



## تمایز بازار سنتی و بازار مدرن و کارکردهای اجتماعی و اقتصادی آن

علی دربان<sup>1\*</sup>، زهرا عزیزی شیرکوهی<sup>2</sup>، مریم مرادی فر<sup>3</sup>

- 1- علی دربان، کارشناس معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد مسجد سلیمان (Alidarban2014@yahoo.com)  
 2- زهرا عزیزی شیرکوهی، دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، (artza52322@gmail.com)  
 3- مریم مرادی فر، کارشناس معماری دانشگاه شهید اشرفی اصفهان، (maryam.mari1993@yahoo.com)

### چکیده

3/5 cm

وقتی نام بازار را بر زبان می‌آوریم در ذهن مردم تصویر مکانی مملو از مغازه و راهروهای مسقف نقش می‌بندد. این تصویر، شکل فیزیکی همان بازار سنتی است که در سالهای متمادی، نقش و جایگاهی مختص به خود داشته و با یک مرحله از توسعه کشور در گذشته وابستگی دارد. اما در حال حاضر، بازار در ذهن نسل جدید تصویری متفاوت با آنچه در اذهان پیشینیان بوده، دارد. آنچه بازار سنتی را به بازار مدرن پیوند می‌دهد و وجه مشترک این دو محسوب می‌شود، مبادله داوطلبانه و آزاد است. این امر از گذشته جریان داشته و هم اکنون هم اتفاق می‌افتد. اما وقتی ظرف نهادی بازار دگرگون می‌شود به این معنی که قواعد حاکم بر آن تغییر می‌کند تصویری متفاوت از بازار با آنچه در گذشته مشاهده می‌کنیم. گذشته از امروز تحول تاریخی، این بررسی حداقل دو خاصیت می‌تواند داشته باشد. اول درک اینکه بازار در مقاطعی از تاریخ گذشته ما نقشی فراتر از مکان مبادله کالا ایفا کرده که ممکن است در زمان حاضر دیگر آن نقش را نداشته باشد. یا اینکه ما چه انتظاری می‌توانیم از بازار به عنوان مکانی که مبادله در آن اتفاق می‌افتد، داشته باشیم. این می‌تواند به ما کمک کند تا بفهمیم چرا زمانی نقش آفرینی بازار در کشور ما نقش آفرینی سیاسی یا فرهنگی شده و اینکه چرا در زمان فعلی ممکن است این نقشها وجود نداشته یا تغییر کرده باشد. خاصیت دوم هم اینکه ما مفهوم بازار را به عنوان یک سازوکار از مفهوم آن به معنای مکان مبادله جدا کنیم تا بتوانیم در اقتصاد، ساز و کار را مدنظر قرار دهیم. این شاید بهانه‌ای باشد که بتوانیم بهتر سازوکار را درک و آن را در جامعه نهادینه کنیم.

**واژه‌های کلیدی:** بازار سنتی، بازار مدرن، کارکردهای اجتماعی، اقتصادی



## تعریف بازار

واژه بازار که اصل آن در پهلوی "واچار" است و هنوز هم در گیلان و نطنز بصورت واچار بکار می رود، اصل فارسی است و کلمه بازرگان (بازرگان) از آن بدست می آید. فضایی که در آن کالاهایی برای فروش یا تولید و فروش عرضه شود و محل تجمع و اغلب مسیری ارتباطی نیز باشد، بازار خوانده می شود.

## عناصر تشکیل دهنده بازار

در طی شکل گیری بازار در شهرهای مختلف ایران عناصر متعددی خود را به عنوان اعضای اصلی و وابسته به آن ظاهر نموده اند که شکل و فرم هر کدام بسته به فرهنگ، شرایط اقلیمی، سبک حاکم بر زمان و... بوده است لذا به منظور شناخت کامل و دقیق این عناصر آنها را بر اساس نوع عملکرد تقسیم بندی نموده سپس به تشریح هر کدام می پردازیم.

## اکولوژی و توزیع فضایی عناصر در بازار سنتی

نخستین بازار در کنار مسجد جامع، بازار فروشندگان اشیاء مذهبی بود و شمع فروشان و عطاران و مهر و تسبیح فروشان و مانند ایشان در این بازار بودند و در کنار آن بازار کتاب فروشان و بازار صحافان و سپس بازار چرم سازان قرار داشت. پس از آن بازار پارچه فروشان بود که «قیصریه» نام داشت و پر اهمیت ترین مرکز بازرگانی بازار بود معمولاً محوطه ای بزرگ و سرپوشیده داشت با درهایی بزرگ که شب ها بر آنها قفل می زدند و سایر کالاهای گران قیمت را در این بازار نگاه می داشتند و خرید و فروش می کردند. پس از قیصریه ها بازار تجارها و مسگرها و پس از آن بازار حلبی سازها و آهنگری قرار داشت. این بازارها به راسته های مختلفی مثل راسته قالی باف ها، کفاشی ها و غیره مستقیم می شد.

در حاشیه بازارها، کاروانسراها و بازار نعلبندان و زین سازان و پلان دوزان جای داشت که نزدیک دروازه شهر بود. در خارج دروازه بازارهای مردم روستایی و فروشندگان دوره گرد و پیله وران و سبد فروشان و مانند آن قرار داشت. اطراف شهر جایگاه صنایع و فعالیت هایی بود که هم به زمین بزرگ نیاز داشتند و هم از نظر آلوده کردن محیط جای آنها در بیرون شهر بود مانند دباغ خانه، رنگرزان، کوره های آجرپزی و رویگرخانه و صالح خانه بیرون شهر همچنین محل گورستان ها، بازارهای هفتگی و ماهانه و سالانه مثل سه شنبه بازار و یکشنبه بازار و بساط تعزیه خوانی و نقالی بود.

## نظام فضایی و کارکرد بازارهای سنتی ایران

برخلاف شهرهای عربی - اسلامی که در بسیاری از موارد، بازار از طریق تبدیل کوی های مسکونی به کوی های تجاری فقط متشکل از دو ردیف دکان در امتداد دو سوی راسته یا معبر بود. بر اکثر بازارهای ایران نظامی منسجم براساس تنوع صنف حکم فرما بود و هر صنف در هر محل ویژه ای موسوم به راسته فعالیت می کرد. راسته که دالان سرپوشیده ای متشکل از قیصریه ها، سراها و تیمچه های متعدد بود. استخوان بندی بازار را تشکیل می داد. در دو سوی هر راسته تعدادی دکان و حجره ساخته می شد که به صورت پیوسته به هم در کنار یکدیگر قرار داشتند. برخی از دکان ها مانند قالی فروش ها، پارچه فروشی ها و دکان های فروش لوازم زینتی و لوکس تنها مخصوص عرضه و فروش کالا بودند. یعنی کالا در همان جا شکل نهایی به خود می گرفت یا ساخته می شد و سپس عرضه می گردید مانند دکان های مسگری، آهنگری، خراطی و بسیاری کفاشی ها، دکان ها متناسب با کالایی که در آن عرضه می شد شکل و ابعاد خاصی داشت مثلاً دکان نانویی یا قندریزی عالوه بر پامچال (فروشگاه مجاور بازار) انبارها و کارگاه هایی ضمیمه آن بوده و اغلب دکان هایی که به سوداگران خرده فروش چون ریسمن فروش و داروگر اختصاص داشت دو طبقه بوده و از بالخانه ها آن برای جور کردن کالا یا ساختن دارو و تنظیم حساب و دفتر استفاده می شد.



### بررسی مجموعه های تجاری گذشته از نظر شهرسازی

یکی از مهمترین جنبه های بازار، موقعیت و اهمیت شهری آن است و در اکثر شهرهای ایران می توان از آن بعنوان قلب شهر و یا بطور کلی بافت اصلی شهر نام برد مخصوصاً در شهرهایی که در گذشته در مسیر شاهراه کاروانها قرار داشته اند (جاده ابریشم)، اهمیت آن بسیار بارزتر و نمایان تر است.

تقریباً تمام شهرها در اطراف کانالهای بازار قرار داشته و در بعضی موارد با عبور از چند گذر تا حدودی می توان از محوطه بازار دور شد و به محلات اعیان نشین و باغهای شهر رسید وگرنه تمام مساجد بزرگ شهر مثل مسجد جامع و تکایای بزرگ و آب انبارهای اصلی شهر همگی در پیچ و خم کانالهای بازار قرار دارد. اینگونه شهرها به مجرد اینکه تا حدودی از جنبه اقتصادی دچار وقفه شدند حالت سکوت عمیق و مرگباری به خود گرفته و به تدریج تمام سکنه خود را از دست داده و به صورت مخروبه ای درآمدند. مثل شهرهایی که در مسیر جاده ابریشم قرار داشته و امروزه حتی به ندرت نامی از آنها برده می شود.

از نظر شهرسازی بازار که مجموعه ای از مغازه هاست را می توان بدین ترتیب توجیه کرد که هر مغازه یک سلول است و مجموعه آنها یعنی بازار، تشکیل بافت می دهد و این بافت اصلی شهر است که بافت های دیگر شهری نسبت به آن اهمیت کمتری داشته و اکثراً منشعب از آن می باشد.

این بافت اصلی شهری در پیچ و خم های خود سکنه کارگر، دکان دار و یا اصولاً طبقه دو یا سه را جا می دهد. چون در زمان قدیم شهرها دروازه داشته و یکی از کارهای دروازه ها، ورود و خروج کالاهای تجارتهای بوده است. بازار در نزدیکی یا در مسیر اصلی دروازه قرار داشته و در ضمن بواسطه کار خود مرکز عبور و مرور اصلی شهر و بالتیجه سر و صدای زیادی داشته است معمولاً محلاتی که در نقاط خوش آب و هوا و مرتفع شهر بصورت باغ وجود داشته محل زندگی طبقات ممتاز و حاکمه و یا به اصطلاح افراد طبقه یک بوده است.

### تعریف بازار مدرن

در راستای تغییراتی که در نظام شهرنشینی و ساختار اقتصادی کشور به وجود آمد و تاثیراتی که در جنبه های مختلف بر بازار و روابط و قوانین حاکم بر آن در شهر های ما گذشت، امروزه با مجموعه ای از فضا های تجاری رو به رو هستیم که هر یک به نوعی در تامین نیاز مندی های ساکن نقش دارد.

### مرکز خرید

مجموعه ای از ساختمانها با فروشگاههای گوناگون باشد که توسط راهروهای مرکزی با هم ارتباط دارند. این گونه از مراکز خرید، باعث سهولت جریان خرید افراد و افزایش قدرت انتخاب آنها میشود. مراکز خرید امروزی معمولاً چند طبقه بوده و انواع کاربریهای تفریحی، فرهنگی و ورزشی در آنها به چشم میخورد. راهروهای مرکز خرید میتواند بن بست یا مرتبط با دیگر راهروها باشد. این مسیرهای ارتباطی بین فروشگاهها قرار گرفته و قسمتهای خدماتی در انتهای آن، در نقاط مناسب قرار میگیرند. در مراکز خرید چند طبقه امروزی، حرکت عمودی خریدار در طبقات، از تاثیر گذارترین عوامل طراحی بنا میباشد.



## بازار و توسعه

شاید بتوان گفت کیفیت عملکرد بازار یک نشانه و یک شاخص از مرحله توسعه یافتگی است که در آن قرار داریم. مثلاً باید ببینیم نهاد بازار در ۵۰ سال گذشته چه نقش و کارکردی داشته و اکنون چه کارکردی دارد. همانطور که اگر به سیر نهاد دولت در ایران دقت شود به میزان تحولات آن میتوانید تحولات توسعه کشور را نیز بررسی کنید. در گذشته های دورتر بازار یک نهاد سنتی در کشور بوده است. در مقایسه با یک اقتصاد مدرن که در آن بازاری با سازوکار مدرن تشکیل میشود، ما اقتصادی سنتی داشتیم که در آن بازار سنتی شکل گرفته بود. اگر این فاصله را مورد ارزیابی قرار دهیم آن وقت میتوانیم مرحله توسعه های که قدیم در آن قرار داشتیم و مرحله توسعه فعلی و سیر تحولات آن را بسنجیم. همانگونه که یک جامعه در حال گذار از سنتی بودن به مدرن بودن تحولاتی را از سر میگذراند و نهادهایش دچار دگرگونی میشود و قواعد حاکم بر آن تغییر میکنند، بازار هم از همین قاعده تبعیت میکند.

اگر بخواهیم بگوییم که در گذشته دورتر چه تحولاتی صورت گرفته و این تحولات در نهاد بازار چگونه تجلی پیدا کرده است باید به دنبال بررسی آن عوامل باشیم. یکی از این عوامل مقیاس فعالیتهای اقتصادی است؛ به این معنی که ما کشوری داشتیم با جمعیتی بسیار کمتر از جمعیت فعلی. برای مثال در اوایل دهه ۴۰ شمسی جمعیت حدود بیست و چند میلیون نفر بود که حدود ۶۵ درصد آن جمعیت روستایی و تنها ۳۵ درصد این جمعیت یعنی حداکثر چیزی حدود هشت میلیون نفر شهرنشین بودند. وقتی این جمعیت را در شهرهای موجود توزیع کنیم جدای از چند شهر بزرگ مثل تهران و اصفهان و... به شهرهایی میرسیم که جمعیتهای حداکثر ۵۰ هزار نفری داشته اند. از نظر تولید ناخالص داخلی به عنوان یک شاخص از حجم اقتصاد نیز میبینیم که میزان درآمد و کالایی که در اقتصاد تولید میشود و در بازار مورد مبادله قرار میگرفته بسیار کم بوده است. وقتی حجم تولید کالا و خدمات بسیار کوچک باشد نظام مبادله و بازاری که این کالا و خدمات را پشتیبانی میکند نیز نظامی بسیار کوچک خواهد بود که مصداق بیرونی آن مکانی میشود که همه افراد شهر برای انجام مبادلاتشان به آنجا مراجعه میکنند. به اضافه این نکته که وقتی سطح درآمد جامعه در مرتبه پایین تری قرار گرفته باشد سبد کالایی مصرفی مردم هم محدود به کالاهای ضروری و اساسی است که دربرگیرنده مواد غذایی و پوشاک و نیازهای اولیه است.

## طراحی فضاهای تجاری در ایران

الگوهای خرید و فروش به علت همگام بودن با وضعیت اجتماعی، به سرعت در حال تغییر و تحول میباشند. برخی از دلایل تغییر و تحولات اخیر به قرار زیر است:

- 1- رشد جمعیت و بالا رفتن سطح درآمد شخصی
- 2- افزایش وسایل نقلیه شخصی و کاهش استفاده از وسایل نقلیه عمومی
- 3- متداول شدن کارتهای اعتباری در برنامه های خرید
- 4- تنوع زیاد کالاهای موجود، ناشی از پیشرفت فناوری و معاملات جهانی

عرضه کالا در مقیاس کلان با فنون نمایشی جدید به خریداران امکان واریسی و انتخاب داده و سبب افزایش جریان خرید از خرده فروشی به عمده فروشی شده است. امروزه کاهش تعداد مغازهها و دور شدن بازار از خرده فروشان مستقل و روی آوردن به فروشگاههای زنجیره های به دلیل زیر رخ داده است:

- 1- مغازه های قدیمی به دلیل عدم توانایی در پرداخت اجاره بهای بیشتر تعطیل شده و توسط فروشگاه های جدید جایگزین میگردند.



- 2- فروشگاه های زنجیره های و تعاونی ها در راستای بهینه سازی تدابیر خود واحدهای بزرگتر را جایگزین واحدهای کوچکتر میکنند.
- 3- بسیاری از خرده فروشانی که به صورت آزاد و مستقل کار میکنند، در رقابت با فروشگاه های زنجیره های، بقای کسب و کار خود را دشوار مییابند.
- 4- فروشگاه های کوچک به خاطر محدودیتهای مالی عوارض بیشتری می پردازند.

از اقدامات اولیه در راه اندازی یک مرکز خرید موفق، ارائه اجناس مورد نیاز خریداران، مطابق با کشش بازار است که در این راستا مشخص کردن شماره مشتریان احتمالی، نیازها و سلیقه آنها و نیز تعیین موقعیت احداث پروژه پیشنهادی در منطقه از عوامل مهم می باشد. بازار سنجی و مطالعه امکانات و احتمالات، موجب کاهش عناصر خطرآفرین در چنین اقداماتی می شود.

### اقتصاد بازار

در مسیر رشد طبیعی که در اقتصاد یک کشور انجام میگیرد انتقال از یک جامعه سنتی به مدرن اینگونه تعریف میشود که نقش و کارکرد نهادها دچار دگرگونی میشود و نهادهای مدرن جایگزین نهادهای سنتی میشوند. در نتیجه کارکرد بازار تبدیل به کارکردی میشود که میتواند در سایه رقابتی که برقرار میکند و تنظیمات اجتنابناپذیری که برای انحصارات گذاشته میشود، رفاه بیشتری برای مردم فراهم کند. وقتی شما به جامعه سنتی مراجعه میکنید به دلیل همین عواملی که چندان هم پایدار نیستند مثل اخلاقیات و موارد مشابه، این بازار در جامعه سنتی کارکردهایی فراتر از مبادله صرف کالا دارد و ممکن است کارکرد سیاسی هم داشته باشد.

### کارکردهای اجتماعی

بازار در ساختار اجتماعی، جامعه ایرانی گذشته، به عنوان نمادی شهری و اجتماعی، نمایانگر همبستگی و یکپارچگی مردم به شمار می آمد. همچنین اصناف و پیشه وران مهمترین تشکل اجتماعی، صنفی و سیاسی را در گذشته به وجود میآوردند و در برخی دوره ها هنگام بحران های سیاسی و اجتماعی به صورت متشکل اقدام میکردند که یکی از اقدام های آنها تعطیل کردن بازار بود. در 2 قرن اخیر نیز در بسیاری از بحرانهای اجتماعی، بازاریان با بستن دکانهای خود، مخالفت شان را با برخی فعالیتها و تصمیمگیریهای حکومت اعالم میکردند که از جمله در جنبش تنباکو، انقلاب مشروطیت و نهضت ملی شدن صنعت نفت این اقدامات جلوهگر شد.

نقش و کارکرد اجتماعی بازارها به قدری بود که حتی اروپاییانی که برای مدت کوتاهی به ایران سفر میکردند، بخوبی متوجه آن میشدند. بازارها به عنوان بناهای اقتصادی غالباً توسط بازرگانان یا اعیان و رجال و حکام و مسوولان شهری ساخته میشدند. برای هر بازار یا عناصر مهم و اصلی آن مانند راسته های اصلی یک نام وجود داشت که بازار به آن نام خوانده میشد.



جدول 1، (تقسیم بندی عناصر بازار بر اساس عملکرد آنها)

ارتباطی	مذهبی، اجتماعی، فرهنگی و خدماتی		اقتصادی			کارکردهای بازار
	ارتباطی	نقش اجتماعی و خدماتی	نقش مذهبی	نقش انباری	نقش تولیدی و تجاری	نقش تجاری
میدان گذر اصلی و فرعی در و دروازه	حمام زوارخانه سقاخانه چایخانه و قهوه خانه غذاخوری سلمانی	مسجد یا مسجد جامع حسینیه تکیه مداری و حوزه های علمیه امامزاده	خانبار کاروانسرا ياسرا بارانداز بارگیر	کارگاه قیصریه دالان	دکان و حجره تیمچه تیم خان راسته چهارسوق	عناصر کالبدی بازار

### نتیجه گیری

تجارت و خدمات تجاری بیش از هر چیز مستلزم مکان های ویژه، سازگار و جذاب میباشد. این در حالی است که از دیرباز این مکانهای ویژه، در ارزش افزوده زمین و رونق شهر سهیم بودهاند. مکان یابی این فضاها، دسترسی به آنها همراه با جای توقف برای مشتری ها و تحویل اجناس، همگی، شهرسازی شایان توجهی به اسم «شهرسازی تجاری» را به وجود آورده است و شکل های گوناگونی را به خود میگیرد که گویای مراحل پی در پی تحول تاریخی تجارت خرده فروشی است.

مراکز تجاری و بازارهای روز از جمله پرجاذبه ترین نقاط شهر محسوب میشوند و جایی هستند که معمولا در بیشتر ساعات شبانه روز مشغول فعالیتند. اختصاص فضاهای ویژه به این فعالیت به نحوی که آسایش مردم در انتخاب و خرید کالای مورد نظر فراهم باشد، همواره در شرق و غرب عالم رواج داشته است. بازار، تیمچه، سرا، گذر از نوع محفوظ و سرپوشیده و روزبازارها از نوع فضاهای روزباز، در کشور ما تاریخی دیرینه دارند. عکس این نیز صادق است. به گونه ای که مراکز و واحدهای تجاری هرگز به جاس خاص بسنده نکرده و هر جا که مردم (خریداران) بوده اند، آنها هم مستقر شده اند.

### منابع

- 1- ایراندوست، کیومرث، بهمنی اورمانی، آرمان، 1335، تحولات بازارهای سنتی در شهرهای ایران، فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی، شماره پنجم
- 2- دلبیو، راندلفریر؛ 1334، برگزیده و شرح سفرنامه شاردن، ترجمه حسین هژبریان و حسن اموی، تهران، نشر فروزان.
- 3- جباری، مینا؛ 1333، همیشه بازار، تهران، انتشارات آگاه.
- 4- فالملکی، محمدمنصور، 1331، شکل گیری معماری در تجارب ایران و غرب، نویسنده: موسسه علمی و فرهنگی فضا
- 5- فخاری تهرانی، فرهاد، پل بازارهای تبریز، کنگره طرح احیای ربع رشیدی و فرهنگ و تمدن ایران عصر ایلخانی