

بررسی تاثیر بازار سرپوشیده در هویت شهرهای اسلامی جهان معاصر

نمونه مورد مطالعه : بازار تاریخی تبریز

اسماعیل غنی زاده^{1*}، کاظم قدیریان²

1- دانشجوی کارشناسی مهندسی شهرسازی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، esmailghanizadeh@yahoo.com

2- دانشجوی کارشناسی مهندسی شهرسازی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، kazemup.1371@yahoo.com

چکیده:

بازار بنیادی اقتصادی، میراثی فرهنگی، نهادی اجتماعی و مکان تبلور کالبدی_فضایی روابط تولیدی در معنای گسترده می باشد و بازار مملو از کالا و مردمان نشان از قدرت اقتصادی شهرهای دوره ی اسلامی دارند. همچنین بازار فضایی است در معماری آن انعکاس شرایط جغرافیایی و مقتضیات اقلیمی شهرهای اسلامی دیده می شود.

بازار شهر اسلامی نقش هسته مرکزی را در بافت تاریخی شهر بازی می کند و قرار گیری آن به نحوی می باشد که در دسترس تولید کننده و مصرف کننده بوده و به ندرت می توان شاهد بازاری بود که در حاشیه شهر قرار گرفته باشد. موقعیت بازار، ایجاد و توسعه آن در شهرهای اسلامی همیشه سبب می شود تا هر یک از جایگاههای بازار به ارزش های خاص، محل استقرار نوع ویژه ای از کالا و خدمات گردد. روش این تحقیق توصیفی، کتابخانه ای است. در همین راستا این مقاله در صدد معرفی جایگاه بازار در شهر اسلامی می باشد و نشان می دهد حضور پررنگ حوزه های علمیه و مساجد در بازارهای تمدن اسلامی، همواره به سمت پرهیز از کسب حرام و تطابق رفتارها و شرع حرکت کند که خود این امر موجب افزایش کارایی بازار می شود.

واژه های کلیدی : بازار سرپوشیده، شهرهای اسلامی، هویت، تبریز

مقدمه :

شهر مجموعه ای از عوامل زنده و پویاست که هویت بخشی آن طی زمان انتقال می یابد(نصرآبادی؛ 1389). هویت شهر، به عنوان شاخص نمود فضایی هویت جامعه، عهده دار تبیین ارزش ها، هنجارها و روابط انسانی در ساخت فضایی شهر است. به همین ترتیب نیز یکی از پویاترین و با اهمیت ترین فضاهای شهری محسوب می گردد که از گذشته تاکنون با تمامی تغییرات و تحولات شهری به حیات خود ادامه داده است به صورتی که گاهی به زوال شهری رسیده و گاهی به رشد و توسعه همراه با شهر رسیده است. بازار یکی از مهم ترین فضاهای موجود در شهر است که مانند یک مجموعه و سیستم عمل می نماید. اما این مجموعه نیاز به یک مکانی انسان ساخت یا طبیعی برای دوام و بقای خود داشته که خود را به اشکال متفاوتی تعریف می