

تبیین ویژگی‌های طراحی شهری ایرانی اسلامی تبریز

مورد مطالعه: بازار بزرگ شهر

محمد رضا پورجعفر^{۱*}، اصغر مولایی^۲، علی پورجعفر^۳

۱. استاد دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
۲. دانشجوی دکتری شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران.
۳. کارشناس ارشد طراحی شهری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

چکیده

شهر تبریز از تاریخ غنی برخوردار است که متأثر از تحولات خوشایند و ناخوشایند اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و طبیعی می‌باشد. بافت قدیم تبریز همچون بافت برخی دیگر از شهرهای ایران، حاصل تاریخی پر فراز و نشیب و میراثی گران‌بها و ارزشمند در زمینه طراحی شهری می‌باشد. مجموعه‌های شهری عظیم و بکر همچون بازارها در ایران، طی فرآیندی تاریخی از اندوخته‌های فکری فرهنگی و معنوی تبلور یافته و بدیهی است که به یکباره از نمونه‌های بیگانه دیگری الگو برداری نشده است. بازسازی و رونق شهر تبریز پس از زلزله‌های ویران‌کننده و دیگر تحولات، اشاره‌ای به وجود اصول و مبانی مکتبی از پیش شکل گرفته دارد. بازار تبریز که به ثبت جهانی رسیده، به طور مسلم از نظر کالبدی- فضایی و اجتماعی یکی از ارکان هویتی این شهر است. مسئله مورد نظر بی‌توجهی به این میراث ارزشمند و عدم آشنایی با ویژگی‌های اصول و مبانی مکتب مذکور و هدف اصلی استنتاج مبانی طراحی شهری از فرهنگ و سنن تبریزیان و تجلیات کالبدی موجود آن، به عنوان مکتبی از مکاتب طراحی شهری ایران زمین با ویژگی‌های خاص سنت طراحی شهری خود است. آموختن از این مجموعه و بازشناسی ابعاد پنهان موجود در آن، می‌تواند به ارتقای کیفیت شهرهای هم‌فرهنگ منطقه و توسعه فضاهای شهری کمک شایانی نماید. در این مقاله با روشی توصیفی تحلیلی موضوع از طریق تحلیل، محتوای متون و اسناد موجود و مشاهدات میدانی مورد مطالعه و بازشناسی قرار گرفته است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد بازار تبریز برخلاف بازارهای تهران، اصفهان، کاشان که ساختاری خطی با انشعابات کمتر می‌باشند، به صورت شبکه‌ای متشکل از راسته‌ها، دالان‌ها، گره‌ها، تیم‌ها، تیمچه‌ها، سراها، مساجد و با انشعابات فراوان به عنوان سیستمی کارآمد در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، اقلیمی و با تنوع بالای فعالیت، با نظمی پیچیده به حیات خود ادامه می‌دهد. در نهایت می‌توان چنین نتیجه‌گیری نمود که سنت طراحی شهری تبریز مکتبی است منحصر به فرد، دارای فضاهای شهری دلنشین، رنگ و لعاب گرم و شاد، بافت هماهنگ و دانه‌بندی نرم که درس‌هایی آموزنده و ارزشمند برای بازگو کردن و بازآموزی دارد.

واژگان کلیدی:

بازار تبریز، ویژگی‌های مکتب تبریز، هویت، حس تعلق، سنت طراحی شهری.

* E-mail: pourja_m@modares.ac.ir

مقدمه

دریافت، رنگ و لعاب بازار و کیل با تبریز فرق دارد. از شمال تا جنوب، تمامی شهرهای قدیمی دارای بازار هستند لیکن هر کدام متعلق به دیار خویشند، تنوع و تفاوت به طور منطقی و برپایه‌های فرهنگی و عرق ملی، موجب تنوع ارائه گردیده است. در اکثر بافت‌های مذکور معنویت به طرق گوناگون متجلی است و کرامت انسانی در شهرها و به خصوص مرکز عملکردی شهر(نه صرفاً جغرافیایی) یعنی «بازار» مورد عنایت استادان درسنت طراحی شهری بوده است. توجه و احترام به آثار طراحی شهری همچون بازار، برای آشنایی هرچه بیشتر با هنر و هویت شهرهای کهنی همچون تبریز در راستای تبیین ویژگی‌های طراحی شهری ایرانی اسلامی تبریز، بسیار سازنده و نتیجه بخش خواهد بود.

شهر تبریز در دوره ایلخانان، قراقویونلوها و صفویه، پایتختی آباد و پر رونق بود. بازسازی این شهر پس از زلزله‌های ویران‌کننده و دیگر تحولات، اشاره‌ای به وجود اصول و مبانی مکتبی از پیش شکل گرفته در دوران پر رونق پیشین دارد. این شهر در دوره قاجاریه به ویژه انقلاب مشروطه و پس از آن، از بعد اجتماعی-سیاسی مهم‌ترین شهر ایران پس از تهران بود. تبریز امروزین در بعد کالبدی، تقریباً همان تبریز ولیعهد نشین است. بازار تبریز با به ثبت رسیدن در سطح جهانی، به طور قاطع از نظر کالبدی-اجتماعی یکی از ارکان هویتی این شهر است. بازار تبریز مجموعه‌ای از راسته‌ها، تیمچه‌ها و سراهایی با معماری ارزشمند بومی ایران است که نمایان‌گر بنیان‌های اقتصادی، اجتماعی و طراحی شهری بومی ایران در دوره اسلامی است. این مجموعه با برخورداری از حیات پایدار اقتصادی به دلیل قرار گرفتن بر سر راه بازرگانی بین‌المللی ابریشم، انسجام و اصالت سرمایه اجتماعی و رموز در خود نهفته

آثار طراحی شهری در گوشه و کنار گستره وسیع ایران زمین بازگوکننده سال‌ها تفکر، تعقل، تبلور و تجلی آداب و رسوم و فرهنگ ایرانی اسلامی ساکنان این سرزمین می‌باشند. می‌توان ادعا نمود هر دسته از این آثار در گوشه و کنار این سرزمین بزرگ برای خود مکتبی منحصر به فرد است. هر یک از این مکاتب قابلیت‌هایی برای بازآموزی دارد. بدیهی است که کشور ایران با پشتوانه تاریخی کم‌نظیر، باید از چنین غنای طراحی برخوردار باشد.

گسیختگی ناآگاهانه از فرهنگ غنی طراحی شهری و معماری ایرانی بیشتر تحت تأثیر تبلیغات گسترده رسانه‌های تخصصی غرب و به دنبال آن مدرنیسم است. از منظر دیگری، دانش فرا گرفته فارغ التحصیلان سطوح بالای دانشگاهی، در رشته‌های معماری و شهرسازی در کشورهای غربی نیز مشکل مذکور را مضاعف نموده است. این موضوع موجب شده تا تمام دروس تئوری و عملی دانشگاهی و امتحانات و کنکورها بر روی مطالب ترجمه‌شده ناقص غرب تأکید نماید. غرب همواره سعی بر آن داشته تا خود را الگوی پیشرفت و تجلی اندوخته‌های پیشین دیگران را به طور غیر مستقیم نماد عقب افتادگی، مبتدی و تاریخ مصرف گذشته جلوه دهد. اکثر مدرنیست‌ها سعی نموده‌اند دنباله‌روی از سنت گذشتگان را کم اهمیت و نوآوری بی‌رگ و ریشه و گهگاه صرفاً بر اساس تفاوت و تغییر را حائز اهمیت و با ارزش جلوه دهند. جای تعجب نیست که آن‌ها هنجارهای فرهنگی دیگران را ناهنجاری و ناهنجارهای بی‌فرهنگی خود را هنجار جلوه می‌دهند(پورجعفر ۱۳۹۳).

بازار در فرهنگ طراحی شهری ایران، در قلب شهر با فضایی دلنشین پذیرای شهروندان و دیگر اهالی حومه شهر، در فضایی مطبوع و به دور از برف و بوران در زمستان و گرمای جنوب در تابستان است. در نگاهی کلی می‌توان

۱۳۴۹، ۴۱۹). این انتخاب نقطه عطفی در تاریخ شهر تبریز بود (پاکزاد ۱۳۹۰، ۳۲۵-۳۲۶).

تبریز از سوی شاه اسماعیل در ۱۷۹۹ش/۱۵۰۰م برای چندمین بار به پایتختی ایران انتخاب شد. تبریز در دوره صفویان شش دروازه داشت و از محله‌های مختلفی تشکیل می‌شد. در زمان شاه طهماسب و پس از وی نیز شهر تبریز دستخوش حمله عثمانی‌ها قرار گرفت و اشغال شد تا اینکه شاه عباس در جنگی عثمانیان را شکست داد و تبریز تسلیم شاه عباس شد. از این گذشته زلزله‌های پرشماری در تبریز رخ داد. جنگ‌های پی‌درپی ایران و عثمانی در این دوره را می‌توان یکی از دلایل مهم نابودی بسیاری از ابنیه مهم شهر تبریز دانست. پس از تخریب بناهای عثمانی در تبریز به فرمان شاه عباس اول در ۹۸۹ش/۱۶۱۰م ساختمان‌های جدیدی احداث گردید (پاکزاد ۱۳۹۰، ۴۰۵-۴۰۶).

تبریز در دوره قاجاریان ولیعهدنشین این سلسله بود و ولیعهدان سلسله قاجار در این شهر اقامت می‌گزیدند. شهر تبریز از دوره فتحعلی‌شاه، از یک سو به دلیل اقامت ولیعهد قاجاری در آن و از سوی دیگر به خاطر نزدیکی به قفقاز، گرجستان و عثمانی به صورت کانون مبادلات فرهنگی و اقتصادی میان ایران و کشورهای همسایه شمالی و شمال غربی درآمد. گذشته از آن با وقوع جنگ‌های ایران و روس، تبریز اهمیت سیاسی و نظامی یافت و نه تنها از طرف دولت ایران بلکه از سوی قدرت‌های خارجی آن دوره یعنی انگلستان، روسیه، فرانسه و عثمانی مورد توجه خاص قرار گرفت. از این زمان عباس میرزا با استقرار در تبریز، برنامه ساماندهی ارتش ایران را به شیوه غربی آغاز کرد. وی جبهه‌خانه و کارخانه توپ‌ریزی را به راه انداخت که این مقدمه‌ای برای پاگرفتن صنایع جدید و ارتباط بیشتر با قفقاز و گرجستان و استانبول شد. بدین ترتیب شهر تبریز از این زمان تا پایان قاجاریه به عنوان مهم‌ترین شهر کشور پس از تهران مطرح شد و در نیمه دوم حکومت قاجاریه و در جریان انقلاب مشروطیت، به عنوان شهری پیشرو در

برنامه‌ریزی و طراحی شهری، قابل بازآموزی برای توسعه وضع موجود و شهرهای هم فرهنگ آن در منطقه است.

تبریز پس از برگزیده شدن به پایتختی ایلخانان در عهد آباقخان و پسرش سلطان محمود غازانخان (۶۹۴ق/۱۲۹۵م)، در زمره شهرهای بزرگ آذربایجان قرار گرفت. پیش از این زمان شرایط بین منطقه‌ای و بین‌المللی برای تبدیل شدن آن به یک شهر بزرگ مهیا نشده بود. کثرت وقوع زمین‌لرزه، شدت ویرانگری آن و مهم‌تر از همه آغاز دوباره زندگی از نو (صفامنش، رشتچیان و منادی‌زاده، ۱۳۷۶: ۵۳-۳۳)، از ویژگی‌های ممتاز طبیعی و فرهنگی-اجتماعی تبریز به شمار می‌رود. در دوره جهان‌شاه قراقویونلو، احداث مجموعه ساختمان‌های آموزشی-خدماتی-مذهبی مظفریه در شرق تبریز (از ساختمان‌های این مجموعه تنها مسجد کبود برجای مانده است) حائز اهمیت است. در زمان اوزون حسن آق‌قویونلو، احداث مجموعه نصیریه شامل مسجد، مدرسه، بیمارستان و باغ زویه پیرامون میدان صاحب‌آباد و پل‌بازارهایی در ادامه بازار تبریز روی مهران‌رود (قوری چای) از مهم‌ترین تحولات محسوب می‌شود (عمرانی ۱۳۸۷، ۹۰؛ پاکزاد ۱۳۹۰، ۳۶۰-۳۶۱). در عهد غازانخان تبریز به اوج شکوفایی و رونق خود رسید و به یکی از مهم‌ترین کانون‌های سیاسی-بازرگانی آن روزگار تبدیل شد. انتخاب تبریز به پایتختی ایلخانان، رشد مدنیت در اطراف دریای سیاه، ارتباط بازرگانی میان شرق و غرب و به تناسب آن، تبریز که بر سر راه شرق به غرب بود اهمیت یافت. در دوره ایلخانی (۵۹۲ش/۱۲۱۳م)، تبریز به معروف‌ترین شهر آذربایجان تبدیل شده بود. شهری آباد با باروهای محکم و استوار از آجر و گچ که پیرامون آن نهرهای بسیار جریان داشت و اطراف شهر را باغ‌ها و بستان‌ها پوشانده بود. آبادانی تبریز ایلخانان را برانگیخت تا این شهر را به پایتختی حکومت خود برگزینند (بهنام ۱۳۴۸، ۴۵۹؛ مشکور

حاکمی از داشتن اصول مبانی تبیین شده و تثبیت شده‌ای می‌باشد که موجب شکل‌گیری مطلوب و قابل ذکر در توسعه بافت شهر و به خصوص بازار بزرگ شده است.

۵۷۶۰ متر طول راسته‌ها- و از قدیمی‌ترین بازارهای زیبای خاورمیانه در دوره بعد از ورود اسلام به ایران به شمار می‌آید. سبک معماری و آرایش مغازه‌ها، کثرت تیمچه‌ها، کاروانسراها، دالان‌ها و راسته‌ها، انواع مشاغل و حرفه‌ها و وجود تعداد بسیاری مدرسه و مسجد که در کنار سراهای بازرگانی قرار گرفته‌اند، این بازار تاریخی را به نمونه‌ای عالی و منحصر به فرد از یک مرکز مهم تجاری اسلامی و شرقی مبدل ساخته است.

آزادی‌خواهی نامی بلند یافت (صفامنش، رشتچیان و منادی‌زاده ۱۳۷۶، ۳۵-۳۶). بازسازی مجدد تبریز پس از ویرانی‌های ناشی از زلزله و جنگ و افت و خیزهای سیاسی

بازار تبریز در سفرنامه‌های سیاحان و جهانگردان

در این مبحث به مطالعه و بررسی تبریز و بازار آن به عنوان نمونه مورد مطالعه در متون ادبی موجود و مشاهدات میدانی پرداخته می‌شود (جدول ۱). مجموعه بازار تبریز یکی از بازارهای بزرگ تاریخی - با ۲۷ هکتار مساحت و

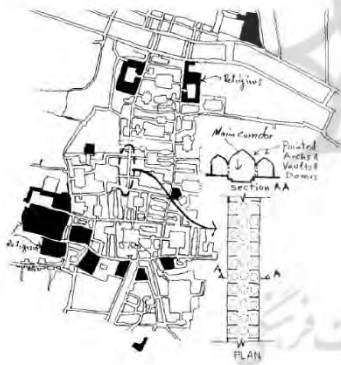
جدول ۱: توصیفات سیاحان و جهانگردان از شهر تبریز با تأکید بر ویژگی‌های معماری و طراحی شهری

سیاح و جهانگرد	تاریخ سفر و دوره مربوطه	کلیدواژه‌های مستخرج از شرح مشاهدات و توصیفات از شهر تبریز
کلاویخو	دوره آق‌قویونلوها، سده نهم شمسی/پانزدهم میلادی	باروی شهر غیرمستحکم و غیرقابل تعمیر - درون شهر خانه‌ها و مسجدهای بسیاری برپا بودند - خیابان‌های پهن و میدان‌هایی گسترده - که به دور میدان‌ها ساختمان‌های بزرگی وجود داشته - تنوع کالاها در میدان
تاورنیه	دوره صفوی/شاه صفی	شهری آجری، دارای ساختمان‌های دو طبقه با بام‌های مسطح
جکسن	دوره قاجار	توصیف کالبد بازار (راسته‌ها، حجره‌ها و روتق خرید و فروش)
هینرش، بروگش	دوره قاجار	موقعیت اقتصادی تبریز به دلیل هم‌مرز بودن با روسیه و ترکیه - ارتباط تجاری با اروپا
اعتماد السلطنه	دوره قاجار	توصیف کالبد بازار، تعداد چهل و پنج باب کاروانسرا و تیمچه، در گذرهای محله‌ها و در کنار دروازه‌ها نیز هزاروپانصد باب دکان - توصیف راسته‌های اصلی و فرعی بازار
شاردن	دوره صفوی	توصیف عظمت تبریز در ایران - بازارهایش از سایر بلاد آبادتر و سقف‌های آن بلندتر است - تجارت با اروپا - جمعیت شهر ششصد هزار نفر
اولیاء چلبی	دوره شاه عباس دوم، سال ۱۰۲۶ ش/۱۶۴۷ م	کاروانسراهای عالی و سرپوشیده - بارویی محصور و سیصد برج نگهبانی و شش دروازه - شش چشمه بزرگ از کوه سهند و نه رشته قنات بزرگ و هفت هزار حلقه چاه - شهر نظم هندسی نداشته و در شرق تبریز قلعه عظیم ویرانی به نام قلعه "رشیدیه" وجود داشته است
هوتم شیندلر	در ۱۳۲۸	برتری تبریز بر تهران - بازارهای زیباتر و بزرگ‌تر - مرکز بازرگانی ایران

کتیبه و نوشته‌های تاریخی تبریز که در مسیر کاروان‌های بزرگ آسیای دور و اروپا قرار داشته است در طی ادوار متوالی بازار داد و ستد و معامله ادویه مالزی، سنگ‌های

این مجموعه خود نمونه بارزی از تبلور اندیشه‌هایی در زمینه ایجاد مراکز تجاری در سنت برنامه‌ریزی و طراحی شهری ایران و به خصوص مکتب شهر تبریز است. برطبق

جواهریان را از ویژگی‌های بارز بازار تبریز برشمرده است. بافت اصلی بازار تبریز از دو راسته سرپوشیده شمالی جنوبی و شرقی غربی تشکیل شده است، عرض بازارها بین چهار تا پنج متر و ارتفاع سقف راسته‌ها نیز پنج تا شش متر است که در مقایسه با سقف بازارهای نواحی مرکزی و گرمسیر بسیار کوتاه‌تر است. راسته‌های اصلی توسط راسته‌های فرعی و کوتاه‌تر با هم ارتباط دارند و در فضاهای بین آن‌ها نیز سراها، کاروانسراها و تیمچه‌های متعددی ایجاد شده است. تقاطع راسته‌ها در سه راهی‌ها و چهار سوها نیز با طاق‌های گنبدی پوشیده شده که زیبایی خاصی به چهارسوهای متعدد بازار تبریز بخشیده است (شکل ۱). اتصال دهانه‌هایی با اندازه‌های متفاوت و پوشش آن‌ها با یک مهارت و تکنیکی قابل توجه در این زمان است.



تصویر ۱: پلان و مقطع بازار تبریز (Pourjafar et al, 2012)

این شهر تهیه می‌شود و سالیانه شش هزار عدل ابریشم در کارگاه‌های آن بافته می‌شود.

از دیگر امتیازات قابل ذکر و منحصر به فرد بازار تبریز عبارتند از:

- قرار گرفتن بر سر چهارراه جاده ابریشم و گذر روزانه صدها کاروان از قاره‌های مختلف جهان (رونق بازرگانی)

قیمتی هندوستان، سیمان مالایا، شال‌های بافت کشمیر، فیروزه نیشابور، گلاب و عطر کاشان و شیراز، ابریشم گیلان، اسلحه گرجستان و شام و سایر کالاهای بازرگانی بوده است. پارچه‌های گران‌بها و مرغوب و فرش‌های عالی و ابریشمی نیز از صادرات مهم تبریز محسوب می‌شده و این شهر مرکز مبادله پارچه‌های ابریشمی چین به اروپا و اجناس کشورهای اروپایی به خاور دور بوده است (خام‌اچی، ۱۳۷۵).

ابن بطوطه سیاح معروف مراکشی در سال ۷۳۱ ه.ق. به توصیف بازار تبریز و ورودی بازار این شهر (غازان) اشاره داشته است. وی بازار تبریز را از بزرگ‌ترین و بهترین بازارها در مقایسه با بازارهای شهرهای دیگر دنیا دانسته، وی وجود محدوده‌ای مخصوص و مشخص برای هر یک از اصناف و پیشه‌وران و تنوع خیره‌کننده جواهرات در بازار بازار تبریز مانند سایر بازارهای ایران به بخش‌ها و راسته‌های خاص اصناف معین تقسیم و به نام آن‌ها معروف شده است. مهم‌ترین این راسته‌ها عبارتند از: بازار امیر راسته، راسته قدیم، بازار سراجان، بازار شیشه‌گرخانه، بازار کفشان، بازار صفی، بازار صادقیه، بازار کلاه‌دوزان، بازار پنبه‌فروشان، بازار دباغ‌خانه، بازار قند فروشان، قیزبستی بازار، بازار مسگران. تیمچه‌های معروف بازار تبریز نیز تیمچه امیر، تیمچه حاج شیخ و تیمچه مظفریه است که خود این تیمچه‌ها از کانون‌های مهم فرهنگی و اجتماعی شهر تبریز به شمار می‌آمده است.

شاردن در ۱۰۸۴/ش/۱۶۷۳م تبریز را از بهترین شهرهای ایران دانسته و جمعیت این شهر را حدود ۵۵۰ هزار تن بیان کرده است. او در توصیف و تشریح شهر تبریز به نقل از خام‌اچی (۱۳۷۵) چنین بیان کرده که شهر نظم هندسی ندارد، دارای نُه محله، و پانزده هزار دکان در بازارهاست. وی قیصریه را بزرگ‌ترین بازار تبریز دانسته که دارای سیصد کاروانسرا با ظرفیت سکونت حدود سیصد نفر در برخی از آن‌ها بوده است که عالی‌ترین دستارهای ایرانی در

۱. مقایسه بازار تبریز با بازار سایر شهرهای ایران


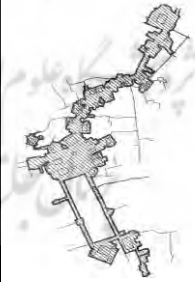


بازار تبریز در مقایسه با بازار شهرهای تهران، شیراز و اصفهان که ساختاری خطی دارند از ساختاری شبکه‌ای برخوردار است. بازار تبریز دارای بیشترین طول راسته‌ها و مساحت است. علاوه بر موارد مذکور، تنوع ویژه اجزای گونه‌های هر یک از فضاهای مکث و حرکت در مجموعه بازار تبریز نشان از پشتوانه اندیشه غنی برای طراحی شهری تبریز است (جدول ۲). علاوه بر ویژگی‌های مطرح شده، تناسب انسانی‌تر بازار تبریز نسبت به بازار ۳ شهر دیگر (به جهت سازگاری با اقلیم تبریز)، تعدد مساجد و پرنگی عوامل اجتماعی از دیگر مشخصه‌های منحصر بازار تبریز است.

- بازدید جهانگردان مختلف از بازار تبریز و تمجید از شکوه و رونق آن (ابن بطوطه، مارکوپولو، یاقوت حموی، شاردن، فلاندن، کلاویخو، حمدا... مستوفی و ...)

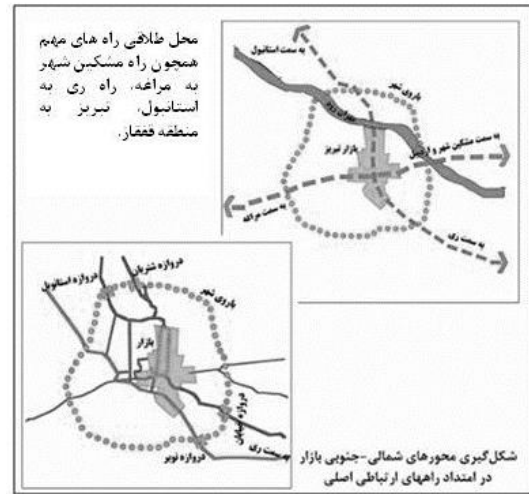
- تعداد حجره‌ها: حدود ۵۵۰۰ باب، مغازه و فروشگاه با ۴۰ گونه شغل، ۳۵ باب سرا، ۲۵ باب تیمچه، ۲۰ باب مسجد، ۲۰ باب راسته و راسته‌بازار، ۱۱ باب دالان و ۹ باب مدرسه دینی.

در ادامه برای بیان ویژگی‌های بازار تبریز، به مقایسه آن با برخی از دیگر بازارهای ایران پرداخته می‌شود. این مقایسه شاخص بودن و صاحب سبک و مکتب بودن تبریز را تا حدودی به نمایش می‌گذارد (جدول ۲).

جدول ۲: مقایسه بازار تبریز با بازار تهران، شیراز و اصفهان (ساختار، مساحت طول راسته‌ها)

نام بازار	بازار تبریز	بازار اصفهان	بازار تهران	بازار شیراز
ساختار	شبکه‌ای	خطی	خطی	خطی
مساحت	۲۹ هکتار	۲۳ هکتار	۲۷ هکتار	۱۳٫۸ هکتار
مجموع طول راسته‌ها	۵۷۶۰ متر	۱۵۰۰ متر	۳۸۰۰ متر	۲۲۰۰ متر
نقشه				

۲. عوامل مؤثر در شکل‌گیری شبکه بازار تبریز



نمودار ۱: عوامل مؤثر بر شکل و فرم بازار تبریز عبارتند از: شبکه اصلی تردد (شاهراه اصفهان ری به استانبول و بغداد)، اقلیم و عرضه و تقاضا در زمینه تجاری (Ebrahimi, pour Rahimian, Loran, 2013 :61,75)

تصویر ۲: شکل‌گیری بازار تبریز بر اساس رابطه بین راه‌ها، دروازه‌ها و بازرگانی بین‌المللی

پیرامون هسته مرکزی را موجه می‌نماید. در همین زمینه جهانگردان به وجود ده دروازه (حمداله مستوفی ۱۳۳۶)، شش دروازه (اولیاء چلبی، ۱۳۶۹) اشاره کرده‌اند (صفامنش، رشتچیان و منادی‌زاده ۱۳۷۶، ۴۵). گسترش بازار تبریز از گذشته تاکنون به شرح زیر بوده است:

۱. از شمال به مهران‌رود (قوری‌چای) که توسط پل بازارهایی به آن طرف رود امتداد یافته است.



تصویر ۳: ارتباط ساختار بازار تبریز و دروازه‌های تبریز (Ebrahimi, pour Rahimian, Loran, 2013 :61,75)

۳. محدوده بازار تبریز

۲. از سمت شرق به ارگ حکومتی عالی‌قاپو (مجموعه کاخ‌های ولیعهدنشین) که در حال حاضر محل اداره‌های دارایی، فرمانداری و استانداری است.

۳. از سمت غرب به مسجد جامع تبریز و راسته‌کوچه

۴. از سمت جنوب به خیابان جمهوری (از خیابان‌کشی‌های رضاخانی)؛ قبلاً بازار در این محدوده امتداد داشته که توسط این خیابان قطع گردیده و فقط راسته شیشه‌گرخانه در آن سوی خیابان به صورت مجزا وجود دارد.

محدوده مرکزی شهر مجموعه بازار، دیوانخانه، مسجدجامع و بافت پیرامون آن‌ها را درون باروی شهر در برمی‌گرفت. اهمیت مجموعه بازار و نقش آن در موجودیت شهر یکی از مواردی است که ضرورت ایجاد بارویی

۴. شاخصه‌های اقتصادی هویت بازار مکتب تبریز

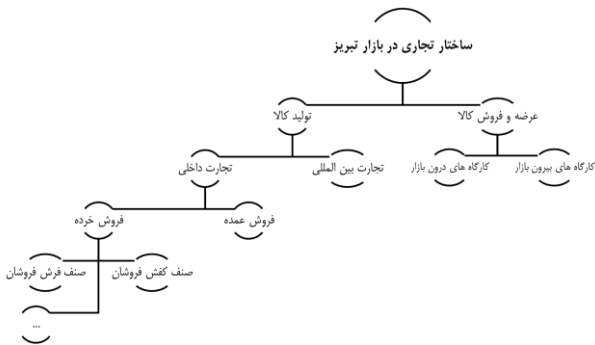
راه ابریشم شبکه راه‌های به هم پیوسته‌ای با هدف بازرگانی در آسیا بود که خاور و باختر و جنوب آسیا را به هم و به شمال آفریقا و خاور اروپا پیوند می‌داد (شکل ۵). این راه از چین آغاز و از درون آسیای مرکزی می‌گذشت. در بخارا قسمت اصلی آن از راه مرو، سرخس، نیشابور، گرگان به ری می‌آمد و از ری به قزوین، زنجان و تبریز و ایروان می‌رفت و از ایروان به ترابوزان یا به یکی از بندرهای شام پایان می‌گرفت (pourjafar, et al 2012). مهم‌ترین کالایی که از ایران می‌گذشت ابریشم بود اما چون ایرانیان مقدار بسیاری از ابریشم خام چین را که وارد می‌کردند، به خود تخصیص می‌دادند می‌توانستند فراورده‌های خویش را به هر بهایی که بخواهند، به کشورهای باختر زمین بفروشند.

کلاویخو در آغاز قرن نهم (۱۴۰۳/۸۰۵) در گذر از تبریز، در بازار این شهر بیش از هر کالای دیگری پارچه‌های ابریشمی و تافته و ابریشم خام را ذکر می‌کند (همان، ۱۶۲). بازار تبریز در آن زمان یکی مراکز مهم تولید و عرضه ابریشم و دیگر کالاها در ایران بود.

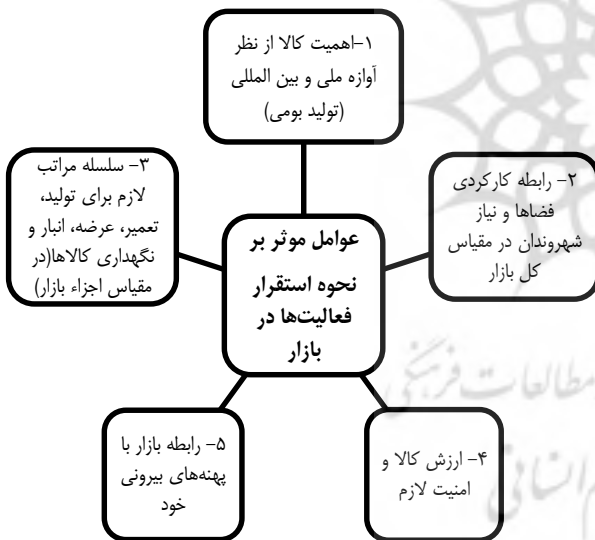


تصویر ۴: نقشه جاده ابریشم و موقعیت شهر تبریز در ارتباط بین ایران و اروپا (Pourjafar et al, 2012)

۵. عوامل مؤثر بر شکل‌گیری ساختار اقتصادی بازار تبریز



نمودار ۲: ساختار تجاری بازار تبریز (پورجعفر، ۱۳۹۰)



نمودار ۳: عوامل مؤثر بر نحوه استقرار فعالیت‌ها در بازار تبریز

جدول ۳: اصناف بازار تبریز و مقیاس و درجه عملکردی آنها

نام صنف/شغل	مقیاس / درجه عملکردی	مراجعین/مشتریان
الف	صنف کفشان	شهروندان، گردشگران، تاجران، خرده فروش بومی و غیربومی روستاها و شهرستان‌های اطراف تبریز، شرکت‌های داخلی و خارجی، بنکداران و ...
	صنف فرش	شهروندان، گردشگران، تاجران، خرده فروش بومی و غیربومی روستاها و شهرستان‌های اطراف تبریز، شرکت‌های داخلی، صادرات، سوغات، نیاز روزمره و ...
ب	صنف آجیل و شیرینی جات	شهروندان، گردشگران، تاجران، خرده فروش بومی و غیربومی روستاها و شهرستان‌های اطراف تبریز، شرکت‌های داخلی، صادرات، سوغات، نیاز روزمره و ...
	صنف لبنیات	شهروندان، گردشگران، تاجران، خرده فروش بومی و غیربومی روستاها و شهرستان‌های اطراف تبریز، شرکت‌های داخلی، صادرات، سوغات، نیاز روزمره، نیاز ذخیره سالانه
پ	صنف طلا فروشی	شهروندان، گردشگران، تاجران، خرده فروش بومی و غیربومی روستاها و شهرستان‌های اطراف تبریز، شرکت‌های داخلی، صادرات، سوغات، نیاز روزمره، نیاز ذخیره سالانه
	صنف لوازم خانگی	
	صنف مسگری	
	صنف آینه‌چی‌ها	
	صنف لباس فروشی	
	صنف گیاه و ادویه جات	
	صنف گونی چی‌لر	
ت	صنف پارچه و منسوجات	شهروندان، گردشگران، تاجران، خرده فروش بومی، صادرات، سوغات، نیاز روزمره، نیاز ذخیره سالانه
	صنف کلاه‌دوزان	
	صنف میوه فروشی	
صنف کتاب و لوازم التحریر	شهری، محلی	شهری، محلی

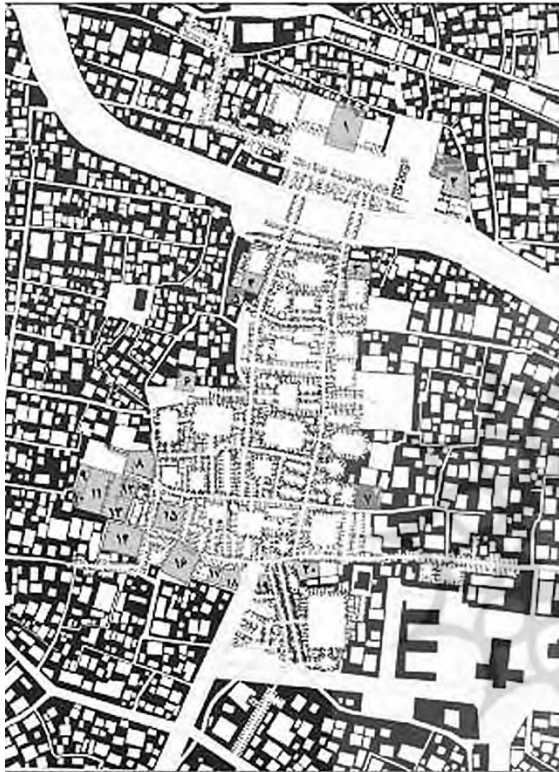
جدول ۴: نوع و تعداد و احدهای تجاری در هسته تاریخی بازار تبریز و میانگین روزانه جذب سفر(در طول سال)(پورجعفر، ۱۳۹۰)

ردیف	نوع واحد تجاری	تعداد	تعداد مراجعین (روزانه)	درصد جذب سفر به کل	ردیف	نوع واحد تجاری	تعداد	تعداد مراجعین (روزانه)	درصد جذب سفر به کل
۱	کفش فروشی	۱۴۷	۹۱۹	۳۵/۴	۱۱	شیرینی	۵	۶۳	۱۵/۰
۲	پارچه فروشی	۱۹۴	۱۲۱۰	۴۴/۵	۱۲	فرش فروشی	۸۵۷	۱۰۷۱۳	۳۴۲/۵
۳	لوازم عتیقه	۴	۵۰	۱۲/۰	۱۳	غذای خوری	۱۱	۱۲۵۰	۹۶/۳
۴	لبنیاتی	۵۰	۳۲۵	۱۲/۱	۱۴	پوشاک	۳۶۶	۵۳۲۵	۱۷۱/۱۳
۵	بانک	۱۸	۴۵۰	۱۳/۳	۱۵	چوباب	۲۰	۲۵۰	۵۹/۹
۶	ابزار قالی بافی	۱۳۱	۱۶۲۸	۸۷/۳	۱۶	وسایل عروس	۳۷	۴۷	۱/۱۰
۷	نخ و یشم فرش	۵۱	۱۲۷۵	۵/۱	۱۷	ابزار ساختمانی	۱۸	۲۲۵	۵۳/۰
۸	لوازم التحریر	۳۸	۹۵۰	۱۲/۱	۱۸	لوازم بهداشتی	۲۰	۷۵۰	۲۷/۱
۹	پلاستیک	۱۵	۳۷۵	۱۴/۰	۱۹	لوازم برقی	۳۱	۳۸۸	۹۲/۰
۱۰	خوراکی‌فروشی	۱۶۶	۱۲۵۲۵	۱۶	۲۰	کیف فروشی	۳۹	۴۸۳	۱۵/۱
۱۱	نایلون	۱۶	۴۰۰	۴۷/۰	۲۱	نجاری	۳	۱۵	۰/۱۸۰
۱۲	طلا و جواهر فروشی	۶۵	۱۶۲۵	۹۲/۱	۲۲	گونی و چنایی	۲۹	۳۶۳	۸۶/۰
۱۳	لوازم خانگی	۱۸۸	۴۷۰۰	۵۶/۵	۲۳	یشم فروشی	۸	۱۰۰	۲۴/۰
۱۴	عطاری	۸	۱۴۴۰	۷/۱	۲۴	ساعت فروشی	۱۰	۱۲۵	۳/۰
۱۵	ادویه جات	۱۸	۴۵۰	۵۳/۰	۲۵	رنگ فروشی	۱۰	۱۰۰	۲۴/۰
۱۶	چای فروشی	۱۸	۵۴۰	۶۳/۰	۲۶	غیره و نامشخص	۸	-	۰/۹۰
					جمع		۲۶۸۹	۴۲۲۷۶	۱۰۰

شایان توجهی در دوران متمدنی برخوردار بوده است (پورجعفر ۱۳۹۰).

۶. شاخصه‌های فرهنگی و اجتماعی بازار در مکتب طراحی شهری تبریز

۷. روابط مابین عوامل اجتماعی، اقتصادی، دینی و مذهبی و کالبدی



تصویر ۶: نقشه موقعیت و محدوده مساجد بازار تبریز (با اقتباس از: نقشه سازمان میراث فرهنگی، ۱۳۸۹ و National Cartographic of Iran—Accessed 2012)

مسجدهای بازار تبریز: ۱- مسجد حسن پادشاه ۲- مسجد ثقه الاسلام ۳- مسجد حاج صفر علی ۴- مسجد صادقیه ۵- مسجد مولانا ۶- مسجد قره باغ لی لر ۷- مسجد خسروشاهی ۸- مسجد دینوری ۹- مسجد حجه الاسلام کوچک ۱۰- مسجد حجه الاسلام ۱۱- مسجد جمعه ۱۲- مسجد خانه اوغلی ۱۳- مسجد آلچاخ ۱۴- مسجد ۶۳ ستون ۱۵- مسجد امام جمعه ۱۶- مسجد شهیدی ۱۷- مسجد خلخالی ۱۸- مسجد قیزیلی ۱۹- مسجد سفید آقا ۲۰- مسجد شهید قاضی ۲۱- مسجد کوچک

عصر بازار تنها وجه مشخصه یا خصیصه اصلی و بهترین معیار اصالت شهرهای شرقی اسلامی است. با مقایسه بازار و سایر فضاهای مشابه در دیگر کشورها می‌توان گفت که اساس شکل‌گیری میدان‌های شهرهای ایتالیا، فرانسه و... مبتنی بر مقابله با قصر حکومتی و در هر حال برای مشارکت در تصمیم‌گیری عمومی و به خاطر وزنه اقتصادی‌اش بوده است اما بازارهای ایرانی، گویای گردهم آیی همه عوامل تعیین‌کننده و مهم‌تر از همه وجود سرمایه اجتماعی می‌باشد (پورجعفر ۱۳۹۰).

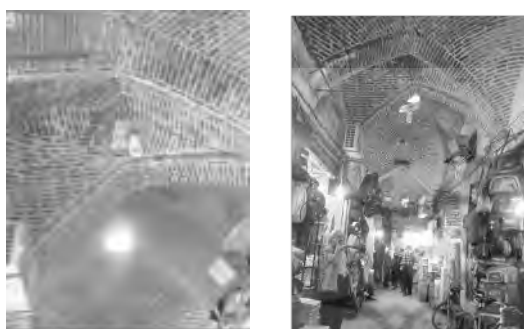
بازار تبریز از قرن‌های نخستین اسلامی، از شهرتی خاص برخوردار بوده و برای پاسخگویی به فعالیت‌های تجاری، منطقه وسیعی از شهر را در برمی‌گرفت. بازار تبریز از قرن چهارم ه.ق. در منابع مختلف آمده است. پس می‌توان گفت که از عمر بازارهای مسقف تبریز حداقل هزار سال می‌گذرد. از اظهار نظرات چنین بر می‌آید که بازار تبریز ضمن داشتن فعالیت‌های مذهبی اجتماعی در فضاهای خود (تیمچه مظفری) از ثبات و پایداری و رونق اقتصادی



تصویر ۵: نمودهای فرهنگی و اجتماعی بازار تبریز



نمودار ۴: عناصر مهم سرمایه اجتماعی در بازار (پورجعفر ۱۳۹۰).



تصویر ۷: تغییر استادانه عرض دهانه‌ها بر اساس مالکیت‌ها موجب تنوع در شکل و فرم کالبد گردیده است

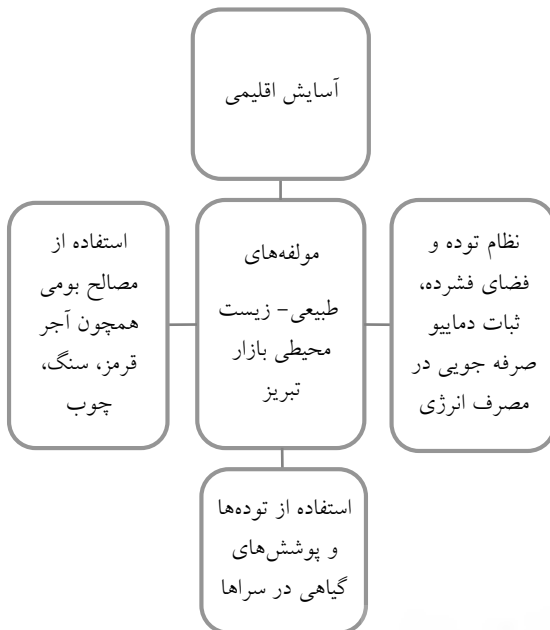
نکات قابل ذکر در مورد مساجد به عنوان بستری برای فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی به شرح زیر می‌باشد:

- برخی از مساجد مانند مسجد حسن پادشاه عملکرد حکومتی هم داشته‌اند.
- مسجد جامع ارتباط ویژه‌ای با مجموعه بازار برقرار می‌نموده است.
- عملکرد مساجد با مدارس علمیه و کتابخانه‌ها آمیخته و پایگاهی برای برگزاری مراسم در اعیاد و عزاداری‌ها دارند.
- بازار از لحاظ امکانات فرهنگی و مذهبی با وجود مساجد متعدد خودکفا می‌باشد.
- پراکنش مسجدها در بازار تبریز، اغلب در لبه‌های بیرونی بازار، برای دسترسی محلات اطراف می‌باشد.
- تعداد زیاد مساجد در بازار تبریز نشان از اهمیت ابعاد مذهبی و فرهنگی در هویت این مجموعه دارد (تصویر ۹).
- دوره احداث و نام‌گذاری اغلب مساجد، به کارگیری اشکال گوناگون پلان‌ها و طاق‌ها شبیه به موارد ذکر شده برای تیمچه‌ها است.

جدول ۵: مراکز و فضاهای فرهنگی، مذهبی، اقتصادی و اجتماعی بازار تبریز

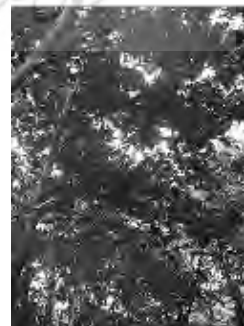
گرشاسب زورخانه	عزاداری محرم در تیمچه مظفریه	مساجد فعال در بازار تبریز	مدرسه علمیه اکبریه
تجارت در بازار امیر	کتابخانه خلخال چی	تجارت در بازار کفش فروشان	کتابخانه جعفریه

۸. شاخصه‌های طبیعی-زیست محیطی طراحی بازار در مکتب طراحی شهری تبریز



نمودار ۵: مؤلفه‌های طبیعی و زیست محیطی بازار تبریز

شهر تبریز در یک منطقه کوهستانی و نزدیک به قلل مرتفعی همچون سهند که بر سرمای این شهر تأثیر چشمگیری دارند قرار گرفته است. طولانی بودن فصول سرد، دشواری و سختی حضور در فضاهای عمومی و باز بر کالبد این شهر، از مقیاس کلان تا خرد مشهود می‌باشد. فشردگی شهر و محله‌ها، فشردگی ساختمان‌ها، سرپوشیده نمودن بسیاری از فضاهای عمومی مانند بازار تبریز نمونه‌ای بارز در این راستا می‌باشد. راسته‌ها، سراها، و تیمچه‌های سرپوشیده بازار تبریز، زندگی و حضور طولانی مدت در بازار را در اقلیم زمستان سرد تبریز ممکن می‌ساخته است. فعالیت‌های آمد و شد، خرید و فروش، عبادت و ... نمونه‌ای از فعالیت‌های جاری در تمامی فصول می‌باشد.



تصویر ۹: راسته‌های سرپوشیده به عنوان مسیری با آسایش اقلیمی در سرمای شدید شهر تبریز

تصویر ۸: استفاده از توده‌ها و پوشش‌های گیاهی در سراهای سرباز بازار تبریز (سرای امیر)

۹. شاخصه‌های کالبدی بازار در مکتب طراحی شهری تبریز

بررسی راسته بازارهای تبریز

تبریز پس از سده سیزدهم میلادی، پایگاه اصلی تجارت اروپا با مناطق شمالی ایران به شمار می‌رفت؛ به گونه‌ای که در سال ۱۲۵۶ خورشیدی، این شهر ۲۵ تا ۳۳ درصد از کل مراودات تجاری کشور را عهده‌دار بود و از این حیث برتر از تهران محسوب می‌شد. هم‌چنین تا سال ۱۲۸۵ خورشیدی، تبریز مرکز اصلی تجارت ایران با آسیای میانه شناخته می‌شد. اروپاییان آینه، انواع پارچه‌های ابریشمی، مخملی و نخی، پنبه، چلوار، چیت موصلی، شکر، شیشه، فلز، قند و سایر محصولات ماشینی را وارد تبریز می‌کردند (مؤمنی ۱۳۸۰). بازاریان تبریزی نیز ابریشم و مقداری ابریشم ماشینی، اسلحه، تنباکو، خشکبار، رنگ، شال، مازو و موم به بازرگانان اروپایی می‌فروختند. البته همواره این داد و ستدها به نفع اروپاییان تمام می‌شد. پیش‌تر یکی از ارکان اصلی و اساسی بازار تبریز ارامنه بودند؛ به طوریکه یکی از گردشگران فرانسوی از جایگاه ویژه و ممتاز مغازه‌های آن‌ها در این بازار در تجارت با تاجران روس خبر داده است. ارامنه داد و ستد بسیاری با اروپاییان داشتند به گونه‌ای که ارامنه گرجستان برای نخستین‌بار کالاهای انگلیسی را از استانبول خریداری و وارد مناطق شمالی ایران کردند (همان ۱۳۸۰).

هسته مرکزی شهر تبریز در داخل یک چهارضلعی قرار گرفته و بازار تبریز در مرکز این چهار ضلعی واقع شده است. این بازار از سمت شرق به عالی‌قاپو (مجموعه کاخ‌های ولیعهدنشین) و از سمت غرب به مسجد جامع محدود شده و از سمت شمال، بخش‌هایی از شمال رودخانه مهران‌رود را شامل می‌شود و این دو بخش به وسیله پل‌های چوبی که در امتداد راسته بازار قرار دارند، به هم متصل می‌شوند. نخستین نقشه از بازار تبریز در سال

۱۳۲۷ هجری، در بخشی از نقشه دارالسلطنه تبریز و به دست اسدالله خان مراغه‌ای ترسیم شده است. نقشه این بازار در بخش شمال شرقی نقشه مذکور رسم شده و اکثر جاهای مهم آن نظیر تیمچه‌ها و کاروانسراها در این نقشه نام‌گذاری شده‌اند (همان ۱۳۸۰).

راسته‌های اصلی بازار تبریز که یکی از آن‌ها تا ارگ یا مسجد علیشاه ادامه می‌یافت، از مهم‌ترین راه‌های شهری به شمار می‌آمد (سلطانزاده ۱۳۸۹، ۷۱). «جکسن» از جمله سیاحانی که در دوره قاجار از تبریز دیدن کرده است می‌گوید: بازار سقف دارد و هر قسمت آن به وسیله معبر باریک درازی از قسمت دیگرش جدا می‌شود و در دو طرف آن دکان‌ها و شاه‌نشین‌ها ساخته‌اند... خریداران داخل دکان‌ها نمی‌شوند بلکه در حین عبور از معبر تنگ و باریک بازار با فروشندگان به معامله کردن می‌پردازند (سلطانزاده ۱۳۸۹، ۱۲۰-۱۲۱).

«هینرش بروگش» نیز به موقعیت اقتصادی تبریز اشاره کرده و گفته که تبریز به سبب نزدیکی به مرز روسیه و ترکیه اهمیت تجاری یافته است. وی اشاره نموده که بازرگانان ایرانی نیز در زمینه تجارت خارجی به شکلی فعال کار می‌کنند. او به یک تجارتخانه سویسی به نام شرکت «هانهاردت» که در تبریز به فعالیت‌های اقتصادی می‌پرداخت نیز اشاره کرده است. کالاهای فرانسوی و آلمانی و نیز کالاهای انگلیسی از طریق بازار بزرگ این شهر به سایر شهرهای کشور و همچنین به آسیای مرکزی ارسال می‌شد. اعتمادالسلطنه درباره بازار تبریز اظهار داشته است که سقف بسیاری از قسمت‌های بازار که تیرپوش بود به حکم نواب والا «شاهزاده مویلدوله» طاق‌پوش شد. وی تعداد کاروانسراها و تیمچه‌ها را چهل و پنج باب دانسته و گفته که در بازار نزدیک به پنج هزار دکان قرار داشته و در گذرهای محله‌ها و در کنار دروازه‌ها نیز هزار و پانصد باب دکان وجود داشته است. در گذشته علاوه بر بازار اصلی و

دائمی شهر، در کنار برخی از دروازه‌ها نیز بازارها یا بازارچه‌هایی شکل گرفته بود.

بازار تبریز یک شبکه ارتباطی متشکل از تعدادی راسته‌های موازی و متقاطع است که دو راسته اصلی تر آن عبارت از دو راسته شمالی - جنوبی است که به طور تقریب



نمودار ۶: کالاها و خدمات اصلی بازار تبریز



نمودار ۷: مقایسه قیمت و درجه اهمیت کالاها

و با اندکی اعوجاج و جابه‌جایی، با یکدیگر موازی هستند. تعدادی راسته عمود بر این دو راسته نیز وجود دارد که مهم‌ترین آن، مسیر و امتداد بازار حرمخانه، بازار کفشان و بازار مسچی است. دکان‌ها در کنار راسته‌های اصلی و فرعی

قرار دارند و فضاهای واقع در پشت آن‌ها به کاروانسراها و تیمچه‌ها اختصاص یافته است. راسته‌بازار جزء یکی از بزرگ‌ترین بازارچه‌های بازار تبریز است. تیمچه‌ها و سراهای متعددی در این بازار وجود دارد که محل عرضه بسیاری از اقلام مورد نیاز مردم است و از این حیث به بازار ملی نیز شهرت دارد. «تیمچه حاج تقی»، «تیمچه حاج محمدقلی»، «شیخ»، «تیمچه حاج صفرعلی»، «تیمچه حاج محمدقلی»، «تیمچه‌های دودری»، «دالان خان»، «سرای حاج محمدقلی»، «سرای درعباسی»، «سرای دودری»، «سرای شیخ کاظم»، «سرای کچه‌چی‌لی»، «سرای گرچیلر (جورچلر)»، «سرای میرزا مهدی»، «سرای میانه حاج سید حسین»، «سرای میرزا جلیل» و «سرای نوی حاج سید حسین» از مهم‌ترین تیمچه‌ها و سراهای راسته‌بازار محسوب می‌شوند (سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح ۱۳۸۱، ۱۳۴).

راسته‌های بازار تبریز، مسیرهای تجاری تخصصی، چندمنظوره (اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی، آیینی) است.

- حضور و رابطه فعال مردم و مراجعین (تردد، خرید و فروش، تماشای، مکث، عبادت، گفتگو، آسایش از برف و بارش)
- تناسب و مقیاس انسانی و طاقچه‌ها و راسته‌ها (تناسب ارتفاع به عرض: ۲ به ۱) نسبت به بازارهای دیگر که مقیاسی حکومتی دارند.
- تنوع در عرض و اندازه دهانه‌ها، بر اساس مالکیت‌ها
- ضمن حفظ تجانس و هماهنگی کالبدی و وحدت رابطه منطقی راسته‌ها با یکدیگر (تجانس عملکردی)
- ارتباط راسته‌ها با یکدیگر و نیز امکان دسترسی به فضای باز (سرا) و فضای گشاده (تیمچه) و فضای فرهنگی (مسجد).
- سرزندگی اجتماعی و اقتصادی در طول راسته‌ها، هویت منحصر به فرد هر راسته با عملکرد

- نامگذاری اغلب تیمچه‌ها بر اساس بانیان آن‌ها و کالاهای مورد عرضه بوده است.
- به کارگیری طاق‌های کلید، کلمبو ۴ و ۲ بخشی در سقف تیمچه‌ها.



تصویر ۱۰: تیمچه مظفریه

مربوطه (راسته پنبه‌چی‌لر، راسته کلاه‌دوزان، راسته طلا‌فروشان، راسته آینه‌چی‌لر، راسته گونی‌چی‌لر، راسته مسگران، راسته شیشه‌گران و ...) که هر کدام با به کارگیری بوها، رنگ‌ها، صداها و تناسبات خاص هویتی ویژه را بوجود آورده‌اند.

بررسی تیمچه‌های بازار تبریز

در دوره قاجاریه طرح‌های متنوعی از ترکیب تیمچه و کاروانسرا پدید آمد و نمونه‌های متعددی از چنین فضاهایی ساخته شد. تیمچه «امیر» در تبریز و تیمچه «حاج رضا» در قزوین از این نمونه‌اند (سلطانزاده، ۱۳۸۶، ۸۶-۸۸). ترکیب جالب و نسبتاً منسجمی متشکل از یک سرا و یک تیمچه نیز در بازار دیده می‌شود، مانند تیمچه و سرای امیر، تیمچه و سرای میرزا شفیع (سلطانزاده، ۱۳۸۹، ۱۲۶).

ویژگی تیمچه‌ها

- اغلب تیمچه‌های بازار تبریز در دوره قاجاری احداث شده‌اند.
- هر کدام از تیمچه‌ها ضمن اختصاص فضایی برای محل استقرار تجار بزرگ و خاص بازار (حجره) عملکرد تخصصی و عرضه کالای خاصی را بر عهده دارند (تیمچه مظفریه: فرش، تیمچه صفرعلی: پارچه و منسوجات، تیمچه امیر: طلا و جواهرات، تیمچه خرازی‌ها: منسوجات و پارچه و ...).
- تیمچه با گشایش فضایی، محلی برای مکث و توقف بیشتر است. تیمچه‌ها محل تجمعات و برگزاری مراسمات مذهبی و اجتماعی نیز هستند.
- پلان تیمچه‌ها متنوع است: مستطیلی، مربع، دایره و ترکیبی از اشکال هندسی
- تیمچه‌ها در بطن راسته بازارها و در محل‌های امن‌تری ایجاد شده‌اند (به دلیل وجود کالاهای گران‌قیمت)
- اغلب سراهای بازار تبریز در دوره قاجاری و در مسیر دروازه‌ها و با امکان بارگیری و باراندازی کاروان بازرگانان احداث شده‌اند.
- سراها، نقاط عطف بازار، گشوده به آسمان و دارای لکه‌های سبز با آسایش اقلیمی مطلوب می‌باشند.
- ارتباط سراها با پهنه‌ها، خیابان‌ها، تیمچه‌ها، راسته‌ها و سایر فضاهای بازار حائز اهمیت است.
- استفاده از مصالح چوبی در سقف‌ها، ستون‌ها، بازشوها، آجرهای قرمز رنگ و کفسازی آجری و سنگفرش از جمله ویژگی‌های سراهای بازار و مکتب طراحی شهری تبریز محسوب می‌شوند.
- پلان سراها متنوع، اغلب مستطیلی، ابعاد متناسب، الگوی باغ ایرانی (چهار باغ در چهار گوشه سرا و حوضی در وسط)
- نامگذاری اغلب سراها بر اساس بانیان، تاجران معروف و مؤثر بر سراها بوده است.

- عملکرد تخصصی هر سرا در نگهداری و عرضه
- پل بازارهای تبریز بر روی رودخانه مهران رود. پل بازارهای تبریز به اختصار در جدول ۶ ارایه گردیده است.

جدول ۶: بررسی پل بازارهای تبریز از ابعاد مختلف طراحی شهری

ابعاد پل بازار	توضیح	شکل
ضرورت وجودی	وجود رودخانه مهران رود (قوری چای)، نیاز به ارتباط طرفین رودخانه، تداوم تجارت	
عملکرد	عبور از عرض روخانه، تردد، تجاری متنوع (فرش، خرده فروشی و ...)	
منظر شهری	گنبدهایی که از بیرون در دید و نظاره مردم قرار دارند	
فرم	گنبدهای بیرونی و طاق و قوس‌های داخلی	
طول	طول بازار به اندازه عرض رودخانه است.	

۱۲. نظام دید و منظر بازار تبریز

جدول ۸: تحلیل منظر بیرونی بازار تبریز

شاخص‌های منظر بیرونی بازار تبریز		
ورودی‌های بازار	گنبد و مناره مسجدهای بازار	بام تیمچه‌ها
		
مصالح بومی	پل بازارها	فرم فضای سراها و منظر سبز
		

۱۱. بازشناسی رنگ‌ها در کالبد بازار تبریز

جدول ۷: رنگهای شاخص در کالبد بازار تبریز

قرمز	سفید	خاکستری
آجرهای قرمز بکار رفته در کالبد بازار و برخی المان‌ها	برخی در و پنجره‌ها، گچ کاری بندهای بدنه آجری، و ..	سنگفرش کف فضاها و ستون‌های سنگی
		

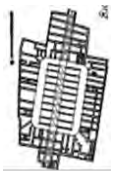
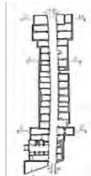




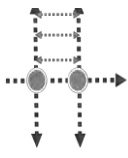
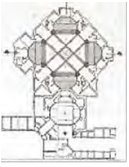
جدول ۹: تحلیل منظر داخلی بازار تبریز

شاخص‌های منظر فضاهای داخلی بازار تبریز				
طاق و گنبد‌های راسته‌ها، چارسوق‌ها و سراهای بازار	مصالح بومی در نما و کفسازی	کاربری‌ها و کالاها	فعالیت‌ها و رفتارهای تجاری، اجتماعی و فرهنگی	عناصری همچون بازشوها(در و پنجره و ستون‌ها)
				

جدول ۱۰: بررسی عناصر منظر بیرونی و داخلی بازار تبریز

عناصر منظر بیرونی بازار در دوره کنونی	عناصر منظر داخلی بازار در دوره کنونی
گنبد تیمچه(ریتیم، دانه بندی، گنبد‌های بزرگ و کوچک)	طاق و گنبد‌های راسته‌ها و چارسوق‌ها و سراهای بازار(طاق‌های ۴ و ۲ بخشی، کلیل و کلمبو، هورنوه‌های سقفی)
گنبد و مناره مسجدهای بازار	عناصری همچون بازشوها، کرکره‌ها، پنجره‌ها، درها، ستون‌ها(از جنس چوب، فلز و سنگ)
منظر سبز و باز سراهای ترکیبی زیبا از بافت مصنوعی و طبیعی)	فعالیت‌ها و رفتارهای تجاری، اجتماعی، فرهنگی(خرید و فروش، تولید، رفت و آمد، مکث، تماشا، حمل و نقل کالا)
ورودی راسته بازارها	کاربری‌ها، کالاها و اجناس(فروش، کفش، لوازم خانگی و ...)
پل بازارها با ترکیبی از بافت مصنوعی و طبیعی	مصالح بومی با تاثیر بر تنوع فضا و گرمی آن برای استفاده کنندگان(بویژه آجر قرمز در جداره حجره‌ها، راسته‌ها و تیمچه‌ها)
مصالح بومی(بویژه آجر قرمز رنگ)	کفسازی از جنس آجر و سنگ

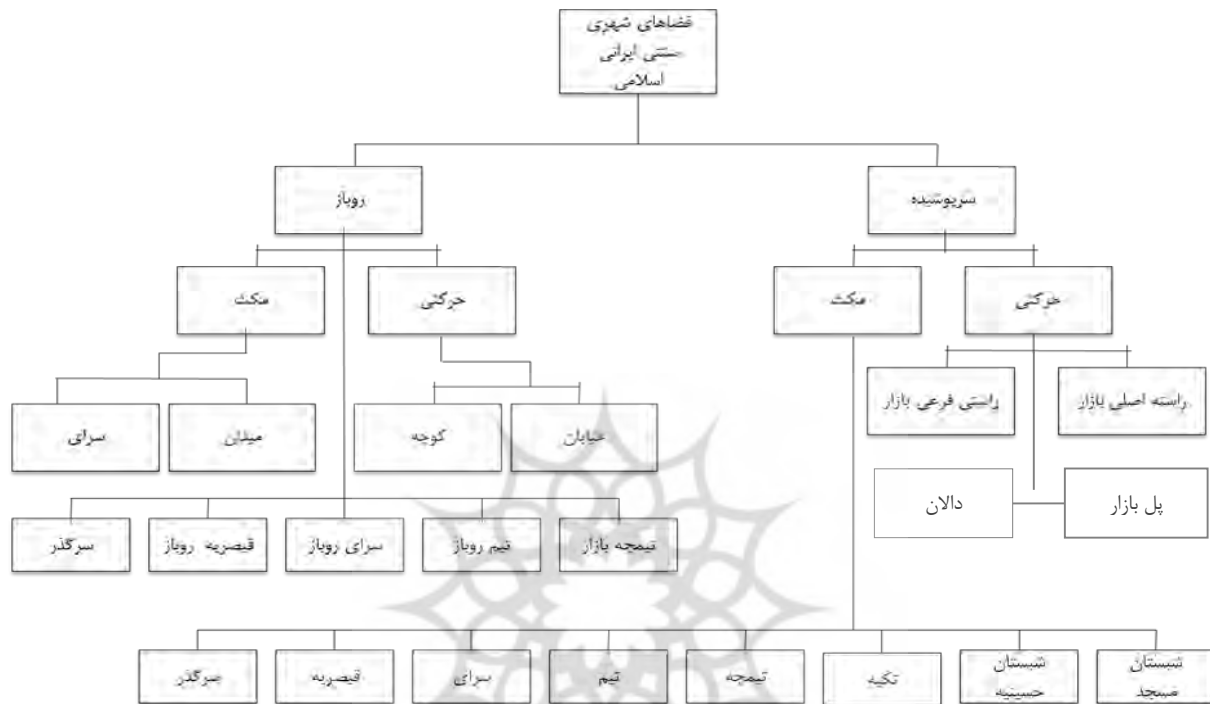
جدول ۱۱: عناصر فضایی بازار تبریز

سرا	راسته	پل بازار	مسجدها	مدرسه‌ها	دالان‌ها	چهارسوق‌ها	تیمچه‌ها
							

سازمان فضاهای شهری تبریز

سازمان فضاهای شهری در تبریز و به خصوص بازار، مانند بسیاری دیگر از فضاهای شهری سنتی (فضاهایی که

حاصل طراحی سنتی شهری ایرانیان است) در دیگر شهرهای ایران است (نمودار ۸) با این تفاوت که تیمچه‌های تبریز همه سرپوشیده‌اند.

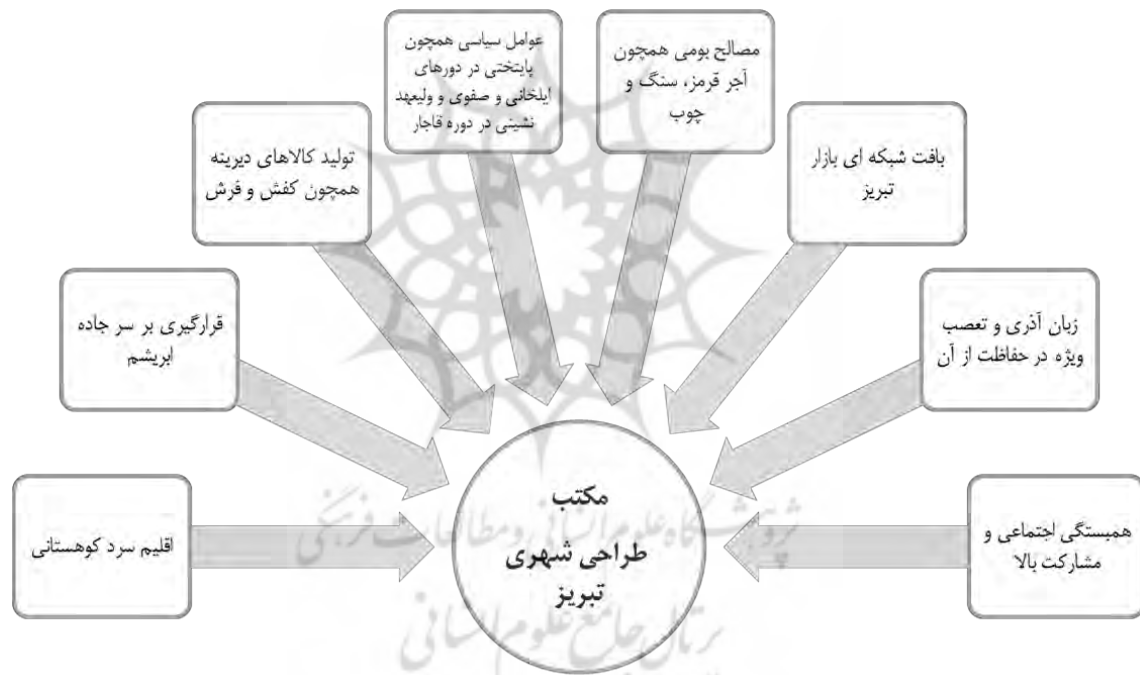


نمودار ۸: سازمان فضاهای شهری سنتی ایرانی-اسلامی (اقتباس از پورجعفر ۱۳۹۴، ۸)

نتیجه‌گیری

- به جرأت می‌توان گفت مطالعه بازار تبریز و استخراج شاخصه‌های آن می‌تواند بخشی از عوامل و عناصر هویت ساز و به زبانی دیگر ویژگی‌های مکتب طراحی شهری تبریز را به شرح زیر ارائه نماید:
- بازار تبریز بر اساس سرمایه اجتماعی، پایه اقتصادی (متکی بر عبور جاده ابرایشم)، اقلیم سرد تبریز، ابعاد سیاسی (پایتختی تبریز در زمان ایلخانان و ولیعهدنشینی تبریز در دوره قاجاریه) متکی است.
- نقش سرمایه اجتماعی بازار تبریز در ماندگاری، پایداری و بازسازی بازار پس از زمین‌لرزه‌های متعدد به ویژه زمین‌لرزه ۱۱۹۳ ه.ق قابل ملاحظه است.
- عملکرد چند بعدی بازار به ویژه تیمچه‌ها در مناسبت‌ها و ایام خاص از نکات قابل توجه بازار تبریز است.

- آوازه ملی و بین‌المللی بازار تبریز در صنعت چرم، کفش، فرش و شیرینی‌جات، قوت خاصی به حیات این مجموعه می‌بخشد.
- مقیاس انسانی فضاهای بازار به ویژه راسته‌ها از دیگر ابعاد هویتی بازار تبریز است.
- پل بازارها با عملکرد تجاری و پل عبوری از عرض رودخانه از دیگر نکات شاخص مکتب تبریز می‌باشد.
- تعدد مشاغل و صنوف بازار تبریز، مساحت ۲۷ هکتاری و طول راسته‌های ۵۷۶۰ متر و ۵۵۰۰ حجره و ۳۴ مسجد این مجموعه را به بازاری زنده و بزرگترین بازار سرپوشیده جهان تبدیل نموده است.
- ویژگی‌های طراحی خوشایند برای چشم از منظر بوم‌شناسی بصری (ویدئو اکولوژی) در زمینه ایجاد هماهنگی، وحدت، تقارن، توازن، ریتم، تجانس، تنوع و تضاد، بوم‌شناسی‌های بصری، صوتی- شنوایی و بویایی که نسبت به دیگر بازارهای ایران تا حدودی متفاوت است.
- مکتب تبریز، مکتبی وابسته به مکان (جغرافیایی)، جامعه، فرهنگ و محیط زیست می‌باشد. در طراحی شهری، مکتب تبریز می‌توان به عوامل و مؤلفه‌های زیر اشاره نمود:



نمودار ۹: عوامل و مؤلفه‌های مکتب تبریز در طراحی شهری

بافت و رنگ متفاوتی است که با بسیاری از بازارها همچون تهران، اصفهان و شیراز تفاوت دارد. تناسبات و مقیاس آن به تمام معنا انسانی است. از زاویه‌ای دیگر، مجموعه‌ای تکامل یافته از اجزای گوناگون، کاربری‌های تجاری و اداری است، که در کل شامل راسته اصلی بازار، راسته‌های

مکتب تبریز، آثاری را به میراث گذاشته که از نظر پلان، نما و مقطع، قابل تشخیص و به زبانی هویت محلی خود را داراست. بازار تبریز به تنهایی ویژگی‌هایی را از مکتب طراحی شهری تبریز (نمونه‌ای از مکاتب طراحی شهری ایرانی- اسلامی) به نمایش می‌گذارد. این ویژگی‌ها شامل:

به طور کلی مکتب تبریز دارای دو بعد پنهان و آشکار است. بعد آشکار آن را می‌توان در شکل کالبدی- فضایی آن مشاهده نمود. بعد پنهان آن بیشتر جنبه مفهومی و معنوی دارد که گهگاه در رفتارها و زمان‌های خاص نمود پیدا می‌کند. لیکن دور از حقیقت نیست که بگوییم بعد آشکار نیز متأثر از بعد پنهان مذکور است. بعد پنهان شامل هنجارها، باورها، اعتقادات و رفتارهای اجتماعی اقتصادی نهفته است. در یک جمله می‌توان گفت روح مکتب طراحی شهری تبریز را بعد پنهان و جسم آن را بعد آشکار شکل می‌دهد.

فرعی، سراها و تیمچه‌های گوناگون و به زبانی دیگر به عنوان بزرگ‌ترین مجموعه تجاری و به ثبت رسیده توسط یونسکو می‌باشد.

در هر محله‌ای صوت دل‌نشین اذان از ابنیه گوناگون مذهبی به سمع می‌رسد که از نظر بوم‌شناسی صوتی و شنوایی (Sound Scape) برای جامعه مسلمان آرام بخش و روح افزاست. شیرینی و نشاط زندگی در فضاهای انسانی و پاسخگو به نیازهای فرهنگی خواه محرم خواه نوروز و یا عزا و چه شادی پاسخگوست. مجموعه بزرگ بازار تبریز به طور کلی وحدت شکلی و فرمی خود را با رنگ و بافت و مقیاس انسانیت‌اش حفظ نموده است.

فهرست منابع

- اسمعیلی سنگری، حسین، و بهروز عمرانی. ۱۳۸۷. تاریخ و معماری بازار تبریز. تبریز: انتشارات ستوده.
- پاکزاد، جهان‌شاه. ۱۳۹۰. تاریخ شهر و شهرنشینی در ایران از آغاز تا دوران قاجار. تهران: انتشارات آرمانشهر.
- پورجعفر، محمدرضا، و علی پورجعفر. ۱۳۹۰. نقش سرمایه اجتماعی در وضعیت اقتصادی بازارهای سنتی در ایران. در اولین همایش اقتصاد شهری در ایران، مشهد، ۲ و ۳ آذر.
- پورجعفر، محمدرضا، علیرضا ارباب زادگان، و علی پورجعفر. ۱۳۹۳. تجلی خرده فرهنگ‌های ایرانی اسلامی در طراحی فضاهای شهری. تهران: انتشارات آرمانشهر.
- پورجعفر، علی، و امیر صدرایی. ۱۳۹۴. تحلیل تطبیقی تیمچه‌های با فضای مرکزی غیر مسقف به عنوان فضاهای شهری تجاری در بازار با تاکید بر ویژگی‌های تیمچه صرافیان در استان فارس. فصلنامه مدیریت شهری (۴۰): ۷-۲۲.
- چلبی، اولیا، و آدم اولتاریوس. ۱۳۶۹. سفرنامه آدم اولتاریوس اصفهان خونین شاه صفی. ترجمه حسین کردبچه. تهران: انتشارات کتاب برای همه.
- خاماچی، بهروز. ۱۳۷۵. بازار تبریز در گذر زمان بررسی اوضاع تاریخی، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی بازار تبریز. تبریز: نشر آشینا.
- سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح. ۱۳۸۱. فرهنگ جغرافیایی شهرستان تبریز. تهران: انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.
- بی‌نام. ۱۳۸۹. نقشه موقعیت و محدوده مساجد بازار تبریز. اسناد ثبت جهانی بازار تبریز، سازمان میراث فرهنگی آذربایجان شرقی، جهت ارائه به سازمان بین‌المللی یونسکو (شاخه فرهنگی سازمان ملل متحد).
- سلطانزاده، حسین. ۱۳۸۶. بازارهای ایرانی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی. چاپ چهارم.
- —. ۱۳۸۹. تبریز خشتی استوار در معماری ایران. تهران: دفتر نشر پژوهش‌های فرهنگی. چاپ دوم.
- شاردن، ژان. ۱۳۷۵. سفرنامه شاردن. ترجمه اقبال یغمایی. تهران: انتشارات توس.
- صفامنش، کامران، یعقوب رشتچیان و بهروز منادی‌زاده. ۱۳۷۶. ساختار کالبدی شهر تبریز و تحولات آن در دو سده اخیر. فصلنامه فرهنگی و اجتماعی گفتگو، (۱۸).
- کلاویخو، روی‌گونتالت. ۱۳۴۴. سفرنامه کلاویخو. ترجمه مسعود رجب‌نیا. تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
- مستوفی، حمدالله. ۱۳۳۶. نزهة القلوب، مقاله سوم. (تصحیح گای لسترنج)، به کوشش محمد دبیر سیاقی، تهران: انتشارات طهوری.

- مشکور، محمدجواد. ۱۳۴۹. نظری به تاریخ آذربایجان و آثار باستانی و جمعیت‌شناسی آن. تبریز: انتشارات انجمن آثار ملی.
- مؤمنی، مصطفی. ۱۳۸۰. تبریز، در دانشنامه جهان اسلام. ج ۶. زیر نظر غلامعلی حداد عادل. تهران: بنیاد دائرةالمعارف اسلامی.
- Ebrahimi, A. N., F. Pour Rahimian, and M. S. Loron. 2013. Impacts of urban passages on formation of Iranian Bazars: case study of the Historic Bazaar of Tabriz. *International Journal of Architectural Research Archnet-IJAR* 24(2): 61-75.
- Pourjafar, M.R., Gh. Samani, A. Pourjafar, and R. Hoorshenasranean. 2012. Archi cultural parallel of Persian and Turkish bazaar along the Silk Road case studies: rey, Tabriz and Istanbul bazaar. In *2nd International Conference on Archi-Cultural Translations through the Silk Road*, Nishinomiya, Japan, July 14-16.



Iranian Islamic Urban Design Features of Tabriz

Case study: Great bazaar of the city

M.R. Pourjafar^{1*}, A. Molaee,² A. Pourjafar³

*1. Professor, Faculty of Arts & Architecture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.

2. Ph.D Candidate in Urban Design, Tabriz Islamic Art University, Tabriz, Iran.

3. M.A in Urban Design, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.

Tabriz city has a rich history affected by various socio-economic, cultural and natural aspects. Tabriz old traditional built form, like all other traditional Iranian cities, is the result of various historical events and a valuable culture in urban Design context. Great indigenous urban design complexes like Iranian Bazaars are the reflection of cultural and spiritual aspects of a process in a long period of time. Their design patterns are not copied from other places. They are quite indigenous and unique in their types. Reconstruction of Tabriz after destructive earthquake in a short time indicates that they had clear specific urban design concepts and criteria to regenerate such a great complex.

Tabriz Bazaar was the center of exchanging European commodities; therefore, it was famous in the world. Due to this reason, it is registered as a world cultural heritage in UNESCO¹. It is also an important socio-economic and cultural element which gives identity to the Tabriz city. A large part of the Bazaar area is located in the south of the Mehran Rood River. The existence of the river has caused the formation of "Pol-bazaar" (Local name) which means Bazaar created on bridge. This bridge bazaar is along the "Rasta" (main axis), leading to the north of the Bazaar. A large number of entrances all around the bazaar show the outstanding elements that indicate the extend and amount of various activities going on in the area. Religious places like mosques for Muslim are usually built along the Bazaars too. The main problem is that, there hasn't been proper respect for bazaar as a cultural heritage and there is no familiarity with Iranian Islamic urban design criteria of the Bazaar in Tabriz city, as far as urban design theories are concerned. The main aim of this research is to derive

urban design criteria of Tabriz built form as a school of thought of urban design. Deriving such urban design criteria and getting lesson from it would not only help in up grading the condition of existing bazaar itself, but also it helps in improving urban design quality of other places with similar culture in the region. In this article, the methodology is analytical descriptive. Data collections is done through library research, review of available documents and also from filled survey and site observation and then all these are analyzed.

Finally it is concluded that, Tabriz Bazaar has a different pattern from those of Tehran, Esfahan and Shiraz which are of linear type. It has a network pattern. The network of Tabriz great Bazaar is combined from main "Axis", "Corridors", "Nods", "Teams", "Timchehes", "Saras", "Caravansaries" and "Mosques". These all have been functioning considering all aspect of socio-cultural and economic with lot of diversities, throughout history.

At last, it is concluded that; the culture of urban design of Tabriz is a unique school of thought with convivial urban spaces, unique socio-commercial places such as "Pol-Bazaars", and rich social capital (with regard to religious & cultural values). Fine grain and uniform texture of the built form is full of warmth and intimacy. It forms a happy composition which has lots of lessons for designing in future. No doubt that such a built form creates a special kind of sense of identity and belonging.

Keywords: Bazaar of Tabriz, Tabriz School of Urban Design Thought, Characteristics, Sense of Belonging & Identity, Tradition of Urban Design.

¹ United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization