

مقایسه تطبیقی نظام معماری بازار قیصریه اصفهان و بازار وکیل شیراز با رویکرد کالبدی

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۳/۲۰

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۳/۲۵

کد مقاله: ۷۷۹۰۴

علیرضا مشبکی اصفهانی^۱، محمدرضا مشبکی اصفهانی^۲

چکیده

بازارهای ایرانی یکی از مهم ترین بخش های تشکیل دهنده ساختار شهر در شهرهای تاریخی و فرهنگی باستان بوده اند. این بازارها علاوه بر تاثیرگذاری بر ساختار کلی شهر و شکل گیری محله ها، به عنوان یکی از مظاهر مهم معماری، در میان مردم از اهمیت برخوردار بوده و در جهان نام آور شده اند. هدف این مقاله شناسایی و استخراج مولفه های تاثیر گذار در معماری دوره های صفویه و زندیه در جهت کاربست مجدد در فضاهای دوره معاصر می باشد. نمونه های بررسی شده در این مقاله بازار قیصریه اصفهان و بازار وکیل شیراز می باشد. این تحقیق بر اساس شیوه توصیفی - تاریخی با رویکرد کیفی و نگرش کالبدی صورت گرفته است. نحوه گردآوری اطلاعات در بخش ادبیات و پیشینه پژوهش با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و میدانی و بررسی اسناد تاریخی و در بخش تحلیل با منطق قیاسی انجام شده است. نتایج حاصل از این تحقیق کمک بسیاری به بازشناسی جایگاه و پیشینه ی تاریخی شهرهای اصفهان و شیراز، همچنین میزان اهمیت و رونق آن در زمان های گذشته خواهد کرد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

واژگان کلیدی: بازار، بازار قیصریه اصفهان، بازار وکیل شیراز، نگرش کالبدی

۱- عضو هیئت علمی گروه معماری دانشگاه پیام نور استان تهران، ایران (نویسنده مسئول) alirezamoshabaki@yahoo.com

۲- کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری

۱- مقدمه

بازار به عنوان مکانی برای داد و ستد و تبادل کالا، از گذشته در بین جوامع ایرانی حضور داشته است. با افزایش تولید کالا و تبادل، نیاز به مکانی برای حضور مستمر در شهرها احساس گردید. در طول زمان، حکام در مسیر اصلی بازرگانان در شهرها فضایی را جهت احداث بازار بوجود آوردند. علت اصلی آن، داشتن دسترسی آسان به بازار و ارتباط سریع به دیگر مناطق بود. رفته رفته مردم گردگرد بازار جهت اسکان، حضور یافتند و بازار به عنوان استخوان اصلی شهر، شکل ساختاری مناطق پیرامون را ساماندهی کرد. با گسترش شهرها، بازارها گسترش یافتند و علاوه بر داد و ستد، صنایع و کارگاه‌های تولیدی، مکانی برای تعاملات اجتماعی گردیدند. خطی بودن بازار به عنوان هسته اصلی اقتصادی شهر موجب اتصال فضاهای عمومی شهری و سکونتی مانند مسجد، مدرسه، تیمچه، حمام و از این قبیل شد. در نتیجه بازار به مکانی اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی تبدیل گردید. هدف این مقاله شناسایی و استخراج مولفه های تاثیر گذار در معماری بازارهای دوره های صفویه و زندیه در جهت کاربست مجدد در فضاهای دوره معاصر می باشد. نمونه های بررسی شده در این مقاله بازار قیصریه اصفهان و بازار وکیل شیراز می باشد.

بازار قیصریه اصفهان یکی از بزرگ ترین، مهم ترین و جالب ترین بازار های ایران و حتی جهان اسلام می باشد. بازار قیصریه اصفهان از قدیم، نه تنها به عنوان مکانی برای مبادلات اقتصادی و تجاری بوده، بلکه امور دینی، فرهنگی و سیاسی در آن جا نیز انجام می گرفته است. مجموعه ای از مسجد، مدرسه، حمام، راسته، کاروانسرا و تیمچه در درون بازار قرار گرفته است. علاوه بر این بازار قیصریه اصفهان به عنوان یکی از هنرهای معماری و بناهای تاریخی دارای عظمت و شکوه ویژه ای است و از جهت تهیه کالا و وسوغاتی و صنایع دستی همواره مورد توجه سیاحان و بازدید کنندگان مختلف بوده است. بازار وکیل شیراز نیز در زمان کریمخان زند استخوان بندی اصلی شهر را شکل داد. این بازار با اتصال فضاهای عمومی شهری و سکونتی، مکانی اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی محسوب می شد. پس از ورود تکنولوژی از غرب، خیابان، عنصر مهمی در شهر به حساب آمد. خیابان ها باعث شکافته شدن بافت شهری شدند و بدنه های شهری را به صورت خطی به وجود آوردند. این اتفاق، باعث به وجود آمدن بدنه های تجاری در حاشیه خیابان گردید که رقبی برای بازار محسوب می شد. در این تحقیق سعی شده با مقایسه تطبیقی که به روش کتابخانه ای و بررسی اسناد تاریخی انجام گرفته بازار قیصریه اصفهان که مربوط به عصر صفوی و بازار وکیل شیراز که مربوط به عصر زندیه می باشند با هم مقایسه شوند و در نتیجه به بازشناسی جایگاه و پیشینه ی تاریخی شهرهای اصفهان و شیراز و همچنین به شناخت میزان اهمیت و رونق آن در زمان های گذشته کمک کند.

۲- پیشینه تحقیق

با توجه به موضوع مقاله، پیشینه ی پژوهش را می توان به سه دسته تقسیم کرد: پژوهش های انجام شده در رابطه با بازار، بازار قیصریه اصفهان و بازار وکیل شیراز. این تحقیق با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و بررسی اسناد تاریخی بررسی شده است. در جدول ذیل به چند نمونه از این اسناد می پردازیم.

جدول ۱: پیشینه پژوهش، (منبع: نگارنده)

عنوان	تویسنده	سال	هدف	نتایج
بازارهای ایرانی	حسین سلطانهزاده	۱۳۸۰	تحقیق در رابطه با بازار در رشته های مختلف با رویکردهای گوناگونی همچون رویکرد: معماری، اجتماعی، جغرافیایی، اقتصادی و... انجام گرفته است.	به معرفی و بررسی بازارهای ایرانی پرداخته است.
بازار بزرگ اصفهان	سیروس شفق	۱۳۸۴		
بازار در شهرهای ایرانی از مجموعه شهرهای ایران	یوسف کیانی	۱۳۶۴		
ریخت شناسی بازار	آزیتا رجبی	۱۳۸۵		
بازارهای ایرانی تجسم اندیشه های پایدار	آزیتا رجبی و افشین سفاهن	۱۳۸۸	بررسی تجسم اندیشه های پایدار در ساختار و عملکرد بازارهای ایرانی پرداخته است.	
کنفرانس بین المللی مهندسی عمران، معماری و توسعه پایدار شهری، تبریز	بهروز اقبالی، سیمین غلامی و امیرحسین سماوات	۱۳۹۲	بازآفرینی الگوهای کالبدی بازار سنتی در طراحی بازارهای عمودی (نمونه مورد مطالعه: بازار شهر همدان)	الگوها اصولی محدودند، اما امکان را می دهند که بناهایی با ارزش خلق شود. همچنین با شناخت الگوها و به کارگیری آنها، می توان در یک فرایند خلاقه طراحی به معماری بدیع رسید.

عنوان	تویسنده	سال	هدف	نتایج
نقش سرمایه اجتماعی در وضعیت اقتصادی بازارهای سستی در ایران	محمد رضا پورجعفر و علی پورجعفر	۱۳۹۰	تبیین مفاهیم سرمایه اجتماعی در ایران و در خارج از کشور، بازارهای سستی در شهرهای بزرگ همچون تهران، تبریز و اصفهان از نظر نقش سرمایه اجتماعی در وضعیت اقتصادی آن‌ها را مورد پژوهش قرار داده است.	

۳- ادبیات پژوهش

مفهوم بازار جایگاه معنایی واژه بازار در متون فارسی

بازار واژه ای فارسی است که در فارسی میانه به آن «وازار» در فارسی پهلوی «واچار» ، و در پارسی هخامنشی به آن «آباکاری» (مرکب از «آبا» به معنی محل اجتماع و «کاری» به معنی چریدن و گردیدن است)، گفته می شده است. لغت فرانسه بازار از پرتغالی گرفته شده و پرتغالیان نیز از ایرانیان گرفته اند (لغت نامه دهخدا، ۱۳۷۷).

- بازار به معنای خرید و فروش کالا و خوراک و پوشاک ؛ دو رسته از دکان های بسیار در برابر یکدیگر که غالباً سقفی آن دو رسته را بیکدیگر می پیوند ؛ میدان داد و ستد (همان).
- محل خرید و فروش کالا (فرهنگ فارسی معین، ۱۳۶۳).
- جای داد و ستد و خرید و فروش کالا؛ محل اجتماع و داد و ستد فروشندگان و خریداران؛ کوچه سرپوشیده که دارای چندین مغازه یا فروشگاه باشد (فرهنگ لغت عمید، ۱۳۷۱).
- محل اجتماع، محل دادوستد، کانون شورش ها و اعتصاب ها، سیاستمداری ها، محل پخش اطلاعات، مراوده و گاهی اوقات نقش مکانی امنیتی را نیز ایفا می کرده است. در جشن ها بازار را چراغانی، آینه بندی و آزرین بندی می کردند (پیرنیا، ۱۳۹۱: ۱۲۰).

از آنجاکه محیط زیست انسان؛ ساختار ادراک و شناخت و زبانی که با آن تکلم می کند ارتباطی تنگاتنگ باهم دارند با یک نگاه کلی به واژه ها و اصطلاحات مورداستفاده امروز متوجه می شویم که واژه های مورد استفاده امروز و معمول مردم بسیار نادر و بعضاً وارداتی هستند. «پاساژ» ، «مال» ، «سیتی سنتر» نمونه های بازاری از این دست واژه ها به شمار می رود، این واژه ها برخلاف واژه های موجود در زبان فارسی بیشتر به جنبه های کمی می پردازد و مانند بسیاری از واژه های فارسی که ما را با تجربیات و نوع نگاه گذشتگان آشنا می کرد جنبه کیفی ندارند (عباسی، حبیب و مختاباد، ۱۳۹۴: ۱۶۱).

بررسی واژگان حوزه های معنایی می تواند به نوعی نشان دهنده طرز تفکر و جهان بینی مردم متکلم به یک زبان باشد. چراکه تعدد واژه ها در یک حوزه معنایی اهمیت آن حوزه را در یک جهان زبانی- فرهنگی خاص نشان می دهد. «وارون» در همین ارتباط اعتقاد دارد که واژه های زبان در زمینه هایی که به لحاظ فرهنگی مهم ترند تمایزاتی به مراتب بیشتر از زمینه های دیگر پدید می آورند. از نگاهی دیگر تعدد واژه ها در یک حوزه معنایی می تواند راهی برای اشاره به ابعاد و جنبه های مختلف یک پدیده و نحوه تکامل آنها باشد (براتی و زرین قلم، ۱۳۹۲).

بازار واژه ای ایرانی است که به سایر تمدن ها نیز راه یافته است به گونه ای که واژه فرانسوی بازار از طریق پرتغالی ها از ایران گرفته شده است. قدمت این واژه به متون پهلوی و پارسی باستان می رسد و می توان با مراجعه به فرهنگ لغات دهخدا، معین، عمید و متون ادبی زبان فارسی واژگان بسیاری را برگرفته از واژه بازار و مترادف های آن مشاهده نمود که نشان دهنده غنای ادبی و فرهنگی ما هست. حوزه معنایی بازار در جهان زبانی- فرهنگی ایرانی بسیار متنوع و متفاوت از زبان های دیگر هست. خاص بودن این عنصر را می توان از تعداد واژه ها و مفاهیم متفاوت موجود در آن ها مشاهده کرد. بسیاری از این واژه ها به مسائل کیفی و مسائل رفتاری توجه دارند که برگرفته از ویژگی چندمنظوره بازارهای ایرانی است. بازار ایرانی با تنوع عملکردی و محوریت فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی خود توانسته در بعد زمانی انبوهی از تجارب را در خود نهفته دارد. تنوع واژه ها و اشارات آن ها می تواند به شناخت کامل تر بازار کمک کند و فهم و درک ما را نسبت به این فضای ارزشمند معماری و شهری بیشتر نماید، مفاهیم موجود در واژه های مرتبط با بازار را می توان در جدول ۱ به این صورت دسته بندی کرد، این دسته بندی می تواند تأکید نگاه

کمی فضاهای جدید را به سایر ابعاد مدنظر معماری ایرانی جلب کند و از این طریق بر پایه تجربیات گذشته و فرهنگ کشورمان به نیازهای آینده پاسخ گفت (عباسی، حبیب و مختاباد، ۱۳۹۴: ۱۶۲).

جدول ۲- بررسی مفاهیم واژه های مرتبط با بازار در متون فارسی، (منبع: عباسی و دیگران، ۱۳۹۴)

مفهوم	ویژگی های مورد توجه	نمونه واژه
کالبدی	اندازه و مقیاس	بازارچه، بازارگاه، بازارگه، تیمچه، راسته، رسته، سوق، میدان، قیصریه، کوی سوداگران، مغازه، دکان، دکه، حجره
کاربری	محل خرید و فروش کالا؛ اشاره به محصول عرضه شده در بازار	معامله، خرید و فروش، کوی سوداگران، مغازه، دکان، دکه، بازار مسگرها، بازار اسب، بازار مرغ، بازار صحاف ها
معنوی	نیرنگ، فریب، پیشامد، ماجرا، بهانه، بیهودگی، مجازا ارزش و اعتبار، شلوغی و ازدحام، بی نظمی، بی حسابی و بی ترتیبی، رونق داشتن، لاف زدن، رفتار؛	بازار آراستن، بازار امکان و بازار جهان، بازار برچیدن، بازاریه شدن، تیره شدن، بازار تیز و گرم، میانجی دیدن بازار کسی را، تیز بازار، بازار ساختن، بازار شام، شاداب بازار، بازار کاسد، بازار کسی برافروختن، بر سر بازار بودن، روز بازار کسی بودن، خر بازار، دزدبازار، شلوغ بازار، مست بازار، بازار ناروا شدن، بازار گرم داشتن؛
کیفی	جنبه هایی مانند کیفیت محیط و جنس کالاهای عرضه شده؛	قیصریه، تیمچه، سرا، دکان؛
موقعیت زمانی و مکانی	با توجه به زمان و موقعیت مکانی بازار، نام بازار از آنها گرفته شده است.	بازار مکاره، جمعه بازار، شنبه بازار، دوشنبه بازار، بازار بزرگ، بازارچه بلند، بازار تهران؛

۳-۱- بازارهای سنتی ایران

بر اساس اسناد و مدارک موجود، پیشینه بازارها در ایران به چند هزار سال قبل از میلاد می رسد. بر اساس اطلاعات موجود در منابع تاریخی، از اوایل قرن اول هجری به بعد در بسیاری از شهرهای جدید و کامیاب همه شهرهای قدیمی بازارهایی دایمی با فضای ساخته شده وجود داشت. از دوره سلجوقیان به بعد شاهد شکوفایی بازار در فضاهای شهری ایران می شویم و در دوره صفویه به دلیل برقراری امنیت کامل و توسعه روابط خارجی و گسترش مبادلات تجاری، رونق بازار به اوج خود می رسد (سلطانزاده، ۱۳۸۰). بازار مهم ترین عنصر شکل دهنده شهر، چه در فضایی سیاسی- اقتصادی و چه در فضایی اجتماعی- فرهنگی و چه اقتصادی- مذهبی بود و نتیجه خواسته ها و اهداف آن نیز بر چهره و اندام کالبدی شهر واقعیت می بخشد (فلامکی، ۱۳۵۷).

بازار اصلی شهر معمولاً در امتداد مهمترین راه های شهر شروع شده و تا مرکز شهر امتداد می یابد. موقعیت و جایگاه شهری بازار و فضاها و مراکز مهم شهر در امتداد آن و هم چنین نقش و منزلت بازاریان در زندگی شهری باعث می شد که بازار صرفاً در حد یک فضای اقتصادی باقی نماند، بلکه تبدیل به فضایی برای بسیاری از فعالیت های اجتماعی شود. از جمله مکانی برای برگزاری مراسم عزاداری و جشن های ملی و مذهبی، ضمن اینکه فضای مطلوب داخلی و سرپوشیده آن این امکان را فراهم می کرد که به مکانی برای تفریح و گذران اوقات فراغت تبدیل شود (پورجعفر، ۱۳۹۰).

اگرچه بازارها در ابتدای امر با اهداف اقتصادی ساخته شده اند، ولی ویژگی کالبدی و معماری آن به گونه ای بوده که آن ها را تبدیل به دنیایی از فعالیت ها، تعاملات اجتماعی و اتفاقات شهری نموده است (محمد مرادی، ۱۳۸۹). بازارهای ایرانی متأثر و مبین باورهای دینی، آیین های عبادی، سنت های بومی و فرهنگی، ویژگی های جغرافیایی، عملکردهای اقتصادی، ساختارهای حاکمیتی و رفتارهای اجتماعی مردم می باشند. از این رو با تبعیت از هر یک از موارد فوق تصاویر متنوعی را از خودارائه نموده اند که منجر به تنوع فضاهای بازار بوده و قدرت انطباق پذیری و ارزش این فضاها را متجلی می سازند (رجبی و سفاهن، ۱۳۸۸، ۱۱۷). همچنین بازارها به جهت اینکه شالوده ای بودند که کلیه فعالیت های عمومی شهر را در خود متمرکز می کردند، از نقطه نظر اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مرکز شهر به حساب می آمدند. همچنین با گذشت زمان و تقویت نقش تعیین کننده بازارها در سرنوشت شهر، مرکزیت بازار نیز تا حد جامعیت آن در تعیین خطوط اصلی زندگی شهروندان توسعه می یابد (فلامکی، ۱۳۵۷، ۱۴۰).

۲-۳- انواع بازار ایرانی

در این گونه شناسی بر حسب تعامل و هماهنگی بین عناصر اصلی بازار همچون راسته ها و خان ها، شکل بازارها به موارد زیر تقسیم می شود:

- ۱- بازار خطی: راسته ای که در جهت طولی از یکی از دروازه ها شروع و تا مرکز شهر یا دروازه های دیگر امتداد یافته است، و خانه ها و راسته های فرعی در دو سوی آن جایی دارد (سلطانزاده، ۱۳۸۰).
- ۲- بازار متقاطع (صلیبی): ترکیب دو بازار خطی عمود بر هم است، که در محل تقاطع به صورت چند محوری تراکم یافته است.
- ۳- بازار چند محوری: شبکه ای گسترده از راسته های موازی یا متقاطع که مجموعه ای از خان ها و سراها را در بر می گیرد. این بازارها هم در جهت طولی و هم در جهت عرضی گسترش یافته اند (اقبالی درخشان و همکاران، ۱۳۹۲).
- ۴- بازارهای منظومه ای: ترکیبی از مجموعه های متعدد بازار با اشکال مختلف که به دور یکدیگر تنیده اند (رجبی، ۱۳۸۶). مجموعه ای بزرگی از راسته ها و بازارهای سرپوشیده که بی فاصله در مجاورت یکدیگر قرار گرفته اند و خان ها به شکل کمربندی آن ها را احاطه کرده اند (شفقی، ۱۳۸۵).

۳-۳- عناصر و فضاهای بازار

بازارهای ایرانی از عناصر ساختاری هویت بخشی تشکیل شده اند که هر یک به عنوان عنصری معنایی با تنوع بصری به تبعیت از محیط به پایدار آن در طول قرون منجر شده است. این عناصر عبارتند از:

- ۱- راسته: راسته ها مسیره های اصلی بازارها هستند که یا موازی و یا متقاطع بوده اند. به محل قطع دو راسته اصلی چهارسو یا گفته می شود (پیرنیا، ۱۳۹۱، ۱۲۳). هر بازار شامل چند راسته اصلی و چندین راسته فرعی می باشد (HIAP، ۱۳۹۵).
- ۲- رسته: به معنی صنف است و در بخش های مختلف راسته اصلی قرار می گرفته، مثل رسته گیوه فروشها و رسته مسگرها (HIAP، ۱۳۹۵، ۶).
- ۳- دالان: فرق دالان با رسته این است که در دالان در کنار جنس های مشابه جنس های مختلفی نیز وجود داشته است (HIAP، ۱۳۹۵، ۶).
- ۴- سرا یا خان: همان تجارت خانه بوده است. نمونه جنس از آنجا تحویل گرفته شده و در جاهای مختلف پخش می شده است (پیرنیا، ۱۳۹۱، ۱۲۴). خان یا سرا در حقیقت به کاروانسراهایی گفته می شود که در سرتاسر طول بازار برای کارهای تجاری مورد استفاده قرار می گرفتند (کیانی، ۱۳۶۴).
- ۵- خانبار: محل انبار و کار روی جنس بوده است. جنس ها از راهی به نام پس کوچ در خانبارها را خالی می شده است (HIAP، ۱۳۹۵، ۶).
- ۶- تیم یا تیمچه: مرکز چند تجارت خانه مشابه بوده و به معنی چیز گرد و جمع و جور و وسیع می باشد (پیرنیا، ۱۳۹۱، ۱۲۵). تیم شامل یک حیاط با فضای باز در وسط آن و مقدار زیادی حجره در پیرامون فضای باز می باشد که حیاط آن محل بار انداز بوده و مجموع فضای آن به عرضه کالاهایی خاص اختصاص دارد (رجبی، ۱۳۸۸، ۷۷). تفاوت تیم و تیمچه در این است که در تیمچه ها تنها یک نوع تجارت در آن صورت می گیرد ولی تیم ها ممکن است محل تجارت چند نوع کالا باشد.
- ۷- قیصریه: به معنی سرای دراز است و محل کار صنعتگران و پیشه وران ظریف کار مانند زرگران، گوهریان و ... بوده است (پیرنیا، ۱۳۹۱، ۱۲۵). قیصر در زبان فارسی به معنای «سزاروم» است و قیصریه یا سزاریه به معنای محل فروش کالاهای گرانبهایی همچون طلا و پارچه های قیمتی بوده که نام آن از بازارهای روم شرقی اقتباس شده است (رجبی و سفاهن، ۱۳۸۸: ۱۱۹).
- ۸- دکان: دکان ها متناسب با کالایی که در آن عرضه می شده شکل و ابعاد خاصی داشته است (پیرنیا، ۱۳۹۱، ۱۲۵). به عقیده برخی از صاحب نظران در حقیقت عنصر اساسی مرکز تجاری شهر دکان بوده که تجلیگاه عرصه جمعی آن بازار را به وجود می آورد (ریمون، ۱۳۷۰، ۵۱).

جدول ۳- انواع کارکردهای بازار های سنتی، (منبع: رجیبی، ۱۳۸۶)

کارکردهای بازار	اقتصادی		مذهبی، اجتماعی، ارتباطی، فرهنگی و خدماتی	
	نقش تجاری	نقش تولیدی و تجاری	نقش مذهبی	نقش اجتماعی و خدماتی
عناصر کالبدی بازار	- دکان - حجره - تیمچه - تیج - خان - راسته - چهار - سوق	- کارگاه - کاروانسرا - یا سرا - باراندازها - یا بارگیر	- مسجد یا - مسجد جامع - حسینیه - تکیه - مدارس و - حوزه های - علمیه - امام زاده	- حمام - زوارخانه - سقاخانه - چایخانه - و قهوه خانه - غذاخوری - سلمانی



تصویر ۱: ویژگی های نظام کالبدی بازار، (منبع: عباسی و دیگران، ۱۳۹۴)

۴- روش تحقیق

هر پژوهش علمی نیازمند یک روش تحقیق مناسب با موضوع خود است. اساس یک تحقیق علمی تداوم در مسیر پژوهش است. روش این پژوهش از نوع توصیفی، تاریخی می باشد. برای گردآوری داده ها از دو روش مطالعات کتابخانه ای- میدانی و بررسی اسناد تاریخی استفاده شده است. با مقایسه تطبیقی ویژگیهای کالبدی در معماری بازار قیصریه اصفهان و بازار وکیل شیراز، اهداف کاربردی این پژوهش محقق می گردد.

۴-۱- بازار عصر صفوی

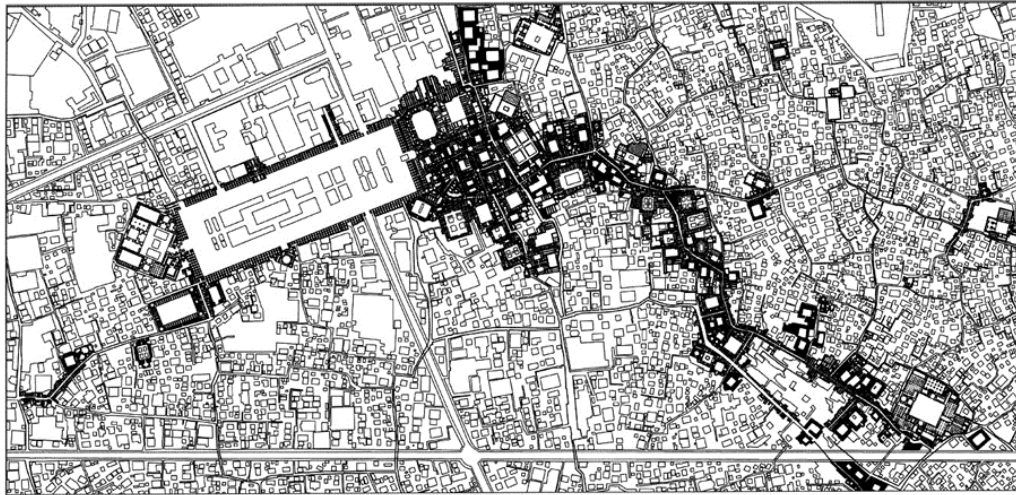
اگرچه در دوره ای ایران باستان به پیشه وری و بازرگانی اهمیت داده می شد اما با ظهور اسلام بود که اهمیت و منزلت بیشتری یافت و خلفا و حکام نه تنها مانع تجارت نبودند بلکه به حمایت و تشویق نیز می پرداختند. ویل دورانت می گوید: «مسلمانان، چون

اشراف اروپا، بازرگانان را تحقیر و تمسخر نمی کردند بلکه ارزش و احترام خاصی برای این قشر قائل بودند» (دورانت، ۲۶۷). از قرن چهارم هجری بسیاری از شهرهای بزرگ اسلامی با توسعه شهر و افزایش جمعیت گسترش یافت؛ به خصوص که اصفهان در محل عبور و مرور کاروان های بزرگ تجاری از نقاط مختلف بود. ناصر خسرو که در قرن پنجم هجری از اصفهان دیدن کرده است می گوید: «اصفهان از همه شهرها آبادان تر است و در آن بازار های بسیاری است. بازاری دیدم از آن صرافان که اندر آن دویست مرد صراف بود و هر بازاری را دربندی و دروازه ای است» (ناصرخسرو قبادیانی، ۱۳۶۳: ۱۶۶).

بازار اصفهان در دوره های مختلف تاریخی همچنان به توسعه و تکامل خود ادامه داد تا اینکه در دوره صفوی به اوج خود رسید. دوره صفویه، در تاریخ ایران، نقطه عطفی است که در شکوفایی فرهنگ و تمدن ایران تاثیر به سزایی داشت. هوشیاری سیاسی شاهان صفوی به ویژه شاه عباس اول و اقداماتش در جهت توسعه و آبادانی کشور، موجب ایجاد امنیت و پیشرفت روزافزون در مسائل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و... شد. شاه عباس با انتقال پایتخت از قزوین به اصفهان در سال ۱۰۰۶ هجری، باعث رونق و پیشرفت این شهر شد. وی معماران و شهرسازان کارآموده را با توجه به آگاهی های شهرسازی به کمک طلبد. راجر سیوری در این خصوص می گوید: «بدایت شهرسازی شاه عباس در جسارت خیال و مقیاس عظیم طرح بود، که مشتمل بود بر بنای پایتختی بزرگ با خیابان ها، قصرها، دیوانخانه ها، مساجد، مدارس، حمام، قلعه ها، باغ ها و بازارها و کاروانسراها» (سیوری، ۱۳۷۴: ۱۵۲). در این زمان تجارت و بازرگانی به دلیل توجهات شاه عباس رونق فراوانی یافت. تجار در تجارت های دراز مدت خیره بودند. آنها معاملات خویش را از عمارات یا دکان های جدیدالاحداث در میدان نقش جهان یا بازار قیصریه می چرخاندند. این گروه رابطه نزدیکی با شاه و امیران اعظمش داشتند و از سوی جامعه صفوی از حمایت بالایی برخوردار بودند. شاردن در این مورد می نویسد: «تجارت در مشرق زمین پیشه بسیار محترمی است و در میان حرفه هایی که از ثبات بیشتری برخوردارند و سرنوشتشان در معرض تغییر کمتری است، بهترین شغل می باشد و این به دلیل توجه رجال عالی رتبه و شاه به امر تجارت است» (شاردن، ۱۳۴۵). در کنار تجارت و بازرگانی، بازار نیز رونق و وسوسامان گرفت و بازارهای بسیاری شکل گرفت تا نیازهای مردم را تامین کنند. شهرسازان عصر صفوی در برنامه ریزی شهری خود به توسعه مراکز اقتصادی اصفهان بیش از پیش توجه داشتند به همین جهت توسعه بازار در سمت جنوب شهر قدیمی توجه زیادی شد و کاروانسراها، سراها و بازارها در کنار هم پدید آمد (شفقی، ۱۳۸۵: ۱۲۳). تا عصر صفویه تنها محور شهر را بازار تعیین می کرد، اما از عصر شاه عباس اول به بعد محور توسعه چهارباغ نیز که از فعالیت های عمرانی و شاهکارهای شهرسازی آن دوره بوده است، به آن اضافه شد (همان: ۱۱۴). قدیمی ترین منبع تاریخی دوره صفویه، قدمت بازار اصفهان را در سال ۱۰۰۰ هجری ذکر می کند و می نویسد: در اوایل این سال طرح میدان و بازار اصفهان و قیصریه نمودند (منجم، ۱۳۶۶: ۱۱۳). در مسیر بازارهای این دوره مجتمع های فرهنگی چون مدارس، مساجد و دارالشفای که از نیاز های روزمره مردم بود ساخته می شد. بازار اصفهان در دوره صفوی مینا و الگویی برای شهرهای ایران و حتی دیگر شهرهای قلمرو اسلامی شد. با احداث میدان نقش جهان بازارهای قدیمی واقع در بخش شمالی شهر به سوی میدان نقش جهان کشیده شد و دور تادرو آن ایجاد گردید. بازارهای مربوط به دوره صفوی در اصفهان شامل بازارگلشن یا چارچی باشی، بازارچه ریسمان، چهارسووبازار علیقلی آقا، بازار تفنگ سازها، بازارزرگرها، بازارعلیقلی آقا، بازار مسگرها و ترکش دوزها، بازار قنادها، بازارلباف ها و آهنگران، بازار رنگرزا می باشد.

۴-۲- بازار قیصریه اصفهان

بازار شهرهای اسلامی به ویژه بازار اصفهان جلوه های زیبا از قبیل معماری، نقاشی، خوش نویسی، گرافیک، کاشی کاری، تئاتر، موسیقی و ادبیات بوده است. بازار اصفهان یکی از بزرگ ترین و جالب ترین بازارهای شهرهای ایران و حتی جهان اسلام است. این بازار از نظر اصالت، قدمت، معماری و هنرهای زیبایی همناست. بازار اصفهان در طول تاریخ به ویژه در دوره تاریخی (آل بویه، سلاجقه، صفویه) امکان رقابتی سالم را برای هنرمندان، صنعتگران و صاحبان حرف گوناگون فراهم آورده و به موجبات پیشرفت و تعالی مشاغل مختلف خصوصاً هنرهای زیبا بوده است و در طی ده قرن گذشته، پیوسته مرکز تجارب فنی، خدماتی و علمی بوده و از نسلی به نسل دیگر انتقال یافته است (شفقی، ۱۳۸۵). بازار بزرگ اصفهان شامل راسته ها، سراها، تیمچه ها، مساجد، چارسوق ها و مدرسه هایی است که طی چند قرن شکل گرفته است.



تصویر ۲: پلان بازار بزرگ اصفهان و بافت مسکونی اطراف آن

محدوده مورد مطالعه بازار قیصریه می باشد. در شمال میدان نقش جهان و روبروی مسجد امام، سردرهای شکل و کاشیکاری عالی دیده می شود که به نام قیصریه مشهور است. بازار قیصریه به دستور شاه عباس اول و به دست معمار معروف صفویه، استاد علی اکبر اصفهانی در سال ۱۰۱۱ هجری ساخته شد (شفقی، ۱۳۸۵، ۱۵۰). بازار قیصریه میدان نقش جهان را به میدان هارون ولایت متصل می کند. شاردن می نویسد: «ایرانیان این بازار را قیصریه می نامند که از کلمه قیصر آمده است و در زبان فارسی به معنای سزار است. در کتب ایرانی سزاریه را قیصریه می نامند و شاه عباس این نام را به آن داده است چون می گفت این سردر را مطابق طرح رواق سزاریه (شهر قیصریه) پدید آورده است (شاردن، ۱۳۴۵: ۱۳۱). شاید انگیزه اصلی از ساخت درگاه قیصریه همانا تقارن در معماری و هماهنگی سازی بلندای درگاه ورودی با بلندی مسجد امام بوده است. دلاواله می گوید: «بالا و پایین میدان، دریک سوم مسجد جدید دیگری در حال احداث است و دردیگرسوی (به سوی بازار) منظره ای مشابه، با ایوانی ستون دار که بر فراز ایوان ها واقع شده است. (بلیک، ۱۳۸۸: ۱۲۲) در طرفین دو سکوی سنگی بزرگی وجود دارد که از سنگ سماق است و در قدیم جواهر فروشان و زرگران بساط خود را در روی آن پهن کرده و جواهرات خود را به فروش می رساندند. در بالای سردر، در دو پشت بغل، کاشیکاری بسیار عالی وجود دارد که به شکل قوس و کمان (تصویری که نیم تنه ای مانند انسان و نیمه دیگری به شکل ببر است) و اکنون نیز سبمل شهر اصفهان است، نقش شده است. می گویند چون بنای اصفهان ویا این سردر، در ماه قوس بوده است از این جهت شکل ستاره قوس را به روی بنای قیصریه و بازار شاهی انتخاب نموده اند؛ در وسط شکل خورشیدی به طرز عالی و زیبایی وجود دارد (نیکزاد، ۱۳۳۸: ۸۵). آنچه از نقاشی های سردر قیصریه در حال حاضر جالب و قابل نگهداری است، نقاشی های جبهه های غربی سردر است که موضوع آن معرفی شکارگاه شاه عباس اول است و شاه عباس را در حال شکار نشان می دهد. نقاشی اثر رضاعباسی است. (هنرفر، ۱۳۵۰: ۴۶۵) در داخل سردر، نقاشی های بسیار عالی وجود دارد که به مرور زمان خراب واز بین رفته است و تصویر یکی از جنگهای شاه عباس با ازبکها است. در بالا و پایین سمت راست تصاویر زیادی است که مردان و زنان اروپایی را در حال عیش و نوش و جام در دست نشان می دهد. در این نقاشی معنا و مفهوم عمیقی وجود دارد. به اعتقاد مردم آن زمان که شاه عباس را نماد خودشان وکشورشان می دانستند، به یک تعبیر نماد دلآوری ایران برای حفظ قدرت، ثروت و مملکت و آن صفحه شکار نماد فراغت و نشاط و شادمانی است. (موسوی، ۷۷) در قسمت بالا دریچه ای است که در قدیم جای ساعت بزرگی بود و در ساعات روز زنگهای مختلفی می زده و پاندولش باعث حرکت بازی های گوناگون به اشکال منقش مانند پرندگان و حیوانات که از چوب نقاشی شده می گردید. شاردن و تاورنیه بر این باورند که شاه عباس این ساعت را پس از غلبه بر پرتغالی ها در سال ۱۰۳۲ از هرمز با خود آورده است (تاورنیه، ۱۳۳۶: ۳۹۱) و (شاردن، ۱۳۴۵: ۱۳۱). در میان بازار قیصریه، در ضلع شمالی درگاه، (چهارسوق) گنبد دار باشکوهی وجود دارد که از سوی راست ضرابخانه منقش به طرحی از امام علی (ع) است؛ در حالی که صورتش را با پارچه ای سبز پوشانیده و شمشیر در دست با شیری در گریاست (بلیک، ۱۳۸۸: ۱۲۱). ادامه قیصریه به بازار چیت سازها و امتداد آن به طرف شمال به بازار دارالشفای ختم می گردد. در مجاورت آن کاروانسرای قرار داشته که درآمد آن صرف دارالشفای می شده است. در طرفین سردر دوبازار قنادها و کلاه دوزها، دو بنای سه طبقه زیبا وجود داشته که دستگاه نقاره خانه شاهی در قسمت فوقانی آن وجود داشته است. در حال حاضر این بازار دارای سراهایی به نام های شله، جهانگیری، ضرابخانه، ملک التجار چیت سازها، حداد و سنگ تراش ها می باشد.

۴-۳- بازار وکیل شیراز

این بازار بخشی از مجموعه‌ی وسیعی بوده است که با انتخاب شیراز به پایتختی، به فرمان کریمخان زند میان سال‌های ۱۱۸۳ - ۱۱۸۷ در محوطه‌ی وسیعی میان ارگ و اندرونی، با همکاری گروهی از معماران، صنعت‌گران، و استادکاران معروف آن روزگار ساخته شد. گفته‌اند کریمخان با مشاهده‌ی بازار قیصریه لار دستور ساختن این بازار را داده است (پروشانی، ۱۳۸۹). در وصفی دلپذیر از میدان شاه و بازارهای آن، این بازار را مایه‌ی آبروی شهر شیراز، و آن را فعال‌ترین بازار ایران و بهترین معرف بازارهای شرقی و ایرانی خوانده است. پی‌یر لوتی ضمن وصف این بازار، راسته‌ی سراجان را زیباترین بخش این بازار دانسته است. احتمالاً در محل کنونی بازار وکیل ساختمان‌هایی وجود داشته که قدمت آنها به زمان صفویه می‌رسیده است. در ۱۳۱۵ ش، با امتداد یافتن خیابان زند، که از محورهای اصلی شهر شیراز است، هشت طاق از این بازار و بخش‌هایی از کاروان‌سراهای قوامی و روغنی، که سد راه خیابان بود، ویران و بدین سان بخشی از شمال این بازار از بقیه‌ی آن جدا شد و در سوی دیگر خیابان قرار گرفت. بازار وکیل در میان راهی که از تنگ الله اکبر به دروازه‌ی سابق اصفهان منتهی می‌شده، نزدیک به دروازه و داخل حصار ساخته شد. شکل بازار، چلیپایی و مرکب از چهار راسته است. شاخه‌ی اصلی، مرکب از دو راسته‌ی شمالی و جنوبی، نزدیک به پانصد متر بوده است (پروشانی، ۱۳۸۹). راسته‌ی شمالی تا چهارسو با ۴۸ طاق به نام بازار کلاه‌دوزان؛ راسته‌ی جنوبی با چهل طاق به بازار بزآزان؛ راسته‌ی شرقی با نوزده طاق به بازار علاقه‌بندان و راسته‌ی غربی با یازده طاق به بازار ترکش‌دوزان معروف بوده است. در غرب راسته‌ی جنوبی، حدود اواسط آن بازار دیگری به نام بازار شمشیرگران که در گذشته محل ساخت شمشیر بوده یا یازده طاق وجود دارد که انتهای آن به راسته‌ی بزرگ شمالی - جنوبی متصل می‌شود و دهانه‌ی ورودی آن مقابل سردر مسجد وکیل واقع است، و این مسجد را به سراسر بازار پیوند می‌دهد.

پهنای راسته‌های بازار وکیل از پهنای سایر بازارهای ایران بیشتر است. در برابر هر حجره سکوهایی سنگی با نقش برجسته‌ی تریج بنا شده است. سقف راسته‌ها با ردیفی از طاق‌های گنبدی آجری، تویزه‌ها، کاربندی‌های ساده و آجرکاری‌های جناغی ساخته شده که منظری بسیار زیبا به فضای بازار بخشیده است. تهویه و روشنایی بازار با روزنه‌ای تعبیه شده در گنبدها، یا از پنجره‌های جاسازی شده بر پایه‌ی سقف‌ها، بر فراز هر حجره تأمین می‌شود. کف این بازار که در گذشته، نزدیک به یک متر پایین‌تر از سطح کنونی بوده، با سنگ لوح خاکستری مفروش بود و حوض مرمری زیبایی که در وسط چارسو قرار داشت، بعدها با بالا آمدن کف بازار زیر خاک رفت. در گذشته، بازار دارای پنج در بزرگ بوده که شب‌ها به کمک آنها از بازار حفاظت می‌کرده‌اند. در ساختمان این بازار، از سنگ در شالوده‌ی بنا و پایه‌ی سکوها و پیشخان‌ها، از آجر در بنای دیوارها و طاق‌ها، و از چوب در ساختن درها و درگاهی حجره‌ها استفاده شده است. چهارسو یا محل تقاطع راسته‌ها فضایی هشت‌گوش است که در هر کنج آن حجره‌های دوطبقه‌ای قرار دارد.

بازار وکیل، پنج کاروان‌سرای به نسبت وسیع و پیوسته به راسته‌ها دارد که انبارها و حجره‌های بازرگانان و کارگاه‌های صنعت‌گران در آنها قرار گرفته است. از اینها، چهار کاروان‌سرا در راسته‌ی شمالی واقع است که سه‌تای آنها یعنی، کاروان‌سراهای روغنی، احمدی، و گمرک‌خانه در سمت شرق و هم‌زمان با بازار بنا شده‌اند و چهارمی به نام کاروان‌سرای قوامی در سمت غرب واقع است. پنجمین آنها موسوم به کاروان‌سرای فیل در شمال بازار شمشیرگران جای دارد که مجتمعی از حجره‌های تجاری است. دهانه‌ی اصلی کاروان‌سرای روغنی با مقرنس کاری‌های زیبا زینت یافته و ازاره و دالان ورودی با سنگ‌های سرخ‌فام پوشش شده است. در چوبی اصلی این کاروان‌سرا همچنان برپاست.



تصویر ۳: نمایی از بازار وکیل

مسیر بازار و کیل باعث می‌گردد که مخاطب در محور طولی، زاویه دید طولانی از فضای داخل بازار داشته باشد. این یکنواختی، در محور دید با تقسیمات عرضی فضا، کیفیت را در سکانسهای متفاوت به تصویر می‌کشد. از آنجایی که محور طولی به محورهای عرضی ریتمیک تقسیم می‌شود و هر محور به حجره ای ختم می‌گردد، موجب حرکت فیزیکی دوگانه در کالبد بازار می‌گردد. مخاطب گاه به صورت طولی و گاه به صورت عرضی مسیر را طی می‌کند. این حرکت دوگانه باعث ایجاد پرسپکتیوهای متفاوت از بدنه ی فضا در ذهن می‌شود. همچنین حرکت گاه می‌تواند بصری باشد. تصویر بصری فضا باعث حرکت فیزیکی می‌شود. تصویر بصری از طریق چشم در فضا و درک فضا صورت می‌پذیرد.



تصویر ۴: مسیر و جهت حرکت در بازار وکیل شیراز

(منبع: مجموعه مقالات اولین همایش ملی معماری ایرانی اسلامی (سیمای دیروز - چشم انداز فردا) شیراز، ۱۳۹۴)

۵- تحلیل یافته‌ها، مقایسه تطبیقی بازار قیصریه اصفهان و بازار وکیل شیراز

در ادامه مقاله مطابق جدول شماره ۴ سعی شده که دو بازار مورد مطالعه را از لحاظ دوره بندی زمان توسعه، شکل کلی، جهت‌گیری بنا، عناصر پلان و عناصر شکل دهنده کلی، مسیرهای ارتباطی، مصالح و نورگیری مورد مقایسه قرار دهیم.

جدول ۴: مقایسه تطبیقی بازار قیصریه اصفهان و بازار وکیل شیراز با نگرش کالبدی

موضوع	بازار قیصریه اصفهان	بازار وکیل شیراز	بازار قیصریه اصفهان	بازار وکیل
دوره بندی زمانی توسعه	صفویه	صفویه زندیه قاجاریه پهلوی		
شکل کلی بازار	خطی	دو رشته شمالی - جنوبی و شرقی - غربی است که چون صلیبی یکدیگر را قطع می‌کنند در تقاطع این دو رشته چهارسوق قرار گرفته است		
جهت گیری جغرافیایی				
ساختار پلان	سازماندهی خطی به صورت شمالی - جنوبی	شعاعی و چهار سوق به عنوان هسته مرکزی (چارسوی چیت سازها)		

موضوع	بازار قیصریه اصفهان	بازار وکیل شیراز	بازار قیصریه اصفهان	بازار وکیل
عناصر تشکیل دهنده بازار	راسته ها چهارسوق غلام گردش (چارسوی چیت سازها)	راسته ها چهارسوق غلام گردش سرای شاه ضرایخانه	راسته ها چهارسوق غلام گردش سرای شاه ضرایخانه	عناصر تشکیل دهنده بازار
تعداد ورودی	سه عدد در ضلع جنوبی و شمالی بازار	نه ورودی فرعی و اصلی	سه عدد در ضلع جنوبی و شمالی بازار	تعداد ورودی
رابطه مسیر ارتباطی با فضاهای کاربردی	غلام گردش با مغازه هایی در دو سوی آن حلقه ارتباطی پیرامون فضای مرکزی، ختم شدن تمام مسیرها به فضای مرکز (چارسوی چیت سازها)	غلام گردش با مغازه هایی در دو سوی آن حلقه ارتباطی پیرامون فضای مرکزی، ختم شدن تمام مسیرها به فضای مرکز	غلام گردش با مغازه هایی در دو سوی آن حلقه ارتباطی پیرامون فضای مرکزی، ختم شدن تمام مسیرها به فضای مرکز	رابطه مسیر ارتباطی با فضاهای کاربردی
سلسله مراتب	ورودی ها، پیش فضای ورودی، راسته ها، غلام گردش، فضای مرکزی	ورودی ها، پیش فضای ورودی، راسته ها، غلام گردش، فضای مرکزی	ورودی ها، پیش فضای ورودی، راسته ها، غلام گردش، فضای مرکزی	سلسله مراتب
بکارگیری مفاهیم	دعوت کنندگی، مکث و حرکت	دعوت کنندگی، مکث و حرکت	دعوت کنندگی، مکث و حرکت	بکارگیری مفاهیم
مصالح	آجر، گچ، خشت، سنگ، آسفالت	آجر، گچ، آهک، ساروج، سنگ	آجر، گچ، خشت، سنگ، آسفالت	مصالح

موضوع	بازار قیصریه اصفهان	بازار وکیل شیراز	بازار قیصریه اصفهان	بازار وکیل
تزئینات	کاشی کاری، آجرچینی، نقاشی، مقرنس، کاربندی، گچ بری	کاشی کاری، منبت کاری و مشبک کاری با چوب ساج، سنگ کاری		
تهویه	با استفاده از هورنو، پنجره های مشبک و روزن	پنجره ها و حفره های عرقچین، مشبک ها		
روشنایی (نور طبیعی)	هورنو در بالای طاق ها، پنجره های مشبک دور تا دورگنبد چهارسوق و روزن در برخی دیوارها	حفره های به وجود آمده در جداره ها، مشبک ها		
عناصر طبیعی	حوض آب و فضای سبز	حوض بزرگ هشت ضلعی و باغچه هایی در اطراف آن		
شکل بازشوها در چهارسوق	پنجره های مستطیلی با فرم قوسی شکل در بالا	پنجره های مستطیلی با فرم قوسی شکل در بالا		

نتیجه

بازار اصفهان به عنوان یکی از بزرگترین و مهم ترین بازارهای ایران، نه تنها در گذشته بلکه امروزه نیز از رونق بالایی برخوردار و محل داد و ستد بوده است. بازار از گذشته، فراسوی مبادلات اقتصادی و تجاری مرکز پراکنده و حتی پرداختن به امور دینی، فرهنگی و سیاسی نیز محسوب می شده و مردم مایحتاج زندگی روزانه خود را از آن تهیه می کرده اند.

در بازار اصفهان، مراکز مهم فرهنگی و مذهبی بسیاری به خصوص از دوره صفویه باقی مانده است. هر بازار شامل مجموعه‌ای از مسجد، مدرسه، حمام و راسته و... می باشد. وجود مسجد در بازار موجب برگزاری محافل و مجالس عزاداری، روضه خوانی و جشن‌های مذهبی در این مکان شده و بازار را به یک قطب مذهبی شهر تبدیل کرده است. بازار اصفهان در دوره اولین پادشاه صفوی توسعه یافت و امتداد آن به طرف جنوب غربی شروع شد و در زمان شاه عباس اول در رابطه با نقشه جدید میدان نقش جهان، امتداد و گسترش کامل بازار به طرف جنوب غربی تسریع گردید. در مجموع بازار اصفهان در میان بازار شهرهای بزرگ اسلام شاخص و از اهمیت جغرافیایی خاصی برخوردار است و این به دلیل نقش اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، هنری و معماری آن است. بازار اصفهان هنوز شکوه و جلال گذشته خود را حفظ کرده است.

بازار وکیل شیراز متشکل از عناصری است که دارای بافت ترکیبی با محور اصلی است. قرارگیری هر یک از این عناصر در محدوده ی بازار، مسیری فرعی در محور طولی بازار شکل می دهد که حریمهای خصوصی برای قشری از فعالیتهای بازار ایجاد می کند. هر سرا دارای خصوصیتی خاص و فعالیتی مخصوص به خود است که تأثیر متقابلی بر راسته بازار دارد همچنین این تأثیر شامل ایجاد گشایش فضایی در راسته بازار برای پخشایش جمعیت و کنترل عوامل فیزیکی بازار از قبیل نور، تهویه می شود.

از پژوهش فوق به این نتیجه دست می یابیم که بازخوانی اصول معماری و شهرسازی سنتی ایران هم کمک بسیاری به شناخت میزان اهمیت و رونق بازار در زمان های گذشته خواهد کرد و هم منجر به ارتقای کیفیت معماری معاصر ایران می شود.

منابع

۱. اقبالی درخشان، بهروز و غلامی، سیمین و سماوات اکباتان، امیرحسین. (۱۳۹۲). بازآفرینی الگوهای کالبدی بازار سنتی در طراحی بازارهای عمودی (نمونه مورد مطالعه: بازار شهر همدان)، کنفرانس بین المللی مهندسی عمران، معماری و توسعه پایدار شهری، تبریز.
۲. براتی، ناصر، زرین قلم، فرزاد. (۱۳۹۲). بازشناسی مفهوم راه از دیدگاه یک جهان‌زبانی - فرهنگی با تأکید بر واژه های حوزه معنایی فضای ارتباطی در زبان فارسی
۳. پروشانی، ایرج و دیگران. (۱۳۸۹). بازار در تمدن اسلامی، ترجمه‌ی سعید ارباب‌شیرانی، تهران، نشر کتاب مرجع، چاپ اول.
۴. پورجعفر، محمدرضا و علی. (۱۳۹۰). نقش سرمایه اجتماعی در وضعیت اقتصادی بازارهای سنتی در ایران، نشریه مدیریت شهری، شماره ۲۷.
۵. پی بلیک، استیون. (۱۳۸۸). نصف جهان (معماری اجتماعی اصفهان صفوی)، ترجمه محمد احمدی نژاد، اصفهان: خاک.
۶. پیرنیا، محمد کریم. (۱۳۹۱). آشنایی با معماری اسلامی ایران، تدوین: غلامحسین معماریان، چاپ هجدهم، تهران: انتشارات سروش دانش.
۷. تاورنیه. (۱۳۳۶). سفرنامه، ترجمه ابوتراب نوری، چاپ دوم، اصفهان، چاپخانه پروین.
۸. دورانت، ویل. (۱۳۸۳). تاریخ تمدن (عصرایمان)، ترجمه ابوالقاسم پاینده، انتشارات فرانکلین.
۹. رجیبی، آریتا. (۱۳۸۶). ریخت شناسی بازار، تهران: انتشارات آگاه.
۱۰. رجیبی، آریتا و سفاهن، افشین. (۱۳۸۸). بازارهای ایرانی تجسم اندیشه های پایدار، فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا.
۱۱. ریمون، آندره. (۱۳۷۰). مقدمه ای بر شهرهای بزرگ عربی - اسلامی در قرن های ۱۰ تا ۱۲ هجری، ترجمه حسین سلطانزاده، تهران: انتشارات آگاه.
۱۲. سلطانزاده، حسین. (۱۳۸۰). بازارهای ایرانی، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
۱۳. سیوری، راجر. (۱۳۷۴). ایران عصرصفوی، ترجمه کامبیز عزیزی، چاپ هفدهم، تهران، نشر مرکز.
۱۴. شاردن. (۱۳۴۵). سفرنامه، ج ۷، ترجمه محمدعباسی، تهران، انتشارات امیرکبیر.
۱۵. شفق، سیروس. (۱۳۸۵). بازار بزرگ اصفهان، اصفهان: سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان، مرکز اصفهان شناسی و خانه ملل.
۱۶. عمید، حسن. (۱۳۷۱). فرهنگ فارسی عمید، چاپ هشتم، تهران: انتشارات امیر کبیر.
۱۷. عباسی، زهرا؛ حبیب، فرح و مختاباد امرئی، مصطفی. (۱۳۹۴). تحلیل انگاره های محیطی موثر بر مولفه معنا در بازار سنتی ایرانی؛ نمونه موردی: مقایسه تطبیقی بازار سنتی کاشان و مجتمع تجاری صفویه کاشان، نشریه مدیریت شهری، سال چهاردهم، شماره ۴۰، پاییز، صص ۱۵۹-۱۷۶.
۱۸. فلامکی، محمد منصور. (۱۳۵۷). سیری در تجارب مرمت شهری (از ونیز تا شیراز)، تهران: وزارت مسکن و شهرسازی.
۱۹. قبادیانی، ناصر خسرو. (۱۳۶۳). سفرنامه، به کوشش محمد دبیرسیاقی، چاپ دوم، کتابفروشی زوار.
۲۰. کیانی، یوسف. (۱۳۶۴). بازار در شهرهای ایرانی از مجموعه شهرهای ایران، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲۱. لغت نامه دهخدا. (۱۳۷۷). انتشارات دانشگاه تهران.
۲۲. مجموعه مقالات اولین همایش ملی معماری ایرانی اسلامی (سیمای دیروز - چشم انداز فردا) شیراز، ۱۳۹۴
۲۳. محمد مرادی، اصغر و بهمن اسکویی، فرشته. (۱۳۸۹). بازار سنتی تبلور آرمان های شهرسازی معاصر، فصلنامه طراح، شماره ۲.
۲۴. معین، محمد، (۱۳۶۳). فرهنگ فارسی معین، چاپ ششم، تهران: انتشارات امیر کبیر.
۲۵. منجم، ملاجلال الدین. (۱۳۶۶). تاریخ عباسی یا روزنامه ملاجلال، به کوشش سیف الله وحیدنیا، انتشارات وحید.
۲۶. نیکزاد امیرحسینی، کریم. (۱۳۳۸). تاریخچه ابنیه تاریخی اصفهان، چاپ سوم، چاپ پروین.
۲۷. هنرفر، لطف الله. (۱۳۵۰). گنجینه آثار تاریخی اصفهان، چاپ دوم، اصفهان: ثقی.
۲۸. HIAP، مجموعه مقالات سومین کنگره بین المللی افق‌های جدید در معماری و شهرسازی، (۱۵ و ۱۶ دی ماه ۱۳۹۵)، تهران

Comparative Comparison of Isfahan Qiesarieh Bazaar Architecture and Shiraz Vakil Bazaar with The Physical Approach

Alireza Mashabaki Isfahani ^{1*}, Mohammad Reza Moshabaki Isfahani ²
1- Faculty Member of Architecture Department, Payame Noor University (pnu), Tehran, Iran

*Corresponding author, Email: alirezamoshabaki@yahoo.com

2- Master of Geography and Urban Planning

Abstract

Iranian Bazaars have been one of the most important parts of the city's structure in historical and cultural cities of ancient Iran. These markets, in addition to influencing the overall structure of the city and the formation of neighborhoods, have become one of the most important aspects of architecture among the people and have been renowned in the world. The purpose of this paper is to identify and extract the influential components of the architecture of the Safavid and Zandieh periods for re-use in contemporary spaces. Samples examined in this article are housed in Isfahan and Shiraz Vakil Bazaar. This research is based on descriptive-historical method with qualitative approach and physical attitude. The method of collecting information in the literature section and the Background research has been carried out using library and field studies, with reviewing historical documents, and Then It has been continued in analytical section with deductive logic. The results of this research will help to recognize the historical status of the cities of Isfahan and Shiraz, as well as its importance and prosperity in the past.

Keywords: Bazaar, Isfahan Qaisariyya Bazaar, Shiraz Vakil Bazaar, Physical Attitude