

واکاوی تیپومورفولوژی شهری بازارهای کهن ایرانی - اسلامی (مورد مطالعه: بازار کهن شهر خرم آباد)

سمیه تیموری^۱، سلیمان میرزاپور^{۲*}

۱. گروه جغرافیا، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

۲. مسئول مکاتبات، گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه لرستان، خرم آباد، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۱۲/۱۶

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۱۷

چکیده

نوشتار حاضر در پی بررسی و تحلیل تیپومورفولوژی بازار کهن شهر خرم آباد بوده است. این مطالعات هم گونه ریخت شناسانه و هم ساختار فیزیکی و فضایی شهرها را آشکار می سازند. بدین منظور و در گام نخست، به شکل گیری مفهوم بازار و نقش آفرینی آن در شهر اسلامی پرداخته شده است. روش شناسی حاکم بر این تحقیق توصیفی - تحلیلی و مبتنی بر مطالعات اسنادی - کتابخانه ای است. یافته های پژوهش نشان می دهد که بازار کهن شهر خرم آباد تفاوت هایی با سایر بازارهای کشور دارد و سایر عناصر بازار با آن نظم و الگویی که در دیگر شهرهای اسلامی وجود دارد، همراه نیست. همچنین در دوره ی پهلوی، با خیابان کشی های جدید، بافت تاریخی بازار عملاً از هم گسیخت. در حال حاضر بازار قدیمی خرم آباد کارکرد خود را حفظ نموده و راسته بروجردی ها، خیابان حافظ و اطراف میدان گپ و ... تا به امروز همچنان به عنوان قلب بازار این شهر جاذب جمعیت و فعالیت هستند، اما کارکرد کاروانسرای قدیمی خرم آباد واقع در جنوب غربی میدان گپ به بازار طلافروشان تغییر پیدا کرده و تا به امروز نسبت به دیگر بازارهای خرید و فروش طلا و جواهر شهر، دارای اهمیت بیشتری است. به علت مورفولوژی خاص شهر، قسمت اعظم ترافیک شهری در منطقه مرکز شهر جریان دارد که ورود خودرو به خیابان های مرکزی شهر و بازار، می تواند باعث به حاشیه راندن بازار قدیمی و بی هویتی آن در آینده گردد.

کلید واژه ها: تیپومورفولوژی، بازار ایرانی، بازار کهن، شهر خرم آباد.

مقدمه

بازارها به‌عنوان بخشی از محیط شهری در فضاهای عمومی، متعلق به همه مردمان شهرها در جهان بوده است (Ouria, 2019:1). بازارها به‌عنوان یکی از عناصر اصلی شهرهای اسلامی و عمدتاً به‌عنوان کارکرد اقتصادی چنین شهرهایی مطرح می‌باشند، ضمن آنکه به‌عنوان ستون فقرات شهرهای سنتی نیز محسوب می‌شوند و تا گذشته‌ای نه‌چندان دور اهمیت بسیاری در تکوین روابط اجتماعی و گردش سرمایه داشته‌اند؛ به عبارتی با ایفای نقش‌های اجتماعی و اقتصادی و دارا بودن وجوه زیباشناختی و هم‌جواری با کاربری‌های مذهبی و فرهنگی موجبات پویایی شهرها را فراهم می‌آوردند. به‌طورکلی در گذشته شکل‌گیری عناصر بازار و روند توسعه آن بستگی به کارکرد اصلی شهر و میزان رشد اقتصادی و جمعیت آن داشت. در شهرهای متوسط و کوچکی که مبادلات خارجی آن‌ها زیاد نبود، بخش قابل‌ملاحظه‌ای از بازار صرف تأمین نیازهای داخلی شهر و ناحیه پیرامونی می‌شد. این بازارچه‌ها جنبه خرده‌فروشی داشتند و درصد کمی از فضاهای آن به تجارت خارجی اختصاص داشت. در صورتی که در شهرهای بزرگ به علت عملکردهای متنوع و توسعه تجارت خارجی و نواحی پیرامونی عناصری که در خدمت تجارت خارجی بودند به بخش‌های داخلی اضافه می‌شد. به‌طورکلی فضای کالبدی برای پاسخگویی به نیازهای جدید همواره در حال تغییر شکل بود و علاوه بر امتداد راسته اصلی و نفوذ در محله‌ها از طریق راسته‌های فرعی بخش‌هایی از فضاهای مسکونی اطراف بدنه راسته‌ها را نیز به خود جلب می‌کرد و آن‌ها را به‌صورت سرا یا تیمچه مورد استفاده قرار می‌داد. بازار از نظر کارکردهای اقتصادی-اجتماعی قدرت و دامنه نفوذ وسیعی داشت. ویژگی‌های کارکردی بازار و پیوند با مراکز مهم سه‌گانه سیاسی، اقتصادی و مذهبی موجب جریان همه‌فعالیت‌های اجتماعی به‌سوی بازار می‌شد (سرور، ۱۴۰۰: ۲۹) (نظریان، ۱۳۸۳: ۲۲۰).

تیپومورفولوژی (گونه ریخت‌شناسی) مطالعات گونه ریخت‌شناسانه، ساختار فیزیکی و فضایی شهرها را آشکار می‌سازند، این مطالعات هم‌گونه شناسانه و هم‌ریخت‌شناسانه‌اند. مورفولوژی (ریخت‌شناسی) بازارهای سنتی ایران نیز تا حد زیادی مربوط به خصیصه‌های کارکردی آن‌ها است. در شهری مانند خرم‌آباد که دارای تیپومورفولوژی متفاوت از لحاظ سیما و منظر شهری متفاوت می‌باشد، عناصر گوناگون شهری، به‌ویژه بازار در هم‌جواری با قلعه‌ی فلک‌الافلاک و مسجد جامع و میدان، سیستم شهری فعالی را به وجود آورده‌اند که امروزه منجر به تغییرات ساختاری- کارکردی بازار گردیده و تیپومورفولوژی بازار را تحت‌الشعاع خود قرار داده است و عدم توجه بدان می‌تواند موجبات بی‌هویتی آن را در آینده‌ی نزدیک شود. لذا در این نوشتار تلاش می‌گردد این تحولات مورد کندوکاو قرار گیرد.

مبانی نظری پژوهش

۱- بازار: کلمه «بازار» در زبان پهلوی ساسانی به‌صورت «وازار» و ترکیباتی نظیر «وازارگ»، «وازارگان»، «وازارانیه» و «وازارباد» بکار برده می‌شد (Moghaddam, 1994). به زبان فارسی قدیم، معنی (بازار) عبارت از (کار دم دروازه) است. این‌گونه بازارهای موقت در دوران اسلامی، تبدیل به بازارهای دائمی شدند و به‌صورت جزئی از بافت ربهض درآمدند (مجتهد زاده، ۱۳۸۲: ۲۱۰).

در فرهنگ فارسی عمید، بازار به معنای «جای دادوستد و خریدوفروش کالاها، محل اجتماع فروشندگان و خریداران، کوچه سرپوشیده که دارای چند دکان یا فروشگاه باشد» آمده است (عمید، ۱۳۸۹: ۶۰۸). «بازار در ایران فضایی است، برای خریدوفروش و تولید و عرضه کالاهای گوناگون که یک مسیر ارتباطی از میان آن می‌گذرد» (سعیدنیا، ۱۳۸۷: ۸۵-۷۴).

در دوره مادها، مفهوم بازار هنوز در مرحله‌ی جنینی قرار داشت و بافت و ساختار کالبدی آن مراحل آغازین خود را می‌گذراند. در دوره ساسانیان با حضور همه‌جانبه دولت در بازرگانی، صنعت و نقش ایران آن روز در بازرگانی بین‌المللی، روابط بازرگانی با چین، هند، رم شرقی، حجاز، حبشه و... در اقتصاد شهری دولت ساسانی مؤثر افتاد و عنصر بازار در معنایی که اکنون از آن داریم کالبد پیدا کرد و در مسیر خود محله‌ها را شکل داد و بازار قلب شهر گردید و کالاها و مصنوعات گوناگون از همه‌جا بدان جا حمل می‌گردید (حبیبی، ۱۳۸۳: ۲۳۲).

شهرهایی که فرمانروایان اسلامی بنیان گذاردند دو پایه اصلی داشتند: یکی مسجد جامع و دیگری بازار. مسجد جامع در اوایل دوره اسلامی مرکز مذهبی و سیاسی بود (اشرف، ۱۳۵۳: ۴۹-۷). کارکرد اقتصادی در شهرهای اسلامی عمدتاً در چهارچوب بازارها یا سوق‌ها متبلور می‌شد. شهرهای اسلامی عموماً محل تبادلات کالایی و بازرگانی زیادی بودند. این امر در شهرهایی که بر سر راه جاده‌های بزرگ تجاری قرار می‌گرفتند، یا شهرهایی که به دلیل مرکزیت سیاسی‌شان ثروت بیشتری را در خود جای می‌دادند، تشدید می‌شد (فکوهی، ۱۳۸۹: ۶۰۸).

تجارت، نخستین فعالیت در بازار بوده است. در ایران مانند بسیاری از بخش‌های دیگر خاورمیانه، انواع حرفه‌ها و تجارت از نظر فضایی از هم مجزا بودند و افراد هم‌شغل، راسته بازار مخصوص به خود را اشغال می‌کردند. دلایل بسیاری برای توسعه جدایی‌گزینی حرفه‌ها در بازارهای ایران مانند سایر بازارهای خاورمیانه در دست است و از آن جمله: ۱. سیستم مالیات‌بندی توسط نیروهای حکومتی، هنگامی که افراد حرفه‌ها و تجارت‌های مشابه در طول یک راسته بازار گرد هم می‌آمدند آسان‌تر صورت می‌گرفت؛ ۲. تخلیه بار کاروان‌ها آسان‌تر انجام می‌شد؛ ۳. فرآیند تأمین امنیت امکان‌پذیرتر بود؛ احتمالاً مهم‌ترین دلیل قبول سیستم جدایی‌گزینی مشاغل، صرفاً قابل اجرا بودن آن بود. تمرکز حرفه‌ها و تجارت‌های مشابه در یک راسته بازار منجر به روابط متقابل و مستمر میان آن‌ها می‌شد و اجازه تبادل عقاید حرفه‌ای، سیاسی و مذهبی را می‌داد. مشتری نیز از این سیستم تا حد زیادی سود می‌جست؛ به این ترتیب که از امکان انتخاب کالاهای مشابه بیشتری بهره‌مند می‌شد و هم‌زمان می‌توانست سطوح مختلف کیفیت و قیمت پیشنهاد شده را باهم مقایسه کند (خیرآبادی، ۱۳۷۶: ۱۵۹).

دو عامل بازار و مسجد همواره در فرهنگ شهرهای اسلامی، نقش مهمی داشتند؛ به طوری که هنگام ایجاد یک شهر اسلامی، محل حکومت، مسجد جامع و یک میدان مرکزی باهم و وابسته به هم ساخته می‌شد و بازار و میدان از عناصر مهم تشکیل‌دهنده مورفولوژی شهری به شمار می‌آمد (شکویی، ۱۳۸۳: ۵۹۲).

با فاصله‌ای دور از مفهوم «شهر-بازار»، شهر دوران اسلامی در تحول خویش به دور بازارها تنیده می‌شود و در گسترش خود بازارهای جدید را ایجاد می‌کند. شواهدی بسیار از کرمان و یزد گرفته تا لاهیجان و تبریز، از دزفول و شوشتر گرفته

تا مشهد و نیشابور و... وجود دارند که قبل از این که محله‌ای ساخته شود و بخشی نو برپا شود، نخست بازار و میدان ساخته می‌شدند و سپس مردمان به‌گونه‌ای کاملاً آزاد به دور آن‌ها سکنی می‌گرفتند و محله‌ای جدید برپا می‌شد (حبیبی، ۱۳۸۳: ۲۳۲).

پیش از اسلام، هم در سرزمین‌های زیر سلطه ساسانیان و هم در شهرهای قلمرو رومیان بازار وجود داشت، ولی تفاوت بارز بازارهای دوره اسلامی با بازارهای پیشین، در این است که در راسته بازارهای تخصصی شهرهای اسلامی - تحت تأثیر روحیه تسامح مذهبی - مجال کار و فعالیت برای پیروان ادیان مختلف، فراهم بوده است. در واقع افزون بر موارد پیش‌گفته از جمله امتیازات بازارهای سرزمین‌های اسلامی بر بازارهای دوره ساسانی می‌توان به تقسیم‌بندی بازار بر مبنای تخصص حرفه‌ای و نه مبتنی بر طبقه و کاست اشاره کرد (سعیدی رضوانی، ۱۳۷۲: ۲۳۲).

بر پایه اطلاعات موجود در منابع تاریخی، از اواخر قرن اول هجری به بعد در بسیاری از شهرهای جدید و کمابیش همه شهرهای قدیمی بازارهایی دائمی با فضاهای ساخته‌شده 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 (سلطان‌زاده، ۱۳۸۶: ۱۱۶). بازارهای تخصصی در سرزمین‌های اسلامی، برخلاف نقاط دیگر جهان به خریدار فرصت می‌دهد تا خواسته‌ها و کالاهای موردنظر خود را به ارزان‌ترین بها و به هر نحو دلخواه و متناسب با اقتصاد خانواده خود تهیه کند، بی‌آنکه مانند امروز ناچار باشد برای خریداری هر چیزی، به صدها مغازه که هر یک فاصله زیادی باهم دارند، سر بزنند (شفقی، ۱۳۸۵: ۶۵۰). در بازارهای سنتی، سابقه فعالیت روابط غیررسمی مبتنی بر شناخت متقابل و اعتماد ناشی از آن شروط اولیه یک فعالیت اقتصادی قوی بوده است که باعث به وجود آمدن رابطه‌ای اجتماعی مبتنی بر اعتماد بین افراد شاغل و مردم در بازار می‌گردید (بهزادفر و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۹-۱۴).

بازار در شهرهای سنتی ایران توسط نواحی فشرده و تقریباً مدور مسکونی احاطه می‌شود. هم‌چنین بازارهای ایران از نظر زمان تشکیل، توسعه تاریخی و حوزه نفوذ خود باهم متفاوت‌اند. برای مثال یک بازار در یک شهر بزرگ (مثل یک پایتخت سابق یا یک قطب مهم تجاری) با یک بازار در شهری کوچک که فاقد اهمیت تجاری در سطح ملی یا بین‌المللی بوده است، تفاوت دارد. یک بازار در یک پایتخت یا هر شهر بزرگ دیگر به علت وسعت بیشتر حوزه نفوذ خود باید بتواند تعداد بیشتری از مشتریان را با سلیقه‌ها و ذوق‌های مختلف و نیازهای متنوع ارضاء کند، چنین بازاری بایستی طبیعتاً بزرگ‌تر باشد و شامل تعداد بیشتری از مغازه‌ها، همراه با کالاهایی متنوع‌تر و راسته بازارهایی باشد که به فعالیت‌های تجاری بیشتری اختصاص یافته‌اند. در مقابل بازارهای کوچک مانند بازار سبزوار به علت محدود بودن حوزه نفوذ و تعداد مشتریان، از نظر اندازه بسیار کوچک‌ترند. با کاهش نیازهای مشتری برای کالاهای اساسی، بازارهای کوچک‌تر، فعالیت‌های خود را حول تجارت کالاهای محلی متمرکز می‌سازند، این کالاها تأمین‌کننده نیازهای اصلی ساکنان شهر و حومه‌های بلافصل آن است (خیرآبادی، ۱۳۷۶: ۱۵۹).

در ادامه‌ی سیر تحول بازار در دوره‌ی قاجار تحول مهمی که در زمینه ساختار شهری در این دوره (قاجار) صورت گرفت و نقش بسیار مهم و تعیین‌کننده‌ای بر تحول بازارها بر جای 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 باب همایون و ناصرخسرو از این‌گونه خیابان‌ها بودند (سلطان‌زاده، ۱۳۸۶: ۱۱۶).

هم‌چنین از توصیفی که سیاحان از ریخت شهر و ساخت کالبدی آن ارائه می‌دهند، می‌توان نتیجه گرفت که در سراسر قرن نوزدهم و آغاز قرن بیستم میلادی، بافت شهر و سازمان فضائی آن تفاوت‌های عمده‌ای (از نظر ساختی و ماهوی) را با شهر دوره صفوی (مکتب اصفهان) نشان نمی‌دهند. بازار کماکان لولای اصلی و ستون فقرات شهر است و چون همیشه علاوه بر نقش اقتصادی-تجاری خود، مکان تظاهرات تمامی اشکال و شکل‌بندی‌های اجتماعی- فرهنگی نیز می‌باشد. دسترسی‌های جداشده از بازار در مرکز محلات یکدیگر را تلاقی می‌کنند و محلات به‌عنوان مکانی نیمه‌مستقل در دل شهر به حیات خود ادامه می‌دهند. برخلاف مکتب اصفهان، به تبعیت از مفهوم تجددطلبی، حضور قوی تفکر غربی‌ومی در سازمان‌دهی فضائی و سرانجام استیلائی قدرت اقتصادی فراملی، سبک تهران در ترکیب فضائی این میدان عرصه‌ای دیگر را باز می‌کند. مسجد و مدرسه، کاخ حکومتی و بازار به‌عنوان عناصر اصلی ترکیب میدان در مکتب اصفهان جای خود را به عمارت تلگرافخانه و پستخانه (شاخص ارتباطات نو)، بانک (نماد روابط بازرگانی، تجاری جدید)، عمارت بلدی (تعبیری ظریف‌تر از ساختمان حکومتی) و نظمی (حضور عنصر نظامی) می‌سپارند. جامع کماکان در دل بازار باقی می‌ماند، بازار دهانه خویش را به میدان کهن شهر (سبزه‌میدان) می‌گشاید (حبیبی، ۱۳۸۳: ۲۳۲).

با ورود به دوره پهلوی اول، شالوده کهن ارتباطات ازهم‌گسیخته می‌شود، سازمان محله‌ای دچار آسیب جدی می‌گردد و بازار به‌عنوان ستون فقرات اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی شهر در مقابل حضور قوی خیابان و انتقال بخش عمده‌ای از فعالیت‌های اقتصادی به کناره‌های آن، برای همیشه رنگ می‌بازد. بازار با انتقال بخش اعظم از فعالیت‌های اقتصادی خویش- بخصوص در زمینه اشیاء زینتی و کالاهای مصرفی نوپردازانه- به اولین انتقال فضائی از مکان خاص به مکانی که با تطور زمان تغییر می‌کند، دست می‌زند (همان: ۲۳۲). مجموعه شهرها «مهر پهلوی» که عبارت از دو خیابان متقاطع با یک میدان در وسط آن بود به چهره خود دست یافتند. ایجاد میدان و چهارراه به‌عنوان بخش حکومتی در مقابل میدان‌ها سنتی شهر ضروری بود. ایجاد چنین محورهایی بدون هیچ تردیدی در جهت فروپاشی عناصر و اجزای سنتی شهرها انجام می‌گرفت و توسعه آن‌ها در جهت تضعیف عملکردهای بازار و مکان‌گزینی عملکردهای تازه در چنین محورهایی بود. چنین مداخلاتی برای حل مسئله گردش کالا و سرمایه، استفاده از وسایط نقلیه موتوری و تعمیم آن ضروری بود (نظریان، ۱۳۸۳: ۲۲۰).

روند تحولات دهه‌های اخیر و پیامد آن بر کالبد و محتوای بازار به حدی بوده است که پیرنیا در تحقیق خود با عنوان «بیماری بلوار» ضمن انتقاد بر خیابان‌کشی‌های صورت‌گرفته از سوی شهرداری به ظهور پاساژها اشاره می‌کنند. در این تحقیق آمده است که «در سال‌های اخیر رسته‌ها و قیصریه‌های بزرگ و متعددی بنام پاساژ در کلیه شهرهای ایران ساخته شده است. چه کسی می‌تواند ادعا کند که بهترین و بزرگ‌ترین آن‌ها با تیمچه امین‌الدوله کاشان، قیصریه ابراهیم‌خان کرمان، بازار وکیل شیراز یا بازارهای اصفهان، کاشان و یزد قابل مقایسه و یا اقلأً با اغماض نظیر آن‌هاست؟ حتی بهترین پاساژ

پایتخت نیز به پای تیمچه حاجب‌الدوله که در دوره انحطاط معماری ایران ساخته شده نمی‌رسد، مگر چنین نیست؟» (پیرنیا، ۱۳۴۷: ۴۹-۴۳).

مجموعه عوامل مؤثر بر تحولات بازار به‌ویژه از منظر تیپومورفولوژی و هم‌چنین پیامدهای آن بررسی و تحلیل گردید، با توجه به تحقیقات انجام‌شده در مورد بازار ویژگی‌های ذیل قابل استنتاج هستند:

- پیوستگی و انسجام کالبدی میان اجزای مختلف بازار با قدمت‌های متفاوت؛
 - جدا بودن بازار (محل کار) از محل سکونت؛
 - تجمع پیشه‌وران مختلف در راسته‌ها؛
 - وجود سلسله‌مراتب مکانی در بازار؛
 - دسته‌بندی بازار بر اساس نوع فعالیت؛
 - مکان‌گزینی مشاغل با توجه به معیارهای زیست‌محیطی؛
 - پیروی از الگو و طرح عمومی برای پاسخگویی به نیاز مردم؛
 - ارتباط بازار با پیرامون بر مبنای اصول اسلامی؛
 - شکل‌گیری استخوان‌بندی بازار از راسته‌ها، گذرهای اصلی و فرعی، بخش‌های تجاری با سکونت و بخش‌های تجاری بدون سکونت؛
 - مجاورت سه عنصر قدرت، ثروت و مذهب؛
- مهم‌ترین گونه‌های بازار از نظر شکل و کارکرد شامل بازار خطی، بازار چند محوری، بازار مرکزی، خان‌های پیرامونی، بازار صلیبی، بازار محله، بازار بیرون شهر، بازار صحرایی، بازار زیارتی و بازار صنایع دستی بوده است (دانشنامه جهان اسلام، مدخل ۲).



شکل ۱ - تقسیم‌بندی بازار بر اساس عملکرد (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۲)

۲- **مرفولوژی شهری:** اواخر قرن نوزدهم میلادی را می توان آغاز شکل گیری «مورفولوژی شهری» به صورت یک دانش سازمان یافته دانست. با توجه به نیروهای متنوعی که در شکل گیری یک شهر دخیل اند، بسیار طبیعی به نظر می رسد که این حوزه از تفکر در جهان امروز به عنوان یک دانش میان رشته ای شناخته شود. به همین دلیل است که متخصصین حوزه های گوناگون علمی مانند معماران، شهرسازان، جغرافی دانان شهری، برنامه ریزان شهری و طراحان شهری در میان مورفولوژیست های شهری دیده می شوند، همین امر نیز موجب شده است که تعاریف مختلفی از سوی صاحب نظران رشته های مرتبط با آن ارائه گردد. برای ورود به بحث مهم ترین این تعاریف در پی آن می آید:

- مورفولوژی شهری مطالعه ی فرم شهرها در طول زمان است (Scheer, 2002:106).
 - مورفولوژی شهری چگونگی برپایی، برافراشتگی و گشوده شدن عناصر سکونتگاهی را تحلیل می کند. واژه ی برپایی، رابطه با زمین و واژه ی برافراشتگی رابطه با آسمان را معرفی می کند. واژه ی گشوده شدن نیز به معنی تعامل فضایی با محیط یا همان رابطه ی درون و برون است (Norberg Shulz, 1979:43).
 - مورفولوژی شهری مطالعه ی فرم شهرهاست (Gauthier and Gilliland, 2006:41).
 - مورفولوژی شهری رشته ای است که فرآیند ساخت شهر و نتایج محمولات آن را بررسی می کند (سرور، ۱۴۰۱).
- (Moudon, 1998: 141).

۳- **تیپومورفولوژی:** مفهوم یا اصطلاح تیپومورفولوژی (گونه ریخت شناسی) مطالعات گونه ریخت شناسانه، ساختار فیزیکی و فضایی شهرها را آشکار می سازند. این مطالعات هم گونه شناسانه اند و هم ریخت شناسانه، چراکه فرم شهری (مورفولوژی) را بر اساس طبقه بندی تفضیلی ساختمان ها و فضاهای باز با توجه به گونه ها (تیپولوژی) توضیح می دهند. گونه ریخت شناسی ترکیب این دو است و می توان مطالعه و بررسی فرم شهرها بر اساس مطالعه ی گونه های فضا و بنا آن را تعریف نمود.

پیشینه تحقیق

در این بخش برخی از تحقیقاتی که در زمینه بازار از زوایای مختلف صورت گرفته است، ارائه می گردد. از تحقیقات ارزشمند در این زمینه باید به کتاب ارزشمند شفقی اشاره کرد که در بخشی از آن به تخصصی بودن بازار در شهرهای اسلامی توجه کرده است و در این رابطه به وجود بازارهای تخصصی در مکه پیش از اسلام اشاره می کند و بر این باور است که در صدر اسلام نیز نوعی تخصص در بازارهای مدینه وجود داشته است و پس از فتوحات اسلام، بازار عاملی مهم در طرح ریزی هر شهر اسلامی گردید و پیشه وران در بازارهای خاص خود گرد آمدند. هم چنین در شهر بغداد در زمان منصور برای هر گروه از بازرگانان و هر نوع پیشه و کسب و تجارت، محل جداگانه ای وجود داشت، مانند بازار برده فروشان، مرغ فروشان، دباغان و... نیز تشریح شده است که بازارهای تخصصی در سرزمین های اسلامی، برخلاف نقاط دیگر جهان به خریدار فرصت می دهد تا خواسته ها و کالاهای مورد نظر خود را به ارزان ترین بها و به هر نحو دلخواه و

متناسب با اقتصاد خانواده خود تهیه کند، بی‌آنکه مانند امروز ناچار باشد برای خریداری هر چیزی، به صدها مغازه که هر یک فاصله زیادی باهم دارند، سر بزند (شفقی، ۱۳۸۵: ۶۵۰). اینک به مواردی از تحقیقات صورت گرفته اشاره می‌شود:

فلامکی (۱۳۶۸) در پژوهشی با عنوان «بناها و شهر دامغان» به بازار شهر و کارایی‌های سرزمینی‌اش توجه نموده است و در تشریح موقعیت بازار و چگونگی جایگزینی آن از دیدگاه مورفولوژی شهری چنین عنوان می‌کند که «بازار، در میانه طول مسیرش، در حدود دو متر به سطحی پایین‌تر می‌رسد و در انتهای شرقی‌اش، در بر مجاور با خیابان، نسبت به این معبر اتومبیل‌رو، تقریباً به همین اندازه اختلاف سطح می‌رسد. نتیجه این که بازار دامغان می‌تواند از پستی و بلندی‌های اطرافش، در صورت نیاز، بهره‌گیرد و امکانات ایجاد و جایگزین کردن واحدهای تجاری و ارتباطات بیشتر محیط مساعدتری را برای مراجعه‌کنندگان فراهم آورد» (فلامکی، ۱۳۶۸: ۳۵۲).

در پژوهش دیگری که در ناحیه بازار توپخانه شهر کرمانشاه توسط سجادی اصل (۱۳۸۶) صورت گرفته است به دستاوردهایی نظیر تلاش برای جذب سرمایه‌گذاری‌های خصوصی و حتی دولتی به بافت بازار توپخانه، ایجاد دسترسی‌های مناسب برای ایجاد علاقه و انگیزه در ساکنان برای سرمایه‌گذاری در بافت که هر دو مورد، مکمل یکدیگر نیز می‌باشند، دست یافته است (سجادی اصل، ۱۳۸۶).

در تحقیق دیگری که توسط یدالله پور (۱۳۸۸) و بر روی بازار آمل صورت گرفته است محقق به دستاوردهای زیر دست یافته است: ۱. بازار آمل از دو الگوی توأمان بازارهای خطی (تک‌محوری) و بازارچه محلی پیروی می‌کرد، به گونه‌ای که با داشتن ترکیب مسکونی - تجاری نقش مهمی در برآورده ساختن نیازهای شهر داشت؛ ۲. بازار آمل با کارکرد بازار سنتی ظاهر شده است که یکی از این کارکردهای مهم، کارکرد مسکونی است؛ ۳. وقف نه تنها از نظر اجتماعی و اقتصادی کارکردهای بسیار مهمی در زندگی روزانه و فعالیت‌های شهر آمل داشته و دارد، بلکه از نظر کالبدی نیز نقش بسیار مؤثری در شکل‌دهی این شهر داشته است، به گونه‌ای که می‌توان گفت یکی از بنیادی‌ترین عوامل تداوم مؤسسات دینی و اقتصادی شهر آمل و بازار آن وقف است (یدالله پور، ۱۳۸۸: ۱).

قاسمی و نوروزی (۱۳۸۸) در پژوهشی به بررسی «تحولات کالبدی - کارکردی بازار قلعه محمود کرمان» پرداختند. ایشان در بررسی مشکلات بازار قلعه محمود کرمان به متروکه شدن بازار و از رونق افتادن آن و از بین رفتن چهره و منظره کالبدی - شهری بازار قلعه محمود اشاره کرده‌اند (قاسمی و نوروزی، ۱۳۸۸: ۹۱-۴۵).

بهزاد فر و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهشی به بررسی «نقش و کارکرد اجتماعی بازارهای سنتی شهرهای ایران»، از جمله بازارهای پررونق و پویای تبریز و اصفهان پرداختند. نتایج آن‌ها نشان داد که بازار شهرهای تبریز و اصفهان، از جمله بازارهایی هستند که به رونق خود باقی مانده‌اند و حیات شهری در شریان‌های آن‌ها جاری و ساری است و دیگر این که بازار اصفهان را نمونه متعالی، نمود عینی اندیشه‌های معمارانه و شهرسازانه مکتب اصفهان دانسته‌اند (بهزاد فر و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۹-۱۴).

سرابی (۱۳۸۹) در تحقیق خود بر روی بازار شهر یزد و تحلیلی تاریخی و کمی نشان داده است که گرچه عنصر بازار به‌عنوان شاخصه شهر اسلامی در یزد همچنان اعتبار کالبدی و اجتماعی مناسبی را در خود نهفته دارد، اما جلوه‌گاه

فعالیت‌های مدرن تجاری نیست. این مهم حتی در صنوف تخصصی بازار یزد مثل زرگری و بزازی نیز درخششی نداشته و همین شرایط، رکود عملکردی روبه رشدی را بر چهره بازارها نمایان ساخته است. هم‌چنین در میان عوامل و پدیده‌های متنوعی که در طول دوران بازار یزد، تجارت و بازرگانی آن را تحت تأثیر قرار داده‌اند، راه‌ها در درجه اول حائز اهمیت هستند. هم‌چنین استعدادهای محیطی شهر، به‌ویژه در زمینه صنایع نساجی و تولید ابریشم که به‌نوبه خود به‌عنوان یک پدیده جغرافیایی در درجه دوم اهمیت بوده، از اهمیت زیادی برخوردار است (سرای، ۱۳۸۹: ۱).

رجبی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «همخوانی بازار ایرانی با اصول جدید معماری رنسانس شهری» به بررسی بازار به‌عنوان یکی از عناصر تاریخی و قلب تپنده شهر پرداخته و برای ساختن بازآفرینی آن به مقایسه ویژگی‌های بازار تاریخی با اصولی که در کشورهای توسعه‌یافته غربی است می‌پردازد و به این نتیجه می‌رسد که رنسانس غربی که باعث ایجاد تحول در فضاهای شهر می‌شود اصول جدیدی نیست و در حقیقت همان اصولی است که معمار و بنای ایرانی از گذشته‌های دور در معماری از آن بهره می‌برده است (رجبی، ۱۳۹۰: ۱).

کریمی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «بازار نماد فرهنگی و معماری فضاهای تجاری در تمدن ایرانی - اسلامی» به بررسی بازار به‌عنوان یکی از مراکز فرهنگی شهری پرداخته‌اند. نتایج حاصله از پژوهش نشان می‌دهد که بازار از سطحی‌ترین تا عمیق‌ترین وجه فرهنگی شهری محسوب شده و با توجه به این امر نوع فضاها و کاربرد خاص فضاهای در نظر گرفته شده، در ادوار تاریخ تا دوران ما بازار یا مراکز تجاری، نوع فرهنگ دوره خود را مشخص می‌کنند. بازارها علاوه بر این که به‌عنوان فضاهای تجاری اهمیت داشته‌اند، کاربردهای خاص خود را به همراه داشته و فقط جنبه تجاری نداشته‌اند، بلکه نماد فرهنگی در ادوار تاریخ بوده‌اند (کریمی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱).

فارسی محمدی پور و طالبی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «مطالعه پدیده بازار سنتی سنندج از منظر پدیدارشناسی» به بررسی بازار سنتی سنندج پرداختند. نتایج حاصله از پژوهش نشان داد که تجاوز به راسته اصلی گذر از طرف کسبه به‌عنوان یک رفتار اصیل، کارکرد ارتباطی و گذری بازار، عجزین شدن مفهوم بازار با حادثه تاریخی ساخته شدن خیابان انقلاب، راحتی و خودمانی بودن ارتباطات داخل بازار و نامفهومی گذر طبیعی زمان در بازار به دلیل ساختار کالبدی آن از مهم‌ترین عوامل ساختاری ایجاد بازار سنتی سنندج محسوب می‌شود (فارسی محمدی پور و طالبی، ۱۳۹۴: ۱).

طیبی و خادم‌زاده (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «بازشناخت مؤلفه‌های بازار در شهر ایرانی - اسلامی» به نقش بازار در شهر ایرانی - اسلامی به‌عنوان ستون فقرات یک شهر که نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری فضای شهری ایفا می‌کند، پرداختند. آن‌ها بازار را با ابعاد کالبدی و عملکردی با مؤلفه‌هایی همچون نقش ساختار معماری، نقش تفکیک فضایی، نقش ارتباطی، نقش اقتصادی، نقش سیاسی، نقش فرهنگی - اجتماعی، نقش مذهب و ملیت، نقش تفریحی - فراغتی، نقش اخلاقی و نقش امور خیریه، بررسی کردند. نتایج یافته‌های تحقیق نشان داد هرکدام از این عوامل، در شناخت نقش فضاهای شهری، تأثیری مستقیم یا غیرمستقیم دارند و تمامی مؤلفه‌های شناخته‌شده، در یک شبکه ارتباطی قوی به‌صورت هماهنگ به فعالیت می‌پردازند که هم باعث موفقیت در فضای عملکردی خود شده و هم تأثیری مثبت بر دیگر مؤلفه‌ها دارند (طیبی و خادم‌زاده، ۱۳۹۹: ۱۵۵).

نجاری و مهدی نژاد (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «ارزیابی نقش عوامل کالبدی و عملکردی در اجتماع‌پذیری بازارهای سنتی ایران با استفاده از تکنیک نحو فضا (نمونه موردی: بازار تبریز)» به سنجش میزان اجتماع‌پذیری در بازار، شناخت بستر اجتماعی آن و عوامل مؤثر در کیفیت اجتماعی آن، با تحلیل ساختار، هم‌پیوندی، انسجام بازار و اولویت قراردادن جنبه‌های کالبدی - عملکردی پرداختند. نتایج نشان داد ارزش‌های فضایی و چیدمان فضا در قسمت‌های مختلف بازار، تفاوت‌های اساسی دارد، به طوری که ساختار بندی و انسجام اجتماعی بازار به شدت کاهش یافته و میزان هم‌پیوندی خیابان‌های تازه احداث شده، افزایش یافته است. در نتیجه، لزوم توجه به تغییرات و پیامدهای حاصل از توسعه شهری از جنبه کالبدی و عملکردی، برای افزایش ویژگی اجتماع‌پذیری بازار مشهود و ضروری است (نجاری و مهدی نژاد، ۱۳۹۹: ۶۷).

شکوهی بید هندی و شادکام (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «تولد بازار در شهر ایرانی ارزیابی دیدگاه‌ها و فرضیات مرتبط با پیدایش نخستین بازارها در ایران» به بررسی زمان پیدایش بازار با دو فرض متفاوت پرداختند. اولین فرض را سید محسن حبیبی در باب مفهوم پیدایش بازار به دوران هخامنشیان منسوب کرده و بازار را از عناصر شار پارسی دانسته است، اما برخی دیگر از محققان مانند جهان‌شاه پاکزاد تولد بازار را مربوط به دوران سلوکی می‌دانند و در واقع ریشه یونانی برای آن قائل هستند. بر پایه یافته‌های پژوهش، هردو دیدگاه (فرضیه تولد بازار در دوران هخامنشیان و فرضیه منشأ یونانی بازار) رد می‌شود. به بیان دیگر پیدایش نخستین بازارها در شهرهای ایران به دوران قبل از سلوکیان و حتی پیش از هخامنشیان بازمی‌گردد و سکونتگاه‌های باستانی ایران نیز دارای نوعی بازار بوده‌اند (شکوهی بید هندی و شادکام، ۱۴۰۲: ۱۰۳).

روش پژوهش

روش تحقیق در مقاله حاضر توصیفی - تحلیلی و از نوع تحقیقات پژوهشی - کاربردی می‌باشد که از یکسو با مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای به بررسی ابعاد، تعاریف و چهارچوب نظری تحقیق و از سوی دیگر با مشاهدات میدانی دقیق به گردآوری داده‌ها و اطلاعات لازم در محدوده مورد مطالعه برای دستیابی به سؤالات تحقیق می‌پردازد. روش گردآوری اطلاعات مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای (سند خوانی و استفاده از نقشه) بوده است. هم‌چنین از روش مشاهده (ابزار دوربین عکاسی) نیز به منظور تکمیل مطالعات کتابخانه‌ای بهره گرفته شده است. در این تحقیق، نخست به شکل‌گیری مفهوم بازار و سیر تحول آن توجه شده است، سپس مروری بر منابع و تحقیقات مربوطه در این زمینه صورت گرفته و در ادامه شهر خرم‌آباد و بازار قدیمی و جدید آن مورد بررسی و کنکاش قرار گرفته است. در راستای مطالب مطرح شده هدف اصلی تحقیق «بررسی تیپومورفولوژی شهری بازار کهن شهر خرم‌آباد در ادوار مختلف» می‌باشد و سؤالات تحقیق نیز بدین صورت تدوین می‌شوند؟

- سیر تغییر و تحولات در بازار کهن خرم‌آباد در ادوار مختلف تاریخی چگونه بوده است؟
- از لحاظ گونه ریخت‌شناسی و تحولات ساختار فیزیکی-فضایی، بازار خرم‌آباد با سایر بازارهای کهن کشور چه تفاوت‌های اساسی دارد؟

معرفی عرصه مکانی پژوهش

۱- خرم‌آباد از ابتدا تا دوره ساسانیان

شهر خرم‌آباد از روزگاران کهن تاکنون؛ خاید الو، سیماش، سیماشکی، شاپور خواست، ساپور خواست، خرم‌آباد فیلی (پیلی)، کلید خوزستان و خرم‌آباد نامیده شده است. واژه خرم‌آباد از دو جزء (خرم) به معنی شاد، خندان و (آباد) به معنی دایر، معمور و دریا تشکیل شده است، چون این شهر در جلگه‌ای بسیار باصفا و زیبا بنا شده است به دلیل دارا بودن باغ و بستان سرسبز، خرم و چشمه‌سارهای آب گوارا، به آن خرم‌آباد گفته‌اند (افشار سیستانی، ۱۳۷۸: ۶۵۴). نخستین خاستگاه شهر خرم‌آباد را باید خایدالو دانست که در نوشته‌های آشوری از آن یاد شده و از شهرهای مهم کشور عیلام بوده است، بسیاری از تاریخ‌نگاران اروپایی خایدالو را با خرم‌آباد یکی دانسته‌اند (قاسمی، ۱۳۷۵: ۱۳۶). در مجموع، گذر تاریخ خرم‌آباد گویای تحولات بسیاری است که با بررسی آن به شرحی که می‌آید مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

۲- خرم‌آباد از ساسانیان تا دوران اسلامی

خرم‌آباد کنونی بر روی خرابه‌های شهر «شاپور خواست» ساسانی ساخته شده است، به طوری که هنوز آثاری چون قلعه فلک‌الافلاک، پل شاپوری و گرداب سنگی از دوران ساسانیان در این شهر پابرجا مانده‌اند. شاپور خواست یکی از شهرهای زمان ساسانی است که بنا به روایت مجمل‌التواریخ و القصص به دستور شاپور اول بنا شده و یاقوت حموی در مورد آن چنین نوشته: شاپور خواست شهر و دژ بنامی است در کوه‌های لر. مستوفی هم در مورد این شهر می‌گوید: شاپور خواست در اوایل شهری بوده از هر جنس مردم بسیار در آنجا بودند و به‌غایت معمور و آباد و تختگاه پادشاهان و اکنون قصبه است (رشیدیان، ۱۳۸۱: ۲۴۱). از اوضاع و احوال این شهر در دوره ساسانی اطلاع دقیقی در دست نیست، ولی بقایای آثار و ابنیه بجای مانده از این شهر که مربوط به دوره ساسانی است حاکی از آن است که شهری معتبر بوده است (سجادی، ۱۳۸۸: ۳۰۲-۲۸۱).

حمدالله مستوفی از هر دو شهر خرم‌آباد و شاپور خواست نام می‌برد، باید گفت که شهر شاپور خواست در جنوب شهر خرم‌آباد آن زمان قرار داشته است. هسته اولیه شهر خرم‌آباد در غرب دژ شاپور خواست (قلعه فلک‌الافلاک)، یعنی درجایی که هم‌اکنون بخش قدیمی شهر، پشت بازار، درب دلاکان و مقبره امام‌زاده زید بن علی قرار دارد، شکل گرفت (سهرابی، ۱۳۸۶: ۲۳۸).

۳- خرم‌آباد در دوران اسلامی

این شهر در اواخر قرن هفتم هجری پس از ویران شدن شاپور خواست رو به آبادانی نهاد و شاید مردم به دلیل موقعیت شهر و وجود چشمه‌های آب شیرین و گوارا، شاپور خواست را ترک کرده و به محل کنونی آمده و بنای شهر را نهاده‌اند. حمدالله مستوفی اولین مورخی است که از این شهر نام برده است. وی در توصیف قلمرو اتابکان لر می‌گوید: از شهرهای آنجا سه معمور است بروجرد، خرم‌آباد و شاپور خواست، شاپور خواست در اول شهری بود و از هر جنس مردم بسیار در آنجا بودند و به‌غایت معمور و آراسته بود و تختگاه پادشاهان بود و اکنون قصبه است (معاونت برنامه‌ریزی استانداری لرستان، ۱۳۸۸: ۶۵۵).

هسته اولیه شهر خرم‌آباد در این دوره (۵۰۸ ه.ق) در غرب رودخانه و در حاشیه غربی قلعه فلک‌الافلاک به وجود آمد. در سال (۷۸۸ ه.ق) هنگام حمله تیمور، شاپور خواست به کلی ویران و متروک بوده و شهر خرم‌آباد در غرب محله متشکل از دو محله پشت بازار و درب دلاکان بود. خرم‌آباد در دوران اسلامی بارها آبادی و ویرانی به خود دیده است. اوج شکوفایی شهر خرم‌آباد در دوران اسلامی، در زمان صفویان و اتابکان لر بوده است، بطوریکه با ظهور سلسله صفوی، شهر دوباره مورد توجه قرار گرفت و توسعه یافت. مراکز مسکونی بین قلعه فلک‌الافلاک و سفیدکوه با جاده اصلی شرق رودخانه توسط پلی که در زمان شاه سلطان حسین ساخته شد، مجدداً متصل گردید، در این زمان حمام، کاروانسرا، باغ و تفرجگاه‌هایی در شهر ساخته شد. شهر خرم‌آباد پس از صفویه در زمان نادرشاه و زندیه پیشرفت و گسترش چندانی نداشت و تقریباً به همان حالت قبلی بوده، ولی در این زمان نیز شهر آبادی بوده است. خرم‌آباد در دوران اتابکان لر پایتخت لرستان و ایلام به شمار می‌رفت. لرستان بعد از سلطنت صفویان و برافتادن سلسله اتابکان لر و نیز آغاز زمامداری والیان تا پایان جنگ جهانی اول، دولتی در درون دولت ایران به شمار می‌آمد و همواره میان حکام لرستان و حکومت مرکزی خصومت و دشمنی برقرار بوده است، نتیجه این امر، هرج و مرج و ناامنی مقطعی در این خطه بوده است. ژاک دموورگان در سال ۱۹۶۸ از شهر خرم‌آباد دیدن کرده و این شهر را چنین توصیف می‌کند: «خرم‌آباد شهری است نه‌چندان بزرگ با ۳ یا ۴ هزار سکنه و در داخل شهر ۴ چشمه جاری است». دموورگان تجارت داخلی خرم‌آباد و لرستان را کم‌اهمیت بیان می‌کند (قاسمی، ۱۳۷۵: ۱۳۶). راولینسون در ۱۲۴۹ تا ۱۲۵۵ در ایران بوده و در بین همین سال‌ها به خرم‌آباد می‌آید و این شهر را چنین توصیف می‌نماید: خرم‌آباد محل بی‌نظیری است، قلعه خرم‌آباد قصری است که از استحکامات نیرومندی برخوردار است. وی اضافه می‌کند که خرم‌آباد شهر جدید و کوچکی است که جمعیت آن تقریباً ۱۰۰۰ خانواده می‌باشد (طهماسبی و آراسته، ۱۳۸۸: ۲۵۶-۲۲۹).

بارون دوبد سیاح روسی که در زمان محمدشاه قاجار به لرستان مسافرت نموده است، خرم‌آباد را چنین توصیف می‌کند: خرم‌آباد چهار مسجد، هشت حمام و یک محله مجزا و مخصوص یهودی‌ها دارد که تعداد خانه‌های این محله قریب به چهل یا پنجاه منزل است (خودگو، ۱۳۸۳: ۱۰۲).

یافته‌ها

حدود و وسعت شهر خرم‌آباد در ادوار مختلف

در مورد مراحل توسعه شهر خرم‌آباد در ادوار مختلف باید گفت که این شهر بعد از ورود اسلام طی دوران مختلف، به رشد کنونی رسیده است، گسترش تاریخی شهر خرم‌آباد در دوره اسلامی در چند مرحله قابل بررسی است:

الف: مرحله اول توسعه

در این مرحله دو محله باباطاهر و زید بن علی به محله‌های شهر خرم‌آباد افزوده شد، پیش‌ازین شهر از دو محله پشت بازار و درب دلاکان تشکیل شده بود. محله پشت بازار از یک بازارچه، میدان و کوچه‌های کاکاوندها، گرگ‌گیرها، سیلوزی (شمالی)، پستخانه، حسین‌خان، تشکیل شده بود، هم‌چنین محله درب دلاکان از میدان کوچک، سه سیک، سه‌راه حسین‌خان،

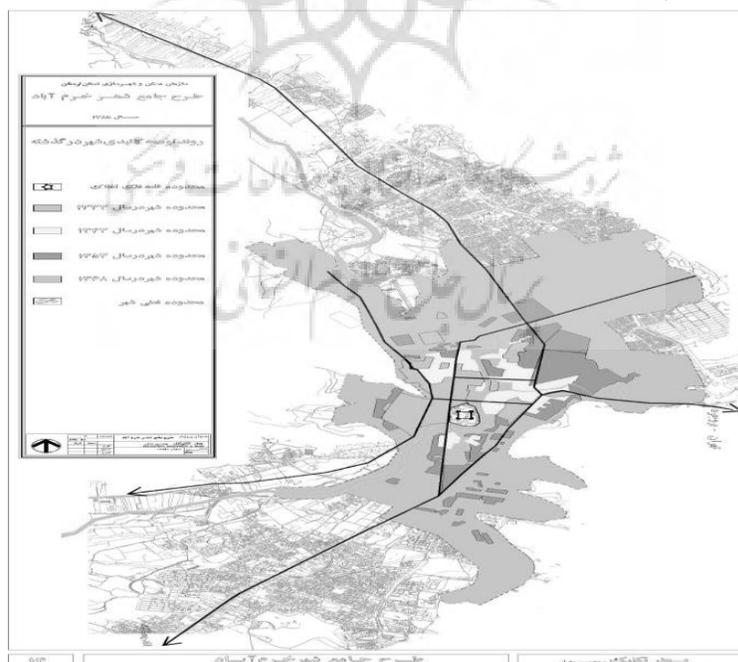
کوچه‌های ملامرادعلی، ماهیگیران، جابری‌ها، کردها، گاو کالی، درویش‌ها، رشنوها، آقا محمود حسین، جوادی و سلویزی جنوبی تشکیل شده بود.

ب: مرحله دوم توسعه

با توسعه شهر به‌ویژه در عصر صفویه و با ساخت بناهایی از جمله پل بزرگ، شهر به‌طرف شمال و شرق توسعه می‌یابد، محله‌های جدید سرگرداب، سادات و والیان پدید آمدند و بناهایی نیز در آن‌سوی پل بزرگ ساخته شد و اراضی علی‌آباد در گسترده شهر قرار گرفت، از جمله کاروانسرای در زمین‌های علی‌آباد توسط میرزا محسن مظفرالملک در عهد قاجار ساخته شده و بر رونق شهر افزود.

ج: مرحله سوم توسعه

در دوران سوم، نقشه‌ای برای شهر خرم‌آباد با مرکزیت سبزه‌میدان، یک خیابان شرقی-غربی از اراضی علی‌آباد تا ابتدای راسته مسگران تدارک دیده شد و نیز خیابانی شمالی-جنوبی از ابتدای دوازده‌برجی تا اراضی گل زرد احداث گردید، همچنین مسجد جامع خرم‌آباد در این خیابان‌کشی‌ها تخریب و سقف بازارها برداشته شد. در این میان، پس از شهریور ۱۳۲۰ زمین‌بازی و بسازبفروشی در خرم‌آباد رایج گردید. توسعه شهر در این زمان از یک‌سو باغ دختران و چال میرحسین را درنوردید و به سنگ‌نوشته رسید و از سوی دیگر به شمال رفت و تا معدن سنگ امتداد یافت (قاسمی، ۱۳۷۸: ۱۰۴). بر اساس آنچه از اسناد و مدارک موجود در کارگزینی استانداری در مجموعه فهرست اسامی حکام، فرمانداران کل و ... به‌دست آمده تاریخ انتصاب اولین شهردار برای خرم‌آباد سال ۱۳۰۵ ذکر شده است؛ بنابراین باید زمان شکل‌گیری خرم‌آباد در بافت فعلی از حدود همان ایام باشد (معاونت برنامه‌ریزی استانداری لرستان، ۱۳۸۸: ۶۵۵).



شکل ۲ - نقشه مراحل توسعه شهر خرم‌آباد (منبع: طرح جامع شهر خرم‌آباد)

ویژگی‌های طبیعی در پهنه مرکزی

پهنه مرکزی از دو سو به وسیله عناصر سخت طبیعی احاطه و محدود شده است. اول ارتفاعات سپیدکوه که توسعه بافت شهری به سمت غرب را محدود می‌سازد و دوم رودخانه که بافت شهری را دور می‌زند و به عنوان لبه برای آن محسوب می‌شود. در مجموع ارتباط بافت شهری با عناصر سخت بستر طبیعی به صورت زیر است:

- رودخانه به عنوان لبه‌ای برای پهنه مرکزی محسوب می‌شود که در تعامل با بافت شهری نیست؛
 - ازدیاد شیب دامنه‌های سپیدکوه محدودیت‌های اجرایی توسعه را در سمت غرب اعمال می‌کند و بافت مسکونی به آن ختم می‌شود؛
 - تپه‌هایی که پارک صخره‌ای و قلعه فلک‌الافلاک بر آن شکل گرفته‌اند، عناصر نمادین شهری هستند که به کارکردهای فراغتی اختصاص دارند؛
 - چشمه گلستان پرآب‌ترین چشمه شهر، در پای تپه فلک‌الافلاک قرار دارد، لیکن مظهر آنکه استخری ساخته شده است، به دلیل قرار گرفتن در محدوده باشگاه افسران، اسکان ارتباط فعالی را با شهر ندارد؛
 - گرداب سنگی چشمه دیگری است که حریم و استخر آن به عنوان یکی از عناصر تاریخی شهر متعلق به دوران ساسانی در شهر شناخته می‌شود، لکن به دلیل تجهیز نشدگی، قابل‌بازشناسی نیست؛
 - جنگل‌های مصنوعی موجود در دامنه‌های سپیدکوه از گیاهان سوزنی‌برگ تشکیل شده‌اند و مهم‌ترین کارکرد آن‌ها در مقیاس شهری و منطقه‌ای، کارکرد بصری است؛
 - درختان تناور چنار موجود در حاشیه خیابان‌های مرکزی، موجب مطلوبیت فضا در این خیابان‌ها شده است. این درختان در خیابان امام خمینی در محدوده قلعه و به خصوص در جداره شرقی تداوم ندارد و نیز درون بافت قدیم نسبت به بقیه پهنه مرکزی ضعف جدی از نظر پوشش گیاهی به چشم می‌خورد (مهندسین مشاور فرهاد، ۱۳۸۸: ۹۲).
- لازم به ذکر است که شیب عمومی شهر، شمالی - جنوبی و در دو سمت رودخانه است. هر چه به سمت غرب یا کوهستان پیش می‌رویم تعداد مغازه‌ها و فعالیت‌ها کاهش می‌یابد، اما هر چه به سمت رودخانه و یا شرق بازار حرکت می‌کنیم، تعداد و میزان فعالیت‌ها افزایش می‌یابد.

بازار خرم‌آباد

بازار شهر خرم‌آباد مانند هر بازار اسلامی دیگری از عناصر خاصی تشکیل شده است. قلعه فلک‌الافلاک در جوار بازار قدیمی شهر به عنوان مقر حاکم‌نشین و ارگ حکومتی در سال‌های متمادی تا دوران پهلوی و خیابان‌کشی‌های جدید، نقش خود را ایفا نموده است؛ (شکل ۳؛ قلعه فلک‌الافلاک در جوار بازار قدیمی شهر خرم‌آباد). در شهرهای دوره اسلامی معمولاً ارگ (قصر) مقر حکومت بوده، جایی که اکثر فعالیت‌های سیاسی و نظامی در آنجا انجام می‌گرفت.

در شهرهایی با اهمیت استراتژیک، ارگ به عنوان دژ نظامی نیز عمل می‌کرد، جایی که لشکریان حکمران مشق‌های نظامی خود را در آن انجام می‌دادند. دو مثال از این دست عبارت‌اند از: قلعه فلک‌الافلاک در خرم‌آباد و قلعه شوش در شوش

(خیرآبادی، ۱۳۷۶: ۱۵۹). قلعه فلک‌الافلاک مربوط به دوره ساسانی و قبل از آن بوده و در دوران اسلامی نیز به‌عنوان کهن دژ و جایگاه حاکم ایفای نقش نموده است.

بنا بر اسناد و شواهد موجود در گذشته‌ای نه‌چندان دور بر گرداگرد قلعه فلک‌الافلاک حول محوطه‌ای وسیع بارویی وجود داشت که به دوازده‌برجی شهرت داشته است. این بارو که دارای دوازده‌برج در فواصل معین بوده، در اصطلاح قدما، شارسنان نامیده می‌شد. این محوطه محصور، در گذشته محل ساکنان شهر و دادوستد بوده و برخی ابنیه عام‌المنفعه مثل بازار، حمام، مسجد و ... در درون آن قرار داشته است و قلعه نیز به‌عنوان کهن دژ، جایگاه حکام شهر و ناحیه محسوب می‌شده است. اکنون از این بارو اثری نیست و به دلیل رشد و گسترش شهر طی قرن اخیر به تدریج زیرپوشش ساختمان‌سازی رفته است، این بارو در صدسال پیش قابل‌رؤیت بوده و در تصاویر مربوط به آن سال‌ها، قابل مشاهده است (خود گو، ۱۳۸۳: ۱۰۲).



شکل ۳ - قلعه فلک‌الافلاک در جوار بازار قدیمی شهر خرم‌آباد (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۲)

ساختار شهر تاریخی خرم‌آباد هسته اولیه شهر امروز با اتکا بر الگوهای رایج شهرسازی و نظام محله‌بندی در جوار مرکز حکومتی شهر محوطه باروی قلعه فلک‌الافلاک و در امتداد بازار شهر قرار گرفته است. کارکرد بازار در مبنای کوچک مطرح بوده و دروازه‌های اصلی شهر بر اساس نظام محله‌بندی، نحوه دسترسی به آب شرب و تبعیت از بستر و توپوگرافی شهر شکل گرفته است. بافت قدیمی شهر در مرکز ثقل هندسی ساختار کالبدی و سازمان فضایی کنونی شهر خرم‌آباد واقع است (عباس‌زادگان و احمدی زبرجد، ۱۳۸۹: ۹۳-۷۵).

میدان بزرگ و میدان کوچک به‌عنوان مکث‌گاه‌ها و هسته‌های تمرکز فعالیت در این بافت شکل گرفته‌اند. میدان بزرگ مرکز فعالیت‌های اصلی در شهر بوده که دسترسی به عناصر اصلی شهر نظیر بازار، کاروانسرا و حمام از طریق آن برقرار می‌شده و میدان کوچک مکث‌گاه دیگری است که ورودی محلات مسکونی بخش غربی شهر را تعریف می‌کرده است. بازار در بخش شرقی هسته اولیه شهر قرار داشته و عناصر مذهبی (امام‌زاده زید بن علی و باباطاهر) با گشایش‌هایی در بافت به‌عنوان محل‌های تجمع آزاد مردم در دل آن جای داشتند (مهندسین مشاور فرهاد، ۱۳۸۴: ۹۲). میدان بزرگ در زمان صفویه و به سبک طراحی میدان آن زمان، به شکل مستطیل احداث شده است که بعداً کاروانسرای نیز در کنار این میدان ساخته شد.

کاروانسرای میرزا رضای خرم‌آباد در گذشته‌ای نه‌چندان دور محل کسب‌وکار سراجان، آهنگران، نعل‌بندان، خیاطان و پیله‌وران بود که به‌صورت موروثی در آن کار می‌کردند. دو راهروی نسبتاً طولانی و حیاطی که در حدود ضلع جنوبی آن قرار دارد (کاظمی، ۱۳۷۷: ۶۷-۶۰).

هسته فعالیتی قوی شهر در محدوده محاط بر بافت قدیم قابل شناسایی است. اختلاط فعالیتی این هسته متشکل از عناصر فعالیتی زیراست:

- فعالیت‌های تجاری خرده‌فروشی؛
- دفاتر مرکزی بانک‌ها و دفاتر شرکت‌های خصوصی؛
- عناصر گردشگری منحصربه‌فرد و با مقیاس عملکردی شهری شامل پارک‌ها، عناصر تاریخی و واحدهای خدماتی این رده؛
- سکونت؛

■ خدمات شخصی و محلی؛

■ آموزشگاه‌های تخصصی ویژه نظیر آموزشگاه‌های حرفه‌ای خصوصی؛

بیشترین جذب سفر سواره و پیاده به سمت بافت مرکز شهر است و ۲۲ درصد کل سفرهای پیاده شهروندان به سمت محدوده مرکز شهر است.

هسته قدیمی شهر دارای شکل مبتنی بر توسعه ارگانیک است. عوامل پایه شکل‌دهنده این بافت عبارت‌اند از:

- رعایت جهت‌گیری مناسب اقلیمی که جهت‌گیری جغرافیایی عمومی بافت را تعیین کرده است؛
 - الگوی تمرکز استقرار مبتنی بر تفکیک‌های قومی؛
 - فرم عمومی درون‌گرا برای مسکن و ارتباط ضعیف مسکن با معبر؛
 - معابر با محصوریت زیاد که ناشی از خصلت تدافعی بافت است؛
 - توالی معابر و میدانچه‌هایی که در بافت اتفاق افتاده است (مهندسین مشاور فرهاد، ۱۳۸۴: ۹۲).
- نقش برجسته پهنه مرکزی در اقتصاد شهر به‌ویژه در کارکردهای بازار و پشتیبان تولید، نظیر بازار اصلی عمده و خرده‌فروشی، خدمات مالی و بانک‌ها و واحدهای اداری در اینجا قابل توجه است.

تیپومورفولوژی بازار قدیمی خرم‌آباد

بازار خرم‌آباد از این جهت با بازار دیگر شهرهای دوره اسلامی شباهت دارد که دارای عناصر مختلف بازار اسلامی از جمله، ارگ، مسجد جامع، میدان، کاروانسرا و ... بوده است؛ اما فرم کالبدی بازار و راسته‌های مختلف در آن تفاوت‌هایی را با دیگر بازارهای اسلامی، همچون بازار اصفهان و ... نشان می‌دهد (شکل ۴؛ راسته اصلی بازار خرم‌آباد؛ شکل ۵ از راسته‌های بازار خرم‌آباد).

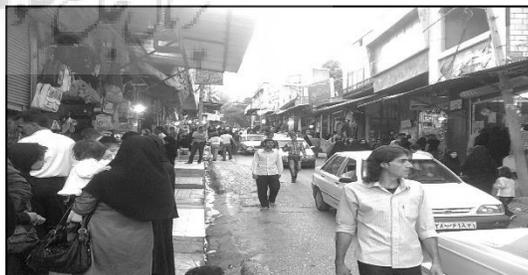
راسته اصلی بازار منطبق بر خیابان فردوسی امروزی در عین حال عنصر ارتباطی میان قلعه فلک‌الافلاک با میدان بزرگ است. بازار خرم‌آباد و عناصر فضایی آن به‌کلی شکلی متفاوت با ساختار متداول بازار در شهرهای منطقه مرکزی ایران دارد. در

این بازار راسته‌های تجهیز شده بازار به چشم نمی‌خورد، بلکه آنچه قابل رؤیت است، فضایی تعریف شده برای بده و بستان میان مراجعه‌کنندگان است. هنوز هم در ساختار فضایی بازار خرم‌آباد این وجه فعالیتی در حوالی میدان بزرگ و ابتدای خیابان فردوسی و نیز در بازار روز قابل مشاهده است (همان منبع).

بنای بازار شهر خرم‌آباد هرچند در گذشته مسقف بوده، اما تفاوت‌های زیادی با دیگر بازارهای اسلامی داشته است، از جمله این که بنای خود بازار و خصوصیات معماری آن با معماری بازار در مناطق مرکزی کشور متفاوت بوده است. به طوری که راسته‌بازارها، تیمچه‌ها و سایر عناصر بازار با آن نظم و الگویی که در دیگر شهرهای اسلامی وجود دارد، همراه نیست و در به وجود آمدن بنا و معماری بازار کمتر از سبک و سیاق معماری اسلامی استفاده شده است. در مجموع الگوی کلی و بررسی عناصر بازار و بافت قدیمی شهر خرم‌آباد منطبق بر دیگر شهرهای تاریخی-اسلامی است، اما شکل بازار و سبک ساختمان آن تفاوت‌های زیادی با معماری اسلامی دیگر بازارهای کشور دارد.

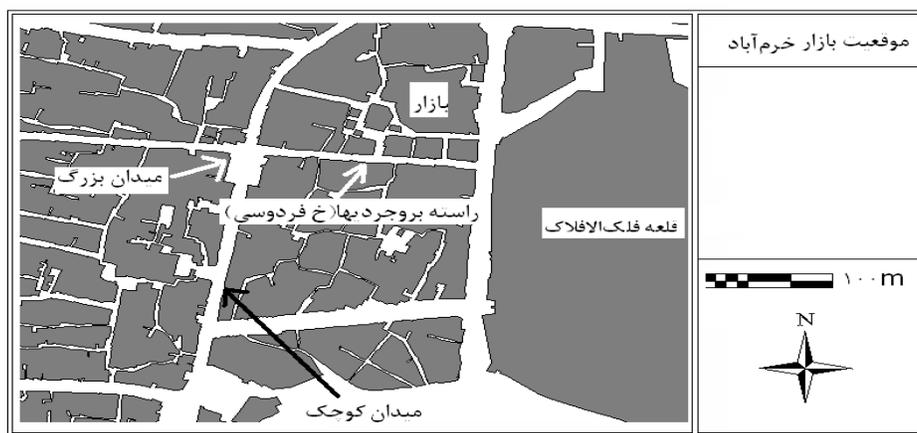


شکل ۴ - راسته اصلی بازار خرم‌آباد (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۲)



شکل ۶ - نمایی از خیابان امام شهر خرم‌آباد

شکل ۵ - از راسته‌های بازار خرم‌آباد



شکل ۷: موقعیت بازار شهر خرم‌آباد (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۲)

عناصر مختلف بازار قدیمی شهر خرم‌آباد تا قبل از دوران پهلوی، در تعامل و پیوند با یکدیگر بوده‌اند. از جمله میدان بزرگ، میدان کوچک، مسجد جامع، قلعه فلک‌الافلاک و نیز راسته‌بازارها و محلات مسکونی در کنار هم به‌عنوان یک سیستم شهری فعال ایفای نقش نموده‌اند. در دوران پهلوی و پس‌از آن، با برداشتن سقف بازارها و خیابان‌کشی‌های جدید، بافت تاریخی بازار عملاً از هم گسیخت. مسجد جامع و برخی دیگر از آثار تاریخی شهر خرم‌آباد عملاً تخریب شده و از بین رفتند. خیابان کنونی امام، به‌عنوان رقیب جدید بازار قدیمی مطرح شده و ارتباط میدان بزرگ و بازار را با قلعه فلک‌الافلاک قطع نموده است (شکل ۶ نمایی از خیابان امام، شهر خرم‌آباد و شکل ۷ موقعیت بازار شهر خرم‌آباد).

میدان بزرگ امروزه پویایی و جذابیت گذشته را ندارد، اما نمی‌توان گفت که این میدان به حاشیه رفته است. این میدان هنوز هم بخشی از فعالیت‌های بازار خرم‌آباد را در خود دارد. بازار کنونی شهر خرم‌آباد کمتر منطبق بر همان بازار قدیمی است و خیابان‌ها و معابر جدیدتر نیز بخشی از وظایف بازار را برعهده گرفته‌اند و به‌مرور وسعت این بازار به حاشیه‌های اطراف گسترش می‌یابد. شکل ۸ نمایی از خیابان شهدای شرقی خرم‌آباد را نشان می‌دهد. این مراکز جدید خرید به‌عنوان رقیبی برای بازار قدیمی به شمار می‌روند و بازار قدیمی در این بین فرسوده‌تر و منزوی‌تر می‌گردد. به علت عدم اقدامات مرمتی و بهسازی بافت‌های فرسوده در محلات قدیمی و نیز بازار شهر خرم‌آباد، خیابان‌های قدیمی و بازار شهر هرروز بخشی از وظایف خود را به خیابان‌های جدیدتر محوّل می‌نمایند.



شکل ۸ - نمایی از خیابان شهدای شرقی خرم‌آباد
(مراکز جدید خرید به‌عنوان رقیبی برای بازار قدیمی)

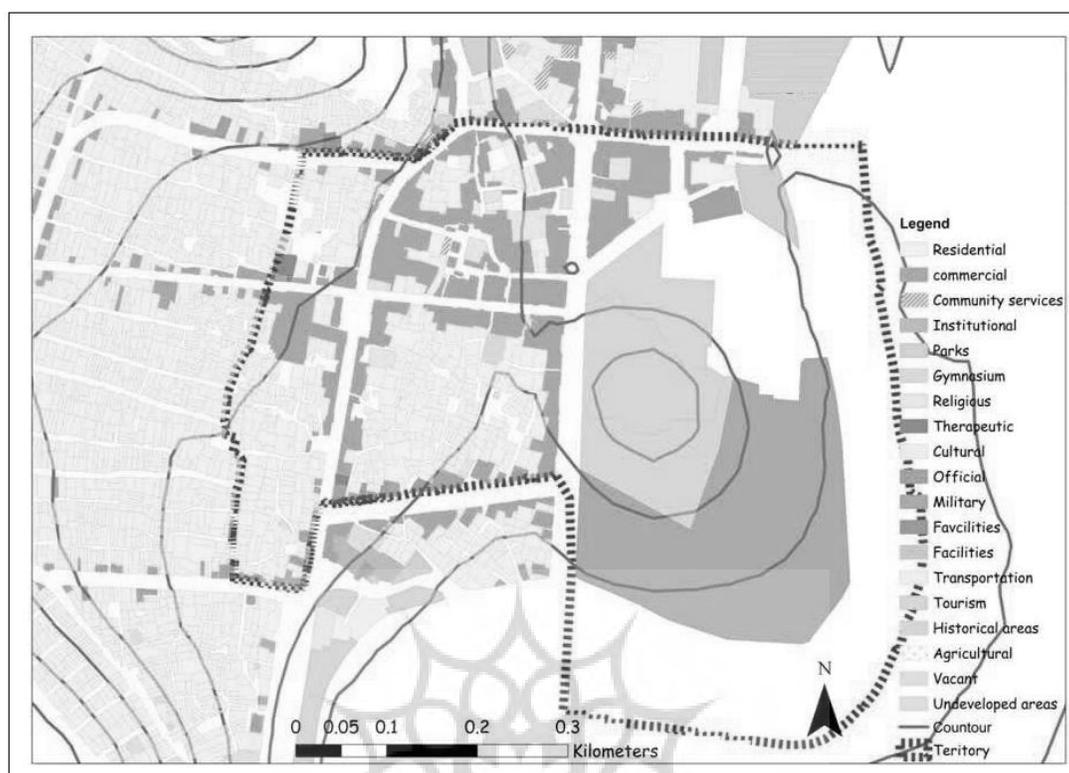
یکی دیگر از معضلات بازار شهر خرم‌آباد را باید ورود خودرو به راسته‌های این بازار دانست و در این بین معمولاً حرکت پیاده تضعیف می‌گردد. به علت مورفولوژی خاص شهر، قسمت اعظم ترافیک شهری در منطقه مرکز شهر جریان دارد که ورود خودرو به خیابان‌های مرکزی شهر و بازار، می‌تواند باعث به حاشیه راندن بازار قدیمی و بی‌هویتی آن در آینده گردد. با اتخاذ رویکرد مناسب در بهسازی و مرمت بازار قدیمی این شهر و نیز جلوگیری از حرکت سواره (حداقل در بازار قدیمی) می‌توان بخشی از فعالیت‌ها و هویت گذشته بازار را به آن بازگرداند.



شکل ۹ - تصویر ماهواره‌ای بازار کنونی شهر خرم‌آباد

بازار جدید خرم‌آباد (دوره کنونی) همچون دیگر شهرهای کشور به خیابان‌های اطراف بازار قدیمی توسعه پیدا نموده است. خیابان امام خمینی عمده‌ترین خیابانی است که بازار جدید در امتداد آن از جنوب به شمال امتداد یافته است. این خیابان در دوره پهلوی ایجاد شده و مغازه‌ها و پاساژهای مختلفی به سبک و سیاق جدید در آن ساخته شده است.

در حال حاضر بازار قدیمی خرم‌آباد نیز کارکرد خود را حفظ نموده و راسته بروجردی‌ها، خیابان حافظ و اطراف میدان گپ و ... تا به امروز همچنان به‌عنوان قلب بازار این شهر جاذب جمعیت و فعالیت هستند، اما کارکرد کاروانسرای قدیمی خرم‌آباد واقع در جنوب غربی میدان گپ به بازار طلافروشان تغییر پیدا کرده و تا به امروز نسبت به دیگر بازارهای خرید و فروش طلا و جواهر شهر، دارای اهمیت بیشتری است. به‌طور کلی می‌توان گفت که بازار امروز خرم‌آباد شامل بازار قدیمی با عناصر خاص خود مانند ارگ، امام‌زاده، میدان گپ و خیابان حافظ (مربوط به دوره صفوی)، راسته بروجردی‌ها و نیز خیابان‌های جدیدتر مانند امام خمینی و ... می‌باشد.



شکل ۱۰ - محدوده بازار کنونی شهر خرم‌آباد

نتیجه‌گیری

شناخت تیپومورفولوژی شهری که اصولاً به جنبه‌های زیباشناسانه و منظر شهر توجه می‌کند و یکی از اصول مهم در طراحی شهری شناخته شده است. شناسایی بافت‌های شهری در دوران جدید حائز اهمیت بسیاری است. این بافت‌ها نوع و شیوه‌های متفاوت تفکیک زمین و تیپومورفولوژی شهری متفاوتی را پدید می‌آورند و تأثیر متفاوتی بر منظر شهر خواهند داشت. بازار به‌عنوان محل دادوستد و تجارت همواره در شهرهای اسلامی و زندگی شهروندان نقش شایان توجهی ایفا کرده است. در این میان بازارهای سنتی ایران که دارای پیشینه‌ی طولانی می‌باشند کارکردهای گوناگونی را از خود به منصفی ظهور می‌رسانند. بررسی ساختار شهر تاریخی خرم‌آباد نشان می‌دهد هسته اولیه شهر امروز با اتکا بر الگوهای رایج شهرسازی و نظام محله‌بندی در جوار مرکز حکومتی شهر محوطه باروی قلعه فلک‌الافلاک و در امتداد بازار شهر قرار گرفته است. در دوران سوم، نقشه‌ای برای شهر خرم‌آباد با مرکزیت سبزه‌میدان، یک خیابان شرقی- غربی از اراضی علی‌آباد تا ابتدای راسته مسگران تدارک دیده شد و نیز خیابانی شمالی- جنوبی از ابتدای دوازده‌برجی تا اراضی گل زرد احداث گردید. در این میان، پس از شهریور ۱۳۲۰ زمین‌بازی و بسازبفروشی در خرم‌آباد رایج گردید. در مجموع، با خیابان‌کشی‌های جدید، بافت تاریخی بازار عملاً از هم گسیخت. مسجد جامع و برخی دیگر از آثار تاریخی شهر خرم‌آباد عملاً تخریب شده و از بین رفتند. در بازار خرم‌آباد، راسته‌بازارها، تیمچه‌ها و سایر عناصر بازار با آن نظم و الگویی که در

دیگر شهرهای اسلامی وجود دارد، همراه نیست و در به وجود آمدن بنا و معماری بازار کمتر از سبک و سیاق معماری اسلامی استفاده شده است. در حال حاضر بازار قدیمی خرم‌آباد نیز کارکرد خود را حفظ نموده و راسته بروجردی‌ها، خیابان حافظ و اطراف میدان گپ و ... تا به امروز همچنان به‌عنوان قلب بازار این شهر جاذب جمعیت و فعالیت هستند، اما کارکرد کاروانسرای قدیمی خرم‌آباد واقع در جنوب غربی میدان گپ به بازار طلافروشان تغییر پیدا کرده و تا به امروز نسبت به دیگر بازارهای خرید و فروش طلا و جواهر شهر، دارای اهمیت بیشتری است. اکنون، خیابان کنونی امام، به‌عنوان رقیب جدید بازار قدیمی مطرح شده و ارتباط میدان بزرگ و بازار را با قلعه فلک‌الافلاک قطع نموده است. به علت مورفولوژی خاص شهر، قسمت اعظم ترافیک شهری در منطقه مرکز شهر جریان دارد که ورود خودرو به خیابان‌های مرکزی شهر و بازار، می‌تواند باعث به حاشیه راندن بازار قدیمی و بی‌هویتی آن در آینده گردد که لزوم چاره‌اندیشی در این زمینه بیش‌ازپیش نمایان می‌گردد. مقدمه

بازارها به‌عنوان بخشی از محیط شهری در فضاهای عمومی، متعلق به همه مردمان شهرها در جهان بوده است (Ouria, 2019). بازارها به‌عنوان یکی از عناصر اصلی شهرهای اسلامی و عمدتاً به‌عنوان کارکرد اقتصادی چنین شهرهایی مطرح می‌باشند، ضمن آنکه به‌عنوان ستون فقرات شهرهای سنتی نیز محسوب می‌شوند و تا گذشته‌ای نه‌چندان دور اهمیت بسیاری در تکوین روابط اجتماعی و گردش سرمایه داشته‌اند؛ به عبارتی با ایفای نقش‌های اجتماعی و اقتصادی دارا بودن وجوه زیباشناختی و هم‌جواری با کاربری‌های مذهبی و فرهنگی موجبات پویایی شهرها را فراهم می‌آوردند. به‌طورکلی در گذشته شکل‌گیری عناصر بازار و روند توسعه آن بستگی به کارکرد اصلی شهر و میزان رشد اقتصادی و جمعیت آن داشت. در شهرهای متوسط و کوچکی که مبادلات خارجی آن‌ها زیاد نبود، بخش قابل‌ملاحظه‌ای از بازار صرف تأمین نیازهای داخلی شهر و ناحیه پیرامونی می‌شد. این بازارچه‌ها جنبه خرده‌فروشی داشتند و درصد کمی از فضاهای آن به تجارت خارجی اختصاص داشت. در صورتی که در شهرهای بزرگ به علت عملکردهای متنوع و توسعه تجارت خارجی و نواحی پیرامونی عناصری که در خدمت تجارت خارجی بودند به بخش‌های داخلی اضافه می‌شد. به‌طورکلی فضای کالبدی برای پاسخگویی به نیازهای جدید همواره در حال تغییر شکل بود و علاوه بر امتداد راسته اصلی و نفوذ در محله‌ها از طریق راسته‌های فرعی بخش‌هایی از فضاهای مسکونی اطراف بدنه راسته‌ها را نیز به خود جلب می‌کرد و آن‌ها را به صورت سرا یا تیمچه مورد استفاده قرار می‌داد. بازار از نظر کارکردهای اقتصادی-اجتماعی قدرت و دامنه نفوذ وسیعی داشت. ویژگی‌های کارکردی بازار و پیوند با مراکز مهم سه‌گانه سیاسی، اقتصادی و مذهبی موجب جریان همه فعالیت‌های اجتماعی به‌سوی بازار می‌شد (نظریان، ۱۳۸۳: ۲۲۰).

تیپومورفولوژی (گونه ریخت‌شناسی) مطالعات گونه ریخت‌شناسانه، ساختار فیزیکی و فضایی شهرها را آشکار می‌سازند، این مطالعات هم گونه شناسانه و هم ریخت‌شناسانه‌اند. مورفولوژی (ریخت‌شناسی) بازارهای سنتی ایران نیز تا حد زیادی مربوط به خصیصه‌های کارکردی آن‌ها است. در شهری مانند خرم‌آباد که دارای تیپومورفولوژی متفاوت از لحاظ سیما و منظر شهری متفاوت می‌باشد، عناصر گوناگون شهری، به‌ویژه بازار در هم‌جواری با قلعه‌ی فلک‌الافلاک و مسجد جامع و میدان، سیستم شهری فعالی را به وجود آورده‌اند که امروزه منجر به تغییرات ساختاری- کارکردی بازار گردیده و

تیپومورفولوژی بازار را تحت‌الشعاع خود قرار داده است و عدم توجه بدان می‌تواند موجبات بی‌هویتی آن را در آینده‌ی نزدیک شود. لذا در این نوشتار تلاش می‌گردد این تحولات مورد کندوکاو قرار گیرد.

مبانی نظری پژوهش

۱- بازار: کلمه «بازار» در زبان پهلوی ساسانی به صورت «وازار» و ترکیباتی نظیر وازارگ، وازارگان، وازاگانیه و «وازارباد» بکار برده می‌شد (Moghaddam, 1994). به زبان فارسی قدیم، معنی (بازار) عبارت از (کار دم دروازه) است. این گونه بازارهای موقت در دوران اسلامی، تبدیل به بازارهای دائمی شدند و به صورت جزئی از بافت ربض درآمدند (مجتهد زاده، ۱۳۸۲: ۲۱۰).

در فرهنگ فارسی عمید، بازار به معنای «جای دادوستد و خریدوفروش کالاها، محل اجتماع فروشندگان و خریداران، کوچه سرپوشیده که دارای چند دکان یا فروشگاه باشد» آمده است (عمید، ۱۳۸۹: ۶۰۸). «بازار در ایران فضایی است، برای خریدوفروش و تولید و عرضه کالاهای گوناگون که یک مسیر ارتباطی از میان آن می‌گذرد» (سعیدنیا، ۱۳۸۷: ۸۵-۷۴).

در دوره مادها، مفهوم بازار هنوز در مرحله‌ی جنینی قرار داشت و بافت و ساختار کالبدی آن مراحل آغازین خود را می‌گذراند. در دوره ساسانیان با حضور همه‌جانبه دولت در بازرگانی، صنعت و نقش ایران آن روز در بازرگانی بین‌المللی، روابط بازرگانی با چین، هند، رم شرقی، حجاز، حبشه و... در اقتصاد شهری دولت ساسانی مؤثر افتاد و عنصر بازار در معنایی که اکنون از آن داریم کالبد پیدا کرد و در مسیر خود محله‌ها را شکل داد و بازار قلب شهر گردید و کالاها و مصنوعات گوناگون از همه‌جا بدان جا حمل می‌گردید (حبیبی، ۱۳۸۳: ۲۳۲).

شهرهایی که فرمانروایان اسلامی بنیان گذاردند دو پایه اصلی داشتند: یکی مسجد جامع و دیگری بازار. مسجد جامع در اوایل دوره اسلامی مرکز مذهبی و سیاسی بود (اشرف، ۱۳۵۳: ۴۹-۷). کارکرد اقتصادی در شهرهای اسلامی عمدتاً در چهارچوب بازارها یا سوق‌ها متبلور می‌شد. شهرهای اسلامی عموماً محل تبادلات کالایی و بازرگانی زیادی بودند. این امر در شهرهایی که بر سر راه جاده‌های بزرگ تجاری قرار می‌گرفتند، یا شهرهایی که به دلیل مرکزیت سیاسی‌شان ثروت بیشتری را در خود جای می‌دادند، تشدید می‌شد (فکوهی، ۱۳۸۹: ۶۰۸).

تجارت، نخستین فعالیت در بازار بوده است. در ایران مانند بسیاری از بخش‌های دیگر خاورمیانه، انواع حرفه‌ها و تجارت از نظر فضایی از هم مجزا بودند و افراد هم‌شغل، راسته بازار مخصوص به خود را اشغال می‌کردند. دلایل بسیاری برای توسعه جدایی‌گزینی حرفه‌ها در بازارهای ایران مانند سایر بازارهای خاورمیانه در دست است و از آن جمله: ۱. سیستم مالیات‌بندی توسط نیروهای حکومتی، هنگامی که افراد حرفه‌ها و تجارت‌های مشابه در طول یک راسته بازار گرد هم می‌آمدند آسان‌تر صورت می‌گرفت؛ ۲. تخلیه بار کاروان‌ها آسان‌تر انجام می‌شد؛ ۳. فرآیند تأمین امنیت امکان‌پذیرتر بود؛ احتمالاً مهم‌ترین دلیل قبول سیستم جدایی‌گزینی مشاغل، صرفاً قابل اجرا بودن آن بود. تمرکز حرفه‌ها و تجارت‌های مشابه در یک راسته بازار منجر به روابط متقابل و مستمر میان آن‌ها می‌شد و اجازه تبادل عقاید حرفه‌ای، سیاسی و مذهبی را

می‌داد. مشتری نیز از این سیستم تا حد زیادی سود می‌جست؛ به‌این ترتیب که از امکان انتخاب کالاهای مشابه بیشتری بهره‌مند می‌شد و هم‌زمان می‌توانست سطوح مختلف کیفیت و قیمت پیشنهاد شده را باهم مقایسه کند (خیرآبادی، ۱۳۷۶: ۱۵۹).

دو عامل بازار و مسجد همواره در فرهنگ شهرهای اسلامی، نقش مهمی داشتند؛ به‌طوری‌که هنگام ایجاد یک شهر اسلامی، محل حکومت، مسجد جامع و یک میدان مرکزی باهم و وابسته به هم ساخته می‌شد و بازار و میدان از عناصر مهم تشکیل‌دهنده مورفولوژی شهری به شمار می‌آمد (شکویی، ۱۳۸۳: ۵۹۲).

با فاصله‌ای دور از مفهوم «شهر-بازار»، شهر دوران اسلامی در تحول خویش به دور بازارها تنیده می‌شود و در گسترش خود بازارهای جدید را ایجاد می‌کند. شواهدی بسیار از کرمان و یزد گرفته تا لاهیجان و تبریز، از دزفول و شوشتر گرفته تا مشهد و نیشابور... وجود دارند که قبل از این که محله‌ای ساخته شود و بخشی نو برپا شود، نخست بازار و میدان ساخته می‌شدند و سپس مردمان به‌گونه‌ای کاملاً آزاد به دور آن‌ها سکنی می‌گرفتند و محله‌ای جدید برپا می‌شد (حبیبی، ۱۳۸۳: ۲۳۲).

پیش از اسلام، هم در سرزمین‌های زیر سلطه ساسانیان و هم در شهرهای قلمرو رومیان بازار وجود داشت، ولی تفاوت بارز بازارهای دوره اسلامی با بازارهای پیشین، در این است که در راسته بازارهای تخصصی شهرهای اسلامی - تحت تأثیر روحیه تسامح مذهبی - مجال کار و فعالیت برای پیروان ادیان مختلف، فراهم بوده است. درواقع افزون بر موارد پیش‌گفته از جمله امتیازات بازارهای سرزمین‌های اسلامی بر بازارهای دوره ساسانی می‌توان به تقسیم‌بندی بازار بر مبنای تخصص حرفه‌ای و نه مبتنی بر طبقه و کاست اشاره کرد (سعیدی رضوانی، ۱۳۷۲: ۲۳۲).

بر پایه اطلاعات موجود در منابع تاریخی، از اواخر قرن اول هجری به بعد در بسیاری از شهرهای جدید و کمابیش همه شهرهای قدیمی بازارهایی دائمی با فضاهای ساخته‌شده 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 (سلطان‌زاده، ۱۳۸۶: ۱۱۶). بازارهای تخصصی در سرزمین‌های اسلامی، برخلاف نقاط دیگر جهان به خریدار فرصت می‌دهد تا خواسته‌ها و کالاهای موردنظر خود را به ارزان‌ترین بها و به هر نحو دلخواه و متناسب با اقتصاد خانواده خود تهیه کنند، بی‌آنکه مانند امروز ناچار باشد برای خریداری هر چیزی، به صدها مغازه که هر یک فاصله زیادی باهم دارند، سر بزنند (شفقی، ۱۳۸۵: ۶۵۰). در بازارهای سنتی، سابقه فعالیت روابط غیررسمی مبتنی بر شناخت متقابل و اعتماد ناشی از آن شروط اولیه یک فعالیت اقتصادی قوی بوده است که باعث به وجود آمدن رابطه‌ای اجتماعی مبتنی بر اعتماد بین افراد شاغل و مردم در بازار می‌گردید (بهزادفر و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۹-۱۴).

بازار در شهرهای سنتی ایران توسط نواحی فشرده و تقریباً مدور مسکونی احاطه می‌شود. هم‌چنین بازارهای ایران از نظر زمان تشکیل، توسعه تاریخی و حوزه نفوذ خود باهم متفاوت‌اند. برای مثال یک بازار در یک شهر بزرگ (مثل یک پایتخت سابق یا یک قطب مهم تجاری) با یک بازار در شهری کوچک که فاقد اهمیت تجاری در سطح ملی یا بین‌المللی بوده است، تفاوت دارد. یک بازار در یک پایتخت یا هر شهر بزرگ دیگر به علت وسعت بیشتر حوزه نفوذ خود باید بتواند

تعداد بیشتری از مشتریان را با سلیقه‌ها و ذوق‌های مختلف و نیازهای متنوع ارضاء کند، چنین بازاری بایستی طبیعتاً بزرگ‌تر باشد و شامل تعداد بیشتری از مغازه‌ها، همراه با کالاهایی متنوع‌تر و راسته‌بازارهایی باشد که به فعالیت‌های تجاری بیشتری اختصاص یافته‌اند. در مقابل بازارهای کوچک مانند بازار سبزوار به علت محدود بودن حوزه نفوذ و تعداد مشتریان، از نظر اندازه بسیار کوچک‌ترند. با کاهش نیازهای مشتری برای کالاهای اساسی، بازارهای کوچک‌تر، فعالیت‌های خود را حول تجارت کالاهای محلی متمرکز می‌سازند، این کالاها تأمین‌کننده نیازهای اصلی ساکنان شهر و حومه‌های بلافصل آن است (خیرآبادی، ۱۳۷۶: ۱۵۹).

در ادامه‌ی سیر تحول بازار در دوره‌ی قاجار تحول مهمی که در زمینه ساختار شهری در این دوره (قاجار) صورت گرفت و نقش بسیار مهم و تعیین‌کننده‌ای بر تحول بازارها بر جای گذاشت مربوط به ساختن معابر و خیابان‌های مستقیم است. از دوره قاجار ساختن خیابان مستقیم و طراحی شده به‌منظور ایجاد مسیری قابل‌استفاده برای راندن کالسکه و برگزاری مراسم و آیین‌های تشریفاتی رایج شد؛ خیابان باب همایون و ناصرخسرو از این‌گونه خیابان‌ها بودند (سلطان‌زاده، ۱۳۸۶: ۱۱۶).

هم‌چنین از توصیفی که سیاحان از ریخت شهر و ساخت کالبدی آن ارائه می‌دهند، می‌توان نتیجه گرفت که در سراسر قرن نوزدهم و آغاز قرن بیستم میلادی، بافت شهر و سازمان فضائی آن تفاوت‌های عمده‌ای (از نظر ساختی و ماهوی) را با شهر دوره صفوی (مکتب اصفهان) نشان نمی‌دهند. بازار کماکان لولای اصلی و ستون فقرات شهر است و چون همیشه علاوه بر نقش اقتصادی-تجاری خود، مکان تظاهرات تمامی اشکال و شکل‌بندی‌های اجتماعی- فرهنگی نیز می‌باشد. دسترسی‌های جداشده از بازار در مرکز محلات یکدیگر را تلاقی می‌کنند و محلات به‌عنوان مکانی نیمه‌مستقل در دل شهر به حیات خود ادامه می‌دهند. برخلاف مکتب اصفهان، به تبعیت از مفهوم تجددطلبی، حضور قوی تفکر غیربومی در سازمان‌دهی فضائی و سرانجام استیلای قدرت اقتصادی فراملی، سبک تهران در ترکیب فضائی این میدان عرصه‌ای دیگر را باز می‌کند. مسجد و مدرسه، کاخ حکومتی و بازار به‌عنوان عناصر اصلی ترکیب میدان در مکتب اصفهان جای خود را به عمارت تلگرافخانه و پستخانه (شاخص ارتباطات نو)، بانک (نماد روابط بازرگانی، تجاری جدید)، عمارت بلدی (تعبیری ظریف‌تر از ساختمان حکومتی) و نظمی (حضور عنصر نظامی) می‌سپارند. جامع کماکان در دل بازار باقی می‌ماند، بازار دهانه خویش را به میدان کهن شهر (سبزه‌میدان) می‌گشاید (حبیبی، ۱۳۸۳: ۲۳۲).

با ورود به دوره پهلوی اول، شالوده کهن ارتباطات ازهم‌گسیخته می‌شود، سازمان محله‌ای دچار آسیب جدی می‌گردد و بازار به‌عنوان ستون فقرات اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی شهر در مقابل حضور قوی خیابان و انتقال بخش عمده‌ای از فعالیت‌های اقتصادی به کناره‌های آن، برای همیشه رنگ می‌بازد. بازار با انتقال بخش اعظم از فعالیت‌های اقتصادی خویش- بخصوص در زمینه اشیاء زینتی و کالاهای مصرفی نوپردازانه- به اولین انتقال فضائی از مکان خاص به مکانی که با تطور زمان تغییر می‌کند، دست می‌زند (همان: ۲۳۲). مجموعه شهرها «مهر پهلوی» که عبارت از دو خیابان متقاطع با یک میدان در وسط آن بود به چهره خود دست یافتند. ایجاد میدان و چهارراه به‌عنوان بخش حکومتی در مقابل میدان‌ها سنتی شهر ضروری بود. ایجاد چنین محورهایی بدون هیچ تردیدی در جهت فروپاشی عناصر و اجزای سنتی شهرها انجام می‌گرفت

و توسعه آن‌ها در جهت تضعیف عملکردهای بازار و مکان‌گزینی عملکردهای تازه در چنین محورهایی بود. چنین مداخلاتی برای حل مسئله گردش کالا و سرمایه، استفاده از وسایط نقلیه موتوری و تعمیم آن ضروری بود (نظریان، ۱۳۸۳: ۲۲۰).

روند تحولات دهه‌های اخیر و پیامد آن بر کالبد و محتوای بازار به حدی بوده است که پیرنیا در تحقیق خود با عنوان «بیماری بلوار» ضمن انتقاد بر خیابان‌کشی‌های صورت‌گرفته از سوی شهرداری به ظهور پاساژها اشاره می‌کنند. در این تحقیق آمده است که «در سال‌های اخیر رسته‌ها و قیصریه‌های بزرگ و متعددی بنام پاساژ در کلیه شهرهای ایران ساخته شده است. چه کسی می‌تواند ادعا کند که بهترین و بزرگ‌ترین آن‌ها با تیمچه امین‌الدوله کاشان، قیصریه ابراهیم‌خان کرمان، بازار وکیل شیراز یا بازارهای اصفهان، کاشان و یزد قابل مقایسه و یا اقلاباً با اغماض نظیر آن‌هاست؟ حتی بهترین پاساژ پایتخت نیز به پای تیمچه حاجب‌الدوله که در دوره انحطاط معماری ایران ساخته شده نمی‌رسد، مگر چنین نیست؟» (پیرنیا، ۱۳۴۷: ۴۹-۴۳).

مجموعه عوامل مؤثر بر تحولات بازار به‌ویژه از منظر تیپومورفولوژی و هم‌چنین پیامدهای آن بررسی و تحلیل گردید، با توجه به تحقیقات انجام‌شده در مورد بازار ویژگی‌های ذیل قابل استنتاج هستند:

- پیوستگی و انسجام کالبدی میان اجزای مختلف بازار با قدمت‌های متفاوت؛
- جدا بودن بازار (محل کار) از محل سکونت؛
- تجمع پیشه‌وران مختلف در رسته‌ها؛
- وجود سلسله‌مراتب مکانی در بازار؛
- دسته‌بندی بازار بر اساس نوع فعالیت؛
- مکان‌گزینی مشاغل با توجه به معیارهای زیست‌محیطی؛
- پیروی از الگو و طرح عمومی برای پاسخگویی به نیاز مردم؛
- ارتباط بازار با پیرامون بر مبنای اصول اسلامی؛
- شکل‌گیری استخوان‌بندی بازار از رسته‌ها، گذرهای اصلی و فرعی، بخش‌های تجاری با سکونت و بخش‌های تجاری بدون سکونت؛
- مجاورت سه عنصر قدرت، ثروت و مذهب؛

مهم‌ترین گونه‌های بازار از نظر شکل و کارکرد شامل بازار خطی، بازار چند محوری، بازار مرکزی، خان‌های پیرامونی، بازار صلیبی، بازار محله، بازار بیرون شهر، بازار صحرایی، بازار زیارتی و بازار صنایع‌دستی بوده است (دانشنامه جهان اسلام، مدخل ۲).



شکل ۱ - تقسیم بندی بازار بر اساس عملکرد (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۲)

۲- **مورفولوژی شهری:** اواخر قرن نوزدهم میلادی را می توان آغاز شکل گیری «مورفولوژی شهری» به صورت یک دانش سازمان یافته دانست. با توجه به نیروهای متنوعی که در شکل گیری یک شهر دخیل اند، بسیار طبیعی به نظر می رسد که این حوزه از تفکر در جهان امروز به عنوان یک دانش میان رشته ای شناخته شود. به همین دلیل است که متخصصین حوزه های گوناگون علمی مانند معماران، شهرسازان، جغرافی دانان شهری، برنامه ریزان شهری و طراحان شهری در میان مورفولوژیست های شهری دیده می شوند، همین امر نیز موجب شده است که تعاریف مختلفی از سوی صاحب نظران رشته های مرتبط با آن ارائه گردد. برای ورود به بحث مهم ترین این تعاریف در پی آن می آید:

- مورفولوژی شهری مطالعه ای فرم شهرها در طول زمان است (Scheer, 2002:106).
- مورفولوژی شهری چگونگی برپایی، برافراشتگی و گشوده شدن عناصر سکونتگاهی را تحلیل می کند. واژه برپایی، رابطه با زمین و واژه برافراشتگی رابطه با آسمان را معرفی می کند. واژه گشوده شدن نیز به معنی تعامل فضایی با محیط یا همان رابطه ای درون و برون است (Norberg Shulz, 1979:43).
- مورفولوژی شهری مطالعه ای فرم شهرهاست (Gauthier and Gilliland, 2006:41).
- مورفولوژی شهری رشته ای است که فرآیند ساخت شهر و نتایج محمولات آن را بررسی می کند (Moudon, 1998:141).

۳- **تیپومورفولوژی:** مفهوم یا اصطلاح تیپومورفولوژی (گونه ریخت شناسی) مطالعات گونه ریخت شناسانه، ساختار فیزیکی و فضایی شهرها را آشکار می سازند. این مطالعات هم گونه شناسانه اند و هم ریخت شناسانه، چراکه فرم شهری (مورفولوژی) را بر اساس طبقه بندی تفضیلی ساختمانها و فضاهای باز با توجه به گونه ها (تیپولوژی) توضیح می دهند. گونه ریخت شناسی ترکیب این دو است و می توان مطالعه و بررسی فرم شهرها بر اساس مطالعه گونه های فضا و بنا آن را تعریف نمود). (Moudon, 1997:289)

پیشینه تحقیق

در این بخش برخی از تحقیقاتی که در زمینه بازار از زوایای مختلف صورت گرفته است، ارائه می‌گردد. از تحقیقات ارزشمند در این زمینه باید به کتاب ارزشمند شفقی اشاره کرد که در بخشی از آن به تخصصی بودن بازار در شهرهای اسلامی توجه کرده است و در این رابطه به وجود بازارهای تخصصی در مکه پیش از اسلام اشاره می‌کند و بر این باور است که در صدر اسلام نیز نوعی تخصص در بازارهای مدینه وجود داشته است و پس از فتوحات اسلام، بازار عاملی مهم در طرح‌ریزی هر شهر اسلامی گردید و پیشه‌وران در بازارهای خاص خود گرد آمدند. هم‌چنین در شهر بغداد در زمان منصور برای هر گروه از بازرگانان و هر نوع پیشه و کسب و تجارت، محل جداگانه‌ای وجود داشت، مانند بازار برده‌فروشان، مرغ‌فروشان، دباغان و... نیز تشریح شده است که بازارهای تخصصی در سرزمین‌های اسلامی، برخلاف نقاط دیگر جهان به خریدار فرصت می‌دهد تا خواسته‌ها و کالاهای موردنظر خود را به ارزان‌ترین بها و به هر نحو دلخواه و متناسب با اقتصاد خانواده خود تهیه کند، بی‌آنکه مانند امروز ناچار باشد برای خریداری هر چیزی، به صدها مغازه که هر یک فاصله زیادی باهم دارند، سر بزند (شفقی، ۱۳۸۵: ۶۵۰). اینک به مواردی از تحقیقات صورت گرفته اشاره می‌شود:

فلامکی (۱۳۶۸) در پژوهشی با عنوان «بناها و شهر دامغان» به بازار شهر و کارایی‌های سرزمینی‌اش توجه نموده است و در تشریح موقعیت بازار و چگونگی جایگزینی آن از دیدگاه مورفولوژی شهری چنین عنوان می‌کند که «بازار، در میانه طول مسیرش، در حدود دو متر به سطحی پایین‌تر می‌رسد و در انتهای شرقی‌اش، در بر مجاور با خیابان، نسبت به این معبر اتومبیل‌رو، تقریباً به همین اندازه اختلاف سطح می‌رسد. نتیجه این که بازار دامغان می‌تواند از پستی‌وبلندی‌های اطرافش، در صورت نیاز، بهره‌گیرد و امکانات ایجاد و جایگزین کردن واحدهای تجاری و ارتباطات بیشتر محیط مساعدتری را برای مراجعه‌کنندگان فراهم آورد» (فلامکی، ۱۳۶۸: ۳۵۲).

در پژوهش دیگری که در ناحیه بازار توپخانه شهر کرمانشاه توسط سجادی اصل (۱۳۸۶) صورت گرفته است به دستاوردهایی نظیر تلاش برای جذب سرمایه‌گذاری‌های خصوصی و حتی دولتی به بافت بازار توپخانه، ایجاد دسترسی‌های مناسب برای ایجاد علاقه و انگیزه در ساکنان برای سرمایه‌گذاری در بافت که هر دو مورد، مکمل یکدیگر نیز می‌باشند، دست یافته است (سجادی اصل، ۱۳۸۶).

در تحقیق دیگری که توسط یدالله پور (۱۳۸۸) و بر روی بازار آمل صورت گرفته است محقق به دستاوردهای زیردست یافته است: ۱. بازار آمل از دو الگوی توأمان بازارهای خطی (تک‌محوری) و بازارچه محلی پیروی می‌کرد، به‌گونه‌ای که با داشتن ترکیب مسکونی - تجاری نقش مهمی در برآورده ساختن نیازهای شهر داشت؛ ۲. بازار آمل با کارکرد بازار سستی ظاهر شده است که یکی از این کارکردهای مهم، کارکرد مسکونی است؛ ۳. وقف نه‌تنها از نظر اجتماعی و اقتصادی کارکردهای بسیار مهمی در زندگی روزانه و فعالیت‌های شهر آمل داشته و دارد، بلکه از نظر کالبدی نیز نقش بسیار مؤثری در شکل‌دهی این شهر داشته است، به‌گونه‌ای که می‌توان گفت یکی از بنیادی‌ترین عوامل تداوم مؤسسات دینی و اقتصادی شهر آمل و بازار آن وقف است (یدالله پور، ۱۳۸۸: ۱).

قاسمی و نوروزی (۱۳۸۸) در پژوهشی به بررسی «تحولات کالبدی- کارکردی بازار قلعه محمود کرمان» پرداختند. ایشان در بررسی مشکلات بازار قلعه محمود کرمان به متروکه شدن بازار و از رونق افتادن آن و از بین رفتن چهره و منظره کالبدی-شهری بازار قلعه محمود اشاره کرده‌اند (قاسمی و نوروزی، ۱۳۸۸: ۹۱-۴۵).

بهزاد فر و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهشی به بررسی «نقش و کارکرد اجتماعی بازارهای سنتی شهرهای ایران»، از جمله بازارهای پررونق و پویای تبریز و اصفهان پرداختند. نتایج آن‌ها نشان داد که بازار شهرهای تبریز و اصفهان، از جمله بازارهایی هستند که به رونق خود باقی مانده‌اند و حیات شهری در شریان‌های آن‌ها جاری و ساری است و دیگر این که بازار اصفهان را نمونه متعالی، نمود عینی اندیشه‌های معمارانه و شهرسازانه مکتب اصفهان دانسته‌اند (بهزاد فر و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۹-۱۴).

سرایی (۱۳۸۹) در تحقیق خود بر روی بازار شهر یزد و تحلیلی تاریخی و کمی نشان داده است که گرچه عنصر بازار به‌عنوان شاخصه شهر اسلامی در یزد همچنان اعتبار کالبدی و اجتماعی مناسبی را در خود نهفته دارد، اما جلوه‌گاه فعالیت‌های مدرن تجاری نیست. این مهم حتی در صنوف تخصصی بازار یزد مثل زرگری و بزازی نیز درخششی نداشته و همین شرایط، رکود عملکردی روبه‌رشدی را بر چهره بازارها نمایان ساخته است. هم‌چنین در میان عوامل و پدیده‌های متنوعی که در طول دوران بازار یزد، تجارت و بازرگانی آن را تحت تأثیر قرار داده‌اند، راه‌ها در درجه اول حائز اهمیت هستند. هم‌چنین استعدادهای محیطی شهر، به‌ویژه در زمینه صنایع نساجی و تولید ابریشم که به‌نوبه خود به‌عنوان یک پدیده جغرافیایی در درجه دوم اهمیت بوده، از اهمیت زیادی برخوردار است (سرایی، ۱۳۸۹: ۱).

رجبی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «همخوانی بازار ایرانی با اصول جدید معماری رنسانس شهری» به بررسی بازار به‌عنوان یکی از عناصر تاریخی و قلب تپنده شهر پرداخته و برای ساختن بازآفرینی آن به مقایسه ویژگی‌های بازار تاریخی با اصولی که در کشورهای توسعه‌یافته غربی است می‌پردازد و به این نتیجه می‌رسد که رنسانس غربی که باعث ایجاد تحول در فضاهای شهر می‌شود اصول جدیدی نیست و در حقیقت همان اصولی است که معمار و بنای ایرانی از گذشته‌های دور در معماری از آن بهره می‌برده است (رجبی، ۱۳۹۰: ۱).

کریمی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «بازار نماد فرهنگی و معماری فضاهای تجاری در تمدن ایرانی-اسلامی» به بررسی بازار به‌عنوان یکی از مراکز فرهنگی شهری پرداخته‌اند. نتایج حاصله از پژوهش نشان می‌دهد که بازار از سطحی‌ترین تا عمیق‌ترین وجه فرهنگی شهری محسوب شده و با توجه به این امر نوع فضاها و کاربرد خاص فضاها در نظر گرفته شده، در ادوار تاریخ تا دوران ما بازار یا مراکز تجاری، نوع فرهنگ دوره خود را مشخص می‌کنند. بازارها علاوه بر این که به‌عنوان فضاهای تجاری اهمیت داشته‌اند، کاربردهای خاص خود را به همراه داشته و فقط جنبه تجاری نداشته‌اند، بلکه نماد فرهنگی در ادوار تاریخ بوده‌اند (کریمی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱).

فارسی محمدی پور و طالبی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «مطالعه پدیده بازار سنتی سنندج از منظر پدیدارشناسی» به بررسی بازار سنتی سنندج پرداختند. نتایج حاصله از پژوهش نشان داد که تجاوز به راسته اصلی گذر از طرف کسبه به‌عنوان یک رفتار اصیل، کارکرد ارتباطی و گذری بازار، عجین شدن مفهوم بازار با حادثه تاریخی ساخته شدن خیابان

انقلاب، راحتی و خودمانی بودن ارتباطات داخل بازار و نامفهومی گذر طبیعی زمان در بازار به دلیل ساختار کالبدی آن از مهم‌ترین عوامل ساختاری ایجاد بازار سنتی سنندج محسوب می‌شود (فارسی محمدی پور و طالبی، ۱۳۹۴: ۱).
 طبسی و خادم‌زاده (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «بازشناخت مؤلفه‌های بازار در شهر ایرانی - اسلامی» به نقش بازار در شهر ایرانی - اسلامی به‌عنوان ستون فقرات یک شهر که نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری فضای شهری ایفا می‌کند، پرداختند. آن‌ها بازار را با ابعاد کالبدی و عملکردی با مؤلفه‌هایی همچون نقش ساختار معماری، نقش تفکیک فضایی، نقش ارتباطی، نقش اقتصادی، نقش سیاسی، نقش فرهنگی - اجتماعی، نقش مذهب و ملیت، نقش تفریحی - فراغتی، نقش اخلاقی و نقش امور خیریه، بررسی کردند. نتایج یافته‌های تحقیق نشان داد هرکدام از این عوامل، در شناخت نقش فضاهای شهری، تأثیری مستقیم یا غیرمستقیم دارند و تمامی مؤلفه‌های شناخته‌شده، در یک شبکه ارتباطی قوی به‌صورت هماهنگ به فعالیت می‌پردازند که هم باعث موفقیت در فضای عملکردی خود شده و هم تأثیری مثبت بر دیگر مؤلفه‌ها دارند (طبسی و خادم‌زاده، ۱۳۹۹: ۱۵۵).

نجاری و مهدی نژاد (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «ارزیابی نقش عوامل کالبدی و عملکردی در اجتماع‌پذیری بازارهای سنتی ایران با استفاده از تکنیک نحو فضا (نمونه موردی: بازار تبریز)» به سنجش میزان اجتماع‌پذیری در بازار، شناخت بستر اجتماعی آن و عوامل مؤثر در کیفیت اجتماعی آن، با تحلیل ساختار، هم‌پیوندی، انسجام بازار و اولویت قراردادن جنبه‌های کالبدی - عملکردی پرداختند. نتایج نشان داد ارزش‌های فضایی و چیدمان فضا در قسمت‌های مختلف بازار، تفاوت‌های اساسی دارد، به‌طوری‌که ساختار بندی و انسجام اجتماعی بازار به‌شدت کاهش یافته و میزان هم‌پیوندی خیابان‌های تازه احداث‌شده، افزایش یافته است. در نتیجه، لزوم توجه به تغییرات و پیامدهای حاصل از توسعه شهری از جنبه کالبدی و عملکردی، برای افزایش ویژگی اجتماع‌پذیری بازار مشهود و ضروری است (نجاری و مهدی نژاد، ۱۳۹۹: ۶۷).

شکوهی بید هندی و شادکام (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «تولد بازار در شهر ایرانی ارزیابی دیدگاه‌ها و فرضیات مرتبط با پیدایش نخستین بازارها در ایران» به بررسی زمان پیدایش بازار با دو فرض متفاوت پرداختند. اولین فرض را سید محسن حبیبی در باب مفهوم پیدایش بازار به دوران هخامنشیان منسوب کرده و بازار را از عناصر شار پارسی دانسته است، اما برخی دیگر از محققان مانند جهان‌شاه پاکزاد تولد بازار را مربوط به دوران سلوکی می‌دانند و در واقع ریشه یونانی برای آن قائل هستند. بر پایه یافته‌های پژوهش، هردو دیدگاه (فرضیه تولد بازار در دوران هخامنشیان و فرضیه منشأ یونانی بازار) رد می‌شود. به‌بیان‌دیگر پیدایش نخستین بازارها در شهرهای ایران به دوران قبل از سلوکیان و حتی پیش از هخامنشیان بازمی‌گردد و سکونتگاه‌های باستانی ایران نیز دارای نوعی بازار بوده‌اند (شکوهی بید هندی و شادکام، ۱۴۰۲: ۱۰۳).

روش پژوهش

روش تحقیق در مقاله حاضر توصیفی - تحلیلی و از نوع تحقیقات پژوهشی - کاربردی می‌باشد که از یکسو با مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای به بررسی ابعاد، تعاریف و چهارچوب نظری تحقیق و از سوی دیگر با مشاهدات میدانی دقیق به

گردآوری داده‌ها و اطلاعات لازم در محدوده مورد مطالعه برای دستیابی به سؤالات تحقیق می‌پردازد. روش گردآوری اطلاعات مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای (سند خوانی و استفاده از نقشه) بوده است. هم‌چنین از روش مشاهده (ابزار دوربین عکاسی) نیز به منظور تکمیل مطالعات کتابخانه‌ای بهره گرفته شده است. در این تحقیق، نخست به شکل‌گیری مفهوم بازار و سیر تحول آن توجه شده است، سپس مروری بر منابع و تحقیقات مربوطه در این زمینه صورت گرفته و در ادامه شهر خرم‌آباد و بازار قدیمی و جدید آن مورد بررسی و کنکاش قرار گرفته است. در راستای مطالب مطرح شده هدف اصلی تحقیق «بررسی تیومورفولوژی شهری بازار کهن شهر خرم‌آباد در ادوار مختلف» می‌باشد و سؤالات تحقیق نیز بدین صورت تدوین می‌شوند؟

- سیر تغییر و تحولات در بازار کهن خرم‌آباد در ادوار مختلف تاریخی چگونه بوده است؟
- از لحاظ گونه ریخت‌شناسی و تحولات ساختار فیزیکی-فضایی، بازار خرم‌آباد با سایر بازارهای کهن کشور چه تفاوت‌های اساسی دارد؟

معرفی عرصه مکانی پژوهش

۱- خرم‌آباد از ابتدا تا دوره ساسانیان

شهر خرم‌آباد از روزگاران کهن تاکنون؛ خاید الو، سیماش، سیماشکی، شاپور خواست، ساپورخواست، خرم‌آباد فیلی (پیلی)، کلید خوزستان و خرم‌آباد نامیده شده است. واژه خرم‌آباد از دو جزء (خرم) به معنی شاد، خندان و (آباد) به معنی دایر، معمور و دریا تشکیل شده است، چون این شهر در جلگه‌ای بسیار باصفا و زیبا بنا شده است به دلیل دارا بودن باغ و بستان سرسبز، خرم و چشمه‌سارهای آب گوارا، به آن خرم‌آباد گفته‌اند (افشار سیستانی، ۱۳۷۸: ۶۵۴). نخستین خاستگاه شهر خرم‌آباد را باید خایدالو دانست که در نوشته‌های آشوری از آن یاد شده و از شهرهای مهم کشور عیلام بوده است، بسیاری از تاریخ‌نگاران اروپایی خایدالو را با خرم‌آباد یکی دانسته‌اند (قاسمی، ۱۳۷۵: ۱۳۶). در مجموع، گذر تاریخ خرم‌آباد گویای تحولات بسیاری است که با بررسی آن به شرحی که می‌آید مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

۲- خرم‌آباد از ساسانیان تا دوران اسلامی

خرم‌آباد کنونی بر روی خرابه‌های شهر «شاپورخواست» ساسانی ساخته شده است، به طوری که هنوز آثاری چون قلعه فلک‌الافلاک، پل شاپوری و گرداب سنگی از دوران ساسانیان در این شهر پابرجا مانده‌اند. شاپورخواست یکی از شهرهای زمان ساسانی است که بنا به روایت مجمل‌التواریخ و القصص به دستور شاپور اول بنا شده و یاقوت حموی در مورد آن چنین نوشته: شاپورخواست شهر و دژ بنامی است در کوه‌های لر. مستوفی هم در مورد این شهر می‌گوید: شاپورخواست در اوایل شهری بوده از هر جنس مردم بسیار در آنجا بودند و به‌غایت معمور و آباد و تختگاه پادشاهان و اکنون قصبه است (رشیدیان، ۱۳۸۱: ۲۴۱). از اوضاع و احوال این شهر در دوره ساسانی اطلاع دقیقی در دست نیست، ولی بقایای آثار و ابنیه بجای مانده از این شهر که مربوط به دوره ساسانی است حاکی از آن است که شهری معتبر بوده است (سجادی، ۱۳۸۸: ۳۰۲-۲۸۱).

حمدالله مستوفی از هر دو شهر خرم‌آباد و شاپور خواست نام می‌برد، باید گفت که شهر شاپور خواست در جنوب شهر خرم‌آباد آن زمان قرار داشته است. هسته اولیه شهر خرم‌آباد در غرب دژ شاپور خواست (قلعه فلک‌الافلاک)، یعنی درجایی که هم‌اکنون بخش قدیمی شهر، پشت بازار، درب دلاکان و مقبره امام‌زاده زید بن علی قرار دارد، شکل گرفت (سهرابی، ۱۳۸۶: ۲۳۸).

۳- خرم‌آباد در دوران اسلامی

این شهر در اواخر قرن هفتم هجری پس از ویران شدن شاپور خواست رو به آبادانی نهاد و شاید مردم به دلیل موقعیت شهر و وجود چشمه‌های آب شیرین و گوارا، شاپور خواست را ترک کرده و به محل کنونی آمده و بنای شهر را نهاده‌اند. حمدالله مستوفی اولین مورخی است که از این شهر نام برده است. وی در توصیف قلمرو اتابکان لر می‌گوید: از شهرهای آنجا سه معمور است بروجد، خرم‌آباد و شاپور خواست، شاپور خواست در اول شهری بود و از هر جنس مردم بسیار در آنجا بودند و به‌غایت معمور و آراسته بود و تختگاه پادشاهان بود و اکنون قصبه است (معاونت برنامه‌ریزی استانداری لرستان، ۱۳۸۸: ۶۵۵).

هسته اولیه شهر خرم‌آباد در این دوره (۵۰۸ ه.ق) در غرب رودخانه و در حاشیه غربی قلعه فلک‌الافلاک به وجود آمد. در سال (۷۸۸ ه.ق) هنگام حمله تیمور، شاپور خواست به‌کلی ویران و متروک بوده و شهر خرم‌آباد در غرب محله متشکل از دو محله پشت بازار و درب دلاکان بود. خرم‌آباد در دوران اسلامی بارها آبادی و ویرانی به خود دیده است. اوج شکوفایی شهر خرم‌آباد در دوران اسلامی، در زمان صفویان و اتابکان لر بوده است، بطوریکه با ظهور سلسله صفوی، شهر دوباره مورد توجه قرار گرفت و توسعه یافت. مراکز مسکونی بین قلعه فلک‌الافلاک و سفیدکوه با جاده اصلی شرق رودخانه توسط پلی که در زمان شاه سلطان حسین ساخته شد، مجدداً متصل گردید، در این زمان حمام، کاروانسرا، باغ و تفرجگاه‌هایی در شهر ساخته شد. شهر خرم‌آباد پس از صفویه در زمان نادرشاه و زندیه پیشرفت و گسترش چندانی نداشت و تقریباً به همان حالت قبلی بوده، ولی در این زمان نیز شهر آبادی بوده است. خرم‌آباد در دوران اتابکان لر پایتخت لرستان و ایلام به شمار می‌رفت. لرستان بعد از سلطنت صفویان و برافتادن سلسله اتابکان لر و نیز آغاز زمامداری والیان تا پایان جنگ جهانی اول، دولتی در درون دولت ایران به شمار می‌آمد و همواره میان حکام لرستان و حکومت مرکزی خصوصت و دشمنی برقرار بوده است، نتیجه این امر، هرج و مرج و ناامنی مقطعی در این خطه بوده است. ژاک دموورگان در سال ۱۹۶۸ از شهر خرم‌آباد دیدن کرده و این شهر را چنین توصیف می‌کند: «خرم‌آباد شهری است نه‌چندان بزرگ با ۳ یا ۴ هزار سکنه و در داخل شهر ۴ چشمه جاری است». دموورگان تجارت داخلی خرم‌آباد و لرستان را کم‌اهمیت بیان می‌کند (قاسمی، ۱۳۷۵: ۱۳۶). راولینسون در ۱۲۴۹ تا ۱۲۵۵ در ایران بوده و در بین همین سال‌ها به خرم‌آباد می‌آید و این شهر را چنین توصیف می‌نماید: خرم‌آباد محل بی‌نظیری است، قلعه خرم‌آباد قصری است که از استحکامات نیرومندی برخوردار است. وی اضافه می‌کند که خرم‌آباد شهر جدید و کوچکی است که جمعیت آن تقریباً ۱۰۰۰ خانواده می‌باشد (طهماسبی و آراسته، ۱۳۸۸: ۲۵۶-۲۲۹).

بارون دوبد سیاح روسی که در زمان محمدشاه قاجار به لرستان مسافرت نموده است، خرم‌آباد را چنین توصیف می‌کند: خرم‌آباد چهار مسجد، هشت حمام و یک محله مجزا و مخصوص یهودی‌ها دارد که تعداد خانه‌های این محله قریب به چهل یا پنجاه منزل است (خودگو، ۱۳۸۳: ۱۰۲).

یافته‌ها

حدود و وسعت شهر خرم‌آباد در ادوار مختلف

در مورد مراحل توسعه شهر خرم‌آباد در ادوار مختلف باید گفت که این شهر بعد از ورود اسلام طی دوران مختلف، به رشد کنونی رسیده است، گسترش تاریخی شهر خرم‌آباد در دوره اسلامی در چند مرحله قابل بررسی است:

الف: مرحله اول توسعه

در این مرحله دو محله باباطاهر و زید بن علی به محله‌های شهر خرم‌آباد افزوده شد، پیش‌ازاین شهر از دو محله پشت بازار و درب دلاکان تشکیل شده بود. محله پشت بازار از یک بازارچه، میدان و کوچه‌های کاکاوندها، گرگ‌گیرها، سیلوزی (شمالی)، پستخانه، حسین‌خان، تشکیل شده بود، هم‌چنین محله درب دلاکان از میدان کوچک، سه سیک، سه‌راه حسین‌خان، کوچه‌های ملامرادعلی، ماهیگیران، جابری‌ها، کردها، گاو کالی، درویش‌ها، رشنوها، آقا محمود حسین، جوادی و سیلوزی جنوبی تشکیل شده بود.

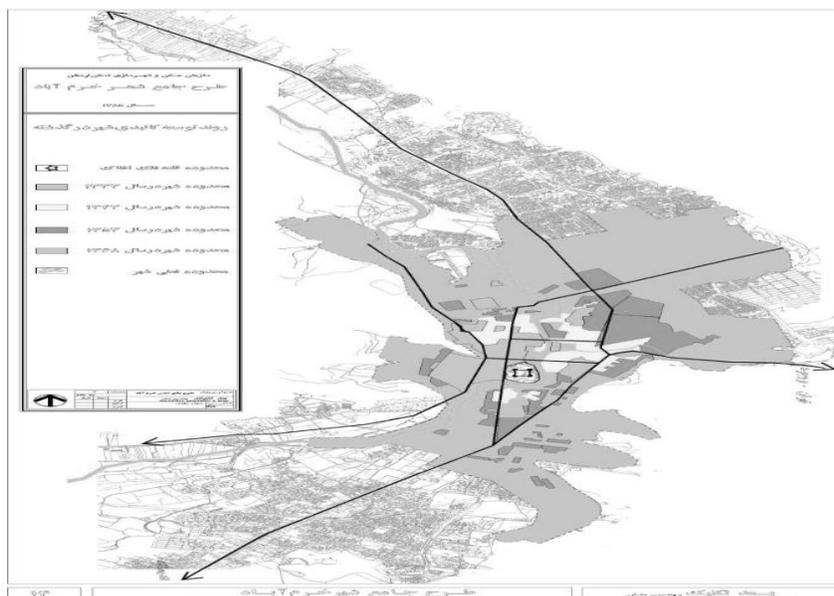
ب: مرحله دوم توسعه

با توسعه شهر به‌ویژه در عصر صفویه و با ساخت بناهایی از جمله پل بزرگ، شهر به‌طرف شمال و شرق توسعه می‌یابد، محله‌های جدید سرگرداب، سادات و والیان پدید آمدند و بناهایی نیز در آن‌سوی پل بزرگ ساخته شد و اراضی علی‌آباد در گسترده شهر قرار گرفت، از جمله کاروانسرای در زمین‌های علی‌آباد توسط میرزا محسن مظفرالملک در عهد قاجار ساخته شده و بر رونق شهر افزود.

ج: مرحله سوم توسعه

در دوران سوم، نقشه‌ای برای شهر خرم‌آباد با مرکزیت سبزه‌میدان، یک خیابان شرقی-غربی از اراضی علی‌آباد تا ابتدای راسته مسگران تدارک دیده شد و نیز خیابانی شمالی-جنوبی از ابتدای دوازده‌برجی تا اراضی گل زرد احداث گردید، همچنین مسجد جامع خرم‌آباد در این خیابان‌کشی‌ها تخریب و سقف بازارها برداشته شد. در این میان، پس از شهریور ۱۳۲۰ زمین‌بازی و بسازبفروشی در خرم‌آباد رایج گردید. توسعه شهر در این زمان از یک‌سو باغ دختران و چال میرحسین را درنوردید و به سنگ‌نوشته رسید و از سوی دیگر به شمال رفت و تا معدن سنگ امتداد یافت (قاسمی، ۱۳۷۸: ۱۰۴).

بر اساس آنچه از اسناد و مدارک موجود در کارگزینی استانداری در مجموعه فهرست اسامی حکام، فرمانداران کل و ... به‌دست‌آمده تاریخ انتصاب اولین شهردار برای خرم‌آباد سال ۱۳۰۵ ذکر شده است؛ بنابراین باید زمان شکل‌گیری خرم‌آباد در بافت فعلی از حدود همان ایام باشد (معاونت برنامه‌ریزی استانداری لرستان، ۱۳۸۸: ۶۵۰).



شکل ۲ - نقشه مراحل توسعه شهر خرم آباد (منبع: طرح جامع شهر خرم آباد)

ویژگی‌های طبیعی در پهنه مرکزی

پهنه مرکزی از دو سو به وسیله عناصر سخت طبیعی احاطه و محدود شده است. اول ارتفاعات سپیدکوه که توسعه بافت شهری به سمت غرب را محدود می‌سازد و دوم رودخانه که بافت شهری را دور می‌زند و به عنوان لبه برای آن محسوب می‌شود. در مجموع ارتباط بافت شهری با عناصر سخت بستر طبیعی به صورت زیر است:

- رودخانه به عنوان لبه‌ای برای پهنه مرکزی محسوب می‌شود که در تعامل با بافت شهری نیست؛
- ازدیاد شیب دامنه‌های سپیدکوه محدودیت‌های اجرایی توسعه را در سمت غرب اعمال می‌کند و بافت مسکونی به آن ختم می‌شود؛

تپه‌هایی که پارک صخره‌ای و قلعه فلک‌الافلاک بر آن شکل گرفته‌اند، عناصر نمادین شهری هستند که به کارکردهای فراغتی اختصاص دارند؛

چشمه گلستان پرآب‌ترین چشمه شهر، در پای تپه فلک‌الافلاک قرار دارد، لیکن مظهر آنکه استخری ساخته شده است، به دلیل قرار گرفتن در محدوده باشگاه افسران، اسکان ارتباط فعالی را با شهر ندارد؛

گرداب سنگی چشمه دیگری است که حریم و استخر آن به عنوان یکی از عناصر تاریخی شهر متعلق به دوران ساسانی در شهر شناخته می‌شود، لکن به دلیل تجهیز نشدگی، قابل بازشناسی نیست؛

جنگل‌های مصنوعی موجود در دامنه‌های سپیدکوه از گیاهان سوزنی‌برگ تشکیل شده‌اند و مهم‌ترین کارکرد آن‌ها در مقیاس شهری و منطقه‌ای، کارکرد بصری است؛

■ درختان تناور چنار موجود در حاشیه خیابان‌های مرکزی، موجب مطلوبیت فضا در این خیابان‌ها شده است. این درختان در خیابان امام خمینی در محدوده قلعه و به‌خصوص در جداره شرقی تداوم ندارد و نیز درون بافت قدیم نسبت به بقیه پهنه مرکزی ضعف جدی از نظر پوشش گیاهی به چشم می‌خورد (مهندسین مشاور فرهنگ، ۱۳۸۸: ۹۲). لازم به ذکر است که شیب عمومی شهر، شمالی - جنوبی و در دو سمت رودخانه است. هر چه به سمت غرب یا کوهستان پیش می‌رویم تعداد مغازه‌ها و فعالیت‌ها کاهش می‌یابد، اما هر چه به سمت رودخانه و یا شرق بازار حرکت می‌کنیم، تعداد و میزان فعالیت‌ها افزایش می‌یابد.

بازار خرم‌آباد

بازار شهر خرم‌آباد مانند هر بازار اسلامی دیگری از عناصر خاصی تشکیل شده است. قلعه فلک‌الافلاک در جوار بازار قدیمی شهر به‌عنوان مقر حاکم‌نشین و ارگ حکومتی در سال‌های متمادی تا دوران پهلوی و خیابان‌کشی‌های جدید، نقش خود را ایفا نموده است؛ (شکل ۳؛ قلعه فلک‌الافلاک در جوار بازار قدیمی شهر خرم‌آباد). در شهرهای دوره اسلامی معمولاً ارگ (قصر) مقر حکومت بوده، جایی که اکثر فعالیت‌های سیاسی و نظامی در آنجا انجام می‌گرفت. در شهرهایی بااهمیت استراتژیک، ارگ به‌عنوان دژ نظامی نیز عمل می‌کرد، جایی که لشکریان حکمران مشق‌های نظامی خود را در آن انجام می‌دادند. دو مثال از این دست عبارت‌اند از: قلعه فلک‌الافلاک در خرم‌آباد و قلعه شوش در شوش (خیرآبادی، ۱۳۷۶: ۱۵۹). قلعه فلک‌الافلاک مربوط به دوره ساسانی و قبل از آن بوده و در دوران اسلامی نیز به‌عنوان کهن دژ و جایگاه حاکم ایفای نقش نموده است. بنا بر اسناد و شواهد موجود در گذشته‌ای نه‌چندان دور بر گرداگرد قلعه فلک‌الافلاک حول محوطه‌ای وسیع بارویی وجود داشت که به دوازده‌برجی شهرت داشته است. این بارو که دارای دوازده‌برج در فواصل معین بوده، در اصطلاح قدما، شارستان نامیده می‌شد. این محوطه محصور، در گذشته محل ساکنان شهر و دادوستد بوده و برخی ابنیه عام‌المنفعه مثل بازار، حمام، مسجد و در درون آن قرار داشته است و قلعه نیز به‌عنوان کهن دژ، جایگاه حکام شهر و ناحیه محسوب می‌شده است. اکنون از این بارو اثری نیست و به دلیل رشد و گسترش شهر طی قرن اخیر به تدریج زیرپوشش ساختمان‌سازی رفته است، این بارو در صدسال پیش قابل‌رؤیت بوده و در تصاویر مربوط به آن سال‌ها، قابل مشاهده است (خود گو، ۱۳۸۳: ۱۰۲).



شکل ۳ - قلعه فلک‌الافلاک در جوار بازار قدیمی شهر خرم‌آباد (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۲)

ساختار شهر تاریخی خرم‌آباد هسته اولیه شهر امروز با اتکا بر الگوهای رایج شهرسازی و نظام محله‌بندی در جوار مرکز حکومتی شهر محوطه باروی قلعه فلک‌الافلاک و در امتداد بازار شهر قرار گرفته است. کارکرد بازار در مبنای کوچک مطرح بوده و دروازه‌های اصلی شهر بر اساس نظام محله‌بندی، نحوه دسترسی به آب شرب و تبعیت از بستر و توپوگرافی شهر شکل گرفته است. بافت قدیمی شهر در مرکز ثقل هندسی ساختار کالبدی و سازمان فضایی کنونی شهر خرم‌آباد واقع است (عباس‌زادگان و احمدی زیرجد، ۱۳۸۹: ۹۳-۷۵).

میدان بزرگ و میدان کوچک به‌عنوان مکث‌گاه‌ها و هسته‌های تمرکز فعالیت در این بافت شکل گرفته‌اند. میدان بزرگ مرکز فعالیت‌های اصلی در شهر بوده که دسترسی به عناصر اصلی شهر نظیر بازار، کاروانسرا و حمام از طریق آن برقرار می‌شده و میدان کوچک مکث‌گاه دیگری است که ورودی محلات مسکونی بخش غربی شهر را تعریف می‌کرده است. بازار در بخش شرقی هسته اولیه شهر قرار داشته و عناصر مذهبی (امام‌زاده زید بن علی و باباطاهر) با گشایش‌هایی در بافت به‌عنوان محل‌های تجمع آزاد مردم در دل آن جای داشتند (مهندسين مشاور فرهاد، ۱۳۸۴: ۹۲). میدان بزرگ در زمان صفویه و به سبک طراحی میدان آن زمان، به شکل مستطیل احداث شده است که بعداً کاروانسرای نیز در کنار این میدان ساخته شد. کاروانسرای میرزا رضای خرم‌آباد در گذشته‌ای نه‌چندان دور محل کسب‌وکار سراجان، آهنگران، نعل‌بندان، خیاطان و پیله‌وران بود که به‌صورت موروثی در آن کار می‌کردند. دو راهروی نسبتاً طولانی و حیاطی که در حدود ضلع جنوبی آن قرار دارد (کاظمی، ۱۳۷۷: ۶۷-۶۰).

هسته فعالیت‌های قوی شهر در محدوده محاط بر بافت قدیم قابل شناسایی است. اختلاط فعالیت‌های این هسته متشکل از عناصر فعالیت‌های زیر است:

- فعالیت‌های تجاری خرده‌فروشی؛
 - دفاتر مرکزی بانک‌ها و دفاتر شرکت‌های خصوصی؛
 - عناصر گردشگری منحصربه‌فرد و با مقیاس عملکردی شهری شامل پارک‌ها، عناصر تاریخی و واحدهای خدماتی این رده؛
 - سکونت؛
 - خدمات شخصی و محلی؛
 - آموزشگاه‌های تخصصی ویژه نظیر آموزشگاه‌های حرفه‌ای خصوصی؛
- بیشترین جذب سفر سواره و پیاده به سمت بافت مرکز شهر است و ۲۲ درصد کل سفرهای پیاده شهروندان به سمت محدوده مرکز شهر است.

هسته قدیمی شهر دارای شکل مبتنی بر توسعه ارگانیک است. عوامل پایه شکل‌دهنده این بافت عبارت‌اند از:

- رعایت جهت‌گیری مناسب اقلیمی که جهت‌گیری جغرافیایی عمومی بافت را تعیین کرده است؛
- الگوی تمرکز استقرار مبتنی بر تفکیک‌های قومی؛
- فرم عمومی درون‌گرا برای مسکن و ارتباط ضعیف مسکن با معبر؛

- معابر با محصوریت زیاد که ناشی از خصلت تدافعی بافت است؛
 - توالی معابر و میدانچه‌هایی که در بافت اتفاق افتاده است (مهندسین مشاوران فرهنگ، ۱۳۸۴: ۹۲).
- نقش برجسته پهنه مرکزی در اقتصاد شهر به‌ویژه در کارکردهای بازار و پشتیبان تولید، نظیر بازار اصلی عمده و خرده‌فروشی، خدمات مالی و بانک‌ها و واحدهای اداری در اینجا قابل توجه است.

تیپومورفولوژی بازار قدیمی خرم‌آباد

بازار خرم‌آباد از این جهت با بازار دیگر شهرهای دوره اسلامی شباهت دارد که دارای عناصر مختلف بازار اسلامی از جمله، ارگ، مسجد جامع، میدان، کاروانسرا و ... بوده است؛ اما فرم کالبدی بازار و راسته‌های مختلف در آن تفاوت‌هایی را با دیگر بازارهای اسلامی، همچون بازار اصفهان و ... نشان می‌دهد (شکل ۴؛ راسته اصلی بازار خرم‌آباد؛ شکل ۵ از راسته‌های بازار خرم‌آباد).

راسته اصلی بازار منطبق بر خیابان فردوسی امروزی در عین حال عنصر ارتباطی میان قلعه فلک‌الافلاک با میدان بزرگ است. بازار خرم‌آباد و عناصر فضایی آن به کلی شکلی متفاوت با ساختار متداول بازار در شهرهای منطقه مرکزی ایران دارد. در این بازار راسته‌های تجهیز شده بازار به چشم نمی‌خورد، بلکه آنچه قابل رؤیت است، فضایی تعریف شده برای بده و بستان میان مراجعه‌کنندگان است. هنوز هم در ساختار فضایی بازار خرم‌آباد این وجه فعالیت در حوالی میدان بزرگ و ابتدای خیابان فردوسی و نیز در بازار روز قابل مشاهده است (همان منبع).

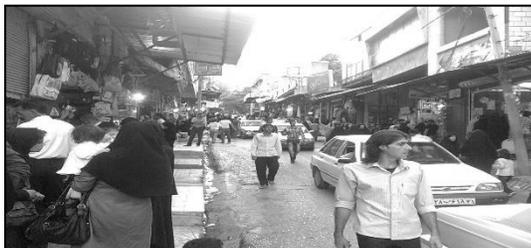
بنای بازار شهر خرم‌آباد هرچند در گذشته مسقف بوده، اما تفاوت‌های زیادی با دیگر بازارهای اسلامی داشته است، از جمله این که بنای خود بازار و خصوصیات معماری آن با معماری بازار در مناطق مرکزی کشور متفاوت بوده است. به طوری که راسته‌بازارها، تیمچه‌ها و سایر عناصر بازار با آن نظم و الگویی که در دیگر شهرهای اسلامی وجود دارد، همراه نیست و در به وجود آمدن بنا و معماری بازار کمتر از سبک و سیاق معماری اسلامی استفاده شده است. در مجموع الگوی کلی و بررسی عناصر بازار و بافت قدیمی شهر خرم‌آباد منطبق بر دیگر شهرهای تاریخی - اسلامی است، اما شکل بازار و سبک ساختمان آن تفاوت‌های زیادی با معماری اسلامی دیگر بازارهای کشور دارد.



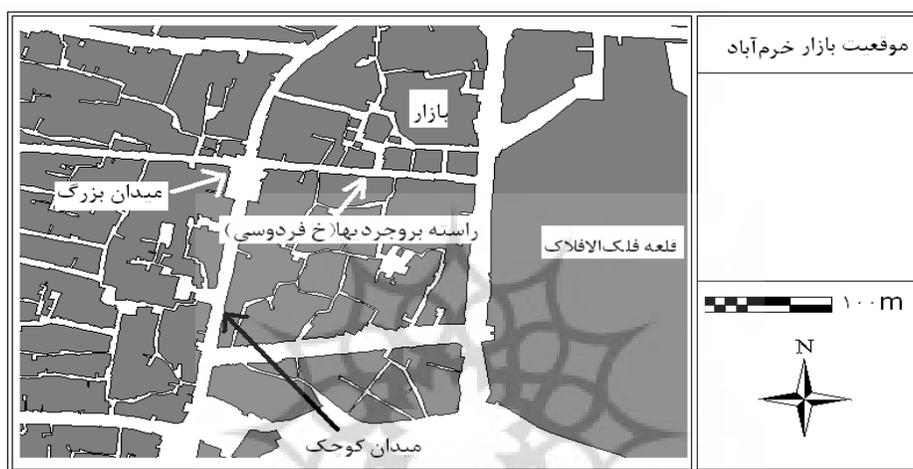
شکل ۴ - راسته اصلی بازار خرم‌آباد (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۲)



شکل ۶ - نمایی از خیابان امام شهر خرم آباد



شکل ۵ - از راسته‌های بازار خرم آباد



شکل ۷: موقعیت بازار شهر خرم آباد (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۲)

عناصر مختلف بازار قدیمی شهر خرم آباد تا قبل از دوران پهلوی، در تعامل و پیوند با یکدیگر بوده‌اند. از جمله میدان بزرگ، میدان کوچک، مسجد جامع، قلعه فلک‌الافلاک و نیز راسته‌بازارها و محلات مسکونی در کنار هم به‌عنوان یک سیستم شهری فعال ایفای نقش نموده‌اند. در دوران پهلوی و پس‌از آن، با برداشتن سقف بازارها و خیابان‌کشی‌های جدید، بافت تاریخی بازار عملاً از هم گسیخت. مسجد جامع و برخی دیگر از آثار تاریخی شهر خرم آباد عملاً تخریب شده و از بین رفتند. خیابان کنونی امام، به‌عنوان رقیب جدید بازار قدیمی مطرح شده و ارتباط میدان بزرگ و بازار را با قلعه فلک‌الافلاک قطع نموده است (شکل ۶ نمایی از خیابان امام، شهر خرم آباد و شکل ۷ موقعیت بازار شهر خرم آباد).

میدان بزرگ امروزه پویایی و جذابیت گذشته را ندارد، اما نمی‌توان گفت که این میدان به حاشیه رفته است. این میدان هنوز هم بخشی از فعالیت‌های بازار خرم آباد را در خود دارد. بازار کنونی شهر خرم آباد کمتر منطبق بر همان بازار قدیمی است و خیابان‌ها و معابر جدیدتر نیز بخشی از وظایف بازار را برعهده گرفته‌اند و به‌مرور وسعت این بازار به حاشیه‌های اطراف گسترش می‌یابد. شکل ۸ نمایی از خیابان شهدای شرقی خرم آباد را نشان می‌دهد. این مراکز جدید خرید به‌عنوان رقیبی برای بازار قدیمی به شمار می‌روند و بازار قدیمی در این بین فرسوده‌تر و منزوی‌تر می‌گردد. به علت عدم اقدامات مرمتی و بهسازی بافت‌های فرسوده در محلات قدیمی و نیز بازار شهر خرم آباد، خیابان‌های قدیمی و بازار شهر هرروز بخشی از وظایف خود را به خیابان‌های جدیدتر محو می‌نمایند.



شکل ۸ - نمایی از خیابان شهدای شرقی خرم‌آباد
(مراکز جدید خرید به‌عنوان رقیبی برای بازار قدیمی)

یکی دیگر از معضلات بازار شهر خرم‌آباد را باید ورود خودرو به راسته‌های این بازار دانست و در این بین معمولاً حرکت پیاده تضعیف می‌گردد. به علت مورفولوژی خاص شهر، قسمت اعظم ترافیک شهری در منطقه مرکز شهر جریان دارد که ورود خودرو به خیابان‌های مرکزی شهر و بازار، می‌تواند باعث به حاشیه راندن بازار قدیمی و بی‌هویتی آن در آینده گردد. با اتخاذ رویکرد مناسب در بهسازی و مرمت بازار قدیمی این شهر و نیز جلوگیری از حرکت سواره (حداقل در بازار قدیمی) می‌توان بخشی از فعالیت‌ها و هویت گذشته بازار را به آن بازگرداند.

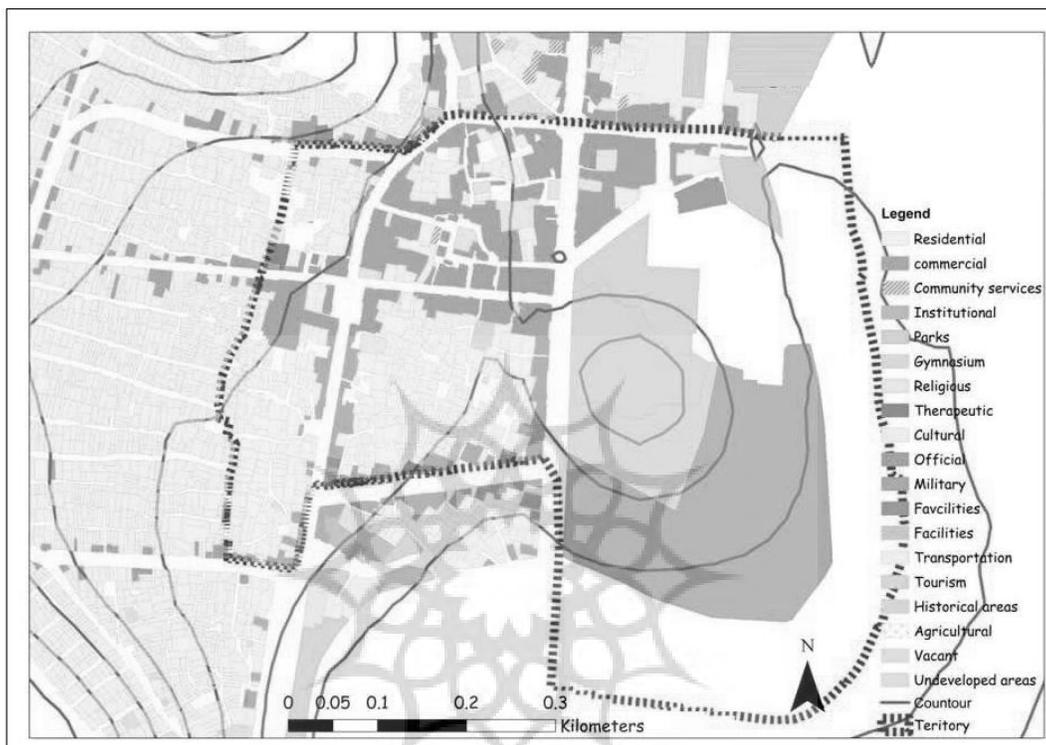


شکل ۹ - تصویر ماهواره‌ای بازار کنونی شهر خرم‌آباد

بازار جدید خرم‌آباد (دوره کنونی) همچون دیگر شهرهای کشور به خیابان‌های اطراف بازار قدیمی توسعه پیدا نموده است. خیابان امام خمینی عمده‌ترین خیابانی است که بازار جدید در امتداد آن از جنوب به شمال امتداد یافته است. این خیابان در دوره پهلوی ایجاد شده و مغازه‌ها و پاساژهای مختلفی به سبک و سیاق جدید در آن ساخته شده است.

در حال حاضر بازار قدیمی خرم‌آباد نیز کارکرد خود را حفظ نموده و راسته بروجردی‌ها، خیابان حافظ و اطراف میدان گپ و ... تا به امروز همچنان به‌عنوان قلب بازار این شهر جاذب جمعیت و فعالیت هستند، اما کارکرد کاروانسرای

قدیمی خرم‌آباد واقع در جنوب‌غربی میدان گپ به بازار طلافروشان تغییر پیدا کرده و تا به امروز نسبت به دیگر بازارهای خریدوفروش طلا و جواهر شهر، دارای اهمیت بیشتری است. به‌طورکلی می‌توان گفت که بازار امروز خرم‌آباد شامل بازار قدیمی با عناصر خاص خود مانند ارگ، امامزاده، میدان گپ و خیابان حافظ (مربوط به دوره صفوی)، راسته بروجردی‌ها و نیز خیابان‌های جدیدتر مانند امام خمینی و ... می‌باشد.



شکل ۱۰ - محدوده بازار کنونی شهر خرم‌آباد

نتیجه‌گیری

شناخت تیپومورفولوژی شهری که اصولاً به جنبه‌های زیباشناسانه و منظر شهر توجه می‌کند و یکی از اصول مهم در طراحی شهری شناخته شده است. شناسایی بافت‌های شهری در دوران جدید حائز اهمیت بسیاری است. این بافت‌ها نوع و شیوه‌های متفاوت تفکیک زمین و تیپومورفولوژی شهری متفاوتی را پدید می‌آورند و تأثیر متفاوتی بر منظر شهر خواهند داشت. بازار به‌عنوان محل دادوستد و تجارت همواره در شهرهای اسلامی و زندگی شهروندان نقش شایان توجهی ایفا کرده است. در این میان بازارهای سنتی ایران که دارای پیشینه‌ی طولانی می‌باشند کارکردهای گوناگونی را از خود به منصفی ظهور می‌رسانند. بررسی ساختار شهر تاریخی خرم‌آباد نشان می‌دهد هسته اولیه شهر امروز با اتکا بر الگوهای رایج شهرسازی و نظام محله‌بندی در جوار مرکز حکومتی شهر محوطه باروی قلعه فلک‌الافلاک و در امتداد بازار شهر قرار گرفته است. در دوران سوم، نقشه‌ای برای شهر خرم‌آباد با مرکزیت سبزه‌میدان، یک خیابان شرقی- غربی از اراضی

علی‌آباد تا ابتدای راسته مسگران تدارک دیده شد و نیز خیابانی شمالی- جنوبی از ابتدای دوازده‌برجی تا اراضی گل زرد احداث گردید. در این میان، پس از شهریور ۱۳۲۰ زمین‌بازی و بسازبفروشی در خرم‌آباد رایج گردید. در مجموع، با خیابان‌کشی‌های جدید، بافت تاریخی بازار عملاً از هم گسیخت. مسجد جامع و برخی دیگر از آثار تاریخی شهر خرم‌آباد عملاً تخریب شده و از بین رفتند. در بازار خرم‌آباد، راسته‌بازارها، تیمچه‌ها و سایر عناصر بازار با آن نظم و الگویی که در دیگر شهرهای اسلامی وجود دارد، همراه نیست و در به وجود آمدن بنا و معماری بازار کمتر از سبک و سیاق معماری اسلامی استفاده شده است. در حال حاضر بازار قدیمی خرم‌آباد نیز کارکرد خود را حفظ نموده و راسته بروجردی‌ها، خیابان حافظ و اطراف میدان گپ و ... تا به امروز همچنان به‌عنوان قلب بازار این شهر جاذب جمعیت و فعالیت هستند، اما کارکرد کاروانسرای قدیمی خرم‌آباد واقع در جنوب‌غربی میدان گپ به بازار طلافروشان تغییر پیدا کرده و تا به امروز نسبت به دیگر بازارهای خریدوفروش طلا و جواهر شهر، دارای اهمیت بیشتری است. اکنون، خیابان کنونی امام، به‌عنوان رقیب جدید بازار قدیمی مطرح شده و ارتباط میدان بزرگ و بازار را با قلعه فلک‌الافلاک قطع نموده است. به علت مورفولوژی خاص شهر، قسمت اعظم ترافیک شهری در منطقه مرکز شهر جریان دارد که ورود خودرو به خیابان‌های مرکزی شهر و بازار، می‌تواند باعث به حاشیه راندن بازار قدیمی و بی‌هویتی آن در آینده گردد که لزوم چاره‌اندیشی در این زمینه بیش‌ازپیش نمایان می‌گردد.

منابع

- اشرف، احمد، ۱۳۵۳، «ویژگی‌های تاریخی شهرنشینی در ایران دوره اسلامی»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۴.
- افشار سیستانی، ایرج، ۱۳۷۸، «پژوهشی در نام شهرهای ایران»، انتشارات روزنه.
- بهزادفر، مصطفی، نادری، مجید، فروزان گهر، حمیده، ۱۳۸۸، «نقش و کارکرد اجتماعی بازارهای سنتی شهرهای ایران»، فصلنامه آبادی، سال نوزدهم، شماره ۶۴.
- پیرنیا، محمد کریم، ۱۳۴۷، «بیماری بلوار»، هنر و مردم، شماره ۶۹.
- حبیبی، سید محسن، ۱۳۸۳، «از شار تا شهر: تحلیلی تاریخی از مفهوم شهر و سیمای کالبدی آن تفکر و تأثر»، چاپ پنجم، انتشارات دانشگاه تهران.
- خودگو، سعادت، ۱۳۸۳، «قلعه فلک‌الافلاک؛ دژ شاپور خواست»، چاپ اول، انتشارات افلاک، خرم‌آباد.
- خیرآبادی، مسعود، ۱۳۷۶، «شهرهای ایران»، ترجمه: حسین حاتمی نژاد و عزت‌الله مافی، چاپ اول، انتشارات نیکا، مشهد.
- دانشنامه جهان اسلام، [موسسه دائرة المعارف الفقه الاسلامی](#)، مدخل ۲.
- رجبی، فاطمه، ۱۳۹۰، «همخوانی بازار ایرانی با اصول جدید معماری رنسانس شهری»، نشریه انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، شماره ۲، بهار و تابستان ۱۳۹۰.
- رشیدیان، هدایت الله، ۱۳۸۱، «خرم‌آباد در گذر جغرافیای انسانی»، انتشارات افلاک، خرم‌آباد.

- سجادی اصل، مریم، ۱۳۸۶، «تحلیل فضایی بافت فرسوده شهری؛ چاره‌جویی و احیاء ناحیه بازار توپخانه شهر کرمانشاه»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، به راهنمایی مظفر صرافی، دانشگاه شهید بهشتی.
- سجادی، علی، ۱۳۸۸، «قلعه فلک‌الافلاک، موانع، محدودیت‌ها و چشم‌انداز آینده، مجموعه مقالات همایش قابلیت‌ها، موانع و راهکارهای توسعه گردشگری استان لرستان»، خرم‌آباد آذرماه ۱۳۸۵، به کوشش سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان لرستان، انتشارات شاپور خواست، خرم‌آباد.
- سرایبی، محمدحسین، ۱۳۸۹، «تحولات بازارهای ایرانی-اسلامی (مطالعه موردی: بازار یزد)»، فصلنامه مطالعات شهرهای ایرانی - اسلامی، شماره دوم.
- سرور، رحیم، ۱۴۰۱، سیاست‌گذاری شهری در حیطه مسائل بدخیم شهرها. "نشریه برنامه‌ریزی و توسعه محیط شهری (۱): ۱-۱۶.
- سرور، رحیم. ۱۴۰۰، اقتصاد سیاسی و مدیریت یکپارچه حریم منطقه کلان‌شهری تهران. اقتصاد شهری، ۶(۱)، ۲۷-۴۰.
- سعیدنیا، احمد، ۱۳۸۷، «بازار شهری (در ایران)»، دانشنامه مدیریت شهری و روستایی، سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور.
- سعیدی رضوانی، عباس، ۱۳۷۲، «بینش اسلامی و پدیده‌های جغرافیایی (مقدمه‌ای بر جغرافیای سرزمین‌های اسلامی)»، چاپ دوم، انتشارات آستان قدس رضوی.
- سلطان‌زاده، حسین، ۱۳۸۶، «بازارهای ایرانی»، چاپ چهارم، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- سهرابی، محمد، ۱۳۸۶، «شهر و شهرنشینی در ایران»، انتشارات شاپور خواست، خرم‌آباد.
- شفقی، سیروس، ۱۳۸۵، «بازار بزرگ اصفهان»، چاپ اول، انتشارات سازمان فرهنگی - تفریحی شهرداری اصفهان و مرکز اصفهان‌شناسی و خانه ملل، اصفهان.
- شکوهی بیدهندی، محمد صالح، شادکام، شیدا، ۱۴۰۲، «تولد بازار در شهر ایرانی؛ ارزیابی دیدگاه‌ها و فرضیات مرتبط با پیدایش نخستین بازارها در ایران»، فصلنامه صغه، سال سی و سوم، شماره ۱۰۰، بهار ۱۴۰۲: ۱۱۷-۱۰۳.
- شکوئی، حسین، ۱۳۸۳، «دیدگاه‌های نو در جغرافیای شهری»، چاپ هفتم، انتشارات سمت.
- طیبی، سید موسی‌الرضا، محمدحسن، خادم‌زاده، ۱۳۹۹، «بازشناخت مؤلفه‌های بازار در شهرایرانی - اسلامی»، دو فصلنامه اندیشه معماری، سال چهارم، شماره هفتم، بهار و تابستان ۱۳۹۹: ۱۷۱-۱۵۵.
- طهماسبی، فرهاد، آراسته، عظیم، ۱۳۸۸، «لرستان در نگاه جهانگردان اروپایی، مجموعه مقالات همایش قابلیت‌ها، موانع و راهکارهای توسعه گردشگری استان لرستان»، خرم‌آباد آذرماه ۱۳۸۵، به کوشش سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان لرستان، انتشارات شاپور خواست، خرم‌آباد.
- عباس‌زادگان، مصطفی، احمدی زبرجد، سعیده، ۱۳۸۹، «طرح ساماندهی سیمای بافت قدیمی شهر خرم‌آباد»، مجله شهرداری‌ها، سال نهم، شماره ۹۵.
- عمید، حسن، ۱۳۸۹، «فرهنگ فارسی عمید»، ویراستار عزیزالله عزیزاده، چاپ اول، انتشارات راه رشد.

فارسی محمدی پور، علیرضا، طالبی، منیب، ۱۳۹۴، «مطالعه پدیده بازار سنتی سنندج از منظر پدیدارشناسی»، فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، دوره هفتم، شماره ۳.

فکوهی، ناصر، ۱۳۸۹، «انسان‌شناسی شهری»، چاپ ششم، نشر نی.

فلامکی، محمد منصور، جعفرپور، دادخواه، سادات اشکوری، محمودی، موسوی، ملک شه‌میرزادی و یغمایی، ۱۳۳۸، «بناها و شهر دامغان»، چاپ اول، انتشارات فضا.

قاسمی، سید فرید، ۱۳۷۵، «تاریخ خرم‌آباد»، انتشارات افلاک، خرم‌آباد.

قاسمی، سید فرید، ۱۳۷۸، «خرم‌آباد شناسی»، جلد ۲، انتشارات افلاک، خرم‌آباد.

قاسمی، محسن، نوروزی، ملیحه، ۱۳۸۸، «تحولات کالبدی-کارکردی بازار قلعه محمود کرمان»، فصلنامه آبادی، سال نوزدهم، شماره ۶۴.

کاظمی، ایرج، ۱۳۷۷، «در باغ خاطره‌ها»، چاپ اول، انتشارات افلاک، خرم‌آباد.

کریمی، محمدصادق، مرادی، ابراهیم، علایی، علی، ۱۳۹۳، «بازار نماد فرهنگی و معماری فضاهای تجاری در تمدن ایرانی-اسلامی»، اولین همایش شهرسازی، مدیریت شهری و توسعه پایدار، تهران، آذرماه ۱۳۹۳.

مجتهدزاده، غلامحسین، ۱۳۸۲، «برنامه‌ریزی شهری در ایران»، چاپ چهارم، انتشارات پیام نور.

معاونت برنامه‌ریزی استانداری لرستان، ۱۳۸۸، «اطلس ویژگی‌های جمعیت و مسکن شهر خرم‌آباد بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۸۸»، شماره مسلسل ۶۵۵.

مهندسین مشاور فرهاد، ۱۳۸۴، «طرح ساماندهی بافت قدیم شهر خرم‌آباد»، جلد سوم، چشم‌انداز، اهداف، راهبردها.

نجاری، رعنا، مهدی نژاد، جمال، ۱۳۹۹، «ارزیابی نقش عوامل کالبدی و عملکردی در اجتماع‌پذیری بازارهای سنتی ایران با استفاده از تکنیک نحو فضا (نمونه موردی: بازار تبریز)»، فصلنامه باغ نظر، دوره ۱۷، شماره پیاپی ۸۵، تیرماه ۱۳۹۹: ۸۲-۶۷.

نظریان، اصغر، ۱۳۸۳، «جغرافیای شهری ایران»، چاپ ششم، انتشارات پیام نور.

یدا...پور، معصومه، ۱۳۸۸، «بازار آمل»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد ایران‌شناسی، گرایش تاریخ، بنیاد ایران‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی.

Gauthier, Pierre and Gilliland, Jason. 2006. "Mapping Urban Morphology: a classification scheme for interpreting contributions to the study of urban form", *Urban Morphology*, 10(1):50.

Moghaddam, Abbas. 1994. "Bazaar the achievement of the Islamic civilisation A short history of the Tehran Bazaar", *The Newsletter of Chamber of Commerce publication of the Chamber of Commerce, Industries & Mines of the Islamic Republic of Iran*; Feb.

Moudon, Anne vernez. 1997. "Urban Morphology as an emerging interdisciplinary field", *Urban Morphology* (1997):10.

Moudon, Anne Vernez. 1998. "The changing Morphology of suburban neighborhoods" In: Attilio Petrucciani (ed.) "Typological process and design theory", *Agha Khan program for Islamic Architecture, Conference proceedings, Cambridge, Massachusetts*.

Norberg Schulz, C. 1979. "Khan Heidegger and the language of Architecture", Opposition, 18 fall, The MIT Press, Cambridge:47.

Ouria. M.2019."Sustainable Urban Features and their relation with environmental satisfaction in commercial public space: an example of the Great Bazaar of Tabriz", Iran, International Journal of Urban Sustainable Development, 11(1):1e22.

Scheer, B.C.2002."The radial street as a time line, a study of the transformation of Elastic, tissues" In Stalin or, k and Scheer, B.C. (eds.), "Suburban From, An International Perspective", New York and London, Routledge.



Analysis of Urban Typo Morphology of Ancient Iranian Markets (Case study: Khorramabad Old Market)

Somayeh Timouri¹, Suleiman Mirzapour^{2*}

1. Department of Geography, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran

2. Department of Geography, Faculty of Humanities, Lorestan University, Khorramabad, Iran

Abstract The present article seeks to study and analyze the Typo Morphology of the Ancient Market of Khorramabad City. These studies reveal both the Morphological type and the physical and Spatial Structure of cities. For this purpose and in the first step, the concept of the Market and its role-playing in the Islamic city has been dealt with. The Methodology of this research is Descriptive-Analytical and based on documentary-library studies. Findings show that the Ancient Market of Khorramabad City is different from other Markets in the country and other elements of the Market are not associated with the order and pattern that exists in other Islamic cities. Also, in the Pahlavi Period, with the new streets, the historical structure of the Market was practically torn apart. At present, the old market of Khorramabad has maintained its function, and the row of Borujerdi, Hafez Street, and around Gap Square, etc., are still the heart of the market of this city, attracting crowds and activities, but the function of the old Khorramabad Caravanserai located in the southwest of the square Gap has changed to gold sellers' market and until today it is more important than other gold and jewelry markets in the city. Due to the Special Morphology of the City, most of the Urban Traffic flows in the city center area, and the entry of cars into the central streets of the city and the Market can cause the Marginalization of the Old market and its lack of Identity in the Future.

Keywords: Typo Morphology, Iranian Market, Old Market, Khorramabad City.