



بازار ایرانی، فراتر از تجارت

نگاهی به اندام های غیر تجاری بازارهای سنتی ایران

برگرفته از پایان نامه با عنوان طراحی مرکز خرید با نگاهی به بازارهای سنتی ایران که تحت راهنمایی مهندس محسن پدیدار و دکتر عاطفه کرباسی در تاریخ سوم شهریورماه ۱۳۹۵ در دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهید بهشتی دفاع شد.

دکتر عاطفه کرباسی*^۱، نگین ناظمی^۲

۱- استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی، نویسنده مسؤل ، atf.karbasi@gmail.com
۲- فارغ التحصیل کارشناسی ارشد معماری دانشگاه شهید بهشتی ، negin.nazemi88@gmail.com

چکیده

بازار سنتی ایرانی مجموعه ای از بناهایی است که در دل شهر شکل گرفته و کالبدیست که تحت عنوان مجموعه ای تجاری شناخته شده است. البته بازار در تعریف اصلی و معنای لغوی نیز به عنوان اسم مکان، محلی برای خرید و فروش و مبادله کالا است. اما با بررسی یک به یک فضاها و عناصر بازار و بررسی بیشتر بازارهای سنتی ایران درمی یابیم که این مجموعه شامل بسیاری از کاربری های غیرتجاری نیز می باشد که در کنار عناصر تجاری اجزای اصلی شکل گیری بازار هستند و تنها عناصری وابسته به کالبد بازار نیستند. عناصری که کاربری هایی مانند مذهبی، آموزشی، اداری، ورزشی و فرهنگی داشته اند که حتی گاهی وجود آنها عامل شکل گیری و توسعه بازار بوده است. این پژوهش نشان می دهد که بازارهای سنتی ایران را صرفاً کالبدی با عملکرد تجاری نشناسیم و بدانیم این مجموعه بناها از مهمترین نمونه های مجموعه های چند عملکردی در تاریخ معماری جهان بوده اند. توجه به این امر در طراحی مجموعه های تجاری امروزی در شهرهای ایران نیز می تواند راهگشا و آموزنده باشد.

واژه های کلیدی: بازار، بازار ایرانی، بازار سنتی، تجاری، چند عملکردی.

۱- مقدمه

بازار در تعریف اصلی آن مکانی است برای خرید و فروش و عرضه کالا. از بازار به عنوان مکان تعاریف گوناگونی ارائه شده است؛ در لغت نامه دهخدا واژه های بازار، که در پهلوی واچار، در پارسی باستان آباکاری مرکب از: آبا بمعنی محل اجتماع و جزو دوم مصدر کاری، به معنی چریدن؛ محل خرید و فروش کالا و خوراک و پوشاک آمده است. همچنین در ادامه آمده است دو رسته از دکان های بسیار در برابر یکدیگر که غالباً سقفی آن دو رسته را به یکدیگر می پیوندند. میدان داد و ستد.^۱

^۱ . دهخدا، علی اکبر، ۱۳۷۷