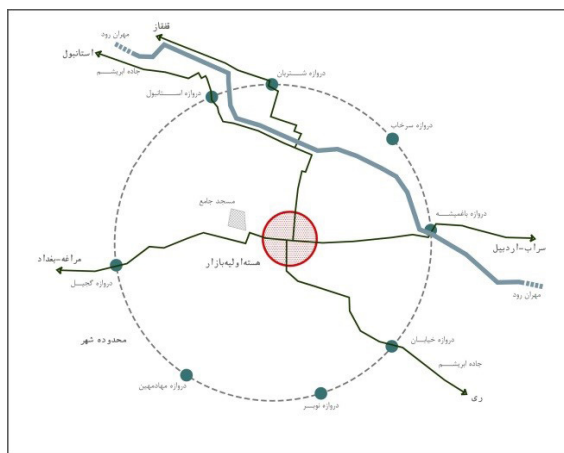


شکل شماره ۲: ابعاد زمینه در معماری بازار، مأخذ: نگارندگان

Archive of SID

با پیدایی حکومت قراقویونلوها و آق‌قویونلوها، دربار جدید در صاحب‌آباد در آن سوی مهران‌رود بنیان و موجب گسترش بازار به سمت شمال و آن سوی رود و احداث پلهایی (پل بازار) برای ارتباط مجموعه صاحب‌آباد با شهر و حفظ یکپارچگی بازار شد (Gholipour Shayan, 2016). در دوران قراقویونلوها ساخت مجموعه آموزشی، مذهبی مظفریه (مسجد کبود) در شرق تبریز و در مجاورت مسیر ورودی کاروانیان از شهرهای ری و اصفهان (حق‌پرست، نژادابراهیمی، ۱۳۹۳: ۱۴۹)، موجب گسترش کالبدی بازار بطرف جنوب شرقی گشت. در دوران آق‌قویونلوها احداث مجموعه حسن‌پادشاه و کاخ هشت‌بهشت در باغ صاحب‌آباد (منصوری و محمدزاده، ۱۳۹۶: ۲۶)، موجب تداوم توسعه بازار بطرف شمال و شمال‌شرق شد. در دوران صفویه به تکمیل مجموعه صاحب‌آباد و احداث مسجد شاه‌تھماسب در مجاورت آن، توسعه بازار همچنان بطرف شمال و شمال‌غربی ادامه یافت. در زمان زندیان، وقوع زلزله‌ای مهیب کل بازار را با خاک یکسان کرد. پایه‌های اصلی کالبد کنونی بازار که مربوط به بازسازی آن در اواخر زندیه و عمدتاً عصر قاجار است، توسعه خود را مرهون موقعیت استراتژیک تبریز و تغییرات به عمل آمده در نحوه ارتباطات بین‌المللی آن در دوره قاجار است (زنگ‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۶). در این دوره ساخت مجموعه ارگ سلطنتی (دارالسلطنه) در شرق بازار، توسعه بازار به سمت شرق را تداوم بخشید. بنابر توصیف مورخان، تا پیش از دوره قاجار، عمده عناصر تجاری بازار شامل راسته‌هایی با صنف‌های مشخص، فضای قیصریه، چهارسو بازار، بازار و کاروانسرای خان بود. اغلب بخش‌های بازار کنونی تبریز، مربوط به اواخر سده سیزدهم و بازسازی آن پس از زلزله است (عمرانی و اسمعیلی، ۱۳۸۵: ۳۵-۳۶). تیمچه و سرای مظفریه، بازار و تیمچه امیر، بازار مسگران، سرای کشمشچی‌ها، بازارچه شتریان و سرای تیمچه و بازار میرابوالحسن را می‌توان از جمله توسعه بازار در دوره قاجاریه دانست (تابانی، ۱۳۷۹: ۲۷۷). در این دوره، پس از تکمیل باروی شهر، پشت دروازه‌ها مجموعه‌های کاملی شامل بازارچه، کاروانسرا، گورستان، حمام و ... ساخته شد. برخی از این بازارچه‌ها که محل دادوستد مسافران بود، تا داخل بارو توسعه و به بازار مرکزی اتصال یافت (پژوهش بنیاد ایران‌شناسی، ۱۳۹۲). به این ترتیب گذرهای ارتباطی مابین دروازه‌ها در محدوده بازار بهم پیوسته و ساختاری شطرنجی با امتداد شمالی-جنوبی را موجب گشته‌اند. از بین مؤلفه‌های مهم شهرهای سنتی، معابر شهری و ارگان‌ها بیشترین تأثیر را در شکل‌گیری و توسعه بازارها داشته‌اند (Nejad Ebarahim, Pour Rahimian & Sahraei, 2013). همانطور که از مطالب فوق برمی‌آید، از جمله عوامل زمینه‌ای که در مکان‌یابی و شکل‌گیری هسته اولیه بازار تأثیر گذار بوده‌اند، می‌توان به جاده‌های تجاری اشاره کرد؛ بطوری که بازار در محل برخورد جاده‌های مهم بین‌شهری، ملی و فراملی و نیز همجوار با مسجد جامع به دلیل اهمیت فرهنگی، مذهبی و قدمت آن، شکل گرفته‌است. در

سمت شرق به سراب و اردبیل، مرکز ایالت آذربایجان و از غرب به مراغه و شاخه جنوب‌غربی جاده ابریشم می‌پیوست، ولی تغییر مسیر جاده ابریشم که از طریق ری-میان به تبریز وصل می‌شد، این شهر را به چهارراه عمده‌ای تبدیل کرد که امکان تجارت را از یک طرف با قفقاز و ماورای آن و از طرفی با بصره و کشورهای غرب و آفریقا و از طرفی دیگر با استانبول و کشورهای اروپایی برقرار می‌کرد (بیلان اصل، ۱۳۸۸: ۴۸-۴۶). محور جنوب شرقی-شمال غربی جاده ری-استانبول و محور شمال شرقی-جنوب غربی جاده اردبیل-مراغه، بعنوان محورهای ارتباطی اصلی شهر عمل می‌کردند. بطوری که در نخستین نقشه از تبریز قدیم با هشت دروازه آن (شکل ۳)، به نقش ارتباطی درب استانبول با اروپا، درب شتریان با باکو (نواحی قفقاز)، درب خیابان با شرق آسیا و درب گجیل با بغداد، کشورهای عربی و آفریقا اشاره شده‌است (پژوهش بنیاد ایران‌شناسی، ۱۳۹۲: ۳۷۰). این دو جاده که در مکان‌یابی عناصر و توسعه شهر تأثیر فراوان داشته‌اند، با اندک تغییری در راستا، در نزدیکی مرکز شهر، به صورت دو محور شمالی-جنوبی و شرقی-غربی عمود برهم بوده و هسته اولیه بازار، در محل برخورد آنها شکل گرفته و در طول زمان گسترش یافته‌است (صدری کیا، ۱۳۹۳: ۱۰۳). بازار تبریز نیز مانند بازارهای اغلب شهرها در داخل حصار شهر، در ارتباط با راهها و دروازه‌های مهم و در مجاورت مسجد جامع و میدان اصلی شهر شکل گرفته، مرکز حکومتی نیز با بازار بی‌رابطه نبوده و در مجاورت یا نزدیک به آن قرار داشته‌است (صفامنش و همکاران، ۱۳۷۶: ۴۱) (سلطانزاده، ۱۳۶۸: ۲۷۰ و ۲۸۸).



شکل شماره ۳: مکان‌یابی هسته اولیه بازار؛ منبع: نگارندگان

۲. توسعه و گسترش کالبد اصلی

در گذر زمان، نیاز به فضاهای بیشتر و اهمیت بازرگانی جاده ری-استانبول در مقایسه با جاده اردبیل-مراغه، سبب گسترش محور اصلی بازار در راستای شمال-جنوب شد (تهرانی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۰۱). با ورود ایلخانان و استقرار مرکز حکومت در ارغونیه در غرب و در محل شنب‌غازان، گسترش بازار بطرف جنوب‌غربی (نژاد ابراهیمی، ۱۳۹۳: ۴۳) و با ساخت مجموعه ربع‌رشیدی در شرق به سمت شمال شرقی گرایش یافت.

تاریخی مختلف شده‌اند. (جدول ۱) به‌طور خلاصه روند شکل‌گیری و توسعه بازار را در طول زمان نشان می‌دهد.

توسعه بازار نیز از جمله عوامل زمینه‌ای، مراکز حکومتی بوده‌اند که سبب سمت‌گیری توسعه بازار در جهات گوناگون در دوره‌های

جدول شماره ۱: جهت‌گیری و نحوه گسترش کالبدی بازار

سلسله حکومتی	عوامل مؤثر بر توسعه	جهت توسعه	جهت‌گیری توسعه کالبدی بازار	توسعه کالبدی بازار (بصورت فرضی و شماتیک)
قبل از قرن ۶ ه.ق.	اهمیت جاده ابریشم نسبت به دیگر جاده‌ها	شمالی - جنوبی		
دوره ایلخانان ۶۵۴-۷۳۵ ه.ق.	رشدیده در شمال شرقی	شمال شرقی		
	ارغونیه در جنوب غربی	جنوب غربی		
دوره قراقویونلوها ۸۰۹-۸۷۳ ه.ق.	صاحب‌آباد در شمال	شمالی		
	مظفریه در جنوب شرقی	جنوب شرقی		
دوره آق‌قویونلوها ۸۷۳-۹۱۴ ه.ق.	تکمیل صاحب‌آباد در شمال	شمالی		
دوره صفویان ۹۰۷-۱۱۳۳ ه.ق.	تکمیل صاحب‌آباد در شمال و پل بازارها	شمالی و شمال غربی		
دوره زندیان (۱۲۰۹-۱۱۶۳ ه.ق.)		وقوع زلزله در سال ۱۱۹۳ ه.ق. و شروع بازسازی شهر و بازار		
دوره قاجاریان ۱۲۱۱-۱۳۴۴ ه.ق.	دارالسلطنه در شرق	شرقی		
	بازارچه‌های پیرامون دروازه‌ها	بسمت دروازه‌ها		

مأخذ: نگارندگان

Archive of SID

بافت میانی بازار واقع شده و توسط گذرهایی به کوچه‌های پیرامونی دسترسی داشته و موجب ایجاد محور حرکتی کاروان‌رو در داخل بازار شده است (پژوهش بنیاد ایران‌شناسی، ۱۳۹۲). بطوریکه برخی سراها مرتبط به هم، در یک راستا و در امتداد شرقی-غربی شکل گرفته که به عنوان محور عمده حرکت کالا، عمود بر محور شمالی-جنوبی عمل می‌کردند. این سراها علاوه بر دارا بودن عملکرد خاص خود، مانند یک محور ارتباطی موجب سهولت جابجایی کالا مابین فضاهای تجاری بازار می‌شدند (شکل-۵).

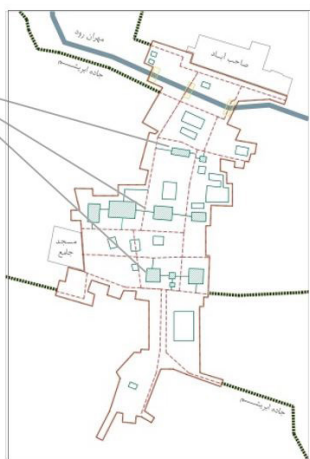
تیمچه‌ها و دالان‌ها: در طی مطالعات انجام‌شده، نظم خاصی بر موقعیت قرارگیری و پراکندگی تیمچه‌ها و دالان‌ها بدست نیامد، جز اینکه بر طبق ضرورت و نیاز در ارتباط با سراها و راسته‌ها و برای تکمیل چرخه عملکردی و تجاری بازار و سلسله مراتب ورود یا تولید، دیو و توزیع کالا، شکل گرفته‌اند.

۲. پراکندگی عناصر خدماتی بازار

بازارهای تاریخی، صرفاً نقش تولید و عرضه کالا را نداشته، بلکه به عنوان قلب شهر، محل انواع فعالیت‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، ورزشی و تأمین‌کننده نیازهای ضروری زندگی بوده، بنابراین کالبد مورد نیاز این فعالیت‌ها در بازارها شکل گرفته و بازار با آنها کامل می‌شده است. آنچه شایان توجه است، پیوند لطیف، موزون و بخردانه این مجموعه‌ها با محیط تجارت است.

مساجد: در بازارهای ایرانی، همنشینی و ارتباط تنگاتنگ مادیات و معنویات در کنار هم هویداست که نمود خارجی آن همانا وجود مساجد، مدارس علمیه، مقابر و امامزاده‌ها در بازارهاست. شکل‌گیری بازار تبریز در کنار مسجد جامع خود گواه روشنی بر این ادعاست. در داخل بازار نیز حضور پررنگ مساجد در کنار راسته‌های طولی و عرضی بازار قابل تشخیص است. تعدد مساجد در امتداد راسته بازار جدید و نیز در راستای محور عرضی منتهی به مسجد جامع و در اطراف آن بیشتر است و مقابر و امامزاده‌ها نیز در کنار مساجد قرار گرفته‌اند (شکل-۶).

مدارس: یکی از ویژگی‌های مهم بازارهای سنتی، وجود مدارس علمیه در پیوند با آنها و پشتیبانی بازاریان از حوزه‌های علمیه



شکل شماره ۵: کاروانسرایهای بازار (براساس نقشه قرجه‌داغی)، منبع: نگارندگان

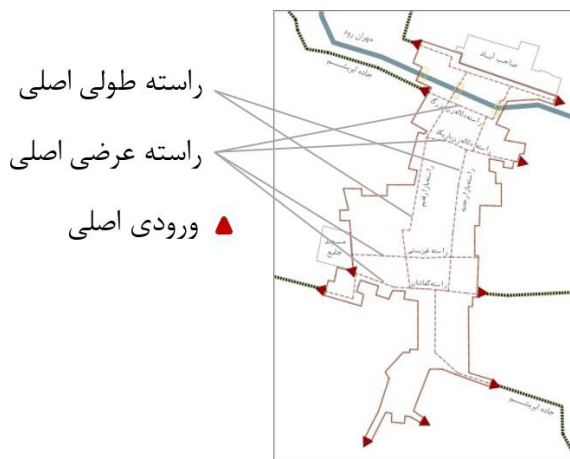
ب) بررسی عوامل زمینه‌ای در بازار تبریز در مقیاس میانی
در مقیاس میانی، عوامل زمینه‌ای تأثیرگذار در بازار از سه جنبه قابل بررسی است؛ یکی از جهت شکل‌گیری عناصر اصلی تجاری بازار، دوم از جهت پراکندگی عناصر خدماتی و پشتیبانی بازار، سوم از جهت پراکندگی صنوف مختلف آن.

۱. شکل‌گیری و پراکندگی عناصر اصلی بازار

فضاهای اصلی بازار با فعالیت‌های تجاری، تولیدی و انبارداری، دارای عناصری چون راسته، سرا، تیمچه و دالان است که هر یک بنا بر چگونگی شکل، فرم، الگوی ساختاری و موقعیت جاگیری خود در سلسله مراتب حرکتی بازار، دارای کارکرد ویژه‌ای است. البته برخی از این عناصر عملکردی چندگانه داشته‌اند، اما نقش تجاری و تولیدی آنها قابل توجه بوده است (ایراندوست و بهمنی، ۱۳۹۰: ۷).

راسته‌ها: عموماً بازارها در امتداد راههای اصلی شهر ساخته شده و راسته بازار بعنوان شاهراه شهر، مهمترین دروازه‌ها را به مرکز شهر متصل می‌کرد (حسین‌زاده و آشنا، ۱۳۹۰: ۳۸). بازار تبریز به علت شکل‌گیری در محل برخورد دو محور تجاری شمالی-جنوبی و شرقی-غربی شهر، ساختاری شطرنجی یافته است. راسته بازار جدید و قدیم به موازات هم، بعنوان محورهای شمالی-جنوبی (طولی) بازار، در امتداد جاده ری-استانبول، در واقع عامل ارتباطی دروازه خیابان به دروازه شتربان بود. راسته‌های کفاشان و قیزبستی در امتداد جاده اردبیل-مراغه، عامل مرتبط‌کننده دروازه باغ‌میشه به گجیل؛ و راسته‌های دلاله‌زن بزرگ و دلاله‌زن باریک، ارتباط دروازه‌های سرخاب، شتربان و استانبول را ایجاد و به عنوان محورهای شرقی-غربی (عرضی) بازار، عمل می‌کردند (شکل-۴). ورودی‌های اصلی بازار در امتداد راسته‌های طولی و عرضی که رابط دروازه‌های شهر به بازار بودند، قرار داشت.

کاروانسراها یا سراها: با توجه به عدم امکان عبور کاروان در طول راسته‌های سرپوشیده، کاروان‌سراها در بازارهایی با ساختار خطی در حد فاصل مابین راسته اصلی و بافت پیرامونی بازار قرار می‌گرفت؛ ولی در بازار تبریز با توجه به ساختار شطرنجی آن، در



شکل شماره ۴: راسته‌ها و ورودی‌های بازار (براساس نقشه قرجه‌داغی)، مأخذ: نگارندگان

در حلقه چهارم، اصناف نیازمند فضای بیشتر بود، کوزه‌گران، رنگرزان، دباغان، سفالگران، طناب‌بافان و صنوف روستایی مانند علوفه‌فروشان و پالان‌دوزها که می‌بایست در خروجی بازار و یا بیرون از آن استقرار می‌یافتند (مرصوصی و خانی، ۱۳۹۰: ۱۴۲).

طبق بررسی‌های انجام‌شده، در بازار تبریز علاوه بر قاعده فوق که تاحدودی و نه بطور کامل اجرا شده، به دلیل ساختار شطرنجی و وسعت زیاد بازار، حوزه‌بندی و پراکندگی برخی صنوف تقریباً در دو سمت بازار تکرار شده بود، بطوریکه اجناسی مانند فرش، انواع پارچه، پشم و نخ، عطاری و خرازی هم در راسته‌های شمالی و هم جنوبی وجود داشت. صنف برخی راسته‌ها نیز بستگی به نزدیکی به دروازه شهر یا کشور وارد کننده داشت. برخی راسته‌های اصلی بازار نیز به دلیل واقع شدن بر محورهای حرکتی شهر و تردد بیشتر اقشار جامعه، به فروش طیف متنوع‌تری از اجناس به صورت خرده‌فروشی و نیز نیازهای روزمره مردم، اختصاص داشت (شکل ۷).

مقایسه یافته‌های پژوهش با نمونه‌های مشابه در بازار اصفهان (Mehdipour & Rashidi, 2013) و بازار کاشان (دادور و همکاران، ۱۳۹۵)، حاکی از اهمیت زمینه جغرافیایی - سیاسی بستر شکل‌گیری بازار تبریز، در طول زمان است. قدرت و اقتدار شاخص زمینه‌ای مذکور، توأم با مدیریت هوشمندانه فرهنگی، اجتماعی و انسانی حاکم بر بستر، از عوامل تداوم و توسعه سازمان کالبدی و کارکردی بازار تبریز بوده و منجر به تداوم و رونق اقتصادی آن در دوره‌های مختلف شده است. نقشه زیر روند تقریبی توسعه کالبدی بازار تبریز را در طی دوره‌های مختلف نشان می‌دهد (شکل ۸).

نتیجه‌گیری

بازار تبریز، اگرچه از ابتدا به صورت یک طرح جامع طراحی و برنامه‌ریزی نشده و نمی‌توان تاریخ دقیقی را بر پیدایش آن یافت، اما مجموعه‌ای از الگوهای شناخته‌شده فضایی با عملکرد تجاری است که در قالب معماری ایرانی شکل گرفته و به لحاظ سلسله‌مراتب حرکتی و ترکیب با فضاهای عمومی همچون مسجد، مدرسه، حمام، یخچال و ... نمونه‌ای منحصر بفرد از کالبدی یکپارچه و پویا با کارکردی گسترده است.

مطالعات و تحلیل‌های انجام‌شده نشان می‌دهد که بازار تبریز چه به لحاظ مکان‌یابی، نحوه شکل‌گیری و روند توسعه و چه به لحاظ پراکندگی عناصر اصلی و خدماتی و صنوف آن، علاوه بر تأثیرپذیری از نوع ساختار و نحوه سازماندهی شهر به جهت معماری و شهرسازی، تحت تأثیر عوامل محیطی، فرهنگی، تاریخی، مذهبی، سیاسی، حکومتی و اقتصادی شهر در دوره‌های مختلف حکومتی قرار داشته است. به طوری که هسته اولیه بازار، در محل برخورد جاده‌های مهم شهری شکل گرفته و توسعه آن نیز عمدتاً در جهت جاده ابریشم و مسجد جامع شهر و نیز به سمت مقر حکومتی دولتها در سلسله‌های مختلف بوده است. پراکندگی عناصر داخلی بازار بیشتر مرتبط با عوامل اقتصادی، تجاری، فرهنگی، دینی و محیطی بوده است. (جدول ۲) به تفصیل مؤلفه‌های تأثیرگذار بستر شهری را

است که نشانگر باور دینی و علاقه به ترویج دین و آشنایی با احکام شرعی است. طبق تحقیقات تمامی مدارس علمیه قدیمی تبریز در محدوده بازار و در کنار مساجد بزرگ قرار داشته‌اند (شکل ۶).

حمام‌ها: وجود کاروانسراهای متعدد، تجار نقاط دوردست و نیز صاحبان صنوف، کارگاهها و نیز مساجد و مدارس دینی، سبب ساخت حمامها در بازار شده بود. در بازار تبریز بیشتر حمامها در کنار مساجد و مدارس علمیه و بخصوص در امتداد راسته عرضی منتهی به مسجد جامع دیده می‌شوند (شکل ۶).



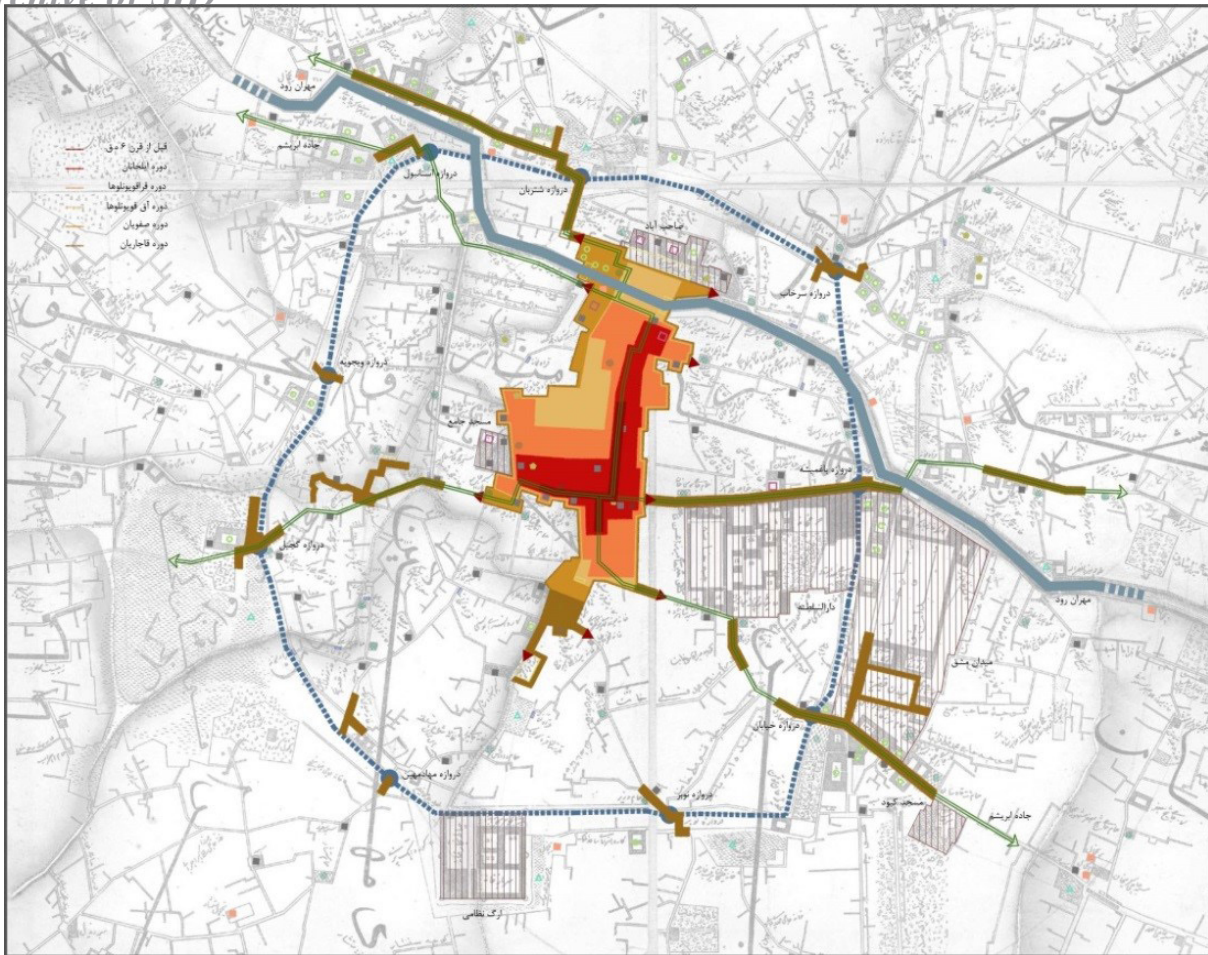
شکل شماره ۶: کاربریهای خدماتی بازار (براساس نقشه قرجه‌داغی)، مأخذ: نگارندگان



شکل شماره ۷: اصناف بازار (براساس نقشه قرجه‌داغی)؛ منبع: نگارندگان

۳. پراکندگی کاربری‌ها و صنوف مختلف

در یک بازار کامل، هر راسته کارکردی اصلی داشته و فعالیت‌های بازار حول یک محور مرکزی و در چهار حلقه سازماندهی می‌شده است. در حلقه اول، کالاهای مرغوب و تراز اول از لحاظ مادی، هنری و صنعتی بود که در مجاورت هسته بازار یا راسته‌های معتبر عرضه می‌شد؛ زرگری، بزازی و فرش‌فروشی. در حلقه دوم، دادوستد کالاهای کم‌ارزش‌تر و سقط‌فروشی‌ها بود که در فاصله دورتری از مرکز صورت می‌پذیرفت. (اهلرز، ۱۳۷۳: ۳۱-۳۰). در حلقه سوم، مشاغلی با سروصدا، بوی ناخوشایند، خطر آتش‌سوزی یا وجود آب روان بود که در حاشیه بازار جای می‌گرفتند، صابون‌سازی، چرم‌سازی، آهنگری و مسگری.



شکل شماره ۸: توسعه بازار در دوره های تاریخی (بر اساس نقشه قرجه داغی): مأخذ: نگارندگان

جدول شماره ۲: عوامل زمینه‌ای تأثیرگذار بر ساخت بازار تبریز

عامل تأثیرپذیر	عامل تأثیرگذار	زیر مؤلفه زمینه	مؤلفه اصلی زمینه
مکان‌یابی و شکل‌گیری کالبد اصلی بازار	تامین نیازهای روزمره	عرضه و تقاضا	اجتماعی
	تجارت با شهرها و کشورهای اطراف	تعاملات اقتصادی	اقتصادی
	موقعیت مسجد جامع	ارزش‌های فرهنگی	فرهنگی
	مسیرهای تجاری	موضع سوق‌الجیشی	محیطی
	حصار شهر	بستر	محیطی
	دروازه‌های شهر	بستر	محیطی
	معابر شهری	بستر	محیطی
توسعه و گسترش کالبد اصلی بازار	مرکزیت شهر	موضع اقتصادی	محیطی
	نیاز به فضای بیشتر	عرضه و تقاضا	اجتماعی
	تغییر و تنوع نیازها	نمودهای فرهنگی	فرهنگی
	اهمیت جاده ابریشم	تعاملات اقتصادی	اقتصادی
	روابط بین‌المللی	تعاملات اقتصادی	اقتصادی
	تغییر حکومت	تسلسل و گسست بین دوره‌ها	تاریخی
مقیاس کلان	مراکز حکومتی	سیاست عالی حاکمه	سیاسی
	موقعیت استراتژیک	موضع سوق‌الجیشی	محیطی
	معابر شهری	بستر	محیطی
مقیاس کلان	دروازه‌های شهر	بستر	محیطی

عامل تأثیر پذیر	عامل تأثیر گذار	زیر مؤلفه زمینه	مؤلفه اصلی زمینه
شکل‌گیری و پراکندگی عناصر اصلی بازار	ورود، دپو، پخش و عرضه کالا	چرخه تجاری	اقتصادی
	تولید، دپو و عرضه کالا	چرخه تجاری	اقتصادی
	امنیت	حقوق اجتماعی	اجتماعی
	حریم و قلمرو	حقوق اجتماعی	اجتماعی
سلسله مراتب	سلسله مراتب	تفکیک کاربری	کالبدی
	دروازه‌های شهر	بستر	محیطی
	معابر اصلی شهر	بستر	محیطی
مسیرهای تجاری	مسیرهای تجاری	بستر	محیطی
	تأمین نیازهای ضروری	حقوق اجتماعی	اجتماعی
	صنوف مختلف	حقوق اجتماعی	اجتماعی
پراکندگی عناصر خدماتی بازار	باورهای دینی	ارزش‌های فرهنگی	فرهنگی
	آداب و رسوم	ارزش‌های فرهنگی	فرهنگی
	ارتباط مادیات و معنویات	ارزش‌های فرهنگی	فرهنگی
	سلسله مراتب	تفکیک کاربری	کالبدی
مسیرهای تجاری	مسیرهای تجاری	بستر	محیطی
	دروازه‌های شهر	بستر	محیطی
	ارزش و مرغوبیت کالا	ارزش‌های فرهنگی	فرهنگی
میزان ایجاد آلودگی	میزان ایجاد آلودگی	حقوق اجتماعی	اجتماعی
	میزان نیاز و استفاده	نمود فرهنگی	فرهنگی
	میزان نیاز به فضا	تفکیک کاربری	کالبدی
پراکندگی مشاغل و صنوف بازار	نزدیکی به ورودی از بافت پیرامون	تفکیک کاربری	کالبدی
	میزان رفت و آمد عمومی	تفکیک کاربری	کالبدی
	وسعت بازار	تفکیک کاربری	کالبدی
	دروازه شهر یا کشور وارد کننده کالا	موضع سوق‌الجیشی	محیطی
	میزان نیاز به فضا	تفکیک کاربری	کالبدی

منبع: تحقیق حاضر

پی‌نوشت‌ها

1. Dettmann, K: 1968-69
2. Wirth, E: 1974-75

۳. نقشه دارالسلطنه قراجه‌داغی (۱۲۹۷ ه.ق.): این نقشه که به نام ترسیم‌کننده آن شناخته می‌شود، معتبرترین و احتمالاً کاملترین نقشه‌ای است که تا اواخر دوره قاجار، به دستور مظفرالدین میرزا و توسط ایرانیان تحصیل کرده در مدرسه دارالفنون به شیوه نقشه‌برداری غربی تهیه شده است.

۴. نقشه تره‌زل- فابویه (۱۲۰۷ ه.ق.): یکی از کاملترین نقشه‌های تبریز که توسط فرانسویان ترسیم و در زمان تسلط روسها بر تبریز، در ستاد یافت شد.

۵. نقشه دارالسلطنه مراغه‌ای (۱۳۲۷ ه.ق.): این نقشه را اسدالله مراغه‌ای،

کارمند شهرداری این شهر، به روش عملیات میدانی ترسیم کرده و در حال حاضر در مرکز اسناد ملی غرب کشور در تبریز نگهداری می‌شود.

۶. به نقل از لغت نامه آکسفورد، از لحاظ ریشه‌شناسی، منشاء پیدایش

"context" به اواخر دوره انگلیسی میانه می‌رسد و برگرفته از واژه لاتین contextus می‌باشد که متشکل از con به معنای باهم و texere به معنای بافتن است.

در ساختار بازار تبریز در مقیاس‌های مختلف نشان می‌دهد. مهم‌ترین نتیجه مقاله، اهمیت تأثیر شاخص زمینه‌ای موقعیت جغرافیای سیاسی شهر و شاخص ساختار ارزشی اقتصادی بازار بر شکل‌گیری مقوله نیاز، رابطه عرضه - تقاضا و نمود آن در قالب کالبد بازار تبریز، در مقیاس کلان و میانی می‌باشد.

پیشنهادات برای ادامه و بسط این پژوهش می‌تواند در قالب ذیل انجام و کاربردی گردد:

* با شناخت عوامل مؤثر برخاسته از زمینه و بستر بازارهای سنتی در زمان شکل‌گیری و ساخت، می‌توان به مؤلفه‌هایی جهت احیاء و هم‌سوسازی این بافت‌ها و عناصر آن با شکل و شیوه‌های زیستی معاصر دست یافت.

* با شناخت عوامل مؤثر برخاسته از زمینه و بستر بازارهای سنتی در طول دگرگونی آن، می‌توان به مؤلفه‌ها و راهکارهایی جهت برنامه‌ریزی، طراحی و ساخت بازارهای معاصر دست یافت.

۷. باروی نجفقلی خانی: حصارى که برگرد شهر تبریز بعد از زلزله سال ۱۱۹۳ ه.ق. در زمان سرداری امیر نجفقلی خان دنبلی در دوران زندگی ساخته شد.

۸. برای اطلاعات بیشتر مراجعه شود به کتاب بازار تبریز و بازارچه‌های پیرامونی آن در دوپست سال اخیر.

فهرست منابع و مراجع

۱. اکبری، علی اکبر؛ بذرافکن، کاوه؛ تهرانی، فرهاد؛ سلطانزاده، حسین (۱۳۹۶)، «بازشناسی نگرش به زمینه در بناهای ساخته‌شده میدان مشق تهران»، در دوره پهلوی اول، **فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی**، سال ۸، شماره ۳۰، زمستان.
۲. امیرفخریان، مصطفی؛ بازرگان، مهدی (۱۳۹۸)، «تقابل دوگانگی ارتقا تنزل هویت در مجموعه‌های باارزش شهری در چارچوب رویکرد آمایش، نمونه میدان شهدا مشهد»، **نشریه برنامه‌ریزی و آمایش فضا**، دوره ۲۳، شماره ۳، پاییز.
۳. اهلرز، اکارت (۱۳۷۳)، «شهرشرق اسلامی: مدل و واقعیت»، ترجمه: محمدحسن ضیاء توانا و مصطفی مؤمنی، **فصلنامه تحقیقات جغرافیایی**، شماره ۳۲، بهار.
۴. ایراندوست، کیومرث؛ بهمنی اورامانی، آرمان (۱۳۹۰)، «تحولات کالبدی بازار سنتی در شهرهای ایران، مطالعه موردی: بازار کرمانشاه»، **فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی**، سال ۲، شماره ۵، پاییز.
۵. برولین، برنت. سی. (۱۳۸۶)، **معماری زمینه‌گرا: سازگاری ساختمان‌های جدید با قدیم**، ترجمه: راضیه رضازاده، نشرخاک، اصفهان.
۶. بلندیان، محمدمهدی؛ ناصری، سارا (۱۳۹۳)، «گفتمانی تحلیلی در ارزیابی رویکردها و رویه‌های معماری زمینه‌گرای شهری در عصر جهانی شدن»، **فصلنامه مدیریت شهری**، شماره ۳۷، زمستان.
۷. بلیان اصل، لیدا (۱۳۸۸)، «بررسی تأثیر راه‌ها بر شکل‌گیری نظام ساختاری شهر تبریز در دوره قاجار»، **نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی**، سال ۱۴، شماره ۲۹، پاییز.
۸. بنیاد ایران شناسی (۱۳۹۲)، **بازار تبریز و بازارچه‌های پیرامونی آن در دوپست سال اخیر**، نشر بنیاد ایران شناسی، تهران.
۹. بهمنی، المیرا؛ گودرزی سروش، محمدمهدی؛ زارعی، محمدابراهیم (۱۳۹۵)، «بررسی شناخت عوامل زمینه‌گرا در کالبد خانه‌ها و بافت کهن سنندج: بانگای به عمارت و کیل‌الملک»، **فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی**، سال ۷، شماره ۲۶، زمستان.
۱۰. پیکون، آنتوان (۱۳۹۲)، **فرهنگ دیجیتال در معماری**، ترجمه: مرتضی خیاط پورنجیب، نشر پرهام نقش، تهران.
۱۱. تابانی، حبیب‌الله (۱۳۷۹)، **تبریز از نگاهی دیگر**، نشر نوبل، تبریز.
۱۲. تولایی، نوین (۱۳۸۰)، «زمینه‌گرایی در شهرسازی»، **نشریه هنرهای زیبا**، شماره ۱۰، زمستان.
۱۳. تهرانی، فرهاد؛ نواری، نیلوفر؛ خلیل‌زاده، سائنا (۱۳۸۷)، «پل بازارهای تبریز»، **فصلنامه صفا**، سال ۱۷، شماره ۴۶، بهار و تابستان.
۱۴. حاتمی گلزاری، الهام؛ خوشنویس، احمد میرزا کوچک؛ پایزیدی، قادر؛ حبیبی، فواد (۱۳۹۸)، «تحلیلی بر مؤلفه‌های تأثیرگذار در ماندگاری معماری بازارهای تاریخی ایران، مطالعه موردی: بازار تاریخی تبریز»، **نشریه معماری و شهرسازی پایدار**، سال هفتم، شماره ۱، بهار و تابستان.
۱۵. حسین‌زاده‌دلیر، کریم؛ آشنا، لاله (۱۳۹۰)، «نظم بصری در شهرسازی سنتی ایران، مطالعه موردی: بازار تبریز»، **نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی**، سال ۱۶، شماره ۳۷، پاییز.

۱۶. حق‌پرست، فرزین؛ اسمعیلی سنگری، حسین (۱۳۹۷)، «مدیریت مجموعه میراث جهانی بازار تاریخی تبریز با تکیه بر مشارکت مردمی»، **فصلنامه مدیریت شهری**، سال ۱۷، شماره ۵۰، بهار.
۱۷. حق‌پرست، فرزین؛ نژادابراهیمی، احد (۱۳۹۳)، «بازسازی تصویری مجموعه عمارت مظفریه تبریز (مسجد کبود) بر اساس اسناد و متون تاریخی»، **نشریه پژوهش هنر**، سال دوم، شماره ۷.
۱۸. دادور، سیده صدیقه؛ دانش، فاطمه؛ عباسی، زهرا (۱۳۹۵)، «بررسی ساختار کالبدی بازار به عنوان عنصر حیاتی بافت شهری قدیم، مورد پژوهشی: بازار کاشان»، **نشریه مدیریت شهری**، شماره ۴۴، پاییز.
۱۹. زنگ‌آبادی، علی؛ علیزاده، جابر؛ رنجبرنیا، بهزاد (۱۳۹۱)، «برنامه‌ریزی راهبردی برای ساماندهی بازارهای سنتی ایران، مطالعه موردی: بازار سنتی تبریز»، **فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی**، شماره ۷، بهار.
۲۰. سجادزاده، حسن؛ اریس، بهاره (۱۳۹۶)، «بررسی تولید معنا در فضای شهری بر مبنای تئوری ساخت‌یابی، مطالعه موردی: بازار تبریز»، **فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی**، دوره ۴۹، شماره ۲، تابستان.
۲۱. سلطانزاده، حسین (۱۳۶۸)، **مقدمه‌ای بر تاریخ شهر و شهرنشینی در ایران**، نشر امیرکبیر، تهران.
۲۲. شایان، حمیدرضا (۱۳۸۷)، «معماری در دنیای چندجهانی: تحلیل رابطه میان معماری و بستر فرهنگی براساس دیدگاه تعاملی»، **دو فصلنامه نامه معماری و شهرسازی**، شماره ۱، پاییز و زمستان.
۲۳. شفقی، سیروس (۱۳۷۸)، «نقش بازار در ساختار فضایی شهرهای اسلامی»، **فصلنامه تحقیقات جغرافیایی**، شماره ۵۳-۵۲، بهار و تابستان.
۲۴. شوای، فرانسواز (۱۳۹۲)، **شهرسازی: تخیلات و واقعیات**، ترجمه: سید محسن حبیبی، نشر دانشگاه تهران، تهران.
۲۵. صدری کیا، سمیه (۱۳۹۳)، «بافت شهری و محله‌ای تبریز در دوران قاجار»، **فصلنامه پژوهش هنر**، سال ۲، شماره ۷، پاییز.
۲۶. صفامنش، کامران؛ رشتچیان، یعقوب؛ منادی‌زاده، بهروز (۱۳۷۶)، «ساختار کالبدی شهر تبریز و تحولات آن دو سده اخیر»، **فصلنامه گفتگو**، شماره ۱۸، زمستان.
۲۷. عبداله‌زاده، مهدی؛ رهنما، محمدرحیم؛ اجزاء شکوهی، محمد (۱۳۹۹)، «سنجش و ارزیابی الگوی رشد فضایی-کالبدی کلان‌شهر تبریز»، **نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی**، سال ۲۴، شماره ۷۱، بهار.
۲۸. علوی‌زاده، سیده الهام؛ اسلامی، سیدغلامرضا؛ حبیب، فرح (۱۳۹۷)، «بررسی تأثیر میزان زمینه‌گرایی بناهای میان‌افزا بر تداوم حیات بافت تاریخی بازار سنتی ایرانی، نمونه موردی: حریم درجه دو بافت تاریخی بازار سنتی اردبیل»، **فصلنامه پژوهش‌های معماری اسلامی**، سال ۶، شماره ۱۸، بهار.
۲۹. عمرانی، بهروز؛ اسمعیلی سنگری، حسین (۱۳۸۵)، **بافت تاریخی شهر تبریز**، نشر سمیرا، تهران.
۳۰. فلامکی، محمدمنصور (۱۳۹۳)، **دریافت یگانگی در معماری ایرانی**، نشر فضا، تهران.
۳۱. قاسمی، تارا؛ امینی، الهام؛ مدیری، آتوسا (۱۳۹۷)، «طراحی بافت تاریخی شهر تهران با رویکرد گردشگری ادبی نمونه موردی: حصار ناصری شهر تهران»، **فصلنامه مطالعات ساختار و کارکرد شهری**، سال ۵، شماره ۱۶، پاییز.
۳۲. ماجدی، حمید؛ سعیده زرآبادی، زهرالسادات (۱۳۸۹)، «شهرنشان‌دار به مثابه شهر زمینه‌گرا»، **فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران**، دوره ۲، شماره ۳، پاییز.
۳۳. مامفورد، لوئیس (۱۳۸۵)، **فرهنگ شهرها**، ترجمه: عارف اقوامی مقدم، نشر وزارت مسکن و شهرسازی، تهران.

50. Mendipour, A. Rashidi, H. (2013), Persian Bazaar and Its Impact on Evolution of Historic Urban Cores - the Case of Isfahan, The Macrotheme Review 2 (5)
51. Nejad Ebrahimi, A.; Pour Rahimian, F.; Sahraei Loron, M. (2013), "Impacts of urban passages on formation of Iranian bazaars: case study of the historic bazaar of Tabriz", International Journal of Architectural Research (Archnet IJAR), Vol 7, Issue 2.
52. Ouria, M. (2019), "Sustainable urban features and their relation with environmental satisfaction in commercial public space: An example of the great bazaar of Tabriz, Iran". International Journal of Urban Sustainable Development, Vol. 11, Issue 1.
53. Simitch, A.; Val W. (2014), The Language of Architecture, Rockport Publishers, United States of America.
54. Stokols, D.; Altman, I. (1987), Handbook of Environmental Psychology, Wiley- Inter science publication, New York.
55. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/context/2018.09.02>.
56. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/context/2018.09.02>.
34. مرصوصی، نفیسه؛ خانسی، محمدباقر (۱۳۹۰)، «تحلیل کارکرد اقتصادی بازار تبریز و حوزة نفوذ آن»، **فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی**، شماره ۷۵، بهار.
35. معماریان، غلامحسین (۱۳۹۰)، **معماری ایرانی**، نشر سروش دانش، تهران.
36. منصوری، سیدامیر؛ محمدزاده، شبنم (۱۳۹۶)، «تحولات سازمان فضایی شهر تبریز از اوایل اسلام تا دوره قاجار»، **نشریه باغ نظر**، سال ۱۴، شماره ۵۱، شهریور.
37. مهدوی‌نژاد، محمدجواد؛ بمانیان، محمدرضا؛ ملایی، معصومه (۱۳۹۰)، «فرایند طراحی زمینه‌گرا: تجربه معماری ۸۹-۱۳۸۸»، **فصلنامه نقش جهان**، شماره ۱، پاییز و زمستان.
38. مهدی‌نژاد، جمال‌الدین؛ نجاری‌نابی، رعنا (۱۳۹۸)، «ارزیابی تحولات ساختار کالبدی بازارهای سنتی مبتنی بر نقش بازار در فضای شهری، نمونه موردی: بازار تبریز»، **دو فصلنامه اندیشه معماری**، سال سوم، شماره ۶، پاییز و زمستان.
39. نژادابراهیمی، احد (۱۳۹۳)، «روند شکل‌گیری و توسعه شهر تبریز: از صدراسلام تا ظهور قاجار»، **فصلنامه پژوهش هنر**، سال ۲، شماره ۷، پاییز.
40. نجاری‌نابی، رعنا؛ مهدی‌نژاد، جمال‌الدین (۱۳۹۹)، «ارزیابی نقش عوامل کالبدی و عملکردی در اجتماع‌پذیری بازارهای سنتی ایران با استفاده از تکنیک نحو فضا، نمونه موردی: بازار تبریز»، **ماهنامه باغ نظر**، شماره ۸۵، تیرماه.
41. نقوی، پویان؛ مظاہریان، حامد (۱۳۹۸)، «تحلیل نظریات معاصر در مواجهه با زمینه طراحی معماری»، **نشریه باغ نظر**، سال ۱۶، شماره ۷۴، مرداد.
42. نقی‌زاده، محمد (۱۳۸۶)، **ادراک زیبایی و هویت شهر در پرتو تفکر اسلامی**، نشر سازمان فرهنگی - تفریحی شهرداری، اصفهان.
43. Abedi, S.; Iravani, H. (2015), "Analysis of the Contextual Architecture and its Effect on the Structure of the Residential Places in Dardasht Neighborhood of Isfahan", European Online Journal of Natural and Social Sciences, Vol.3, No.3.
44. Capon, D.S. (1999), Le Corbusier's Legacy: Principles of Twentieth-Century Architectural Theory Arranged by Category, Published by Chichester: Wiley, England.
45. Cizgen, G. (2012), Rethinking the Role of Context and Contextualism in Architecture and Design, The Institute of Graduate Studies and Research in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Master of Science in Architecture, Eastern Mediterranean University, Turkey.
46. Gausa, M.; Guallart, V.; Muller, W.; Soriano, F.; Porras, F.; Morales, J. (2003), The Metapolis Dictionary of Advanced Architecture, Published by Actar, Barcelona.
47. Gholipour Shayan, R. (2016), "Pol Bazaar, Interactional Architecture with the Urban Space the case of Tabriz bazaar", Gazi University Journal of Science, Vol. 29, Issue 2.
48. Groat, L. N. (1988), Contextual Compatibility in architecture. In Jack L. Nasar (eds.), Environmental Aesthetics: Theory, Research & Applications, Cambridge University Press, London, England.
49. Hanachi, P; Yadollahi, S. (2011), Tabriz historical bazaar in the context of change. ICOMOS 17th General Assembly, 2011-11-27 / 2011-12-02, Paris, France.

Investigation and Determination of the Evolution Process of Architecture in the Structure of the Tabriz bazaar with emphasis on contextualism

Prosha Bahrieh

Ph.D Student of Architecture, Department of Architecture, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Sahar Toofan *(Corresponding Author)

Assistant Professor of Architecture, Department of Architecture, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

* sahar.toofan@iaut.ac.ir

Shabnam Akbari Namdar

Assistant Professor of Architecture, Department of Architecture, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Abstract:

Contextualism, as an important approach in architecture emphasizes upon the preservation of traces of the past and the differences and the features of each culture and it is rooted in the identity of every nation. The ancient texture of cities carries rich signs of the culture and identity of forebears and Iranian traditional architecture is no exception to this rule, at the same time it's a rich instance of harmony and co-habitation with environmental characteristics and spatial values. In traditional Iranian cities, bazaar was considered to be a fundamental element so that the city was recognized and appreciated for its bazaar. The Tabriz bazaar arranged in a complete city block has a long antiquity, vastness, functional diversity and architectural values. The current research makes attempt to elucidate and determine contextual factors influencing the Tabriz bazaar at urban (site location, formation and development) and architectural (dispersion of physical elements and function) scales. Therefore, the research questions are explained as follows: first, which contextual factors have been influential in the site location, formation and development of the Tabriz bazaar (Large scale)? Secondly, which contextual factors have been influential in the dispersion of physical elements and functions of the Tabriz bazaar (Intermediate scale)? The methodology of the research is deductive, which is based on the analysis of the content of documents. Thereby, the research attempts to re-read the subject matter and to draw a conclusion through the study of documents, exploration of historical books and logbooks, analysis of maps and old aerial images of Tabriz and the bazaar, as well as analysis of field survey findings of the existing condition of the bazaar. The extraction of contextual factors affecting the formation of the bazaar on the metropolitan scale and architectural programming related to the physical and functional dispersion shows that the formation and development of Tabriz bazaar and its elements over the ages have been influenced by the environmental, cultural, social, political, governmental and economic structure of the city. The effect of the contextual index in terms of the status of the political geography of the city and the economic value of the structural index of bazaar on the formation of necessity characteristic, supply-demand relationship and its manifestation in the form of Tabriz bazaar on large and medium scale has been found to be of more importance.

Keywords: Architecture, Urban planning, Contextualism, City Context, Tabriz Bazaar.