



بررسی نقش بازارهای سنتی در سازمان فضایی و ساختار کالبدی شهر ایرانی - اسلامی نمونه موردی: بازار سرشور مشهد

پریسا کوشا^۱

شهرداری مشهد، نهاد مطالعات و برنامه ریزی توسعه و عمران شهر مشهد

p.kousha@modares.ac.ir

چکیده:

یکی از فضاهای عمومی در شهرهای تاریخی ایران و شهرهای مسلمانان که یکی از وجوه مطلوب تعاملات اجتماعی در آنها رخ می دهد، بازار است که مفصل ارتباطی بناهای عمومی با فضای شهری است. این عرصه در کنار فعالیتهای تجاری و زندگی روزمره مردم، نقش به سزایی در فعال بودن فضای شهری دارد. بازار که از مهمترین فضاهای اجتماعی و شهری هر جامعه است، شبکه ای درهم تنیده از روابط اجتماعی و اقتصادی را در جوار بناهای عمومی دیگر شکل می داد و نقش تعیین کننده ای به عنوان عامل شکل دهی استخوانبندی و ساختار کالبدی شهر ایرانی اسلامی داشته است. بازار سنتی و قدیمی شهر مشهد به دلیل اقدامات صورت گرفته در پیرامون بافت مرکزی شهر مشهد و خیابان کشی های صورت گرفته در دوره پهلوی اول و دوم، به چند تکه تقسیم شده که بازار سرشور یکی از معدود بازمانده های این بازار به عنوان عنصری واجد ارزش است. هدف از این نوشتار تبیین نقش بازارهای سنتی در ساختار شهرهای ایرانی اسلامی و به طور خاص نقش بازار سرشور به عنوان بخشی از بازار قدیمی مشهد، در استخوانبندی شهری و سازمان فضایی است. بدیهی است حفظ حیات این عنصر مهم شهری در طول قرون گذشته، نشان از اهمیت بالای کارکردی و اجتماعی و اقتصادی آن داشته است. لذا در این پژوهش در گام نخست به ارائه مفاهیم نظری در ارتباط با عنصر بازار و جایگاه آن در سازمان فضایی شهر به عنوان یک فضای شهری پرداخته و سپس به بررسی نقش بازار سرشور در ساختار کالبدی و سازمان فضایی شهر مشهد می پردازیم.

واژه های کلیدی: بازار سنتی، فضای شهری، سازمان فضایی

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی شهری دانشگاه تربیت مدرس تهران



۱- مقدمه

بازار به مثابه عنصر و جزء اصلی شهرهای ایرانی و اسلامی، از یک سو یکی از شاخص های اعتبار شهر در دوران تاریخی بوده و از سوی دیگر یکی از مشخصه های شهر شرق اسلامی شمرده شده است. از این رو، در نظریه پردازی درباره شهرهای اسلامی این عنصر مورد توجه و تاکید خاص بوده است. بر اساس جمع بندی مدل های جغرافی دانان در مورد کارکردهای اصلی و ویژگی های اساسی شهر سنتی شرق اسلامی، بازار و سلسله مراتبی از بازار (همراه با مسجد آدینه) به مثابه قلب و هسته اقتصادی شهر و وجود سلسله مراتب بازرگانی و پیشه وری در درون بازار از مشخصه های بارز و جدایی ناپذیر شهرهای اسلامی از جمله ایرانی بوده است (ایراندوست ۱۳۹۰: ۶).

بازارهای سنتی ایران با سابقه کهن خود در کنار جنبه اقتصادی از نقش فعال اجتماعی نیز برخوردار بوده اند و در بسیاری از شهرهای کشورمان می توانیم همجواری عناصر شاخص مذهبی و فرهنگی را با بافت بازار مشاهده کنیم. به این صورت که بازار به صورت همزمان یک محور مهم ارتباطی، اقتصادی و فرهنگی شهر بود و نقش و منزلت مهمی در حیات اجتماعی شهر داشت (سلطان زاده ۱۳۶۶: ۳۸۳).

در شهر جدید و تحولات پس از ورود سرمایه داری به این شهر ها نیز، بازار سنتی و جدید در حقیقت بخشی از دوگانگی همیشه مطرحی است که برخی شهرشناسان برای شهرهای اسلامی شرقی و میان مدینه و شهر جدید برشمرده اند. در پژوهش های شهری معاصر، بازار از دیدگاه های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است؛ حوزه شهرسازی و معماری، جغرافیایی، اقتصادی و اجتماعی و پژوهش هایی از این جمله موارد است که در آن ها اهمیت و ارزش بازار در شهرهای ایران دوران های گوناگون تاریخی و شهرنشینی تاکید شده است. از جنبه کارکردی نیز بازار همواره به عنوان یکی از عناصر عمده مورد توجه شهرشناسان غربی بوده است (ایراندوست ۱۳۹۰: ۶).

طی تحولات اخیر در اقتصاد شهری به فراخور تحولات در اقتصاد ملی و جهانی، بازار های سنتی به عنوان عنصری از سازمان فضایی شهر تحت تاثیر تغییرات عمده قرار گرفته اند. این تاثیرات بیش از همه متأثر از ورود لوازم حمل و نقل موتوری، نحوه دسترسی، نیازهای جدید شهروندان به کالا و خدمات و نیاز مبرم به فضاهایی بود که بتواند انطباق لازم را با نقش های جدید برقرار نماید. لیکن آنچه نمود پیدا کرده است، شرایطی نه چندان مطلوب به لحاظ کالبدی و کارکردی در این بخش از شهرها بود که گاهی به متروک شدن کامل این مجموعه وسیع شهری (بازارهای سنتی) انجامیده است (قاسمی ۱۳۸۸: ۴۶).



۲- بازار به مثابه فضای شهری

یکی از نمونه های خوب فضای شهری، در شهرهای تاریخی ایران، بازار است. بازار به عنوان صحنه ی حضور نیروهای گوناگون، می تواند یک فضای شهری کامل محسوب شود. حجره و تیمچه و راسته، محل حضور نیروی اقتصادی بوده و از دیگر سو، با حضور عناصری همچون گرمابه، مسجد و مدرسه، بستر برای حضور نیروهای اجتماعی فراهم بوده است. به واسطه حضور قوی دولت به عنوان صاحب سرمایه و ناظر بر تنسيق امور، نیروی سیاسی نیز در این مکان حضور داشته است. شهروندان زیادی نیز به این فضا رفت و آمد داشته و به نوعی، محل دیدار برنامه ریزی نشده بوده است و همه این عوامل به شکل گیری یک هویت محلی قوی کمک می نموده است. راسته های بازار تا اندازه ای نقش معبر را برای دسترسی های همجوار داشته است. به همین دلیل، می توان بازار را نمونه ای موفق از فضای شهری دانست (سلطانی ۱۳۸۹: ۱۲۸).

در شهرهای قدیم ایران، بازار مهم ترین محور ارتباطی شهر بود که علاوه بر مبادله کالا و سرمایه، بیشترین حجم اطلاعات و اخبار نیز در آن مبادله می شد و یا توسط حکومت به اطلاع مردم می رسید. با توجه به اینکه اطلاع رسانی در شهرهای قدیمی به صورت شفاهی انجام می گرفت مهم ترین اخبار در بازار؛ عمومی ترین فضای شهر، توسط جارچی ها، به اطلاع مردم می رسید. کارکرد اجتماعی دیگر بازار، استقبال عمومی مردم از افراد مهم و میهمانان عالی مقام بود. مهمانان پس از وارد شدن به شهر از راسته های اصلی بازار عبور کرده و مورد استقبال مردم قرار می گرفتند. به هنگام جشن های ملی و مذهبی، بازار مهم ترین مکان برگزاری این جشن ها به شمار می رفت و مردم با آذین بندی و چراغانی بازارها به استقبال این جشن های آیینی می رفتند. علاوه بر این در بسیاری از بازارها مسابقات ورزشی از جمله کشتی و ورزش های پهلوانی انجام می گرفت. از دیگر کارکردهای اجتماعی مهم بازار می توان به برگزاری مراسم عزاداری و سوگواری در ماه محرم اشاره کرد. معمولاً هر یک از اصناف مراسم جداگانه ای برگزار می کردند و اغلب در بهتر برگزاری آن با یکدیگر رقابت می کردند. سوگواری به مناسبت های دیگر، از جمله درگذشت علمای برجسته دینی و بزرگان نامدار شهر نیز برگزار می شد (سلطان زاده ۱۳۸۰: ۸۴).



۳- بازار در سازمان فضایی شهر ایرانی - اسلامی

شهرهای اسلامی موضوع بسیاری از مطالعات در چند دهه گذشته بوده است. این شهرها معمولاً به عنوان شهرهایی اندام وار، بدون نظم و قاعده، با معابری پر پیچ و خم، بدون میدان های شکل یافته و طراحی شده، بدون توجه به هندسه و با نفعی قواعد شهری معرفی شده اند. درحالیکه ممکن است این وصف درباره بعضی از شهرهای اسلامی منصفانه باشد، اما تا زمانی که آن را در یک زمینه وسیعتر تاریخی بررسی نکرده ایم، نمی توان این نکات را تصدیق کرد.

در سرزمین های اسلامی، شهر اسلامی، مجموعه ای است از محله های متجانس و همگن که براساس رابطه ها، تناسب ها، شکل و وابستگی های قومی، مذهبی، حرفه ای یا سرزمینی در مکانی مشخص مجتمع شده و هویت و اصالت خود را سال ها به همین صورت نگاه داشته اند.

شهرهای جهان اسلام از لحاظ ساختمان کلی، شکل و معماری در موارد بسیاری شبیه یکدیگرند و با مساجد، گل دسته ها، مناره ها، نقش قبله در ایجاد مکان ها، بازارها، محله ها، واحدهای همسایگی، تکیه ها، مدرسه های دینی و ... قابل شناسایی و بررسی هستند. به علاوه شهرهای اسلامی، به جز چندتایی در میان دیوارهای بلند محصور بودند و شکل نقشه زمینی آن ها، بیشتر مستطیلی بود. یکی از ویژگی های مهم شهرهای اسلامی جدایی ناحیه مسکونی و تجاری بود. مرکز محله تجاری، به طور معمول، مسجد جامع یا مسجد جمعه بود که به نوبه خود بر نظام بسیاری از فعالیت های محیط اطراف تاثیر می گذاشت و همیشه مدرسه ای کنار آن قرار داشت. در نزدیکی آن پیشه ورانی برای تامین نیازهای مسجد و مدرسه به کار و کسب هایی همچون صحافی، کتاب فروشی، تزیین چرم و غیره اشتغال داشتند.

بررسی ساختار و سازمان فضایی شهرهای کهن ایرانی در موارد متعدد حاکی از وجود نظامی استوار در سازمان فضایی و عملکردی این شهرهاست. اغلب قریب به اتفاق شهرهای ایران دارای استخوانبندی مشخص از عناصر و عملکردهای اصلی شهری مانند بازار، مسجد جامع، مدارس و ... بوده اند. مشخصات کالبدی سیر تحول و توسعه استخوانبندی اصلی شهرهای ایرانی تا دوران معاصر عمدتاً در هماهنگی با رشد شهر قرار داشتند، یکپارچگی عناصر و فضاهای متعلق به این مجموعه و هویت ویژه آنها شایان توجه است (حمیدی ۱۳۷۶: ۵۷).

شهر ایرانی با تمام اصالت خود عنصری به نام بازار را از گذشته دور تا به امروز داشته و به نوعی ماندگاری بازار با وجود تمام تغییرات در طی زمان خود اشاره به وجود منطق اجتماعی در این فضا دارد. به عبارت دیگر این ارتباطات فضایی نه تنها شامل استفاده تجاری بازار است بلکه به مسائل اجتماعی مربوط می شود که ابزاری برای شناخت و تداوم هویت های فرهنگی و ایجاد حس تعلق است. هدفمند بودن



فضای بازار باعث شده است که رابطه ای خاص میان عملکرد و معنی اجتماعی در شهرها ایجاد شود (عباس زادگان، ۱۳۸۸: ۲۷).

در کالبد بازار، فضاهای متنوع و گوناگونی حضور دارند از جمله مساجد، تکایا، کاخ ها، کاروانسراها، مراکز دینی، مدارس، کتابخانه ها، سقاخانه ها، قلاع و استحکامات دفاعی. علاوه بر این ها، فضاهای دیگری چون قهوه خانه، حمام و در برخی بازارها بیمارستان در بازار استقرار یافته اند. عنصر بازار تنها وجه مشخصه یا خصیصه اصلی و بهترین معیار اصالت شهرهای شرق اسلام است.

بازارها عموماً به وسیله معابر اصلی به دروازه های شهر وصل شده و در فاصله بین دروازه های شهر و بازار، محلات مسکونی استقرار یافته اند. مجموعه بازار همانند ستون فقراتی در درون بافت ارگانیک شهر ریشه دوانده است، ضمن اینکه انشعابات فرعی بازار در امتداد راسته های اصلی گسترده شده و تا دروازه های شهر رسیده است. بدین ترتیب بازار نظام حیات شهری را تغذیه کرده و تداوم می بخشد.

بازار بخشی از منطقه مرکزی شهر است که از خیابان ها و شبکه راه های متعددی تشکیل می شود. از طرفی به کمک راه هایی با بخش های دیگر شهر و از طرف دیگر به حومه آن ارتباط دارد. بازار بخشی از شهر است که نقش مرکزی را ایفا می کند و ارکان بسته ای است که با هم گره خورده است. دو طرف معبر بازار دارای دکان های به هم پیوسته است (شفقی ۱۳۸۰: ۷۵).

مطالعه مکان جغرافیایی بازار در شهرهای اسلامی - شرقی نشان دهنده این واقعیت است که بازار شهرهای این منطقه، دارای محور خاص جغرافیایی است بطوری که محور اصلی ارتباطی با نقاط مهم شهری را می توان به خوبی مشاهده کرد. گسترش طولی بازارها بسیار متفاوت است. مکان تجاری آن که مسقف است در بیشتر کشورهای اسلامی به جز ایران بین ۲۰۰ تا ۵۰۰ متر طول دارد، در حالی که طول بازارهای ایران بیشتر است.

مغازه های محورهای اصلی بازار یک طبقه است، البته استثنایی نیز در بازارها دیده می شود. از محور اصلی بازار، شبکه های فرعی متعددی منشعب می شود که دارای طول و عرض مختلف است و بیشتر یک طبقه و دارای عرض باریکی است. سبک معماری بعضی از بازارهای شهرها بی نظیر و درخور اهمیت است، به طوری که جزء شاهکارهای معماری به حساب می آید مانند بازار اصفهان، تبریز، استانبول و حلب (شفقی ۱۳۸۰: ۷۶).

شبکه بازار که در حقیقت معابر عمومی مردم اند، گاهی به صورت محل نمایش کالاهای فروشی درآمده و در واقع سد معبر ایجاد می کنند. این عمل کم و بیش در بیشتر بازارهای منطقه اسلامی دیده می شود. سفرنامه هایی که از قرون گذشته به یادگار مانده، نشان دهنده این حقیقت است که بیشتر بازارهای



فعلی از نظر ساختاری و حرکات اقتصادی با بازارهای گذشته شباهت کلی دارد و می توان گفت که نسبت به دیگر بخش های شهری نفوذ تمدن و فرهنگ غربی در آنها کمتر بوده است. (شفقی ۱۳۸۰: ۸۴).

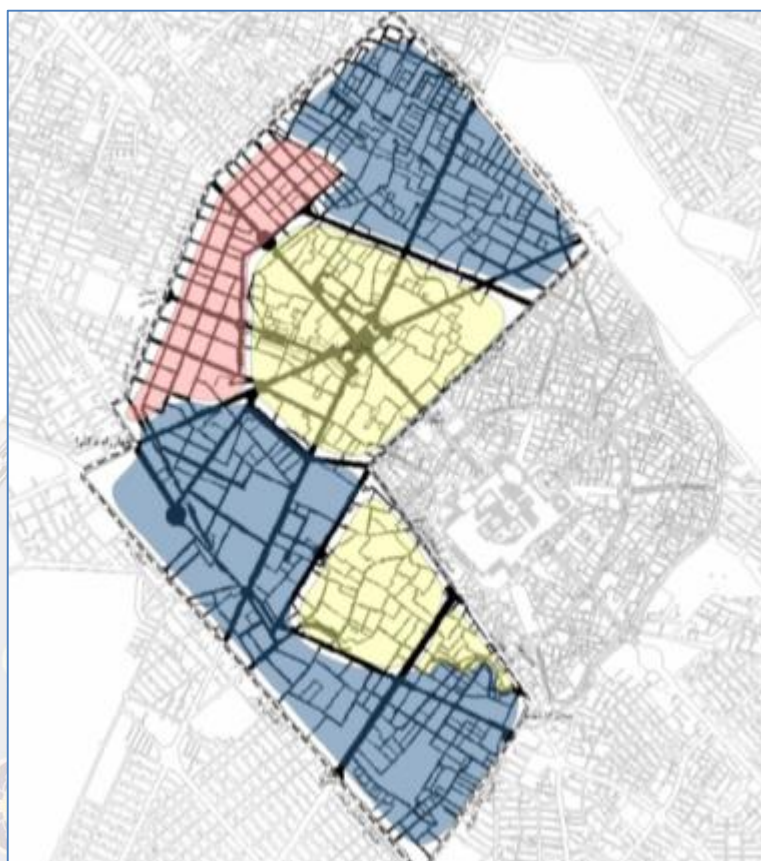
امروزه با دادن کاربری های جدید به این بناها در حفظ کالبد با ارزش تلاش می نمایم. واقعیت این است که بازارهای سنتی جزئی از معدود گونه های معماری و شهرسازی سنتی هستند که علی رغم تمام تغییرات به واسطه انعطاف پذیری به مثال خود، همچنان عملکرد اصلی خود را حفظ نموده و به حیات خود ادامه می دهند. انعطاف در عملکرد را، حتی در اجزاء بازار نیز می توان دید. کلیت کالبدی و معماری حجره ها یکسان می باشد ولی به تناسب کاربری که برای آن مورد استفاده قرار می گیرند، تغییراتی در آن ها ایجاد می شود، به طور مثال با همین کلیت یکسان تفاوت هایی میان کاربری هایی مانند قصابی، نانواپی، طلا فروشی وجود دارد. امروزه کاربری های خدماتی مانند بانک نیز داخل بازار به چشم می خورد و همین چند عملکردی بودن و اختلاط کاربری ها در بازار از ویژگی هایی بوده که باعث شده بازار حیات خود را با گذر زمان حفظ کند (محمد مرادی ۱۳۸۹: ۱۶۲).

۴- بررسی نمونه موردی

۴-۱- تاریخچه محله و بازار سرشور

هسته اولیه شهر مشهد به تدریج از به هم پیوستن سه کانون یعنی شهرک نوغان، قریه سناباد و مجموعه حرم مطهر حضرت رضا (ع) به وجود آمده است.

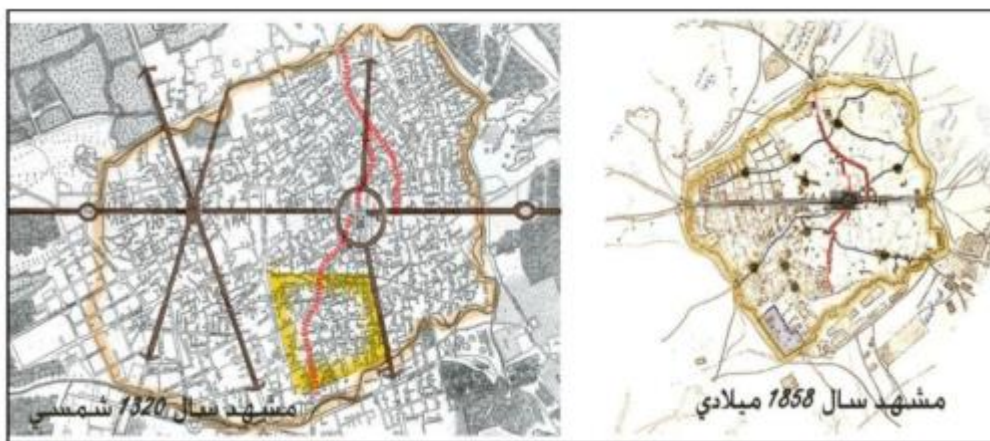
همزمان با رشد تدریجی شهر مسیر راههای کاروانی منتهی به حرم به ویژه دروازه قوچان در شمال غربی و پایین خیابان در شرق نیز اشغال شد و در نتیجه پتانسیل کانونهای نوغان و سناباد در مقایسه با هسته زیارتی کاهش و رشد فیزیکی شهر تحت تاثیر کانون مذهبی و راههای کاروان رو قرار گرفت. در واقع محورهای ارتباطی همزمان نقش های اقتصادی و عبوری را ایفا می کردند این وضعیت در دوره شاه عباس کبیر به منتهی درجه رسید و خیابان بالا خیابان (حرم تا دروازه قوچان) و پایین خیابان (حرم تا پنج راه ته خیابان) تعریض گردیدند و به تدریج محلات شهر در پیرامون کانونهای اولیه (نوغان و سناباد)، دروازه های شهر و مسیرهای ارتباطی شکل گرفت.



شکل ۱- نقشه محلات حوزه مرکزی شهر مشهد و جایگاه محله

سرشور در حوزه

زین العابدین ابن محمد ولی میرزا که در زمان ناصر الدین شاه قاجار و حکمرانی رکن الدوله به مشهد آمده و سکنه رضوی را سر شماری کرده از ۶ محله به اسامی سراب، سرشور، عیدگاه، پایین خیابان، نوغان و بالا خیابان نام برده است. محله سرشور (بازار سرشور) بازاری به نام سرشور در بافت قدیمی مشهد وجود داشته، "محله سرشور" نیز یکی از قدیمی ترین محلات مشهد، شامل همین بازار بوده است. روایت متنوعی راجع به وجه تسمیه این محله و بازار وجود دارد. احتمال می رود نام بازار سرشور از کوچه شور که یکی از کوچه های قدیمی مشهد بوده، برآمده باشد و محله سرشور نیز نام خود را از بازار سرشور گرفته. در جای دیگری آمده است، دسته عزادار، قمه زن یا دست تیغ زنها یا دست خونی در ایام عزاداری در مسیر خود به سمت حرم به دلیل خون آلود بودن قبل از ورود به صحن در حمام های واقع در بازار شامل "حمام سر سوق" (یا سر شور)، "حمام شاه"، "حمام سالار بهادر" و "حمام بیگلر بیگی"، غسل میکردند و پس از طهارت، راه خود را از طریق بازار زنجیر به سمت صحن عتیق ادامه می دادند و نام سرشور از آنجا است.



شکل ۲- نقشه تاریخی شهر مشهد و جایگاه بازار قدیمی مشهد و محله سرشور در سال ۱۳۲۰

مستندات و مدارک تصویری باقیمانده از شهر کهن مشهد مربوط به دوره قاجار است که با توجه به تصویر شماره ۲ محله در قرن ۱۹ میلادی وجود نداشته و تنها بازار سرشور کنونی بخشی از بازار بزرگ شهر در آن دوران بوده است و در نقشه مشهد در سال ۱۳۲۰ شمسی است که وجود محله قدیمی سرشور در مجاور بازار زنجیری شهر مشخص می باشد.

۲-۴- موقعیت مکانی بازار سرشور

محله سرشور در ضلع جنوب غربی مجموعه حرم مطهر امام رضا (ع) است که لحاظ موقعیت قرارگیری در شرایط مناسب مکانی قرار دارد. بلوار امام رضا که از محورهای مهم به حساب می آید از شرق محله عبور می کند و محله از شمال به خیابان خسروی نو و از جنوب به خیابان دانش و از سمت غرب توسط خیابان آخوند خراسانی محدود شده است. همچنین میدان آب در شمال شرقی و میدان گنبد سبز در غرب محله از گره های با هویت تاریخی - فرهنگی مجاور با محله می باشند.

۳-۴- تحلیل فضایی بازار سرشور

با توجه به اینکه حوزه مرکزی شهر مشهد از هسته های اولیه شکل گیری شهر است، دارای بافت ارگانیک بخصوص در قسمت اطراف حرم مطهر می باشد و یکی از خصوصیات بافت های ارگانیک، پر پیچ و خم بودن مسیرهای ارتباطی است که سکانس های پویا برای ناظر ایجاد می کند.



شکل ۳- نقشه محورهای اطراف محله سرشور و موقعیت بازار سرشور در محدوده

یکی از سکانس های حرکتی که درون بافت ایجاد شده بازار سرشور است. این بازار از خیابان دانش آغاز شده و ناظر در این فضا با حرکت درون بافت، اقامتی های موجود را مشاهده می کند و با پیچ و خم هایی خرده تجاری های نزدیک حرم را تجربه می کند و سپس در انتها در تضادی شدید، دید آنی به سمت حرم بر روی او گشوده می شود. علاوه بر آن با توجه به قدمت و هویت، بازار سرشور چهره متفاوتی در روزهای خاص سال از جمله ماه محرم دارد. بطوریکه با حرکت از سمت خیابان اندرزگو به داخل بازار سرشور تصاویر صفحه مقابل قابل مشاهده است. با حرکت در فضاهای شهری و به خصوص فضاهای باریک محوری، گاه با گشایش های فضایی روبرو می شویم که این فضاها با تغییر در حالت فضایی، دید را از حالت خطی به دید گسترده تبدیل می کند



شکل ۴- تصویر دیدهای متوالی از بازار سرشور



بافت محله سرشور مشهد جزء دسته ای از مناطق پرجنب و جوش شهر است که علیرغم قدمت زیاد آن، به دلیل مجاورت مکانی با مجموعه حرم مطهر دارای سطح فعالیتی بسیار بالایی می باشد. به عبارتی پتانسیل های اقتصادی نهفته در بافت محله منجر به نوسازی خودجوش از سوی ساکنین و سرمایه گزاران گشته است. در هنگام ورود به بازارچه سرشور با انبوهی از فعالیت های تجاری و خدماتی روبرو می شویم. علاوه بر این انحناء مسیر و باریک شدن فضای محور در بازارچه کیفیت دید پی در پی و متوالی را سبب می شود. مجموعه مذکور به لحاظ کالبدی و نوع جرم گذاری خود را به لبه خیابان سرشور تنظیم نموده است ولی با افزایش ارتفاع در عمق پلاک به صورت یک عنصر شاخص، از دیگر نقاط بافت قابل رویت است.

۵- نتیجه گیری

نتایج حاصل از این نوشتار حاکی از آن است که بازارهای سنتی دارای جایگاه منحصر به فردی در ساختار شهر های ایرانی - اسلامی می باشند. آنچه که در این میان توجه ویژه ای را می طلبد، استفاده از ویژگی های این عملکرد مهم شهری در خلق فضاهای جدید شهری است. توجه و بررسی ویژگی های آنها نشانگر آن است که بسیاری از خصوصیات فضاهای به دست آمده از آنها، ویژگی هایی هستند که در طراحی فضاهای شهری جدید به دنبال ایجاد آن هستیم، ویژگی هایی همچون جذب بالای مخاطب، ایجاد فضاهایی جهت تعاملات اجتماعی و فرهنگی، فعال بودن و سرزندگی کلیه فضاها، ایجاد حس تعلق در افراد و تنوع فضایی.

دخل و تصرفات کالبدی و عملکردهای جدید که به بازارهای سنتی وارد شده است نشانگر نیاز به تجدید ساختار این عنصر ارزشمند با توجه به نیازهای امروزی در کنار حفظ ارزش های اجتماعی و کالبدی و اقتصادی آن است. نکته دیگری که از دید صاحب نظران و طراحان نیاز به مذاقه دارد، توجه به این موضوع است که با ورود عناصر جدید شهری (همچون خیابان کشی های دوران پهلوی) ساختار شهرها دستخوش تغییرات جدی شده و بر نقش سایر عناصر و فضاهای شهری تاثیر می گذارد بنابراین تصمیم سازان و تصمیم گیران می بایست قبل از انجام اینگونه تغییرات به بررسی اثرات اینگونه تصمیمات بر سایر عملکردها و عناصر مهم شهری بپردازند چرا که با تحول عناصر اصلی تشکیل دهنده سازمان فضایی شهر، تغییرات چشمگیری بر کلیت پیکره شهر بروز می کند.



۶- مراجع

۱. ایراندوست، کیومرث، بهمنی اورمانی، آرمان، (۱۳۹۰)، «تحولات بازارهای سنتی در شهرهای ایران»، فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی، شماره پنجم
۲. الصیاد، نزار، سلطان زاده، حسین، (۱۳۸۴)، «تهیه الگو از ساختار شهرهای سنتی اسلامی»، مجله تحقیقات اسلامی، شماره ۱ و ۲
۳. حمیدی، ملیحه، (۱۳۷۶)، «استخوانبندی شهر تهران»، سازمان مشاور فنی و مهندسی شهر تهران
۴. سلطان زاده، حسین، (۱۳۶۲)، «روند شکل گیری شهر و مراکز مذهبی در ایران»، نشر آگاه
۵. شفقی، سیروس، (۱۳۷۸)، «نقش بازار در ساختار شهر اسلامی»، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۵۵ و ۵۶
۶. عباس زادگان، مصطفی، آذری، عباس، (۱۳۸۸)، «بررسی نقش فضایی بازار در ساختار شهرهای ایرانی»، فصلنامه آبادی، شماره ۶۴، معاونت شهرسازی و معماری وزارت راه و شهرسازی
۷. عرفانیان سلیم، منا، اصغرزاده، آزاده، (۱۳۹۲)، «بازشناسی جایگاه بازار سرشور در ساختار کنونی شهر مشهد»، فصلنامه هفت شهر، شماره ۴۳-۴۴، صفحه ۱۷-۲۹
۸. قاسمی، محسن، نوروزی، ملیحه، (۱۳۸۸)، «تحولات کالبدی-کارکردی بازار قلعه محمود کرمان»، فصلنامه آبادی، شماره ۶۴، معاونت شهرسازی و معماری وزارت راه و شهرسازی
۹. محمد مرادی، اصغر، بهمنی اسکویی، فرشته، (۱۳۸۹)، «بازار سنتی؛ تبلور آرمان های شهرسازی معاصر»، فصلنامه طراح، شماره ۲