



بازارهای سنتی ایران

رومینا زرنegar

rominazarnegar@gmail.com

چکیده

شهرهای اسلامی دارای ویژگی هایی هستند که آنها را از سایر شهرها متمایز میکند، یکی از این ویژگی ها حضور شاخص مجموعه ی بازار در بافت اصلی و مرکزی شهر است. بازارها در دوره اسلامی و قبل از آن با توجه به جایگاه ویژه ایی که در بافت شهری داشته با معماری چشم نواز خود به عنوان گنجینه ایی ارزشمند از ذوق و هنر و فرهنگ پیشینیان بر جای مانده است . این مجموعه نه تنها محلی برای فعالیت های اقتصادی است بلکه با تامین نیازهای روزانه ی مردم از طریق برخورداری از خدماتی همچون : حمام ، آب انبار ، سقاخانه ، کاروانسرا و مسجد نقش مهمی در فعالیت های اجتماعی ، فرهنگی ، سیاسی و دینی دارد. هدف از این پژوهش که با استفاده از منابع کتابخانه ای و مقالات معتبر صورت گرفته ، بررسی و شناخت مفهوم و ویژگی های معماری بازارهای سنتی ایران به عنوان یکی از نمدهای بارز معماری سنتی و اسلامی است .

واژگان کلیدی: شهرهای اسلامی ، بازار ، معماری سنتی و اسلامی

مقدمه

بازار به عنوان یکی از عناصر اصلی شهرهای اسلامی خاورمیانه محسوب میشود که به شکل خطی در اطراف مسجد و در یکی از جهات جغرافیایی (شمالی ، جنوبی ، شرقی و یا غربی) و بین دو دروازه شهر و یا دروازه و مرکز شهر امتداد میافتد. بازار اسلامی از لحاظ کارکردی با مراکز مهم سیاسی و اقتصادی و مذهبی پیوند داشت. هر صنفی راسته ی خاص خود را داشته که مشاغل و صنف های دیگر در آن راه نداشتند و آن بخش از بازار به نام آن صنف مشهور میشد. در محدوده بلافاصل مسجد ، بازار شمع فروشان ، عطاران ، مهر و تسبیح فروشان و بعد از آن بازار کتابفروشان ، جواهر فروشان ، صرافان ، و چرم سازان قرار داشت . سپس بازار پارچه فروشی و بعد از آن بازار نجاران، مسگران، قفل سازان، آهنگران، قرار میگرفتند. هر چه بازار به سمت دروازه ی شهر نزدیک میشد تغییر عملکرد میداد و در جهت رفع نیاز روستاییان عمل میکرد . بطوریکه در نهایت نعل بندان، زین سازان ، و پالان دوزان قرار داشتند . جهت جلوگیری از آلودگی محیط زیست نیز صناعی از جمله دباغ خانه، رنگرزی، آجر پزی ، سفال سازی ، و سلاح خانه در فاصله کمتری از شهر قرار داشته است . (حبیبی ۱۳۷۵ : ۴۷-۴۶ ، حسین زاده ۱۳۶۲ : ۱۲۷-۱۲۶ ، نظریان ۱۳۸۸ : ۹۳-۹۲)

تعریف واژه بازار

واژه بازار به لحاظ واژه شناسی میتواند تاکید بیشتری بر ایرانی بودن این عنصر داشته باشد . (مومنی ۱۳۷۳ : ۲۱۰) واژه بازار در فارسی میانه ((وازار)) و با ترکیب هایی چون وازارگ ((بازاری)) ، وازرگان ((بازرگان)) ، وازرگانیه ((بازرگانی)) ، وازارس ((رئیس بازار)) آمده است . این واژه احتمالا از صورت مفروض ایرانی باستان *carana - vaha* گرفته شده است که به معنای جایگاه داد و ستد است . این واژه ایرانی از راه بازرگانی از یک سو به عربی ، ترکی ، عثمانی ، و زبان های اروپایی از سویی دیگر به زبان های سرزمین های هند و سیلان راه یافته است . در دانشنامه جهان اسلام نیز مصدرحا قید گردیده که بازار ایرانی با ویژگی های خود زبانزد جهانیان بوده و واژه ایرانی بازار به بسیاری از زبانهای جهان با همان لفظ و تلفظ درآمده . (حبیبی ۱۳۸۵ : ۲۹)

پیدایش و پیشینه ی تاریخی بازار

پیشینه ی سکونتگاه هایی که اقتصاد آنها بر تولید صنایع دستی و بازرگانی متکی بود به حدود ده هزار سال پیش میرسد . بر اساس یکی از بررسیهای قدیمی ، یکی از سکونت گاههایی که اقتصاد آن بر کشت غلات و دامداری متکی بود و به گونه ایی از مرحله یکجا نشینی به شهر نشینی رسیده بود ، سکونتگاهی در نزدیکی کرمانشاه بود که پیشینه ی آن به ۹۰۰۰ سال پیش میرسد .

نمونه های متعددی از سکونتگاه هایی که اقتصادشان متکی بر تولید صنایع دستی بود در نقاط گوناگون ایران یافت شده است . (سلطانزاده ۱۳۸۰ : ۱۲)

بر اساس اطلاعات موجود در منابع تاریخی از اوایل قرن اول هجری به بعد در بسیاری از شهرهای جدید و کمابیش همه ی شهرهای قدیمی بازار هایی دائمی با فضای ساخته شده وجود داشت . از دوره ی سلجوقیان به بعد شاهد شکوفایی بازار در فضاهای شهری ایران می شویم و در دوره صفویه به دلیل برقراری امنیت کامل و توسعه روابط خارجی و گسترش مبادلات تجاری ، رونق بازار به اوج خود میرسد (سلطانزاده ۱۳۸۰ : ۲۲-۲۱)

موقعیت بازار و اهمیت آن در بافت شهری

در بافت شهری ، مجموعه ی بازار (شامل شبکه ارتباطی و عناصر ساختاری) ضمن اینکه دارای ارتفاع بیشتری نسبت به بافت همجوار می باشد در منطقه ی مرتفع تر قرار دارد و این مجموعه استخوان بند اصلی شهر را نشان می دهد . هر کدام از این راسته ها به ترتیبی به کوچه ها و راه های منتهی به مراکز محله ها متصل می شدند که شیب آنها همواره به سمت خارج بازار



است. بلندی کف راسته های بازار سبب میشود که آب قنوات پس از مشروب کردن بازار و اماکن عمومی و اجتماعی آن به محلات مسکونی جاری شود. بلندی بازار نسبت به سایر قسمت های شهر سبب میشود تا همواره دید اصلی به طرف مرکز شهر که محل کار و اجتماع است معطوف و از کلیه گذرگاهها و معابر تصاویر مناظر مختلف و جالبی از مجموعه ی بازار و کنبد و مناره های مسجد جنب آن دیده شود (تجربه ایی در مستند سازی بازار های ایرانی ۱۳۸۸ : ۳۰)

نقش و کارکرد اجتماعی و فرهنگی بازار

بازار مهمترین محور و شاهراه ارتباطی در شهرهای قدیمی بود و بیشترین آمد و شد شهروندان در آن صورت می گرفت. به عبارت دیگر، بازار مهمترین کانال ارتباطی شهر بود که نه تنها مردم کالا و سرمایه ها در آن جریان می یافتند، بلکه اطلاعات اخبار و آگهی ها نیز از طریق آن به اطلاع شهروندان می رسید، زیرا اطلاع رسانی توسط افراد به صورت شفاهی انجام می شد و به همین دلیل بود که وقتی حکومت می خواست خبری را به گوش مردم برساند، غالباً عده ای که آنها را عموماً جارچی یا منادی می خواندند، آن خبر را ابتدا در بازار اصلی شهر جار می زدند، یعنی با صدای بلند به اطلاع مردم می رساندند. (سازمان زاده ۱۳۸۰ : ۲۸)

در عین حال، بازار مکانی است که در آن تبادل فرهنگی و مبادله ی محصولات و ارتباطات انسانی توأم انجام می شود. به تعبیری، بازار مکانی است که اقشار و طبقات و گروه های مختلف اجتماع، قومی، نژادی و فرهنگی در ارتباط با یکدیگر قرار گرفته و به شکلی ناخودآگاه یکدیگر را تحت تاثیر قرار می دهند و باعث اشاعه ی عناصر و پدیده های فرهنگی از یک حوزه فرهنگی به حوزه های فرهنگی دیگر می شود. (عسکری خانقاه، ۱۳۸۰)

شکل های مختلف بازار

بازارها به شکل های مختلف وجود داشته و دارند :

-بازار خطی (طولی) : راسته ایی است که در جهت طولی رشد کرده و خان ها در دو سوی آن جا دارند .
-بازار چند محوری : شبکه ایی است گسترده از راسته های موازی یا متقاطع که مجموعه ی سراها و خان ها را در میان میگیرد. تحرک و جاذبه ی این بازارها از بازارهای دیگر بیشتر است .
-بازار صلیبی : مرکب از دو بازار خطی متقاطع عمود بر هم که در طول تقاطع به صورت چند محوری متراکم درآمده. (جباری ۱۳۷۹ : ۲۹-۳۱)

عناصر و فضاهای معماری بازار

۱-حجره (دکان) :

حجره یا دکان را میتوان ساده ترین و کوچکترین، اما مهمترین عنصر و فضای بازار دانست. شماری از دکان ها یا حجره ها وقتیکه به صورت خطی در دو سوی معبری قرار گیرند، یک راسته بازار را به وجود می آورند. مساحت حجره ها بسیار متفاوت و به طور متوسط از ده تا بیست و پنج متر مربع بوده است. حجره های واقع در طبقه ی همکف و همتراز با سطح معبر به طور معمول نقش یک مغازه یا دکان را داشت که کالایی در آن عرضه می شد، در حالیکه حجره های واقع در طبقه ی فوقانی بازارهای دو طبقه بیشتر به عنوان دفتر کار و فضای اداری یک تجارتخانه مورد بهره برداری قرار میگرفت. بعضی از حجره های واقع در طبقه فوقانی بازار به عنوان کارگاه استفاده می شد.

۲-کاروانسرا (سرا)

کاروانسرا ها را میتوان مهمترین فضای معماری طراحی شده در بازارها و تقریباً همانند پاساژهای امروز دانست. یکی از علل پیدایش کاروانسرا ها را میتوان محدود بودن طول راسته های بازار دانست، همانگونه که امروز اگر یک خیابان تجاری پررونق

شود به گونه ایی که تمام دکان های واقع در امتداد آن پاسخگوی نیاز موجود به فضاهای تجاری نباشند ، به تدریج پاساژهایی در پشت دکان ها ساخته میشود و تنها ورودی آنها را خیابان ها قرار میدهند و به این ترتیب به ظرفیت فضاهای تجاری یک خیابان افزوده میشود . در گذشته هم اگر بازار اصلی یک شهر توسعه می یافت ، این توسعه هم در جهت امتداد طول و محور راسته اصلی بازار صورت میگرفت و هم تعدادی کاروانسرا در پشت راسته ی اصلی و گاه در کنار راسته های فرعی ساخته میشد. (سلطانزاده ۱۳۸۰ : ۷۹-۷۷)

۳- تیم و تیمچه

تیم و تیمچه نیز عملکردی مانند سرا در بازار دارند و از خصوصیات مشابهی با سرا برخوردار هستند . در لغت نامه دهخدا آورده شده : ((تیم)) کاروانسرای بزرگ را گویند ، چه تیمچه کاروانسرای کوچک است . فرق کلی سرا با تیم و تیمچه در این است که سرا غالباً فاقد طاق است ولی تیم و تیمچه دارای یک یا چند طاق مرتفع بر رو حیاط مرکزی هستند به دلیل اینکه این طاق ها از زیر دیده میشوند و نمای بیرونی آنها از حیث زیبایی چندان اهمیتی ندارد . شکل ترین و قشنگترین ، کاربندی ها و یزدی بندی در زیر طاق های تیم ها و تیمچه ها ساخته میشده است . (قبادیان ۱۳۹۰ : ۲۰۰)

4- قیصریه

واژه قیصریه از کلمه ی لاتینی کایسارنا به معنی بازار شاهی مشتق شده . در بعضی از منابع اشاره شده که قیصریه یا کلمه قیصر یا سزار مربوط بوده است . در ایران به فضای قیصر گفته میشود که از لحاظ خصوصیات معماری به یک راسته فرعی ، دالان یا تیمچه و در موارد معدودی به یک سرا شبیه بود ، اما از لحاظ کارکردی غالباً به عرضه ی کالاهای لوکس و گرانبها و به ویژه برخی از انواع منسوجات عالی اختصاص داشت ، به همین سبب فضای قیصریه ها به هر شکل که بوده یک یا چند در ورودی داشت که هنگام شب آنرا میبستند . در اصفهان نمونه هایی از این قیصریه ها وجود داشته است. (سلطانزاده ۱۳۸۰ : ۹۲)

مصالح و تزئینات

مصالح :

در راسته اصلی بازار معمولاً از بهترین مصالح استفاده میشود . سنگفرش کف ، دیوار های آجری و تزئینات طاق و دیوار ها و همچنین درها و پنجره های چوبی از بهترین اجزا طراحی و ساخته می شود . مصالح رایج عمدتاً آجر مرغوب و ملات آهک و گچ بود . از سنگ نیز برای زیر سازی دیوارها ، آزاره ها و پله ها استفاده میگردد . (البته در مواردی چون بازار لار ، تمام آن با سنگ ساخته شده است) . انواع آجر در ساخت دیوارهای بازار ، ستون ها ، طاق ها ، تویزه ها و در پوشش نهایی سقف کاربرد گسترده ایی داشته است . در بعضی موارد نیز از خشت برای دیوارهای پر کننده و یا جدا کردن فضاهای مختلف استفاده میشده است و آجر کاری های زیبا همراه با با کاشیکاری و گچ بری زینت بخش نهایی بوده است .

تزئینات :

در معماری ایران زیبایی چیزی نیست جز توازن و تعادل اعضای متناسب بنا و به کار رفتن تزئیناتی که از بنا مایه می گیرد و به شکل منطقی عرضه می شود . به عبارت دیگر نه بنایی که با تزئین تحمیلی آمیخته باشد . بنایی در خور تحسین است که ارتفاع و تناسباتش خوشایند گردد و خطوط اصلی و سطوحش تزئینی درخور را دارا باشد . در پوشش سقف چارسو ها و تیمچه ها ، ارتفاع بنا را روی پیمون یا مدول تنظیم مینمودند . در این نوع بنا های عمومی و وسیع که ارتفاع به اجبار بالا میرود ، در برخی موارد سقف متناسب با دیگری هماهنگ با دیوار اجرا میشود که کاربندی ها و مقرنس ها از بهترین انواع آن است . به



سبب تنوع پوشش در فضاهای عمومی بازار به کادر بندی توجه و از آن استفاده میشود. (تجربه ای در مستند سازی بازارهای ایرانی ۱۳۸۸ : ۳۳)

بحث و نتیجه گیری

نتایج به دست آمده از این پژوهش بیان کننده ی این است که بازارهای سنتی با ریشه چند هزار ساله دارای جایگاه ویژه ای در معماری اسلامی - ایرانی می باشند. توجه به نیازهای انسانی که در این معماری دیده میشود خود موجب برقراری ارتباط و افزایش روابط اجتماعی میان مردمان آن شهر میشود. در واقع میتوان گفت بازار ها هم از لحاظ اقتصادی و هم از لحاظ فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و دینی مکانی تاثیر گذار در هر شهر محسوب می شود

منابع

تجربه ای در مستند سازی بازارهای ایرانی(۱۳۸۸)، بازار ایرانی، انتشارات جهاد دانشگاهی

جباری، مینا (۱۳۷۹)، همیشه بازار، نشر آگاه، تهران

حبیب، فرح (۱۳۸۵) هماوایی نور و رنگ در فضای شهری ایرانی، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۷، پاییز.

حبیبی، سید حسین (۱۳۷۵)، از شار تا شهر، انتشارات دانشگاه تهران.

سلطان زاده، حسین (۱۳۸۰) مجموعه ی از ایران چه می دانم، بازارهای ایرانی، دفتر پژوهش های فرهنگی.

سلطان زاده، حسین، (۱۳۶۵) تاریخ شهر و شهر نشینی در ایران، نشر آبی، تهران.

عسکری خانقاه(۱۳۸۰)، تاملی در مردم شناسی فرهنگی بازار و مسکن شهر قزوین(با توجه به مرمت بناهای قدیمی). در نامه علوم اجتماعی، شماره ۱۷.

قبادیان، وحید (۱۳۹۰)، بررسی اقلیمی بناهای سنتی ایران، انتشارات دانشگاه تهران.

نظیریان، اصغر (۱۳۸۸)، پویایی نظام شهری، انتشارات مبتکران، تهران.