



بازارهای ایرانی

حسین سلطان‌زاده



حسین سلطانزاده

حسین سلطانزاده در سال ۱۳۳۵ در تهران متولد شد. وی در رشته معماری از دانشگاه تهران فارغ التحصیل شد و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی است. پانزده کتاب در زمینه معماری و شهرسازی ایران تألیف کرده، سه کتاب ترجمه و سه کتاب را نیز با همکاری دیگران ترجمه و گردآوری کرده است. وی بیش از سی مقاله در زمینه معماری و شهرسازی تألیف و ترجمه کرده است و برخی از آثار او مانند کتاب *ناین، شهر هزاره‌های تاریخی*، و کتاب *معماری و شهرسازی ایران به روایت شاهنامه فردوسی*، از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و کانون فارغ التحصیلان معمار دانشگاه تهران به‌عنوان پژوهش‌های برگزیده انتخاب شده است.

Husayn Sultanzade

Husayn Sultanzade was born in 1956 in Tehran. He earned an M.A. in architecture from the University of Tehran and is a professor at Azad University. He has written fifteen books on Iranian architecture and urban planning, translated three books and collaborated on translating and compiling three other books. He has written and translated more than thirty articles on architecture and urban planning. Some of his works, including the books *Nain, City of Historical Millennia* and *Iranian Architecture and Urban Design According to Ferdosi's Shahnameh* have been honored by the Ministry of Culture and Islamic Guidance and the Association of University of Tehran Architecture Alumni.



از ایران چه می‌دانم؟ / ۱۱

بازارهای ایرانی

حسین سلطان‌زاده



دفتر پژوهشهای فرهنگی



دفتر پژوهشهای فرهنگی

تهران، خیابان ایرانشهر شمالی، نبش کوچه یگانه، شماره ۲۱۵؛ گدپستی: ۱۵۸۴۷۳۶۹۱۳
 تلفن: ۸۸۲۱۳۶۴، ۸۳۰۲۴۸۲، ۸۸۱۱۵۶۱؛ دورنگار: ۸۳۰۲۴۸۵
 صندوق پستی: ۴۶۹۱ - ۱۵۸۷۵ پست الکترونیکی: crb-iran@kanoon.net
 نشانی در اینترنت: www.iranculturestudies.com
 مرکز پخش: تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین، نبش خیابان شهید وحید
 نظری، شماره ۳۸؛ تلفن و دورنگار: ۶۴۱۷۵۳۲؛ تلفن واحد بازاریابی: ۸۳۱۵۲۴۰

* بازارهای ایرانی - از ایران چه می‌دانم؟ ۱۱ /

* مؤلف: حسین سلطان‌زاده

* ویراستار: خاطره اکرمی

* عکس‌های جلد: بهمن جلالی

* طرح جلد: ماکت، ایراندخت قاضی‌نژاد؛ طرح و اجرا، شهره خوری

* حروفنگار و صفحه‌آرا: زهرا مساوات

* لیتوگرافی: فرآیندگویا * چاپ: نیل * شمارگان: ۳۰۰۰ نسخه

* چاپ اول ۱۳۸۰؛ چاپ سوم ۱۳۸۳

همه حقوق محفوظ است. هرگونه تقلید و استفاده از این اثر به هر شکل بدون اجازه‌کتبی دفتر پژوهشهای فرهنگی ممنوع است.

ISBN: 964-5799-25-2

شابک: ۹۶۴-۵۷۹۹-۲۵-۲

سلطان‌زاده، حسین، ۱۳۳۵ -

بازارهای ایرانی / حسین سلطان‌زاده. - تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی، ۱۳۸۰.

(۱۲۰ ص. : مصور. - (از ایران چه می‌دانم؟ ۱۱)

ISBN 964-5799-25-2

فهرست‌نویسی براساس اطلاعات فیبا.

چاپ سوم: ۱۳۸۳

۱. بازارهای ایرانی. الف. عنوان.

۷۱۱/۵۵۲۲۰۹۵۵

NA ۶۲۷۵ / ۹ الف

۸۰-۷۱۳۵م

کتابخانه ملی ایران

یادداشت

با توجه به تحولات نوین فرهنگی در جامعه امروز، نیاز ایرانیان، به ویژه جوانان تیزبین و پرسشگر، به بررسی‌های جدید علمی و پربار درباره تاریخ پرفراز و نشیب ایران زمین و دیانت و فرهنگ و تمدن آن، بیش از گذشته، نمودار شده است. از این رو، دفتر پژوهشهای فرهنگی با شناخت این امر و در جهت گسترش دیدگاه‌های همه جانبه و عمیق فرهنگی، تلاش جدیدی را آغاز کرده و بر آن است تا با انتشار مجموعه "از ایران چه می‌دانم؟" آگاهی‌های مهم، دقیق و سودمندی را در حوزه‌های گوناگون "ایران پژوهی" در دسترس همه ایران‌دوستان و جوانان علاقه‌مند کشورمان قرار دهد.

امید است که این دفتر بتواند با ارائه این نوع پژوهش‌ها، ضمن ایجاد پیوندی ناگسستنی میان فرهنگ امروز و دیروز و دوری از هر گونه ذهنیت و جانبداری‌های یک‌سویه و غیر علمی، زمینه تبادل نظر و اندیشه را میان همه دانش‌پژوهان و علاقه‌مندان این عرصه فراهم سازد و در شکوفایی حرکت‌های نوین فرهنگی و اندیشه‌پرور و ایجاد آینده‌ای بهتر برای این سرزمین، نقشی شایسته و مفید ایفا کند.

دفتر پژوهشهای فرهنگی

محمدحسن خوشنویس

فهرست مطالب

۹	پیش‌سخن
۱۱	فصل یکم. برخی از جنبه‌های تاریخی و اجتماعی
۱۱	۱. تعریف واژه بازار
۱۲	۲. پیشینه تاریخی بازار
۱۲	- بازار از دوران کهن تا دوره ماد
۱۶	- بازار از دوران ماد تا آغاز دوران اسلامی
۲۰	- بازار در دوران اسلامی
۲۸	۳. نقش و کارکرد اجتماعی بازار
۳۳	۴. نحوه نام‌گذاری بازارها
۳۵	فصل دوم. برخی از ویژگی‌های کارکردی
۳۵	۱. انواع بازار از لحاظ کارکردی
۳۵	- بازارهای شهری
۳۵	- بازارهای روستایی
۳۸	۲. انواع بازار از لحاظ زمان تشکیل آن
۳۸	- بازارهای دائمی
۳۸	- بازارهای ادواری
۳۹	- بازارهای کوتاه‌مدت
۳۹	۳. عوامل مؤثر در نحوه استقرار فعالیت‌ها
۴۰	- جاذبه و کشش راسته‌های تخصصی
۴۰	- امنیت و ارزش اقتصادی کالاها
۴۲	- همگرایی فعالیت‌های سازگار
۴۲	- واگرایی فعالیت‌های ناسازگار
۴۳	۴. نحوه اداره بازار
۴۷	۵. نحوه برقراری نظم و امنیت در بازار
۴۹	۶. بعضی از قوانین و مقررات بازارها
۵۳	فصل سوم. برخی از خصوصیات شهری بازار
۵۳	۱. سلسله مراتب مکانی بازارها در شهر
۵۳	- بازار برون‌شهری

۵۵	- بازار شهری
۵۵	- بازار ناحیه‌ای
۵۶	- بازار محله‌ای
۵۶	- بازار همسایگی
۵۷	۲. موقعیت بازار دائمی و اصلی در شهر
۶۰	۳. نحوه توسعه بازار اصلی
۶۲	فصل چهارم. عناصر و فضاهای بازار
۶۲	۱. عناصر و فضاهای شهری و ارتباطی
۶۲	- راسته اصلی
۶۲	- راسته فرعی
۶۶	- دالان
۶۶	- چهارسو
۷۰	- میدان
۷۴	- جلوخان
۷۷	۲. عناصر و فضاهای معماری
۷۷	- حجره
۷۹	- کاروانسرا
۸۶	- تیمچه
۹۲	- قیصریه
۹۲	- انواع فضاهای خدماتی
۹۲	- انواع فضاهای عمومی
۹۵	فصل پنجم. برخی از ویژگی‌های معماری بازار
۹۵	۱. شکل بازار
۹۵	- بازار خطی
۹۷	- بازار متمرکز
۹۹	۲. پوشش بازار
۱۰۵	۳. برخی از خصوصیات راسته بازار
۱۰۸	سخن پایانی
۱۱۰	پی‌نوشت
۱۱۷	فهرست منابع تصاویر و نقشه‌ها

بیش سخن

بازار مهم‌ترین محور ارتباطی و فضای شهری در شهرهای ایرانی در گذشته به‌شمار می‌آمده است زیرا بازارهای اصلی و دائمی در هر شهر به‌طور معمول در امتداد مهم‌ترین راه و محور شهری که از یک دروازه شروع می‌شد و تا مرکز شهر ادامه می‌یافت، شکل می‌گرفت؛ به عبارت دیگر در وهله نخست یک راه اصلی و پرتردد وجود داشت که فضاهای تجاری و گاه تولیدی در کنار آن تشکیل می‌شدند و به تدریج بازار پدید می‌آمد. شکل‌گیری تدریجی بازار به این علت بود که بیشتر شهرهای ایرانی از توسعه یک روستا پدید می‌آمدند و تنها تعداد انگشت‌شماری از شهرها به صورت طراحی شده ساخته می‌شدند.

براساس اسناد موجود می‌توان حدس زد که پیشینه تاریخی بازارها حداقل به چند هزار سال پیش از میلاد می‌رسد. بازار هر شهر تا اوایل قرن معاصر با سایر فضاهای شهری ارتباطی ارگانیک و منسجم داشت اما از آغاز دوره معاصر و در پی توسعه شهرها و ایجاد خیابان‌هایی برای دسترسی سواره و تعیین الگوهای سکونت و شهرنشینی، ارتباط آن با سایر فضاهای شهری به تدریج گسیخته شد.

از یک سو، موقعیت و جایگاه شهری بازار و فضاها و مراکز واقع در امتداد

آن، و از سوی دیگر اهمیت نقش و منزلت اجتماعی اصناف و بازاریان در زندگی شهری موجب شد که بازار تنها یک فضای اقتصادی به شمار نیاید، بلکه فضایی برای بسیاری از فعالیت‌های اجتماعی از جمله برگزاری جشن‌های ملی و مذهبی باشد. به همین ترتیب فضای بازار در هنگام برگزاری سوگواری‌های مذهبی، سیمایی خاص می‌یافت.

نقش و کارکرد اجتماعی بازار تنها به موارد مزبور خلاصه نمی‌شد، بلکه غالباً بازاریان به‌ویژه در دوران اسلامی مهم‌ترین تشکیلات صنفی و اجتماعی بودند که به‌خصوص در شهرهای بزرگ، گاه در برابر حکومت‌ها و حکام مستبد ایستادگی می‌کردند.

خصوصیات کالبدی بازارهای دائمی و سرپوشیده به‌گونه‌ای بود که فضایی مطلوب و مناسب برای عابران و خریداران پدید می‌آمد. سرپوشیده بودن بازار سبب می‌شد که فضای درون آنها در تابستان خنک‌تر از فضای باز و در زمستان گرم‌تر باشد. همچنین عابران از آزار و گزند آفتاب، باد و باران در امان بودند و به همین دلیل بود که گاه مردم بخشی از ساعات خود را برای گذران فراغت در بازار می‌گذراندند. در این کتاب سعی شده به پیشینه تاریخی و برخی از خصوصیات اجتماعی، کارکردی و کالبدی بازار و همچنین چگونگی اداره بازار و حفظ امنیت در آن و برخی از مقررات بازار به ساده‌ترین و کوتاه‌ترین شکل ممکن اشاره شود. در فصل اول به جنبه‌های تاریخی و اجتماعی بازار، و در فصل دوم به بعضی از خصوصیات کارکردی آن اشاره می‌شود. فصل سوم به بررسی خصوصیات شهری و فصل چهارم به معرفی عناصر و فضاهای ارتباطی (راسته، دالان، چهارسو، جلوخان) و عناصر و فضاهای معماری بازار (حجره، کاروانسرا، تیمچه و قیصریه) اختصاص یافته است. در فصل پنجم به بعضی از ویژگی‌های معماری بازار اشاره می‌شود.

حسین سلطان‌زاده

فصل یکم

برخی از جنبه‌های

تاریخی و اجتماعی

۱. تعریف واژه بازار بازار به معنی محل خرید و فروش و عرضه کالا است. واژه بازار بسیار کهن است و در برخی از زبان‌های کهن ایرانی وجود داشته است. بازار در فارسی میانه به صورت وازار و با ترکیب‌هایی مانند وازارگ (بازاری) و وازارگان (بازرگان) به کار می‌رفته^(۱)؛ و در پارسی به صورت واژار مورد استفاده قرار گرفته است^(۲). این واژه ایرانی به زبان برخی از سرزمین‌هایی که با ایران تبادلات بازرگانی داشتند، مانند سرزمین‌های 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 گرفته‌اند.^(۳) در زبان فارسی بازار به عنوان اسم مکان به معنی محل خرید و فروش کالا است و با وجود آن‌که این واژه امروزه بیشتر درباره بازارهای دائمی، اصلی و قدیمی شهرهای کهن و تاریخی به کار می‌رود، در گذشته گاه به صورت ساده و گاه با پیشوند یا پسوندی 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 پرازدحام؛ اعتبار و اهمیت اشخاص و غیره به کار می‌رفته است.

۲. پیشینه تاریخی بازار

بازار از دوران کهن تا دوره ماد پیشینه سکونتگاه‌هایی که اقتصاد آنها بر تولید صنایع دستی و بازرگانی متکی بود، به حدود ده هزار سال پیش می‌رسد. براساس یکی از بررسی‌های قدیمی، یکی از سکونتگاه‌هایی که اقتصاد آن به کشت غلات و دامداری متکی بود و به گونه‌ای از مرحله یکجانشینی و شهرنشینی رسیده بود، سکونتگاهی در نزدیکی کرمانشاه بود که پیشینه آن به ۹۰۰۰ سال پیش می‌رسد.^(۴) نمونه‌های متعددی از سکونتگاه‌هایی که با اقتصادشان متکی بر تولید صنایع دستی بود در نقاط گوناگون ایران یافت شده است که از آن جمله می‌توان به تپه زاغه در دشت قزوین (اواخر هزاره هفتم قم) و اوایل هزاره ششم قم)، تپه سیلک در جنوب غربی کاشان (هزاره ششم قم)، تپه حسنلو در جنوب غربی دریاچه ارومیه (هزاره ششم قم)، تل ابلیس در منطقه بردسیر کرمان (هزاره پنجم قم)، تپه یحیی در فاصله ۲۲۵ کیلومتری جنوب کرمان (هزاره پنجم قم)، خبیص (شهاد) در ناحیه کرمان (هزاره چهارم قم)، شهر سوخته در سیستان (هزاره سوم قم) و سکونتگاه‌های عیلامی (هزاره چهارم قم به بعد) اشاره کرد که شواهدی مبنی بر وجود کارگاه‌های صنایع دستی و فضاهای بازرگانی در آنها پیدا شده است.^(۵)

در تپه سیلک در کاشان صدف‌هایی پیدا شده است که ساکنان سیلک از آنها برای تزئین و تجمل استفاده می‌کردند و پس از آزمایش‌های متعدد آشکار شده که این صدف‌ها خاص خلیج فارس است و توسط بازرگانانی به ناحیه سیلک فرستاده شده. توسعه روابط بازرگانی در آن دوران موجب شد

که در حدود هزاره چهارم پیش از میلاد مهر اختراع شود و از آن برای ممهور کردن برخی از انواع ظرف‌های حامل کالا استفاده کردند و به این ترتیب روابط بازرگانی با دقت و سهولت بیشتری انجام شد^(۶). آثار و شواهدی حاکی از وجود ارتباط بازرگانی بین تپه یحیی (در جنوب کرمان) با نواحی خلیج فارس در هزاره سوم (قم) پیدا شده است.^(۷)

شهر سوخته در کنار دلتای رود هیرمند را، که در اثنای هزاره سوم و دوم پیش از میلاد یکی از سکونتگاه‌های بسیار مهم بوده است، می‌توان یکی از کهن‌ترین شهرهای شناخته شده دانست که در آن ناحیه‌های ویژه فعالیت‌های تولیدی از سایر نواحی شهر متمایز شده بود. این اقدام در حوزه‌بندی فعالیت‌ها و فضاها شهر را می‌توان از نخستین کنش‌های مهم در شکل‌گیری فضای بازار به‌شمار آورد. این شهر بین سال‌های ۳۲۰۰ تا ۲۱۰۰ پیش از میلاد بسیار آباد بود و در پر رونق‌ترین زمان، جمعیتی حدود ۵۵۰۰ نفر داشت. شمار ساکنان شهر برای شهری در آن دوران بسیار قابل توجه به‌شمار می‌آید. این شهر در پی یک آتش‌سوزی گسترده و پس از آن احتمالاً سیل منهدم شد و بسیاری از اشیایی که اکنون از آن به‌دست می‌آید طی چند هزار سال در زیر لایه‌ای از خاکستر و نمک تا امروز پایدار مانده است. بسیاری از مردم شهر به‌صورت تخصصی در زمینه سفالگری، بافندگی، فلزکاری، سنگتراشی و جواهرسازی به‌کار اشتغال داشتند^(۸).

بسیاری از فعالیت‌ها و فضاها صنعتی در ناحیه معینی واقع در بخش غربی شهر، که آن را ناحیه «کارگاه‌های صنعتی» خوانده‌اند، استقرار یافته بود. گویا ناحیه کوچک‌تری نیز در بخش شرقی شهر به فعالیت‌های صنعتی اختصاص یافته بود. ناحیه دیگری در بیرون از فضای اصلی شهر و در ۲/۵ کیلومتری جنوب غربی تپه مرکزی حفاری شده و به فعالیت‌های مربوط به سفالگری اختصاص یافته بود. به این ترتیب نوعی منطقه‌بندی شهری

براساس انواع فعالیت‌های تولیدی و بازرگانی در آن شهر شکل گرفته بود و می‌توان اظهار داشت که بازار یا منطقه تولیدی - بازرگانی به‌عنوان ناحیه‌ای مستقل در شهر به تدریج به شکل نهایی خود نزدیک شد^(۹).

تمدن عیلامی یکی از درخشان‌ترین تمدن‌های کهن بومی ایران به‌شمار می‌آید که از هزاره چهارم پیش از میلاد تا حدود اواسط هزاره نخست پیش از میلاد تداوم داشته است. آنان نوعی خط تصویری داشتند که طی چند مرحله تکامل و توسعه یافت. تمدن عیلامی در هزاره سوم و دوم پیش از میلاد به نحو چشمگیری توسعه یافت چنان‌که، براساس کتیبه‌ای عیلامی در این دوران سی و دو شهر وجود داشت. شهر شوش یکی از مهم‌ترین و کهن‌ترین شهرهای عیلامی بود که آثاری از دوره‌های گوناگون تاریخی در آن پیدا شده، از جمله نشانه‌هایی از خیابان‌های مستقیمی یافت شده است که پهنای برخی از آنها گاه به ۱۰ متر می‌رسید. شماری از فضای عمومی مانند مدرسه، تجارتخانه و انبار نگهداری اسناد بازرگانی نیز یافت شده است. مجموعه‌ای به دست آمده که پنجاه اتاق و ده حیاط داشته و به شخصی به‌نام تمتی - وارش تعلق داشته است. این شخص هزار رأس دام و زمین‌های وسیع داشت و با بازرگانان بحرین روابط بازرگانی برقرار کرده بود.^(۱۰)

گسترده‌گی مبادلات بازرگانی و روابط اجتماعی در هزاره دوم پیش از میلاد در عیلام چنان بود که قوانین و ضوابط قضایی و اجتماعی دقیقی برای اداره جامعه تدوین کرده بودند، چنان‌که شاهزاده‌ای اهل شوش موسوم به آدا پاکشو کمی پیش از حمورابی دستور داد که قوانین قضایی را بر لوحی سنگی حک کنند و آن را در میدان بازار پایتخت کنند^(۱۱).

در شهر عیلامی دوراونتاش (متعلق به اواسط هزاره دوم پیش از میلاد) واقع در جنوب شوش، کارگاه‌هایی برای تولید و عرضه هدایایی از طلا و نقره و مفرغ و نیز اشیای سفالی در محلی در نزدیکی معبد مقدس در مرکز شهر

وجود داشت و می‌توان حدس زد که بخشی از بازار تا مرکز شهر گسترش یافته بود.^(۱۲)

اطلاعات موجود درباره شهرهای عیلامی اندک است. اما فعالیت‌های باستان‌شناسی در شهر اور در سومر (متعلق به هزاره دوم پیش از میلاد)، که همزمان با تمدن عیلام بود، نشان داده است که در بخشی از ناحیه مسکونی شهر، راسته‌هایی وجود داشت که در دو سوی آنها دکان‌هایی ساخته شده بود و قسمت‌هایی از آن راسته‌ها را با سایبان‌هایی پوشانده بودند. این راسته‌ها را می‌توان نمونه‌های کهن بازار به شکل خطی دانست. در بخش دیگری از همین شهر آثاری از محله پیشه‌وران به دست آمده که حتی تشکیلات حرفه‌ای و صنفی متمایز و شکل یافته‌ای مانند اصناف ریسندگان، رنگرزان و پشم‌بافان پدید آمده بود^(۱۳).



۱. عیلام، یک کارگاه سفالگری و یک کارگاه پشم‌ریسی که زنان در آن مشغول به کار هستند.

بازار از دوران ماد تا آغاز دوران اسلامی براساس بعضی از اسطوره‌ها و حکایت‌های تاریخی، در برخی از سکونتگاه‌های نخستین آریایی‌ها بازاری برای عرضه محصولات غذایی و سایر نیازمندی‌ها وجود داشت. در بخشی از اسطوره جمشید در وندیداد چنین آمده است:

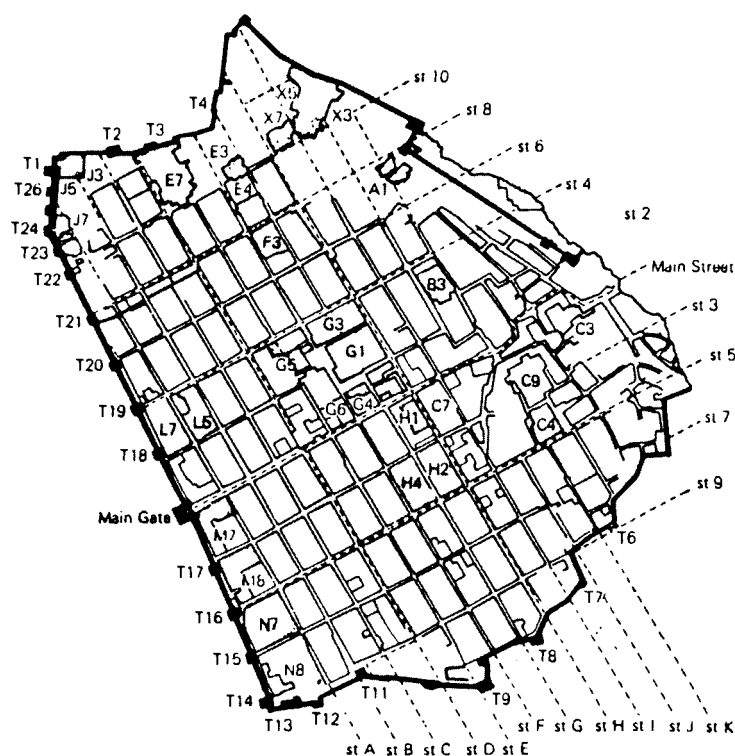
«پس جمشید غاری چهارگوشه به درازای یک میدان اسب برای سکنای مردم و چهارگوشه‌ای به درازای یک میدان اسب برای گاوهای شیرده ساخت... در آنجا بازاری ساخت که در آن سبزی‌ها و خوراک فاسد نشونده بود. در آنجا خانه‌ها ساخت با اتاق‌ها و ستون‌ها و دیوارها و حصارها»^(۱۴).

در وندیداد به انواع کارگاه‌های صنعتی مانند کارگاه‌های آهنگری، شیشه‌گری، نقره‌سازی، طلاسازی و ذوب فلزات و نیز برخی از مقررات مربوط به زمان کار در آنها اشاره شده است.^(۱۵) در شماری از سکونتگاه‌هایی که پیش از تشکیل دولت ماد یا همزمان با آن وجود داشته، مانند تپه حسنلو در آذربایجان متعلق به سده‌های دهم و نهم پیش از میلاد، نشانه‌هایی از کارگاه‌های فلزکاری یا سفالگری دیده شده است.^(۱۶) در برخی از سکونتگاه‌های ماد نیز پیشه‌وران به صورتی سازمان‌یافته به کار اشتغال داشته‌اند^(۱۷) و می‌توان اظهار داشت که در شهرهای آنان نیز فضای بازار به صورتی متمایز شکل گرفته بود.

امپراتوری هخامنشی برای اداره سرزمین‌های وسیع زیر سلطه خود نظام اداری و اقتصادی کارآمدی شکل داد و برای سهولت مبادلات اقتصادی سکه‌ای از طلا موسوم به دریک و سکه‌ای از نقره موسوم به سیکل ضرب شد. در متن‌های مربوط به این دوره به برخی از انواع مالیات‌ها از جمله عوارض دروازه، باج بازار و عوارض بندر اشاره شده است.^(۱۸) براساس کتیبه‌های به دست آمده از تخت جمشید، آشکار شده است که

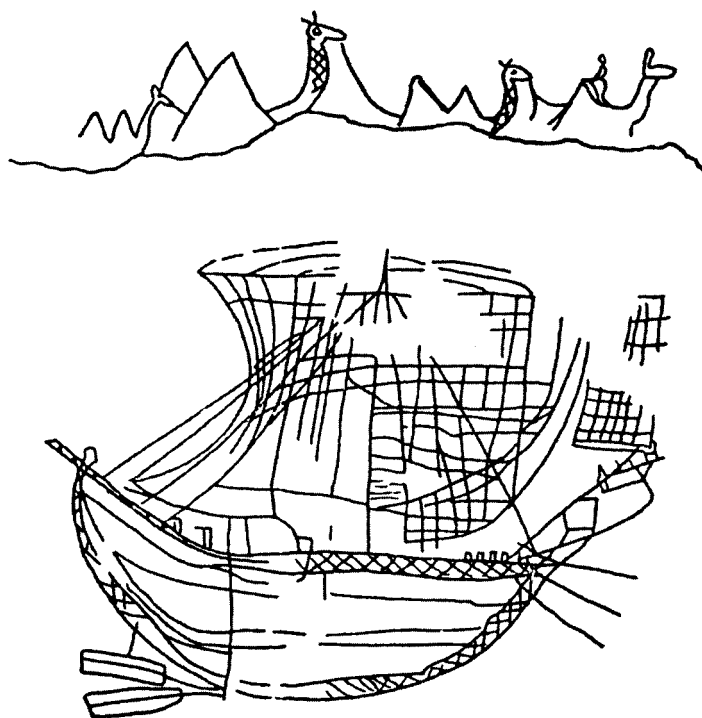
کارگران و صنعتگران و همه کسانی که برای برپایی مجموعه تخت جمشید کار می‌کردند، برپایه نوع تخصص و میزان مهارت خود، دستمزدی معین دریافت می‌کردند. مجموعه روابط اقتصادی و اجتماعی دوران هخامنشیان حاکی از شکل‌گیری برخی از انواع شهرهایی بود که در بعضی از آنها بازار به عنوان فضایی عمومی و مهم، که مکانی شلوغ و پر آمد و شد بود، مورد توجه قرار داشت، و شاید به همین دلیل بود که گزنفون در مورد اشاره به مکان آموزشگاه‌های وابسته به حکومت نوشته است که محل آنها دور از بازار بود^(۱۹)

اقتصاد کشور در دوره پارتیان بر کشاورزی و بازرگانی استوار بود و حکومت پارت به خوبی به اهمیت موقعیت بازرگانی ایران آگاه بود و انحصار بازرگانی بسیاری از انواع کالاها را بین شرق (چین و هند) و غرب (روم و یونان و سایر نواحی) در اختیار داشت و در امتداد مسیرهای مهم تجاری شماری شهر ساخته شد و تأسیسات لازم برای حرکت کاروان‌های تجاری در امتداد راه‌های مهم مانند کاروانسرا، انبار، بازارها و فضاهایی برای عرضه انواع کالاها بنا گردید. شهر دورا-اروپوس نمونه‌ای مهم از شهرهای پارتی به شمار می‌آید که جایگاه بازار در آن بر اساس نقشه شهر در دوره ۱۶۵-۲۵۶ م. به خوبی آشکار است. براساس نقشه شطرنجی شکل شهر، بازار و میدان عمومی در کنار یکی از محورهای اصلی شهر، که از یک دروازه تا دروازه‌ای دیگر امتداد یافته بود، شکل گرفته بود. جامعه ایرانی در دوره ساسانیان به سرعت به سمت شهری شدن پیش رفت، و به همین سبب دیران که یک طبقه شهرنشین بودند از چنان قدرتی برخوردار شدند که به صورت رسمی یک طبقه اجتماعی را تشکیل دادند و شمار طبقات اجتماعی از سه طبقه (روحانیان، سپاهیان، کارگران و کشاورزان) به چهار طبقه افزایش یافت. در این دوره شمار بسیاری شهر ساخته شد و روابط بازرگانی ایران با همسایگانش توسعه یافت و بازار به یک فضای مهم شهری تبدیل شد.



۲. شهر شطرنجی دورا-اوروپوس در هنگام اشغال رومیان (۱۶۵-۲۵۶م) بازار و میدان شهر در محل تقاطع راسته‌های اصلی شهر واقع شده است (G1-G6).

بازاریان در این دوره تشکیلات صنفی منسجمی را شکل دادند، چنان‌که براساس بعضی اسناد برجای مانده، بعضی از پیشه‌وران مانند نقره‌سازان، جواهرسازان و فلزکاران و نیز بازاریان هر کدام یک رئیس برای صنف خود داشتند. (۲۰)



۳. نقاشی بارنگ سیاه که در شهر دورا-اوروپوس پیدا شده است و گویای حمل کالاهای بازرگانی باکاروان و کشتی در سده دوم و اوایل سده سوم میلادی است.

در برخی از اسناد و متون مربوط به این دوره به وجود بازار و میدان در بعضی از شهرهای ساسانی اشاره شده است.^(۲۱)

بازار در دوران اسلامی شهرنشینی در دوران اسلامی گسترش یافت و بسیاری از شهرهای کوچک قدیمی توسعه 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 می‌رفتند و بساط خود را در هر جا که می‌یافتند پهن می‌کردند و تا هنگام شب می‌توانستند در آنجا باشند. به عبارت دیگر فضایی به صورت بازارگاه در نظر گرفته می‌شد که جای ثابتی برای افراد وجود نداشت، اما به تدریج و پس از گسترش یافتن این شهرها، کم‌کم فضاهایی به صورت دکان‌های ساخته شده در بازار بنا گردید و بازاری دائمی در بخشی از شهر شکل گرفت (۲۲).

برپایه اطلاعات موجود در منابع تاریخی، از اواخر قرن اول هجری به بعد در بسیاری از شهرهای جدید و کمایش 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 راسته‌های فرعی جای داشت و هر نوع کالا در محل معینی عرضه می‌شد. هنگامی که حجاج در سال ۸۵ ه‍.ق شهر واسط را می‌ساخت، برای هر صنف در بازار راسته جداگانه‌ای در نظر گرفت (۲۳). البته پیشینه راسته‌های تخصصی در بازار و استقرار پیشه‌وران هر صنف در کنار یکدیگر چه در ایران و چه در عربستان به پیش از اسلام می‌رسد. (۲۴)

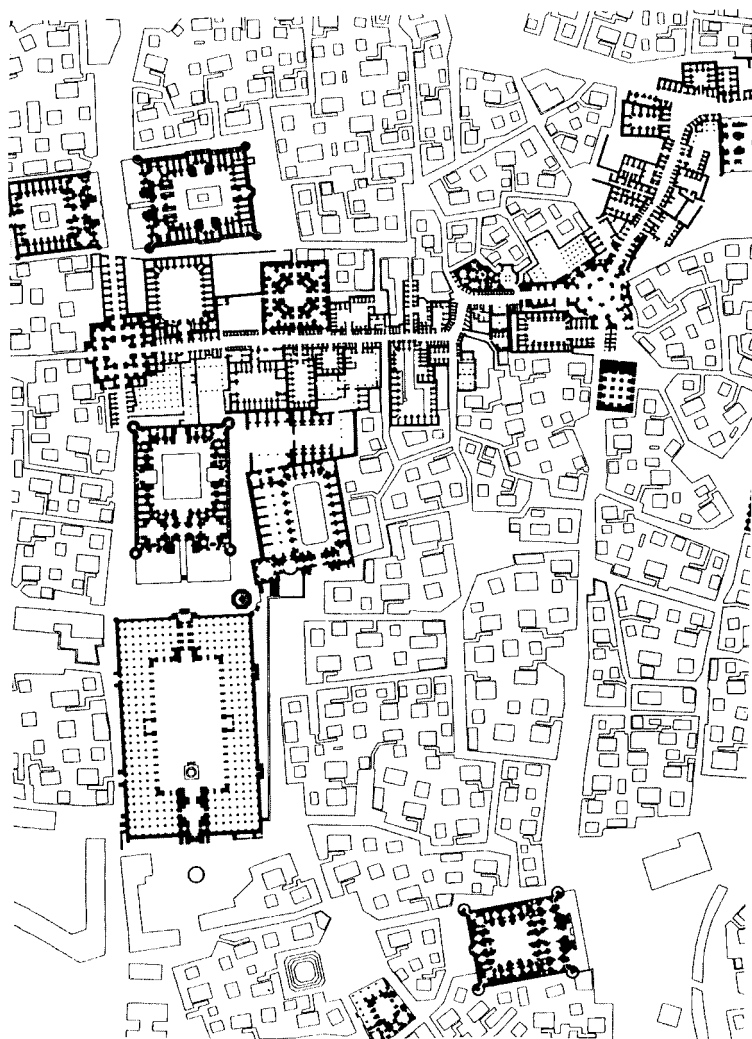
قرن اول هجری، دوره‌ای درخشان در توسعه بازارهای شهری در ایران به شمار نمی‌آید، زیرا هیچ حکومت ایرانی قدرتمندی شکل نگرفته بود که بتواند ارکان زندگی و ساختار شهری را به نحوی مطلوب گسترش دهد. اما از قرن سوم به بعد به تدریج با روی کار آمدن حکومت‌های ایرانی و محلی برای اداره کشور، فعالیت‌های اقتصادی و در پی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

نخستین حکومت‌های ایرانی بودند که اقدام‌هایی مؤثر برای پیشرفت کشور انجام دادند. در دوره غزنویان و سلجوقیان نیز به سبب وجود حکومت‌های مقتدر اقتصاد ملی شکوفا شد و فرهنگ و هنر ایرانی بیش از پیش مورد توجه قرار گرفت. در منابع تاریخی مربوط به قرن‌های چهارم تا ششم قمری مانند *حدودالعالم من المشرق الى المغرب*، *صورة الارض*، *المسالک والممالک*، *تاریخ بخارا*، *راحة الصدور و آية السرور*، *سفرنامه ناصر خسرو*، *مطالب فراوانی درباره افزایش تولید انواع صنایع دستی در شهرها و حتی برخی از روستاهای بزرگ و صادرات آن به شهرهای کشورهای دیگر وجود دارد. برای مثال پارچه‌های کتانی کازرونی چنان شهرت داشت که تا مناطق دوردست جهان اسلام گاه تا ده دست خرید و فروش می‌شد بدون آن‌که بسته‌های آن را باز کنند و تنها مهر و نشان کارگاه‌های کازرون کافی بود.* ^(۲۵) همچنین گفته‌اند در شهر کوچک تون در قرن پنجم چهارصد کارگاه زیلوبافی وجود داشت ^(۲۶).

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 برات حضور داشتند و در بصره نیز صرافان نقش مهمی در اقتصاد شهر ایفا می‌کردند. ^(۲۷)

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 رشیدالدین فضل‌الله، اصلاحاتی در زمینه‌های 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 کاغذسازی داشت ^(۲۸).

در دوره تیموریان اقداماتی عمرانی در برخی نواحی کشور به‌ویژه



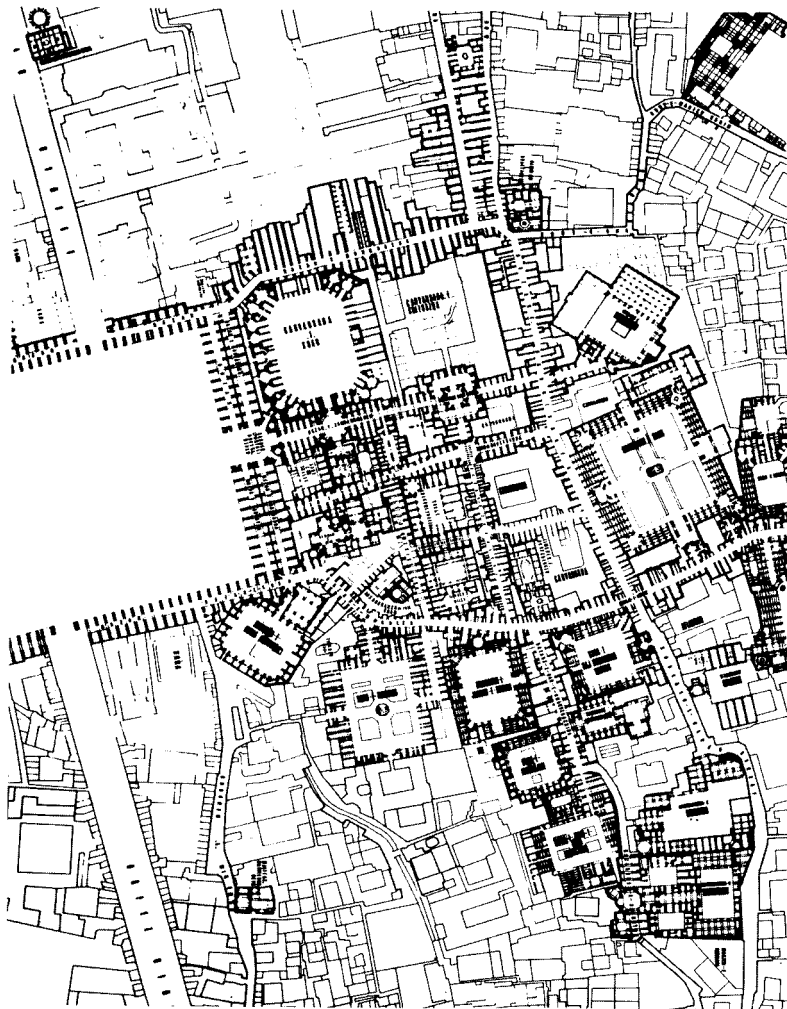
۴. بخارا، نقشه بازسازی شده مرکز شهر در قرن ۱۷، بازار و بناهای تجاری و مذهبی مجاور آن نشان داده شده است.

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، مسجد و مدرسه در کنار آنها ساخته شد^(۲۹).

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 و شیراز به شدت گسترش یافتند و راسته‌های جدیدی در کنار راسته‌های قدیمی ساخته شد و شماری کاروانسرا در کنار هر کدام از بازارها برپا شد. شاه عباس اول دستور داد در سال ۱۰۱۱ میدان امام (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^(۳۰). شاردن شمار کاروانسراهای اصفهان را در دوره صفویه هزار و هشتصد و دو باب ذکر کرده است^(۳۱) که احتمالاً باید این رقم را شامل برخی از انواع دیگر فضاهای تجاری نیز دانست.

تبریز پس از اصفهان مهم‌ترین شهر کشور در دوره صفویه بود. اولیا چلبی که در سال ۱۰۵۰ در زمان شاه صفی به شهر تبریز مسافرت کرده بود، شمار دکان‌های شهر را حدود هفت هزار باب، و کاروانسراها و خان‌ها را حدود دویست و هفتاد باب اظهار داشته است^(۳۲).

پس از صفویه اقدام‌های چندان مهمی در زمینه توسعه فضاهای شهری و بازارها صورت نگرفت و تنها در دوره کریم خان زند فعالیت‌های عمرانی مهمی 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 می‌آیند.^(۳۳)



۵. اصفهان، بازار و میدان امام (نقش جهان).



۶. اصفهان، نحوه توسعه بازار به شکل خطی.

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 دروازه‌های اصلی منتهی می‌شد، گسترش یافت و راسته‌ها و کاروانسراهای متعددی ساخته و به آن افزوده شد. همچنین مسجد جامع جدیدی در دوره فتح‌علی‌شاه در مجموعه بازار بنا گردید. در این دوره اقدامات عمرانی اندکی در برخی از شهرهای بزرگ صورت گرفت و بازارهای این‌گونه شهرها توسعه‌ای 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 برجای گذاشت. نخست آن‌که 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 زمینه‌ها به تولید محصولات ایرانی آسیب وارد شد. برای مثال اوژن فلاندرن از فراوانی کالاهای خارجی در تبریز و افتادن تجارت چیت و ماهوت و منسوجات ابریشمی به دست انگلیسی‌ها سخن گفته است. او درباره کاشان اظهار داشته است که شمار کارگاه‌ها و کارخانه‌های نساجی شهر به سبب ورود کالاهای انگلیسی کاهش یافته بود.^(۳۴)

در منابع ایرانی نیز به خسارت دیدن تولیدکنندگان 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^(۳۵)، برای نمونه اظهار شده است که صادرات تنباکوی اصفهان از سیصد هزار کیسه به پنج هزار کیسه کاهش یافت زیرا تجارت آن به دست عده‌ای از بازرگانان خارجی و مسیحی افتاده بود.^(۳۶)

تحول دوم مربوط به تأسیس و راه‌اندازی تعدادی کارخانه مانند کارخانه باروت‌کوبی، اسلحه‌سازی، توپ‌ریزی، ماهوت‌بافی، ابریشم‌تایی،

کاغذسازی، بلورسازی، صابون‌پزی، پنبه‌پاک‌کنی، نخ‌ریسی و چاپخانه بود که موقعیت شهری برخی از آنها بر تحول ساختار شهری بازارها بی‌تأثیر نبود، زیرا برخی از آنها به سبب پاره‌ای از ملاحظات شهری، امنیتی و ارتباطی در بیرون بازار ساخته شدند و به این ترتیب نقش بازار به‌عنوان یگانه محور اصلی اقتصاد شهر به تدریج تضعیف شد. البته عدم حمایت حکومت از سرمایه‌گذاران و صنعتگران ایرانی موجب شد که آنان نتوانند در رقابت با تولیدکنندگان خارجی از پیشرفت مناسب و شایسته‌ای برخوردار شوند^(۳۷).

تحول مهمی که در زمینه ساختار شهری در این دوره صورت گرفت و نقش بسیار مهم و تعیین‌کننده‌ای بر تحول بازارها برجای گذاشت مربوط به ساختن معابر و خیابان‌های مستقیم است. از دوره قاجار ساختن خیابان مستقیم و طراحی شده به منظور ایجاد مسیری قابل استفاده برای راندن کالسکه و برگزاری مراسم و آیین‌های تشریفاتی رایج شد. خیابان باب‌همایون و خیابان ناصرخسرو از این گونه خیابان‌ها بودند.

استفاده از اتومبیل و اهمیت یافتن دسترسی سواره و تغییر نحوه تقسیم‌بندی قطعات زمین به پیدایش و شکل‌گیری خیابان‌هایی مستقیم در نواحی جدید شهری و سپس ایجاد خیابان‌های مستقیم در بافت قدیمی منجر شد و ابتدا نمادهای جدید شهری، اداری و حکومتی و سپس دکان‌ها و فضاهای تجاری در کنار خیابان‌ها ساخته شد و به این ترتیب ساختار بیشتر بازارها به صورت نوعی فضای ایستادگیاً دچار ایستایی و رکود شد و راسته‌ها و فضاهای تجاری به صورت پراکنده یا متمرکز در کنار خیابان‌ها 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 به‌ویژه بازارهای شهرهای کوچک و کم‌جمعیت به تدریج تهی از فعالیت، فرسوده و متروک شده‌اند.

۳. نقش و کارکرد اجتماعی بازار

بازار مهم‌ترین محور و

شاهره ارتباطی در شهرهای قدیمی بود و بیشترین آمد و شد شهروندان در آن صورت می‌گرفت. به عبارت دیگر بازار مهم‌ترین کانال ارتباطی شهر بود که نه تنها مردم، کالاهای و سرمایه‌ها در آن جریان می‌یافتند، بلکه اطلاعات، اخبار و آگهی‌ها نیز از طریق آن به اطلاع شهروندان می‌رسید، زیرا اطلاع‌رسانی توسط افراد و به صورت شفاهی انجام می‌شد و به همین دلیل بود که وقتی حکومت می‌خواست خبری را به اطلاع مردم برساند، غالباً عده‌ای که آنها را عموماً جارچی یا منادی می‌خواندند، آن خبر را ابتدا در بازار اصلی شهر جار می‌زدند، یعنی با صدای بلند به اطلاع مردم می‌رساندند. برای مثال در کتاب تاریخ بیهقی (مربوط به قرن پنجم هجری) درباره نحوه انتشار یک خبر چنین آمده است:

«ایمان نیشابور چون این سخنان بشنودند، بیارامیدند و منادی بازارها برآمد و حال باز گفتند تا مردم عامه تسکین یافتند»^(۳۸).

این نوع اطلاع‌رسانی به حکومت تنها اختصاص نداشت، بلکه در موارد مهم، مردم نیز با پرداخت مبلغی به یک یا چند نفر جارچی از این روش اطلاع‌رسانی استفاده می‌کردند^(۳۹).

هنگامی که شخص یا افرادی که مورد توجه و علاقه مردم بودند به شهری وارد می‌شدند، ورود آنان غالباً از سمت دروازه بازار بود که پس از عبور از بازار به عنوان مهم‌ترین راه ارتباطی شهر به مقصد خود می‌رفتند. در این مواقع مردم به استقبال می‌رفتند و در بازار تجمع می‌کردند و در برخی از موارد بازارها را می‌آراستند و جشن برپا می‌کردند. چنان‌که هنگامی که نماینده روم برای دیدن المقتدر، خلیفه عباسی، به بغداد رفت، بازارهای واقع در مسیر او را آراستند و مردم برای دیدن هیأت همراه او در امتداد بازار تجمع کردند و فروش و کرایه دکان‌های آن بازار افزایش یافت.^(۴۰) 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 هرکدام از پیشه‌وران و کسبه مقداری از کالایی را که داشتند نثار می‌کردند و هرچه او منع می‌کرد، آنان به کار خود ادامه می‌دادند^(۴۱).

در هنگام جشن‌های ملی و مذهبی بازارها 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^(۴۲) 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 دربارهٔ این بازار چنین اظهار داشته است:

«فَنَّاخْسِرُو هَمَانِ عَضْدَالِدَوْلَه اسْت کِه در نیم فرسنگی شیراز نقشهٔ شهری بریخت [بزرگ همانند سرخس] و نه‌ری بزرگ برای آن از یک مرحله راه [کوهستان] بشکافت [تا از میان شهر بگذرد] و هزینهٔ بسیار بر آن بنهاد. و هنوز از زیرخانهٔ وی روان می‌باشد. پس پهلوی آن را [به درازای] یک فرسنگ باغ ساخت و پشم‌ریسان و بافندگان خز و دیبا و همه بَرکان را بدانجا برد، که امروز در آنجا کار می‌کنند. نبینی که نامش هنوز بر آن نوشته است [پس جامعی برایش بساخت] و فرماندهان او نیز در آنجا خانه و باغ‌های خوب بساختند. پس جشنی سالانه برقرار کرد که برای سرگرمی و فسق در آن گرد می‌آمدند. ولی اکنون پس از

مرگ او سبک شده و بازار تهی گشته و شهر رو به ویرانی است.^(۴۳) پادشاهان 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^(۴۴). در بسیاری از بازارها یا بازارگاه‌های گیلان و مازندران در هنگام روزهای عید و برخی از مناسبت‌های ملی و دینی انواع بازی‌های سرگرم‌کننده و مسابقات ورزشی از جمله مسابقه کشتی‌گیری برپا می شد^(۴۵).

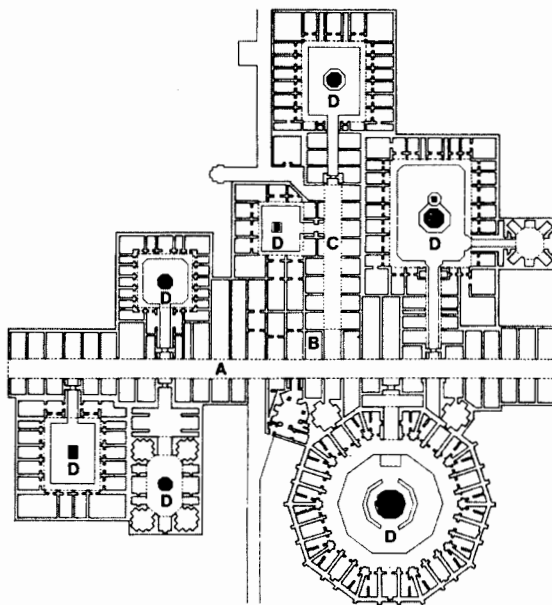
بازارها غالباً در هنگام عزاداری یا در ایام سوگواری به مناسبت‌های مذهبی یا در موارد خاص مانند فوت علمای دینی یا بزرگان شهر تعطیل می شد و در آن مراسم عزاداری برپا می گردید.^(۴۶) مجالس عزاداری غالباً در سراها و تیمچه‌ها تشکیل می شد و اصناف مختلف برای بهتر برگزارکردن آن با یکدیگر رقابت می کردند^(۴۷). از دوره صفویه به بعد همواره گروهی از اصناف هر سال، در دهه عاشورا، مجالس عزاداری و روضه‌خوانی در سراها و چهارسوهای بازار تشکیل می دهند.^(۴۸) 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 چلوپزخانه».^(۴۹) ساختار اجتماعی جامعه ایرانی در گذشته به نحوی بود که مردم براساس روابط خویشاوندی، قومی، نژادی، مذهبی و برخی دیگر از انواع روابط اجتماعی به صورت گروه‌بندی‌های محله‌ای در کنار یکدیگر زندگی می کردند. هر یک از ساکنان شهر به یک محله تعلق داشت و در مواردی که میان افراد شهر مسأله‌ای بروز می کرد، هر فرد نخست به منافع

محلله‌ای خود و همسایگانش و سپس به سایر اهالی شهر می‌اندیشید. در این حالت تنها بازار به عنوان نمادی شهری و اجتماعی نمایانگر همبستگی و یکپارچگی مردم شهر به‌شمار می‌آمد. افزون بر این، باید توجه داشت که اصناف و پیشه‌وران مهم‌ترین تشکل اجتماعی، صنفی و سیاسی را در گذشته به وجود می‌آوردند و در برخی از دوره‌ها، در هنگام بروز بعضی از بحران‌های سیاسی و اجتماعی به صورت متشکل اقدام می‌کردند. یکی از روش‌های اعلام مخالفت بازاریان با کارها و اقدامات حکومت، تعطیل کردن بازار بود. در دو قرن اخیر در بسیاری از بحران‌های اجتماعی، بازاریان با بستن دکان‌های خود در بازار مخالفت خود را با برخی از فعالیت‌ها و تصمیم‌گیری‌های حکومت‌های مستبد اعلام می‌کردند، 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^(۵۰).

نقش و کارکرد اجتماعی بازارها به قدری بود که حتی اروپائانی که برای مدت کوتاهی به ایران سفر می‌کردند، به‌خوبی متوجه آن می‌شدند. برای نمونه می‌توان به مادام کارلاسرنا اشاره کرد که درباره بازار تهران در دوره قاجار چنین اظهار داشته است:

«بازار مرکز پرجنب و جوشی است که مردم در آنجا از اولین ساعات طلوع تا دم غروب به‌طور مداوم در حال حرکت و فعالیت هستند... بازار محل ملاقات و قرارهای عمومی است. آنجا مردم همچنان‌که درباره مسایل و منافع شخصی و تجاری خود بحث و گفت‌وگو می‌کنند، درباره مسایل عمومی و امور دولتی نیز به شور و تبادل نظر می‌پردازند. به‌طور خلاصه باید گفت که بازار جای بورس و مجلس را یکجا گرفته است... اخبار، شایعات، تهمت‌زدن‌ها، نشر اکاذیب،

جنگال‌ها، بدگویی‌ها و افشاگری‌ها همه از بازار سرچشمه می‌گیرد.»^(۵۱)
 بازارها به‌عنوان بناهای اقتصادی غالباً توسط بازرگانان یا اعیان و رجال و حکام و مسئولان شهری ساخته می‌شدند. چنان‌که 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 شمانمائه، علی‌آقا که داروغه یزد بود ساز داد که چون از دروازه بیرون می‌آیند مقابل بازار است، و تا در خان‌قپان که امیرزاده محمد درویش ساخته آن بازار اوست و امیرزاده شمس‌الدین محمد درویش ساخته آن بازار اوست، و امیرزاده شمس‌الدین محمد بن امیر جلال‌الدین چقماق سی دکان دیگر بدان منظم کرده و خیاطان و کجینه‌فروشان [کهنه‌فروشان] در آن بازار می‌نشینند و بازاری برون‌قست.»^(۵۲)



۷. کاشان، قسمتی از بازار و کاروانسراهای آن.

۴. نحوه نام‌گذاری بازارها برای هر بازار یا عناصر مهم و

اصلی آن مانند راسته‌های اصلی یک نام وجود داشت که آن بازار به آن نام خوانده می‌شد. باید توجه داشت که واژه بازار به عنوان فضایی برای داد و ستد با دو مفهوم به کار می‌رفته و می‌رود. در وهله نخست این واژه یک مفهوم کلی و جامع دارد و آن برای نامیدن مجموعه بازار یک شهر به کار می‌رود. برای مثال وقتی که به بازار تهران اشاره می‌شود منظور مجموعه بازرگانی - خدماتی عظیم و بزرگ بازار تهران است، درحالی که بازار تهران از راسته‌های تخصصی گوناگونی تشکیل شده است که برخی از آنها را نیز بازار می‌نامند، مثلاً بازار زرگرها، بازار کفاش‌ها (ارسی دوزها)، بازار بزازها و غیره.

راسته‌های تخصصی بازارها گاهی اوقات به نام کالایی که در آنها عرضه می‌شد، نامیده می‌شدند، مثلاً بازار مرغ، بازار اسب. اما در بیشتر موارد بازارها به نام پیشه اصناف آن نامیده می‌شدند، مثلاً بازار مسگرها، بازار گونی فروش‌ها، بازار صحاف‌ها، بازار صرافان. گاه بعضی از بازارها را به نام مکان یا فضای معماری مهمی که در کنار آنها وجود داشت، می‌نامیدند، مثلاً بازار مسجد جامع، بازار بین‌الحرمین در تهران، بازار خندق، بازار دروازه.

در مواردی یک راسته بازار یا یک کاروانسرا با توجه به موطن بازرگانان یا پیشه‌وران شاغل در آن نامگذاری می‌شد، مانند کاروانسرای خراسانیان در اصفهان^(۵۳) و بازار کرمانیان در نیشابور در دوره غزنویان^(۵۴) یا بازار تبریزی‌ها در یزد^(۵۵). این نامگذاری به این دلیل بود که گاه در گذشته پیشه‌وران شاغل در یک یا چند حرفه مرتبط با هم، براساس موطن خود در یک راسته یا کاروانسرا مستقر می‌شدند.

برای راسته‌ای از بازار یا کاروانسرای که کالاهای گرانبها و ظریف در آن عرضه می‌شد، غالباً نام‌هایی خاص در نظر می‌گرفتند. در برخی از شهرهای ایران برای این منظور از واژه قیصریه استفاده می‌کردند. گفته‌اند که این واژه از

کلمه قیصر به معنی سزار یا از تحریف واژه آلمانی قیصر مشتق شده است.^(۵۶) در بغداد بازاری برای عرضه کالاهای لوکس و عالی وجود داشت که به بازار عروس شهرت یافته بود.^(۵۷) 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 براساس متون دو قرن اخیر هم برای بازارهای کوچک محله‌ای و هم برای بازارهای کوچک ناحیه‌ای مورد استفاده قرار می گرفت.



۸. قزوین، کاروانسرای شاه، برخی از کاروانسراها به نام بانی و سرمایه گذار آن یا در مواردی برای بزرگداشت شخصی توسط بانی نامگذاری می شدند.

فصل دوم

برخی از

ویژگی‌های کارکردی

۱. انواع بازار از لحاظ کارکردی

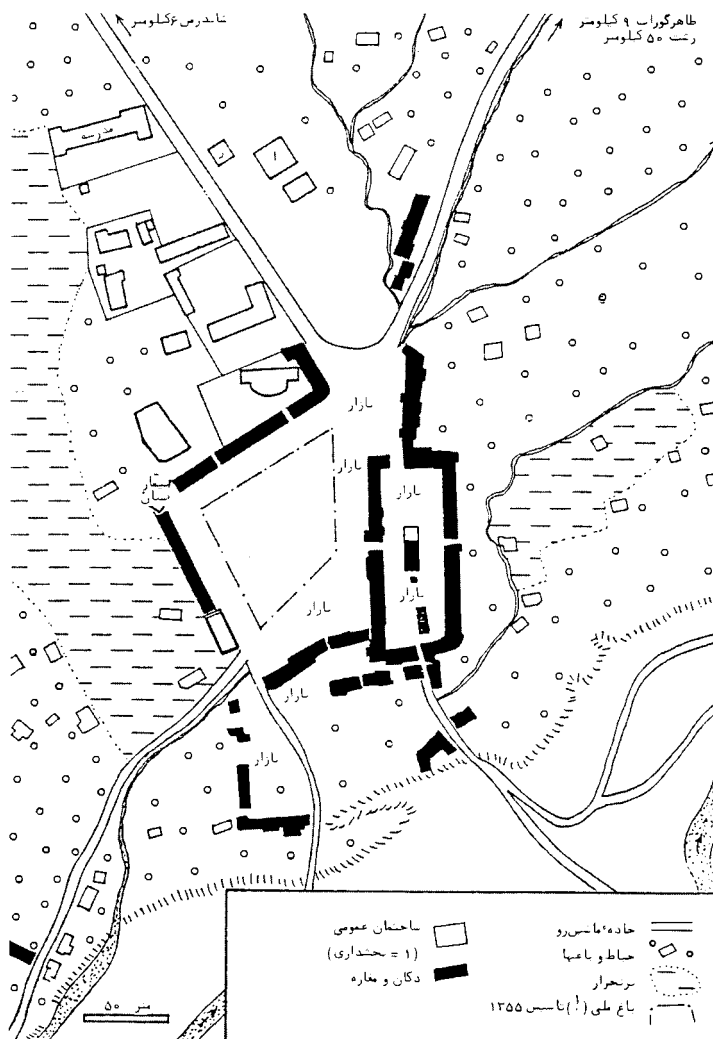
کارکردی یا سرزمینی آنها به سه گروه شهری، روستایی و منطقه‌ای یا بین‌راهی می‌توان طبقه‌بندی کرد.

بازارهای شهری

همه بازارهایی را که حوزه کارکردی یا خدمت‌رسانی آنها به شهر مربوط می‌شده است بازارهای شهری می‌نامند. بازار به عنوان یک فضای فعال و پرتحرک بازرگانی - تولیدی اساساً نهاد و فضایی شهری به شمار می‌آید زیرا به سکونتگاهی شهر گفته می‌شود که اقتصاد آن تنها متکی به کشاورزی نباشد، بلکه تولید صنایع دستی و انجام فعالیت‌های خدماتی، بخشی از فعالیت‌های مهم آن باشد، به همین سبب مبادله کالا چه در درون شهر و چه در با سایر شهرها و مراکز جمعیتی اهمیت می‌یابد و این مبادلات به فضایی به نام بازار نیاز دارد.

بازارهای روستایی

اقتصاد خانوارهای روستایی در گذشته در بیشتر موارد نوعی اقتصاد خودکفا یا نیمه خودکفا بود و در روستاهای کوچک



۹. ماسال، بازار سکونتگاهی در ۵۰ کیلومتری رشت، نمونه‌ای از یک بازار روستایی.

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 روستاهایی که موقعیت سرزمینی - اقتصادی خاصی داشتند، و جمعیت ساکن در آنها زیاد می‌شد، بازار نیز شکل می‌گرفت، چنان‌که برخی از روستاها پیرامون اصفهان در قرن چهارم هجری^(۵۸) و بعضی از روستاهای پیرامون بلخ^(۵۹) و همچنین شماری از روستاهای ناحیه رودشت اصفهان در قرن هشتم هجری، که آنها را معظم‌قرای می‌خواندند، بازار داشتند.^(۶۰)

افزون بر بازارهایی که درون معدودی از روستاها وجود داشت، نوع دیگری از بازارهای روستایی وجود داشت که غالباً جنبه ادواری داشت، یعنی در بین چند روستا به صورت دوره‌ای حرکت می‌کرد و هر روز یا هر دوره زمانی دیگر در یکی از این روستاها تشکیل می‌شد. 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^(۶۱).

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 آمده‌اند و می‌خواهند گندمی را که در جوال‌های مویی بر پشت قاطر و الاغ آورده‌اند بفروشند و در عوض مایحتاج خود را بخرند. مرغان و خروسان را سرنگون به پالان الاغ آویخته‌اند زنان قبایل... تخم‌مرغ و خیار و میوه به معرض فروش

گذارده‌اند. قدری دورتر بازار مهم فروش مواش است. در آنجا انواع گوسفندان را از بز و میش برای فروش آورده‌اند.» (۶۲)

۲. انواع بازار از لحاظ زمان تشکیل آن بازارها را از لحاظ

زمان و دوره تشکیل آنها می‌توان به سه گونه به شرح زیر طبقه‌بندی کرد:

بازارهای دائمی بازارهایی بودند که به صورت ثابت و در طول سال تشکیل می‌شدند. بسیاری از بازارهای دائمی در فضاهای ساخته‌شده تشکیل می‌شدند مانند بازارهای اصلی هر شهر یا بازارچه‌های محله‌ای، اما در مواردی برخی از بازارهای دائمی نیز در فضاهای باز برقرار می‌شد.

بازارهای ادواری بعضی از بازارها به صورت ادواری یا دوره‌ای تشکیل می‌شدند: هفته‌بازارها نوعی بسیار مهم از بازارهای ادواری بودند که غالباً در هر شهر یا روستا به صورت هفته‌ای یک روز تشکیل می‌شدند و معمولاً به نام همان روز نامیده می‌شدند، مانند جمعه‌بازار، شنبه‌بازار و غیره. هنوز در برخی از شهرها در مواردی جمعه‌بازارهایی به مناسبت‌های گوناگون تشکیل می‌شود.

نوعی از بازارهای سالانه نیز وجود داشت که به مناسبت‌های گوناگون برقرار می‌شد، از جمله هنگام نوروز در بسیاری از شهرهای کشور بازارهایی تشکیل می‌شد. (۶۳) مناسبت‌های دیگر فصلی، ملی و مذهبی نیز موجب می‌شد که بازارهای ادواری شکل گیرد.

یکی از نمونه‌های 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 مسلمانانند و بیشتر غریب‌اند و پیشه‌ور و بازرگانان، زیرا که مردمان این ناحیت جز لشکری و برزیگر نباشند و بهر پانزده روزی اندر وی روز بازار باشد و از همه این ناحیت مردان و

کنیزکان و غلامان آراسته بیازار آیند و با یکدیگر مزاح کنند و بازی کنند ورود زنند»^(۶۴)

بازارهای کوتاه‌مدت برخی از بازارها به مناسبت نوع محصولاتی

که در آن عرضه می‌شد در مدت کوتاهی از روز تشکیل می‌شد. برای مثال هنوز در برخی از شهرهای کوچک گیلان و مازندران دیده می‌شود که مردان و زنان محصولاتی مانند سبزیجات، کره، پنیر و غیره را که در منزل یا محل کار خود تولید کرده‌اند، در برخی از بازارگاه‌هایی که به این منظور اختصاص یافته‌اند، در ابتدای روز عرضه می‌کنند و پس از چند ساعت به محل زندگی یا کار خود باز می‌گردند. شاید بتوان به اصطلاح امروز این نوع عرضه را از تولید به مصرف دانست، زیرا تولیدکنندگان در این بازارهای کوتاه‌مدت برای عرضه محصولات خود شرکت می‌کنند و تولیدات روزانه یا هفتگی خود را به فروش می‌رسانند، به عبارت دیگر تولیدکننده و فروشنده یکی است.

تولیدکنندگان برخی از انواع صنایع دستی مانند آثار سفالی، محصولاتی که با حصیر ساخته می‌شد و مانند آن نیز به صورت روزانه یا هفتگی محصولات خود را در بازارهای کوتاه‌مدت که متناسب با نوع محصول صبح یا عصر تشکیل می‌شد، عرضه می‌کردند.

بعضی از انواع بازارهای کوتاه‌مدت در کنار فضاهای تفریحی و گذران اوقات فراغت در میدان‌ها (مانند میدان امام در اصفهان یا سبزه میدان در تهران)، در کنار پل‌ها و رودخانه‌های درون شهری (مانند سی و سه پل و پل خواجه در اصفهان) تشکیل می‌شد.

۳. عوامل مؤثر در نحوه استقرار فعالیت‌ها عوامل و

پدیده‌های متعددی در چگونگی و نحوه استقرار فعالیت‌ها و اصناف گوناگون در کنار یکدیگر در بازارها نقش داشتند که برخی از مهم‌ترین آنها به شرح زیر است:

جاذبه و کشش راسته‌های تخصصی

پیدایش و تکوین راسته‌های تخصصی که محل استقرار اصناف و پیشه‌ورانی بود که کالای یکسان یا کالای مربوط به هم را می‌فروختند، پیشینه‌ای بسیار کهن و باستانی دارد و حتی امروز نیز در بسیاری از موارد چنین است و هنوز در بسیاری از شهرهای کشور خیابان‌ها یا راسته‌هایی مشاهده می‌شود که به عرضه یک یا چند کالای مشابه و مرتبط به هم اختصاص دارند.

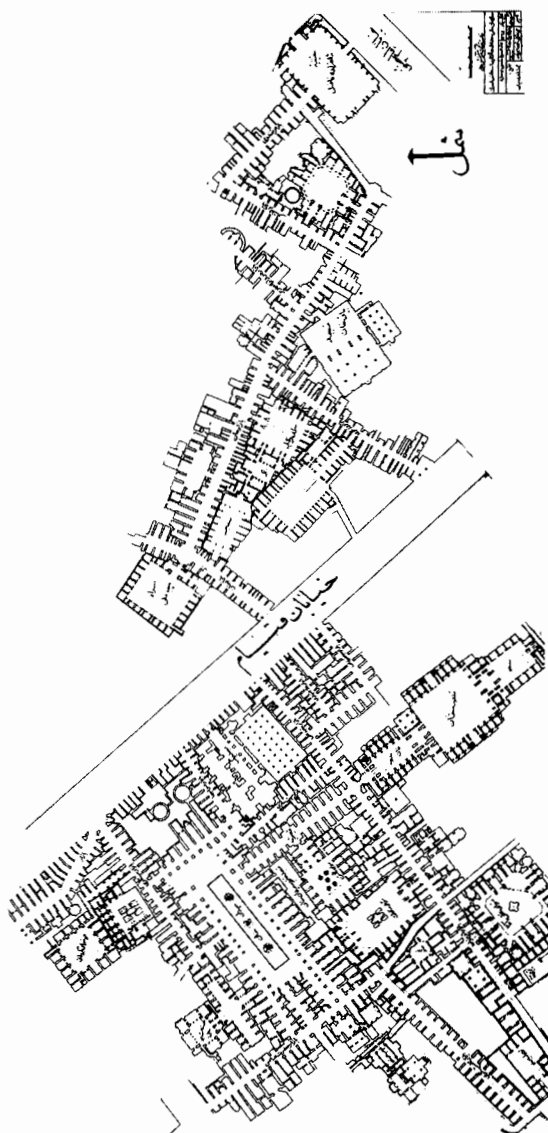
یکی از مهم‌ترین عوامل شکل‌گیری چنین راسته‌هایی، جاذبه و کشش اقتصادی این راسته‌ها برای جلب نظر مشتریان است، زیرا خریداران می‌توانند در چنین مکان‌هایی هم با انواع محصولات و فراورده‌های مشابه به‌خوبی آشنا شوند و با آگاهی از آن بهتر انتخاب کنند و هم با مقایسه قیمت یک کالا در مغازه‌های مختلف یا قیمت کالاهای گوناگون در کوتاه‌ترین زمان، از قیمت مناسب کالاها آگاهی یابند.

مراجعه نسبتاً انبوه خریداران کالاها به راسته‌های تخصصی نیز موجب می‌شود که همواره فروشندگان سعی کنند جایی در راسته‌های تخصصی برای عرضه کالاهای خود فراهم آورند.

امنیت و ارزش اقتصادی کالاها

امنیت را می‌توان یکی از مهم‌ترین نکاتی دانست که در مورد مکان استقرار اصناف و پیشه‌وران در گذشته نقش داشته است و حتی امروز نیز در برخی موارد چنین است. امنیت مورد نیاز برای فعالیت‌های اقتصادی با نوع کالا یا خدمات ارائه شده مرتبط است. برای مثال راسته زرگرها یا طلافروش‌ها به امنیت بیشتری نسبت به راسته مسگرها نیاز داشت و راسته مسگرها نیز نسبت به راسته یا میدان کاه‌فروش‌ها به امنیت بیشتری نیاز داشت.

به همین دلیل در گذشته اصناف مختلف در وهله نخست براساس ارزش کالاهایی که عرضه می‌کردند و مسأله امنیت در بخشی از بازار مستقر می‌شدند.



۱۰۰. یزد، مجموعه بازار و میدان خان، نمونه‌ای از نحوه استقرار فضاهای در کنار یکدیگر.

به همین دلیل در بیشتر بازارهای کشور، راسته زرگرها در مرکز شهر و نزدیک به مسجد جامع یا سایر بناهای مهم درون شهری بود و هرچه فاصله از مرکز شهر بیشتر می شد، کالاهایی عرضه می شد که ارزش اقتصادی آنها غالباً کمتر بود، چنان که راسته مسگرها و آهنگرها نسبت به مرکز شهر دورتر از راسته زرگرها، بزازها، کفاش ها و فرش فروش ها بود. راسته یا میدان کاه فروش ها به دروازه ها نزدیک بود و در مواردی کالاهایی ارزان قیمت مانند سبزیجات بیرون از دروازه شهر عرضه می شد.

همگرایی فعالیت های سازگار فعالیت هایی که از لحاظ تولید یک محصول یا عرضه محصولات مشابه یا مکمل به یکدیگر مرتبط بودند، غالباً به سبب سهولت انجام فعالیت در کنار یا نزدیک هم استقرار می یافتند. برای مثال غالباً کسانی که آینه و شمعدان و نیز لوازم آرایشی و لوکس عرضه می کردند در نزدیکی راسته طلافروش ها بودند. در دوره معاصر در بسیاری از شهرها راسته ساعت فروش ها غالباً در نزدیکی راسته طلافروش ها است. به همین ترتیب معمولاً راسته آهنگرها و مسگرها در کنار یا نزدیکی هم قرار داشت. همچنین در بسیاری از موارد به ویژه در شهرهای زیارتی در نزدیکی مسجد جامع یا سایر بناهای مذهبی راسته کتابفروش ها، صحافان، و فروشندگان تسبیح و مهر و مانند آن قرار داشت.

واگرایی فعالیت های ناسازگار برخی از فعالیت های تولیدی یا خدماتی از لحاظ نحوه انجام یا نوع محصول یا سایر جنبه ها با یکدیگر ناسازگار بودند و به همین دلیل هیچگاه در کنار هم مستقر نمی شدند. هیچگاه یک دکان آهنگری به سبب سروصدای ناشی از فعالیت آن در راسته زرگرها یا صرافان قرار نمی گرفت. همچنین یک صرافی در راسته قنادها یا شیرینی پزها مستقر نمی شد. بنابراین برخی از فعالیت ها به علت ایجاد صدا یا بو (مانند دباغی، مرغ فروشی) یا مسأله حمل و نقل و سایر عوامل دور از سایر

فعالیت‌های ناسازگار با آنها استقرار می‌یافتند.

۴. نحوه اداره بازار نخستین نکته مهم در اداره امور بازار مربوط

به تشکیلات اصناف و پیشه‌وران می‌شود. در گذشته در هر صنف حداقل یک نفر به عنوان مهتر و بزرگ اعضای صنف انتخاب می‌شد که هم به مسایل درونی اصناف رسیدگی کند و هم به عنوان رابط بین اعضای صنف و حکومت نقش ایفا کند. در دوره غزنویان مهتران هر صنف نوشته‌ای را تنظیم و تدوین می‌کردند که براساس آن متعهد می‌شدند که اعضای صنف نرخ‌های تعیین شده از سوی حاکم را رعایت کنند و اگر کسی رعایت نکرد او را به نحوی تنبیه و مجازات کنند^(۶۵) این بطوطه در سفرنامه خود اشاره کرده است که هر گروه از پیشه‌وران اصفهان رئیسی به نام کلو داشتند.^(۶۶) نماینده اصناف در دروه صفویه نقیب نامیده می‌شد و موظف بود که در تعیین نرخ اجناس و تعیین مقدار مالیات هر صنف با کلاتر همکاری کند و همواره برای تعدیل نرخ‌ها و رعایت آن با اصناف همکاری و مذاکره داشته باشد.^(۶۷) گویا در دوره صفویه در برخی از شهرها منصبی با عنوان کدخدای بازار وجود داشت که احتمالاً برخی از مسئولیت‌ها و وظایف او مانند رئیس اصناف بود^(۶۸)

تعیین مقدار عوارض و مالیات و گردآوری آن غالباً بر عهده مأمورانی بود که از سوی حاکم یا رئیس شهر تعیین می‌شدند. در دوره ترکمانان و صفویه، منصبی با عنوان کلاتر وجود داشت^(۶۹) که متصدی آن مسئول رسیدگی به امور اتحادیه‌های صنفی و تعیین مالیات پیشه‌وران برخی از امور صنفی بود. او اغلب برای تعیین مقدار مالیات و عوارض با رئیس هر صنف مشورت می‌کرد. حوزه فعالیت کلاترها در بعضی از موارد فراتر از بازار نیز بود. نکات و مسائل مربوط به کیفیت اجناس و جلوگیری از تقلب فروشندگان

و همچنین توجه به کیفیت غذاها و مواد فاسدشدنی و رعایت نرخ کالاها و توجه به ترازوها و وزنه‌ها از اموری بود که در بیشتر موارد شخصی با عنوان محتسب آن را انجام می‌داد. در پیش از اسلام شخصی که عنوان وازاربد داشت به امور مربوط به بازار رسیدگی می‌کرد. در دوران اسلامی همواره تلاش می‌شد که نظارت بر بازارها به نحوی درست انجام شود. پیامبر اکرم (ص) از همان آغاز ناظری برای هر بازار تعیین فرمودند. ایشان سعید بن سعید بن العاص را برای نظارت بر بازار مکه و عمر بن خطاب را برای نظارت بر بازار مدینه تعیین کردند. این اقدام پس از ایشان نیز ادامه یافت. در دوره بنی‌امیه ناظر بازار را عامل بازار می‌نامیدند.^(۷۰)

نخستین اشاره مستقیمی که به حسبه به عنوان یک منصب شده به اواخر نیمه اول قرن دوم هجری تعلق دارد و مربوط به عاصم بن سلیمان احوّل در زمان ابوجعفر منصور در کوفه است که عهده‌دار حسبه بر پیمانه‌ها و اوزان بود. در سال ۱۵۷ هجری نیز منصور شخصی به نام ابازکریا بن عبدالله را به عنوان حسبه بازار بغداد به کار گمارد.^(۷۱)

این منصب بسیار اهمیت داشت و به سبب آن که محتسب می‌بایست در بسیاری از موارد به احکام دینی آگاه باشد و در مقام قضاوت در مورد امور به داوری بپردازد و حتی نوع مجازات افراد را تعیین کند، غالباً ترجیح می‌دادند که محتسبان را از میان فقها و علمای مذهبی انتخاب کنند.^(۷۲)

غالباً محتسبان افرادی با قدرت و منزلت بودند و با شهامت به کنترل وضع بازار می‌پرداختند و بسیار اوقات بدون اطلاع قبلی به دکان‌ها یا کارگاه‌ها وارد می‌شدند و اجناس را کنترل می‌کردند یا در مواردی ممکن بود در هنگام شب بعضی از دکان‌ها را مهر و موم کنند و در هنگام صبح به بازرسی آنها بپردازند.^(۷۳)

حوزه فعالیت محتسبان گاه بسیار وسیع بود و برخی از آنان، که افرادی آگاه

و با قدرت بودند، افزون بر آن‌که بر کار و فعالیت پیشه‌وران و صنعتگران نظارت می‌کردند، فعالیت گروه‌هایی دیگر مانند معلمان اطفال، بنایان، پزشکان، جراحان و حتی گاه واعظان و قضات را زیر نظر داشتند^(۷۴).

یک محتسب افزون بر آگاهی به امور فقهی و قضایی، می‌بایستی به انواع فعالیت‌های تولیدی و تجاری تا حدودی آشنا می‌بود و در مواردی برای تشخیص دقیق بعضی از مسایل از بزرگان و افراد درستکار و با تجربه هر صنف کمک می‌گرفت تا بتواند چگونگی مرغوب بودن برخی از محصولات را کنترل کند. ابن‌اخوه در کتاب خود، در مورد حسبت بر نمدمالان چنین نوشته است:

«محتسب باید مردی ثقه و آشنا به نمدمالی را بر نمدمالان برگمارد تا در نمد پشم میته به کار نبرند و آن را از نرمی و بدبویی می‌توان شناخت، و پشم سرگوسفند و جز آن نیز نباید استعمال کنند. و نشانه آن این است که بسیار ریز است، وزن نمد سرخ ۴ رطل و نمد کبود ۱/۵ رطل است و در الیاف سایر نمدها نیز دقت کنند، و باید صمغ در آن به کار برند و ریخته کتان مصرف نکنند و محتسب باید از ساختن نمدهایی که از ریزه‌های گیاه کتان به صورت قالبی تهیه می‌شود، ممانعت کند»^(۷۵)

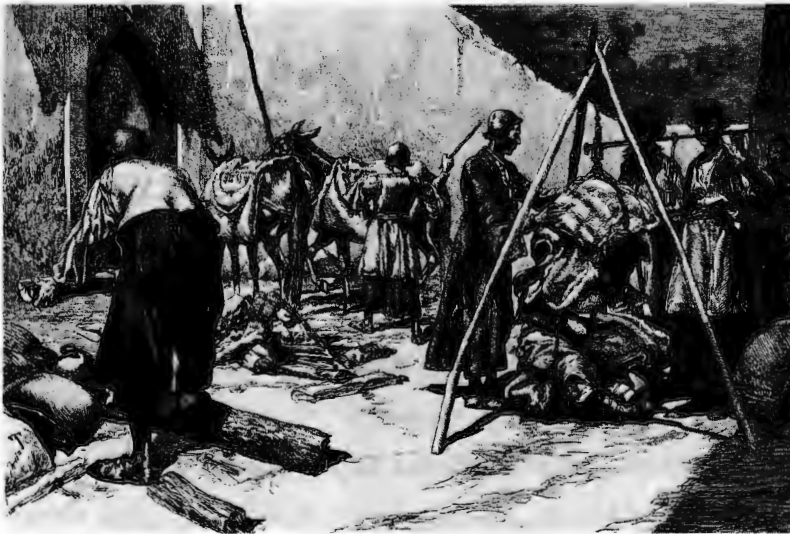
افزون بر این محتسب موظف بود که اصناف و بارکشان و عابران مقررات مربوط به معابر را رعایت کنند.

با وجود آن‌که غالباً مسئولیت‌ها و اختیارات مربوط به احتساب به‌طور عمده بر عهده شخص محتسب بود اما در مواردی دیوان یا تشکیلاتی اداری نیز با این عنوان پدید می‌آمد، چنان‌که گویا در دوره سامانیان دیوانی موسوم به دیوان احتساب وجود داشت^(۷۶).

در دوره مغول از اهمیت و منزلت محاسبان کاسته شد و در دوره صفویه و قاجاریه نیز این روند ادامه یافت و به تدریج بخشی از وظایف محتسب به افراد دیگری مانند داروغه و کلاتر واگذار شد.

در دوره‌هایی که حکومت مرکزی از قدرت کافی برای نظارت بر فعالیت‌های حکام محلی برخوردار نبود یا پادشاه و اطرافیان او به منافع زودگذر شخصی خود می‌اندیشیدند و به فکر آبادانی و رونق اقتصادی نبودند، داروغه‌ها و مأموران بازار از پیشه‌وران اخاذی می‌کردند. گاسپار دروویل که در دوره قاجار به ایران آمده بود، به این نکته چنین اشاره کرده است:

«اداره بازارها برعهده داروغه‌ها است و در آنجا حق قضاوت دارند. داروغه‌ها نسبت به بازرگانان و کسبه تعدی می‌کنند و هر نوع باج و رشوه که بتوانند از آنها می‌گیرند، بدون آن‌که برای این عمل کیفر ببینند... بیگر بیگی‌ها تقریباً همگی در ولایت خود صاحب بازار هستند و چون هیچ‌کس را قدرت رسیدگی به اعمالشان نیست، از این راه درآمد هنگفتی به دست می‌آورند.»^(۷۷)



۱۱. نحوه توزین کالا با قبان.

۵. نحوه برقراری نظم و امنیت در بازار

مسایل و امور

انتظامی بازارها و تأمین امنیت و جلوگیری از سرقت بیشتر بر عهدهٔ مأمورانی بود که زیر نظر حاکم شهر یا کسی که زیر نظر حاکم بود، فعالیت می‌کردند. عنوان، مسئولیت و اختیارات این مأموران در همهٔ دوره‌های تاریخی و در همهٔ نواحی کشور یکسان نبود و با قدرت و منزلت حکومت مرکزی و حکومت‌های محلی متناسب بود.

در بعضی از دوره‌ها، حفظ امنیت در شب‌ها بر عهدهٔ عسس‌ها بود که در طول بازار و راسته‌های آن می‌گشتند^(۷۸) و مراقب دکان‌ها بودند و افراد مشکوک را دستگیر و از آنان بازجویی می‌کردند. عسس‌ها زیر نظر شخصی موسوم به میرعسس یا میرشب کار می‌کردند. در بسیاری از اوقات مسئولیت کالای به سرقت رفته بر عهدهٔ میرعسس گذاشته می‌شد و او مجبور بود خسارت کالاهای سرقت شده را جبران کند و اگر کالای مسروقه‌ای را می‌یافت، مبلغی به عنوان پاداش دریافت می‌کرد، گویا در دورهٔ صفویه عسس‌ها حدود یک سوم بهای کالاهای مسروقه‌ای را که پیدا می‌کردند، دریافت می‌داشتند^(۷۹). زمانی در دورهٔ صفویه بسیاری از امور انتظامی شهر و از جمله بازارها و مراقبت از رعایت قوانین بر عهدهٔ صاحب منصبی با عنوان داروغه بود (واژهٔ داروغه را کلمه‌ای مغولی به معنی مهر کردن دانسته‌اند که تا پیش از دوره صفویه بیشتر به حاکم شهر گفته می‌شد). او با یاری مأمورانش که در آن زمان احداس خوانده می‌شدند، خلافکاران را دستگیر و مجازات می‌کرد. وی در بسیاری از اوقات حق قضاوت هم داشت و حتی گاه می‌توانست خطاکاران را به اعدام محکوم کند^(۸۰).

حوزهٔ فعالیت داروغه‌ها غالباً افزون بر بازار شامل محله‌های مسکونی هم می‌شد، در دورهٔ قاجاریه، کدخداهای محله‌های اصفهان زیر نظر داروغه کار می‌کردند و او با داشتن حدود پنجاه نفر فراش و گز مه به امور شهر رسیدگی

می‌کرد و روزها روی سکوی قیصریه با چوب و فلک می‌نشست و خلافکاران را همان‌جا مجازات می‌کرد.

فساد اداری در دوره قاجاریه موجب شد که در برخی از موارد داروغه‌ها برای چپاول مردم به بهانه‌ها و تهمت‌های گوناگون مانند کم‌فروشی و گرانفروشی و غیره از کسبه باج بگیرند. به این علت منصب داروغگی خیلی پردرآمد بود و افرادی که داوطلب این منصب می‌شدند گاه مبلغ گزافی رشوه به حاکم می‌دادند^(۸۱). این منصب در زمان ناصرالدین‌شاه در تهران از بین رفت و به جای آن اداره‌ای موسوم به نظمیّه تأسیس شد که ابتدا زیرنظر شخصی ایتالیایی با حدود سیصد مأمور شروع به کار کرد^(۸۲).



۱۲. اصفهان، محل استقرار داروغه یا مقامی اداری - انتظامی در میدان نقش‌جهان در روی تخت در نزدیکی عالی‌قاپو در طرح دیده می‌شود.

۶. بعضی از قوانین و مقررات بازارها برای این‌که روابط

بین پیشه‌وران و مردم و نیز نحوه استفاده از فضای بازار به بهترین صورت ممکن جریان یابد، قوانین و مقرراتی درباره بازار وضع شده بود که برخی از آنها به صورت مدون و برخی به صورت ضمنی و شفاهی بود. این قوانین و مقررات حوزه‌های گوناگونی را در بر می‌گرفت.

نخستین موضوع مهم مکان استقرار انواع پیشه‌وران و فضاها بود. برخی از پیشه‌ورانی که فعالیت آنان موجب پیدایش آلودگی محیطی می‌شد باید در بیرون شهر یا در نزدیکی دروازه‌ها مستقر می‌شدند. کشتارگاه‌ها و دباج‌خانه‌ها را غالباً در محل‌های دور از مرکز شهر و محله‌های مسکونی قرار می‌دادند. ورود کاروان‌های بازرگانی با شمار فراوانی از چهارپایان باربر و بسته‌های کالا که از شهرهای دیگر می‌آمدند، هم ایجاد مزاحمت برای مردم و عابران می‌کرد و هم بیماری و آلودگی‌های ناشی از سفر از همین طریق غالباً به درون شهر منتقل می‌شد. برای جلوگیری از این آلودگی‌ها و مزاحمت‌ها و نیز برای حفظ بهداشت در بسیاری از موارد کاروانسراهایی مخصوص استقرار این نوع کاروان‌های بازرگانی در کنار راسته بازار و در نزدیک دروازه می‌ساختند تا چهارپایان و کالاهای وارد شده به شهر ابتدا در آن استقرار یابند و بازرگانانی که در طی سفر آلوده و کثیف شده بودند، اسکان یابند، عوارض کالای خود را بدهند و خود را تمیز کنند و سپس به شهر وارد شوند. به همین منظور در کنار چنین کاروانسراهایی غالباً حمام ساخته می‌شد، چنان‌که در دوره غازیان خان در کنار هریک از چهار دروازه اصلی شهر تبریز یک کاروانسرا و یک حمام ساخته شد که به همین منظور مورد استفاده قرار می‌گرفت و براساس فرمان حکومتی کاروانیان باید کالاهای خود را در این کاروانسراها تخلیه می‌کردند.^(۸۳)

در ابتدای بازار نائین، کاروانسرای متصل به حصار شهر وجود داشته که

از همین نوع کاروانسراها بوده است. این کاروانسرا اکنون متروک و ویران است.^(۸۴)

در مورد بعضی از اغذیه‌فروشی‌ها به دلیل کنترل بهتر فراورده‌های آنها مقرر می‌کردند که در مکان‌هایی مستقر شوند که امکان نظارت بر فعالیت آنها به سادگی وجود داشته باشد. برای نمونه توصیه می‌کردند که لکانه‌پزها (لکانه نوعی خوراک بود) در نزدیکی دکه محتسب استقرار یابند، زیرا در درست کردن لکانه امکان تقلب به سادگی وجود داشت.^(۸۵) به فروشندگان سدر و لوازم بهداشتی توصیه می‌شد که در نزدیکی حمام‌ها جای گیرند.^(۸۶)

آموزش خط و کتابت به کودکان را در خانه‌ها نادرست می‌دانستند و توصیه می‌شد که برای امکان نظارت آسان بر حلقه‌های درس از سوی محتسب، مکتب‌خانه‌ها را در محلی در نزدیکی بازار برپا دارند.^(۸۷) همچنین تعلیم کودکان را در مساجد برای حفظ حرمت فضای مقدس مسجد چندان درست نمی‌دانستند، زیرا کودکان به خوبی تقدس فضای مسجد را درک نمی‌کردند و ممکن بود نسبت به آن به صورت غیر عمد بی‌حرمتی روا دارند.^(۸۸)

ساختن فضاهای بزرگ شهری و تجاری مانند مسجد، مدرسه، بازار، کاروانسرا، حمام و مانند آن به ویژه اگر هدف انتفاعی وجود داشت به کسب اجازه از رئیس شهر یا سایر مقامات شهری نیاز داشت،^(۸۹) هرچند در مواردی که هدف خیرخواهانه و مذهبی وجود داشت کمتر به کسب اجازه نیاز بود. در برخی از موارد برای کسبه و بازرگانان جواز کسب صادر می‌شد.^(۹۰) این مقررات بیشتر در بازارهای دائمی شهر مورد توجه قرار می‌گرفت و در بازارهای ادواری یا بازارگاه‌هایی که فروشندگان کالاهای ارزان‌قیمت عرضه می‌کردند، مقررات کمتری وجود داشت، چنان‌که برای نمونه در بسیاری از بازارگاه‌ها به‌ویژه بازارگاه‌های شهرهای تازه تأسیس در ابتدای دوره اسلامی، چنین مرسوم بود که هرکس در ابتدای روز به بازارگاه

وارد می‌شد و جایی را برای خود در نظر می‌گرفت تا پایان همان روز. حق داشت که در همان‌جا بماند.^(۹۱)

درباره فضای بازار و نحوه استفاده از آن قوانین و مقرراتی وجود داشت که برخی از آنها در کتاب‌هایی که در مورد حسبت است، نوشته شده است. کتاب معالم‌القربه فی احکام الحسبه یکی از این کتاب‌هاست که برخی از مقررات مربوط به معابر و راسته‌بازارها که در آن اشاره شده چنین است:

- مصطفی دکان‌ها نباید از پایه‌های سقف بازار بیرون و در گذرگاه باشد.

- نصب دکه و کاشتن درخت در راه‌های باریک ممنوع بود.

- نشستن در راه‌های تنگ و بستن حیوانات در معابر جایز نبود.

- کسی نباید زیاله را در معابر بگذارد و همچنین ناودان‌ها نباید طوری نصب شود که آب آن به کوچه‌های باریک بریزد و برای عابران زحمت ایجاد کند.

- قصابان نمی‌بایست در جلوی دکان و در بازار و گذرها حیوانات را ذبح کنند، همچنین گوشت را نمی‌باید خارج از سکوی دکان آویخت.

- پارچه‌بافان نمی‌بایست پارچه‌های خود را در بازار و گذرها بگسترانند، زیرا موجب زحمت عابران می‌شود^(۹۲).

همچنین بازاریان موظف بودند که معبر جلوی دکانشان را همیشه تمیز نگاه دارند و آن را مرتب جارو کنند^(۹۳).

درباره وزن و جنس وزنه‌ها و چگونگی ترازوها در هر زمان مقررات لازم اعلام می‌شد و محتسب مکلف بود رعایت آن را از سوی کسبه کنترل کند. در اغلب اوقات تمایل چندانی به تعیین نرخ ثابت برای همه اجناس وجود نداشت، بلکه نرخ بسیاری از کالاها به‌ویژه کالاهای لوکس و غیرضروری برای همه مردم توسط قاعده عرضه و تقاضا تعیین می‌شد، اما نرخ کالاهای ضروری به‌خصوص گندم، جو، نان، گوشت، نمک و مانند اینها تعیین می‌شد

و هرگاه نرخ هرکدام از آنها تغییر می‌کرد، نرخ‌های جدید توسط جارجی‌ها در بازار جار زده می‌شد تا همه مردم مطلع شوند.^(۹۴) مقدار عرضه کالاهای اساسی و مهم تعیین و کنترل می‌شد که کمبود پدید نیاید و به همین جهت مقدار آردی که آسیابان می‌بایست به نانویان تحویل دهد و مقدار نانی که توسط نانویان باید پخته می‌شد، به‌طور مرتب کنترل می‌شد.^(۹۵)

دربارهٔ خلافکاران همواره مقررات ثابت و معینی وجود نداشت، بلکه افزون بر احکام شرعی و عرفی، دیدگاه و تصمیم صاحب‌منصبان هم‌گاه متناسب با شرایط اجتماعی دخالت داده می‌شد. مجازات محتکران و گرانفروشان کالاهای اساسی و مهم مانند نان و گوشت به ویژه در ایام کمبود این نوع کالاها بسیار سنگین بود. در منابع تاریخی اشاره شده که سلطان محمود، خباز خاص را به جرم آن‌که مانع می‌شد تا نانویان به سادگی گندم مورد نیاز خود را بخرند، زیر پای فیل انداخت و دستور داد جسد او را در شهر بگردانند.^(۹۶) همچنین براساس گزارش کلاویخو در زمان تیمور، گردن قصاب گرانفروشی را از تن جدا کردند.^(۹۷) پس از مجازات قتل، گاه در مواقع بحرانی مجازات‌هایی مانند گوش و بینی بریدن و امثال آن در انتظار خلافکاران بود.^(۹۸)

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 ناحیه‌های مشخص شکل می‌گرفت و هرکدام از آنها حوزه کارکردی خاصی داشتند و مردم انواع نیازهای روزانه، هفتگی، ماهانه و سالانه خود را از هریک از انواع بازارها تأمین می‌کردند. انواع بازارها را از لحاظ سلسله مراتب مکانی - شهری یا به عبارت دیگر حوزه کارکردی و موقعیت مکانی آنها می‌توان به پنج گروه به شرح زیر طبقه‌بندی کرد:

بازار برون شهری بازار برون شهری نوعی بازار بود که در بیرون

شهر اما در کنار دروازه و حصار تشکیل می‌شد و غالباً مخصوص کالاهای ارزان قیمت بود، به ویژه کالاهایی که از روستاهای نزدیک هر روز به سوی شهر آورده می‌شد مانند میوه و تره‌بار یا کاه و یونجه. در کنار دروازه شهرهای بزرگ بازار اسب و بازار گوسفند تشکیل می‌شد و غالباً از عرضه آنها در داخل



۱۳. بخارا، بازار فروش گوسفند و اسب.



۱۴. نیشابور، بازار فروش گوسفند در دوره معاصر.

خودداری می‌کردند. برخی از این‌گونه بازارها به صورت ادواری یعنی هفتگی یا ماهانه و نیز فصلی تشکیل می‌شد^(۹۹).

بازارهای برون‌شهری 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 مهم‌ترین دروازه شهر شکل می‌گرفت، مانند بازارچه نو در نائین، توسعه می‌یافت^(۱۰۰).

بازار شهری بازار شهری را می‌توان مهم‌ترین بازار هر شهر به‌شمار آورد، حوزه کارکردی آن همه شهر را در بر می‌گرفت و افزون بر آن، جنبه‌ای فراشهری و منطقه‌ای نیز داشت، زیرا تعدادی روستا در حوزه کارکردی هر شهر وجود داشت که هم برخی از صنایع و محصولات مازاد خود را به بازار شهری عرضه می‌کردند و هم برخی از کالاهای مورد نیاز خود را از بازار شهری خریداری می‌کردند.

بازار اصلی هر شهر مهم‌ترین راه و معبر شهری بود که به‌طور معمول در امتداد اصلی‌ترین جاده منتهی به شهر شکل می‌گرفت و به همین دلیل مهم‌ترین عناصر، فضاها و بناهای شهری مانند میدان عمومی شهر، مسجد جامع کاروانسراها، مدرسه‌های علمیه، دارالضرب و مانند آن در امتداد آن استقرار می‌یافت.

بازار اصلی در شهرهای بزرگ گاه از دروازه‌ای شروع می‌شد و تا دروازه‌ای دیگر امتداد می‌یافت. بازار اصلی فضایی ساخته شده داشت و گرانبها‌ترین کالاها در آن عرضه می‌شد. بازارهای باقی‌مانده در شهرهای تاریخی از این نوع هستند.

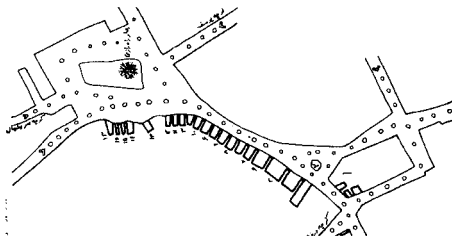
بازار ناحیه‌ای در شهرهای بزرگ افزون بر بازار اصلی شهر، یک یا چند بازار ناحیه‌ای نیز وجود داشت که برخی از نیازهای بخشی از ساکنان شهر به کالاهای روزانه و هفتگی و گاه ماهانه را تأمین می‌کرد. میدان و

بازارخان در یزد را که هنوز برجای است و مورد استفاده قرار می‌گیرد، می‌توان نمونه‌ای از بازارهای ناحیه‌ای دانست. حوزه کارکردی بازارهای ناحیه‌ای، شامل محدوده‌ای بود که دو یا چند محله را در بر می‌گرفت. در بعضی از بازارهای ناحیه‌ای کالاهایی خاص و معین عرضه می‌شد.

بازار محله‌ای 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، میوه‌فروشی و گاه نانوايي و مانند آن تشکیل می‌شد. به‌طور معمول این نوع از بازارها را بازارچه می‌نامیدند.

بیشتر بازارچه‌ها به صورت خطی در دو سوی قسمتی از معبر اصلی شکل می‌گرفت اما در مواردی نیز بازارچه‌ها به صورت میدانی کوچک بود. در شهرهای کوچک که فاصله بین محله‌های مسکونی و بازار اصلی شهر اندک بود، معمولاً بازاری برای هریک از محله‌های مسکونی شکل نمی‌گرفت و مردم نیازهای خودشان را از بازار اصلی شهر یا بازار ناحیه‌ای تهیه می‌کردند.

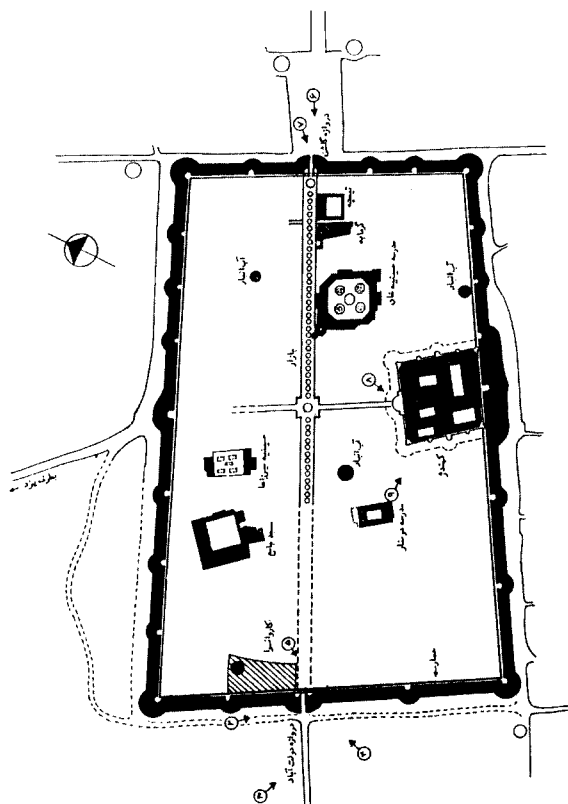
بازار همسایگی در برخی از شهرهای بسیار بزرگ مانند تهران یا اصفهان در دوره قاجار، که مساحت هر محله بسیار بزرگ بود، هر محله را به عرصه‌های کوچک‌تری تقسیم می‌کردند. برای مثال هر محله در تهران قدیم به بخش‌های کوچک‌تری به نام گذر تقسیم می‌شد. در بسیاری از گذرها یک بازارچه برای ساکنان آن محدوده ساخته شده بود. (بازار در گذر در تهران قدیم).



۱۵. همدان، بازارچه
محله آقاچانی‌بیگ،
نمونه‌ای از یک بازار
محله‌ای.

۲. موقعیت بازار دائمی و اصلی در شهر

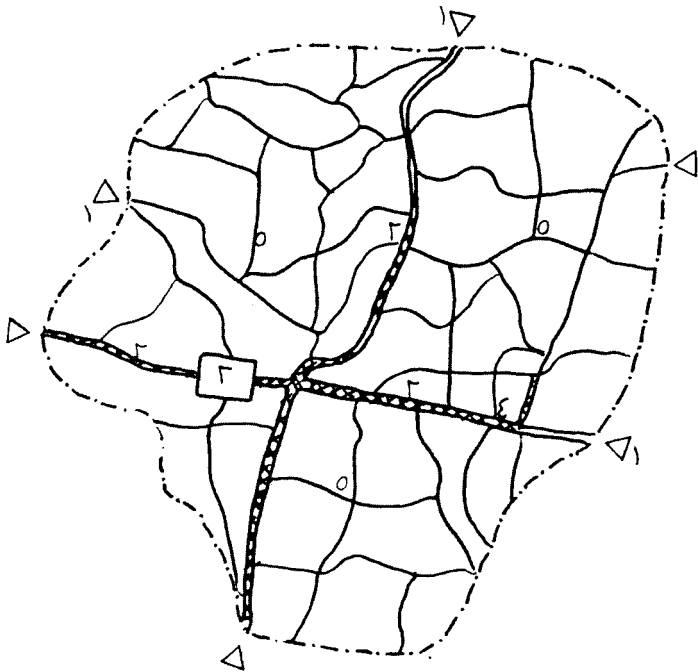
هریک از انواع بازار متناسب با نوع و کارکرد آن در مکان یا مکان‌های معینی از شهر شکل می‌گرفت. بازار اصلی در بیشتر شهرهای ایرانی در امتداد راه اصلی شهر تشکیل می‌شد، راهی که غالباً به مهم‌ترین دروازه شهر مرتبط بود و در امتداد جاده اصلی از کنار گورستان شهر می‌گذشت، زیرا در بیشتر موارد گورستان شهر را در کنار جاده اصلی و بیرون از حصار و دروازه و با فاصله



۱۶. طبرس، موقعیت بازار قدیمی در امتداد دو دروازه اصلی شهر.

کمی از شهر می ساختند تا مردم برای رفتن به آنجا جهت زیارت قبور دچار سختی نشوند.

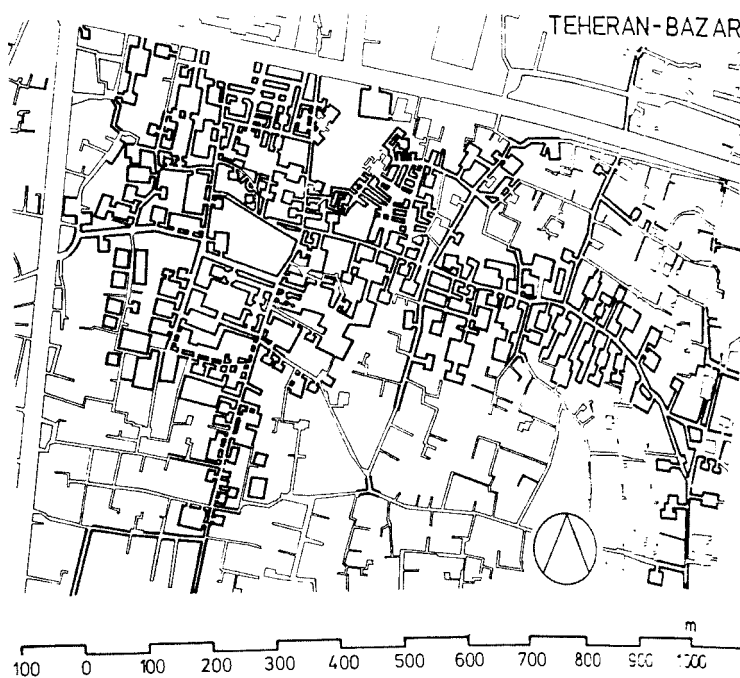
بازار در درون شهر غالباً به عنوان محور ارتباطی اصلی مورد استفاده قرار می گرفت و مرکز شهر به شمار می رفت و فضاهای مهم شهری مانند مسجد جامع، مدارس بزرگ علمیه، دارالغرب و بسیاری از نمادها و فضاهای



۱۷. کرمان، بازار و راسته های شهر، ۱- دروازه، ۲- بازار و راسته اصلی ۳- میدان ۴- مسجد ۵- گذرهای فرعی.

مهم شهری در لبه آن یا 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. راسته‌های فرعی متعددی از محله‌های مسکونی به بازار مرتبط می‌شد و به این ترتیب از بازار به همه یا بسیاری از نواحی شهر دسترسی وجود داشت.



۱۸. بازار تهران، نمونه‌ای از ارتباط بازار با کوچه‌ها و راسته‌های اصلی شهر.

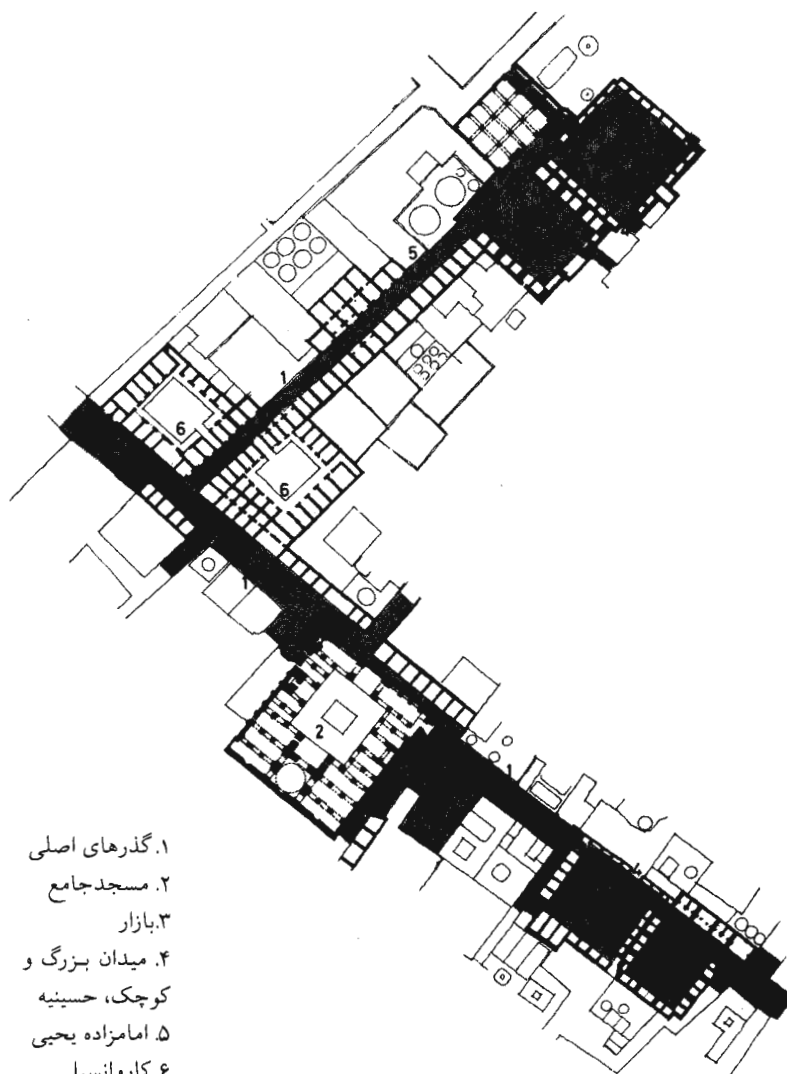
۳. نحوه توسعه بازار اصلی در شهر

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 جاده‌های اصلی منتهی به شهر توسعه می‌یافت، بازار در امتداد مهم‌ترین راه، که هسته نخستین بازار در آن شکل گرفته بود، به تدریج و متناسب با نیازهای بازرگانی و تولیدی گسترش می‌یافت.

در مواردی که پیرامون یک شهر حصار ساخته می‌شد و شهر در بیرون از حصار گسترش نمی‌یافت، توسعه بازار به چند صورت انجام می‌شد. در حالت نخست، بازار ابتدا در دو سوی راه اصلی از دروازه‌ای شروع می‌شد و تا دروازه‌ای دیگر گسترش می‌یافت. این گسترش خطی گاه در امتداد راسته اصلی دیگری که ممکن بود به صورت متقاطع نسبت به راسته اول قرار داشته باشد، تداوم می‌یافت، مانند شهر هرات در قرن نهم هجری که در این حالت دو راسته اصلی متقاطع پدید می‌آمد.

در بازارهای شهرهای بزرگ و پررونق از لحاظ اقتصادی، در بخش‌هایی از راسته بازار که اهمیت تجاری آن بیشتر بود، کاروانسراهایی در پشت راسته بازار ساخته می‌شد و به این ترتیب سطح و ظرفیت فضاهای تجاری در یک حوزه افزایش می‌یافت.

در بعضی از شهرها که امکان توسعه خطی بازار محدود بود، گسترش بازار در راسته‌ای کمابیش موازی راسته اصلی صورت می‌پذیرفت، بازار تبریز و بازار قزوین نمونه‌هایی از این نوع توسعه به‌شمار می‌آیند.



۱۹. زواره، گسترش بازار در امتداد دوراه اصلی.



۲۰. کاشان، ارتباط راسته بازار با سایر فضاهای عمومی مانند مسجد و مدارس در تصویر دیده می‌شود.

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 مهم‌ترین راه و معبر شهری شکل می‌گرفته است، به همین سبب مهم‌ترین بخش و عنصر اصلی یک بازار، راسته اصلی آن است. یک راسته بازار در ساده‌ترین شکل با دکان‌های واقع در دو سوی آن شکل می‌گرفت. بسیاری از بازارها به تدریج ساخته می‌شدند و توسعه می‌یافتند و به همین دلیل امتداد راسته این بازارها به پیروی از صورت معابر غیرمستقیم و به شکل ارگانیک بوده است. شمار اندکی از بازارها که توسط حاکم یا افراد خیرخواه ساخته می‌شد، مستقیم و طراحی شده بود. در امتداد یک راسته اصلی اصناف گوناگونی مستقر می‌شدند، به این ترتیب که هر صنف در بخشی از راسته اصلی جای می‌گرفت. در بعضی از شهرهای بزرگ دو یا چند راسته اصلی به صورت موازی یا متقاطع پدید می‌آمد.

راسته فرعی بازارهای شهرهای بسیار کوچک تنها از یک راسته اصلی تشکیل می‌شد اما در شهرهای متوسط و بزرگ افزون بر راسته اصلی، تعدادی راسته فرعی به صورت موازی یا عمود بر راسته اصلی پدید می‌آمد



۲۱. کاشان، قسمتی از بازار.



۲۲. شیراز، ورودی بازار قدیم.



۲۳. اصفهان، بازارچه جلفا.

که حاصل توسعه بازار در معابر فرعی بوده است. شمار معابر فرعی در هر بازار به رونق و توسعه فعالیت‌های اقتصادی در آن شهر بستگی دارد. اغلب موارد راسته‌های فرعی هرکدام به یکی از اصناف یا پیشه‌وران اختصاص می‌یافت و کالای خاصی در آن عرضه می‌شد. ارزش مکانی و اقتصادی راسته‌های 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 با فضای درونی ساختمان یا تنها بین فضاهای درونی بنا را دارد. دالان در بازارهای بزرگ نیز یک فضای ارتباطی است و غالباً به صورت کوچه یا راسته‌ای کوچک و فرعی است که از یک سو به راسته‌ای دیگر و از سوی دیگر به یک کاروانسرا مربوط است و به‌طور معمول در دو سوی آن تعدادی حجره و دکان وجود دارد. در بازار تهران شمار زیادی دالان وجود دارد.

چهارسو محل تقاطع دو راسته اصلی و مهم بازار را چهارسو می‌نامند. در بعضی از موارد در محل برخورد دو راسته طراحی شده بازار غالباً فضایی طراحی شده به صورت چهارسو می‌ساختند که به سبب موقعیت ارتباطی آن، ارزشمند به‌شمار می‌آمد. چهارسوی بزرگ بازار اصفهان و چهارسوی بازار لار، چهارسوی بزرگ بازار تهران، و نیز چهارسوی بازار کرمان و چهارسوی بازار بخارا از نمونه‌های خوب باقی‌مانده به‌شمار می‌آیند.

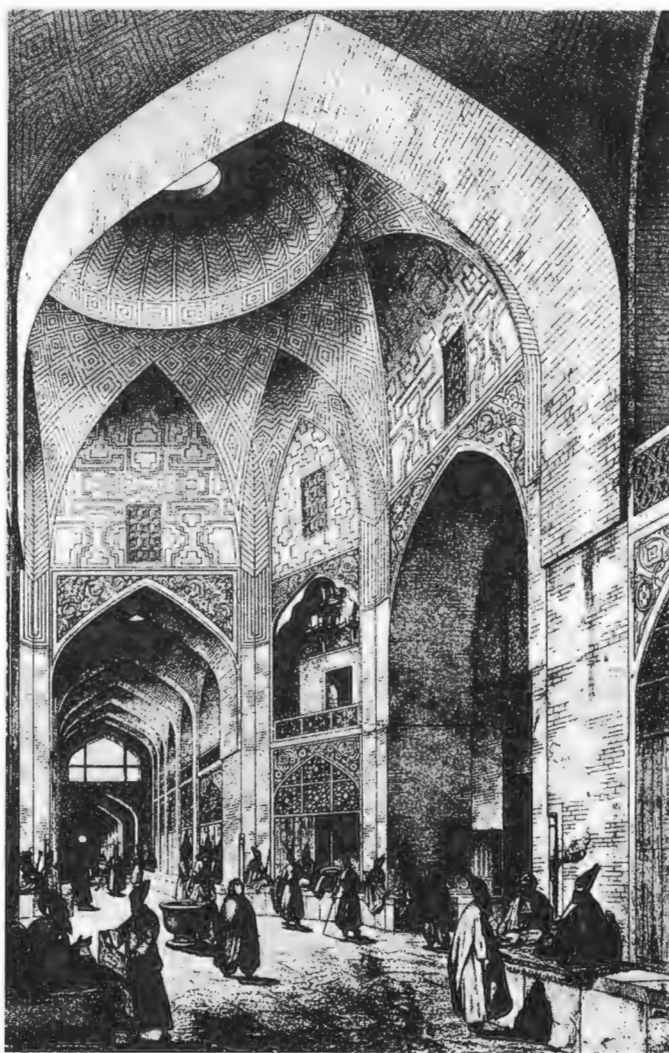
باید توجه داشت که به هر تقاطعی که از محل برخورد دو راسته بازار ایجاد می‌شد، چهارسو گفته نمی‌شد، بلکه تنها برخی از این فضاها را که از لحاظ موقعیت شهری و اقتصادی مهم بودند، چهارسو می‌گفتند. در برخی از دوره‌های تاریخی به پیروی از واژه عربی سوق به معنی بازار، به جای چهارسو از واژه چهارسوق استفاده می‌کردند.



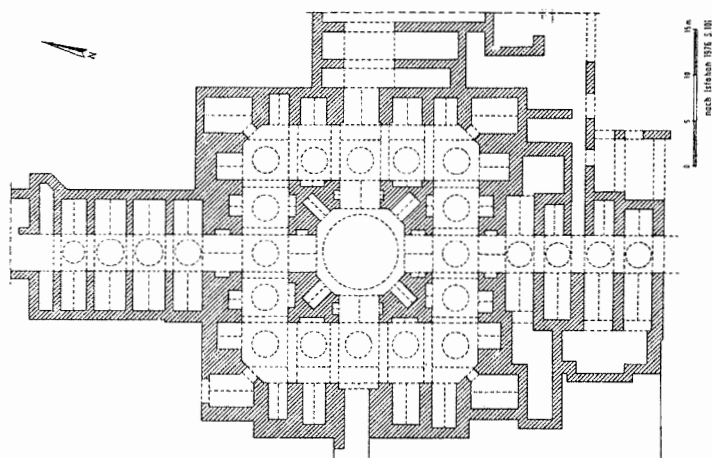
۲۴. اصفهان، دالان ورودی کاروانسرای مادرشاه در اصفهان.



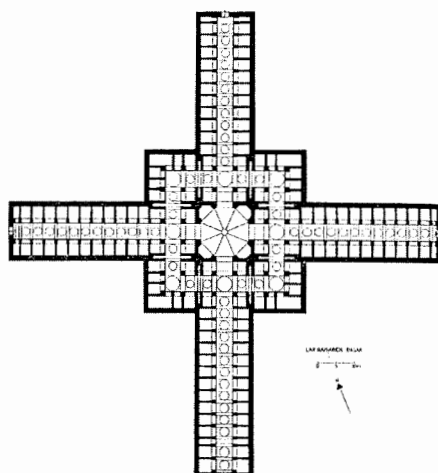
۲۵. تبریز، دالان طویل و سرپوشیده سرای دودری.



۲۶. اصفهان، چهارسو بازار قیصریه.



۲۷. اصفهان، چهارسوی بازار در شمال قبه ه.

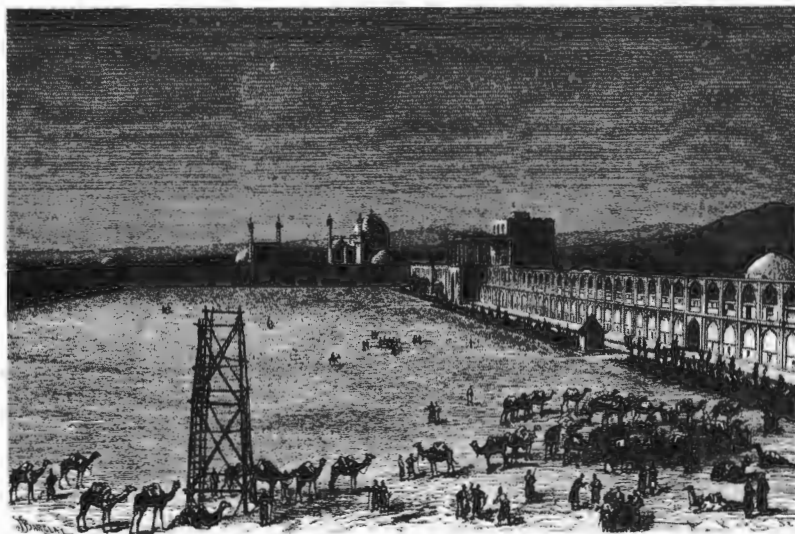


۲۸. لار، چهارسوی بازار.



۲۹. کرمان، چهارسوی بازار.

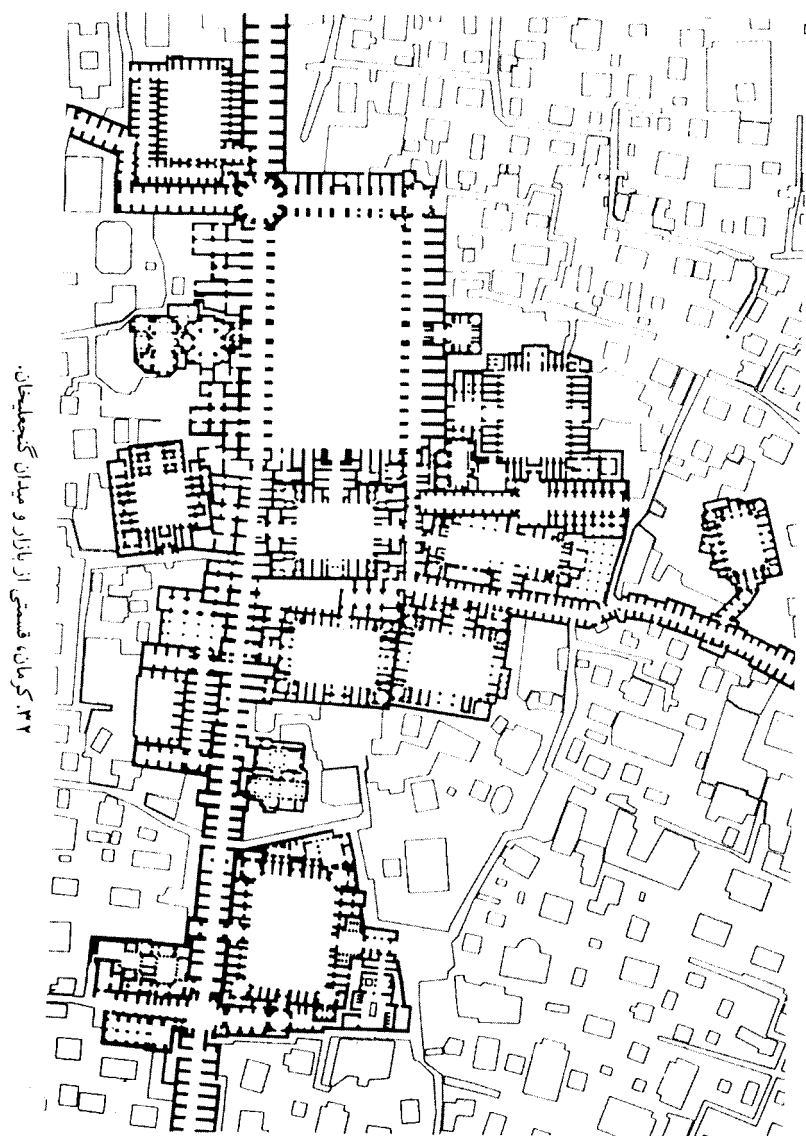
میدان در کنار یا امتداد بعضی از بازارهای مهم در شهرهای بزرگ یک میدان شهری یا ناحیه‌ای وجود داشت، زیرا بازار مهم‌ترین راه و معبر شهر بود و در بیشتر موارد با یک میدان شهری مرتبط بود. بازار بزرگ اصفهان



۳۰. اصفهان، میدان امام و کاروانی که در آن توقف کرده است.



۳۱. اصفهان، میدان امام در زمانی که دستفروش‌ها و برخی از اصناف در آن بازارگاهی تشکیل داده‌اند.





۳۳. قزوین، میدانگاه تجاری.



۳۴. بخارا، میدانگاه تجاری رجستان.

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 میدان‌ها به شمار می‌آید. گاه در امتداد بازار یک یا چند میدانچه وجود داشت که در مواردی در قرن‌های اخیر بعضی از این نوع میدانچه‌ها را تکیه یا حسینیه نیز می‌نامیدند. نمونه‌هایی از آن را هنوز در بازار سمنان و بازار تجریش می‌توان 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 می‌گرفت. 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 جلوخان‌های مسجدالنبی (ص) (شاه) در بازار قزوین که مقداری تغییر شکل یافته‌اند و جلوخان سردر قیصریه در بازار اصفهان از نمونه‌های باقی مانده جلوخان‌های بازار به شمار می‌آیند. جلوخان مسجد جامع یزد که در بازار این شهر بود تغییر شکل یافته و از میان رفته است.

کمپفر درباره جلوخان سردر 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 خرده‌فروشان، سمسارها، آب‌نبات‌فروش‌ها، پاره‌دوزها و اسلحه‌سازها جمع شده‌اند و به خصوص مسگرها و قلع‌کارها و از آنها گذشته هنرپیشگان، دلک‌ها، کشتی‌گیرها، شاعران و مردمی سرگردان از این قبیل گرد آمده‌اند.»^(۱۰۱)



۳۵. قزوین، جلوخان مسجدنبی و بازار آن.



۳۶. قزوین، جلوخان مسجدجامع و دکان‌های کنار آن.



۳۷. اصفهان، جلوخان بازار.



۳۸. تهران، جلوخان مسجد امام (سلطانی).

۲. عناصر و فضاهای معماری بازار

حجره (دکان) حجره یا دکان را می‌توان ساده‌ترین و کوچک‌ترین، اما مهم‌ترین عنصر و فضای بازار دانست. شماری از دکان‌ها یا حجره‌ها وقتی که به‌صورت خطی در دو سوی معبری قرار گیرند، یک راسته بازار را پدید می‌آورند. مساحت حجره‌ها بسیار متفاوت و به‌طور متوسط از ده تا بیست و پنج مترمربع بوده است. حجره‌های واقع در طبقه همکف و هم‌تراز با سطح معبر به‌طور معمول نقش یک مغازه یا دکان را داشت که کالاهایی در آن عرضه می‌شد، درحالی‌که حجره‌های واقع در طبقه فوقانی بازارهای دو طبقه بیشتر به‌عنوان دفتر کار و فضای اداری یک تجارتخانه مورد بهره‌برداری قرار می‌گرفت. بعضی از حجره‌های واقع در طبقه فوقانی بازارها نیز به‌عنوان کارگاه استفاده می‌شد.

بعضی از حجره‌های بازار کمی (در حدود پنجاه تا هفتاد سانتی‌متر) از سطح معبر بالاتر بودند. حجره‌های بازار وکیل شیراز هم‌اکنون نیز چنین وضعی دارد. در این حالت در برخی موارد در زیر هر حجره یک انبار می‌ساختند. حجره‌های بعضی از پیشه‌ورانی که کالاهایی را تولید و سپس عرضه می‌کردند، نقش یک کارگاه را نیز داشت و اغلب در این حالت کف این حجره‌ها هم‌تراز سطح معبر یا اندکی پایین‌تر بود. بسیاری از آهنگری‌ها، مسگری‌ها و نجاری‌ها چنین وضعی داشتند. بعضی از حجره‌ها افزون بر فضای اصلی، بخشی به‌صورت صندوقخانه داشتند. صندوقخانه فضایی واقع در انتهای حجره بود که با دیواری جداکننده از فضای اصلی حجره متمایز می‌شد. حجره نام عمومی فضای شکل‌دهنده به کاروانسراها هم هست. حجره‌های کاروانسراها نیز گاه در دو طبقه ساخته می‌شدند که حجره‌های طبقه همکف بیشتر جنبه تجاری یا کارگاهی و حجره‌های طبقه فوقانی اغلب جنبه دفتری و اداری و گاه کارگاهی داشت.



۳۹. نحوه چیدمان کالاها در حجره‌های بازار.



۴۰. حجره یک عطاری و فروشنده‌ای دوره گرد و نحوه استقرار حجره دار و مشتری در تصویر مشاهده می شود.

کاروانسرا (سرا) کاروانسراها را می‌توان مهم‌ترین فضای معماری طراحی شده در بازارها و تقریباً همانند پاساژهای امروز دانست. یکی از علل پیدایش کاروانسراها را می‌توان محدود بودن طول راسته‌های بازار دانست، همان‌گونه که امروزه اگر یک خیابان تجاری بسیار پر رونق شود به گونه‌ای که تمام دکان‌های واقع در امتداد آن پاسخ‌گوی نیاز موجود به فضاهای تجاری نباشد، به تدریج پاساژهایی در پشت دکان‌ها ساخته می‌شود و تنها ورودی آنها را به آن خیابان قرار می‌دهند و به این ترتیب به ظرفیت فضاهای تجاری یک خیابان افزوده می‌شود. در گذشته هم اگر بازار اصلی یک شهر توسعه می‌یافت، این توسعه هم در جهت امتداد طول و محور راسته اصلی بازار صورت می‌گرفت و هم تعدادی کاروانسرا در پشت راسته اصلی و گاه در کنار راسته‌های فرعی ساخته می‌شد.

از ابتدای قرن حاضر به تدریج در بازارها به جای واژه کاروانسرا، واژه سرا را به کار می‌برند. پس از این که نقش کاروان‌ها 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.

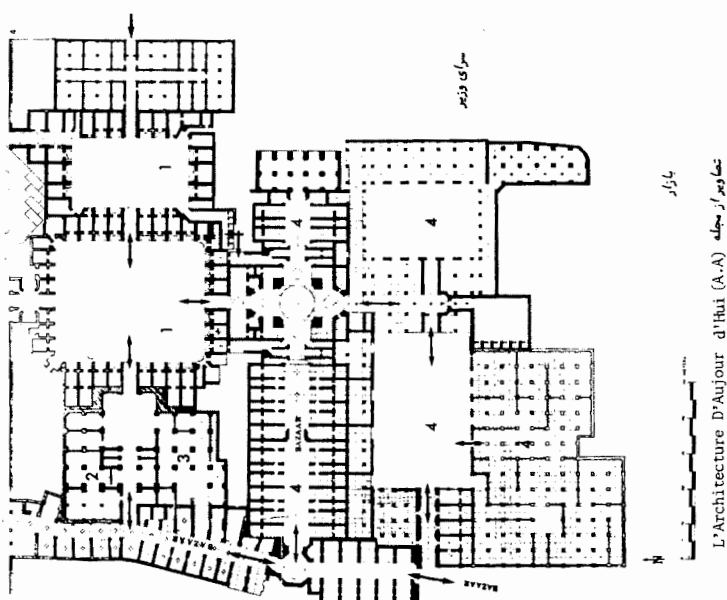
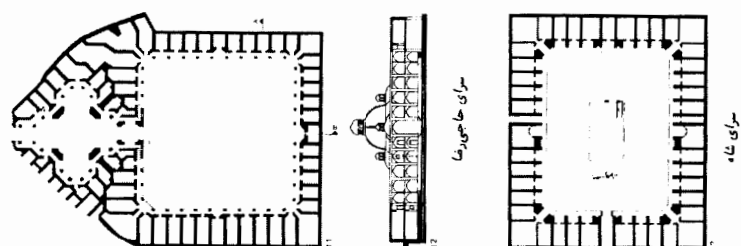
کاروانسراها فضاهایی درون‌گرا و دارای یک حیاط مرکزی بودند که حجره‌هایی در چهار سمت آن در یک یا دو طبقه ساخته می‌شد. به طور معمول حجره‌های واقع در چهار سمت کاروانسرا با اندازه‌هایی کمابیش یکسان ساخته می‌شدند و تنها حجره‌ها یا فضاهای واقع در امتداد محورهای تقارن حیاط ممکن بود در مواردی بزرگ‌تر و مجلل‌تر از سایر حجره‌ها 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 حجره‌ها اختصاص می‌یافت.



۴۱. رشت، حجره‌های تجار و نحوه استفاده از آن.



۴۲. تبریز، نحوه انبارکردن کالا در حیاط کاروانسرا.



۴۳. قزوین، قسمتی از بازار و چند سرای آن.



۴۴. تهران، نحوه توزین کالا در کاروانسرا.



۴۵. اصفهان، کاروانسرای مادرشاه و حضور کاروانی در آن.

کاروانسراهای شهری محل عرضه کالا بود. معمولاً حجره‌های طبقه همکف را در بسیاری از کاروانسراها به عنوان دکان به عرضه کالا اختصاص می‌دادند و حجره‌های طبقه فوقانی بیشتر به صورت یک فضای دفتری و اداری به بازرگانانی اختصاص داشت که به صورت عمده به خرید و فروش کالاها می‌پرداختند و کالاهای عرضه شده توسط آنان در انبار قرار داشت و از آنجا حمل و نقل می‌شد. البته همه کاروانسراها از لحاظ اقتصادی و اجتماعی اعتباری یکسان نداشتند. کاروانسراهایی که به مسجد جامع و مرکز شهر و راسته‌های عرضه کالاها یا گرانیها نزدیک بودند، معتبرتر و جایگاه بازرگانان ثروتمند بودند، درحالی که کاروانسراهایی که در نزدیکی دروازه‌های شهر و راسته‌های ویژه عرضه کالاها یا ارزان‌قیمت بودند، بیشتر به پیشه‌وران و تولیدکنندگان اختصاص داشتند.

در بیشتر کاروانسراهای شهری فضایی برای چهارپایان در نظر نمی‌گرفتند، زیرا و استقرار آنها در کاروانسراهای معتبر شهری جنبه کوتاه مدت و موقت داشت و در هر شهر یک یا چند کاروانسرا برای استقرار چهارپایان به ویژه چهارپایان کاروان‌های تجاری که از شهری به شهر دیگر می‌رفتند، در نظر می‌گرفتند و تنها در بعضی از کاروانسراها یک یا چند فضا برای استقرار تعداد محدودی چهارپا در نظر می‌گرفتند.

ورود کاروان‌های تجاری یا حتی مسافری از همه دروازه‌های شهر آزاد نبود، بلکه در هر شهر یک یا چند دروازه را که در امتداد راه‌های اصلی یا بازار شهر بود، برای ورود کاروان‌ها در نظر می‌گرفتند. هنری موزر که در دوره قاجار به تهران آمد، به این موضوع چنین اشاره کرده است:

«دروازه دولا ب یکی از دوازده دروازه شهر است. بسیار ممتاز است برج‌های کوچک و جلوخان‌ها 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.»^(۱۰۲)

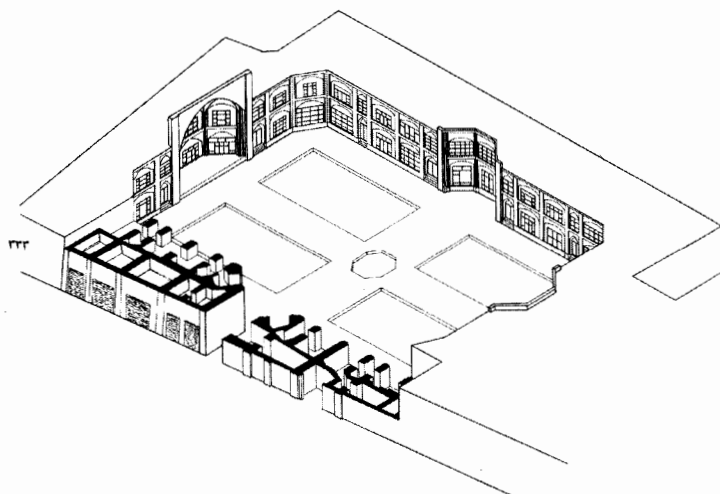
در کاروانسراهای برون شهری و بیابانی فضای وسیعی به اصطبل اختصاص می یافت، زیرا کاروانسراهای برون شهری محل اقامت موقت کاروانیانی بود که در طی سفر در برخی از نقاط به مدت یک یا چند روز استراحت می کردند و برای ایجاد فضایی آرام و امن جهت چهارپایان، اصطبل هایی بزرگ در پشت حجره ها می ساختند.

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:

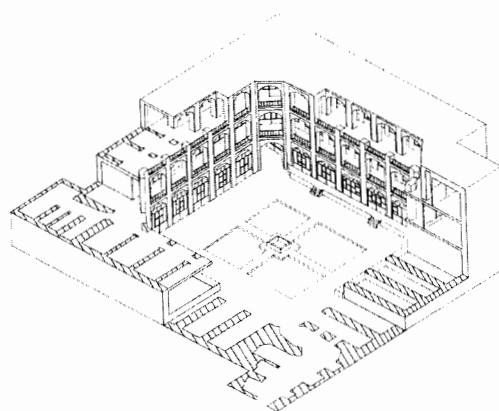
«خلاصه وارد شهر شده، مستقیماً به کاروانسرای حاجی غلامرضا منزل شد. چند نفر از مردم نائین هم در این کاروانسرا هستند. خیلی مراقبت نمودند. از وقایع نائین و احوال والد پرسیدم»^(۱۰۳)

در بازار شهر شماخی کاروانسرائی مخصوص روس ها و کاروانسرائی مخصوص لزگی ها وجود داشت. آدام الثاریوس 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 های 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،



۴۶. تبریز، پرسپکتیو برش خورده از کاروانسرای میرابوالحسن.
(ترسیم: اقبالی، ضحاکان، بیرامی، شفیع‌زاده).



۴۷. تبریز، پرسپکتیو برش خورده از کاروانسرای درب عباسی.
(ترسیم: عبداللّهی نامی، نجفی، دقیقی).

مس، چرم دباغی شده و پوست سمور روسی می‌پردازند.»^(۱۰۴)

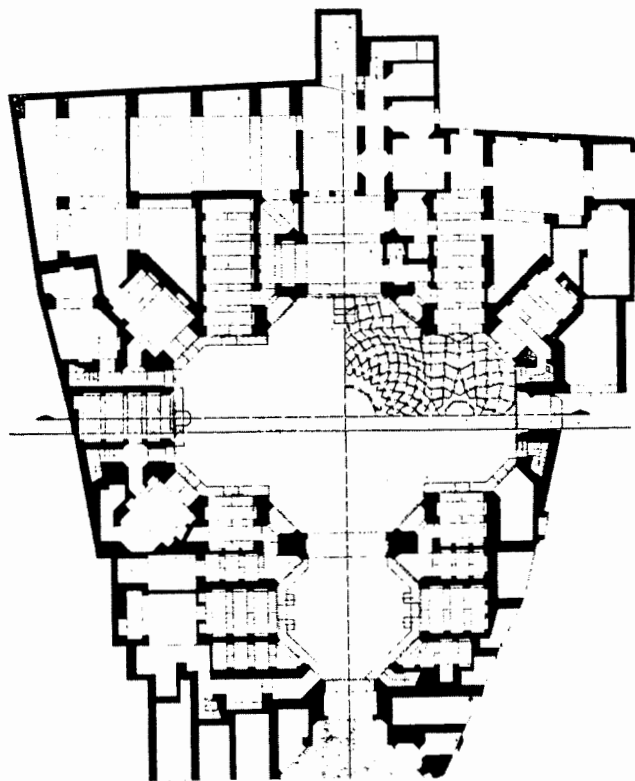
بسیاری از کاروانسراهای بزرگ و عالی بیش از یک ورودی داشتند، زیرا در این حالت افراد بیشتری از کاروانسرا عبور می‌کردند و مانند پاساژهای امروزی که اگر در امتداد یک مسیر یا راه قرار گیرند، با رونق‌تر می‌شوند، این‌گونه کاروانسراها نیز به سبب آن که در مسیر یک راه یا معبر واقع می‌شدند، رونق بیشتری پیدا می‌کردند. 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 می‌ساختند و درآمد آن را برای مزار یکی از بزرگان دینی یا گاه به مزار خود یا مجموعه‌ای که در نظر داشتند، وقف می‌کردند. برای نمونه می‌توان به برخی از موقوفات امیر جلال‌الدین 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 دکانین بسیار ساخت و آن بازار تعلق گرفت بر کار وکلای نواب مستطاب مرحومه مغفوره زینت بیگم طاب مزارها حبیه صغرای نواب جنت‌مکان 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 راه نیافته و موافق شرط واقف به مصرف می‌رسد.»^(۱۰۵)

تیمچه واژه «تیم» به معنی کاروانسرا بوده است، چنان‌که ناصر خسرو در سفرنامه خود از این واژه استفاده کرده است^(۱۰۶) و تیمچه به معنی تیم کوچک یا کاروانسرای کوچک بوده است اما در دوره معاصر به کاروانسراها یا سراهای کوچک و سرپوشیده، تیمچه می‌گویند، مانند تیمچه امین‌الدوله در کاشان. این خصوصیت کالبدی تیمچه‌ها، یعنی سرپوشیده بودن آنها، فضای

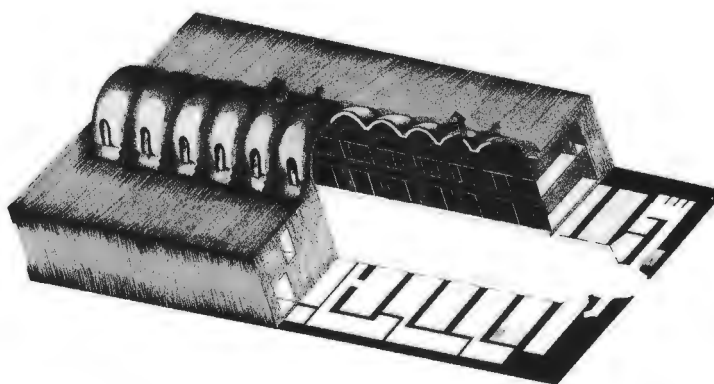
مناسبی برای عرضه کالاهای گرانبها مانند فرش، دور از آسیب باد و باران و آفتاب پدید می‌آورد. به همین سبب فضای تیمچه‌ها غالباً نسبت به کاروانسراها از لحاظ اقتصادی گران‌تر بوده و برای عرضه اجناس ارزان‌قیمت



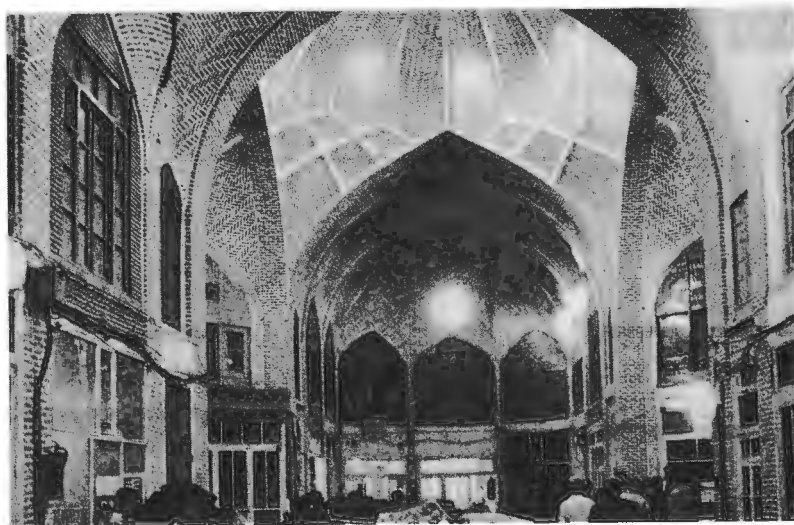
۴۸. کاشان، تیمچه امین‌الدوله.

از آنها استفاده نمی‌کردند. در دوره قاجاریه طرح‌های متنوعی از ترکیب تیمچه و کاروانسرا پدید آمد و نمونه‌های متعددی از چنین فضاهایی ساخته شد. سرا و تیمچه امیر در تبریز و سرا و تیمچه حاج‌رضا در قزوین از نمونه‌های این نوع بناها هستند. در بسیاری از این ترکیب‌ها، فضای تیمچه به‌عنوان بخشی از فضای ورودی سرا نیز مورد بهره‌برداری قرار می‌گرفت. دیولافوا که حدود ۱۲۰ سال پیش به ایران آمده بود، به کارکرد و خصوصیات کالبدی تیمچه‌ای در بازار کاشان به نام تیمچه نو اشاره کرده که توصیف وی نشان‌دهنده برخی خصوصیات کالبدی و کارکردی تیمچه‌ها یا کاروانسراهای مسقف بوده است. البته در متن ترجمه کتاب به این تیمچه با عنوان کاروانسرای تازه اشاره شده است. متن مزبور چنین است:

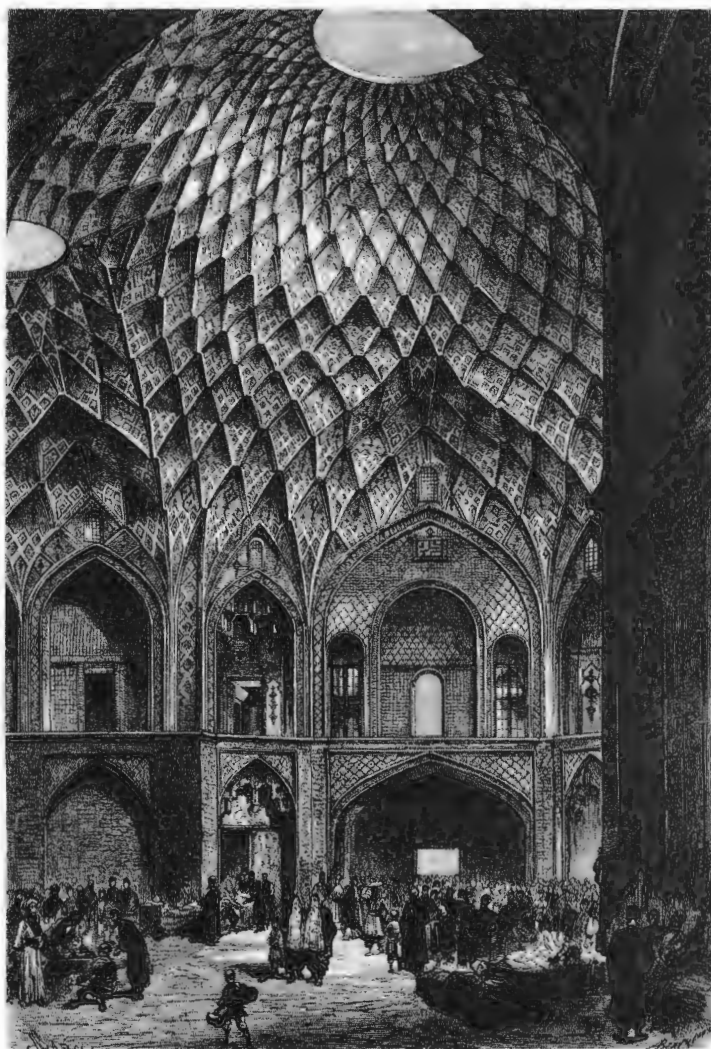
«بازار این شهر [کاشان] وسیع است و سقف آن دارای گنبد‌های کوچکی است که به هم پیوسته و جابه‌جا کاروانسراهایی هست که مخزن مال‌التجاره است. این کاروانسراها تاجرنشین و غیر از آنهایی هستند که مسافری در آنها منزل می‌کنند. اینها دارای بناهای مجلل و مزینی هستند. یکی از بهترین نمونه‌های آنها کاروانسرای تازه [تیمچه نو] است که تجار ساخته‌اند. شکل آن مانند منشور مربع‌القاعده 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 لعاب‌دار برجسته است و نمایش قشنگی دارد. در سقف آنها سه روزنه بزرگ است که به قدر کافی محوطه را روشن می‌کنند. این بنای مهم که پر از مال‌التجاره‌های گرانبهاست بهتر از هرگونه احصائیه و محاسبه‌ای اهمیت تجارتی و آبادی و ترقی شهر را نشان می‌دهد. در این کاروانسرای نو پارچه‌های ابریشمی و مخمل‌های عالی دست‌بافت که محصول همین شهر است به فروش می‌رسد.»^(۱۰۷)



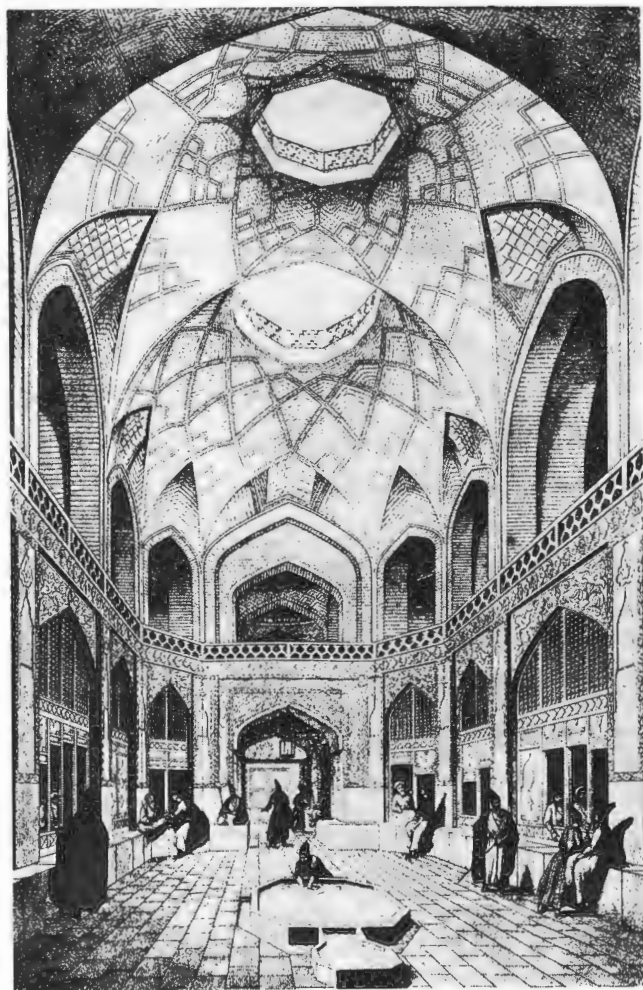
۴۹. تبریز، تیمچه مظفریه. (ترسیم: انزابی، سیدحسینی).



۵۰. تبریز، تیمچه میرزاشفیع.



۵۱. کاشان، کاروانسرای نو.



۵۲. اصفهان، بازار و تیمچه حاج سیدحسین.

قیصریه واژه قیصریه از کلمه لاتینی کایسارثا به معنی بازارشاهی مشتق شده است.^(۱۰۸) در بعضی از منابع اشاره شده که واژه قیصریه با کلمه قیصر یا سزار مربوط بوده است. در ایران به فضایی قیصریه گفته می‌شد که از لحاظ خصوصیات معماری به یک راسته فرعی، دالان یا تیمچه و در موارد معدودی به یک سرا شبیه بود، اما از لحاظ کارکردی غالباً به عرضه کالاهای لوکس و گرانبها و به‌ویژه برخی از انواع منسوجات عالی اختصاص داشت، به همین سبب فضای قیصریه‌ها به هر شکل که بود، یک یا چند در ورودی داشت که در هنگام شب آن را می‌بستند. در اصفهان نمونه‌هایی از این نوع قیصریه‌ها وجود داشته است.

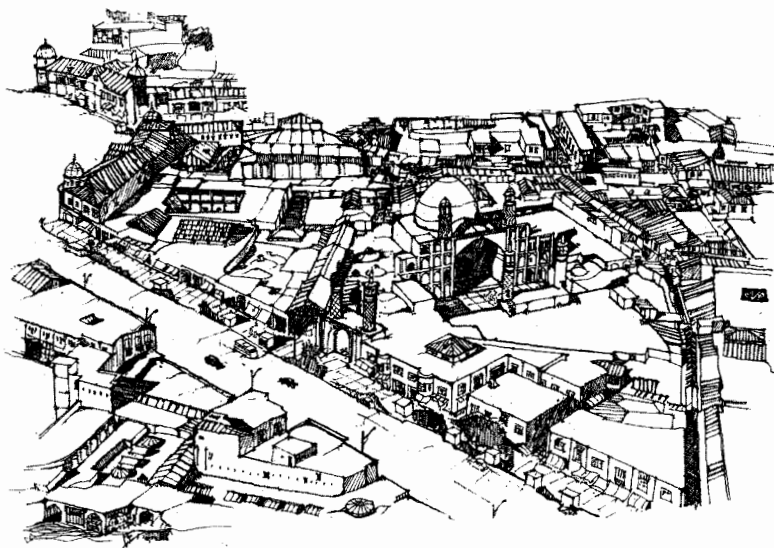
در بعضی از بازارهای عثمانی در شهرهای تاریخی ترکیه امروز و نیز در سوریه و الجزایر فضایی به نام بدستان وجود داشت که برخی از محققان اظهار داشته‌اند که نام آن از واژه بده‌بستان فارسی گرفته شده است. کارکرد بدستان کاملاً مشابه کارکرد قیصریه بود و به عرضه کالاهای گرانبها و به‌خصوص منسوجات نفیس اختصاص داشت.^(۱۰۹)

انواع فضاهای خدماتی در هر بازار اصلی و دائمی متناسب با اندازه، وسعت و حجم مبادلات بازرگانی در آن، شماری فضای خدماتی مانند آب‌انبار یا سقاخانه، اصطبل یا شترخان، برف‌انداز، انبار یا خانبار و مانند آن وجود داشت که نیازهای لازم به این‌گونه خدمات به این ترتیب تأمین می‌شد. شمار این نوع فضاها و موقعیت آنها در امتداد بازار به خصوصیات کالبدی و کارکردی بازار بستگی داشت. در بازارهای بزرگ فضاهایی وسیع برای انبارکردن کالاها در نظر گرفته می‌شد، درحالی‌که در بازارهای کوچک که پیشه‌وران بیشتر به خرده‌فروشی اشتغال داشتند، انبارهای کمتری مورد نیاز بود.

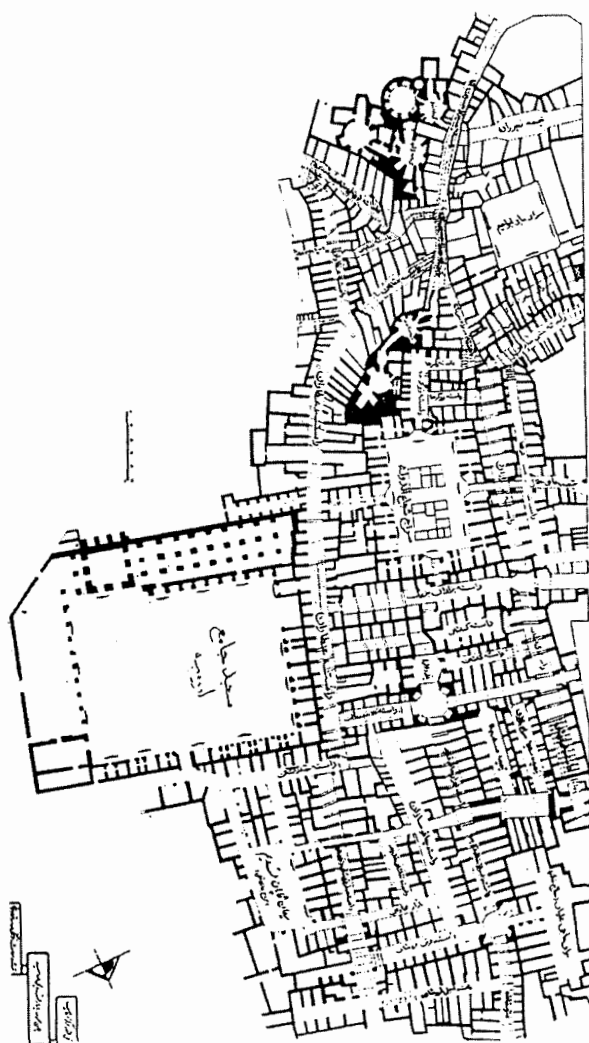
انواع فضاهای عمومی به سبب آن‌که بازار اصلی و دائمی هر شهر مهم‌ترین راه ارتباطی و عمومی شهر به‌شمار می‌آمد و بیشترین رفت‌وآمد در

آن صورت می‌گرفت، بسیاری از فضاهای عمومی شهر در کنار راسته اصلی بازار یا با فاصله اندکی از آن ساخته می‌شد.

برای مثال می‌توان به مسجد جامع اشاره کرد که به‌طور معمول در کنار بازار - مگر در موارد خاص - ساخته می‌شد. به همین دلیل در بیشتر شهرهای تاریخی کشور که ساختار تاریخی و کهن بافت قدیمی شهر کاملاً دگرگون نشده است، استقرار مسجد جامع را در درون یا کنار بازار شهر هنوز می‌توان مشاهده کرد. بسیاری از مدرسه‌های علمیه و سایر فضاهای آموزشی، اداری و عمومی مانند دارالضرب، زورخانه و حمام در کنار بازار ساخته می‌شد.



۵۳. همدان، مسجد جامع و قسمتی از بازار (ترسیم: جواد قربانی).



۵۴ ارومیه، بخشی از بازار و موقعیت مسجد جامع در آن.

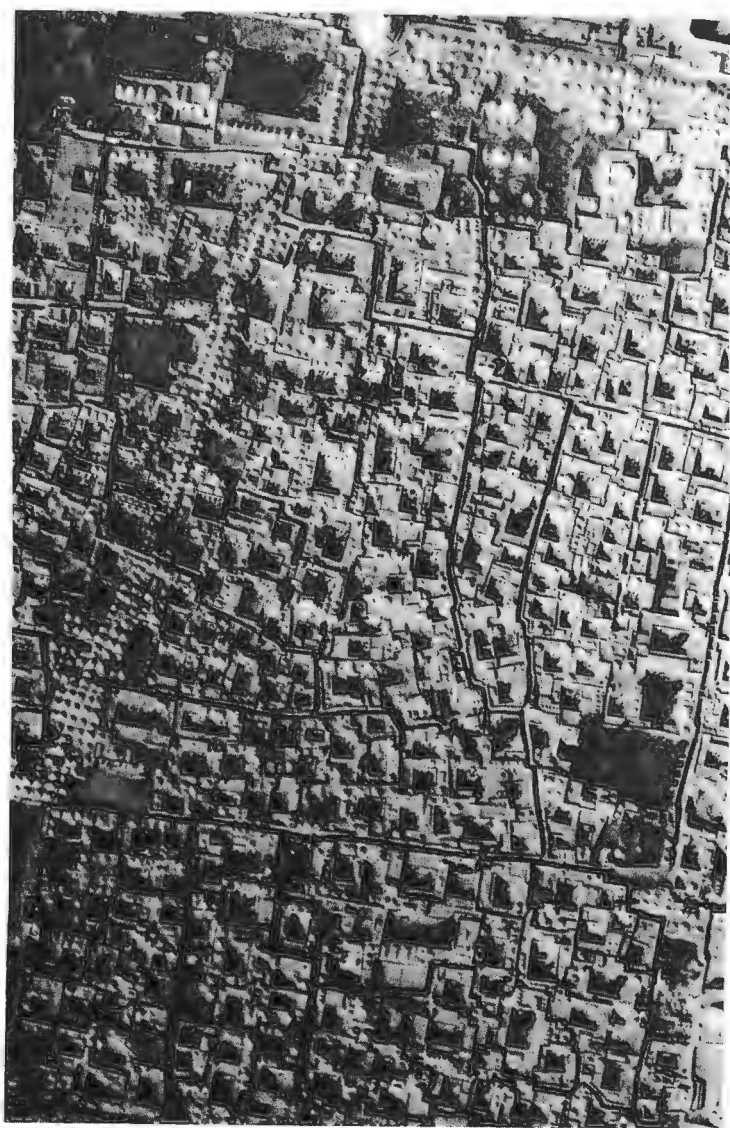
فصل پنجم

برخی از ویژگی‌های

معماری بازار

۱. شکل بازار بازار را از لحاظ شکل فضای معماری آنها می‌توان به دو گروه طبقه‌بندی کرد: ۱. بازار خطی ۲. بازار متمرکز.

بازار خطی بیشتر بازارهای ایرانی به‌ویژه بازارهای دائمی غالباً به شکل خطی هستند زیرا در امتداد راه‌ها و معابر شکل می‌گرفتند. بازارهای خطی به دو صورت ارگانیک (یا غیرمستقیم) 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 می‌گرفتند و همراه با توسعه شهر، اندک‌اندک فضاهای جدیدی در امتداد آنها ساخته می‌شد. بازار تهران، بخش‌های عمده‌ای از بازار اصفهان، بخشی از بازار شیراز، بازار یزد و بخش‌هایی 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 راه‌ها و معابر آنها در ادامه جاده‌ها و معابر مال‌رو و طراحی نشده توسعه یافتند و سپس به بازار تبدیل شدند.



۵۵. کرمان، عکس هوایی قسمتی از بازار، که موقعیت پیوسته و متراکم آن را در بافت شهر نشان می‌دهد.

شمار اندکی از بازارهای ایرانی یا به عبارت دقیق‌تر بخش‌هایی از بعضی از بازارهای ایرانی به شکل راهی مستقیم و طراحی نشده هستند. این نوع بازارها در زمانی پدید می‌آمدند که شخصی (حاکم یا یکی از بزرگان شهر) تصمیم می‌گرفت یک راسته بازار بسازد. در این حالت طبیعی است که از یک یا چند نفر معمار برای طراحی راسته بازار و کاروانسراها استفاده می‌کردند و غالباً راسته بازار به صورت مستقیم طراحی و سپس ساخته می‌شد. بازار وکیل در شیراز، قسمتی از بازار اصفهان در جبهه شمالی میدان امام (نقش جهان)، بازار لار و بازار اراک از نمونه‌های بازارهای خطی طراحی شده هستند.

بازار متمرکز (به شکل میدان) بعضی از بازارهای ایرانی در فضایی متمرکز به شکل میدان تشکیل می‌شدند. بازارهای ایرانی در دو حالت به صورت متمرکز شکل می‌گرفتند. نخست، در حالتی که بازاری ادواری یا موقت به صورت بازارگاه و متمرکز در فضایی باز در کنار راه یا معبری پدید می‌آمد. دوم، در حالتی که یک میدان شهری یا ناحیه‌ای به شکل طراحی شده یا در مواردی به شکل ارگانیک و طراحی نشده به عنوان بازار نیز مورد بهره‌برداری قرار می‌گرفت.

در باره حالت نخست باید اشاره شود که بسیاری از بازارهای ادواری و موقت در فضاهایی باز و به شکل میدان‌گاه در کنار راه یا معبر یا در نزدیکی ورودی و دروازه سکونتگاه تشکیل می‌شدند و نحوه استقرار فعالیت‌ها و فضاها به دو صورت بود. گاهی اوقات پیشه‌وران و بازاریان در ردیف‌هایی منظم به شکل نوارهایی موازی مستقر می‌شدند و خریداران در هنگام حرکت در معابر خطی از بین فروشندگان و کالاهای عرضه شده عبور می‌کردند. اما در بعضی از مواقع فعالیت‌ها و فضاها به صورت کلمه‌ای و تقریباً نامنظم در سطح میدان مستقر می‌شدند.

در حالت دوم، بازار در پیرامون میدانی طراحی شده تشکیل می‌گردد.

بازار میدان امام (نقش جهان) در اصفهان، بازار میدان گنجعلیخان در کرمان، بازار میدان خان در یزد و سبزه میدان در تهران از نمونه‌های این گونه بازارها هستند. در بعضی از این میدان‌ها، دکان‌ها در پیرامون میدان و در کنار فضای باز ساخته شده‌اند (میدان امام در اصفهان)، درحالی که در برخی از آنها یک رواق ممتد در دور میدان ساخته شده و دکان‌ها در پشت رواق قرار داده شده‌اند (میدان خان یزد).



۵۶. تهران، سبزه میدان نمونه‌ای از بازار در پیرامون میدان.

۲. پوشش بازار

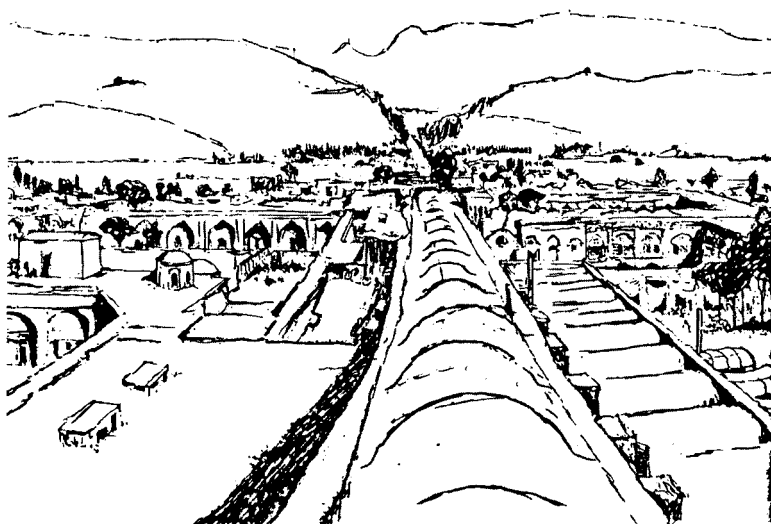
بسیاری از انواع بازارها مانند بازارهای ادواری، بازارگاه‌ها و بازارهای موقت فاقد سقف و پوشش بودند، تنها بخش‌هایی از بازارهای دائمی و برخی از بازارچه‌هایی که در کنار معبر شکل می‌گرفتند، مسقف ساخته می‌شدند تا مردم در تابستان و زمستان از گرما و سرمای شدید و باد و باران و آفتاب در امان باشند.

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

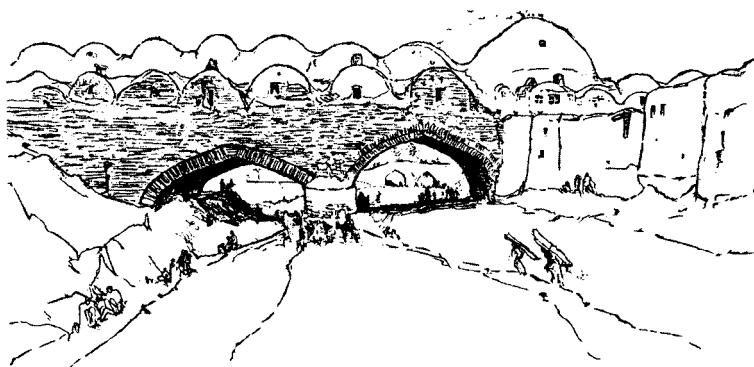
«و بازارها از قصر و مسجد تا سرای ولید تا قلائین تا سراهای ثقیف و اسجع قرار داده شده و سایه‌بان‌هایی از بوریا داشت، تا دوران خالد بن عبدالله قسری که بازارها را ساخت و برای هر صنفی از بازرگانان سرایی و دربندی قرار داد و کرایه آنها را به سپاهیان اختصاص داد».^(۱۱۰)

بلاذری درباره این بازار اشاره کرده است که خالد دکان‌هایی ساخت و سقف آنها را با گنبدهایی بلند از آجر و گچ پوشاند^(۱۱۱).

استفاده از چوب غالباً موجب شکل‌گیری پوشش‌های مسطح و صاف می‌شد، درحالی که استفاده از مصالحی مانند آجر و گچ به‌طور معمول منجر به شکل‌گیری پوشش‌های گنبدی شکل می‌شد، زیرا با این مصالح به‌تنهایی نمی‌توان سقف‌هایی مسطح در دهانه‌های بزرگ پدید آورد. براساس مهری که در شوش به‌دست آمده و یک سیلوی غلات را نشان می‌دهد، پیشینه کاربرد سقف‌های گنبدی شکل در ایران حداقل به هزاره چهارم پیش از میلاد می‌رسد.^(۱۱۲)



۵۷. شیراز، منظره شهر از روی بام آجری بازار.



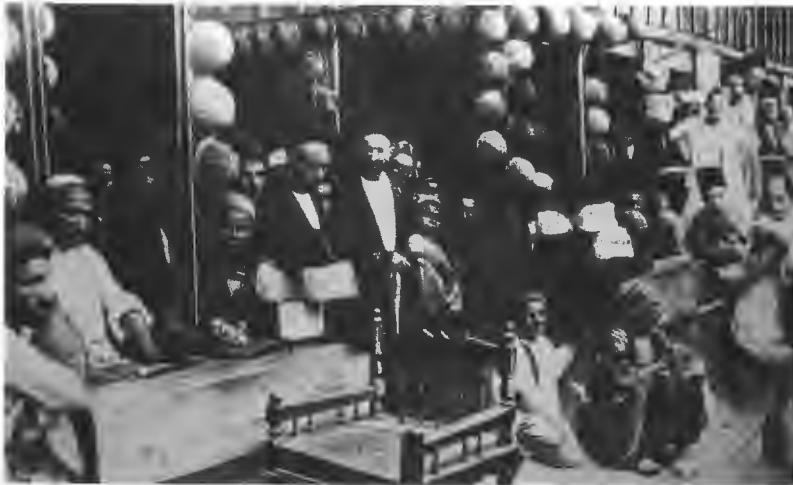
۵۸. تبریز، تداوم بازار سرپوشیده بر روی پل.



۵۹. لنگرود، بازار بدون سقف ماهی‌فروشان.

برای پوشاندن دهانه‌های بزرگ مانند پوشش چهارسوها و تیمچه‌ها از گنبد و کاربندی استفاده می‌کردند و دهانه‌های بزرگ را با تویزه‌های متقاطع به سادگی می‌پوشاندند و از لحاظ زیبایی می‌توانستند ترکیب‌هایی بدیع پدید آورند. زیرا کاربندی روشی بود که امکانات فراوان و متنوعی برای زیباسازی پوشش در بر داشت.

روی سقف بازار را مانند سایر بناها غالباً با کاهگل می‌پوشاندند؛ سقف تیمچه‌ها و برخی از فضاها مهم و ارزشمند مانند مسجد جامع و بعضی از مدرسه‌های علمیه را با آجر و ملات‌های مقاوم می‌پوشاندند. مقدسی دربارهٔ پوشش بازار اصفهان در قرن چهارم هجری چنین اظهار داشته است:



۶۰. رشت، قسمتی از راسته بازار و حجره‌های آن.



۶۱. اصفهان، قسمتی از بازار شهر با سقف پیش آمده چوبی.

«برخی بازارهایشان سرپوشیده و برخی سرگشاده است. جامع در بازاری زیبا است که ستون‌هایی گرد دارد. آتشگاهی (گلدسته) در سمت قبله به بلندی هفتاد ذراع از گل دارد که هنوز هیچ نفرسوده است.»^(۱۱۳) 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 کوچه‌های بازار از نی پوشیده شده و به این واسطه شعاع آفتاب و گرما در بازارها سرایت می‌کند. زمین بازار را متصلاً آب‌پاشی می‌کنند و شخص وقتی که داخل بازار می‌شود از گرد و خاک کوچه‌ها آسوده شده، یک نوع فرح بر او دست می‌دهد. ازدحام در بازارها زیاد است و همواره شترها دیده می‌شود که بار آنها مال‌التجاره بود.»^(۱۱۴)

در بعضی موارد از سقف برخی از بناها بهره‌برداری می‌شد. برای نمونه می‌توان به رنگ‌رزا اشاره کرد که در بسیاری از بازارها محصولات خود را پس از رنگ زدن در روی پشت‌بام خشک می‌کردند. همچنین شواهدی در دست است که گویا در موارد بسیار معدودی از سقف قسمتی از بازار برای مقاصد گذران فراغت یا برای خدمات‌رسانی استفاده می‌کرده‌اند. برای نمونه می‌توان به بازار شهر سمرقند در قرن چهارم هجری اشاره کرد که براساس متن کتاب *حدود العالم من المشرق الی المغرب*، در بالای بام 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 شهرتانیست و قهندزست و ربض است، و از بالای بام بازارشان یکی جوی آب روانست از ارزیر، و آب از کوه بیاورده، و اندروی خانگاه مانویانست و ایشانرا نغوشاک خوانند و از وی کاغذ خیزدکی بهمه جهان به برند.»^(۱۱۵)

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 الاصفهان چنین نوشته شده است:

«بازارچه چهارسو نقاشی است که در کمال زیبایی ساخته شده و بسیار قریب به بازارچه فیصریه است و قدری از آن عریض تر اما طول آن چندان نیست... و این بازارچه‌ها 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 چوب‌پوشی ندارد.» (۱۱۶)

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 راسته‌های بدون سقف اقدام می‌کردند. برای نمونه می‌توان، به مسقف شدن بخشی از بازار شیراز چنین اشاره شده است:

«تسقیف جمیع بازارهای شهر شیراز با آجر و گچ و تشکیل آنها بر سیل بازار وکیل.» (۱۱۷)



۶۲. شیراز، بازار وکیل

۳. برخی از خصوصیات راسته بازار

طول راسته‌بازارها

اندازه معین و مشخصی نداشت و اندازه آن به وسعت شهر و رونق اقتصادی بستگی داشت. طول راسته‌بازار در شهرهای کوچک در حدود چند صد متر و در شهرهای بزرگ به چند کیلومتر می‌رسید. عرض راسته اصلی بازار به طور متوسط بین چهار تا شش متر بود. عرض برخی از راسته‌های بازار پس از آن‌که شهر گسترش می‌یافت و جمعیت آن زیاد می‌شد، پاسخگوی حجم تردد در بازار نبود و به سادگی نیز نمی‌توانند عرض بازار را افزایش دهند، در نتیجه قسمتهایی از راسته‌بازار بسیار شلوغ می‌شد. همچنین عبور بعضی از بزرگان شهر به صورت سواره موجب اذیت مردم در راسته‌های کم عرض می‌شد. این بطوطه به شلوغی بازار خوارزم و فقدان فضای کافی برای عبور و مرور در آن بازار اشاره کرده است.^(۱۱۸) همچنین مقدسی در قرن چهارم هجری از تنگی بازار شیراز شکایت کرده و گفته که دو چهارپا به سادگی نمی‌توانستند از کنار هم عبور کنند.^(۱۱۹) در بسیاری از موارد با وضع قوانین و قواعد لازم سعی می‌کردند که رفت و آمد در بازار تسهیل شود اما در برخی از شهرها به ویژه در دوره‌هایی که حکومت‌هایی ضعیف و ناکارآمد قدرت را در دست داشتند، قواعد مربوط به عبور و مرور خوب اجرا نمی‌شد و در بیشتر اوقات حرکت در بازار به سختی صورت می‌گرفت. 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 می‌کنند... اسب سواری در بازار هم جالب و تماشا شایبی و در عین حال خطرناک است. خطرناک از این نظر که کف بازار صاف نیست و صرف نظر از پستی و بلندی و ناهمواری‌هایی که دارد در آن چاله و چوله‌های زیادی وجود دارد که هر لحظه در آن



۶۳. شیراز، بازار وکیل.

هنگامه و شلوغی بازار ممکن است پای اسب در آن برود و همراه با سوار خود سرنگون شود.»^(۱۲۰)

تنها بعضی از بازارها دارای راسته‌های عریض و پهن بودند. درباره بازار ری گفته‌اند که بسیار عریض بود^(۱۲۱) و در قسمتی از بازار آن، نه‌ری در وسط جریان داشت که در دو سوی آن درخت کاشته بودند.^(۱۲۲)

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

«و راه‌های ورودی آن را از سر رسته وسیع بزرگ از همان خیابانی که از وادی ابراهیم بن ریاح آغاز می‌شود قرار داد، و در هر رسته‌ای دکان‌هایی بود مشتمل بر اصناف داد و ستدها و صنعت‌ها و خرید و فروش‌ها، و پهنای هر رسته‌ای صد ذراع بود به ذراع سوداء تا هرگاه بخواهد در جمعه‌ها با سپاهیان و جمعیت‌های سواره و پیاده خود به مسجد آید، راه ورود به مسجد بر وی تنگ نگردد.»^(۱۲۳)

سختن پایانی

هنگامی که امروز به بازار اشاره می‌شود، در وهله نخست و به‌طور عمده جنبه اقتصادی آن مطرح می‌شود، درحالی که در گذشته افزون بر این ویژگی، نقش اجتماعی و شهری آن بسیار بیشتر از امروز اهمیت داشت، زیرا بازار غالباً در امتداد مهم‌ترین راه و معبر شهری شکل می‌گرفت و اصلی‌ترین راه شهری به شمار می‌رفت و کمابیش همه فعالیت‌ها و فضاها ی عمومی و شهری به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم با آن مرتبط بود و اخبار و شایعات نیز بود و بناها و فضاها ی مهمی مانند مسجدجامع، مدرسه‌های علمیه و کاروانسراهای متعدد در امتداد آن قرار داشتند و به این ترتیب محوری بی‌نظیر و یگانه در هر شهر به‌شمار می‌آمد، و چون اخبار، اطلاعات غالباً به صورت شفاهی انتقال می‌یافت، بازار مرکز انتشار خبرها و اطلاعات بود، درحالی که امروز تنها به‌عنوان یک مرکز خرید و داد و ستد مورد توجه قرار دارد، زیرا توسعه شهرها در دوره معاصر و ایجاد راه‌های سواره و دگرگونی در شیوه‌های تولید و عرضه کالا و سایر تحولات، مجالی برای انطباق بازارها با شرایط جدید به نحو مطلوب و مساعد فراهم نکرده است و مراکز جدید خرید و بازرگانی در نقاط گوناگونی در سطح شهر پراکنده شده‌اند.

این مراکز جدید از لحاظ کالبدی غالباً فضاهایی مناسب و جذاب برای شهروندان به‌شمار نمی‌آیند زیرا بیشتر آنها در کنار خیابان‌های شلوغ و پرتردد قرار دارند و عدم ایمنی کافی به سبب تردد انواع وسایل نقلیه موتوری،

سروصدا و فقدان فضای سرپوشیده و آلودگی هوای ناشی از حرکت وسایل نقلیه از کیفیت فضای تجاری می‌کاهد.

بازارهای کهن و تاریخی را می‌توان به سه گروه طبقه‌بندی کرد. نخست بازارهای شهرهای بزرگ مانند تهران، اصفهان، تبریز و مانند آن که امروز حیات اقتصادی آنها تداوم یافته، و جاذبه‌های جهانگردی و تاریخی نیز موجب اهمیت یافتن آنها شده است، اما به سبب تراکم برخی از کاربری‌ها غالباً دگرگونی‌هایی ناروا در آنها صورت گرفته است. گروه دوم بازارهای بعضی از شهرهای متوسط و کوچک است که حیات اقتصادی آنها وابسته به تأمین نیاز بخشی از مردم شهر است و در سطحی محدود مورد استفاده قرار می‌گیرند و بخش‌هایی از آنها متروک یا نیمه متروک شده‌اند. بازارهای شهرهای قزوین و سمنان از این گونه هستند. و گروه سوم بعضی از بازارهای شهرهای کوچک را در بر می‌گیرد که به دلیل جابه‌جایی مرکز شهر و دگرگونی‌های اساسی در مسیر راه‌های اصلی شهر و مراکز خرید، به‌طور عمده متروک شده‌اند و برخی از فضاهاى آنها در حال ویرانی است. بازارهای شهرهایی مانند نائین و زواره نمونه‌هایی از این گونه بازارها هستند.

به این ترتیب در دوره معاصر حیات شهری و کالبدی اغلب بازارها به صورت‌های گوناگون به مخاطره افتاده است و نتوانسته‌ایم فضاهاى تجارى مطلوب و مناسبی را جایگزین آنها کنیم.

پی‌نوشت

۱. پروشانی، ایرج، «واژه‌بازار»، دانشنامه جهان اسلام، مقاله بازار، ص ۳۰۵.
۲. همان، ۳۰۵.
۳. دهخدا، لغت‌نامه دهخدا.
۴. بهنام، عیسی. «نخستین جامعه‌های انسانی در سرزمین ایران»، هنر و مردم، ش ۱۱۶ (خرداد ۱۳۵۱)، ص ۸۹.
۵. نگهبان، عزت‌الله. شهرنشینی و شهرسازی از هزاره چهارم تا هزاره اول ق.م، نظری اجمالی به شهرنشینی و شهرسازی در ایران، به کوشش محمد یوسف کیانی، تهران، جهاد دانشگاهی، ۱۳۶۵، ص ۳۰.
۶. گیرشمن، رمان. ایران از آغاز تا اسلام، تهران، بنگاه ترجمه و نشر کتاب، ج ۴، ۱۳۵۵، ص ۲۶.
۷. «کاوش‌های تپه یحیی»، باستان‌شناسی و هنر ایران، ش ۵ (بهار ۱۳۴۹)، ص ۵۶.
۸. سجادی، منصور. «شهر سوخته»، در نظری اجمالی به شهرنشینی و شهرسازی در ایران، به کوشش محمد یوسف کیانی، تهران، جهاد دانشگاهی، ۱۳۶۵، ص ۵۴؛ بهنام، عیسی. «شهر سوخته»، هنر و مردم، ش ۱۲۶ (فروردین ۱۳۵۲)، ص ۳.
۹. سجادی، منصور. همان، ص ۶۳.
۱۰. گرانٹوسکی و دیگران. تاریخ ایران، ترجمه کیخسرو کشاورزی، تهران، پویش، ۱۳۵۹، ص ۴۷.
۱۱. آمیه، پیر. تاریخ عیلام، ترجمه شیرین بیانی، تهران: دانشگاه تهران، ۱۳۴۹، ص ۴۵.
۱۲. همان، ص ۵۶.
۱۳. گروهی از محققان. تاریخ پیشرفت علمی و فرهنگی بشر، ج اول، بخش دوم، قسمت اول، ترجمه پرویز مرزبان، تهران، بنگاه ترجمه و نشر کتاب، ۱۳۵۶، ص ۱۳۱.
۱۴. ون‌دیداد، ترجمه سید محمدعلی حسینی داعی‌الاسلام، ج ۲، تهران: دانش، ۱۳۶۱، باب دوم،

- بند ۳۳ و ۳۴.
۱۵. همان، باب هشتم، بندهای ۸۷-۹۰؛ باب چهاردهم، بند ۱۱.
۱۶. گرانوسکی و دیگران. تاریخ ایران، ص ۵۰.
۱۷. پیگولوسکایا و دیگران. تاریخ ایران، ص ۱۳.
۱۸. ریچارد. ن. فرای. میراث باستانی ایران، ترجمه مسعود رجب‌نیا، تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب، ۱۳۴۴، ص ۱۸۶؛ گیرشمن، ایران از آغاز تا اسلام، ص ۲۰۹.
۱۹. گزننفون. سیروس‌نامه، ترجمه ضیاءالدین، تهران، مطبعه برادران باقرزاده، ۱۳۳۳، ص ۹.
۲۰. پیگولوسکایا و دیگران. تاریخ ایران، ص ۱۲۴ و ۱۲۵.
۲۱. پیگولوسکایا و دیگران. تاریخ ایران، ص ۱۱۳ و ۱۲۴؛ کریستین سن. ایران در زمان ساسانیان، ص ۱۴۸.
۲۲. بلاذری، احمد بن یحیی. فتوح البلدان، ترجمه آذرتاش آذرنوش، تصحیح علامه محمد فرزانه، تهران، سروش، چاپ دوم، ۱۳۶۴، ص ۴۶.
۲۳. صباح ابراهیم سعیدالشیخلی. اصناف در عصر عباسی، ترجمه دکتر هادی هدایتی، تهران: مرکز نشر دانشگاهی، ۱۳۶۲، ص ۱۴.
۲۴. افغانی، سعید. اسواق العرب فی الجاهلیه و الاسلام، دمشق، ۱۹۶۰، ص ۴۷.
۲۵. ابن بلخی. فارس‌نامه، به اهتمام گای لیسترنج و رینولد الن نیکلسون، تهران، دنیای کتاب، ج ۲، ۱۳۶۳، ص ۱۴۶.
۲۶. ناصر خسرو، قبادیانی. سفرنامه، ناصر خسرو، به کوشش نادر وزین‌پور، ج ۴، تهران: امیرکبیر، ۱۳۵۸، ص ۱۲۰.
۲۷. همان، ص ۱۱۷ و ۱۰۹.
۲۸. رشیدالدین فضل‌الله. مکاتبات رشیدی، به سعی محمد شفیع، گردآوری مولانا محمد ابرقوهی، لاهور، کلیه پنجاب، ۱۹۴۵، ص ۳۱۸.
۲۹. مولانا کمال‌الدین عبدالرزاق سمرقندی. مطلع السعدین و مجمع البحرین، تصحیح محمد شفیع، ج ۲، جزء ۱، لاهور، ۱۹۳۶، ص ۹۵؛ شرف‌الدین یزدی. ظفرنامه، تصحیح و اهتمام محمد عباسی، ج ۲، تهران، امیرکبیر، ۱۳۳۶، ص ۱۴۴.
۳۰. هنرفر، لطف‌الله. گنجینه آثار تاریخی اصفهان، اصفهان، ثقفی، ۱۳۴۴، ص ۳۹۶.
۳۱. شاردن. سیاحت‌نامه شاردن (شهر اصفهان)، ترجمه عربضی، ج ۲، تهران، نگاه، ۱۳۶۲، ص ۲۰۲.
۳۲. اولیا جلپی. سیاحت‌نامه، ترجمه و تلخیص حاج حسین نخجوانی، تبریز، دانشکده ادبیات، ش

۳. سال ۱۱، ص ۲۷۸.
۳۳. نیپور، کارستن. سفرنامه کارستن نیپور، ترجمه پرویز رجبی، تهران، توس، ۱۳۵۴، ص ۶۴.
۳۴. فلاندن، اوژن. سفرنامه فلاندن، ترجمه حسین نورصادقی، تهران، اشراقی، ۱۳۵۶، ص ۸۲ و ۱۲۵.
۳۵. اصفهانی، محمد مهدی بن محمد رضا. نصف جهان فی تعریف اصفهان، تصحیح و تحشیه منوچهر ستوده، تهران، امیرکبیر و تأیید (اصفهان)، ۱۳۴۰، ص ۱۲۴.
۳۶. تاریخ اقتصادی ایران، ویراستار چارلز عیسوی، ترجمه یعقوب آژند، تهران، گستره، ۱۳۶۲، ص ۱۰۲ و ۱۰۳.
۳۷. اشرف، احمد. موانع تاریخی رشد سرمایه داری در ایران، تهران، زمینه، ۱۳۵۹.
۳۸. بیهقی، ابوالفضل محمد بن حسین. تاریخ بیهقی، تصحیح علی اکبر فیاض، مشهد، دانشگاه فردوسی، ج ۲، ۱۳۵۶، ص ۷۳۰.
۳۹. کنت دوگوبینو. سه سال در ایران، ترجمه ذبیح الله منصوری، تهران، فرخی، ج ۲، ص ۶۲.
۴۰. ابوالحسین هلال بن محسن صابی. آداب دارالخلافه، تصحیح و حواشی میخائیل عواد، ترجمه محمد رضا شفیعی کدکنی، تهران، بنیاد فرهنگ ایران، ۱۳۴۶، ص ۱۰.
۴۱. ابن اثیر. کامل، ترجمه عباس خلیلی و ابوالقاسم حالت، تهران، علمی، ج ۱۷، ص ۱۰۳.
۴۲. مافروخی. محاسن اصفهان، ترجمه حسین بن محمد بن ابی الرضا آوی، به اهتمام عباس اقبال، تهران، ۱۳۲۸، ص ۱۷.
۴۳. مقدسی، ابو عبدالله محمد بن احمد. احسن التقاسیم فی معرفة الاقالیم، ترجمه علینقی منزوی، تهران، شرکت مؤلفان و مترجمان، ۱۳۶۱، بخش دوم، ص ۶۴۲.
۴۴. بیهقی، ابوالفضل. تاریخ بیهقی، ص ۵۴۹؛ منوچهری. ج ۲، ۱۳۵۷، سفرنامه برادران شرلی، ترجمه آوانس، تهران، ص ۷۴؛ میرزا مهدی خان استرآبادی. جهانگشای نادری، به اهتمام سید عبدالله انوار، تهران، انجمن آثار ملی، ۱۳۴۱، ص ۲۸۸.
۴۵. مقدسی احسن التقاسیم فی معرفة الاقالیم، ج ۲، ص ۲۴۶.
۴۶. بیهقی، ابوالفضل. تاریخ بیهقی، ص ۳۸۳.
۴۷. اولثاریوس. سفرنامه اولثاریوس، ترجمه احمد بهپور، تهران، ابتکار، ۱۳۶۳، ص ۱۱۲.
۴۸. همت کرمانی، محمود. تاریخ مفصل کرمان، ص ۱۵۶.
۴۹. نادر میرزا. تاریخ و جغرافی دارالسلطنه تبریز، تصحیح غلامرضا طباطبایی مجد، تبریز، ستوده، ۱۳۷۳، ص ۳۰۷.

۵۰. فروتن، فریدون. «نقش اجتماعی بازار»، دانشنامه جهان اسلام، مقاله بازار، ص ۳۸۸-۳۷۸.
۵۱. مادام کارلا سرنا. آدم‌ها و آئین‌ها در ایران، ترجمه علی‌اصغر سعیدی، تهران، زوار، ۱۳۶۲، ص ۶۴.
۵۲. جعفری، جعفر بن محمد. تاریخ یزد، به اهتمام ایرج افشار، بنگاه ترجمه و نشر کتاب، ۱۳۳۸، ص ۶۲.
۵۳. شاردن. سفرنامه شاردن، قسمت اصفهان، ص ۹۰.
۵۴. باسورث. تاریخ غزنویان، ص ۱۵۰.
۵۵. افشار، ایرج. یادگارهای یزد، ج ۲، تهران: انجمن آثار ملی، ۱۳۵۴، ص ۷۶۵.
۵۶. شاردن. سیاحتنامه شاردن، ج ۷، ص ۱۳۱.
۵۷. فقیهی، علی‌اصغر. آل بویه و اوضاع زمان ایشان، تهران: صبا، ۱۳۵۷، ص ۶۱۹.
۵۸. ابن حوقل. صورة الارض، ترجمه دکتر جعفر شعار، تهران: بنیاد فرهنگ ایران، ۱۳۴۵، ص ۱۰۷.
۵۹. ابوبکر عبدالله بن عمر. فضائل بلخ، ترجمه عبدالله محمد بن محمد، تصحیح عبدالحی حبیبی، تهران: بنیاد فرهنگ ایران، ۱۳۵۰، ص ۵۰.
۶۰. مستوفی، حمدالله. نزهة القلوب، به اهتمام و تصحیح گای لیسترانج، تهران: دنیای کتاب، ۱۳۶۲، ص ۵۱.
۶۱. برای آگاهی از نمونه یک بازارچه روستایی در دوره معاصر نگاه کنید به: برومبژه، کریستیان. مسکن و معماری در جامعه روستایی گیلان، ترجمه علاءالدین گوشه‌گیر، تهران، مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی، ۱۳۷۰، ص ۴۸.
۶۲. دیولافوا. ایران، کلد و شوش، ترجمه علی محمد فره‌وشی، ج ۴، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۶۹، ص ۱۶۲.
۶۳. نگاه کنید به: ابوبکر عبدالله عمر، فضائل بلخ، ترجمه عبدالله محمد بن محمد، تصحیح عبدالحی حبیبی، تهران، بنیاد فرهنگ ایران، ۱۳۵۰.
۶۴. حدود العالم، به کوشش منوچهر ستوده، تهران: ظهوری، ۱۳۶۲، ص ۱۴۷.
۶۵. محمد بن مبارکشاه. آداب الحرب و الشجاعة، به اهتمام محمد سرور مولایی، تهران: بنیاد فرهنگ ایران، ۱۳۵۴، ص ۴۱.
۶۶. ابن بطوطه. سفرنامه ابن بطوطه، ترجمه محمد علی موحد، تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب، ج ۲، ۱۳۵۹، ج ۱، ص ۲۱۲.
۶۷. کوزنتسوا، «سازمان اصناف در اوایل قرن نوزدهم»، تاریخ اقتصادی ایران، چارلز عیسوی و

۱۱۴ بازارهای ایرانی

- دیگران، ترجمه یعقوب آژند، تهران، گستره، ۱۳۶۲، ص ۴۴۱-۴۵۳.
۶۸. برخورداربن عمود ترکمان فراهی. محبوب القلوب، تهران، بارانی، بی تا، ص ۵۳۸.
۶۹. تذکره الملوك، به کوشش مینورسکی، ص ۷۷.
۷۰. ابراهیم، صباح. اصناف در دوره عباسی، ص ۱۱۷.
۷۱. همان، ص ۱۱۸.
۷۲. کمپفر، انگلبرت. سفرنامه کمپفر، ترجمه کیکاووس جهاننداری، تهران، خوارزمی، ۱۳۶۰، ص ۱۰۶.
۷۳. ابن اخوه، معالم القربه فی احکام الحسبه، ترجمه جعفر شعار، تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب، ۱۳۶۰، ص ۲۰۶.
۷۴. همان، ص ۱۹۷.
۷۵. همان، ص ۲۲۳.
۷۶. بارتولد. ترکستان نامه، ترجمه کریم کشاورز، تهران، بنیاد فرهنگ ایران، ۱۳۵۲، ج ۱، ص ۴۹۳.
۷۷. دروویل، گاسپار. سفر در ایران، ترجمه منوچهر اعتماد مقدم، ج ۳، تهران، شبائیز، ۱۳۶۷، ص ۷۹-۸۰.
۷۸. محمدبن مبارکشاه. آداب الحرب و الشجاعة، به اهتمام محمدرور مولایی، تهران، بنیاد فرهنگ ایران، ۱۳۵۴، ص ۴۰.
۷۹. شاردن. سفرنامه شاردن، ترجمه حسین عریقی، تهران: نگاه، ج ۲، ۱۳۶۲، ص ۴۰.
۸۰. کمپفر، انگلبرت، سفرنامه کمپفر، ترجمه کیکاووس جهاننداری، تهران: خوارزمی، ۱۳۶۰، ص ۱۰۴.
۸۱. دروویل، گاسپار. سفرنامه دروویل، ترجمه جواد محیی، تهران: گوتنبرگ، ۱۳۴۸، ص ۸۸.
۸۲. لرد کرزن. ایران و قضیه ایران، ترجمه وحید مازندرانی، تهران، بنگاه ترجمه و نشر کتاب، ۱۳۴۹، ج ۲، ص ۴۳۹.
۸۳. فضل الله، رشیدالدین. تاریخ مبارک غازانی، تصحیح کارل یان، انگلستان، مطبع ستن اوستین، ۱۹۴۰، ص ۲۰۶.
۸۴. سلطان زاده، حسین. نائین، شهر هزاره های تاریخی، تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی، ۱۳۷۴، ص ۹۳.
۸۵. ابن اخوه. معالم القربه فی احکام الحسبه، ترجمه جعفر شعار، تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب، ۱۳۶۰، ص ۸۲.

۸۶. همان، ص ۱۶۲.
۸۷. همان، ص ۱۷۴.
۸۸. همان، ص ۱۷۴ و ۱۹۶.
۸۹. بلاذری، احمد بن یحیی. فتوح البلدان، ترجمه آذرتاش آذرنوش، تصحیح علامه محمد فرزانه، تهران، سروش، ج ۲، ۱۳۶۴، ص ۶۰.
۹۰. اشپولر، برتولد. تاریخ مغول در ایران، ترجمه محمود میرآفتاب، تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب، ۱۳۵۱، ص ۴۲۹.
۹۱. بلاذری. فتوح البلدان، ص ۶۰.
۹۲. ابن‌اخوه. معالم‌القریه، ص ۶۰، ۸۹، ۱۳۸.
۹۳. همان، ص ۶۲.
۹۴. کمپفر. سفرنامه کمپفر، ص ۱۶۵.
۹۵. همان، ص ۷۵ و ۷۸.
۹۶. نظام‌الملک. سیاست‌نامه، حواشی و تصحیح محمد قزوینی و مدرسی چهاردهی، ج ۲، تهران، زوار، ۱۳۴۴، ص ۵۳.
۹۷. کلاویخو. سفرنامه کلاویخو، ترجمه مسعود رجب‌نیا، تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب، ج ۲، ۱۳۴۴، ص ۲۵۰.
۹۸. برای نمونه نگاه کنید به: جکسن، ویلیامز. ایران در گذشته و حال، ترجمه امیری و بدره‌ای، تهران، خوارزمی، ۱۳۵۷، ص ۳۱۸؛ دروویل. سفرنامه دروویل، ص ۹۰؛ نجمی، ناصر. دارالخلافه تهران، ص ۲۳۳؛ کارستن نیپور. سفرنامه کارستن نیپور، ص ۲۱.
۹۹. سلطان‌زاده، حسین. فضاهای شهری در بافتهای تاریخی ایران، تهران، دفتر پژوهشهای فرهنگی، ج ۲، ۱۳۷۲، ص ۹۲.
۱۰۰. سلطان‌زاده، حسین. نائین، شهر هزاره‌های تاریخی، ص ۹۶.
۱۰۱. کمپفر، انگلبرت. سفرنامه کمپفر، ص ۱۹۴.
۱۰۲. موزر، هنری. سفرنامه ترکستان و ایران، ترجمه علی مترجم، به کوشش محمد گلین، تهران، سحر، ۱۳۵۶، ص ۲۴۰.
۱۰۳. نائینی، میرزا علی خان. سفرنامه صفاء السلطنه نائینی، به اهتمام محمد گلین، تهران، اطلاعات، ۱۳۶۶، ص ۵۲.
۱۰۴. التاریوس، آرام. سفرنامه آدام التاریوس، ترجمه احمد بهپور، تهران، ابتکار، ۱۳۶۳، ص ۸۷.

۱۱۶ بازارهای ایرانی

۱۰۵. مستوفی بافقی، محمد مفید. جامع مفیدی، به کوشش ایرج افشار، ج ۱، تهران، اسدی، ۱۳۴۲.
۱۰۶. ناصر خسرو. سفرنامه ناصر خسرو، ص ۱۱۵.
۱۰۷. دیولافوا. سفرنامه مادام دیولافوا، ترجمه فره‌وشی، ج ۲، تهران، خیام، ۱۳۶۱، ص ۱۹۵.
۱۰۸. پروشانی، ایرج. «مهمترین خصوصیات بازارهای مرکزی شهرهای اسلامی»، دانشنامه جهان اسلام، مقاله بازار، ص ۳۴۰.
۱۰۹. ریمون، آندره. شهرهای بزرگ عربی - اسلامی، ترجمه حسین سلطان‌زاده. تهران: آگاه، ۱۳۷۰، ص ۴۸.
۱۱۰. احمد بن ابی یعقوب. البلدان، ترجمه محمدابراهیم آبتی، تهران، بنگاه ترجمه و نشر کتاب، ۱۳۵۶، ص ۹۰.
۱۱۱. بلاذری. فتوح البلدان، ص ۴۶.
۱۱۲. ملکزاده بیانی. تاریخ مهر در ایران، ج ۱، تهران، انتشارات یزدان، ۱۳۶۳، ص ۱۴.
۱۱۳. مقدسی، ص ۵۸۰.
۱۱۴. موزر، هنری. سفرنامه ترکستان و ایران، ترجمه علی مترجم، به کوشش محمد گلبن، تهران، سحر، ۱۳۵۶، ص ۴۷.
۱۱۵. حدودالعالم، ص ۱۰۷.
۱۱۶. الاصفهانی، محمد مهدی بن محمد رضا. نصف جهان فی تعریف الاصفهان، تصحیح و تحشیه منوچهر ستوده، تهران، امیرکبیر، ۱۳۶۸، ص ۵۰.
۱۱۷. محمد حسن خان اعتماد السلطنه. المآثر و الآثار، به کوشش ایرج افشار، ج ۱، تهران، اساطیر، ۱۳۶۳، ص ۱۱۰.
۱۱۸. ابن بطوطه. سفرنامه ابن بطوطه، ج اول، ص ۴۰۵.
۱۱۹. مقدسی. احسن التقاسیم فی معرفة الاقالیم، ج ۲، ص ۶۴۰.
۱۲۰. بروگش، هینریش. سفری به دربار سلطان صاحبقران، ترجمه کردبچه، ج ۱، تهران، اطلاعات، ۱۳۶۷، ص ۱۸۹.
۱۲۱. مقدسی. احسن التقاسیم فی معرفة الاقالیم، ج ۲، ص ۵۸۲.
۱۲۲. ابن فقیه. مختصر البلدان، ص ۱۱۲.
۱۲۳. احمد بن ابی یعقوب. البلدان، ص ۳۸.

فهرست منابع تصاویر و نقشه‌ها

در این فهرست به منابعی اشاره شده است که تصاویر و نقشه‌ها از آن‌ها مورد استفاده قرار گرفته است، درحالی که در مواردی منبع مورد اشاره ممکن است منبع اصلی نباشد. برای نمونه نقشه بازار اصفهان براساس برخی منابع توسط سازمان میراث فرهنگی تهیه شده، درحالی که این نقشه برای این اثر از کتاب نظری اجمالی به شهرنشینی و شهرسازی در ایران اخذ شده است. در زیر نام منبع و شماره تصویر درج شده است:

آرشیو دفتر پژوهشهای فرهنگی: ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۲۳، ۲۴، ۳۰، ۳۱، ۳۳ تا ۴۱، ۴۴، ۴۵، ۵۶، ۶۰ و ۶۱.
اولیا، محمدرضا و دیگران. یزد نگین کویر، یزد، انجمن کتابخانه‌های عمومی یزد، ۱۳۷۵: ۱۰.
بازن، مارسل. طالش، ترجمه مظفر امین فرشچیان، مشهد مؤسسه چاپ و انتشارات آستان قدس رضوی، ۱۳۶۷: ۹.

توسلی، محمود. ساخت شهر و معماری در اقلیم گرم و خشک ایران، ج ۴، تهران، پیوند، ۱۳۶۰.
جکسن، ابراهیم و. ویلیامز. سفرنامه جکسن، ترجمه منوچهر امیری و فریدون بدره‌ای، ج ۲، تهران، خوارزمی، ۱۳۷۵: ۴۲.

حبیبی، سیدمحسن. سیر تحول شهرنشینی و شهرسازی در ایران، پایان‌نامه تحصیلی، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۵۵: ۱۵.

حیدری، ابراهیم. «گزارش مقدماتی و توسعه و تحول معماری و شهرسازی ارومیه»، تاریخ معماری و شهرسازی ایران، ج ۴، تهران، سازمان میراث فرهنگی کشور، ۱۳۷۵: ۵۴.

دانشدوست، یعقوب. بناهای تاریخی طبس، تهران، سروش، ۱۳۷۶: ۱۶.
دیولافوا، سفرنامه ایران، کلد و شوش، ترجمه فره‌وشی، تهران، خیام، ۱۳۳۲: ۱۱، ۲۲، ۴۸، ۵۱، ۶۳.
ریچاردز، فرد. سفرنامه فرد ریچاردز، ترجمه مهین‌دخت صبا، تهران، نگاه ترجمه و نشر کتاب، ۱۳۴۳: ۵۷، ۶۸، ۶۳.

سلطان‌زاده، حسین. تبریز، خشتی استوار در معماری ایران، تهران، دفتر پژوهشهای فرهنگی، ۱۳۷۶: ۴۶، ۴۷، ۴۹.

سلطان‌زاده، حسین. عکس از مجموعه شخصی: ۲۵، ۲۹، ۵۰، ۵۹.
کیانی، محمدیوسف. شهرهای ایران، تهران، جهاددانشگاهی، ۱۳۶۶: ۲، ۶، ۱۷، ۱۸، ۲۱، ۲۶، ۲۷.
کیانی، محمدیوسف. نظری اجمالی به شهرنشینی و شهرسازی در ایران، تهران، جهاددانشگاهی، ۱۳۶۵: ۵، ۷.

مجموعه آثار معماری سنتی ایران، ج ۲، تهران، سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، ۱۳۷۴: ۸، ۱۲، ۲۰، ۳۶.
هینتنس، والتر. دنیای گمشده عیلام، ترجمه فیروز فیروزیان، ج ۲، تهران، شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، ۱۳۷۶: ۱.

مجموعه از ایران چه می دانم؟

دفتر پژوهشهای فرهنگی منتشر کرده است

۱. گستره فرهنگی و مرزهای تاریخی ایران زمین
ناصر تکمیل همایون
۲. جزیره قشم:
صدف ناشکافته خلیج فارس
علی بلوکباشی
۳. تخت جمشید
حسین سلطانزاده
۴. آبسکون یا جزیره آشوراده
ناصر تکمیل همایون
۵. قالی شویان: مناسک نمادین
قالی شویی در مشهد اردال
علی بلوکباشی
۶. سرگذشت دریای مازندران
ناصر تکمیل همایون
۷. نوروز: جشن نوزایی آفرینش
علی بلوکباشی
۸. فرش ایران
فضل الله حشمتی رضوی
۹. کتیبه های ایران باستان
محمدتقی راشد محصل
۱۰. خلیج فارس
ناصر تکمیل همایون
۱۱. بازارهای ایرانی
حسین سلطانزاده
۱۲. سینمای ایران
محمد تهامی نژاد
۱۳. مرزهای ایران در دوره معاصر
ناصر تکمیل همایون
۱۴. بانک و بانکداری در ایران
منیره ربیعی رودسری
۱۵. سامانیان: دوره شکوفایی فرهنگ
ایرانی - اسلامی
محمد رضا ناجی
۱۶. مازندران
وحید ریاحی
۱۷. کلیساهای ارامنه ایران
لینا ملکمیان
۱۸. نخل گردانی: نمایش تمثیلی از جاودانگی حیات شهیدان
علی بلوکباشی
۱۹. گاه شماری ایرانی
موسی اکرمی
۲۰. لارستان
محمدباقر وثوقی
۲۱. شیخ بهایی
محسن دامادی
۲۲. ایرانیان ارمنی
آندرانیک هوپان
۲۳. تنگه هرمز
غلامرضا زعیمی
۲۴. راه و راه سازی در ایران
منوچهر احتشامی
۲۵. تاریخ ایران در یک نگاه
ناصر تکمیل همایون
۲۶. دادرسی و نظام قضایی در ایران
سیدحسن امین

۲۷. نادرشاه افشار

رضا شعبانی

۲۸. نهضت جنگل: زمینه‌های اجتماعی

شاپور رواسانی

۲۹. اردبیل

داریوش به‌آذین

۳۰. کوروش کبیر

رضا شعبانی

۳۱. جامعه ایلی در ایران

علی بلوکباشی

۳۲. دریانوردی در ایران

حسین نوربخش

۳۳. زبان و ادبیات ایران باستان

زهره زرشناس

۳۴. زرتشتیان

کتایون مزدآپور

۳۵. ایران باستان

نادر میرسعیدی

۳۶. بنادر ایران در خلیج فارس

حسین نوربخش

۳۷. راه آهن در ایران

منوچهر احتشامی

۳۸. ایرانیان آشوری و کلدانی

ژاسنت صلیبی

۳۹. اوستا: «ستایش‌نامه‌ی راستی و پاکی»

محمدتقی راشد محصل

۴۰. داریوش بزرگ

رضا شعبانی

۴۱. نظامی گنج‌ای

بهروز ثروتیان

۴۲. خسرو و شیرین

بهروز ثروتیان

۴۵. تهران

ناصر تکمیل همایون

در دست انتشار

☐ پوشاک ایرانیان / پیمان متین

☐ جشن‌های ایرانیان / عسکر بهرامی

☐ عین‌القضاة / هاشم بناءپور

☐ لیلی و مجنون نظامی گنج‌ای

بهروز ثروتیان

☐ خوارزم / ناصر تکمیل همایون

☐ تقسیمات کشوری / بهرام احمدیان

☐ فرایند تکوین حماسه ایران

جلیل دوستخواه

☐ خوش‌نویسی ایران / لیلا برات‌زاده

☐ هنر قلمزنی در ایران / منوچهر حمزه‌لو

In the name of God

What do I know about Iran? / 11

Iranian Bazzars

Husayn Sultanzade



Cultural Research Bureau