

Research Paper

Evaluating the Function of Historical Bazaars in Iranian-Islamic Cities (Case Study: Historical Bazaar of Ardabil City)

Ghader Ahmadi*¹ , Hamid Ghaffari² , Mohammadhosein Pourhasanzadeh³ 

¹ Assistant Professor of Urban Planning, Faculty of Architecture, University of Urmia, Urmia, Iran.

² MA of Urban Planning, Faculty of Architecture, Urban & Art, University of Urmia, Urmia, Iran.

³ MA of Urban Planning, Faculty of Architecture, University of Urmia, Urmia, Iran.



10.22080/usfs.2020.18418.1952

Received:

March 22, 2020

Accepted:

August 18, 2020

Available online:

February 2, 2021

Keywords:

Function, Historical Bazaar, Iranian-Islamic, Ardabil

Abstract

Historical Bazaars as the backbone and heart of the city are the most important public spaces in Iranian-Islamic cities that have long played a significant role in the life of urban communities with their physical, economic, social and cultural functions. The historical Bazaar of Ardabil city is one of the most important historical Bazaars whose various functions have made it a vibrant hub with a strong centrality. Despite its ups and downs throughout history, and the physical changes of Ardabil city notwithstanding, it has managed to maintain its functions. The main purpose of this research is to identify the most important functions of the historical Bazaar of Ardabil city and analyze their significance. The research is applied in terms of purpose and its research method is descriptive-analytical. In order to collect data, library-documentary and field studies in the form of observations, questionnaire tools and opinions of relevant experts on the subject have been used to achieve the objectives of the research. Data were analyzed using the Dematel and the Analytical Network Process (ANP) models. The research findings show that the functions of "Arousing a sense of belonging and attachment in users", "Presence of different social strata" and "Business activities of different Asnaf (guilds)", respectively, with significance coefficients of 0.668, 0.536 and 0.493 are the most important functions of Ardabil historical Bazaar.

Extended Abstract

1. Introduction

Today, the Bazaar is one of the most important urban public spaces of the past and the greatest achievement of Islamic civilization in Islamic countries, especially in Iran, which has a special place and

importance in cities. Traditional Iranian Bazaars have an active social role alongside the economic aspect, and in many cities of our country we can see the proximity of religious and cultural elements to the Bazaar texture. The Historic Bazaar of Ardabil, known as the Rasteh Bazaar or "Gheysarieh", was founded in the 6th century AD and is located in the ancient center of Ardabil City.

*Corresponding Author: Ghader Ahmadi

Address: Department of Urban Planning, Faculty of Architecture, University of Urmia, Urmia, Iran

Email: gh.ahmadi@urmia.ac.ir

Tel: 09122149932

The Rasteh Bazaar with its ancient history, has been the center of trade and the heart of the city, and it's one of the most important markets for providing to the needs of the city. So that the newly established markets, malls and shops have not been able to reduce its dynamics. In addition to its economic role and function, other functions of this Bazaar, including social, physical and cultural-religious, have played an important role in enhancing this historical Rasteh and added to its value and importance. Due to the mentioned content and importance of the subject, the purpose of this study is to identify the historical Bazaar functions of Ardabil city and analyze their significance and it seeks to answer the question of what are the most important functions of the historical Bazaar in Ardabil and what is the relationship between these functions?

2. Research Methodology

The present study is an applied research and is a descriptive-analytic one in terms of research method. The method of data collection is based on library and field studies. In this study, first, the research components and indicators in the field of historical Bazaars were drafted and then by designing two types of questionnaires and using the opinions of 20 experts related to the subject, the evaluation of historical Bazaar functions in Ardebil was investigated; Thus, using the Dematel model the internal and external dependencies of the extracted functions were determined and in the second step, the historical Bazaar functions of Ardabil city were weighted using ANP model and Super Decisions software and the importance of any of them were determined.

3. Research Findings

According to the analysis of the degree of effective and influence of the functions on each other, the functions of "High permeability", "Supplier of municipal and regional goods and services" and "Place of a particular type of goods and services", respectively, with the impact degree of 0.498, 0.456 and 0.411, were the most effective functions and the "Presence of

different social strata", "Organizing charitable activities" and "The holding religious and national ceremonies", respectively, with the impact degree of -1.07, -0.71 and -0.46 are the most influential functions of Ardabil's historical Bazaar. In the fourth and final step of the model, the graph of the relations of the effects of the functions is drawn and the relationships of all the functions are specified. In the second step of the research, the importance of the functions by comparing them binary in the paired questionnaire for the ANP model and the use of Super Decisions software.

4. Conclusion

The results showed, in the economic dimension "Business activities of different Asnaf (guilds)", in the social dimension "Presence of different social strata", in the physical dimension "Stimulating a sense of belonging and attachment in users", and in the religious-cultural dimension "The holding religious and national ceremonies" are the most important functions of this historical Bazaar.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the persons for scientific consulting in this paper.

علمی پژوهشی

ارزیابی عملکرد بازارهای تاریخی در شهرهای ایرانی- اسلامی (مطالعه موردی: بازار تاریخی شهر اردبیل)

دکتر قادر احمدی*^۱ ID، حمید غفاری^۲ ID، محمدحسین پورحسنزاده^۳ ID

^۱ استادیار گروه شهرسازی، دانشکده معماری، شهرسازی و هنر، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.
^۲ کارشناس ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشکده معماری، شهرسازی و هنر، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.
^۳ کارشناس ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشکده معماری، شهرسازی و هنر، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.



10.22080/usfs.2020.18418.1952

چکیده

بازارهای تاریخی به‌عنوان ستون فقرات و قلب تپنده شهر از مهم‌ترین فضاهای عمومی در شهرهای ایرانی- اسلامی هستند که از دیرباز تاکنون با عملکردهای کالبدی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود نقش بسزایی در حیات بخشی به جوامع شهری ایفا نموده‌اند. بازار تاریخی شهر اردبیل از جمله مهم‌ترین بازارهای تاریخی است که عملکردهای مختلف این بازار، آن را به یک کانون پر جنب و جوش با مرکزیت قوی تبدیل کرده است و با وجود اینکه در طول تاریخ پرفراز و نشیب خود دچار تحولاتی شده و همچنین علی‌رغم تغییرات کالبدی شهر اردبیل، توانسته عملکردهای خود را حفظ کند. هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی مهم‌ترین عملکردهای بازار تاریخی شهر اردبیل و تحلیل اهمیت آن‌ها است. پژوهش از نظر هدف کاربردی بوده و روش تحقیق آن توصیفی- تحلیلی است. جهت گردآوری داده‌ها از مطالعات کتابخانه‌ای- اسنادی و میدانی در قالب مشاهده، ابزار پرسش‌نامه و نظرات کارشناسان ذی‌ربط با موضوع برای رسیدن به اهداف پژوهش بهره گرفته شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات تحقیق با استفاده از مدل دیمتل (Dematel) و فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP) انجام شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد عملکردهای «برانگیختن حس تعلق و دلبستگی در استفاده‌کنندگان»، «حضور طبقات و قشرهای اجتماعی گوناگون» و «فعالیت‌های تجاری اصناف مختلف» به ترتیب با ضرایب اهمیت ۰/۶۶۸، ۰/۵۳۶ و ۰/۴۹۳ مهم‌ترین عملکردهای بازار تاریخی اردبیل هستند.

تاریخ دریافت:

۳ فروردین ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش:

۲۸ مرداد ۱۳۹۹

تاریخ انتشار:

۵ اسفند ۱۳۹۹

کلیدواژه‌ها:

عملکرد، بازار تاریخی، ایرانی- اسلامی، اردبیل.

* نویسنده مسئول: دکتر قادر احمدی

آدرس: گروه شهرسازی، دانشکده معماری، شهرسازی و هنر، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.

ایمیل: gh.ahmadi@urmia.ac.ir
تلفن: ۰۹۱۲۲۱۴۹۹۳۲

۱ مقدمه

محور مهم ارتباطی، اقتصادی و فرهنگی شهر است و نقش و منزلت مهمی در حیات اجتماعی شهر دارد (کوشا^۳، ۲۰۱۴: ۲). در واقع می‌توان بازار را سمبل و نمادی از هم‌بستگی، هم‌فکری و هم‌آوایی جمعی به حساب آورد. از مهم‌ترین ویژگی‌های درون‌مجموعه‌ای بازار، تشکیل تشکلهای صنفی، سیاسی و اجتماعی است که احتمالاً می‌توان این تشکلهای پایه‌گذار تشکیل نهادهای مدنی در جامعه دانست. بدین ترتیب، بازار مهم‌ترین عنصر تشکیل‌دهنده شهر، چه در فضایی سیاسی اقتصادی و چه در فضایی اجتماعی فرهنگی و چه اقتصادی مذهبی است و نتیجه خواسته‌ها و اهداف آن نیز بر چهره و اندام کالبدی شهر واقعیت می‌بخشد (پورجعفر، محمدرضا و پورجعفر، علی^۴، ۲۰۱۱: ۲۱۰). در دوران معاصر با افزایش شهرنشینی و رشد سریع شهرها مواجه هستیم و تغییرات چشمگیری در بافت قدیمی شهرها به چشم می‌خورد اما بازارها با وجود تغییرات کالبدی شهرها تا حد قابل توجهی توانسته‌اند نقش خود را حفظ و احیا کنند (منوچهری و همکاران، ۲۰۱۴: ۲). شهر ایرانی با تمام اصالت خود عصری 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 می‌شود که ابزاری برای شناخت و تداوم هویت‌های فرهنگی و ایجاد حس تعلق است. هدفمند بودن فضای بازار باعث شده است که رابطه‌ای خاص میان عملکرد و معنی اجتماعی در شهرها ایجاد شود (کوشا، ۲۰۱۴: ۴). با ورود تکنولوژی و صنعت، مفهوم بازار دچار تغییراتی شد، ولی با این حال همچنان با اصول مشخصی که از جامعه سنتی باز مانده است به حیات خود ادامه داد. فضاهای داد و ستد و تجارت همواره رکنی اساسی در ساختار کالبدی شهرها و بازارهای سنتی همواره نماد فرهنگی شهرها و قوم‌های مختلف بوده‌اند (دادور و

از زمان باستان، بازار به‌عنوان ستون فقرات اقتصاد شهرهای ایرانی-اسلامی، جایگاهی برای رفت و آمد، کسب و کار، دید و بازدید، گذران اوقات فراغت، تهیه نیازهای روزانه و حتی پرداختن به امور مذهبی مردم شهر بوده است (Torkeyan velashani et al, 2015: 166) و در واقع مکانی در شهر برای فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و مدنی مردم بوده است (Pourjafar et al, 2014: 11). امروزه بازار به‌عنوان یکی از مهم‌ترین فضاهای عمومی شهری به‌جا مانده از گذشته و بزرگ‌ترین دستاورد تمدن دوره اسلامی در کشورهای اسلامی به‌ویژه در کشور ایران است که از جایگاه و اهمیت خاصی در شهرها برخوردار است (منوچهری و همکاران، ۲۰۱۴: ۲). بازار به‌عنوان عنصر اصلی ساخت فضایی شهر در برگزیده روابط اجتماعی و فرهنگی شهرهاست که امکان ایجاد روابط فرهنگی و تجاری و غیره را بر مبنای ارزش‌ها و هنجارهای مشترک فراهم می‌سازد. این فضای عمومی شهری که از دیرباز جزء عناصر جدایی‌ناپذیر شهرهای ایران به شمار می‌رود تا به امروز نقشی فعال و پویا داشته است. بازار می‌تواند فراتر از نقش کالبدی خود زمینه‌ای مناسب برای ارتقای مراودات اجتماعی و فرهنگی و وقوع زندگی جمعی در شهرها را فراهم آورد (عرفانیان سلیم و اصغرزاده^۲، ۲۰۱۳: ۱۷). اگرچه بخش عمده بازارها به عملکردهای تجاری اختصاص داده شده است، اما معنای بازار برای کاربران و توسعه‌دهندگان آن خیلی بیشتر از یک مکان با ارزش‌های صرفاً اقتصادی است (Hanachi and Yadollahi, 2011: 1028). بازارهای سنتی ایران با سابقه کهن خود در کنار جنبه اقتصادی، از نقش فعال اجتماعی نیز برخوردارند و در بسیاری از شهرهای کشورمان می‌توانیم همجواری عناصر شاخص مذهبی و فرهنگی را با بافت بازار مشاهده کنیم. به این صورت که بازار به‌صورت همزمان یک

³ Koosha

⁴ Pourjafar, M. R., & Pourjafar, A

¹ Manoughehri et al

² Erfanian Salim & Asgharzadeh

مطالعه موردی بازار تبریز و بازار بزرگ تهران» به این نتیجه رسیده‌اند که بازار نقش مهمی در شهر اسلامی از لحاظ جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی دارد و پیشنهاد کرده‌اند که در شهرها باید به منظور استفاده مردم، مکان‌هایی با نقش و عملکردی همانند آنچه که بازار دارد، حفظ یا طراحی شوند.

عادل‌زاده (۲۰۱۶)، در مقاله‌ای تحت عنوان «ابعاد اجتماعی بازار در شهرهای تاریخی ایران: بازار تبریز» به این نتیجه رسیده است که بازار به‌عنوان ستون فقرات شهر ایرانی، (۱) یک الگوی معاشرتی ممتاز است که باعث تعاملات اجتماعی در زندگی شهری می‌شود و به هسته اصلی انسجام مکانی شهر تبدیل شده است که حس هویت و وحدت را ایجاد می‌کند؛ (۲) به‌عنوان یک سازمان چندعملکردی، همواره در طول نقش اقتصادی خود در دوره‌های مختلف تاریخی، دربرگیرنده جنبه‌های مختلف سیاسی، تاریخی و مدنی (اجتماعی) نیز بوده است.

کریمی و مرادی (۲۰۱۵)، در پژوهشی به بررسی سیر تکاملی بازارهای شهری، از بازارهای سنتی به مراکز خرید مدرن پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان داده است که بازارهای تاریخی با دارا بودن فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سرگرمی اهمیت بالایی در تاریخ شهرهای ایرانی دارند. همچنین به این نتیجه رسیده‌اند که در دوره‌های مختلف، بازار در سطح شهرها پیشرفت کرده است و تحولات اقتصادی و اجتماعی در شرایط عمومی بازار در دوران معاصر تأثیرگذار بوده‌اند.

پورجعفر و همکاران (۲۰۱۳)، در مقاله‌ای با عنوان «عوامل مؤثر در توسعه ساختاری بازارهای تاریخی ایران، مورد مطالعه: بازار تبریز» به این نتیجه رسیدند که مراکز و عناصر شهری تأثیر مستقیمی بر کیفیت ایجاد ساختار بازار تاریخی دارند و مراکز خدماتی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، آموزشی، اجتماعی، مذهبی و مراکز عمومی به‌عنوان عوامل

همکاران^۱، (۲۰۱۶: ۲) بنابراین، تاریخ بازار و شهرنشینی به یکدیگر وابسته هستند و در واقع هیچ شهری را نمی‌توان بدون بازار تصور کرد (Assari et al, 2011: 18).

بازار تاریخی اردبیل معروف به راسته بازار و یا «قیصریه» در قرن ششم قمری بنا نهاده شده است و در مرکز شهر کهن اردبیل قرار دارد. این بازار مجموعه‌ای است مرکب از تیمچه، سرا، حمام و مسجد که بنای فعلی آن از جمله آثار دوره سلجوقی، زندیه و صفویه است و بر بنیان اولیه بازار ساخته شده است. راسته بازار با قدمت تاریخی که دارد مرکز تجارت و قلب تپنده شهر بوده و از جمله مهم‌ترین بازارهای تهیه مایحتاج برای مردم شهر است، به‌طوری که بازارهای جدیدالتأسیس، پاساژها و فروشگاه‌ها نتوانسته‌اند از پویایی و شور آن بکاهند. همچنین مضاف بر نقش و عملکرد اقتصادی، سایر عملکردهای این بازار از جمله اجتماعی، کالبدی و فرهنگی- مذهبی نقش مهمی در رونق و پویایی این راسته تاریخی داشته و بر ارزش و اهمیت آن افزوده است. با توجه به مطالب ذکرشده و اهمیت موضوع، هدف پژوهش حاضر، شناسایی عملکردهای بازار تاریخی شهر اردبیل و تحلیل اهمیت آن‌هاست و به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال است که مهم‌ترین عملکردهای بازار تاریخی اردبیل کدام‌اند و چه رابطه‌ای بین این عملکردها وجود دارد؟

۲ ادبیات موضوع

۲٫۱ پیشینه تحقیق

طی سال‌های اخیر، مطالعات متعددی راجع به موضوع بازارهای تاریخی انجام شده است که در ادامه به توضیح برخی از این مطالعات انجام‌شده به‌طور مختصر و در حد ضرورت اشاره خواهد شد.

اوتابرتا و همکاران (۲۰۱۹)، در مقاله‌ای با عنوان «نقش بازار سنتی در شهرهای تاریخی ایران:

¹ Dadvar et al

چنگیزی و احمدیان^۱ (۲۰۱۳) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی شاخص‌های هویت فضای شهری در بافت تاریخی (نمونه موردی: بازار کرمان)»، کوشیده‌اند با شناخت ماهیت هویت و با رویکردی پدیدارشناسانه بافت تاریخی بازار کرمان را که از قدمتی دیرینه برخوردار است، تجزیه و تحلیل کنند. نتایج تحقیق نشان داده است که ترکیب مؤلفه‌های هویت‌بخش در سه بعد شکلی، معنایی و اجتماعی موجب شکل‌گیری هویت مکانی در فضای شهری بازار در ساختار تاریخی شهر کرمان شده و در طول زمان این مفاهیم موجب استمرار عملکردی شبکه فضاهای بازار شده است؛ به طوری که هم‌اکنون پس از گذشت سالیان متمادی، بازار همه‌روزه پذیرای حضور اقشار مختلف اجتماعی است و همچنان به حیات فعال اقتصادی خود ادامه می‌دهد.

زنگی‌آبادی و همکاران^۲ (۲۰۱۲) در مقاله‌ای با عنوان «برنامه‌ریزی راهبردی، برای سامان‌دهی بازارهای سنتی ایران (مطالعه موردی: بازار سنتی تبریز)»، به بررسی بازار تاریخی تبریز از جنبه‌های حفاظت و انسان‌ساخت، عناصر اجتماعی - اقتصادی، طراحی شهری، کاربرد اراضی توسعه محیط‌های بازار و امکانات دسترسی به بازار، از طریق تکنیک تحلیلی سوات پرداخته‌اند. نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد که بازار سنتی تبریز ظرفیت بالایی را برای توسعه و بهتر شدن دارد. نقاط قوت و فرصت‌های این بازار بر نقاط ضعف و تهدیدهای آن برتری نسبی دارد، به‌صورتی که راهبرد برتر برای سازمان‌دهی بازار تبریز از نوع راهبردهای تهاجمی است.

۲،۲ مبانی نظری

واژه بازار به لحاظ واژه‌شناسی می‌تواند تأکید بیشتری بر ایرانی بودن این عنصر شهری باشد. در لغت‌نامه دهخدا آمده: واژه بازار به معنی محل خرید و فروش و عرضه نوع کالا است (سجادزاده و همکاران^۳، ۲۰۱۵: ۳۹). اصطلاح بازار در زبان پهلوی

داخلی و مراکز شهری به‌عنوان عوامل خارجی نقش مهمی در ایجاد ساختار بازارهای تاریخی ایران دارند.

عصاری و همکاران (۲۰۱۱)، در مقاله‌ای تحت عنوان «ارزیابی پایداری بازار در شهرهای سنتی ایران: مطالعه موردی: اصفهان و تبریز» به این نتیجه رسیده‌اند که عناصر اصلی شهر تأثیر مستقیمی بر پایداری بازار دارد. همچنین این مطالعه پیشنهاد می‌دهد که اولاً باید ساختار بازار در شهرهای ایران همچون دوره‌های اولیه حفظ شود؛ ثانیاً، پایداری بازار را می‌توان به سه نوع اقتصادی، اجتماعی و محیطی تقسیم کرد که باید در چهارچوب شهرهای سنتی ایران باشد.

هاوارد راتبلت (۱۹۷۵)، در پژوهشی با عنوان «سازمان اجتماعی و توسعه در بازار استانی ایران» چگونگی عملکرد الگوهای نهادی بازار برای جلوگیری از تغییر در الگوهای سنتی بازار را مورد مطالعه قرار داده و به این نتیجه رسیده است که تکه‌تکه بودن سازمان بازار به نوبه خود مانع از سازمان‌دهی مجدد توسعه و تشکیل سیستم‌های هنجاری مناسب می‌شود.

کوشا (۲۰۱۴) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی نقش بازارهای سنتی در سازمان فضایی و ساختار کالبدی شهر ایرانی- اسلامی، نمونه موردی: بازار سرشور مشهد»، به تبیین نقش بازارهای سنتی در ساختار شهرهای ایرانی- اسلامی و به‌طور خاص، نقش بازار سرشور به‌عنوان بخشی از بازار قدیمی مشهد، در استخوان‌بندی شهری و سازمان فضایی پرداخته است. نتایج حاصل حاکی از آن است که بازارهای سنتی دارای جایگاه منحصربه‌فردی در ساختار شهرهای ایرانی- اسلامی و دارای ویژگی‌هایی همچون جذب بالای مخاطب، ایجاد فضاهایی جهت تعاملات اجتماعی و فرهنگی، فعال بودن و سرزندگی کلیه فضاهای، ایجاد حس تعلق در افراد و تنوع فضایی هستند.

³ Sajjadzadeh et al

¹ Changizi, N., & Ahmadian, R

² Zangiabadi et al

اقتصادی، مذهبی و اجتماعی شهرهای ایرانی و اسلامی گردید (رهایی و همکاران^۵، ۲۰۱۳: ۵۷). اهمیت بازار به مثابه عنصر کالبدی، اقتصادی و حتی اجتماعی در شهر سنتی ایرانی به اندازه‌ای است که شهرشناسانی چون ویرث^۶ از بازار به عنوان مرکز اصلی اقتصادی شهر شرقی و بخش ویژه فعالیت‌های کسب و کار سنتی، که اغلب در مرکز شهر قرار دارد، یاد کرده‌اند (ساعدپناه و اساسی^۷، ۲۰۱۵: ۱۱). بازارهای دوره اسلامی دارای دو امتیاز بودند: ۱) تقسیم‌بندی بازار نه بر مبنای طبقه، بلکه بر مبنای تخصص و حرفه بود. ۲) راسته بازارهای جدیدی چون بازار کتابفروشی‌ها و کاغذفروشی‌ها و صحن‌ها پدید آمد که قبل از آن وجود خارجی نداشت. بدین مبنای بازار سرپوشیده رکن کالبدی بسیار مهمی در ساختار اصلی شهر قدیم ایرانی اسلامی است که در واقع ستون فقرات شهر را تشکیل می‌دهد و تلویحاً به مغز شهر یعنی «مسجد جامع» می‌پیوندد. به همین دلیل است که شهر ایرانی اسلامی به وسیله بازار، از کلیه شهرهای ادوار مختلف تاریخی بازشناخته می‌شود (سلطانی و همکاران، ۲۰۱۵: ۵).

بازار یکی از نهادهای اصلی نظام اقتصادی اسلام است (Karimi et al, 2015, 431). بازار به مثابه عنصر و جزء اصلی شهر ایرانی اسلامی، هم شاخص شهر در دوره‌های تاریخی و هم مشخصه و قلب و هسته اقتصادی شهر ایرانی اسلامی بوده است. بسیاری از شرق‌شناسان غربی از بازار ایرانی اسلامی به عنوان هسته اولیه شهر و مرکز آن یاد کرده‌اند (رهایی و همکاران، ۲۰۱۳: ۵۷). بازار اصلی شهر معمولاً در امتداد مهم‌ترین راه‌های شهر شروع شده و تا مرکز شهر امتداد می‌یابد. موقعیت و جایگاه شهری بازار و فضاها و مراکز مهم شهر در امتداد آن و همچنین نقش و منزلت بازاربان در زندگی شهری باعث می‌شد که بازار صرفاً در حد یک فضای

«واکار» بوده که با گذشت زمان به شکل بازار درآمدی است. در زبان عربی «ببازار» و «ببازره» بوده، در زبان آلمانی «Basar» و در زبان مالایایی «Pazar» تلفظ می‌شود. همچنین، لغت فرانسوی «Bazar» از پرتغالی‌ها گرفته شده و آنان نیز آن را از ایرانیان اقتباس کرده‌اند (سرائی^۱، ۲۰۱۱: ۲). بازار در ایران فضایی است برای خرید و فروش و عرضه کالاهای گوناگون که با مسیر ارتباطی پیوستگی پیدا کرده است (سعیدنیا^۲، ۲۰۰۹: ۶). هم‌اکنون نیز هنگامی که صحبت از بازار به میان می‌آید، ذهن به سمت محلی که در آن داد و ستد و عرضه کالاها اتفاق می‌افتد، کشیده می‌شود؛ به تعبیری می‌توان بازار را از نظر اقتصادی این‌گونه تعریف کرد که بازار عبارت است از منطقه‌ای معین در دست مجموع افراد مشخص که به تناسب حرفه خویش و با توجه به عرضه و تقاضایی که در جامعه وجود دارد، به صورت فردی و یا گروهی داد و ستد می‌کنند (سلطانی و همکاران^۳، ۲۰۱۵: ۴). بازار به مفهوم حقیقی‌اش، مجموعه‌ای از دکان‌هایی است که با فضایی سرپوشیده به یکدیگر وصل می‌شوند و به مفهوم مجازی، گستره‌ای گونه‌گون از معانی را در برمی‌گیرد: از اعتبار تا قدرت، از شایستگی تا رونق، از آراستن تا زد و خورد کردن و خود جلوه دادن (زنگی آبادی و همکاران، ۲۰۱۲: ۱۹).

بازار فضایی کهن است که از ابتدای تاریخ شهرنشینی در ایران زمین همواره نقش حائز اهمیتی را ایفا می‌کرده است و جایگاهی برای گردهمایی و داد و ستد، کانون شورش‌ها و جنبش‌ها، پخش آگاهی‌های همگانی و آشنایی مردم باهم بوده است (شیرانی و همکاران^۴، ۲۰۱۷: ۵۲). به‌طور کلی تا اواسط قرن ۱۰ هجری بازارها در توسعه و گسترش شهرهای ایرانی- اسلامی نقش مهمی را به عهده داشته‌اند (سرائی، ۲۰۱۱: ۲). از دوران صفویه بازار به عنوان تعیین‌کننده‌ترین و شاخص‌ترین عنصر شهری نمایان شد و مهد فعالیت‌های سیاسی،

⁵ Rahaei et al

⁶ Wirth

⁷ Saedpanah & Asasi

¹ Saraei

² Saeidnia

³ Soltani et al

⁴ Shirani et al

۳ محدوده پژوهش

شهر اردبیل از نظر موقعیت مطلق در مشخصات جغرافیایی ۴۸ درجه و ۱۷ دقیقه طول شرقی و ۳۸ درجه و ۱۵ دقیقه عرض شمالی قرار دارد و مرکز استان اردبیل است (امانپور و همکاران^۲، ۲۰۱۳: ۸۸). این شهر در محدوده‌ای به مساحت بیش از شش هزار و ۱۰۰ هکتار گسترده شده (غفاری گیلانده و همکاران^۳، ۲۰۱۵: ۸۴) و بر اساس آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵، جمعیت آن ۵۲۹ هزار و ۳۷۴ نفر است (مرکز آمار ایران^۴، ۲۰۱۶). مجموعه تاریخی بازار اردبیل، در میانه شهر و در طرفین خیابان امام خمینی واقع شده و به جهت قدمت و دارا بودن معماری سنتی از بازارهای تاریخی و جالب توجه ایران به شمار می‌آید. مقدسی و اصطخری (قرن چهارم ه.ق)، بازار اردبیل را به شکل صلیبی توصیف می‌کنند که در میانه آن مسجد قرار داشته است. بازار اردبیل، در قرن ۷ و ۸ هجری قمری نیز از رونق فراوانی برخوردار بوده اما، رونق اصلی آن مربوط به دوره صفویه است. بنای فعلی بازار از جمله آثار دوره صفویه و زندیه است که بر بنیان اولیه بازار ساخته شده است. قسمت عمده بازار اردبیل در تغییرات شهری در نیم قرن گذشته تخریب شده و ارتباط بعضی از بخش‌های آن با مرکز بازار از بین رفته است (سرور و همکاران^۵، ۲۰۱۷: ۵۵). در حال حاضر، بازار اردبیل شامل راسته بازار اصلی، راسته پیرعبدالملك، راسته قیصریه، کفاشان، بازار زرگران، سراجان و پنبه‌فروشان، مسگران، چاقوسازان، آهنگران است (طرح و کاوش^۶، ۲۰۱۱: ۵۵). مجموعه تاریخی بازار اردبیل در سال‌های اخیر از طرف سازمان میراث فرهنگی تعمیر و مرمت شده و به شماره ۱۶۹۰ به ثبت تاریخی رسیده است (شاهی و وزیري^۷، ۲۰۱۵: ۱۳).

اقتصادی باقی‌مانده، بلکه تبدیل به فضایی برای بسیاری از فعالیت‌های اجتماعی شود (منوچهری و همکاران، ۲۰۱۴: ۳). بازار در جامعه شهری با اتکا به نیروی قدرت‌مند اقتصادی تشکلهای صنفی خود همواره یکی از اصیل‌ترین گروه‌های اجتماعی فعال در عرصه سیاسی کشور بوده و هست (صیامی و همکاران^۱، ۲۰۱۵: ۱۱). در عین حال، بازار مکانی است که اقشار و طبقات و گروه‌های مختلف اجتماعی، قومی، نژادی و فرهنگی در ارتباط با یکدیگر قرار گرفته و به شکل ناخودآگاه یکدیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهند و باعث اشاعه عناصر و پدیده‌های فرهنگی از یک حوزه فرهنگی به حوزه‌های فرهنگی دیگر می‌شوند (سجادزاده و همکاران، ۲۰۱۵: ۳۹). با توجه به اینکه اطلاع‌رسانی در شهرهای قدیمی به صورت شفاهی انجام می‌گرفت مهم‌ترین اخبار در بازار؛ عمومی‌ترین فضای شهر، توسط جارچی‌ها، به اطلاع مردم می‌رسید. کارکرد اجتماعی دیگر بازار، استقبال عمومی مردم از افراد مهم و میهمانان عالی‌مقام بود. میهمانان پس از وارد شدن به شهر از راسته‌های اصلی بازار عبور کرده و مورد استقبال مردم قرار می‌گرفتند. به هنگام جشن‌های ملی و مذهبی، بازار مهم‌ترین مکان برگزاری این جشن‌ها به شمار می‌رفت و مردم با آذین‌بندی و چراغانی بازارها به استقبال این جشن‌های آیینی می‌رفتند. علاوه بر این در بسیاری از بازارها مسابقات ورزشی از جمله کشتی و ورزش‌های پهلوانی انجام می‌گرفت. از دیگر کارکردهای اجتماعی مهم بازار می‌توان به برگزاری مراسم عزاداری و سوگواری در ماه محرم اشاره کرد. معمولاً هریک از اصناف مراسم جداگانه‌ای برگزار می‌کردند و اغلب در بهتر برگزار کردن آن با یکدیگر رقابت می‌کردند. سوگواری به مناسبت‌های دیگر، از جمله درگذشت علمای برجسته دینی و بزرگان نامدار شهر نیز برگزار می‌شد (کوشا، ۲۰۱۴: ۳).

⁵ Sarvar et al

⁶ Tarh-o-Kavosh

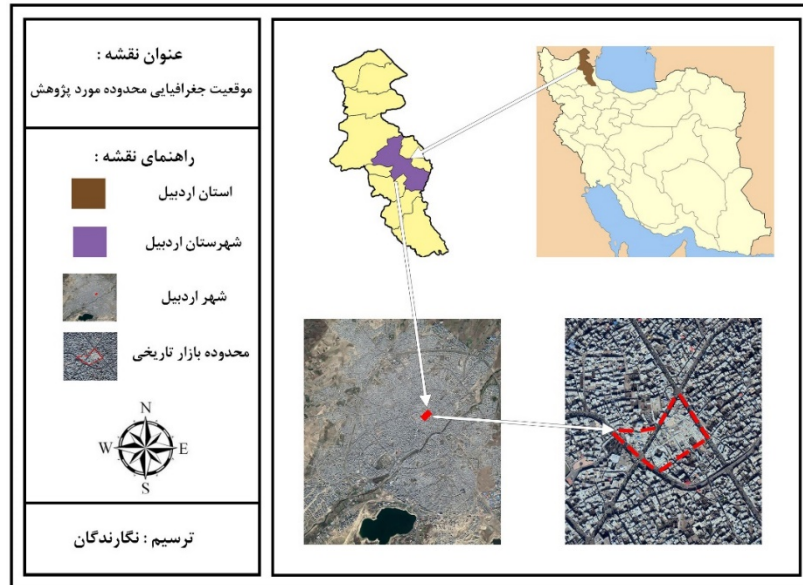
⁷ Shahi & Vaziri

¹ Siami et al

² Amanpoor et al

³ Ghaffari Gilande et al

⁴ Statistics Center of Iran



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی بازار تاریخی شهر اردبیل (منبع: نگارندگان، ۱۳۹۸)



شکل ۲. تصاویری از بازار تاریخی شهر اردبیل (منبع: نگارندگان، ۱۳۹۸)

است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارشناسان و متخصصان رشته‌های شهرسازی، معماری، جامعه‌شناسی و مرمت هستند که اولاً با موضوع تحقیق آشنایی داشته‌اند و همچنین مشرف بر وضعیت محدوده مورد مطالعه بوده‌اند که از بین آنها ۲۰ نفر به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شده است. پس از آن دو نوع پرسش‌نامه (یکی برای مدل دیمتل و دیگری برای فرایند تحلیل شبکه‌ای) بر اساس مؤلفه‌ها و شاخص‌های استخراج‌شده از منابع مختلف در زمینه عملکرد بازارهای تاریخی، طراحی و بین جامعه هدف توزیع شده است. در انتها داده‌های حاصل از پرسش‌نامه‌ها با استفاده از مدل

۴ روش‌شناسی پژوهش

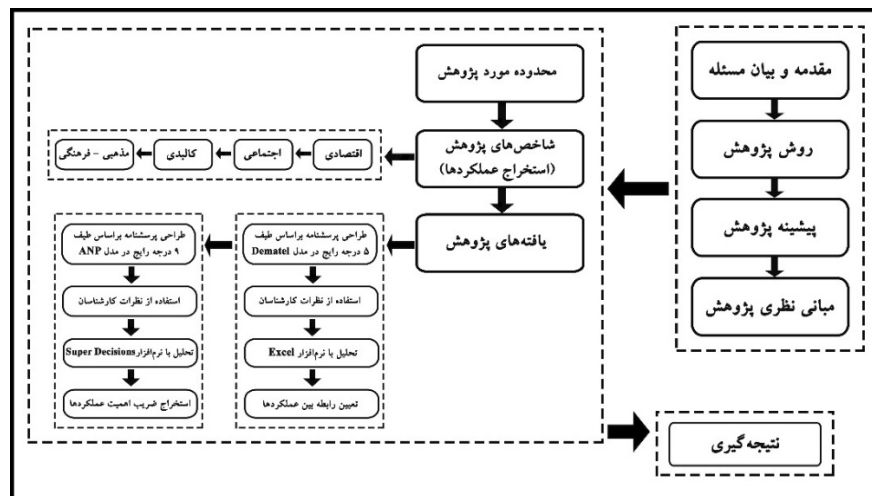
پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و روش تحقیق آن توصیفی-تحلیلی است و بر اساس نوع داده‌ها، کمی است. نحوه گردآوری اطلاعات در این پژوهش مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای-اسنادی و برداشت‌های میدانی است؛ از روش کتابخانه‌ای-اسنادی جهت تدوین مبانی نظری و ادبیات پژوهش استفاده شده است و به منظور بررسی و ارزیابی محدوده مورد مطالعه از برداشت‌های میدانی در قالب مشاهده، ابزار پرسش‌نامه و نظرات کارشناسان ذی‌ربط با موضوع بهره گرفته شده

با استفاده از فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP) و نرم‌افزار Super Decisions که برای حل این روش تدوین شده است، وزن نهایی عملکردهای بازار تاریخی محاسبه و بر اساس آن، اهمیت هر یک از آن‌ها مشخص شده است.

دیمتل (Dematel) و فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP) و تلفیق این دو مدل با هم، تجزیه و تحلیل شده است؛ بدین صورت که ابتدا با به‌کارگیری مدل دیمتل و نرم‌افزار اکسل وابستگی‌های درونی و بیرونی عملکردها، تعیین شده است و در مرحله بعد،



شکل ۳. مؤلفه‌ها و شاخص‌های پژوهش (منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸)



شکل ۴. فرایند انجام پژوهش (منبع: نگارندگان، ۱۳۹۸)

۵ تجزیه و تحلیل یافته‌ها

۵/۱ بررسی و تحلیل روابط میان

عملکردهای بازار تاریخی اردبیل

دیمتل روشی جامع برای طراحی و تحلیل مدل‌هایی با ساختار علی و معلولی پیچیده بین فاکتورهاست. روش مشاهده‌ای مبتنی بر نظریه گراف، برنامه‌ریزی بصری و حل مسائل را فراهم می‌کند که عوامل مرتبط می‌توانند به صورت علت و معلولی طبقه‌بندی شوند که در این صورت، درک روابط بهتر می‌شود. محصول نهایی دیمتل یک نقشه بصری است که در آن، روابط بین فاکتورها به نمایش درمی‌آید و به مدیر برای حل مسئله کمک می‌کند (طاهری و همکاران، ۲۰۱۴: ۴۶۹). در این پژوهش نیز به منظور شناسایی روابط میان عملکردهای بازار از مدل دیمتل (Dematel) استفاده شده است و مطابق با مراحل انجام این مدل ابتدا ماتریس ارتباطات مستقیم تشکیل شده است، بدین صورت که تأثیرگذاری عملکردهای بازار دو به دو بر روی هم، با به‌کارگیری ابزار پرسش‌نامه بر اساس طیف ۵ درجه‌ای (۰- بیان‌کننده عدم تأثیر، ۱- بیان‌کننده تأثیر کم، ۲- بیان‌کننده تأثیر متوسط، ۳- بیان‌کننده تأثیر زیاد و درنهایت، ۴- بیان‌کننده تأثیر بسیار زیاد) و استفاده از نظرات ۲۰ نفر متخصص مرتبط با موضوع تحقیق، بررسی شده است. در گام دوم، ماتریس ارتباطات مستقیم تشکیل‌شده در مرحله قبل، نرمال‌سازی شده است و در گام سوم مدل، که مهم‌ترین گام است، ماتریس روابط کل تشکیل و بر اساس آن

میزان تعامل عملکردها (D+R) و رابطه بین عملکردها (D-R) مشخص شده است. در رابطه بین عملکردها اگر $D - R > 0$ باشد، عملکرد تأثیرگذار و اگر $D - R < 0$ باشد عملکرد تأثیرپذیر است. جدول شماره ۱، میزان اهمیت و تأثیرگذاری و تأثیرپذیری بین عملکردهای بازار تاریخی شهر اردبیل را نشان می‌دهد.

مطابق با نتایج این جدول عملکردهای «فعالیت‌های تجاری اصناف مختلف»، «حضور طبقات و قشرهای اجتماعی گوناگون»، «برگزاری مراسم‌ها و آیین‌های مذهبی و ملی» و «خرید و فروش، تولید، پیشه‌وری» به ترتیب با درجه تعاملی ۶/۳۹۷، ۶/۳۴۲، ۶/۱۹۱ و ۶/۰۷۹، دارای بیشترین تعامل با سایر عملکردها هستند. در مورد کم‌تعامل‌ترین عملکردها نیز می‌توان به مواردی از قبیل «تهویه مناسب هوا به دلیل کالبد خاص»، «اطلاع‌رسانی و تبادل اخبار روز» و «تنوع در کالبد فضاهای مختلف آن» اشاره کرد. در میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عملکردها بر یکدیگر نیز عملکردهای «نفوذپذیری بالا»، «تأمین‌کننده کالا و خدمات شهری و منطقه‌ای» و «محل استقرار نوع ویژه‌ای از کالا و خدمات» به ترتیب با درجه تأثیر ۰/۴۹۸، ۰/۴۵۶ و ۰/۴۱۱، تأثیرگذارترین عملکردها و «حضور طبقات و قشرهای اجتماعی گوناگون»، «برپایی فعالیت‌های خیرخواهانه» و «برگزاری مراسم‌ها و آیین‌های مذهبی و ملی» به ترتیب با درجه تأثیر ۱/۰۷، ۰/۷۱ و ۰/۴۶، تأثیرپذیرترین عملکردهای بازار تاریخی اردبیل هستند.

¹ Taheri et al

جدول ۱. میزان اهمیت و اثرگذاری و اثرپذیری عملکردهای بازار تاریخی شهر اردبیل

D - R (میزان تأثیر)	D + R (میزان تعامل)	عملکردها
۰/۲	۶/۰۷۹	خرید و فروش، تولید، پیشه‌وری
۰/۴۱۱	۵/۲۰۲	محل استقرار نوع ویژه‌ای از کالا و خدمات
۰/۴۵۶	۵/۱۱۱	تأمین‌کننده کالا و خدمات شهری و منطقه‌ای
۰/۳۸	۶/۳۹۷	فعالیت‌های تجاری اصناف مختلف
-۰/۰۴	۵/۰۸۴	اطلاع‌رسانی و تبادل اخبار روز
-۱/۰۷	۶/۳۴۲	حضور طبقات و قشرهای اجتماعی گوناگون
۰/۳۲۴	۵/۳۶۵	نقش‌آفرینی در رخدادها و وقایع سیاسی
۰/۰۴	۵/۸۵۳	شکل‌گیری جریان‌های اجتماعی
۰/۴۹۸	۵/۳۴۶	نفوذپذیری بالا
۰/۲۵۳	۵/۰۵۲	تنوع در کالبد فضاهای مختلف آن
-۰/۱۳	۴/۳۱۹	تهویه مناسب هوا به دلیل کالبد خاص
-۰/۲۲	۵/۶۶۳	برانگیختن حس تعلق و دلبستگی در استفاده‌کنندگان
-۰/۴۶	۶/۱۹۱	برگزاری مراسم‌ها و آیین‌های مذهبی و ملی
۰/۰۰۲	۵/۷۶۴	تقویت روحیه فتوت و برادری میان مردم
۰/۰۳۹	۵/۲۸۶	برگزاری جلسات و گردهمایی‌های هیأت‌ها، شوراهای و صنف‌ها
-۰/۷۱	۵/۶۴۹	برپایی فعالیت‌های خیرخواهانه

(منبع: نگارندگان، ۱۳۹۸)

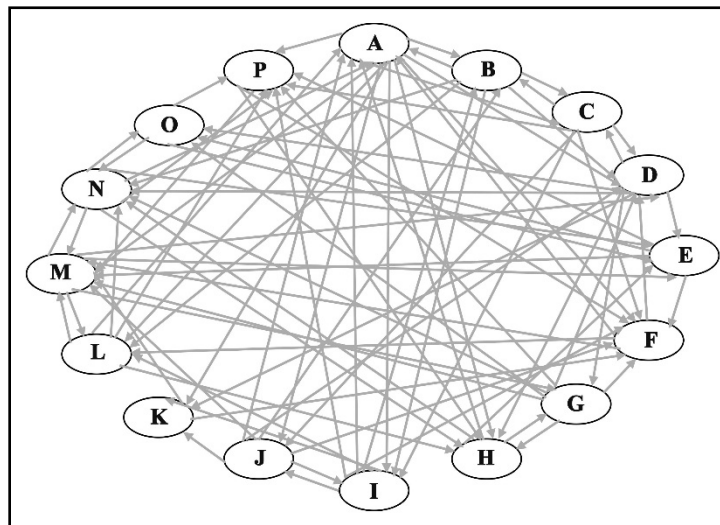
تحلیل این ماتریس به این صورت است که تأثیر اولیه از یک عملکرد به عملکرد دیگر، به صورت مقداری بین ۰ و ۱ نشان داده می‌شود؛ صفر بدین معنا که عملکرد بدون اعمال تأثیر و ۱ به معنای اعمال تأثیر مطلق است. به طور مثال، مطابق با ماتریس اثرگذاری (شکل ۵)، عملکرد «حضور طبقات و قشرهای اجتماعی گوناگون» بر عملکردهای «خرید و فروش، تولید، پیشه‌وری»، «فعالیت‌های تجاری اصناف مختلف»، «شکل‌گیری جریان‌های اجتماعی»، «برانگیختن حس تعلق و دلبستگی در استفاده‌کنندگان»، «برگزاری مراسم‌ها و آیین‌های مذهبی و ملی»، «تقویت روحیه فتوت و برادری میان مردم» و «برپایی فعالیت‌های خیرخواهانه» تأثیرگذار است.

گام چهارم در مدل دیمتل تعیین مقادیر آستانه جهت تهیه نمودار روابط اثرگذاری است. در این پژوهش، ارزش آستانه‌ای ۰/۱۷۳ به دست آمده است. مطابق با فرضیه مدل، تنها روابطی که مقادیر آنها در ماتریس روابط کل (گام سوم مدل) از ارزش آستانه بزرگ‌تر باشد، در نقشه روابط اثرگذاری نمایش داده خواهد شد، از این رو، در این مرحله بعد از تعیین ارزش آستانه، تمامی مقادیر ماتریس روابط کل که کوچک‌تر از ارزش آستانه بوده‌اند، صفر شده و آن رابطه علی در نظر گرفته نشده است. در واقع با این روش از روابط جزئی صرف‌نظر و شبکه روابط قابل اعتنا ترسیم شده است. شکل ۵، ماتریس روابط اثرگذاری عملکردها بر مبنای محاسبات صورت‌گرفته بر اساس ارزش آستانه تعیین‌شده را نشان می‌دهد و شکل شماره ۶، نمودار مربوط به اثرگذاری عملکردها بر اساس این ماتریس است.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
A	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1
B	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1
C	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1
D	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1
F	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1
G	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1
H	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1
I	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1
J	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0
K	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
L	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1
M	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1
N	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1
O	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1
P	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0

راهنما	
A- خرید و فروش، تولید، پیشه وری	G- نقش آفرینی در رخدادهای وقایع سیاسی
B- محل استقرار نوع ویژه ای از کالا و خدمات	H- شکل گیری جریان های اجتماعی
C- تأمین کننده کالا و خدمات شهری و منطقه ای	I- نفوذپذیری بالا
D- فعالیت های تجاری اصناف متفاوت	J- تنوع در کالبد فضاهای مختلف آن
E- اطلاع رسانی و تبادل اخبار روز	K- تهویه مناسب هوا به دلیل کالبد خاص
F- حضور طبقات و قشرهای اجتماعی گوناگون	L- برانگیختن حس تعلق و دلبستگی در استفاده کنندگان
M- برگزاری مراسم ها و آیین های مذهبی و ملی	
N- تقویت روحیه فتوت و برادری میان مردم	
O- برگزاری جلسات و گردهمایی های هیأت ها، شوراهای و صنف ها	
P- برپایی فعالیت های خیرخواهانه	

شکل ۵. ماتریس اثرگذاری عملکردها (منبع: نگارندگان، ۱۳۹۸)

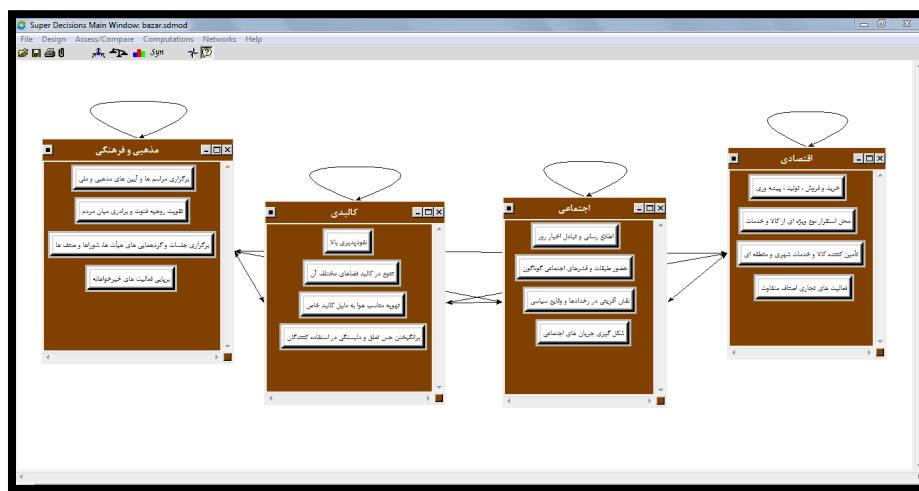


شکل ۶. نمودار روابط اثرگذاری عملکردها (منبع: نگارندگان، ۱۳۹۸)

۵٫۲ تعیین ضریب اهمیت عملکردها و شناسایی مهم‌ترین عملکردهای بازار تاریخی اردبیل

فرایند تحلیل شبکه‌ای حالت عمومی AHP و شکل گسترده آن محسوب می‌شود که در آن موضوعات با وابستگی متقابل و بازخورد را نیز می‌توان در نظر گرفت. به همین دلیل استفاده از ANP به جای AHP در اغلب زمینه‌ها افزایش پیدا کرده است (زبردست^۱، ۲۰۱۰: ۸۰). در این مرحله، برای به‌دست

آوردن ضریب اهمیت عملکردها با استفاده از روابط تعیین‌شده از طریق مدل Dematel (وابستگی‌های درونی و بیرونی)، ابتدا ساختار کلی مدل ANP در نرم‌افزار Super Decisions که نرم‌افزاری برای حل این مدل است، تعریف شده است (شکل ۷). سپس با به‌کارگیری پرسش‌نامه، مقایسات زوجی بر اساس طیف ۹ درجه رایج در مدل ANP (ساعتی^۲ و استفاده از نظرات ۲۰ نفر از متخصصان مرتبط با موضوع پژوهش، مقایسات دودویی بین عملکردها انجام و در انتها، وزن نهایی آن‌ها در نرم‌افزار Super Decisions محاسبه شده است.



شکل ۷. ساختار کلی مدل ANP مبتنی بر عملکردهای بازار تاریخی شهر اردبیل در نرم‌افزار Super Decisions (منبع: نگارندگان، ۱۳۹۸)

ضریب اهمیت ۰/۶۶۸ مهم‌ترین عملکرد بازار تاریخی شهر اردبیل است؛ حس‌تعلق و دلبستگی مردم شهر به بازار، برآمده از تصورات ذهنی، خاطرات جمعی، فرهنگ، اعتقادات، آداب و رسوم، کالبد خاص آن و ... است و نشان‌دهنده این واقعیت است که علی‌رغم پیدایش مراکز تجاری مدرن، هنوز هم اکثر مردم شهر تعلق و دلبستگی را نسبت به این فضای شهری حفظ کرده‌اند. دومین عملکرد مهم، «حضور

جدول ۲، ضریب اهمیت عملکردهای بازار تاریخی شهر اردبیل طبق تحلیل‌های انجام‌گرفته در نرم‌افزار Super Decisions را نشان می‌دهد؛ از آنجا که ارائه کل نتایج حجم گسترده‌ای داراست، لذا در این قسمت به برخی از وضعیت‌های برجسته و عمده حاصل از اجرای مدل ANP اشاره می‌شود؛ بر اساس تحلیل‌های انجام‌گرفته، عملکرد «برانگیختن حس‌تعلق و دلبستگی در استفاده‌کنندگان» با

¹ Zebardast

² Saaty

تاریخی شهر اردبیل است؛ وجود اصناف متفاوت مانند چاقوفروشان، کلاه‌دوزان، کفاشان، زرگران، مسگران، آهنگران، بقالان، پنبه‌فروشان و ... نشان‌دهنده جریان داشتن فعالیت‌های تجاری متنوع در بازار تاریخی شهر اردبیل است. همچنین قرارگرفتن پیشه‌وران هر صنف در یک راسته و با فاصله کم، حق انتخاب و امکان بررسی قیمت‌های اجناس در زمانی کوتاه را برای استفاده‌کنندگان فراهم کرده است.

طبقات و قشرهای اجتماعی گوناگون» با ضریب اهمیت ۰/۵۳۶ است؛ حضور استفاده‌کنندگان با پیش‌زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی متفاوت از گذشته‌های دور تا به امروز یکی از اساسی‌ترین دلایل حیات بازارهای تاریخی بوده است به گونه‌ای که بر عملکردهای دیگر بازار مانند خرید و فروش، برگزاری مراسم‌ها و ... نیز تأثیرگذار است. عملکرد «فعالیت‌های تجاری اصناف مختلف» با ضریب اهمیت ۰/۴۹۴ سومین عملکرد مهم بازار

جدول ۲. ضریب اهمیت عملکردهای بازار تاریخی شهر اردبیل

اقتصادی	خرید و فروش، تولید، پیشه‌وری	محل استقرار نوع ویژه‌ای از کالا و خدمات	تأمین‌کننده کالا و خدمات شهری و منطقه‌ای	فعالیت‌های تجاری اصناف مختلف
ضریب اهمیت	۰/۴۰۳	۰/۰۷۲	۰/۰۳۱	۰/۴۹۴
اجتماعی	اطلاع‌رسانی و تبادل اخبار روز	حضور طبقات و قشرهای اجتماعی گوناگون	نقش‌آفرینی در رخدادها و وقایع سیاسی	شکل‌گیری جریان‌های اجتماعی
ضریب اهمیت	۰/۰۶۵	۰/۵۳۶	۰/۱۰۹	۰/۲۹۰
کالبدی	نفوذپذیری بالا	تنوع در کالبد فضاهای مختلف آن	تهویه مناسب هوا به دلیل کالبد خاص	برانگیختن حس تعلق و دلبستگی در استفاده‌کنندگان
ضریب اهمیت	۰/۱۷۴	۰/۰۹۶	۰/۰۶۲	۰/۶۶۸
مذهبی- فرهنگی	برگزاری مراسم‌ها و آیین‌های مذهبی و ملی	تقویت روحیه فتوت و برادری میان مردم	برگزاری جلسات و گردهمایی هیأت‌ها، شوراها و صنف‌ها	برپایی فعالیت‌های خیرخواهانه
ضریب اهمیت	۰/۴۴۱	۰/۲۴۷	۰/۱۳۹	۰/۱۷۳

(منبع: نگارندگان، ۱۳۹۸)

۶ نتیجه‌گیری

استفاده‌کنندگان و برگزاری مراسم‌ها و آیین‌های مذهبی و ملی با ضرایب اهمیت ۰/۶۶۸ و ۰/۴۴۱، مهم‌ترین عملکردهای این بازار تاریخی هستند که نشان می‌دهد با وجود تغییر و تحولات شکل‌گرفته در کالبد و بافت شهر اردبیل و احداث مجتمع‌ها و فروشگاه‌های خرید مدرن در این شهر، هنوز هم اکثر مردم شهر به این بازار حس تعلق و دلبستگی دارند؛ به گونه‌ای که شاهد حضور پررنگ طبقات و قشرهای اجتماعی گوناگون در این فضای شهری هستیم. عاملی که می‌تواند باعث تقویت عملکردهای دیگر بازار تاریخی شهر اردبیل نیز شود.

نتایج این پژوهش با نتایج تحقیقات اوتابرتا و همکاران (۲۰۱۹)، عادل‌زاده (۲۰۱۶)، کریمی و مرادی (۲۰۱۵) و کوشا (۱۳۹۳) شباهت دارد. هریک از این نگارندگان در مطالعاتشان به این نتیجه رسیده‌اند که بازارهای تاریخی نقش مهمی در شهرهای اسلامی به لحاظ جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی دارند؛ به طوری که عادل‌زاده (۲۰۱۶) در پژوهش خود به این نتیجه رسیده است که بازار به‌عنوان ستون فقرات شهر ایرانی یک الگوی معاشرتی ممتاز است و باعث تعاملات اجتماعی در زندگی شهری می‌شود. نتایج تحقیق کریمی و مرادی (۲۰۱۵) نیز نشان داده است بازارهای تاریخی با دارا بودن فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سرگرمی اهمیت بالایی در تاریخ شهرهای ایرانی دارند. همچنین کوشا (۱۳۹۳) به این نتیجه رسیده است که بازارهای سنتی دارای جایگاه منحصر به فردی در ساختار شهرهای ایرانی-اسلامی و دارای ویژگی‌هایی 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 هستند.

بازارهای تاریخی به‌عنوان نمودی از معماری و شهرسازی ایرانی-اسلامی نه تنها از نظر کالبدی جزء برجسته‌ترین بناهای شهری به حساب می‌آیند، بلکه از نظر اقتصادی و اجتماعی نیز از مهم‌ترین ارکان حیاتی شهر تلقی می‌گردند و از تأثیرگذارترین ارکان شهر بر تحولات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی هستند. عملکرد بازارهای تاریخی صرفاً یک عملکرد اقتصادی نیست بلکه این نوع بازارها فضایی برای بسیاری از فعالیت‌های متنوع دیگر نیز هستند و زمینه‌های مناسبی را برای ارتقای مراودات و تعاملات فرهنگی و وقوع زندگی جمعی در شهرها فراهم می‌آورند. در این پژوهش عملکردهای بازار تاریخی شهر اردبیل مورد بررسی قرار گرفته است. بدین منظور، ابتدا شاخص‌های پژوهش در زمینه موضوع تحقیق در چهار بعد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و مذهبی- فرهنگی استخراج سپس با به‌کارگیری ابزار پرسش‌نامه و استفاده از نظرات کارشناسان ذیربط با موضوع و کاربرد دو مدل دیمتل (Dematel) و فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP) و تلفیق این دو مدل باهم، مهم‌ترین عملکردهای بازار تاریخی شهر اردبیل شناسایی و اهمیت هر کدام مشخص شد. نتایج پژوهش نشان داد، در مؤلفه اقتصادی، فعالیت‌های تجاری اصناف مختلف با ضریب اهمیت ۰/۴۹۴ مهم‌ترین عملکرد بازار تاریخی اردبیل است و عملکرد تأمین‌کننده کالا و خدمات شهری و منطقه‌ای با ضریب اهمیت ۰/۰۳۱ کمترین اهمیت را داراست. در مؤلفه اجتماعی حضور طبقات و قشرهای اجتماعی گوناگون با امتیاز ۰/۵۳۶ مهم‌ترین عملکرد اجتماعی این بازار و بیانگر نقش این بازار به‌عنوان یک فضای عمومی شهری موفق و سرزنده است. در مؤلفه‌های کالبدی و مذهبی- فرهنگی، به ترتیب عملکردهای برانگیختن حس تعلق و دلبستگی در

منابع

- Adelzadeh, A. (2016), Social dimensions of bazaar in historical cities of Iran: The Tabriz bazaar, The International Journal Of Engineering And Science (IJES), Vol. 5, No. 5, pp. 36-44.
- Amanpoor, S., Alizadeh, H., & Gharari, H. (2013). Locating Optimal Direction For Physical Development of Ardabil City By Using AHP Method. Journal of Regional Planning, 3(10), 83-95. (In Persian).
- Assari, A., Mahesh, T.M., Emtehani, M.R. & Assari, E. (2011), Comparative Sustainability Of Bazaar In Iranian Traditional Cities: Case Studies In Isfahan And Tabriz, International Journal on "Technical and Physical Problems of Engineering", Vol. 3, No. 9, pp. 18-24.
- Changizi, N., & Ahmadian, R. (2013). Investigation of urban space identity indicators in historical texture (Case study: Kerman Bazaar). Journal of Studies On Iranian - Islamic City, -(11), 53-63. (In Persian).
- Dadvar, S. S., Danesh, F., Abbasi, Z. (2016). Examine the physical structure of the market as a vital element of the old urban fabric; Case Study: Kashan market. Urban Management, -(44), 231-252. (In Persian).
- Erfanian Salim, M., & Asgharzadeh, A. (2013). Recognition of the Place of Sarshoor Bazaar in the current Structure of Mashhad City. Haftshahr, 4(43-44), 17-29. (In Persian).
- Ghaffari Gilandeh, A., Hoseini, S. M., & Pashzadeh, A. (2015). Studying the factors affecting the citizen's unwillingness to use bicycle in urban travels (the case of Ardabil). Motaleate Shahri, 4(15), 83-92. (In Persian).
- Hanachi, P. & Yadollahi, S. (2011), Tabriz Historical Bazaar In The Ccontext Of Change, Conference: ICOMOS, Vol. 2011, 17th, Paris, France, pp. 1028-1039.
- Karimi, M.S. & Moradi, E. (2015), The Evolution of Urban Bazaars from Traditional Bazaars to Modern Shopping Centers, Science Journal, Vol. 36, No. 6, pp. 398 - 413.
- Karimi, M.S., Moradi, E. & Mehri, T. (2015), Bazaar, As a Symbol of Culture and the Architecture of Commercial Spaces in Iranian-Islamic Civilization, Cumhuriyet Science Journal, Vol. 36, No. 6, pp. 427-437.
- Zangiabadi, A., Alizadeh, J. & Ranjbaria, B. (2012), Strategic planning program for not organizing traditional Iranian markets Case Study: (Tabriz Traditional Bazaar), Iranian-Islamic City Studies Quarterly, No. 7, pp. 13-27. (In Persian).
- Koosha, P. (2014), A Study of the Role of Traditional Bazaars in the Spatial Organization and Physical Structure of the Iranian-Islamic City (Case Study: Sarshour Bazaar of Mashhad), Sixth National Conference on Urban Planning and Management with Emphasis on the Components of the Islamic City, November 12 and 13, 2014, Mashhad. (In Persian).
- Manouchehri, B., Tork, M., & Alizadeh, K. (2014), A Study of the Status and Role of the Bazaar in Iranian-Islamic Cities (Case Study: The Large Iranian-Islamic Bazaar of the

- New City of Andisheh), Sixth National Conference on Urban Planning and Management with Emphasis on Islamic City Components, 21 and 22 November 2014, Mashhad. (In Persian).
- Pourjafar, M. R., & Pourjafar, A. (2011). The role of social capital in the traditional markets of the economic situation in Iran. *Urban Management*, 9 (Special Issue), 203-221. (In Persian).
- Pourjafar, M.R., Amini, M., Hatami Varzaneh, E. & Mahdavinejad, M.J. (2014), Role of bazaars as a unifying factor in traditional cities of Iran: The Isfahan bazaar, *Frontiers of Architectural Research*, Vol. 3, No. 1, pp. 10-19.
- Pourjafar, M.R., Nazhad Ebrahimi, A. & Ansari, M. (2013), Effective Factors in Structural Development of Iranian Historical Bazaars Case Study: Tabriz Bazaar, *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, Vol. 3, No. 2, pp. 271-282.
- Rahaei, O., & Sistani Karampoor, S., & Rahaei, A. (2013). Physical Elements of Iranian-Islamic Architecture in Dezful Ancient Bazaar & Their Features in Airflow Directing. *Journal of Studies on Iranian Islamic City*, -13), 55-63. (In Persian).
- Rotblat, J.H. (1975), *Social Organization and Development in an Iranian Provincial Bazaar, Economic Development and Cultural Change*, University of Chicago Press, Vol. 23, No. 2, pp. 292-305.
- Saedpanah, H., & Asasi, V. (2015). Reconstruction and restoration of historical textures (traditional Bazaars) (Case study: Sanandaj Bazaar), *International Conference on Architecture, Civil Engineering and Urban Planning in the Third Millennium*, July 2015, Tehran. (In Persian).
- Saeidnia, A. (2009). Definitions and Concepts of Iran Urban Bazaars, *Abadi Quarterly*, 19(64), 6-9. (In Persian).
- Sajadzadeh, H., Etesamian, & R., Khazaei, L. (2015). Manifestation of Introversion Concept in Iranian Bazaars. *Scientific Journal of Research in Islamic Architecture*, 3 (3), 34-45. (In Persian).
- Saraei, M., H. (2011). Islamic- Iranian Bazaar Changes: (A Case Study of Yazd Bazaar). *Journal of Studies on Iranian Islamic City*, 1(2), 25-37. (In Persian).
- Sarvar, H., Kashani Asl, A., Salahi Sarikhan Beygloo, V., & Afzali Goroh, Z. (2017). Evaluation of indoor market Ardabil in terms of having dynamism elements of urban space. *Journal of Research and Urban Planning*, 8(30), 51-64. (In Persian).
- Shahi, E., & Vaziri, V. (2015). A Study of the Factors of Economic Sustainability Approach in Ardabil Market, *The First National Conference on Sustainable Architecture and Urban Planning with Human and Environmental Approach*, May 15, 2015, Ardabil. (In Persian).
- Shirani, Z., Partovi, P., & Behzadfar, M. (2017). Spatial Resilience In Traditional Bazaars; Case study: Esfahan Qeisariye Bazaar. *The Monthly Scientific Journal of Baghe Nazar*, 14(52), 49-58. (In Persian).
- Siami, G., Akhtari Takaleh, A., & Khanizadeh, M. (2016). Evaluation of economic vivaciousness criteria in historic bazaars of Iran: developing a recreation point of view: the case

- of Qazvin historic bazaar. , 9(34), 1-26. (In Persian).
- Soltani, A., Ghaffari Moaffag, F., & Ghaffari Moaffag, F. (2015). Strengthening the bazaar as the main pillar of the structure of a historic city with a passive defense approach (Case study: Kerman). The Second National Conference on Sustainable Architecture and Urban Development with a passive defense approach in architecture and urban planning, March 6, 2015, Qom. (In Persian).
- Statistical center of iran (2016), Population and Housing Censuses 2016. (In Persian).
- Taheri, M., Ali Abbaspour, R., & Alavipanah, S. (2014). Multi Criteria Decision Making Based on DEMATEL and ANP Techniques to Select the Optimum Location for Cemeteries, Isfahan City, Iran. Journal of Environmental Studies, 40(2), 463-480. (In Persian).
- Tarh-o-Kavosh Consulting Company. (2011). Master plan of Ardabil city. (In Persian).
- Torkyan Velashani, Sh., Madani, I., Karimi Azeri, A.R. & Hosseini S.B. (2015), Effect of Physical Factors on the Sense of Security of the People in Isfahan's Traditional Bazaar, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Vol. 201, pp. 165-174.
- Utaberta, N., Bin Sabil, A., Asef, N., Zhengan, T. & Tai Kiat, A. (2019), The Role of Traditional Market in the Traditional Islamic Cities: Case Studies of Tabriz Bazaar and Grand Bazaar Tehran, International Journal of Engineering & Technology, Vol. 8, No. 1.9, pp. 622-625.
- Zebardast, E. (2010), The Application of Analytic Network Process (ANP) in Urban and Regional Planning. Honar-Ha-Ye-Ziba: Memary Va ShahrSazi, 2(41), 79-90. (In Persian).