

جهت خرید فایل word به سایت [www.kandooon.com](http://www.kandooon.com) مراجعه کنید  
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

مفهوم بازار و کارکردهای آن

## تعریف واژه بازار

بازار به معنی محل خرید و فروش و عرضه کالا است. واژه بازار بسیار کهن است و در برخی از زبان ها کهن ایرانی وجود داشته است. بازار در فارسی میانه به صورت بازار و با ترکیب هایی مانند بازارگ (بازاری) و بازارگان (بازرگان) به کار می رفته، و در پارسی به صورت واژار مورد استفاده قرار گرفته است. این واژه ایرانی به زبان برخی از سرزمین های که با ایران تبادلت بازرگانی داشتند مانند سرزمین های عربی، ترکی، عثمانی و برخی از کشورهای اروپایی، راه یافته است.

دهخدا اظهار داشته که بازار از واژه پهلوی واکار اخذ شده است. واژه فرانسوی بازار از پرتغالی گرفته شده و آنان این واژه را از ایرانیان گرفته اند. در زبان فارسی بازار به عنوان اسم مکان به معنی محل خرید و فروش کالا است و با وجود آن که این واژه امروزه بیشتر درباره بازارهای دائمی، اصلی و قدیمی شهرهای کهن و تاریخی به کار می رود، در گذشته گاه به صورت ساده و گاه با پیشوند یا پسوندهایی به معنی مکان خرید و فروش به طور مطلق بوده است. واژه بازار در ادبیات فارسی مفهومی وسیع و گسترده دارد و به معنی محل شلوغ و پر ازدحام، اعتبار و اهمیت اشخاص و غیره به کار می رفته است.

## بازار در دوران اسلامی

شهرنشینی در دوران اسلامی گسترش یافت و بسیاری از شهرهای کوچک قدیمیتوسته یافتند و شماری شهر جدید در برخی از نواحی کشور به ویژه در نواحی مرزی یا ارتباطی ساخته شد. در بعضی از شهرهای جدید مانند کوفه و بصره فضایی باز برای

بازار در نظر گرفتند که فروشندگان و کسبه ابتدای روز به آنجا می رفتند و بساط خود را در هر جا که می یافتند پهن می کردند و تا هنگام شب می توانستند در آنجا باشند. به عبارت دیگر فضایی به صورت بازارگاه در نظر گرفته می شد که جای ثابتی برای افراد وجود نداشت، اما به تدریج و پس از گسترش یافتن این شهرها، کم کم فضاهایی به صورت دکان های ساخته شده در بازار بنا گردید و بازاری دائمی در بخشی از شهر شکل گرفت.

بر پایه اطلاعات موجود در منابع تاریخی، از اواخر قرن اول هجری به بعد در بسیاری از شهرهای جدید و کما بیش همه شهرهای قدیمی بازارهایی دائمی با فضاهای ساخته شده وجود داشت. در این نوع بازارها هر صنف در بخشی از راسته اصلی یا در یکی از راسته های فرعی جای داشت و هر نوع کالا در محل معینی عرضه می شد. هنگامی که حجج در سال ۸۵ هـ ق شهر واسط را می ساخت، برای هر صنف در بازار راسته جداگانه ای در نظر گرفت. البته پیشینه راسته های تخصصی در بازار و استقرار پیشه وران هر صنف در کنار یکدیگر چه در ایران و چه در عربستان به پیش از اسلام می رسد.

قرن اول هجری، دوره ای درخشان در توسعه بازارهای شهری در ایران به شمار نمی آید، زیرا هیچ حکومت ایرانی قدرتمندی شکل نگرفته بود که بتواند ارکان زندگی و ساختار شهری را به نحوی مطلوب گسترش دهد. اما از قرن سوم به بعد به تدریج با روی کار آمدن حکومت های ایرانی و محلی برای اداره کشور، فعالیت های اقتصادی و در پی آن توسعه و عمران شهری به صورت قابل ملاحظه ای رونق یافت. طاهریان، دیلمیان و

سامانیان از نخستین حکومت های ایرانی بودند که اقدام هایی مؤثر برای پیشرفت کشور انجام دادند. در دوره غزنویان و سلجوقیان نیز به سبب وجود حکومت های مقتدر اقتصاد ملی شکوفا شد و فرهنگ و هنر ایرانی بیش از پیش مورد توجه قرار گرفت. در منابع تاریخی مربوط به قرن های چهارم تا ششم قمری مانند حدود العالم من المشرق الی المغرب، صوره الارض، المسالک و الممالک، تاریخ بخارا، راحه الصدور و آیه السرور، سفرنامه ناصر خسرو، مطالب فراوانی درباره افزایش تولید انواع صنایع دستی در شهرها و حتی برخی از روستاهای بزرگ افزایش تولید انواع صنایع دستی در شهرها و حتی برخی از روستاهای بزرگ و صادرات آن به شهرهای کشورهای دیگر وجود دارد. برای مثال پارچه های کتانی کازرونی چنان شهرت داشت که تا مناطق دور دست جهان اسلام گاه تا ده دست خرید و فروش می شد بدون آنکه بسته های آن را باز کنند و تنها مهر و نشان کارگاه های کازرون کافی بود. همچنین گفته اند در شهر کوچک تون در قرن پنجم چهار صد کارگاه زیلو بافی وجود داشت.

بازارهای شهرهای بزرگ در این دوره بسیار توسعه یافتند. ناصر خسرو در هنگام سفر به اصفهان در قرن پنجم گفته است که در بخشی از بازار اصفهان، دویست طرف برای تبدیل پول یا پرداخت برای حضور داشتند و در بصره نیز صرافان نقشی مهمی در اقتصاد شهر ایفا می کردند.

در قرن هفتم در پی حمله مغول بسیاری از شهرها ویران شد و اقتصاد کشور دچار انحطاط شد. در دوره ایلخانان، با تدابیر برخی از وزرا و اندیشمندان ایرانی مانند خواجه

رشید الدین فضل الله، اصلاحاتی در زمین های اقتصادی و اجتماعی صورت گرفت.  
خواجه رشیدالدین شهری کوچک به نام ربع رشیدی در نزدیکی تبریز ساخت که سی  
هزار خانه، هزار و پانصد دکان، بیست و چهار کاروانسرا، شماری مسجد، مدرسه، حمام،  
کارگاه رنگرزی، دارالضرب و کارگاه کاغذ سازی داشت.

در دوره تیموریان اقداماتی عمرانی در برخی نواحی کشور به ویژه نواحی شرقی  
صورت گرفت و بازارهای شهرهایی مانند سمرقند، بخارا، مرو، هرات و مشهد و بعضی  
از دیگر شهرهای بزرگ کشور گسترش یافتند و بناهای بیشماری شامل کاروانسراها، مسد  
و مدرسه در کنار آنها ساخته شد.

امنیت ایجاد شده در دوره صفویه و توسعه روابط خارجی ایران موجب گسترش  
بازرگانی خارجی و در نتیجه رونق تولید انواع محصولات شد. رونق داد و ستد داخلی و  
خارجی به رشد شهرنشینی و توسعه شهرها منجر شد و بازارهای شهرهای بزرگ مانند  
اصفهان، تبریز، مشهد، قزوین ساخته شد و شماری کاروانسرا در کنار هر کدام از بازارها  
برپا شد. شاه عباس اول دستور داد در سال ۱۰۱۱ میدان امان (نقش جهان) و مسجد  
جامعی در جبهه جنوبی آن ساخته شود. سپس چند راسته بازار و شماری کاروانسرا در  
جبهه شمالی و پیرامون میدان ساخته شد. شاردن شمار کاروانسراهای اصفهان را در دوره  
صفویه هزار و هشتصد و دو باب ذکر کرده است که احتمالاً باید این رقم را شامل برخی  
از انواع دیگر فضاهای تجاری نیز دانست.

تبریز پس از اصفهان مهم ترین شهر کشور در دوره صفویه بود. اولیا چلبی در سال ۱۰۵۰ در زمان شاه صفی به شهر تبریز مسافرت کرده بود، شمار دکان های شهر را حدود هفت هزار باب، و کاروانسراها و خان ها را حدود دویست و هفتاد باب اظهار داشته است.

پس از صفویه اقدام های چندان مهمی در زمینه توسعه فضاهای شهری و بازارها صورت نگرفت و تنها در دوره کریم خان زند فعالیت های عمرانی مهی در شیراز انجام شد. در زمان کریم خان و به فرمان او بازاری بزرگ طراحی شده و تعدادی کاروانسرا در شیراز ساخته شد که اکنون از بناهای تاریخی ارزشمند آن شهر به شمار می آیند.

در دوره قاجار تهران به عنوان پایتخت کشور به سرعت توسعه یافت و بازار اصلی شهر که از دوره صفویه شکل گرفته بود، در امتداد محورهای عمده شهر که به دروازه های اصلی منتهی می شد، گسترش یافت و راسته ها و کاروانسراهای متعددی ساخته و به آن افزوده شد. همچنین مسجد جامع جدیدی در دوره فتحعلی شاه در مجموعه بازار بنا گردید. در این دوره اقدامات عمرانی اندکی در برخی از شهرهای بزرگ صورت گرفت و بازارهای اقدامات عمرانی اندکی در برخی از شهرهای بزرگ صورت گرفت و بازارهای این گونه شهرها توسعه ای معمول و متناسب با افزایش جمعیت شهر داشتند.

دو تحول مهم اقتصادی و یک تحول مهم شهری در دوره قاجار رخ داد که در روند توسعه بازارها تأثیر بسزایی بر جای گذاشت. نخست آن که مبادلات اقتصادی بین ایران و سایر کشورها به ویژه روسیه و کشورهای اروپایی در دوره قاجار منجر به ورود برخی

از کالاهای خارجی به بازارهای ایران شد و در برخی از زمینه ها به تولید محصولات ایرانی آسیب وارد شد. برای مثال اوژن فلاندن از فراوانی کالاهای خارجی در تبریز و افتادن تجارت چیت و ماهوت و منسوجات ابریشمی به دست انگلیسی ها سخن گفته است. او درباره کاشان اظهار داشته است که شمار کارگاه ها و کارخانه های نساجی شهر به سبب ورود کالاهای انگلیسی کاهش یافته بود.

در منابع ایرانی نیز به خسارت دیدن تولید کنندگان ایرانی در پی ورود کالاهای خارجی و تعطیل شدن برخی از مراکز تولیدی کشور اشاره شده است. صادرات بسیاری از کالاها نیز دچار بحران شد، برای نمونه اظهار شده است که صادرات تنباکوی اصفهان از سیصد هزار کیسه به پنج هزار کیسه کاهش یافته زیرا تجارت آن به دست عده ای از بازرگانان خارجی و مسیحی افتاده بود.

تحول دوم مربوط به تأسیس و راه اندازی تعدادی کارخانه مانند کارخانه باروت کوبی، اسلحه سازی، توپ سازی، ماهوت بافی، ابریشم تابی، کاغذ سازی، بلور سازی، صابون پزی، پنبه پاک کنی، نخ ریزی و چاپخانه بود که موقعیت شهری برخی از آنها بر تحول ساختار بازارها بی تأثیر نبود، زیرا برخی از آنها به سبب پاره ای از ملاحظات شهری، امنیتی و ارتباطی در بیرون بازار ساخته شدند و به این ترتیب نقش بازار به عنوان یگانه محور اصلی اقتصاد شهر به تدریج تضعیف شد. البته عدم حمایت حکومت از سرمایه گذاران و صنعتگران ایرانی موجب شد که آنان نتوانند در رقابت با تولید کنندگان خارجی از پیشرفت مناسب و شایسته ای برخوردار شوند.

تحول مهمی که در زمینه ساختار شهری در این دوره صورت گرفت و نقش بسیار مهم و تعیین کننده ای بر تحول بازارها بر جای گذاشت مربوط به ساختن معابر و خیابان های مستقیم است. از دوره قاجار ساختن خیابان مستقیم و طراحی شده به منظور ایجاد مسیری قابل استفاده برای راندن کالسکه و برگزاری مراسم و آیین های تشریفاتی رایج شد. خیابان باب همایون و خیابان ناصر خسرو از این گونه خیابان ها بودند.

استفاده از اتومبیل و اهمیت یافتن دسترسی سواره و تغییر نحوه تقسیم بندی قطعات زمین به پیدایش و شکل گیری خیابان هایی مستقیم در نواحی جدید شهری و سپس ایجاد خیابان های مستقیم در بافت قدیمی منجر شد و ابتدا نمادهای جدید شهری، اداری و حکومتی و سپس دکان ها و فضاهای تجاری در کنار خیابان ها ساخته شد و به این ترتیب ساختار بیشتر بازارها به صورت نوعی فضای ایستا تقریباً دچار ایستایی و رکود شد و راسته ها و فضاهای تجاری به صورت پراکنده یا متمرکز در کنار خیابان ها و در سراسر شهر گسترش یافت و بازارها غالباً به فضاهایی قدیمی و تاریخی تبدیل شدند و برخی از آنها که در شهرهای بزرگ و پرجمعیت قرار دارند همچنان فعال و پویا هستند و بعضی از آنها به ویژه بازارهای شهرهای کوچک و کم جمعیت به تدریج تهی از فعالیت، فرسوده و متروک شده اند.

نقش و کارکرد اجتماعی بازار

بازار مهم ترین محور و شاهراه ارتباطی در شهرهای قدیمی بود و بیشترین آمد و شد شهروندان در آن صورت می گرفت. به عبارت دیگر بازار مهم ترین کانال ارتباطی شهر



بود که نه تنها مردم، کالاها 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 و به صورت شفاهی انجام می شد و به همین دلیل بود که وقتی حکومت می خواست خبری را به اطلاع 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. برای مثال در کتاب تاریخ بیهقی (مربوط به قرن پنجم هجری) درباره نحوه انتشار یک خبر چنین آمده است:

« اعیان نیشابور چون این سخنان بشنودند، بیارامیدند و منادی بازارها برآمد و حال باز گفتند تا مردم عامه تسکین یافتند»

این نوع اطلاع رسانی به حکومت تنها اختصاص نداشت، بلکه در موارد مهم، مردم نیز با پرداخت مبلغی به یک یا چند نفر جارچی از این روش اطلاع رسانی استفاده می کردند. هنگامی که شخص یا افرادی که مورد توجه و علاقه مردم بودند به شهری وارد میشدند، ورود آنها غالباً از سمت دروازه بازار بود که پس از عبور از بازار به عنوان مهم ترین راه ارتباطی شهر به مقصد خود می رفتند. در این مواقع مردم به استقبال می رفتند و در بازار تجمع می کردند و در برخی از موارد بازارها را می آراستند و جشن برپا می کردند. چنان که هنگامی که نماینده روم برای دیدن المقتدر، خلیفه عباسی، به بغداد رفت، بازارهای واقع در مسیر روم آراستند و مردم برای دیدن هیأت همراه او را در امتداد بازار تجمع کردند و فروش و کرایه دکان های آن بازار افزایش یافت. همچنین در وقت عبور

شیخ ابی اسحاق شیرازی از علمای آن زمان که به سفارت از سوی خلیفه مقتدی عباسی به نزد ملک‌شاه و نظام‌الملک می‌رفت، اهالی ساوه به پیشواز او رفتند و هر کدام از پیشه‌وران و کسبه مقداری از کالایی را که داشتند نثار می‌کردند و هر چه او منع می‌کرد، آنان به کار خود ادامه می‌دادند.

در هنگام جشن‌های ملی و مذهبی بازاره را چراغانی و برای برپایی جشن آماده می‌کردند. چنان‌که حداقل تا پیش از قرن پنجم هجری هر سال در ایام نوروز به مدت حدود یک ماه بازاری در کنار دروازه جور در اصفهان تشکیل می‌شد و در آن مراسم، آیین‌ها و جشن‌های نوروزی و برخی از انواع بازی‌ها و سرگرمی‌ها برپا می‌شد و مردم در آن شرکت می‌کردند. گفته‌اند که عضدالدوله در ایام جوانی در اصفهان شاهد برگزاری مراسم نوروز در آنجا بود و به آن بسیار علاقه داشت. به همین سبب در هنگامی که به حکومت دست یافت در نیم فرسنگی شیراز، در محلی به نام سوق‌الامیر، شهرکی ساخت که مقدسی گفته نام آنجا کرد فنا خسرو بوده است. در آن شهرک در هر سال بازارگاه و جشنی برای خوش‌گذرانی و سرگرمی برپا می‌شد. وی درباره این بازار چنین اظهار داشته است.

«فنا خسرو همان عضدالدوله است که در نیم فرسنگی شیراز نقشه شهری بریخت بزرگ همانند سرخس و نهری بزرگ برای آن از یک مرحله راه کوهستان بشکافت تا از میان شهر بگذرد و هزینه بسیار بر آن نهاد. و هنوز از زیر خانه وی روان می‌باشد. پس پهلوی آن را به درازای یک فرسنگ باغ ساخت و پشم‌ریسان و بافندگان خز و دیبا و

همه برکان را بدانجا برد، که امروز در آنجا کار می کنند. نبینی که نامش هنوز بر آن نوشته است پس جامعی برایش بساخت و فرماندهان او نیز در آنجا خانه و باغ های خوب بساختند. پس جشنی سالانه برقرار کرد که برای سرگرمی و فسق در آن گرد می آمدند. ولی اکنون پس از مرگ او سبک شده و بازار تهی گشته و شهر رو به ویرانی است. پادشاه و حکام هم هرگاه کسی را به کشور یا شهر خود دعوت می کردند، بازارها را می آراستند و مراسم جشن را در آنها برپا می کردند. در بسیاری از بازارها یا بازارگاه های گیلان و مازندران در هنگام سرگرم کننده و مسابقات ورزشی از جمله مسابقه کشتی گیری برپا می شد.

بازارها غالباً در هنگام عزاداری یا در ایام سوگواری به مناسبت های مذهبی یا در موارد خاص مانند فوت علمای دینی یا بزرگان شهر تعطیل می شد و در آن مراسم عزاداری بر پا می گردید. مجالس عزاداری غالباً در سراها و تیمچه ها تشکیل می شد و اصناف مختلف برای بهتر برگزار کردن آن با یکدیگر رقابت می کردند. از دوره صفویه به بعد همواره گروهی از اصناف هر سال، در دهه عاشورا، مجالس عزاداری و روضه خوانی در سراها و چهار سوهای بازار تشکیل می دهند. در بازار به عنوان یک فضای شهری مهم فضاهایی برای عرضه انواع غذاهای ساده و نیز غذاهای عالی وجود داشت و برخی از مردم برای میهمانی دادن دوستان خود در بعضی از مواقع از این فضاها استفاده می کردند. نادر میرزا در دوره قاجار در کتاب خود در این مورد چنین نوشته است: « به بازار تبریز چلوکباب پزند و این طعامی پاکیزه است و تبریزیان دوست دارند. هنگام یکدیگر

را به بازار میهمان برند به چلوپرخانه» ساختار اجتماعی، جامعه ایرانی در گذشته به نحوی بود که مردم بر اساس روابط خویشاوندی، قومی، نژادی، مذهبی و برخی دیگر از انواع روابط اجتماعی به صورت گروه بندی های محله ای در کنار یکدیگر زندگی می کردند. هر یک از ساکنان شهر به یک محله تعلق داشت و در مواردی که میان افراد شهر مسأله ای بروز می کرد، هر فرد نخست به منافع محله ای خود و همسایگانش و سپس به سایر اهالی شهر می اندیشید. در این حالت تنها بازار به عنوان نمادی شهری و اجتماعی نمایانگر همبستگی و یکپارچگی مردم شهر به شمار می آمد. افزون بر این، باید توجه داشت که اصناف و پیشه وران مهم ترین تشکیل اجتماعی، صنفی و سیاسی را در گذشته به وجود می آوردند و در برخی از دوره ها، در هنگام بروز بعضی از بحران های سیاسی و اجتماعی به صورت متشکل اقدام می کردند. یکی از روش های اعلام مخالفت بازاریان با کارها و اقدامات حکومت، تعطیل کردن بازار بود. در دو قرن اخیر در بسیاری از بحران های اجتماعی، بازاریان با بستن دکان های خود در بازار مخالفت خود را با برخی از فعالیت ها و تصمیم گیری های حکومت های مستبد اعلام می کردند، از جمله در جنبش تنباکو، انقلاب مشروطیت، نهضت ملی شدن صنعت نفت و انقلاب اسلامی بارها بازاریان با تعطیل کردن بازار مخالفت خود را با حکومت و عوامل استعمار اعلام کردند.

نقش و کارکرد اجتماعی بازارها به قدری بود که حتی اروپائینی که برای مدت کوتاهی به ایران سفر می کردند، به خوبی متوجه آن می شدند. برای نمونه می توان به مادام کارلاسرنا اشاره کرد که درباره بازار تهران در دوره قاجار چنین اظهار داشته است:

« بازار مرکز پر جنب و جوشی است که مردم در آنجا از اولین ساعات طلوع تا دم غروب به طور مداوم در حال حرکت و فعالیت هستند... بازار محل ملاقات و قرارهای عمومی است. آنجا مردم همچنان که درباره مسایل و منافع شخصی و تجاری خود بحث و گفت و گو می کنند، درباره مسایل عمومی و امور دولتی نیز به شور و تبادل نظر می پردازند به طور خلاصه باید گفت که بازار جای بورس و مجلس را یکجا گرفته است... اخبار، شایعات، تهمت زدن ها، نشر اکاذیب، جنجال ها، بدگویی ها و افشاگری ها همه از بازار سرچشمه می گیرد» بازارها به عنوان بناهای اقتصادی غالباً توسط بازرگانان یا اعیان و رجال و حکام و مسئولان شهری ساخته می شدند. چنان که در کتاب تاریخ یزد به احداث بازاری توسط داروغه شهر چنین اشاره شده است: « بر دروازه مهر یجرد بازاری نیکو مشتمل بر پنجاه دکان دو رویه در سال خمس و عشرین و شمانماه، علی آقا که داروغه یزد بود ساز داد- که چون از دروازه بیرون می آیند مقابل بازار است، و تا در خان قپان که امیرزاده محمد درویش ساخته آن بازار اوست و امیرزاده شمس الدین محمد درویش ساخته آن بازار اوست، و امیرزاده شمس الدین محمد بن امیر جلال الدین چقماق سی دکان دیگر بدان منظم کرده و خیاطان و کجینه فروشان (کهنه فروشان) در آن بازار می نشینند و بازاری برونقست.»

#### ۴- نحوه نام گذاری بازارها

برای هر بازار یا عناصر مهم و اصلی آن مانند راسته های اصلی یک نام وجود داشت که آن بازار به آن نام خوانده می شد. باید توجه داشت که واژه بازار به عنوان فضایی برای داد و ستد با دو مفهوم به کار می رفته و می رود. در وهله نخست این واژه یک مفهوم کلی و جامع دارد و آن برای نامیدن مجموعه بازار یک شهر به کار می رود. برای مثال وقتی که به بازار تهران اشاره می شود منظور مجموعه بازرگانی - خدماتی عظیم و بزرگ تهران است، در حالی که بازار تهران از راسته های تخصصی گوناگونی تشکیل شده است که برخی از آنها را نیز بازار می نامند، مثلاً بازار زرگرها، بازار کفاش ها ( ارسی دوزها)، بازار بزازها و غیره.

راسته های تخصصی بازارها گاهی اوقات به نام کالایی که در آنها عرضه می شد، نامیده می شدند، مثلاً بازار مرغ، بازار اسب. اما در بیشتر موارد بازارها به نام پیشه اصناف آن نامیده می شدند، مثلاً بازار مسگرها، بازار گونی فروش ها، بازار صحاف ها، بازار صرافان، گاه بعضی از بازارها را به نام مکان یا فضای معماری مهمی که در کنار آنها وجود داشت، می نامیدند، مثلاً بازار مسجد جامع، بازار بین الحرمین در تهران، بازار خندق، بازار دروازه.

در مواردی یک راسته بازار یا یک کاروانسرا با توجه به موطن بازرگانان یا پیشه وران شاغل در آن نامگذاری می شد، مانند کاروانسرای خراسانیان در اصفهان و بازار کرمانیان در نیشابور در دوره غزنویان یا بازار تبریزی ها در یزد. این نامگذاری به این دلیل بود

که گاه در گذشته پیشه وران شاغل در یک یا چند حرفه مرتبط با هم، بر اساس موطن خود در یک راسته یا کاروانسرا مستقر می شدند.

برای راسته ای از بازار یا کاروانسرای که کالاهای گرانبها و ظریف در آن عرضه می شد، غالباً نام هایی خاص در نظر می گرفتند. در برخی از شهرهای ایران برای این منظور از واژه قیصریه استفاده می کردند. گفته اند که این واژه از کلمه قیصر به معنی سزار یا از تحریف واژه آلمانی قیصر مشتق شده است.

در بغداد بازاری برای عرضه کالاهای لوکس و عالی وجود داشت که به بازار عروس شهرت یافته بود. اندازه برخی از خصوصیات کالبدی بازار نیز ممکن بود موجب نامگذاری آن شود، مانند بازارچه بلند در اصفهان و بازار بزرگ در تهران، زمان تشکیل بازارهای ادواری نیز در نامگذاری آنها غالباً اهمیت داشت و بیشتر آنها به این ترتیب خوانده می شدند، مانند جمعه بازار، شنبه بازار، دوشنبه بازار، مکان و فضای تشکیل بازارهای موقت در نامگذاری آنها مؤثر بود. در این مورد بیشتر از پسوند «گاه» استفاده می کردند و غالباً منظور از بازارگاه، بازاری بود که در فضایی باز در شهر یا در یک میدان یا حومه شهر تشکیل می شد. سلسله مراتب مکانی - شهری بازار نیز موجب نامگذاری آنها می شد، مانند واژه بازارچه که بر اساس متون دو قرن اخیر هم برای بازارهای کوچک محله ای و هم برای بازارهای کوچک ناحیه ای مورد استفاده قرار می گرفت.

## فصل دوم

### برخی از ویژگی های کارکردی

#### ۱- انواع بازار از لحاظ کارکردی

بازارها را از لحاظ حوزه کارکردی یا سرزمینی آنها به سه گروه شهری، روستایی و منطقه ای یا بین راهی می توان طبقه بندی کرد.

بازارهای شهری : همه بازارهایی را که حوزه کارکردی یا خدمت رسانی آنها به شهر مربوط می شده است بازارهای شهری می نامند بازار به عنوان یک فضای فعال و پر تحرک بازرگانی- تولیدی اساساً نهاد و فضایی شهری به شمار می آید زیرا به سکونتگاهی شهر گفته می شود که اقتصاد آنها تنها متکی به کشاورزی نباشد، بلکه تولید صنایع دستی و انجام فعالیت های خدماتی، بخشی از فعالیت های مهم آن باشد، به همین سبب مبادله کالا چه در درون شهر و چه در سایر شهرها و مراکز جمعیتی اهمیت می یابد و این مبادلات به فضایی به نام بازار نیاز دارد.

بازارهای روستایی : اقتصاد خانوارهای روستایی در گذشته در بیشتر موارد نوعی اقتصاد خود کفا یا نیمه خودکفا بود و در روستاهای کوچک یک یا دو فضای کوچک تجاری- خدماتی هیچ مرکز بازرگانی وجود نداشت. به همین سبب بیشتر روستاها فاقد فضایی به عنوان بازار بودند، اما در برخی از مناطق کشور به علت ساختار اجتماعی- اقتصادی حاکم بر آن مناطق، در معدودی از روستاهای که موقعیت سرزمینی- اقتصادی خاصی



داشتند، و جمعیت ساکن در آنها زیاد می شد، بازار نیز شکل می گرفت، چنان که برخی از روستاها پیرامون اصفهان در قرن چهارم هجری و بعضی از روستاهای پیرامون بلخ و همچنین شماری از روستاهای ناحیه رودشت اصفهان در قرن هشتم هجری، که آنها را معظم قرای می خواندند، بازار داشتند.

افزون بر بازارهایی که درون محدودی از روستاها وجود داشت، نوع دیگری از بازارهای روستایی وجود داشت که غالباً جنبه ادواری داشت، یعنی در بین چند روستا به صورت دوره ای حرکت می کرد و هر روز یا هر دوره زمانی دیگر در یکی از این روستاها تشکیل می شد. این نوع از بازار مخصوص روستاهای کوچکی بود که میزان عرضه و تقاضا به حدی نبود که در آن روستا یک بازار دائمی شکل گیرد. این نوع از بازارها بیشتر در مناطقی از کشور وجود داشت که روستاهایی کوچک در نزدیکی هم وجود داشت. در گیلان و مازندران شمار متعددی از این گونه بازارها وجود داشت.

مادام دیولافوا بازار یکی از روستاهای اطراف تهران را چنین توصیف کرده است:  
« یک روز در هنگام مراجعت از گردش از میدان عمومی دهکده عبور کردیم. در این جا هیاهو و جنجالی برپاست زیرا که روز بازار عمومی روستاییان است. دهقانان اطراف آمده اند و می خواهند گندمی را که در جوال های مویی بر پشت قاطر و الاغ آورده اند بفروشند و در عوض مایحتاج خود را بخرند. مرغان و خروسان را سرنگون به پالان الاغ آویخته اند زنان قبایل... تخم مرغ و خیار و میوه به معرض فروش گذارده اند. قدری

دورتر بازار مهم فروش مواش است. در آنجا انواع گوسفندان را از بز و میش برای فروش آورده اند»

۲- انواع بازار از لحاظ زمان تشکیل آن: بازارها را از لحاظ زمان و دوره تشکیل آنها می توان به سه گونه به شرح زیر طبقه بندی کرد:

بازارهای دائمی: بازارهایی بودند که به صورت ثابت و در طول سال تشکیل می شدند. بسیاری از بازارهای دائمی در فضاهای ساخته شده تشکیل می شدند مانند بازارهای اصلی هر شهر یا بازارچه های محله ای، اما در مواردی برخی از بازارهای دائمی نیز در فضاهای باز برقرار می شد.

بازارهای ادواری: بعضی از بازارها به صورت ادواری یا دوره ای تشکیل می شدند: هفته بازارها نوعی بسیار مهم از بازارهای ادواری بودند که غالباً در هر شهر یا روستا به صورت هفته ای یک روز تشکیل می شدند و معمولاً به نام همان روز نامیده می شدند، مانند جمعه بازار، شنبه بازار و غیره. هنوز در برخی از شهرها در مواردی جمعه بازارهایی به مناسبت های گوناگون تشکیل می شود.

نوعی از بازارهای سالانه نیز وجود داشت که به مناسبت های گوناگون برقرار می شد، از جمله هنگام نوروز در بسیاری از شهرهای کشور بازارهایی تشکیل می شد. مناسبت های دیگر فصلی، ملی و مذهبی نیز موجب می شد که بازارهای ادواری شکل گیرد.

یکی از نمونه های بازار ادواری به این ترتیب معرفی شده است:

« پریم قصبه این ناحیت است و مستقر سپهبدان بلشرگاهی است بر نیم فرسنگ از شهر و اندر وی مسلمانان اند و بیشتر غریب اند و پیشه ور و بازرگان، زیرا که مردمان این ناحیت جز لشکری و برزیگر نباشند و بهر پانزده روی اندر روی روز بازار باشد و از همه این ناحیت مردان و کنیزکان و غلامان آراسته ببازار آیند و با یکدیگر مزاح کنند و بازی کنند و رود زنند»

بازارهای کوتاه مدت: برخی از بازارها به مناسبت نوع محصولاتی که در آن عرضه می شد در مدت کوتاهی از روز تشکیل می شد. برای مثال هنوز در برخی از شهرهای کوچک گیلان و مازندران دیده می شد که مردان و زنان محصولاتی مانند سبزیجات، کره، پنیر و غیره را که در منزل یا محل کار خود تولید کرده اند، در برخی از بازارگاه هایی که به این منظور اختصاص یافته اند، در ابتدای روز عرضه می کنند و پس از چند ساعت به محل زندگی یا کار خود باز می گردند. شاید بتوان به اصطلاح امروز این نوع عرضه را از تولید به مصرف دانست، زیرا تولید کنندگان در این بازارهای کوتاه مدت برای عرضه محصولات خود شرکت می کنند و تولیدات روزانه یا هفتگی خود را به فروش می رسانند، به عبارت دیگر تولید کننده و فروشنده یکی است.

تولید کنندگان برخی از انواع صنایع دستی مانند آثارسفالی، محصولاتی که با حصیر ساخته می شد و مانند آن نیز به صورت روزانه یا هفتگی محصولات خود را در بازارهای کوتاه مدت که متناسب با نوع محصول در صبح یا عصر تشکیل می شد، عرضه می کردند.

جهت خرید فایل word به سایت [www.kandooen.com](http://www.kandooen.com) مراجعه کنید  
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

بعضی از انواع بازارهای کوتاه مدت در کنار فضاهای تفریحی و گذران اوقات فراغت  
در میدان ها (مانند میدان امام در اصفهان یا سبزه میدان در تهران)، در کنال پل ها و  
رودخانه های درون شهری (مانند سی و سه پل و پل خواجه در اصفهان) تشکیل  
می شد.

## فصل سوم

### برخی از خصوصیات شهری

۱- سلسله مراتب مکانی بازارها در شهر: در یک شهر بزرگ یا متوسط و حتی در بسیاری از شهرهای کوچک بیش از یک بازار وجود داشت. در شهرهای بزرگ تعدادی بازار متناسب با نیازهای گوناگون ساکنان شهر در نقاط و ناحیه های مشخص شکل می گرفت و هر کدام از آنها حوزه کارکردی خاصی داشتند و مردم انواع نیازهای روزانه، هفتگی، ماهانه و سالانه خود را از هر یک از انواع بازارها تأمین می کردند. انواع بازارها را از لحاظ سلسله مراتب مکانی - شهری یا به عبارت دیگر حوزه کارکردی و موقعیت مکانی آنها می توان به پنج گروه به شرح زیر طبقه بندی کرد:

بازار برون شهری: بازار برون شهری نوعی بازار بوده در بیرون شهر اما در کنار دروازه و حصار تشکیل می شد و غالباً منحصراً کالاهای ارزان قیمت بود، به ویژه کالاهایی که از روستاهای نزدیک هر روز به سوی شهر آورده می شد مانند میوه و تره بار یا گاه و یونجه. در کنار دروازه شهرهای بزرگ بازار اسب و بازار گوسفند تشکیل می شد و غالباً از عرضه آنها در داخل خودداری می کردند. برخی از این گونه بازارها به صورت ادواری یعنی هفتگی یا ماهانه و نیز فصلی تشکیل می شد.

بازارهای برون شهری غالباً فضاهای طراحی و ساخته شده نداشتند و بیشتر به شکل بازارگاه بودند، مگر در مواردی که بخشی از یک بازار دائمی در حومه شهر که در بیرون مهم ترین دروازه شهر شکل می گرفت، مانند بازارچه نو در نائین، توسعه می یافت. بازار شهری: بازار شهری را می توان بازار هر شهر به شمار آورد، حوزه کارکردی آن همه شهر را در بر می گرفت و افزون بر آن، جنبه ای فراشهری و منطقه ای نیز داشت، زیرا تعداد روستا در حوزه کارکردی هر شهر وجود داشت که هر برخی از صنایع محصولات مازاد خود را به بازار شهری عرضه می کردند و هم برخی از کالاهای مورد نیاز خود را از بازار شهری خریداری می کردند.

بازار اصلی هر شهر مهم ترین راه و معبر شهری بود که به طور معمول در امتداد اصلی ترین جاده منتهی به شهر شکل می گرفت و به همین دلیل مهم ترین عناصر، فضاها و بناهای شهری مانند میدان عمومی شهر، مسجد جامع کاروانسراها، مدرسه های علمیه، دارالضرب و مانند آن در امتداد آن استقرار می یافت.

بازار اصلی در شهرهای بزرگ گاه از دروازه ای شروع می شد و تا دروازه ای دیگر امتداد می یافت. بازار اصلی فضایی ساخته شده داشت و گرانبها ترین کالاها در آن عرضه می شد. بازارهای باقی مانده در شهرهای تاریخی از این نوع هستند.

بازار ناحیه ای: در شهرهای بزرگ افزون بر بازار اصلی شهر، یک یا چند بازار ناحیه ای نیز وجود داشت که برخی از نیازهای بخشی از ساکنان شهر به کالاهای روزانه و هفتگی و گاه ماهانه را تأمین می کرد. میدان و بازارخان در یزد را که هنوز بر جای است و

مورد استفاده قرار می گیرد، می توان نمونه ای از بازارهای ناحیه ای دانست. حوزه کارکردی بازارهای ناحیه ای، شامل محدوده ای بود که دو یا چند محله را در بر می گرفت. در بعضی از بازارهای ناحیه ای کالاهایی خاص و معین عرضه می شد. بازار محله ای: در شهرهای بزرگ و متوسط برای تأمین نیازهای روزانه و هفتگی ساکنان هر محله، غالباً بازاری کوچک در مرکز هر محله وجود داشت که از چند دکان بقالی، قصابی، میوه فروشی و گاه نانوايي و مانند آن تشکیل می شد. به طور معمول این نوع از بازارها را بازارچه می نامیدند.

بیشتر بازارچه ها به صورت خطی در دو سوی قسمتی از معبر اصلی شکل می گرفت اما در مواردی نیز بازارچه ها به صورت میدانی کوچک بود. در شهرهای کوچک که فاصله بین محله های مسکونی و بازار اصلی شهر اندک بود، معمولاً بازاری برای هر یک از محله های مسکونی شکل نمی گرفت و مردم نیازهای خودشان را از بازار اصلی شهر یا بازار ناحیه ای تهیه می کردند.

بازار همسایگی: در برخی از شهرهای بسیار بزرگ مانند تهران یا اصفهان در دوره قاجار، که مساحت هر محله بسیار بزرگ بود، هر محله را به عرصه های کوچک تری تقسیم می کردند. برای مثال هر محله در تهران قدیم به بخش های کوچک تری به نام گذر تقسیم می شد. در بسیاری از گذرها یک بازارچه برای ساکنان آن محدوده ساخته شده بود. (بازار در گذر در تهران قدیم).

۲- موقعیت بازار دائمی و اصلی در شهر: هر یک از انواع بازار متناسب با نوع و کارکرد آن در مکان یا مکان های معینی از شهر شکل می گرفت. بازار اصی در بیشتر شهرهای ایرانی در امتداد راه اصلی شهر تشکیل می شد، راهی که غالباً به مهم ترین دروازه شهر مرتبط بود و در امتداد جاده اصلی از کنار گورستان شهر می گذشت، زیرا در بیشتر موارد گورستان شهر را در کنار جاده اصی و بیرون از حصار و دروازه و با فاصله کمی از شهر می ساختند تا مردم برای رفتن به آنجا جهت زیارت قبور دچار سختی نشوند.

بازار در درون شهر غالباً به عنوان محور ارتباطی مورد استفاده قرار می گرفت و مرکز شهر به شمار می رفت و فضاهای مهم شهری مانند مسجد جامع، مدارس بزرگ علیمه، دارالغرب و بسیاری از نمادها و فضاهای مهم شهری در لبه آن با فاصله اندکی از آن قرار داشتند. در بسیاری از شهرهای بزرگ (مانند اصفهان، تهران، قزوین) میدان عمومی شهر در کنار یا در امتداد راسته اصلی بازار قرار داشت. راسته های فرعی متعددی از محله های مسکونی به بازار مرتبط می شد و به این ترتیب از بازار به همه یا بسیاری از نواحی شهر دسترسی وجود داشت.

۳- نحوه توسعه بازار اصلی در شهر: در حالت معمول چگونگی توسعه بازار به طور کامل با نحوه توسعه شهر مرتبط بود. در مواردی که یک شهر در امتداد راههای اصلی یا به عبارت دیگر در جهت جاده های اصلی منتهی به شهر توسعه می یافت،



بازار در امتداد مهم ترین راه، که هسته نخستین بازار در آن شکل گرفته بود، به

تدریج و متناسب با نیازهای بازرگانی و تولی گسترش می یافت.

در مواردی که پیرامون یک شهر حصار ساخته می شد و شهر در بیرون از حصار

گسترش نمی یافت، توسعه بازار به چند صورت انجام می شد. در حالت نخست، بازار

ابتدا در دو سوی راه اصلی از دروازه ای شروع می شد و تا دروازه ای دیگر گسترش

می یافت. این گسترش خطی گاه در امتداد راسته اصلی دیگری که ممکن بود به صورت

مقاطع نسبت به راسته اول قرار داشته باشد، تداوم می یافت، مانند شهر هرات در قرن

نهم هجری که در این حالت دو راسته اصلی مقاطع پدید می آمد.

در بازارهای شهرهای بزرگ و پر رونق از لحاظ اقتصادی، در بخش هایی از راسته بازار

که اهمیت تجاری آن بیشتر بود، کاروانسراهایی در پشت راسته بازار ساخته می شد و به

این ترتیب سطح و ظرفیت فضاهای تجاری در یک حوزه افزایش می یافت.

در بعضی از شهرها که امکان توسعه خطی بازار محدود بود، گسترش بازار در راسته ای

کمابیش موازی راسته اصلی صورت می پذیرفت، بازار تبریز و بازار قزوین نمونه هایی

از این نوع توسعه به شمار می آیند.

## فصل چهارم

### عناصر و فضاهای بازار

#### ۱- عناصر و فضاهای شهری و ارتباطی

راسته اصلی: بازارهای اصلی ایرانی غالباً به شکل خطی و در امتداد مهم ترین راه و معبر شهری شکل می گرفته است، به همین سبب مهم ترین بخش و عنصر اصلی یک بازار، راسته اصلی آن است. یک راسته بازار در ساده ترین شکل با دکان های واقع در دو سوی آن شکل می گرفت. بسیاری از بازارها به تدریج ساخته می شدند و توسعه می یافتند و به همین دلیل امتداد راسته این بازارها به پیروی از صورت معابر غیر مستقیم و به شکل ارگانیک بوده است. شمار اندکی از بازارها که توسط حاکم یا افراد خیر خواه ساخته می شد، مستقیم و طراحی شده بود. در امتداد یک راسته اصلی اصناف گوناگونی مستقر می شدند، به این ترتیب که هر صنف در بخشی از راسته اصلی جای می گرفت در بعضی از شهرهای بزرگ دو یا چند راسته اصلی به صورت موازی یا متقاطع پدید می آمد.

راسته فرعی: بازارهای شهرهای بسیار کوچک تنها از یک راسته اصلی تشکیل می شد اما در شهرهای متوسط و بزرگ افزون بر راسته اصلی، تعدادی راسته فرعی به صورت موازی یا عمود بر راسته اصلی پدید می آمد که حاصل توسعه بازار در معابر فرعی بوده است. شمار معابر فرعی در هر بازار به رونق و توسعه فعالیت های اقتصادی در آن شهر

بستگی دارد. اغلب موارد راسته های فرعی هر کدام به یکی از اصناف یا پیشه وران اختصاص می یافت و کالای خاصی در آن عرضه می شد. ارزش مکانی و اقتصادی راسته های فرعی غالباً کمتر از راسته اصلی بوده است.

دالان: دالان یک فضای ارتباطی است که غالباً در فضاهای معماری به شکل خطی نقش رابط بین فضای بیرونی ساختمان یا تنها بین فضاهای درونی بنا را دارد. دالان در بازارهای بزرگ نیز یک فضای ارتباطی است و غالباً به صورت کوچه یا راسته ای کوچک و فرعی است که از یک سو به راسته ای دیگر و از سوی دیگر به یک کاروانسرا مربوط است و به طور معمول در دو سوی آن تعدادی حجره و دکان وجود دارد. در بازار تهران شمار زیادی دالان وجود دارد.

چهار سو: محل تقاطع دو راسته اصلی و مهم بازار را چهار سو می نامند. در بعضی از موارد در محل برخورد دو راسته طراحی شده بازار غالباً فضایی طراحی شده به صورت چهار سو می ساختند که به سبب موقعیت ارتباطی آن، ارزشمند به شمار می آمد. چهار سوی بزرگ بازار اصفهان و چهار سوی بازار لار، چهار سوی بزرگ تهران و نیز چهار سوی بازار کرمان و چهار سوی بازار بخارا از نمونه های خوب باقی مانده به شمار می آیند.

باید توجه داشت که به هر تقاطعی که از محل برخورد دو راسته بازار ایجاد می شد، چهار سو گفته نمی شد، بلکه تنها برخی از این فضاها را که از لحاظ موقعیت شهری و اقتصادی مهم بودند، چهار سو می گفتند.

در برخی از دوره های تاریخی به پیروی از واژه عربی سوق به معنی بازار، به جای چهار سو از واژه چهار سوق استفاده می کردند.

میدان: در کنار یا امتداد بعضی از بازارهای مهم در شهرهای بزرگ یک میدان شهری یا ناحیه ای وجود داشت، زیرا بازار مهم ترین راه و معبر شهر بود و در بیشتر موارد با یک میدان شهری مرتبط بود. بازار بزرگ اصفهان با دو میدان، سبزه میدان ( میدان کهنه) و میدان امام ( نقش جهان) مرتبط است. در کنار قسمتی از بازار کرمان، میدان گنج علیخان قرار دارد. سبزه میدان در کنار بخشی از بازار تهران بود و هنوز قسمتی از فضای آن باقی مانده است. میدان خان در یزد از این نوع میدان ها به شمار می آید. در امتداد بازار یک یا چند میدانچه وجود داشت که در مواردی در قرن های اخیر بعضی از این نوع میدانچه ها را تکیه یا حسینیه نیز می نامیدند. نمونه هایی از آن را هنوز در بازار سمنان و بازار تجریش می توان دید.

جلوخان: جلوخان به عنوان یک فضای شهری عبارت از فضایی ارتباطی به شکل یک میدانچه است که از چهار یا سه طرف محصور و دارای فضای ساخته شده است و به عنوان یک فضای ورودی، مکث و تجمع مورد استفاده قرار می گرفت. جلوخان اصلی مسجد امام ( شاه، سلطانی) در بازار تهران که یک جبهه آن تغییر شکل یافته و هنوز سه جبهه آن کمابیش مانند گذشته است، و جلوخان های مسجدالنبی (ص) (شاه) در بازار قزوین که مقداری تغییر شکل یافته اند و جلوخان سرد در قیصریه در بازار اصفهان از

نمونه هی باقی ماندهٔ جلوخان های بازار به شمار می آیند. جلوخان مسجد جامع یزد که در بازار این شهر بود تغییر شکل یافته و از میان رفته است.

کمپفر دربارهٔ جلوخانه سر در قیصریه در بازار اصفهان چنین اظهار داشته است: « آن قسمت از میدان که به طرف مدخل بازار است در اختیار عموم قرار دارد. در اینجا خردخ فروشان، سمسارها، آب نبات فروشها، پاره دوزها و اسلحه سازها جمع شده اند و به خصوص مسگرها و قلع کارها و از آنها گذشته هنر پیشگان، دلقک ها، کشتی گیرها، شاعران و مردمی سرگردان از این قبیل گرد آمده اند.»

## ۲- عناصر و فضاهای معماری بازار

حجره: (دکان) حجره یا دکان را می توان ساده ترین و کوچک ترین، اما مهم ترین عنصر و فضای بازار دانست. شماری از دکان ها یا حجره ها وقتی که به صورت خطی در دو سوی معبری قرار گیرند، یک راسته بازار را پدید 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 همکف و هم تراز با سطح معبر به طور معمول نقش یک مغازه یا دکان را داشت که کالاهایی در آن عرضه می شد، در حالی که حجره های واقع در طبقه فوقانی بازارهای دو طبقه بیشتر به عنوان دفتر کار و فضای اداری یک تجارتخانه مورد بهره برداری قرار می گرفت. بعضی از حجره ها واقع در طبقه فوقانی بازارها نیز به عنوان کارگاه استفاده می شد.

بعضی از حجره های بازار کمی ( در حدود پنجاه تا هفتاد سانتی متر) از سطح معبر بالاتر بودند. حجره های بازار وکیل شیراز هم اکنون نیز چنین وضعی دارد. در این حالت در برخی موارد در زیر هر حجره یک انبار می ساختند.

حجره های بعضی از پیشه ورانی که کالاهایی را تولید و سپس عرضه می کردند، نقش یک کارگاه را نیز داشت و اغلب در این حالت کف این حجره ها هم تراز سطح معبر یا اندکی پایین تر بود. بسیاری از آهنگری ها، مسگری ها و نجاری ها چنین وضعی داشتند. بعضی از حجره ها افزون بر فضای اصلی، بخشی به صورت صندوقخانه داشتند. صندوقخانه فضایی واقع در انتهای حجره بود که با دیواری جداکننده از فضای اصلی حجره متمایز می شد. حجره نام عمومی فضای شکل دهنده به کاروانسراها هم هست. حجره های کاروانسراها نیز گاه در دو طبقه ساخته می شدند که حجره های طبقه همکف بیشتر جنبه تجاری یا کارگاهی و حجره های طبقه فوقانی اغلب جنبه دفتری و اداری و گاه کارگاهی داشت.

کاروانسرا: (سرا) کاروانسراها را می توان مهم ترین فضای معماری طراحی شده در بازارها و تقریباً همانند پاساژهای امروز دانست. یکی از علل پیدایش کاروانسراها را می توان محدود بودن طول راسته های بازار دانست، همان گونه که امروزه اگر یک خیابان تجاری بسیار پر رونق شود به گونه ای که تمام دکان های واقع در امتداد آن پاسخ گوی نیاز موجود به فضاهای تجاری نباشد، به تدریج پاساژهایی در پشت دکان ها ساخته می شود و تنها ورودی آنها را به آن خیابان قرار میدهند و به این ترتیب به ظرفیت فضاهای

تجاری یک خیابان افزوده می شود. در گذشته هم اگر بازار اصلی یک ششهر توسعه می یافت، این توسعه هم در جهت امتداد طول و محور راسته اصلی بازار صورت می گرفت و هم تعدادی کاروانسرا در پشت راسته اصلی و گاه در کنار راسته های فرعی ساخته می شد.

از ابتدای قرن حاضر به تدریج در بازارها به جای واژه کاروانسرا، واژه سرا را به کار می برند. پس از این که نقش کاروان ها در حمل و نقل ضعیف شد و از کالسکه درشکه و سپس وسایل نقلیه موتوری استفاده شد، پیشوند «کاروان» از کلمه کاروانسرا حذف شد، و به کاروانسرای شهری، سرا گفته شد. واژه سرا در گذشته به معنی خانه بوده است.

کاروانسراها فضاهایی درون گرا و دارای یک حیاط مرکزی بودند که حجره هایی در چهار سمت آن در یک یا دو طبقه ساخته می شد. به طور معمول حجره های واقع در چهار سمت کاروانسرا با اندازه هایی کمابیش یکسان ساخته می شدند و تنها حجره ها یا فضاهای واقع در امتداد محوردهای تقارن حیاط ممکن بود در مواردی بزرگ تر و مجلل تر از سایر حجره ها طراحی و ساخته شود. بعضی از کاروانسراها فضاهایی خدماتی به صورت انبار در طبقه زیر همکف داشتند که در این حالت یک طبقه، دو طبقه و گاه سه طبقه واقع در روی آن به حجره ها اختصاص می یافت.

کاروانسراها شهری محل عرضه کالا بود. معمولاً حجره های طبقه همکف را در بسیاری از کاروانسراها به عنوان دکان به عرضه کالا اختصاص می دادند و حجره های طبقه فوقانی بیشتر به صورت یک فضای دفتری و اداری به بازرگانانی اختصاص داشت که به

صورت عمده به خرید و فروش کالاها می پرداختند و کالاهای عرضه شده توسط آنان در انبار قرار داشت و از آنجا حمل و نقل می شد. البته همه کاروانسراها از لحاظ اقتصادی و اجتماعی اعتباری یکسان نداشتند. کاروانسراهایی که به مسجد جامع و مرکز شهر و راسته های عرضه کالاها نزدیک بودند، معتبرتر و جایگاه بازرگانان ثروتمند بودند، در حالی که کاروانسراهایی که در نزدیکی دروازه های شهر و راسته های ویژه عرضه کالاها ارزان قیمت بودند، بیشتر به پیشه وران و تولید کنندگان اختصاص داشتند.

در بیشتر کاروانسراهای شهری فضایی برای چهار پایان در نظر نمی گرفتند زیرا و استقرار آنها در کاروانسراهای معتبر شهری جنبه کوتاه مدت و موقت داشت و در هر شهر یک یا چند کاروانسرا برای استقرار چهار پایان به ویژه چهارپایان کاروان های تجاری که از شهری به شهر دیگر می رفتند، در نظر می گرفتند و تنها در بعضی از کاروانسراها یک یا چند فضا برای استقرار تعداد محدودی چهار پا در نظر می گرفتند.

ورود کاروان های تجاری یا حتی مسافری از همه دروازه های شهر آزاد نبود، بلکه در هر شهر یک یا چند دروازه را که در امتداد راه های اصلی یا بازار شهر بود، برای ورود کاروان ها در نظر می گرفتند. هنری موزر که در دوره قاجار به تهران آمد، به این موضوع چنین اشاره کرده است:

« دروازه دولاب یک از دوازده دروازه شهر است. بسیار ممتاز است برج های کوچک و جلouxان ها دارد که از آجرهای مینایی رنگ زینت یافته است. دخول از دروازه مزبور به



جهت کاروان ممنوع است و ما مجبور شدیم که از امتداد خندق که دور شهر واقع است طی مسافت نموده از دروازه شمیران داخل شهر شویم»

در کاروانسراهای برون شهری و بیابانی فضای وسیعی به اصطبل اختصاص می یافت، زیرا کاروانسراهای برون شهری محل اقامت موقت کاروانیانی بود که در طی سفر در برخی از نقاط به مدت یک یا چند روز استراحت می کردند و برای ایجاد فضایی آرام و امن جهت چهارپایان، اصطبل هایی بزرگ در پشت حجره ها می ساختند.

در شهرهای بزرگ حجره هایی را ( به ویژه در طبقه فوقانی) در یک یا چند کاروانسرا به اقامت مسافران اختصاص می دادند. میرزا علی خان نائینی در سفر به یزد به یکی از این گونه کاروانسراها رفت و آنجا اقامت کرد. وی در این مورد چنین نوشته است:

« خلاصه وارد شهر شده، مستقیماً به کاروانسرای حاجی علامرضا منزل شد. چند نفر از مردم نائین هم در این کاروانسرا هستند. خیلی مراقب نمودند از وقایع نائین و احوال والد پرسیدم»

در بازار شهر شماخی کاروانسرای مخصوص روس ها کاروانسرای مخصوص لژی ها وجود داشت. آدام التاریوس درباره بازار و یکی از کاروانسراهای آن چنین اظهار داشته است:

« در قسمت جنوبی شهر بازار بزرگی با چند کوچه سرپوشیده قرار دارد که در آنجا حجره هایی با انواع و اقسام کالا و اجناس از قبیل کتان، ابریشم، نقره و طلا آلات، تیر، کمان، شمشیر و سایر صنایع دستی وجود دارد و می توان این اجناس را با بهای ارزان

خریداری کرد. کنار بازار دو محل خرید و فروش با دالان و حجره هایی مجزا وجود دارد که سوداگران بیگانه اجناس را به طور عمده معامله می کنند. یکی از آنها کاروانسرای شاه نام دارد که روس ها در آنجا به تجارت فلز، روی، مس، چرم دباغی شده و پوست سمور روسی می پردازند.»

بسیاری از کاروانسراهای بزرگ و عالی بیش از یک ورودی داشتند، زیرا در این حالت افراد بیشتری از کاروانسرا عبور می کردند و مانند پاساژهای امروزی که اگر در امتداد یک مسیر یا راه قرار گیرند، با رونق تر می شوند، این گونه کاروانسراها نیز به سبب آن که در مسیر یک راه یا معبر واقع می شدند، رونق بیشتری پیدا می کردند. چند نمونه از کاروانسراهایی که چهار ورودی داشتند باقی مانده است، مانند کاروانسرای گلشن در اصفهان و کاروانسرای سعدالسلطنه در قزوین.

در بعضی از موارد افراد کاروانسرائی می ساختند و درآمد آن را برای مزار یکی از بزرگان دینی یا گاه به مزار خود یا مجموعه ای که در نظر داشتند وقف می کردند. برای نمونه می توان به برخی از موقوفات امیر جلال الدین چقماق در یزد اشاره کرد. در کتاب جامع مفیدی در این مورد چنین نوشته شده است:

« و نیز امیر عادل بر بیرون کاروانسرای مذکور بازاری مشتمل بر دکاکین بسیار ساخت و آن بازار تعلق گرفت بر کار وکلای نواب مستطاب مرحومه مغفوره زینت بیگم طاب مزارها حبیبه صغرای نواب جنت مکان علیین آشیان شاه طهماسب و در حین حیات

وقف فرمود بر مزار منور و مرقد مطهر خود که در مشهد مقدس معلی مزکی واقع است و بحمدالله و تعالی که فتوری بقواعد آن را نیافته و موافق شرط واقف به مصرف م رسد» تیمچه: واژه «تیم» به معنی کاروانسرا بوده است، چنان که ناصر خسرو در سفرنامه خود از این واژه استفاده کرده است و تیمچه به معنی تیم کوچک یا کاروانسرای کوچک بوده است اما در دوره معاصر به کاروانسراها با سراهای کوچک و سرپوشیده، تیمچه می گویند، مانند تیمچه امین الدوله در کاشان. این خصوصیت کالبدی تیمچه ها، یعنی سرپوشیده بودن آنها، فضای مناسبی برای عرضه کالاهای گرانبها مانند فرش، دور از آسیب باد و باران و آفتاب پدید می آورد. به همین سبب فضای تیمچه ها غالباً نسبت به کاروانسراها از لحاظ اقتصادی گران تر بوده و برای عرضه اجناس ارزان قیمت از آنها استفاده نمی کردند. در دوره قاجاریه طرح های متنوعی از ترکیب تیمچه و کاروانسرا پدید آمد و نمونه های از چنین فضاهایی ساخته شد. سرا و تیمچه امیر در تبریز و سرا و تیمچه حاج رضا در قزوین از نمونه های این نوع بناها هستند. در بسیاری از این ترکیب ها، فضای تیمچه به عنوان بخشی از فضای ورودی سرا نیز مورد بهره برداری قرار می گرفت. دیولافوا که حدود ۱۲۰ سال پیش به ایران آمده بود، به کارکرد و خصوصیات کالبدی تیمچه ای در بازار کاشان به نام تیمچه نو اشاره کرده که توصیف وی نشان دهنده برخی خصوصیات کالبدی و کارکردی تیمچه ها یا کاروانسراهای مسقف بوده است. البته در متن ترجمه کتاب به این تیمچه با عنوان کاروانسرای تازه اشاره شده است. متن مزبور چنین است:

« بازار این شهر (کاشان) وسیع است و سقف آن دارای گنبد های کوچکی است که به هم پیوسته و جابه جا کاروانسراهایی هست که مخزن مال التجاره است. این کاروانسراها تاجرنشین و غیر از آنهایی هستند که مسافری در آنها منزل می کنند. اینها دارای بناهای مجلل و مزینی هستند. یکی از بهترین نمونه های آنها کاروانسرای تازه (تیمچه نو) است که تجار ساخته اند. شکل آن مانند منشور مربع القاعده است و در دو طرف آن درب ورودی دارد. تمام بنا با آجر ساخته شده و در سقف و دیوارهای آن آجرهایی به کار رفته که کنار آنها مانند کاشی لعاب دار برجسته است و نمایش قشنگی دارد. در سقف آنهم سه روزنه بزرگ است که به قدر کافی محوطه را روشن می کنند. این بنای مهم که پر از مال التجاره های گرانبه است بهتر از هر گونه احصائیه و محاسبه ای اهمیت تجارتی و آبادی و ترقی شهر را نشان می دهد. در این کاروانسرای نو پارچه های ابریشمی و مخمل های عالی دست بافت که محصول همین شهر است به فروش می رسد.»

قیصریه : واژه قیصریه از کلمه لاتینی کایسارئا به معنی بازار شاهی مشتق شده است. در بعضی از منابع اشاره شده که واژه قیصریه با کلمه قیصر یا سزار مربوط بوده است. در ایران به فضایی قیصریه گفته می شد که از لحاظ خصوصیات معماری به یک راسته فرعی، دالان یا تیمچه و در موارد معدودی به یک سرایشیه بود، اما از لحاظ کارکردی غالباً به عرضه کالاهای لوکس و گرانبها و به ویژه برخی از انواع منسوجات عالی اختصاص داشت، به همین سبب فضای قیصریه های به هر شکل که بود، یک یا چند در

ورودی داشت که در هنگام شب آن را می بستند. در اصفهان نمونه هایی از این نوع قیصریه ها وجود داشته است.

در بعضی از بازارهای عثمانی در شهرهای تاریخی ترکیه امروز و نیز در سوریه و الجزایر فضایی به نام بدستان وجود داشت که برخی از محققان اظهار داشته اند که نام آن از واژه بده بدستان فارسی گرفته شده است. کارکرد بدستان کاملاً مشابه کارکرد قیصریه بود و به عرضه کالاهای گرانبها و به خصوص منسوجات نفیس اختصاص داشت.

انواع فضاهای خدماتی: در هر بازار اصلی و دائمی متناسب با اندازه، وسعت و حجم مبادلات بازرگانی در آن، شماری فضای خدماتی مانند آب انبار یا سقاخانه، اصطبل یا شترخان، برف انداز، انبار یا خانبار و مانند آن وجود داشت که نیازهای لازم به این گونه خدمات به این ترتیب تأمین می شد. شمار این نوع فضاها و موقعیت آنها در امتداد بازار به خصوصیات کالبدی و کارکردی بازار بستگی داشت. در بازارهای بزرگ فضاهایی وسیع برای انبار کردن کالاها در نظر گرفته می شد، در حالی که در بازارهای کوچک که پیشه وران بیشتر به خرده فروشی اشتغال داشتند، انبارهای کمتری مورد نیاز بود.

انواع فضاهای عمومی: به سبب آنکه بازار اصلی و دائمی هر شهر مهم ترین راه ارتباطی و عمومی شهر به شمر می آمد و بیشترین رفت و آمد در آن صورت می گرفت، بسیاری از فضاهای عمومی شهر در کنار راسته اصلی بازار با فاصله اندکی از آن ساخته می شد.

برای مثال می توان به مسجد جامع اشاره کرد که به طور معمول در کنار بازار- مگر در موارد خاص- ساخته می شد. به همین دلیل در بیشتر شهرهای تاریخی کشور که ساختار

جهت خرید فایل word به سایت [www.kandoocn.com](http://www.kandoocn.com) مراجعه کنید  
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

تاریخی و کهن بافت قدیمی شهر کاملاً دگرگون نشده است، استقرار مسجد جامع را در  
درون یا کنار بازار شهر هنوز می توان مشاهده کرد. بسیاری از مدرسه های علمیه و سایر  
فضاهای آموزشی، اداری و عمومی مانند دارالضرب، زورخانه و حمام در کنار بازار  
ساخته می شد.

## فصل پنجم

### برخی از ویژگی های معماری بازار

۱- شکل بازار: بازار را از لحاظ شکل فضای معماری آنها می توان به دو گروه طبقه بندی کرد: ۱- بازار خطی ۲- بازار متمرکز.

بازار خطی: بیشتر بازارهای ایرانی به ویژه بازارهای دائمی غالباً به شکل خطی هستند زیرا در امتداد راه ها و معابر شکل می گرفتند. بازارهای خطی به دو صورت ارگانیک (یا غیر مستقیم) و طراحی شده (یا مستقیم) بودند. بازارهای ارگانیک آن دسته از بازارها هستند که به تدریج در امتداد معابر ارگانیک و طراحی نشده شهری شکل می گرفتند و همراه با توسعه شهر، اندک اندک فضاهای جدیدی در امتداد آنها ساخته می شد. بازار تهران، بخش های عمده ای از بازار اصفهان، بخشی از بازار شیراز، بازار یزد و بخش هایی از بازار کرمان به صورت ارگانیک و طراحی نشده هستند، زیرا این شهرها غالباً از توسعه روستایی بزرگ یا شهری کوچک و ارگانیک شکل گرفته بودند و راه ها و معابر آنها در ادامه جاده ها و معابر مال رو و طراحی نشده توسعه یافتند و سپس به بازار تبدیل شدند.

شمار اندکی از بازارهای ایرانی یا به عبارت دقیق تر بخش هایی از بعضی از بازارهای ایرانی به شکل راهی مستقیم و طراحی نشده هستند. این نوع بازارها در زمانی پدید می آمدند که شخصی (حاکم یا یکی از بزرگان شهر) تصمیم می گرفت یک راسته بازار

بسازد. در این حالت طبیعی است که از یک یا چند نفر معمار برای طراحی راسته بازار و کاروانسراها استفاده می کردند و غالباً راسته بازار به صورت مستقیم طراحی و سپس ساخته می شد. بازار وکیل در شیراز، قسمتی از بازار اصفهان در جبهه شمالی میدان امام (نقش جهان)، بازار اراک از نمونه های بازارهای خطی طراحی شده هستند.

بازار متمرکز: ( به شکل میدان) بعضی از بازارهای ایرانی در فضایی متمرکز به شکل میدان تشکیل می شدند. بازارهای ایرانی در دو حالت به صورت متمرکز شکل می گرفتند. نخست، در حالتی که بازاری ادواری یا موقت به صورت بازارگاه و متمرکز در فضایی باز در کنار راه یا معبری پدید می آمد. دوم، در حالتی که یک میدان شهری یا ناحیه ای به شکل طراحی شده یا در مواردی به شکل ارگانیک و طراحی نشده به عنوان بازار نیز مورد بهره برداری قرار می گرفت.

درباره حالت نخست باید اشاره شود که بسیاری از بازارهای ادواری و موقت در فضاهایی باز و شکل میدان گاه در کنار راه یا معبر یا در نزدیکی ورودی و دروازه سکونتگاه تشکیل می شدند و نحوه استقرار فعالیت ها و فضاها به دو صورت بود. گاهی اوقات پیشه وران و بازاریان در ردیف هایی منظم به شکل نوارهایی موازی مستقر می شدند و خریداران در هنگام حرکت در معابر خطی از بین فروشندگان و کالاهای عرضه شده عبور می کردند. اما در بعضی از مواقع فعالیت ها و فضاها به صورت کلمه ای و تقریباً نامنظم در سطح میدان مستقر می شدند.



در حالت دوم، بازار در پیرامون میدانی طراحی شده تشکیل می گردد. بازار میدان امام (نقش جهان) در اصفهان، بازار میدان گنجعلیخان در کرمان، بازار میدان خان در یزد و سبزه میدان در تهران از نمونه های این گونه بازارها هستند. در بعضی از این میدانها، دکان ها در پیرامون میدان و در کنار فضای باز ساخته شده اند (میدان امام در اصفهان)، در حالی که در برخی از آنها یک رواق ممتد در دور میدان ساخته شده و دکان ها در پشت رواق قرار داده شده اند (میدان خان یزد).

## ۲- پوشش بازار

بسیاری از انواع بازارها مانند بازارهای ادواری، بازارهای دائمی و برخی از بازارچه های که در کنار معبر شکل می گرفتند، مسقف ساخته می شدند تا مردم در تابستان و زمستان از گرما و سرمای شدید و باد و باران و آفتاب در امان باشند.

پوشش برخی از بازارها در ساده ترین شکل با چوب یا حصیر و به شکل مسطح بود. بازار کوفه در ابتدا سایبان هایی از بوریا داشت. سپس خالدین عبدالله قسری (در اوایل قرن دوم هجری) قسمت هایی از بازار را نوسازی کرد و به بازرگانان کرایه داد. احمد بن ابی یعقوب درباره بازار کوفه چنین گفته است:

« و بازارها از قصر و مسجد تا سرای ولید تا قلائین تا سراهای ثقیف و اسجج قرار داده شده و سایه بان هایی از بوریا داشت، تا دوران خالدین عبدالله قسری که بازارها را ساخت و برای هر صنفی از بازرگانان سرایی و دربندی قرار داد و کرایه آنها را به سپاهیان اختصاص داد.»

بلاذری دربارهٔ این بازار اشاره کرده است که خالد دکان هایی ساخت و سقف آنها را با گنبدهایی بلند از آجر و گچ پوشاند.

استفاده از چوب غالباً موجب شکل گیری پوشش های مسطح و صاف می شد، در حالی که استفاده از مصالحی مانند آجر و گچ به طور معمول منجر به شکل گیری پوشش های گنبدی شکل می شد، زیرا با این مصالح به تنهایی نمی توان سقف هایی مسطح در دهانه های بزرگ پدید آورد. بر اساس مهری که در شوش به دست آمده و یک سیلوی غلات را نشان می دهد، پیشینه کاربرد سقف های گنبدی شکل در ایران حداقل به هزارهٔ چهارم پیش از میلاد می رسد.

برای پوشاندن دهانه های بزرگ مانند پوشش چهار سوها و تیمچه ها و گنبد و کاربندی استفاده می کردند و دهانه های بزرگ را با تویزه های متقاطع به سادگی می پوشاندند و از لحاظ زیبایی می توانستند ترکیب هایی بدیع پدید آورند. زیرا کاربندی روشی بود که امکانات فراوان و متنوعی برای زیبا سازی پوشش در برداشت.

روی سقف بازار را مانند سایر بناها غالباً با کاهگل می پوشاندند، سقف تیمچه ها و برخی از فضاهای مهم و ارزشمند مانند مسجد جامع و بعضی از مدرسه های علمیه را با آجر و ملات های مقاوم می پوشاندند. مقدسی دربارهٔ پوشش بازار اصفهان در قرن چهارم هجری چنین اظهار داشته است:

«برخی بازارهایشان سرپوشیده و برخی سرگشاده است. جامع در بازاری زیبا است که ستون هایی گرد دارد. آتشگاهی (گلدسته) در سمت قبله به بلندی هفتاد ذراع از گل دارد که هنوز هیچ نفر سوده است»

بازار تاشکند چنین توصیف شده است:

« در تاشکند، بازار عبارت از فضای وسیعی است. در حقیقت شهری است که میان شهر دیگر واقع شده باشد. سقف کوچه های بازار از نی پوشیده شده و به این واسطه شعال آفتاب و گرما در بازارها سرایت می کند. زمین بازار را متصلاً آب پاشی می کنند و شخص وقتی که داخل بازار می شود از گرد و خاک کوچه ها آسوده شده، یک نوع فرح بر او دست می دهد. ازدحام در بازارها زیاد است و همواره شترها دیده می شود که بار آنها مال التجاره بود.»

در بعضی موارد از سقف برخی از بناها بهره برداری می شد. برای نمونه می توان به رنگرزا اشاره کرد که در بسیاری از بازارها محصولات خود را پس از رنگ زدن در روی پشت بام خشک می کردند. همچنین شواهدی در دست است که گویا در موارد بسیار معدودی از سقف قسمتی از بازار برای مقاصد گذران فراغت یا برای خدمات رسانی استفاده می کرده اند. برای نمونه می توان به بازار شهر سمرقند در قرن چهارم هجری اشاره کرد که بر اساس متن کتاب حدود العالم من المشرق الی المغرب، در بالای بازار سمرقند جوی آب روان بود. متن مزبور چنین است:

« سمرقند شهری بزرگست و آبادان است و با نعمت بسیار و جای بازرگانان همه جهانست و او را شهر تانست و قهندزست و ربض است، و از بالای بام بازارشان یکی جوی آب روانست ز ارزیر، و آب از کوه بیاورده، و اندروی خانگه مانویانست و ایشانرا نغوشاک خوانند و از وی کاغذ خیزدکی بهمه جهان به برند.»

در بسیاری از منابع تاریخی در هنگام توصیف خصوصیات کالبدی بازار غالباً به پوشش بازار اشاره شده، چنان که در مورد بازار اصفهان در کتاب نصف جهان فی تعریف اصفهان چنین نوشته شده است:

« بازارچه چهار سو نقاشی است که در کمال زیبایی ساخته شده و بسیار قریب به بازارچه قیصریه است و قدری از آن عریض تر اما طول آن چندان نیست.... و این بازارچه ها به غیر کاروانسرای تجارتی دیگر همه قسم دکان و متاعی در آن موجود است و در هر یک به کم و زیاد کاروانسرای بارانداز و اشترخان دارد و این بازارها نیز هم طاق چشمه است و در اصفهان هیچ بازار چوب پوشی ندارد.»

اهمیت سقف راسته بازار در ایجاد فضای مطلوب برای عابران و خریداران چنان بود که در هنگام عمران، نوسازی یا گاهی اوقات در هنگام مرمت بازارها به مسقف نمودن راسته های بدون سقف اقدام می کردند. برای نمونه می توان، به مسقف شدن بخشی از بازار شیراز چنین اشاره شده است:

« تسقیف جمیع بازارهای شهر شیراز با آجر و گچ و تشکیل آنها بر سبیل بازار وکیل»

۳- برخی از خصوصیات راسته بازار

طول راسته بازارها اندازه معین و مشخصی نداشت و اندازه آن به وسعت شهر و رونق اقتصادی بستگی داشت. طول راسته بازار در شهرهای کوچک در حدود چند صد متر و در شهرهای بزرگ به چند کیلومتر می رسید. عرض راسته اصلی بازار به طور متوسط بین چهار تا شش متر بود. عرض برخی از راسته های بازار پس از آن که شهر گسترش می یافت و جمعیت آن زیاد می شد، پاسخگوی حجم تردد در بازار نبود و به سادگی نیز نمی توانست عرض بازار را افزایش دهند، در نتیجه قسمت هایی از راسته بازار بسیار شلوغ می شد. همچنین عبور بعضی از بزرگان شهر به صورت سواره موجب اذیت مردم در راسته های کم عرض می شد. ابن بطوطه به شلوغی بازار خوارزم و فقدان فضای کافی برای عبور و مرور در آن بازار اشاره کرده است. همچنین مقدسی در قرن چهارم هجری از تنگی بازار شیراز شکایت کرده و گفته که دو چهار پا به سادگی نمی توانستند از کنار هم عبور کنند. در بسیاری از موارد با وضع قوانین و قواعد لازم سعی می کردند که رفت و آمد در بازار تسهیل شود اما در برخی از شهرها به ویژه در دوره هایی که حکومت هایی ضعیف و ناکارآمد قدرت را در دست داشتند، قواعد مربوط به عبور و مرور خوب اجرا نمی شد و در بیشتر اوقات حرکت در بازار به سختی صورت می گرفت. سفیر حکومت پروس در ایران (آلمان) در دوره قاجار درباره نحوه تردد در بازار چنین اظهار داشته است:

« شترها و قاطرها و اسبها و الاغها با بار خود به اندازه کافی راه عبور از بازار را مسدود می کنند... اسب سواری در بازار هم جالب و تماشایی و در عین حال خطرناک است.

خطرناک از این نظر که کف بازار صاف نیست و صرف نظر از پستی و بلندی و ناهمواری هایی که دارد در آن چاله و چوله های زیادی وجود دارد که هر لحظه در آن هنگامه و شلوغی بازار ممکن است پای اسب در آن برود و همواره با سوار خود سرنگون شود.»

تنها بعضی از بازارها دارای راسته های عریض و پهن بودند. درباره بازار ری گفته اند که بسیار عریض بود و در قسمتی از بازار آن، نهری در وسط جریان داشت که در دو سوی آن درخت کاشته بودند.

در برخی موارد در شهرهایی که طراحی و سپس ساخته می شدند، بازارها را پهن می ساختند تا سپاهیان در هنگام برگزاری مراسم به صورت سواره بتوانند به راحتی از آن عبور کنند. درباره شهر سرمن رأی چنین نوشته شده است:

« و راه های ورودی آن را از سر رسته وسیع بزرگ از همان خیابانی که از وادی ابراهیم بن ریاح آغاز می شود قرار داد، و در هر رسته ای دکان هایی بود مشتمل بر اصناف داد و ستدها و صنعت ها و خرید و فروش ها، پهنای هر رسته ای صد ذراع بود به ذراع سوداء تا هر گاه بخواهد در جمعه ها با سپاهیان و جمعیت های سواره و پیاده خود به مسجد آید، راه ورود به مسجد بر وی تنگ نگردد.»

جهت خرید فایل word به سایت [www.kandoocn.com](http://www.kandoocn.com) مراجعه کنید  
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۵۱۱ تماس حاصل نمایید

Filename: Document1  
Directory:  
Template: C:\Documents and Settings\hadi tahaghoghi\Application  
Data\Microsoft\Templates\Normal.dotm  
Title:  
Subject:  
Author: H.H  
Keywords:  
Comments:  
Creation Date: 3/18/2012 11:26:00 PM  
Change Number: 1  
Last Saved On:  
Last Saved By: hadi tahaghoghi  
Total Editing Time: 0 Minutes  
Last Printed On: 3/18/2012 11:26:00 PM  
As of Last Complete Printing  
Number of Pages: 46  
Number of Words: 7,822 (approx.)  
Number of Characters: 44,589 (approx.)