

## مقایسه تطبیقی مؤلفه های اخلاقی با معماری بازار ایرانی

### مطالعه موردی: بازار کرمان و سمنان

مریم بنی طی<sup>۱</sup>، دکتر حامد حیاتی<sup>۲\*</sup>

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد معماری، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.

۲. گروه معماری، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه قم، قم، ایران.

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۷/۴، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۹/۲۶)

#### چکیده

**زمینه:** بازار ایرانی به عنوان مهد اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی در اکثر جوامع از ارزش والایی برخوردار بوده و نیز با صفات خاصه خود دارای هویت برجسته ای می باشد. امروزه به دلیل تغییر در ساختار فضاهای شهری، دگرگونی الگوهای اخلاقی<sup>۱</sup> زندگی مردم و عدم انطباق مناسب با فضای کالبدی سنتی، بازار در معرض خطر تبدیل به فضایی جدا افتاده بدون توجه به جنبه های کالبدی و عملکردی گذشته آن، با رویکرد اخلاقی قرار گرفته است. این پژوهش بر آن است تا با مطالعه بازار سنتی، ضمن تبیین جایگاه آن به بررسی و استخراج معنا و کالبد با استفاده از مؤلفه های اثر گذار اخلاقی منبعث از آموزه های اسلامی بپردازد. نمونه های بررسی شده در این مقاله بازار سمنان و بازار کرمان می باشد. شیوه توصیفی-تحلیلی با رویکرد کیفی و نگرش کالبدی در این تحقیق مورد استفاده گرفته است. با استفاده از مطالعات کتابخانه ای، میدانی و بررسی اسناد تاریخی و در بخش تحلیل با منطق قیاسی اطلاعات در بخش ادبیات و پیشینه پژوهش گردآوری شده است.

**نتیجه گیری:** نتایج نشان می دهد ارزش های فضایی و معنایی در قسمت های مختلف بازار، با توجه به نقش هر قسمت تفاوت های اساسی دارد. لذا لزوم توجه به تغییرات و پیامدهای حاصل از جنبه کالبدی و عملکردی، برای افزایش ویژگی اجتماع<sup>۲</sup> پذیری بازار مشهود و ضروری است. بر اساس نتایج به دست آمده، این اصول با رویکرد اخلاقی در دو بخش سلبی و ایجابی قابل تفکیک است که از مهم ترین آنها می توان به ضرورت پرهیز از تظاهر<sup>۳</sup> بازار، تعریف حداقلی از نقش فراغتی بازار، ترکیب نقش اجتماعی- فرهنگی در بازار با مسجاد و قابلیت بازار برای تعظیم شعائر دینی و ... اشاره کرد. این اصول به خوبی در شهرهای سنتی قابل مشاهده است.

**کلیدواژه‌گان:** بازار، معماری، اخلاق، بازار سمنان، بازار کرمان

#### سر آغاز

هدف پژوهش حاضر کاربست مجدد در فضاهای دوره معاصر با شناسایی و استخراج مؤلفه های تاثیرگذار در معماری بازارهای اسلامی می باشد. نمونه های مورد بررسی بازار سمنان و بازار کرمان می باشد. در مورد بازار اولیه سمنان، می توان به این نکته اشاره کرد که هم راستا بر راه های مهم شهر بوده است و در دوره ی قاجاریه با تحولات کالبدی عظیمی مواجه شده است. راسته ی بازار شمالی- جنوبی، تکایای نثار و پهنه و بسیاری تکایای دیگر از بناهای دوره فتحلی شاه قاجار می باشند (۶). بازار بزرگ کرمان نیز، به عنوان بزرگترین بازار سرپوشیده جهان در مرکز کرمان در دل مجموعه گنجعلی خان قرار گرفته است. بازار کرمان از قدیمی ترین بازارهای ایران است که قرن ها مرکز تجارت بوده است. این بازار در عصر تیموریان با بنا نهادن بازار اختیاری شکل گرفت و سپس در مقاطع

یکی از نمادها و نشانه های هویت دهنده و تعریف کننده ی تمدن اسلامی؛ وجود شهر اسلامی به عنوان مکان زندگی شهرنشینان و فعالیت هایشان می باشد (۱). بازار به عنوان یکی از فضاهای عمومی شهر (۲) و از تأثیرگذارترین ارکان شهر بر تحولات اجتماعی<sup>۴</sup>، سیاسی و اقتصادی در کل ادوار و به عنوان عنصری زمینه ساز جهت تغییرات اساسی در جامعه مطرح بوده (۳) و با سابقه دیرین از گذشته تا به امروز، نظام حیات شهری را تداوم بخشیده است. به طوریکه در شهرهای ایرانی اسلامی، بازار از مهمترین فضاهای شهری و عناصر عملکردی قلمداد میشد (۴) و به عنوان نهادی مهم در جامعه، در انطباق با سایر بخش های جامعه سنتی ایران بوده و برخاسته از نیاز مردم و در راستای پاسخگویی به آن ایجاد و تداوم یافته است و از همین رو، قلب تپنده اقتصاد شهرهای ایران نام گرفته است (۵).

نویسنده مسئول: نشانی الکترونیکی: [hamedhayaty@yahoo.com](mailto:hamedhayaty@yahoo.com)

دکتر حامد حیاتی و مریم بنی طی: مقایسه تطبیقی مؤلفه های اخلاقی با معماری بازار ایرانی (مطالعه موردی: بازار کرمان و سمنان)

تجاری بازارها در روح بازار که باعث قدرت جذب بالای مخاطب می شود (۱۴). قابل توجه است که تاکنون پژوهشی به منظور تألیف مؤلفه های اخلاقی در بازارها انجام نشده است.

برای گردآوری اطلاعات، مقایسه و بدست آوردن نتایج مطلوب در این مقاله و ارائه ی پاسخ مناسب به پرسش از تحقیق کتابخانه ای اعم از کتاب، رساله، مقاله ها، سایت اینترنتی و میدانی از طریق مشاهده و استفاده از کروکی، نقشه و سپس تحلیل دنبال می شود. از این رو در تحلیل داده ها از روش قیاسی بهره گرفته شده است. این روش می تواند در شناخت صحیح معماری بازارها نمونه و فهم درست شباهت و تفاوت های آن ها مفید واقع شود. فرآیند پژوهش، شامل توصیف اولیه دو بازار در هر دوره، دسته بندی و نتیجه گیری از ویژگی های آن ها می باشد. در این پژوهش با در نظر گرفتن رویکرد نظری تحقیق، نخست به شرح تاریخیچه و شاخصه های معماری دو اثر بازار سمنان و کرمان پرداخته شده و سپس با مطابقت معماری آنان، تفاوت های فرمی و ساختاری هر دو مورد بررسی قرار گرفته است. در گام بعدی به بررسی مؤلفه های اخلاقی<sup>۵</sup> در معماری دو بازار پرداخته شده است. در این پژوهش با نگاهی به اصول معماری در دوره های ذکر شده و به طور خاص تحلیل و بررسی عناصر و فضاهای آنها با در نظر گرفتن دو نمونه موردی یکی در سمنان و دیگری در کرمان در صدد رسیدن به پاسخی مناسب به این پرسش است که مؤلفه های اخلاقی منبعث از آموزه های اسلامی مؤثر بر کالبد معماری و ساختار بازار کدامند؟ (نگاره ۱)

باتوجه به بررسی تحقیقات انجام شده تاکنون پژوهشی که با مطالعه مقایسه ای بازار سمنان و کرمان به عنوان مکانی اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی و نقش آن در ساختار شهری و روابط حاکم بر ساختار معماری آن، شاخصه های لازم برای ارتقای کیفی بازار معاصر را بیان نماید؛ انجام نشده است می توانیم رجوع به متون احادیث و سنت های دینی فضاهای بازار و بررسی شیوه ظهور آنها را در دوره های تاریخی و نقد شرایط بر این اساس را به عنوان نوآوری های این تحقیق در نظر بگیریم و باید به این نکته اشاره کرد که این تحقیق به نیازهای معاصر انسان امروز در فضای بازار بی اعتنا نیست و سعی بر این دارد که روشی برای جمع بین ارزش های دینی و انسانی تاریخی با ارزش های معاصر پیدا کند.

## بحث

### مفهوم اخلاق

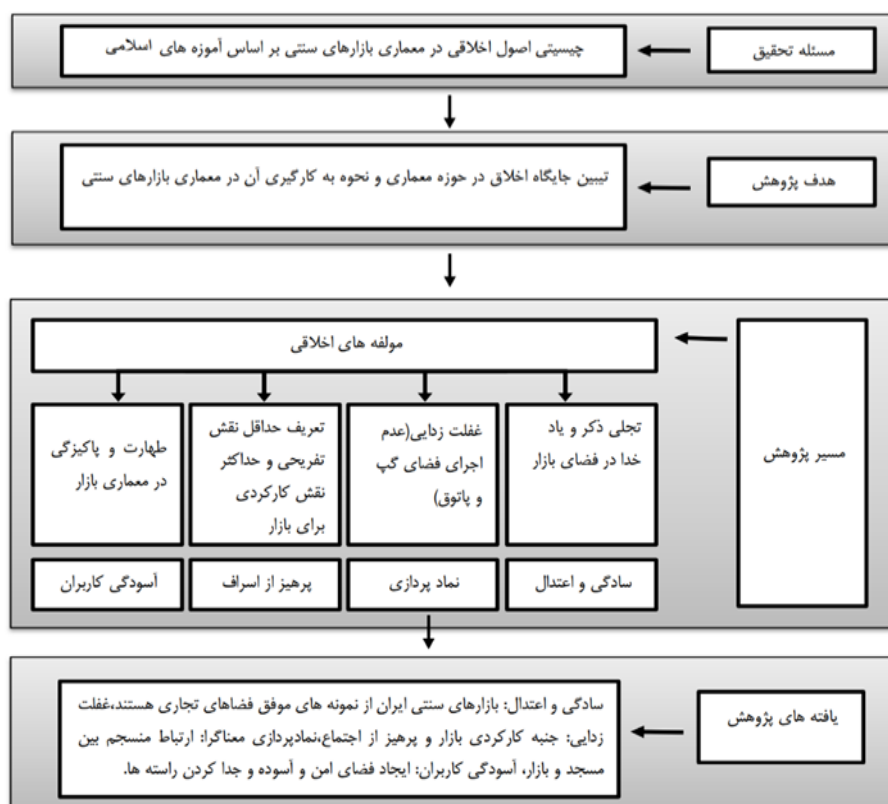
واژه اخلاق به معنای خویها، جمع خلق معنا شده است. واژه خلق را نیز می توان با استناد به فرهنگ لغت چنین معنا کرد: خوی، طبع، سنجیه و عادت. به طور ساده میتوان چنین بیان کرد که فرهنگ اخلاقی اعمال، اعتقادات و معیارهای مربوط به درست و نادرست افراد یا گروهها را در برمی گیرد. اخلاق، ماهیت و ارزش غایی معیارهایی است که اعمال انسانی با آنها مورد قضاوت قرار می گیرد. نقش اخلاق در

مختلف تاریخی، قسمت های گرانبهایی به این مجموعه افزوده شد (۷). در این پژوهش سعی شده با مقایسه تطبیقی که به روش کتابخانه ای و بررسی اسناد تاریخی صورت گرفته این دو بازار با هم مقایسه شوند و در نتیجه ی بازشناسی آن ها جایگاه مولفه های اخلاقی و میزان اهمیت آن ها در زمان های گذشته مشخص گردند. در این پژوهش با طرح این پرسش که علل تفاوت های چشمگیر معماری دو بنای بازار سمنان و کرمان چه چیزی است، تلاش می گردد به بررسی تطبیقی معماری دو اثر پرداخته و سپس با بهره گیری از رویکردهای اخلاقی به تشریح رابطه بین معماری این آثار پردازد. روش پژوهش به کار گرفته شده، تحلیلی-توصیفی هست؛ که باتوجه به هدف و محور پژوهش، بررسی بازارها سمنان و کرمان که مرتبط با گذشته و تأکید بر جنبه های کیفی صورت می گیرد. تلاش می گردد به تاریخ نگاری و به تحلیل های فضایی و عملکردی، طبق آیتم های موجود در بازارها بر مبنای ارتقای توصیف ها و تحلیل های انجام شده در پژوهش های پیشین توجه شود.

در بررسی پیشینه پژوهش تاکنون تحقیق های مختلفی در مورد بازارها از جمله بازارهای سمنان و کرمان انجام شده است که می توان به پژوهش هایی با عنوان «بررسی سیر تحول معماری بازار در شهر ایرانی اسلامی، کهن بازار تا بزرگ بازار (۸)»، «تاویل فرهنگی بازار در حوزه سنت معماری ایرانی (۹)»، «بررسی تطبیقی اصول طراحی بازار ایرانی با مجتمع های تجاری با تکیه بر نشانه شناسی (۱۰)» و «باز شناخت مولفه های بازار در شهر ایرانی - اسلامی (۱۱)» اشاره کرد، لازم به ذکر است که این پژوهش ها اصول و مؤلفه هایی را با مضمون تحلیل تفاوت ماهوی و کارکردی بازار سنتی با مال ها در جهت بازآفرینی مفهوم بازار (۸)، باز زنده سازی نقش فرهنگی و اجتماعی بازار با استفاده از مطالعات صورت گرفته (۹)، دستیابی به اصول کاربردی برای طراحی مجتمع های تجاری با توانایی بهره گیری از فضاهای تجاری با استفاده از اصول معماری (۱۰)، باز شناخت درست در مورد هر کدام از ابعاد بازار در مورد ساختارهای جدید و کنترل آنها (۱۱)، ارائه کرده اند. همچنین در مورد بازار سمنان و کرمان نیز پژوهش هایی صورت گرفته است که برای بازار سمنان می توان به پژوهشی با عنوان «مفهوم سکون در بازار ایرانی - نمونه موردی: تکیه پهنه در بازار تاریخی شهر سمنان (۱۲)»، «بررسی مفهوم آیات منقوش بر کاشی کاری سردرهای ورودی بازار سرپوشیده شهر سمنان (۱۳)»، و برای بازار کرمان به پژوهش هایی با عنوان «بررسی کهن الگوهای بومی و اقلیمی معماری ایرانی اسلامی در بازار سنتی کرمان (۷)» و «بازشناسی ساختار کالبدی بازار قیصریه ابراهیم خان در شهر کرمان (۱۴)» اشاره کرد. که اصول و مؤلفه های ارائه شده از این مقاله ها را می توان به این شکل دسته بندی کرد: استخراج اصول ترکیب متعامل دو ماهیت تحرک و ایستایی در کنار یکدیگر (۱۲)، مفهوم و تناسب مکانی آثار با محیط (۱۳)، فضای بازار باید متأثر از فرهنگ، اقلیم و زیست بوم منطقه باشد (۷)، قرار دادن معماری سنتی و تمام خصوصیات بازارهای اقلیم و مفهوم ادبیات ساختاری و کاربردی از جمله ریتم، تکرار، سلسله مراتب، عناصر تزئیناتی موجود، و کاربری

رفتار در نظر انسان نیک و یا زشت نشان داده می شود و از این رو فرد به انجام آن اقدام می نماید و یا از انجام آن خودداری می ورزد (۱۵).

عملکردها و رفتارها، در تصمیم گیریها و انتخابها و در برخوردها و ارتباطها، مهم و تعیین کننده است. اخلاق مجموعه هایی از معانی ویژگی های مستقر و ثابت در نهاد انسان است که در پرتو آن،



نگاره ۱: مسیر مطالعاتی تحقیق

## اخلاق معماری

اخلاق ریشه در تمام کارها و اندیشه های انسانی و جهان بینی انسانها دارد و معماری و شهرسازی یکی از حرفه های مرتبط با مفاهیم اخلاقی است، که ارتباط و تأثیر ممتازی در زمینه های مختلف انسانی از قبیل رفتار و فرهنگ دارد و رعایت ارزش های اخلاقی در آن ضروری می نماید. این ارتباط در معماری سنتی ایران از رساله معماریه، اخلاق حرف معماری، فتوتنامه بنایان و دیگر موارد مرتبط قابل استنباط است. می توان معماری را به عنوان عرصه ای برای بروز و ظهور زندگی فردی، اجتماعی و نموده های هنجاری همچون اخلاق دانست. همین امر باعث می شود تا عامل های مؤثر در معماری با ویژگی های خاص در کالبد و معنای آن نمود پیدا کند. از این رو به این مسأله پی می بریم که رابطه بین معماری، اخلاق و هنجارهای اجتماعی ارضاء کننده خواست و نیاز انسان است تا از این طریق در فضای معماری به آرامش برسد (۱۶).

## مؤلفه های اخلاق در معماری بازار ایرانی

در معماری ایرانی توجه به مسائل اخلاقی<sup>۶</sup> از نکات قابل توجه بوده تا از حیطة مشخص شده اخلاقیات در جامعه خارج نگردد. در

حقیقت معماری ایران از دیرباز دارای چند اصل اخلاقی مطابق با اصول اسلام بود که به خوبی در بافت های سنتی نمایان گردید. این اصول از دیدگاه استاد پیرنیا شامل: مردم داری، پرهیز از بیهودگی<sup>۷</sup>، خودبستگی و درونگرایی بودند. معماران مسلمان به اندازه صلاحیت معنوی و فنی خود کوشیده اند تا از اعتقادات و اصول اخلاقی و مبانی دین اسلام در آثار خود بهره گرفته و هنری را ارائه دهند که بازتابی از امور عبادی و اعتقادی آنها باشد و در حد توان، آثارشان را به درجه ای از مقبولیت و شایستگی برسانند (۱۵). تجلی ارزشهای اخلاقی در آثار معماری را می توان در رعایت سادگی و اعتدال، غفلت زدایی (عدم اجرای فضای گپ و پاتوق)، تعریف حداقل نقش تفریحی و حداکثر نقش کارکردی برای بازار، نمادپردازی معناگرا، تجلی ذکر و یاد خدا در فضای بازار، طهارت و پاکیزگی در معماری بازار، پرهیز از اسراف، آسودگی کاربران میان بازارها جست. معمار سنتی با رعایت همین اصول در بازار به دستاوردهای خاصی در چگونگی ساماندهی به محیط زندگی خویش رسیده است که می توان از این دستاوردها به عنوان مؤلفه های اخلاقی یاد کرد.

جدول ۱: مؤلفه های اخلاقی در بازار

توصیه های اخلاقی بر اساس آموزه های اسلامی	مؤلفه های اخلاقی	نحوه تجلی مؤلفه های اخلاقی در کالبد بازار
روایتی که پیامبر (ص) از حضرت علی (ع) نقل کرده اند: هنگامی که مردمان، فقیران شان را دشمن دارند، و به ساختن بازارها (و زیباسازی و تزیین ها) اهتمام ورزند، و به جمع آوری مال روی آورند، خدا به چهار چیز گرفتارشان می کند: زمان قحطی، ستم حاکمیت، خیانت کارگزاران حاکمیت، و سلاح برنده دشمنان (۱۷).	سادگی و اعتدال	بازارهای سنتی ایران با برخورداری از ساختاری ساده و بی پیرایه و پرهیز از اجمال گرایی از نمونه های موفق فضاهای تجاری برای جلب افراد و مشتریان می باشند (۱۸).
پیامبر (ص) در حدیثی فرمودند: بدترین مکان های زمین محل های خرید و فروش اجناس و ائمه است و آن جا میدان مسابقه ابلیس است (۱۸).	غفلت زدایی (عدم اجرای فضای گپ و پاتوق)	همواره در قرآن مجید و روایات به امر تجارت تشویق فراوانی صورت گرفته و هرگونه بهره وری بدون کار و کوشش را مردود دانسته است به عبارتی دیگر بر جنبه کارکردی بودن بازار و عبور برای انجام امور مورد نظر و پرهیز از اجتماع در این محیط ها تأکید شده است (۱۸).
پیامبر (ص) فرمودند: در بازار (پیش چشم مردم) چیزی خوردن نشان پستی است (۱۹).	تعریف حداقل نقش تفریحی و حداکثر نقش کارکردی برای بازار	در اسلام مکث، خوردن و آشامیدن در بازار به شدت به عنوان عملی ناپسند معرفی شده است. حوزه تجمعی و عبوری در بازارهای سنتی، کاملاً باید از هم تفکیک شده باشند و تجمع افراد برای انجام امور فرعی از قبیل خوردن و آشامیدن هیچ گونه اختلالی در عملکرد اصلی بازار ایجاد نکند (۱۹).
حضرت علی (ع) می فرمایند: نماز در مسجد جامع (اعظم) صد نماز و در مسجد قبیله (محل) بیست و پنج نماز و در مسجد بازار دوازده نماز و نماز شخص مسلمان در خانه اش معادل یک نماز ثواب دارد (۲۰).	نماد پردازی معنا گرا	بازارها و مساجد ارتباط منسجمی <sup>۸</sup> با یکدیگر داشته اند و غالباً بازارها را در کنار مساجد و دارالاماره بنا می کردند که به طور مثال می توان به شهرهای بصره، کوفه و سامرا اشاره کرد (۲۱). بازار و مسجد جامع شهر باید جایگاه فرامحلی داشته باشند تا برای همه شهروندان امکان دسترسی عادلانه فراهم شود (۲۲).
رجال لا تلهيهم تجارة ولا بيع عن ذكر الله وإقام الصلاة وإيتاء الزكاة يخافون يوماً تتقلب فيه القلوب والأبصار: مردانی که بازرگانی و خرید و فروش، ایشان را از یاد خدا و برپا داشتن نماز و دادن زکات مشغول نکند، و از روزی می ترسند که دل ها و دیدگان در آن روز دگرگون و پریشان شود (نور/آیه ۳۷) (۲۳)	تجلی ذکر و یاد خدا در فضای بازار	اهمیت یاد خدا در بازار (محیط دنیوی) و غفلت زدایی و توجه به معنویات <sup>۹</sup> در کنار مادیات بسیار مهم است. با استفاده از معماری سنتی باید سعی بر این داشت که غفلت زایی را به حداقل رساند و همچنین می توانی با استفاده از روش های مختلف مانند خلق نظمی تمرکز آفرین، محوسازی و قرینه سازی و برقراری ارتباط بین فضای بیرون و درون، فضایی آرامبخش ایجاد کرد (۱۸).
حدیث پیامبر اکرم (ص): النظافته من الايمان؛ نظافت و ایمان عضو جداناپذیری از یکدیگرند (۱۶).	طهارت و پاکیزگی در معماری بازار	تعمیه تهویه مناسب. ایجاد کانال هایی که در جداره دیواره های گود قرار گرفته اند به منظور اینکه هوا را با ملایمت به بیرون انتقال دهند. (۱۶). استفاده از برودت تبخیری با تعبیه حوض آب در بازار
رسول اکرم (ص) می فرمایند: هر کس ساختمانی به خاطر ریا و خودنمایی و فخر فروشی بسازد، در روز قیامت آن بنا در حالی که از آتش شعله ور است، از زمین هفتم به دوش می کشد، سپس آن بنای شعله ور به گردنش می پیچد و با او به قهر جهنم پیش می رود مگر آنکه توبه کند (۱۶)	پرهیز از اسراف	بازارهای سنتی در گذشته بسیار ساده و بدون تجمل گرایی بوده اند. استفاده از مصالح بومی مانند: آجر، خشت، گل، کاه گل و ... به عنوان مصالح یکسان در بازارها. تکامل آثار معماری دوره های پیشین مانند شیوه طاق زنیو ساخت نورگیرها.
خداوند می فرماید: «كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَوَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ لَهُمْ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ؛ شما بهترین امتی هستید که (برای اصلاح جوامع انسانی) پدیدار شده اید، به کار شایسته و پسندیده فرمان می دهید و از کار ناپسند و زشت بازمی دارید، و (از روی تحقیق، معرفت، صدق و اخلاص) به خدا ایمان می آورید. و اگر اهل کتاب ایمان می آوردند قطعاً برای آنان بهتر بود؛ برخی از آنان مؤمن (به قرآن و پیامبرند) و بیشترشان فاسقند» (سوره آل عمران، آیه ۱۱۰)	آسودگی کاربران	نظارت بر روی فضای بازارها و ایجاد فضایی امن و آسوده برای کاربران اختصاص هر راسته بازار به کالایی خاص تفکیک راسته های پر سر صدا از دیگر راسته ها استفاده از نورگیرهای سقفی برای حفظ آسایش اقلیمی به منظور سایه اندازی، نورگیری و تهویه

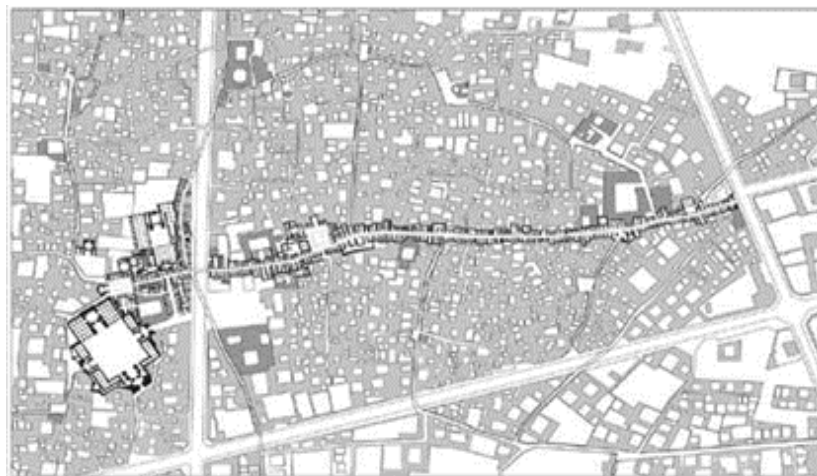
در دست افرادی که به تناسب حرفه خود و عرضه و تقاضا به تنهایی یا با گروهی داد و ستد می کنند در اصطلاح بازار گفته می شود و به عنوان مکانی برای بخشی از فعالیت های انسان اجتماعی در نظر گرفته می شد. در حقیقت، بازار از دیرباز مکانی بود که از فعالیت های انسانی در مبادله حاصل می شده است (۱). بازار واژه ای ایرانی است

بازار واژه ی بازار به لحاظ واژه شناسی می تواند تأکید بیشتری بر ایرانی بودن این عنصر شهری باشد. در لغت نامه دهخدا آمده واژه ی بازار به معنی محل خرید و فروش و عرضه ی نوع کالا است. در زبان عربی به آن «ببازار» و «ببازار» گفته می شد (۲۳). به منطقه ای معین،

بازار به وجود می آیند. تکیه ها، مدارس مذهبی، مساجد، حسینیه ها و غیره از دیگر عناصر پیوند خورده با بازار هستند (۲۵ و ۲۶). کارکردهای بازار را می توان به دسته های اقتصادی، مذهبی، اجتماعی، فرهنگی، ارتباطی و امنیت تقسیم بندی کرد که هر کدام از کارکردها دارای نقش، عناصر، رویکرد و عملکرد منحصر به فرد خود هستند. به عنوان مثال برای کارکرد اقتصادی می توان به نقش های تجاری، تجاری-تولیدی، انبار و به عناصر مغازه ها، تیمچه با رویکرد بازار به عنوان نبض اقتصاد شهر با عملکرد رفع نیازهای انسانی اشاره کرد.

### بازار سمنان

شهر سمنان یکی از قدیمی ترین شهرهای ایران است که با توجه به اسناد موجود جایگاه ویژه ای را در مسیر شاهراه های این منطقه احراز کرده است. قرارگیری این شهر در مسیر راه شاهی که اصلی ترین شبکه ارتباطی روزگار بوده سبب شده تا هسته اولیه شهر شکل گیرد (۲۷). بازار اولیه سمنان هم راستا بر راه های مهم شهر بوده و در امتداد راه ابریشم، در فاصله میان دروازه عراق در غرب و دروازه خراسان در شرق و در جوار مسجد جامع به صورت شرقی-غربی شکل گرفته است (۶).



نگاره ۲: پلان بازار بزرگ سمنان و بافت مسکونی اطراف آن (۶)

### بازار کرمان

بازار کرمان به عنوان نهادی پایا و مداوم سابقه ای چند هزار ساله دارد، و همواره در طی بازسازی ها و گسترش شهر در ارتباط با محلات، اهمیت و مرکزیت خود را حفظ کرده است (۲۸). شکل گیری بازار کرمان در مسیر جاده ی شمالی-جنوبی خراسان بوده که از غرب شهر می گذشته است. این بازار که به بازار گنجعلی خان نیز شناخته می شود از میدان ارگ شروع و به میدان مشتاقیه ختم می شود (۲۹).

که به سایر تمدن ها نیز راه یافته است و بسیاری از محققان آن را از جنبه های مختلف ارزیابی کرده اند (۲۴). در بعد زمانی بازار ایرانی انبوهی از تجارب را با داشتن تنوع عملکردی و محوریت فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی در خود جای داده است.

### عناصر و فضاهای بازار

بازار دارای اجزا و عناصر مختلفی بود است که در به طور کلی یک مجموعه واحد را تشکیل می دهند. میدان به عنوان عنصر مرکزی و راسته به صورت خطی و به عنوان مهمترین بخش و عنصر اقتصادی بازار شناخته می شوند. راسته های اصلی عموماً در امتداد معبراصولی شهر بوده اند و راسته های فرعی عمود بر آن به صنف خاصی تعلق داشته اند. قیصریه به مکانی که محل خرید و فروش کالاهای خاص بوده است گفته می شد. ساختمان هایی دور تا دور حیاط مرکزی کاروانسراها و سراها بودند که، از طبقه پایین آنها برای ارائه کالا و از طبقه بالا برای انجام کارهای دفتری تجارت خانه استفاده می کردند. به محل تقاطع گذرهای اصلی چهارسوق یا چهارسو می گویند که تاق و گنبد بزرگ تر است و معمولاً کانون و مرکز اصلی بازار بوده و بالاترین ارزش اقتصادی را داشته است. بازار حجره یا دکان در عین سادگی و کوچکی مهمترین عنصر تجاری بازار بوده است که در دو سوی راسته

سادگی شکل در کل و جز و استفاده از اصول معماری مشترک سبب به وجود آمدن شکلی هماهنگ در جداره ها و یک پیوستگی در سراسر بافت سنتی از ویژگی های معماری سنتی از جمله بازارها می باشد. بازار سمنان نیز از این قاعده مستثنی نبوده است به همین صورت که در این استفاده از عناصر معماری مختلف در سراسر بازار مجموعه کل بازار کاملاً به هم پیوسته و یکپارچه به نظر می آید (۱۳)





نگاره ۳: پلان بازار بزرگ کرمان و بافت مسکونی اطراف آن (۶)

دو بازار سمنان و کرمان با توجه به دوره بندی زمان گسترش، چگونگی تشکیل آن، جهت گیری بنا، قسمت های تشکیل دهنده پلان و عنصرهای شکل دهنده کلی، مسیرهای ایجاد کننده ارتباطی، مصالح و نورگیری در جدول زیر مورد مقایسه قرار داده ایم.

### تحلیل یافته ها، مقایسه تطبیقی بازار سمنان و بازار کرمان




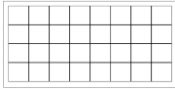
جدول ۲: مقایسه تطبیقی بازار سمنان و بازار کرمان با نگرش کالبدی

موضوع	بازار سمنان	بازار کرمان
دوره بندی زمانی گسترش	سلجوقی، تیموری صفوی و قاجار	سلجوقی، تیموری صفوی و قاجار
موقعیت شهری	همجواری با مسجد جامع و مسجد شاه و در ارتباط با تکیه پهنه، نثار و نجفی	در ارتباط با میدان عمومی شهراک و مسجد جامع و متشکل از کاروان سراها، مدارس و ضرابخانه
شکل کلی بازار	خطی	صلیبی
جهت گیری جغرافیایی	شمالی- جنوبی	شمالی- جنوبی- غربی- شرقی

		عمود برهم و چهارسوق به عنوان هسته ی مرکزی (گنجعلی خان)	سازماندهی خطی به صورت شمالی-جنوبی	ساختار پلان
		گنبد مرکزی، شاخص با ارتفاع زیاد، احاطه شده توسط گنبدهای کوچکتر	سقف شیروانی تکایا، احاطه شده توسط گنبدهای کوچکتر	حجم کلی
		گنبد مرکزی به عنوان نقطه عطف، گنبدهای پیرامونی نیز خط آسمان متنوعی ایجاد کرده اند	سقف شیروانی به عنوان نقطه عطف، تأثیر گنبدهای پیرامونی در خط آسمان بسیار کم است.	شکل (خط ظاهری پیرامون یک سطح)
		پلانی نسبتاً متقارن دارای چهار محور تقارن، عناصر پلان در مربع ها و دوایر متحدالمرکز جای دارند	پلانی نامتقارن دارای محور طولی	هندسه
		حمام، میدان، مدرسه، ضرابخانه، کاروان سرا، انبار، میدان، چارسوق، تیمچه، قیصریه	تکیه، کاروانسرا، مسجد، حمام، ارگ، دروازه، آب انبار، میدان، چارسوق، تیمچه، بازار	قسمت های تشکیل دهنده بازار
		عرض: ۶/۷۰ متر ارتفاع: ۹ متر	عرض: ۳/۶۰ متر ارتفاع: ۹/۵ متر	سردروردی
		طول: ۳۰۰۰ متر عرض: ۶/۵_۴/۵ متر	طول: ۱۵۰۰ متر عرض: ۶/۵_۴/۵ متر	راسته
		پوشیده شده با گنبدی به ارتفاع ۲۰ متر	پوشیده شده با شیروانی چوبی ارتفاع: ۱۸ متر	چهارسوق
		گنبدسازی به شیوه دورچین با استفاده از آجر و قطعات کاشی، همراه با تکنیک کاربردی	سقف ضربی است که بر روی طاق های جناغی سوار شده است	تکنیک های پوشش

		انتقال نیروها به کمک سازه قوسی و گنبد به دیوارهای باربر و ستون ها	انتقال نیروها به کمک طاق ها و ستون ها	دیاگرام	
		کاروانسراهای دو طبقه دارای عقب نشینی، بادگیرها چهارطرفه، برج ساعت، میدان گنجعلیخان	تک منار مسجد جامع، ورودی خانه ها از درون بازار، سقف شیروانی تکایا	المان های شاخص	
		راسته های طولانی، میدان گنج علی خان به عنوان فضایی باز وجود مسجد جامع مظفری در انتهای بازار	وجود مسجد جامع در انتهای بازار، وجود تکایای متعدد در بازار و کارکردی همانند چارسوق	رابطه مسیر ارتباطی با فضاهای کاربردی	
		ورودی ها، پیش فضای ورودی، غلان گردش، راسته ها، فضای مرکزی.	راسته ها، پیش فضای ورودی فضای مرکزی	سلسله مراتب	
		دعوت کنندگی، مکث و حرکت با استفاده از ریتم و تکرار	دعوت کنندگی، مکث و حرکت با استفاده از ریتم و تکرار	بکارگیری مفاهیم	
		آجر، سقف بلند با طاق تیزه دار	آجر، گچ و چوب، سقف طاق ضریبی و گاهاً شیروانی	مصالح	
		مقرنس، یزدی بندی، کاشیکار نقاشی بر روی سقف و دیوار	آجرچینی، کاشی کاری، کتیبه های مزین به آیات قرآن	تزئینات	
		روشنان های مرکزی همراه با نورگیرهای کوچک جانبی مشبک و دیوار	روشنان های تعبیه شده در سقف و دیوار	روشنایی و تهویه	
		حوض آب و فضای سبز	حوض آب و فضای سبز	عناصر طبیعی	



		چهارسوق با دهانه ای عظیم و ارتفاع ۲۰ متر به کمک تویزه های برابر بزرگ پوشانده شده است.	تکایا با پوشش سقف شیوانی نقش چهار سوق را به خود گرفته و با استفاده از کاشی کاری آذین گشته اند.	پیکره بندی در چهارسوق
		بازشوهایی با فرم قوسی شکل	بازشوهای مشبک مستطیلی شکل	شکل بازشوها در چهارسوق

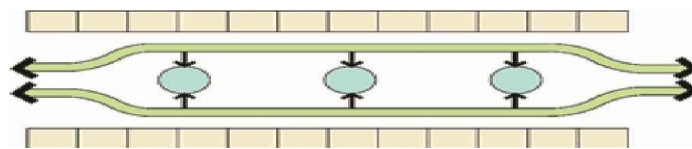
از ساختاری ساده و بی پیرایه و پرهیز از اجمال گرایی<sup>۱۳</sup> از نمونه های موفق فضاهای تجاری برای جلب افراد و مشتریان می باشند (۱۸).

### ارزیابی مؤلفه های اخلاقی در معماری بازار سادگی و اعتدال

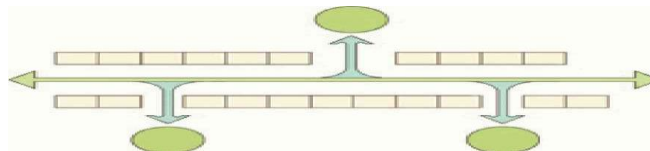
رعایت این اصل در ساختار کالبدی بازار بسیار مهم و حائز اهمیت است و روایات بسیاری از پیامبر و ائمه وجود دارد که بر این اصل تأکید دارند که به عنوان مثال می توان به این روایت که پیامبر (ص) از حضرت علی (ع) نقل کرده اند اشاره کرد: هنگامی که مردمان، فقیران شان را دشمن دارند، و به ساختن بازارها (و زیباسازی ویتترین ها) اهتمام ورزند، و به جمع آوری مال روی آورند، خدا به چهار چیز گرفتارشان می کند: زمان قحطی، ستم حاکمیت، خیانت کارگزاران حاکمیت، و سلاح برنده دشمنان (۱۷). در توضیح این روایت می توان بیان کرد که ساخت بازار و مراکز داد و ستد بدون تظاهر و تفاخر در ظاهر کالبدی بازار همواره مورد تایید مبانی اسلامی<sup>۱۱</sup> بوده است ولی تظاهر و تفاخر باعث فریب و ایجاد نوعی رقابت ناسالم و همچنین باعث ایجاد بستری برای تفریح، اجتماعات و ..... می شود که این موضوع با روایات مذکور و مبانی اسلامی در تناقض می باشد (۱۸). بازارهای سنتی ایران<sup>۱۲</sup> با برخورداری

### غفلت زدایی (عدم اجرای فضای گپ و پاتوق)

روایت های بسیاری بر توقف و اجتماع نکردن در اماکن تجاری تأکید می کنند که می توان به نامه حضرت علی (ع) به حارث همدانی با این مضمون اشاره کرد: بر تو باد به سکونت در شهرهای بزرگ. از پاتوق های بازارها به پرهیز که محل حضور شیطانند و عرضه گاه فتنه ها و گمراهی ها (۲۰). همچنین پیامبر (ص) در حدیثی فرمودند: بدترین مکان های زمین محل های خرید و فروش اجناس و اُمتعه است و آن جا میدان مسابقه ابلیس است. لازم به ذکر است همواره در قرآن مجید و روایات به امر تجارت تشویق فراوانی صورت گرفته و هرگونه بهره وری بدون کار و کوشش را مردود دانسته است به عبارتی دیگر برجسته کارکردی بودن بازار و عبور برای انجام کارکرد مورد نظر و پرهیز از اجتماع در این محیط ها تأکید شده است (۱۸).



(الف)



(ب)

نگاره ۴: الگوی کلی مسیر حرکتی و فضای مکت در مراکز خرید امروزی (الف) و بازارهای سنتی (ب) (۱۸).

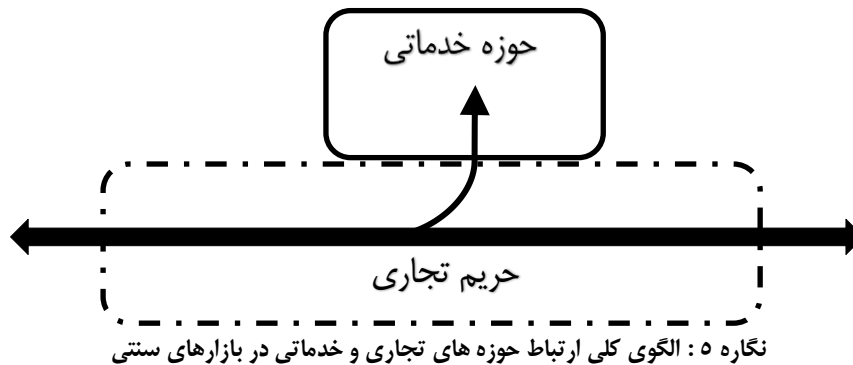
به عنوان مسیر حرکتی و تجاری و مراکزی مانند محله ها و مساجد به عنوان کانون های توقف و استراحت در نظر گرفته می شوند (۱۸).

با بررسی شهرها و محله های سنتی ایران بازتاب روایات به خوبی قابل مشاهده است به گونه ای که مساجد به عنوان کانون محله ها، و اصلی ترین بناهای شهری در نظر گرفته می شوند ولی متأسفانه این مسأله در شهرسازی امروزه کمرنگ شده است (۳۰). این اصول باعث تعادل حرکتی و توقف در طراحی شهرهای سنتی شده است به طوری که بازار

## تعریف حداقل نقش تفریحی و حداکثر نقش کارکردی برای بازار

در اسلام مکث، خوردن و آشامیدن در بازار به شدت به عنوان عملی ناپسند معرفی شده است به صورتی که پیامبر(ص) فرمودند: در بازار (پیش چشم مردم) چیزی خوردن نشان پستی است (۱۹). سفره خانه های متعددی در بازارهای قدیمی، به عنوان محلی برای تجمع و استراحت و خوردن و آشامیدن در نظر می گرفتند، که مانع از تجمع و ایجاد مزاحمت می شدند البته باید به این نکته اشاره کرد که این سفره

خانه ها نیز حاصل تغییرات جدید هستند و در گذشته از آنها به عنوان محلی برای خوردن غذای کارگران و رفع نیاز ضروری استفاده می شد ولی امروزه مراکز تجاری به شکلی طراحی می شوند که به فضاهای پاتوق و مکان تجمع اختصاص داده می شوند که این مسأله با اصول دین به دلیل افزایش بازار گردی های دنیا طلبانه و نقش تفریحی- فراغتی بازار مغایرت دارد (۱۸).



## تجلی ذکر و یاد خدا در فضای بازار

آیات و روایات زیادی وجود دارند که به اهمیت یاد خدا در بازار (محیط دنیوی) و غفلت زدایی و توجه به معنویات<sup>۱۳</sup> در کنار مادیات اشاره می کنند. به عنوان مثال می توان به آیه: «رَجُلٌ لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَاقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ» مردانی که بازرگانی و خرید و فروش، ایشان را از یاد خدا و برپا داشتن نماز و دادن زکات مشغول نکند، و از روزی می ترسند که دل ها و دیدگان در آن روز دگرگون و پریشان شود» (نور/آیه ۳۷) و روایتی از حضرت علی (ع) با این مضمون: هنگام ورود به بازار و موقع سرگرمی مردم به کسب و کار، بسیار خدا را یاد کنید که کفاره گناهان است و افزایش حسنات و از غافلان می باشید (۳۱) اشاره کرد. طبق آیات و روایات فوق و با توجه به نوع عملکرد و فعالیت هایی که در بازار جریان دارند بازار را می توان به عنوان مکانی برای غفلت از حقایق معنوی در انسان در نظر گرفت (۲۲).

باید این مسأله را در نظر گرفت که مراکز تجاری امروزه به منظور جوابگویی به نیازهای جمعی و پرتحرک انسان ها طراحی شده اند که این امر باعث غفلت<sup>۱۴</sup> زایی می شود لذا با استفاده از معماری سنتی باید سعی بر این داشته باشیم که این غفلت زایی را به حداقل برسانیم و همچنین می توانیم با استفاده از روش های مختلف مانند خلق نظمی تمرکز آفرین، محورسازی و قرینه سازی و برقراری ارتباط بین فضای بیرون و درون، فضایی آرامبخش ایجاد کنیم (۱۸). همچنین شباهت معنادار الگوهای کالبدی-فضایی مسجد و بازار از نکات مهم و قابل توجه است که این شباهت در بسیاری از مساجد و بازارهای سنتی قابل مشاهده است.

بر اساس الگوی ارایه شده در نگاره شماره ۵ حوزه جمعی و عبوری در بازارهای سنتی، کاملاً از هم تفکیک شده اند و تجمع افراد برای انجام امور فرعی از قبیل خوردن و آشامیدن هیچ گونه اختلالی در عملکرد اصلی بازار ایجاد نمی کند و بر اساس الگوی بالا به این نکته پی می بریم که تداخل حریم تجاری و خدماتی در بازارها باعث اختلال در عملکرد شده در صورتی که به راحتی با تفکیک این دو حوزه از یکدیگر می توانیم از این مشکلات جلوگیری کنیم.

## نمادپردازی معناگرا

با رجوع به اسناد به این نکته پی می بریم که بازارها و مساجد ارتباط منسجمی با یکدیگر داشته اند و غالباً بازارها را در کنار مساجد و دارالاماره بنا می کردند که به طور مثال می توان به شهرهای بصره، کوفه و سامرا اشاره کرد (۲۱). با توجه به ارجحیت بالای اقامه نماز در مسجد جامع و با توجه به اینکه بازار و مسجد جامع معمولاً در کنار یکدیگر برپا می شوند الزاماتی در خصوص مکان یابی این دو در نظر گرفته می شود. در خصوص ارجحیت اقامه نماز در مساجد جامع می توان به این حدیث از حضرت علی (ع) اشاره کرد: نماز در مسجد جامع (اعظم) صد نماز و در مسجد قبیله (محلّه) بیست و پنج نماز و در مسجد بازار دوازده نماز و نماز شخص مسلمان در خانه اش معادل یک نماز ثواب دارد (۲۰). با توجه به این حدیث، بازار و مسجد جامع شهر باید جایگاه فرامحلی داشته باشند تا برای همه شهروندان امکان دسترسی عادلانه فراهم شود (۲۲).

### طهارت و پاکیزگی در معماری بازار

در اسلام به طهارت و پاکیزگی توجه بسیار زیادی شده است به عنوان مثال می توان به حدیث پیامبر اکرم (ص): «النظافته من الایمان؛ نظافت و ایمان عضو جداناپذیری از یکدیگرند اشاره کرد. لذا در معماری بازار تعبیه تهویه مناسب بسیار مهم است. برای این منظور کانال هایی که در جداره دیواره های گود قرار گرفته اند هوا را با ملایمت به بیرون انتقال می دهند. هوا به شکل ملایمی توسط دریچه ها مکیده شده و به بیرون منتقل می شود و هوای تازه وارد فضا می شود (۱۶). همچنین با تعبیه حوض آب در بازارها از بروودت تبخیری استفاده می شده است.

### پرهیز از اسراف

در اسلام به ساده گرایی و پرهیز از اسراف تأکید بسیاری شده است به عنوان مثال می توان به حدیث رسول اکرم (ص): «هر کس ساختمانی به خاطر ریا و خودنمایی و فخر فروشی بسازد، در روز قیامت آن بنا در حالی که از آتش شعله ور است، از زمین هفتم به دوش می کشد، سپس آن بنای شعله ور به گردنش می پیچد و با او به قهر جهنم پیش می رود مگر آنکه توبه کند اشاره کرد. (۱۵) از این رو بازارهای سنتی در گذشته بسیار ساده بوده اند و عدم تجمل گرایی در کالبد آنها به وضوح دیده می شود، همچنین معمولاً از مصالح بومی مانند: آجر، خشت، گل، کاه گل و ... به عنوان مصالح یکسان در بازارها استفاده می شده است. قابل توجه است که با تکامل آثار معماری دوره های پیشین مانند شیوه طاق زنی و ساختن نورگیرها می توان از اسراف پرهیز کرد. (۳۲)

### آسودگی کاربران:

در اسلام همواره امر به معروف و نهی از منکر در همه مکان ها و زمان ها بسیار مهم بوده است. خداوند می فرماید: «كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ؛ شما بهترین امتی هستید که (برای اصلاح جوامع انسانی) پدیدار شده اید، به کار شایسته و پسندیده فرمان می دهید و از کار ناپسند و زشت بازمی دارید، و (از روی تحقیق، معرفت، صدق و اخلاص) به خدا ایمان می آورید. و اگر اهل کتاب ایمان می آوردند قطعاً برای آنان بهتر بود؛ برخی از آنان مؤمن (به قرآن و پیامبرند) و بیشترشان فاسقند.» (سوره آل عمران، آیه ۱۱۰). بر اساس امر به معروف و نهی از منکر نباید فضاهای تجاری همچون بازار رها شوند و همواره باید نظارتی بر روی آنها صورت گیرد به شکلی که با ایجاد فضایی امن آسودگی کاربران فراهم شود. همچنین با اختصاص دادن هر راسته بازار به یک کالای خاص و تفکیک راسته های پر سر و صدا از سایر راسته ها آسایش روانی خریداران را فراهم کرد. برای حفظ آسایش اقلیمی نیز نورگیر هایی در سقف تعبیه می شود که کار سایه انداز، نورگیری و تهویه را انجام می دهند (۳۲).

جدول ۳: اصول تعدیل ابعاد عملکردی-کالبدی بازار بر مبنای آموزه های اسلامی.

اصول	راهبردها	نتیجه و تاثیر	تصاویر بازار کرمان	تصاویر بازار سمنان
اصول سلسه ۱- سادگی و اعتدال ۲- پرهیز از اسراف	۱- حفظ سادگی و اعتدال در تشخص بخشی به کالبد مراکز تجاری و تزئین های جلب توجه کننده آن. ۲- جانمایی کاربری های تجاری دور از مسیرهای حرکت همیشگی و دسترسی به امکان مذهبی.	۱- از مضرات دنیاخواهی افراطی دور شدن ۲- توجه به بازار برای رفع نیاز		
اصول سلسه ۱- غفلت زدایی (عدم اجرای فضایی گپ) تعریف حداقل نقش تفریحی و فراغتی بازار (تشنه، گپ زدن، خوردن و ...)	ممانعت از طراحی و اجرای فضاهای پاتوق و تفریح و خوردنی ها و نوشیدنی های در معرض دید در مراکز تجاری	کم شدن بازار گردی های دنیاطلبانه و غفلت زا و مراجعه به بازار به منظور رفع نیازهای اقتصادی و نه تفریحی	 	 

اصول ایجابی		اصول ایجابی	
 	<p>ارزش های اسلامی زندگی در بازار به تحقق رسیدند.</p>	<p>تعبیه تهویه مناسب و ایجاد کانال هایی در جداره</p>	<p>طهارت و پاکیزگی در معماری بازار</p>
   	<p>۱- بعد فرهنگی تا حدودی از جذابیت مادی بازار می کاهد و در هیاهوی جلوات دنیایی انسان را به حقیقت وجودش باز می گرداند. ۲- اماکن تجاری به عنوان فضاهای تجاری صرف تلقی نشده و جنبه های فرهنگی و هنری نیز با آن ها ادغام می شوند.</p>	<p>۱- استفاده از نماد پردازی های معنا گرا و فرهنگی تاریخی در کالدهای تجاری. ۲- ترکیب کابری فرهنگی با کابری تجاری</p>	<p>نمادپردازی معناگرا</p>
   	<p>۱- غفلت زدایی و توجه به هدف زندگی ۲- معنا یافتن اشتغال و پرهیز از اوقات غفلت زا و طغیان گریه های آن در بازار ۳- تداوم ذکر و یاد خدا</p>	<p>۱- قرارگیری مسجد جامع در موقعیتی مرتبط با تجاری و مسکونی ۲- توجه به وجود مساجد به اندازه کافی در بازار و تشخیص آنها ۳- لحاظ کردن کالبد مناسب برای آنها ۴- هدایت نور طبیعی در قالب نورگیری های سقفی برای خلق محیطی آرامش بخش و بستری برای اندیشه ورزی</p>	<p>تجلی ذکر و یاد خدا در فضای بازار</p>
 	<p>ایجاد نوعی خود کنترلی و برقراری امنیت عمومی</p>	<p>دقت در مکان یابی فضاهای تجاری و جانمایی آنها در دل بافت شهری و مسیرهای پر رفت و آمد</p>	<p>آسودگی کاربران</p>

### نتیجه گیری

مقایسه این دو بازار این مدعا تأیید می شود که با وجود تفاوت هایی که دارند، در بسیاری موارد به یکدیگر شبیه هستند؛ دلیل بعضی تفاوت های موجود نیز به سبب تفاوت در کاربری آن ها و ویژگی های اقلیمی و فرهنگی دو منطقه است، که به بهترین شکل در طراحی نمود یافته است. از پژوهش فوق به این نتیجه دست می یابیم که با نگاهی به تفکیک عملکردی در گذشته، بازار، ترکیبی از کاربری ها و عملکردهای اجتماعی، خدماتی و اقتصادی بود که با ارجاع به تحولات و مدرنیزاسیون جامعه سنتی، عملکردهای اجتماعی در سطح بازار کاملاً از بین رفته است. این امر باعث شده است که بازاری با عملکرد چندگانه، در طول یک بازه زمانی، تبدیل به بازاری شود که کاربری آن صرفاً عرضه کالا است و در نتیجه عنصر قدرتمند اقتصادی و اجتماعی شهر افول کند. به منظور شناخت میزان اهمیت و رونق بازار در زمان های گذشته و ارتقای کیفیت معماری معاصر ایران بازخوانی اصول معماری و شهرسازی سنتی ایران کمک شایانی می کند. با بررسی

در بررسی عوامل و عناصر شکل دهنده بازارهای اسلامی به جرأت می توان گفت که فرم و شکل بازارهای ایرانی با توجه به اقلیم و فرهنگ و سازه معماری بنا از متناسب ترین گونه های بازارهای جهان می باشد، زیرا طراحی و ساخت آن ها به گونه ای پویا، قابل گسترش و متناسب با نیازهای موجود در جامعه صورت گرفته است. بازار سمنان به عنوان یکی از بزرگترین و مهم ترین بازارهای ایران و هسته مرکزی بافت با ارزش سمنان و مرکز ثقل فعالیت های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی آن در گذشته ای نه چندان دور، دارای رونقی بیش از حال حاضر بود. که قلمرو آن در تمدن اسلامی از مکان یا سازوکار مبادله فراتر می رود و به قطب اجتماعی و به نوعی مذهبی شهر نیز بدل می گردد. بازار شهر تاریخی کرمان نیز، خیابان اصلی بوده و به نوعی شاکله ی اصلی شهر را به وجود می آورد. با

### واژه نامه

1. Ethical patterns	الگوهای اخلاقی
2. Society	اجتماع
3. Abstinance of affectation	پرهیز از تظاهر
4. Social developments	تحولات اجتماعی
5. Ethical components	مؤلفه های اخلاقی
6. Ethical issues	مسائل اخلاقی
7. Avoiding futility	پرهیز از بیهودگی
8. Consistent communication	ارتباط منسجم
9. spirituality	معنویات
10. The central element	عنصر مرکزی
11. Islamic basics	مبانی اسلامی
12. Traditional markets of Iran	بازارهای سنتی ایران
13. Abbreviationism	اجمال گرایی
14. Negligence	غفلت
15. Islamic document	مستندات اسلامی

مستندات دینی مرتبط با مقوله اخلاق و شاخص های بازارهای سنتی به این نکته پی می بریم که حضور و اجتماع بی مورد و بی هدف در فضاهایی مانند بازار با ارزش و مبانی اسلامی مغایرت دارد و همچنین اصول سلیبی مبتنی بر مستندات اسلامی<sup>۱۵</sup> بر کاهش تشخیص و تفاخر فضا، تغییر الگوی اجتماعی فرهنگی و تفریحی بازارهای قبل از اسلام و انتقال این رفتارها به مسجد و میدان آن و یا درون خانه ها و نکوهش نشستن در بازار تأکید دارند. حکایت اصلی این اصول که در بازارهای سنتی ما به وضوح دیده می شود بر کارکرد اصلی بازار در تأمین مایحتاج ضروری مردم و پرهیز از تبدیل این فضاها به یک مکان تفریحی برای گذران وقت است.

### ملاحظه های اخلاقی

در این پژوهش مروری با معرفی منابع مورد استفاده، اصل اخلاق امانت داری علمی رعایت و حق معنوی مولفین آثار محترم شمرده شده است.

### References

- Sajadzadeh H, Etesamian R, Khazai L. (2015). The manifestation of the concept of introversion in Iranian markets. *Islamic Architecture Research Quarterly*; 8: 34-47. (In Persian).
- Ouria M. (2019). Sustainable urban features and their relation with environmental satisfaction in commercial public space: A public space. Cambridge: Cambridge University Press.
- Esmaili Sangari H, Omrani B. (2008). History and architecture of Tabriz market. 1<sup>st</sup> ed. Tabriz: Sotodeh Publication. (In Persian).
- Mehdinejad JA, Najari Nabi R. (2019). Evaluation of changes in the physical structure of ancient markets based on the role of the market in the urban space, a case study: Tabriz market. *Journal of Architectural Thought*; 3(6): 144-159. (In Persian).
- Rajabi A. (2007). Morphology of the market. 1<sup>st</sup> ed. Tehran: Agah publishing. (In Persian).
- Jahad Daneshgahi (2009). The Iranian market is an experience on the documentation of Iranian markets. Tehran: Campus of fine arts at the University of Tehran. (In Persian).
- Azimi Saghein A, Mehdizade jarjafki Z. (2019). Ancient indigenous and climatic patterns of Islamic Iranian architecture in the traditional market of Kerman. Tabriz: The 2<sup>nd</sup> Conference of Civil, Architecture and Urbanization of the Islamic Countries. (In Persian).
- Hashemi S, Abbasiazar S, Nejatian S. (2019). Investigating the evolution of bazaar architecture in an Islamic Iranian city antique bazaar to great bazaar. Tehran: 2<sup>nd</sup> International Civil Engineering Conference. (In Persian).
- Mehdizadeh Hakak AA. (2019). Cultural interpretation of bazaar in the field of Iranian architectural tradition. 3<sup>rd</sup> International Science and Engineering Congress. (In Persian).
- Kalantari H, Ghazizadeh R. (2019). A comparative study of Iranian market design principles with commercial complexes based on semiotics. Tehran: 3<sup>rd</sup> International Congress on Civil Engineering, Architecture and Contemporary Urbanism. (In Persian).
- Tabasi SMA, Khademzadeh MH. (2020). Recognizing the components of the market in the Iranian- Islamic. *Journals of Architectural Thought*; 4(7). (In Persian).
- Ghods H, Taherdoost mohammadi A. (2013). The concept of stillness in the Iranian market- a case study: reliance on the area in the historical market of Semnan city. Tabriz: International Civil Engineering Conference, Architecture and Sustainable Urban Development. (In Persian).
- Baghban MH. (2020). Reviewing the concept of verses on the tiling of the entrance of the covered market of Semnan city. Tehran: National Conference of Civil Engineering, Architecture and Sustainable Urban Development of Iran. (In Persian).
- Farahboud M. (2020). Rediscovering the structure of gheiseria Ibrahim khan market in Kerman. Tehran: 4<sup>th</sup> International conference of Civil, Architecture and Urban Management. (In Persian).
- Hayati H, Vasigh B, Madanzadeh SH. (2018). Manifestation of ethics components in the architecture of traditional houses in the warm and dry region of Iran. *Ethics in Science and Technology*; 13(4). (In Persian).
- Hayati H, Chaharlang A, Ameri M. (2020). Ethics and architecture of gymnasium. *Ethics in Science and Technology*; 15(1). (In Persian).
- Hakimi A. (2001). Life. Translated by Aram A. Tehran: Islamic Culture of Publication. (In Persian).
- Hamzehnejad M, Moenmehr S, Sadatjo P. (2014). Review of the sociability of commercial spaces in Islamic approach. Chapter of Islamic Iranian City Studies. (In Persian).
- Alameh Majlesi MB. (1987). Bahr al Anvar. 3<sup>rd</sup> ed. Tehran: Islamic Publisher.

20. Nahjol Balaghe. (1988). Exegesised by: Sheykh hor ameli MIH. 5<sup>th</sup> ed. Qom: Hijrat Publications.
21. Al Sheikhi SES. (1976). Al-Asnaf in the Al-Abasi era. Baghdad: Ministry of Media.
22. Raisi MM. (2016). An interdisciplinary analysis of the physical- spatial developments of iran's contemporary markets and commercial centers with an emphasis on religious texts. Quarterly Journal of Interdisciplinary Studies in Human Sciences. 8 (2): 99-118. (In Persian).
23. Adibsaberi F. (1985). Tehran market history. Tehran: Social Studies and Research of Tehran University Publication. (In Persian).
24. Najari Nabi R, mehdinejad JA. (2020). Evaluating the role of physical and functional factors in the sociability of Iran's traditional markets using the space syntax technique, a case study: Tabriz market. Bagh Nazar Scientific Journal; 17: 82-67. (In Persian).
25. Islamic encyclopedia Foundation. (1993). The great Islamic encyclopedia. 1<sup>st</sup> ed. Tehran: Bazar. (In Persian).
26. Soltanzadeh H. (2001). Iranian bazaars. Tehran: Cultural Research Office. (In Persian).
27. Kafai Shirazmanesh SH. (2003). Investigation of Imam Khomeini Street in Semnan and its impact on the historical texture of the city. Architecture and Culture; 13(47). (In Persian).
28. Poorahmad A. (1997). Geography and functions of Kerman market. Kerman: Kerman Studies Center. 65-69. (In Persian).
29. Lotfi M, Mirhosseini NA. (2018). The role of reviving the historical context of cities and its impact on sustainable urban development, a case study of the historical context of Kerman Bazaar. Kerman: International Congress of Engineering Sciences and Sustainable Urban Development. (In Persian).
30. Noghrekar A, Hamzehnejad M. (2008). An introduction to Islamic identity in architecture and urban planning. Tehran: Publications of the Ministry of Housing and Urban Development. (In Persian).
31. Ibn shubah harani HBA. (2003). Under the brains. Translated by Janati A. Tehran: Publications of Amirkabir.
32. Bemanian MR, Mahdavi Nejad MJ, Samadzade S, Poormand H. (2016). Investigating moral values in traditional architecture of desert cities in Iran Case study: Yazd city. (In Persian).