

### بررسی جایگاه بازار در شهرهای ایرانی

(نمونه مورد مطالعه: بازار بزرگ ایرانی شهر جدید اندیشه)

دکتر عرفان محمدی<sup>۱</sup>، سحر بختیاری<sup>۲</sup>، یاسمن باستانی<sup>۳</sup>

مدرس گروه معماری و شهرسازی دانشگاه سمنان Erfan.mohammadi۲۶@yahoo.com  
دانشجوی ارشد معماری داخلی دانشگاه سمنان Bakhtiary\_sahar@yahoo.com  
کارشناسی ارشد معماری yasamanbst@yahoo.com

#### چکیده

بازار یکی از عینی ترین نمودهای معماری و شهرسازی ایرانی است که به عنوان ستون فقرات و قلب تپنده شهر، ایفای نقش می کند. بازار به عنوان کانون اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهرهای سنتی ایران و یکی از عناصر مشخصه شهرهای اسلامی است. هدف از این مقاله، مطالعه و ارزیابی طرح بازار بزرگ ایرانی شهر جدید اندیشه می باشد. روش تحقیق، بر پایه روش توصیفی تحلیلی استوار است. پروژه بازار بزرگ ایرانی شهر جدید اندیشه با عنوان «بازار نقش جهان» برگرفته از طرح میدان نقش جهان اصفهان، باغ فین و مدرسه آقا بزرگ کاشان است. یافته های پژوهش حاکی از آن است که شهر جدید اندیشه با توجه به موقعیت مکانی مناسب و نزدیکی به شهرهای بزرگی مانند تهران، کرج و شهریار و دسترسی به مسیرهای ارتباطی مناسب دارای پتانسیل های قابل توجهی برای احداث بازار بزرگ ایرانی است و این بازار با عملکردی فرامنطقه ای و با کاربری های مذهبی، فرهنگی، تفریحی و اقتصادی بر اساس الگوهای معماری اصیل ایرانی ساخته شده است.

**کلید واژه:** بازار ایرانی، الگوی شهرسازی ایرانی، شهر جدید اندیشه

#### مقدمه

در شهرهای ایرانی اسلامی بازار همواره به عنوان یکی از مهم ترین فضاهای شهری و ستون فقرات اقتصاد شهرهای ایران و یکی از بزرگ ترین دستاوردهای تمدن دوره اسلامی، در کشورهای اسلامی به ویژه در کشور ایران، از جایگاه خاصی برخوردار بوده است. بازار نماد معماری سنتی بوده و هنر اسلامی به بهترین شکل در معماری آن قابل رویت است. در بازار عناصر اقتصادی، مذهبی، اجتماعی، فرهنگی، خدماتی، تفریحی و عناصر ارتباطی و حفاظتی و روابط بین عناصر و نقش آن ها و وجود پیوند ناگسستنی میان ویژگی های معماری و عملکردی و ویژگی های جغرافیایی اهمیت فراوانی داشته است. (آهور و دیگران ۱۳۹۱: ۱۴۶) مسجد جامع، مدرسه، آب انبار، کاروان سرا و حمام، هر کدام انبوهی از کارکردهای اجتماعی، مذهبی، فرهنگی و سیاسی به بازار می بخشند. کارکرد اجتماعی بازار، آن را در مرکز شهر مکان یابی نموده، تا در دسترس عموم مردم قرار گیرد. این موضوع ناشی از موقعیت مرکزی مسجد جامع در شهرهای اسلامی است که همواره عامل استقرار بازار در مجاور خود بوده است. (Bonine 1990:64) در دوران معاصر با افزایش شهرنشینی و رشد سریع شهرها مواجه هستیم و تغییرات چشمگیری در بافت قدیمی شهرها به چشم می خورد اما بازارها با وجود تغییرات کالبدی شهرها تا حد قابل توجهی توانسته