

# درآمدی بر نقش بازار در اقتصاد شهرهای کهن ایرانی در راستای بازآفرینی شهر ایرانی-اسلامی

راضیه لیب‌زاده<sup>۱</sup>

۱- استادیار، دانشکده عمران، معماری و هنر، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران [R.labibzadeh@gmail.com](mailto:R.labibzadeh@gmail.com)

محمد حسام کشاورز

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده عمران، معماری و هنر، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

[Hkeshavarz99@yahoo.com](mailto:Hkeshavarz99@yahoo.com)

## چکیده

بنابر مطالعات، در ادوار مختلف شهرسازی ایرانی، در قبل و پس از اسلام، بازار نقشی اساسی در توسعه شهرها و اقتصاد شهری داشته است و ساختار بازار، اقتصاد و توسعه شهری دارای تاثیرات متقابل بر یکدیگر بوده‌اند. با این حال به نظر می‌رسد که عدم توجه به ساختار فرهنگی، اقلیمی بازار در شهرسازی‌های دوران معاصر، یکی از عوامل کاستی‌های اقتصاد شهری در شهرسازی‌های دوران معاصر باشد. این مقاله درصدد بررسی نقش بازار و ساختار آن در اقتصاد شهرهای کهن ایرانی، و امکان احیا و بازآفرینی کاربری آن متناسب با شرایط زمانی و مکانی در شهرسازی دوران معاصر برای سیر به سوی بازآفرینی شهر «ایرانی-اسلامی» است. برای دستیابی به هدف فوق، با استفاده از روش تحقیق استدلال منطقی و تحلیل محتوای کیفی، اقتصاد شهری تعریف شده و سپس نقش بازار در شهرهای ایران و تاثیر آن بر اقتصاد شهری مورد بررسی قرار می‌گیرد و پس از آن سعی شده است تا با ارائه راهکارهایی مناسب با شرایط «زمان-مکان» بتوان نسبت به بازآفرینی بازار به عنوان یکی از زیرساخت‌های مهم در شهرهای معاصر اقدام نمود. براساس یافته‌های پژوهش به نظر می‌رسد که ساختار بازار در شهر ایرانی-اسلامی متأثر از عوامل «فرهنگی» (سبک زندگی)، «اقلیمی» و «اقتصادی» شکل گرفته و این عوامل تحت تاثیر شرایط زمانی و مکانی در ادوار گوناگون متفاوت بوده‌اند، بنابراین با توجه به این عوامل می‌توان زمینه ایجاد توسعه شهری در راستای ایجاد شهر ایرانی-اسلامی را فراهم نمود.

**واژه‌های کلیدی:** بازار، بازآفرینی شهری، اقتصاد شهری، شهر معاصر، شهر ایرانی-اسلامی.

<sup>۱</sup> نویسنده مسئول

منطقی و تحلیل محتوا سعی در شناسایی نقش بازار در ساختار شهرهای سنتی ایران و بازآفرینی آن براساس شرایط زمان و مکان در شهرسازی دوران معاصر دارد. در این راه پس از بررسی پیشینه تحقیق، اهمیت بازار در اقتصاد شهری تبیین شده و کاستی‌های موجود در شهرسازی‌های دوران معاصر (حول فضای تجاری شهر) به روش تحلیل محتوای آثار بیان می‌گردد. در پایان نیز راهکارهایی جهت بازآفرینی اقتصاد شهری بر پایه اقتصاد شهر ایرانی-اسلامی با توجه به شرایط زمان و مکان ارائه می‌گردد.

## ۲- پیشینه پژوهش

همان‌گونه بیان شد، اهمیت بازار به مثابه عنصر کالبدی، اقتصادی و حتی اجتماعی در شهر سنتی ایرانی به حدی است که شهرشناسانی چون دتمان، اهلرز و ویرث از بازار به عنوان مرکز اصلی اقتصادی شهر شرقی و بخش ویژه فعالیت‌های کسب و کاری که اغلب در مرکز شهر قرار دارد یاد کرده‌اند (رجبی ۱۳۸۶، ۱۶). در پژوهش‌های شهری معاصر بازار از دیدگاه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است: حوزه شهرسازی و معماری، جغرافیای اقتصادی، اجتماعی که در آن به اهمیت و ارزش بازار در شهرهای ایران تاکید شده است. (پیرنیا ۱۳۷۲، سلطانزاده ۱۳۸۰، پور احمد ۱۳۷۶). از جنبه کارکردی بازار همواره به عنوان یک عامل عمده مورد توجه پژوهشگران زیادی بوده است، بیگلری (۱۳۵۵) در مقاله بازار ایران به بررسی بازارهای ایرانی و توصیف آن‌ها پرداخت و سپس انواع مشاغل موجود در بازار و سیر آن را مورد بررسی قرار داده است. زنگی‌آبادی (۱۳۷۰) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد به بررسی تفصیلی بازار کرمان و مشکلات این بازار و

بازارها از دو کارکرد اقتصادی و اجتماعی برخوردارند و پدیده‌ای مهم در ساختار شهری به شمار می‌روند. مخاطبان شهرهای ایرانی بنابر شرایط زمانی و مکانی، همواره با بازار ارتباط داشته‌اند و هم‌گرایی اقتصادی و اجتماعی آنان در آن‌جا نمایان می‌شده است. ساکنان شهرها به دلیل نیازهای معیشتی‌شان، فرهنگ بازار را می‌پذیرفتند و خود را با کارکردهای آن هم‌آهنگ می‌ساختند. بازار نه تنها بنیادی اقتصادی و نهادی اجتماعی، که میراثی فرهنگی و بازتابی از هنر و معماری به شمار می‌رفت و به دلیل کارکردهای گسترده‌اش، در همه جای زندگی شهری تأثیر می‌گذارد (رضوی ۱۳۸۷). به نظر می‌رسد وجود بازار در شهرهای ایرانی بیانگر توسعه شهری و وجود اقتصاد پویا (که با زندگی روزمره مردم ارتباط مستقیم دارد) و محور اجتماعی بوده است. بازارها به عنوان شریان اقتصاد شهر به حساب می‌آمدند (پیرنیا ۱۳۹۲، ۹۸). در شکل‌گیری شهرها همواره سه عامل «جهانبینی»، «اقتصاد» و «اقلیم و محیط» نقش اساسی داشته است، که عامل «غارت-دفاع» به مرور زمان باعث شکل‌گیری بازار به عنوان اصلی‌ترین پدیده اقتصاد شهری شد (حبیبی ۱۳۹۳، ۷). بنابراین می‌توان گفت که بازار، فعال‌ترین و فراگیرترین مرکز حیات شهری در ایران بوده و بنابر ماهیت خاص خود، هم‌زمان کارکردهایی اقتصادی و اجتماعی داشته و به اندازه‌ای در تاریخ اقتصادی و اجتماعی ایران تأثیر گذارده که برخی از نظریه‌پردازان تعریف شهر را با تعریف بازار و نقش محوری آن در ساختار شهر بیان کرده‌اند (Dettmann 1969, Ehlers 1980, Wirth 2000). به نظر می‌رسد که یکی از کاستی‌های موجود در شهرسازی معاصر ایران عدم توجه به نقش اساسی بازار در ساختار و محتوای شهری باشد، این مقاله با استفاده از روش استدلال

ارائه راه حل هایی در جهت بهبود مشکلات شناسایی شده پرداخت، وی به این نتیجه رسید که هدف غایی از انجام اصلاحات در بافت قدیم که به منظور اصلاحاتی در برنامه ریزی شهری عنوان می شود، همانا تامین فضاهای مناسب برای نیازهای جامعه در بافت قدیمی شهرهاست. خاماچی (۱۳۷۵) آثار موجود در بازار تبریز و معماری باشکوه آن را توصیف و تحلیل کرده و تحلیلی کالبدی نسبت به بازار داشته است. شفقی (۱۳۸۴) در کتابی با عنوان بازار بزرگ اصفهان ضمن بررسی کلی بازار، به معرفی تفصیلی بازار اصفهان مبادرت کرده و اشاراتی نیز به دیگر بازارهای سنتی ایرانی داشته است و آثار تاریخی و معماری بازارهای ایران، به ویژه بازار اصفهان را مورد بررسی قرار داده است. مرصوصی و خانی (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان تحلیل کارکردهای اقتصادی بازار تبریز و حوزه نفوذ آن با روش توصیفی تاریخی به بررسی اقتصادی بازار و حوزه نفوذ آن پرداختند. با توجه به گسترده بودن مباحث حول محور بازار و روش پژوهش، بخش قابل توجهی از ادبیات موضوع در خلال مباحث مطرح گردیده است.

### ۳- تعریف اقتصاد شهری

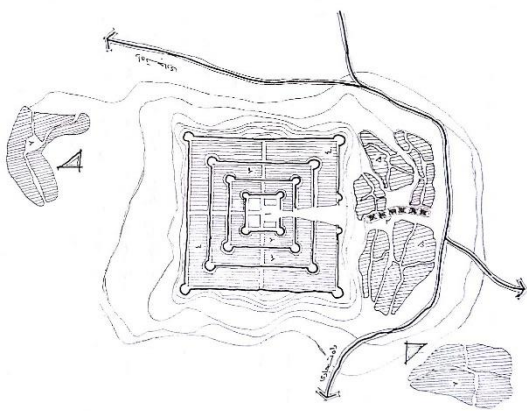
برای فراهم آمدن پویایی اقتصادی در شهر، ناگزیر باید به داد و ستد کالا و ارائه خدمات پرداخت، بازار از مهم ترین عوامل پویایی اقتصاد شهری است (العاملی ۱۳۹۱، ۱۳۶). علم اقتصاد شهری به مطالعه اقتصادی مناطق شهری می پردازد، در این رشته، از ابزارهای علم اقتصاد برای تجزیه و تحلیل مسائل مربوط به مکان یابی بازار و خانوارها در شهر (کاربری اراضی شهری)، مسکن شهری، ترابری شهری، زیرساخت ها و

تسهیلات شهری، مالیه شهری و فقر و حاشیه نشینی در شهر استفاده می شود. به عبارت دقیق تر، علم اقتصاد شهری شاخه ای از اقتصاد خرد است که در آن ساختار فضایی شهر و مکان گزینی خانوارها و مؤسسات اقتصادی مطالعه می شود (هادی زنوز ۱۳۸۸). برای تعریف اقتصاد شهری سه مشکل عمده وجود دارد که عبارتند از: ماهیت بین رشته ای آن، ارتباط تنگاتنگ نظام اقتصادی شهر با سطوح بالاتر اقتصاد ملی و حتی جهانی و مشکل تعریف دقیق مرزهای کالبدی شهر، با وجود این مشکلات در تعاریفی که از اقتصاد شهری ارائه شده است روی موضوعاتی از قبیل، مکان یابی بناگاه ها و خانوارها، تخصیص عوامل تولید و توزیع کالا و خدمات در داخل شهر، کاربرد قوانین و مدل های اقتصادی (به ویژه اقتصاد خرد) در تحلیل موضوعات شهری و نیز توجه به مسائل شهری از جمله مسکن، فقر، آلودگی، ترافیک و جرم و جنایت که به نوعی پیامد فعل و انفعالات اقتصادی در داخل شهر است، توجه شده است (اکبری ۱۳۹۶، ۲۰۷).

با توجه به تعاریف اقتصاد شهری، می توان اهمیت مکان یابی بازار به عنوان اصلی ترین عامل اقتصادی در شهر را درک نمود، این اهمیت به قدری است که رسول خدا (ص) شخصا جای بازار مدینه را برمی گزینند (العاملی ۱۳۹۱، ۱۳۶). بنابراین می توان گفت علاوه بر ایجاد بازار در شهر، مکان یابی و ساختار آن نیز از اهمیتی وافر در شهرها برخوردار است، و با بررسی مکان یابی بازارها در شهرهای قبل و پس از اسلام می توان به نظریه ای جامع پیرامون جانمایی بازار برای بازآفرینی شهر ایرانی اسلامی دست یافت.

## ۴- تبیین نقش بازار در شهرهای ایرانی

بازار به عنوان عضو اصلی شهر و یکی از نیازهای اولیه در شهرسازی ایرانی بوده است (شکل ۱).

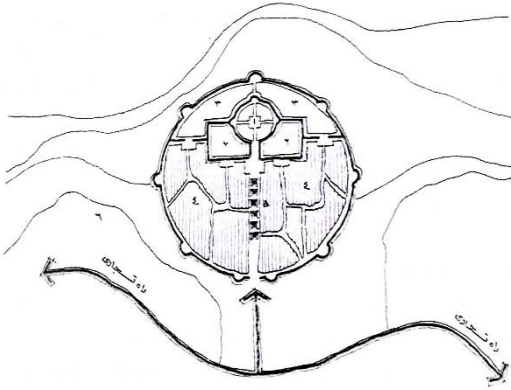


شکل (۱). ساختار کالبدی شهرها در دوران ماد، شکل گیری هسته و جنین اولیه بازار (خط چین) در شهرسازی ایرانی، آن دوران بر حسب شرایط زمان و مکان، قلعه و ملحقات اطراف آن از اهمیت بسیار زیادتری نسبت به بازار برخوردار بوده است. ماخذ: حبیبی ۱۳۹۳، ۸.

تولد بازار در شهرسازی ایران، در دوران پارسیان و در شار پارسی صورت گرفته است، به واسطه قدرت مرکزی حکومت، شهر علاوه بر مرکز قدرت و مذهب، پایگاه اقتصادی و بازرگانی نیز می گردد، اهمیت اقتصاد در شهر پارسی موجب شکل گیری طبقه ای تحت عنوان «بازرگانان و پیشه‌وران» در ساختار اجتماعی جامعه می گردد که ناشی از اهمیت نقش اقتصاد شهری است. در شهرسازی این دوران بازار حدفاصل بین شار میانی (محل اقامت نزدیکان پادشاه) و شار بیرونی است (شکل ۲).

پس از فروپاشی هخامنشیان، تفکرات جدیدی در شهرسازی و به تبع آن در بازار و اقتصاد شهری رخ داد که ناشی از التقاط جهان بینی ایرانی و هلنی بود، ولی به علت عدم هم خوانی این

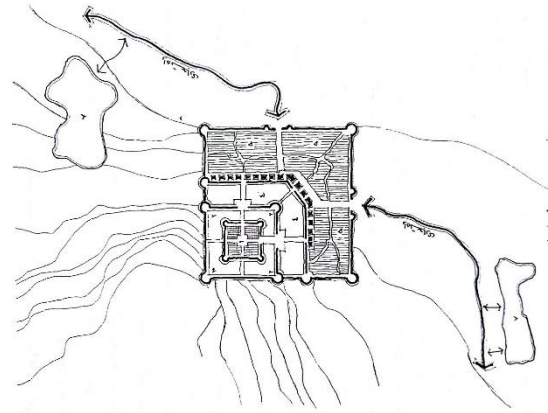
برای شناخت هر پدیده ای، واژه شناسی آن ضروری به نظر می رسد، بازار بر اساس تعریف دهخدا مکانی است که در آنجا متاعی به فروش می رسد و دارای فضاهایی به نام دکان است، بازار در زبان فارسی میانه [و در زبان پهلوی] با اصطلاح «واچار» نامیده خوانده می شده که فقط ویژه خرید و فروش کالا نبوده است، به طور کلی واچار به انجمن گاهی گفته می شده که مردم هر شهر سالی چند مرتبه در آنجا گرد هم می آمدند و به مسائل اجتماعی خود نیز رسیدگی می کردند (پیرنیا ۱۳۹۳، ۹۸). نخستین بازارها در شهر ایرانی مربوط به «شهر مادی» است، در این شهر (شار) مفهوم بازار در مرحله جنینی قرار دارد، در این نوع از شهر سازی ایرانی قلعه شهر به عنوان مرکز قدرت جای نمایی شده و زیست گاه های کوچک و بزرگ در اطراف آن پراکنده هستند و تمام مناطق شهری تحت نفوذ قلعه است (حبیبی ۱۳۹۳، ۷). بنابراین می توان گفت با توجه به اینکه بازار در شهرسازی مادیان با وجود اینکه کانون توجه و عنصر اصلی نبوده، اما در شکل گیری ساختار شهر جای خویش را باز نموده و هسته اولیه نیاز اقتصادی شهر را شکل داده است، با وجود اینکه اقتصاد مادیان بر پایه تولید صنایع دستی و اقتصاد دامداری و کشاورزی اندکی شکل گرفته بود (Dandamayev, 2006)، بنابر آثار بجای مانده از شهرهای مادی جرقه اولیه ساخت بازار در این شهرها زده شده بود، البته باید به این نکته توجه نمود که کوچک بودن بازار در شهرهای مادی احتمالاً بر حسب شرایط زمان و مکان صورت پذیرفته است. هسته اولیه بازار در شهر مادی در میان سکونت گاه های غیر حکومتی شکل گرفته است، از شکل گیری بازار بدین صورت چنین می توان استنباط کرد که



شکل (۳). ساختار شهر پارتی در دوران اشکانی، استفاده از پلان دایره و اهمیت پیدا کردن بازار به عنوان محور اصلی شهر، با توجه به رشد اقتصادی شهر در این دوران، بازار نیز اهمیت بیشتری در ساختار شهر پیدا می‌کند. ماخذ: حبیبی ۱۳۹۳، ۲۷.

می‌دهد، در این دوران دروازه‌های شهر بر روی اقتصاد فرامتطقه‌ای گشوده می‌شود (پیشین). بنابراین می‌توان اظهار داشت که با گسترش شهرها در دوران قبل از اسلام بازار نیز گسترش یافته و به نظر می‌رسد در این ادوار بازار به مرور نقشی مهم در اقتصاد شهرها یافته است، گسترش بازار و شهر پدیده‌هایی متقابل بوده و نمی‌توان به صراحت بیان کرد که کدام یک علت و کدام یک معلول هستند.

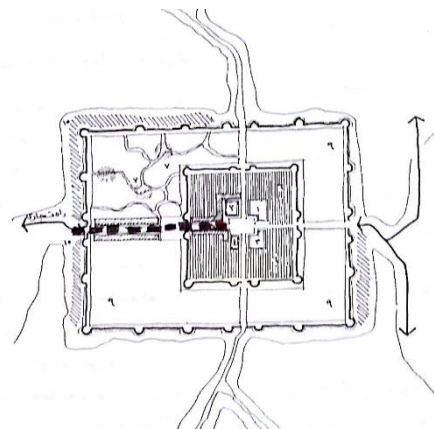
پس از گرویدن ایرانیان به دین اسلام در قرن هفتم میلادی جهان‌بینی جدیدی پیرامون مباحث گوناگون از جمله شهرسازی شکل گرفت، این جهان‌بینی مبتنی بر عدالت و برابری بود و نظام طبقاتی گذشته را دچار انحطاط کرد. شهرسازی ایرانی در آن دوران برحسب عدالت محوری در تمام جوانب از جمله اقتصاد و شهرسازی تغییر کرد. شهرسازی دوران اسلام دارای شاخصه‌هایی بود که مهم‌ترین آن‌ها مسجد



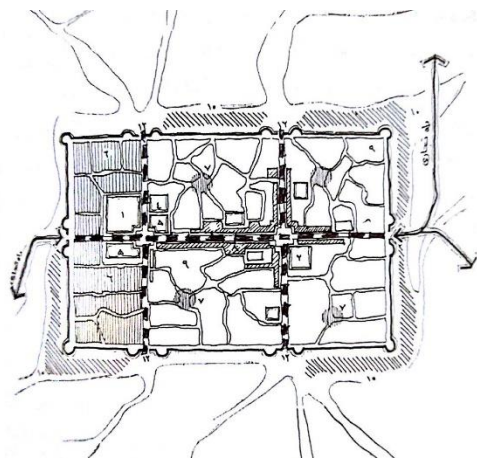
شکل (۲). ساختار کالبدی شهرها در دوران پارسیان، تولد بازار (خط چین) در شهر ایرانی، بازار به عنوان حد واسط میان طبقات اشراف و شهروندان شکل گرفته است، این پدیده موجب شکل‌گیری طبقه وسط بازرگانان و پیشه‌وران شد. ماخذ: حبیبی ۱۳۹۳، ۱۵.

محتوا با جهان‌بینی ایرانیان، شهر پارتی در دولت اشکانی برای بازآفرینی شهر پارسی شکل گرفت که همانند شهر پارسی محل استقرار طبقات اجتماعی بود، با توجه به شرکت وسیع دولت اشکانی در امر بازرگانی، در شهر پارتی نیز طبقه بازرگانان و پیشه‌وران وجود داشت، برای نخستین بار در دولت کالبد شهر با پلان دایره و با مرکزیت دژ حکومتی شکل گرفت (شکل ۳)، در شهرسازی این دوران، علاوه بر اهمیت دژ حکومتی، بازار نیز به عنوان فضایی مهم در محور اصلی شهر قرار می‌گیرد (حبیبی ۱۳۹۳، ۲۵). در دوران ساسانیان شهر ایرانی بر اصول پیشین سازمان یافته‌تر و بالنده‌تر محل اجتماع طبقات اجتماعی گوناگون می‌باشد، بازار در این سازمان شهری به معنای امروزی کالبد یافته و به عنوان ستون فقرات شهر از دل شارستان (شارمیانی) شروع و دامنه خویش را به شار بیرونی می‌گستراند و در مسیر خود محلات را شکل

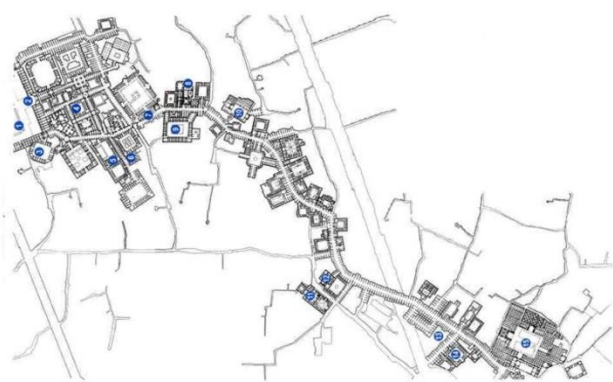
بود، پس از مسجد، بازار به عنوان مهم‌ترین عامل شهر در دوران اسلامی شناخته می‌شود (حبیبی ۱۳۹۳، ۴۶). با توجه به این موضوع می‌توان گفت که در شهرسازی دوران اسلامی نیز اقتصاد و جایزهایی آن از اهمیت زیادی برخوردار بوده و ساختار بازارها در راستای رشد بیشتر قرار گرفته بود. در اوایل سلطه اسلام بر ایران (سبک خراسانی)، بازار از دروازه ورودی شهر تا هسته مرکزی شهر ادامه یافت و اهمیتی هم‌تراز با مرکز حکومت و مسجد پیدا کرد (شکل ۴)، در دوره رازی و آذری با گسترش بیشتر شهر بازار نیز گسترده‌تر شد و در برخی موارد راسته‌ای عمود بر محور اول در شهر شکل گرفت (شکل ۵). سبک اصفهانی که به بیان حبیبی (۱۳۹۳) سبک آرمانی شهرسازی ایرانی در دوران اسلامی است با تحول ساختارهای قبلی، باعث به وجود آمدن شهرهای بسیار گسترده در دوران اسلامی گردید، با گسترش شهرها ناشی از بهبود اقتصاد و بهبود اقتصاد ناشی از گسترش بازار و گسترش بازار برآمده از گسترش شهر بود. در این سبک بود که بازارها استخوان‌بندی اصلی شهر شده و عنصر اصلی توسعه شهری بودند (شکل ۶).



شکل (۴). گسترش بازار در اوایل سلطه مسلمانان بر ایران، در ساختار جدید بازار عامل پیوند میان محلات و نواحی مختلف شهر است. ماخذ: حبیبی ۱۳۹۳، ۶۷.



شکل (۵). گسترش شهر در دوران اسلامی و پدید آمدن راسته‌های عمود برهم در بازار شهرهای ایران، بازار بیش از پیش در ساختار شهر نفوذ کرده و شکل شهر را تعریف می‌نماید. ماخذ: حبیبی ۱۳۹۳، ۶۷.



شکل (۶). گسترش بازار به عنوان استخوان‌بندی اصلی شهر در سبک اصفهانی، فرادگیری اکثر بناهای شاخص شهری در مسیر بازار، گسترش بازار ناشی از شرایط خوب اقتصادی و شرایط اقتصاد شهری ناشی از گسترش شهر و امنیت شهر است، بنابراین می‌توان گفت اقتصاد شهری عامل گسترش شهر و باراز و گسترش بازار ناشی از بهبود اقتصاد شهری است. ماخذ: اردلان ۱۳۹۱، ۱۲۸.

## ۵- آسیب‌شناسی شهرسازی دوران معاصر

سیاست احداث شهرهای جدید در ایران با هدف کاهش فشارهای جمعیتی وارد شده به شهرهای بزرگ در اواخر دهه ۱۳۶۰ مطرح گردید. با شروع احداث شهرهای جدید، برخی مسائل و مشکلات شهرهای جدید آشکار شده و انتقادات و پیشنهادهای اصلاحی بیان گردید که تا امروز همچنان ادامه دارد (حاتمی‌نژاد و همکاران ۱۳۹۲). شاید بتوان بیان کرد که عدم تحقق هویت‌پذیری بزرگ‌ترین چالش شهرسازی‌های معاصر است (نقره‌کار ۱۳۹۶، ۲۵). به نظر می‌رسد مفهوم شهر در دوران معاصر ایران هرگز روشن نبوده است. آنچه قبل از انقلاب بیشتر به چشم می‌خورد تفاسیری مستبدانه و فرمایشی از مدرنیسم در شهرسازی، شهرداری و شهرنشینی بود و نظر این بود که این مفاهیم، بعنوان مفاهیم جهانشمول و غیرقابل اجتناب، می‌باید وارد شده و، به هر ترتیبی، استقرار یابند (ربیع ۱۳۸۳، ۲۴۲). خطای آشکار در این شیوه تفکر آن بود که تصور می‌شد می‌توان، بصورت انتخابی، برخی از جوانب مدرنیسم را در شهرسازی وارد کرد و از بقیه چشم پوشید، به نظر می‌رسد که در آن به تضاد تاریخی بین مردم و دولت در ایران و تاثیر مستقیم و منفی آن در به شکست کشاندن کلیه برنامه‌ها و طرح‌های توسعه شهری توجه نشد. تهیه طرح جامع تهران، در سال ۱۳۴۷، با مشارکت یک مشاور ایرانی با یک مشاور آمریکایی و بعد ادامه این کار در شهرهای دیگر، بر اساس سیاست‌های از بالا به پایین، و برای دستیابی به رشد شهرنشینی بسیار سریع و انطباق کشور با نقش منطقه‌ای و جهانی که برای ایران تعیین شده بود، را

می‌توان نتیجه این رویکرد دانست (مدنی پور ۱۳۸۲؛ احمدیان ۱۳۸۲؛ کامروا ۱۳۸۴). تضادی که هرگز اجازه نمی‌داد مدرنیسم غربی در شهرسازی ایران، به گونه‌ای که در غرب پیاده شده بود، تحقق یابد.

این شرایط، پس از انقلاب، دچار پیچیدگی مضاعف شد. زیرا، در حالی که هیجان انقلابی و اراده نظام جدید بر مقابله با غرب و غرب‌گرایی استوار بود، به واسطه عدم توجه به ماهیت و نقش شهر در تقویت یا تضعیف نظام سیاسی؛ شهرسازی به روش غربی (شبه غربی) همچنان تداوم یافت، در حالی که شرایط سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی تغییر کرده بود و انتظارات کاملاً تازه و بی سابقه‌ای مطرح گردیدند (کامروا ۱۳۸۴). در آن مقطع تاریخی، به این نکته کلیدی و حساس توجه نشد که عدم ارائه یک تعریف جامع و مانع از مفهوم جدید شهر و نیز عدم توجه به این موضوع زیربنایی که فرهنگ و تمدن در طول یکدیگر قرار دارند و نه در عرض هم، بعدها، مشکلات پیچیده‌ای را در پیش روی جامعه قرار داد، مثلاً ممکن است جامعه‌ای فرهنگ خاص و استواری داشته باشد ولی الزاماً تمدن نباشد. شروع جنگ با دولت متجاوز عراق باعث شد اصولاً توجه به این مهم، یعنی شهر و مفهوم جدید آن، به فراموشی سپرده شود و فضای کالبدی شهرها در تضاد با فضای ذهنی-فرهنگی حاکم بر جامعه توسعه یافتند. عدم انطباق شرایط سیاسی، اجتماعی و مدیریتی موجود با نظام شهرسازی غربی، و به ویژه استیلای کامل نگاه مدیریتی بخشی‌نگر، تنها در جهت تخریب بیشتر شهرها پیش رفت (احمدیان ۱۳۸۲؛ کامروا ۱۳۸۴)، تعریف مکانیکی از شهر، که اهداف، خواسته‌ها و رویکردهای فرهنگی انقلاب کاملاً در جهت خلاف آن قرار داشتند و دارند، فضای آشفته‌ای را در شهرها به وجود آورد که تنها منافع عده قلیلی را فراهم می

آورد و اکثریت مردم از مواهب آن بی بهره بودند. نظام شهر سازی تنها به یک روش برنامه ریزی و ساماندهی شهری یعنی "طرح جامع" متکی شد؛ در حالیکه نه تنها شرایط لازم برای تحقق آن را نداشت، بلکه این امر باعث شد بسیاری از تفکرات، روش ها و رویکردهای جدید شهر سازی اصولاً وارد ایران نشوند (احمدیان ۱۳۸۲).

بنابراین، در بیانی کلی می توان بزرگ ترین چالش در شهر سازی دوران معاصر را عدم توجه به مسائل فرهنگی و زمینه ای بیان نمود، که این مشکل منشا و منبع دیگر مشکلات شهری در این زمان است، به بیانی دیگر فرهنگی بیرونی در شهر سازی دوران معاصر حاکم شده و مشکلات فراوانی را در ساختار شهرها، از جمله ساختار بازارهای شهرهای جدید ایجاد کرده است. در شهرهای جدید بنگاه های تجاری به صورت حجمی در شهر پراکنده شده و هیچ ارتباط بصری، کالبدی و معنایی با هم ندارند، علاوه بر این اختلاط کاربری ها در فضاهای تجاری موجب سردرگمی شهروندان و به وجود آمدن تک سلول های تجاری در سطح شهر گردیده است که ناشی از عدم توجه به فرهنگ درونی و تابعیت از فرهنگ بیرونی در ساختار شهرهای جدید است.

## ۶- بحث و بررسی در یافته ها

اقتصاد و اقتصاد شهری در طول تاریخ یکی از عوامل مهم در شکل گیری ساختار شهرهای ایران بوده است. این عامل در کنار عوامل دیگر (جهان بینی و اقلیم) بر حسب شرایط زمان و مکان در ساختار شهر تاثیر گذار بوده است. نخستین آثار بجای مانده از شهرهای ایرانی را می توان در آثار معماری مادی مشاهده کرد، با وجود متکی بودن شهرهای آن دوران بر دامداری و کشاورزی، عامل اقتصاد موجب شکل گیری هسته

اولیه بازار در شهرهای ایرانی شد. پس از این دوران با گذر زمان و به وجود آمدن شرایط جدید در شهرهای پارس بازاری و فضای اقتصادی در شهر نیز گسترش یافت. این فضا به صورت فضایی حائل میان طبقات فرادست و فرودست جامعه طبقاتی آن دوران عمل می کرد و علاوه بر کارایی اقتصادی، از نظر فرهنگی، عاملی برای تفکیک شار درونی و بیرونی بود. در شهر سازی پارتی با وجود حفظ طبقات و گروه های مختلف در جامعه، نخستین آثار در بازار برای ارتباط میان شار درونی و بیرونی شکل گرفت. در این دوران طبقه ای در جوامع ایجاد شد که به عنوان بازرگانان و پیشه وران خوانده می شد، این طبقه به لحاظ جایگاه اجتماعی طبقه ای واسط و میانه محسوب می گشت. در دوران ساسانی نیز همین جهان بینی ادامه داشت، با این تفاوت که اوضاع به سامان اقتصاد ساسانی موجب گسترش بیشتر شهر و به تبع آن شهر شده بود.

پس از طلوع خورشید اسلام در سرزمین ایران، یکی از عوامل سه گانه مهم شهر سازی کشور دچار دگرگونی شد، تغییر جهان بینی موجب تغییر جامعه و حرکت به سمت عدالت محوری گردید، شهر سازی برآمده از نگرش جدید نیز موجب تغییر در ساختار بازار شد، در شهر سازی دوران اسلام برخلاف دوران گذشته بازار از لحاظ کالبدی و معنایی فضایی برای ایجاد پیوند میان طبقات مختلف جامعه شد. توجه به عوامل فرهنگی بارزترین خصوصیات در بازار و شهر سازی ایرانی-اسلامی بود، به گونه ای که برخی از نظریه پردازان شهر اسلامی، وجود کالبد مسجد بازار را مساوی با وجود شهر اسلامی قلمداد کردند. علاوه بر این موارد، کالبد بازار در شهرهای ایرانی-اسلامی دارای خصوصیات کالبدی خاص برآمده از عوامل فرهنگی و اقتصادی بوده است، این عوامل نیز تحت تاثیر عامل زمان-مکان قرار داشته اند. آنچه که به طور



مشترک در این کالدها قابل بیان است، توسعه بازار به صورت خطی و در تمامی سطح شهر است، به گونه‌ای که در برخی از شهرها عوامل و تک بناهای شاخص شهری در اطراف بازار شکل گرفته‌اند. عامل مهم دیگر در بازارهای شهر ایرانی - اسلامی تغییر کالبد بازار با توجه به شرایط اقلیمی است، و عامل سوم در این بازارها جانمایی رسته‌های یکسان برای ایجاد اقتصاد رقابتی و پویا در جامعه است. بنابراین می‌توان چنین برداشت کرد که توجه به سه عامل «فرهنگ»، «محیط و اقلیم» و «اقتصاد» در ساختار شهر موجب شکل‌گیری و جانمایی بازار شده است. به صورتی که ساختار خطی بازار، ایجاد رسته‌های گوناگون، منظر، ارتفاع و ... به صورت هم‌زمان برای پاسخ‌گویی به سه عامل فوق‌کارایی داشته، و با توجه به این سه عامل و برحسب شرایط زمان و مکان شکل گرفته است. در مقابل شهرهای سنتی، با بررسی ساختار شهرهای جدید مشخص گردید که مهم‌ترین عامل که در این شهرها به دست فراموشی سپرده شده عامل فرهنگی است. توجه به فرهنگ بیرونی و خودباختگی کامل موجب بی‌توجهی به عامل اقلیمی نیز شده است، در بازارهای شهرهای جدید فقط به عوامل اقتصادی به صورتی تک بعدی توجه صورت گرفته است، بدین صورت که برخلاف بازارهای سنتی که ساختار خطی داشته و در تمامی سطح شهر گسترانیده شده‌اند، فضاهای تجاری شهرهای جدید ساختاری کاملاً حجمی داشته و به صورت پراکنده در تمامی ساختار شهر بدون ارتباط بصری و کالبدی پخش شده‌اند، این مراکز تجاری برخلاف بازارهای قبلی عاری از رسته‌بندی بوده و این گسترده‌گی فعالیت‌ها، از یک سو موجب سردرگمی شهروندان شده و از سوی دیگر موجب به وجود آمدن اقتصاد شهری آشفته و بدون رقیب می‌گردد.

## ۷- نتیجه‌گیری

با بررسی‌های صورت گرفته پیرامون اقتصاد شهری و فضای اصلی برآمده از آن یعنی بازار در شهرسازی ایرانی در ادوار مختلف مشخص گردید که بازار با به وجود آمدن شهرها متولد شده و با توسعه شهرها گسترش یافته است. این گسترش ناشی از عوامل فرهنگی، اقلیمی و اقتصادی برحسب شرایط زمان و مکان صورت پذیرفته و در ادوار مختلف تجلی‌های گوناگونی داشته است. در دوران معاصر شهرسازی و به تبع آن ایجاد ساختار بازار بدون توجه به این عوامل بوده که موجب ایجاد کاستی‌هایی جدی در شهر شده است، به نظر می‌رسد با توجه به عوامل زیر می‌توان گامی موثر برای بازآفرینی شهر ایرانی - اسلامی در دوران معاصر برداشت:

از جنبه کالبدی؛

۱. ساخت انعطاف پذیر بازار که از طریق نسبت مناسب میان توده و فضا، مدول سازی در کنار عناصر منحصر به فرد و خاص بازار، استفاده از مصالح بوم آورد در ساخت و سرانجام فرم کشیده بازار، حاصل شود.

۲. استحکام در ساخت بنا از طریق طراحی، اجرا و بکارگیری مصالح مناسب.

۳. مرمت مستمر فضا که امکان بروزرسانی و تطابق عملکردی این فضای شهری را ایجاد کرده و سبب ارتقاء تاب‌آوری کالبدی بازار و متعاقباً تاب‌آوری فضایی آن شود.

از جنبه اجتماعی؛

۱. وجود کاربری‌های متنوع از طریق فرم انعطاف پذیر و همه شمول بودن فضا جهت تناسب با نیازهای معاصر وقت، درهم تنیدگی فضاهای فرهنگی و اقتصادی در فضا که موجب تسهیل عملکرد کاربری‌های امروزی در کالبد بازار شود.

۲. امکان دسترسی و حرکت این فضا به کاربرها و کاربرد خود راسته بازار که راه ارتباطی است.

۳. وجود آسایش و آرامش محیطی در این فضا براساس نیازهای مخاطبان.

۴. توجه به عوامل زیبایی شناختی در طراحی بازارهای جدید که عاملی انگیزشی در جهت تداوم فعالیت در بازار است.

۵. ایجاد هویت منحصر به فرد بازار به سبب ارزش های تاریخی، فرهنگی و اجتماعی موجود.

۶. حس تعلق خاطر و دلبستگی مراجعان به مکان، که سبب استمرار در استفاده از این فضا و متعاقبا تاب آوری فضایی بازار خواهد گردید.

#### ۸- منابع

احمدیان، رضا. ۱۳۸۲. امکان سنجی استفاده از طرح های ساختاری-راهبردی در نظام برنامه ریزی شهری ایران. مجله مدیریت شهری. ۱۴(۱). ۳۶-۴۷.

اردلان، نادر. و لاله بختیار. ۱۳۹۱. حس و حلدت. تهران: علم معمار.

اکبری، نعمت الله. ۱۳۹۶. اقتصاد شهری. تهران: سمت.

بیگلری، اسفندیار. ۱۳۵۵. بازارهای ایران. مجله هنر و مردم. ۱۶۲. ۲۶-۱۷.

پوراحمد، احمد. ۱۳۷۶. جغرافیا و کارکردهای بازار کرمان. کرمان: مرکز کرمان شناسی.

پیرنیا، محمد کریم. ۱۳۹۲. معماری ایرانی. تهران: دانشگاه علم و صنعت ایران.

پیرنیا، محمد کریم. درباره شهرسازی و معماری سنتی ایران. فصلنامه آبادی. ۱(۱). ۲-۱۹.

حاتمی نژاد، حسین. زهرا زمانی. صادق حاجی نژاد. و محمد قضایی. ۱۳۹۲. آسیب شناسی شهرهای جدید در ایران. مجله سپهر. ۸۸(۲). ۴۷-۵۷.

حبیبی، سید محسن. ۱۳۹۳. از شار تا شهر، تحلیلی تاریخی از مفهوم شهر و سیمای کالبدی آن تفکر و تاثر. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

خاماجی، بهروز. ۱۳۷۵. بازار تبریز در گذر زمان. تبریز: انتشارات اتاق بازرگانی و صنایع و معادن.

ربیع، علی رضا. ۱۳۸۳. فیلسوفان دنیائی: زندگی، دوران و ایده های اندیشمندان بزرگ اقتصاد سیاسی. تهران: فروزش.

رجبی، آزیتا. ۱۳۸۵. ریخت شناسی بازار. تهران: نشر آگه.

رضوی، سید ابوالفضل. ۱۳۸۷. اهمیت بازار در اقتصاد و جامعه عصر ایلخانی. مجله نامه تاریخ پژوهان. ۱۵(۲): ۴-۱۸.

زنگی آبادی، علی. ۱۳۷۰. جغرافیا و برنامه ریزی شهری. ر ساله کارشناسی ارشد. دانشگاه اصفهان.

سلطانزاده، حسین. ۱۳۸۰. بازارهای ایرانی. تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.

شفقی، سیروس. ۱۳۸۴. بازار بزرگ اصفهان. اصفهان: مرکز اصفهان شناسی و خانه ملل.

العاملی، جعفر مرتضی. ۱۳۹۱. شهر اسلامی. مشهد: بوی شهر بهشت.

**Income on the Bazar role in the economy of ancient Iranian cities in order to recreate the Iranian city.**

**Abstract**

Therefore, in different periods of urban planning, before and after Islam, the Bazar has a pivotal role in the development of urban cities and economy, and the structure of urban economy and urban development has had mutual influences. however, the lack of attention to the cultural structure, the Bazar climate in the contemporary period, is one of the major factors of urban economics in the contemporary period. this paper aims to study the role of the Bazar and its structure in the economics of ancient Iranian cities, and the possibility of rehabilitation and its use of its use in contemporary urban cities to fill the city of Islamic Iranian city. in order to achieve the above goal, using the research method of rational reasoning and qualitative content analysis, urban economics is defined and then the role of Bazar in Iranian cities and its impact on urban economy is studied and then tries to provide appropriate solutions to the conditions of 'space-time' relative to Bazar renewal as one of the major infrastructure in contemporary cities. according to the research findings, the Bazar structure in the Islamic Iranian city has been affected by cultural factors (lifestyle), climate and economic factors and these factors have been different from time and spatial conditions in different periods, so attention to these factors can be made to create urban development in line with the creation of Islamic Iranian city.

**Key words:** The Bazar, urban regeneration, urban economy, contemporary city, Islamic Iranian city.

کامروا، سیدمحمدعلی. ۱۳۸۴. مقدمه‌ای بر شهرسازی معاصر ایران. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

مدنی‌پور، علی. ۱۳۸۲. برنامه‌ریزی و طراحی شهری: فضاهای عمومی شهر. مجله مدیریت شهری. ۱۴(۱). ۷۰-۷۵.

مرصوصی، نفیسه، و محمدباقر خانی. ۱۳۸۹. تحلیل کارکرد های اقتصادی بازار تبریز و حوزه نفوذ آن. مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی. ۷۵(۶). ۱۲-۳۱.

نقره‌کار، عبدالحمید. و مهران علی‌الحسابی. ۱۳۹۶. تحقیق‌پذیری هویت در معماری و شهرسازی. تهران: فکرنو.

هادی زنوز، بهروز. ۱۳۸۸. درآمدی بر اقتصاد شهری. مجله اقتصاد شهر. ۱۲(۱). ۴-۱۵.

Dandamayev, Muhammad A. and Inna Nikolaevna Medvedskaya. "MEDIA". In Encyclopædia Iranica. 15 Aug 2006. Retrieved 2 Oct 2012.

Dettmann, Karl. 1969. Damaskus. Eine orientalische Stadt zwischen Tradition und Moderne, Mitteilungen der Fr ankischen Geogra: Gas .

Ehlers, Eckart. 1980. Iran grundzuge einer geographischen landeskunde Wissenschaftliche Buchgesellschaft. Bd 18: Darmstadt.

Wirth, E. 2000. Die Orientalische Stadt im Islamischen Vorderasien und Nordafrika Band I und II. Verlag Philipp von Zabern: Mainz.