این مقاله طبق مجوز شماره ۹۳/۱۷/۸۰۵ مرکز منطقه ای اطلاع رسانی علوم و فناوری RICeST زیر نظر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در آن مرکز نمایه و منتشر شده است.

بررسی بازارها از گذشته تا به امروز

لیلا خداپناه۱امامعلی عاشری۲، الهام محمدزاده۳

۱-دانشجو ارشد گروه فنی مهندسی واحد ارومیه دانشگاه ازاد ارومیه،ایران (lkhodapanah@yahoo.com)
۲- استادیارگروه فنی مهندسی واحد ارومیه دانشگاه ازاد ارومیه،ایران (ali2513aa@gmail.com)
۳-استاد مشاور گروه فنی مهندسی واحد ارومیه دانشگاه ازاد ارومیه،ایران(e.mohammadzadeh@iaurmia.ac.ir)

چکیده

بازار به عنوان یکی از عناصر اصلی تشکیل دهنده ساختاراصلی شهرهای قدیمی همواره مطرح بوده است.

در گذشته بازارها ستون فقرات شهر وعنصر پیوند دهنده ی عناصر شهری ومحلات آن بوده اند.در عین اینکه یکی از مسیرهای مهم تردد نیز به شمار می رفته اند.با تغییر وتحولاتی که در یک قرن اخیر در شهرهای قدیمی کشورمان حادث گردید وبا ورود ماشین به صحنه ،آمد وشد در شهر وبا سابقه تاریخی وذهنی این که اماکن تجاری که از نقطه نظر کالبدی از تکرار یک عنصر در کناردسترسی اصلی به شکل بازار تبلور میافت به تدریج نقش خود را به خیابانها بخشید. حراجیهای عمده در مراکز شهرهای قدیمی تحت عنوان خیابان کشی نقش بازار به عنوان ستون فقرات شهر وعنصر پیوند دهندهی عناصر شهری و محلات مخدوش ساخت چرا که این دخالتها سازمان اجتماعی محلات را در هم ریخت و روابط اجتماعی وفرهنگی دچار دگرگونی گشت در این رابطه ضعف پذیرش تاسیسا ت وتجهیزات جدید در بافت قدیم در تشدید موضوع بی تا ثیر نبوده است.

واژه های کلیدی

بازار، فروشگاه ، ستون فقرات ،روابط ، خیاباتها ، محلات ، ماشین .

مقدمه

بازار بعنوان اسم مکان به معنی محل خرید و فروش کالاست و مردم برای خرید یا فروش کالاها، با توجه به تولیدات و نیازمندیهای خود به بازار مراجعه می‌کنند بازار از مجموعه‌ای از مغازه‌ها تشکیل یافته که با معابر سرپوشیده و کاروانسراها، سراها، تیمچه‌ها تشکیل بافت خاصی را می‌دهد علاوه بر اینها در جوار این مجموعه، اماکن عمومی مانند حمام، مدرسه، مسجد، تکیه، سقاخانه وجود داشته است که بر روی هم بافت کاملی را بوجود می‌آورده که از نظر ارتباطات بخشهای مختلف زندگی و فعالیتهای اقتصادی، اجتماعی، مذهبی و سیاسی جوابگوی نیازمندیهای مردم بوده است. برای دادن تعریف کلی از بازار می‌توان آن را در کل، حلقه‌ای مرتبط کننده، یک واسطه در نظام اقتصادی کشور دانست.

بازار نقش کارکردی مشخصی دارد و محل تجمع بسیاری از مشاغل است که اکثرآنها با یکدیگر در ارتباطاند و هزاران نفر از طبقات اجتماعی گوناگون در آن گرد می‌آیند. در مورد علت بوجود آمدن بازارها نظرات مختلفی وجود دارد. «اصولاً بازار ازاین جهت ساخته می‌شد که محیط مخصوص داد و ستد و محل تمرکز عرضه و تقاضا و رقابت و فعالیت و همکاری و صرفه‌جویی در وقت خریدار باشد و از تورم و گرانی و آشفتگی معاملات جلوگیری کندهمچنین حفظ کاسب و مشتری از گرمای تابستان و سرمای زمستان و گرد و غبار و گل و لای و حفظ اجناس از حرارت آفتاب و برودت و رطوبت. » (شهری۱۳۵۷، ۶۸)

از دلایل دیگر تجمع کسبه در یک راسته نخست آنکه موقعیت و شهرت یک بخش از بازار به فروش کالای خاصی موجب جلب بیشتر طالبان آن کالا می‌شود، عامل دومی که باعث می‌شود راسته‌ها تخصصی شوند مسئله «جور بودن جنس» است. عامل دیگر، مسئله نوع شغل و فعالیت آنان است برای مثال مسگر با آن همه سر و صدا و دود و دم کوره‌ها نمی‌تواند در کنار پارچه فروش قرار بگیرد.

بررسی بازار از دیدگاه‌های مختلف

در این مبحث بازارهای ایران از نقطه نظرهای زیر مورد بررسی قرار می‌گیرند:

- بررسی بازارها از دیدگاه معماری
- بررسی بازارها از دیدگاه شهرسازی
- بررسی بازارها از دیدگاه اجتماعی و روانی

بررسی بازارها از دیدگاه معماری

در این مبحث بازار را از نظر تکنیک ساخت، روابط و فضاهای تشکیل دهنده آن مورد مطالعه قرار می‌دهیم.

بازار از راهروهای عریض و سرپوشیده‌ای تشکیل شده که حجره‌ها به طور به هم پیوسته‌ای در دو سمت آنها، قرار گرفته‌اندو این راهروها که به نام «راسته» شهرت یافته‌اند، معمولا طول یکسان نداشته و در هر کدام، کالای خاصی عرضه شده و فعالیت مخصوصی در آن جریان دارد. عرض این راسته‌ها طوری در نظر گرفته شده است تا عبور و مرور انسان و چرخ دستی در آنها به راحتی جریان یابد. علاوه بر این، مراجعه کننده می‌تواند به راحتی فروشگاه‌های واقع در هر دو طرف مسیر را دیده و کالای مورد احتیاج خود را پیدا کند، در حالیکه این مزیت برای فروشگاه‌های کنار خیابان‌های عریض و شلوغ شهر وجود ندارد. در چنین موردی خریدار مجبور است تا برای مشاهده جنس مورد نظر خویش، طول خیابان را دو بار بپیماید. در گذشته به ویژه در مناطق گرم و خشک ایران بازارهای سرپوشیده